



DUYGUSAL ZEKÂ VE MOTİVASYON ARASINDAKİ İLİŞKİ: TURİZM PROGRAMI ÖĞRENCİLERİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

RELATIONSHIP BETWEEN EMOTIONAL INTELLIGENCE AND MOTIVATION: A
RESEARCH ON TOURISM PROGRAM STUDENTS

Mithat TURHAN¹ - Burçin Cevdet ÇETİNSÖZ²

Öz

Duygusal zekâ “bireyin kendisinin ve başkalarının duygularını izleyebilme, düşüncelerini ve davranışlarını yönlendirmek için edindiği bilgileri kullanma yeteneği” olarak tanımlanmaktadır (Mayer, Salovey ve Caruso, 2008: 504). Bu çerçevede motivasyonun sağlanmasında duygusal zekânın geliştirilmesine yönelik uygulamaların yararlı olabileceği düşünülebilir. Araştırmada turizm sektöründe çalışan üniversite öğrencilerinin duygusal zekâlarının turistik işletmelerdeki motivasyonlarına etkisini belirlemek amaçlanmaktadır. Araştırmanın örneklem grubunu turizm sektöründe en az bir yıllık çalışma deneyimine sahip Mersin Üniversitesi Turizm Fakültesi ve Anamur Meslek Yüksekokulu Turizm Programı’nda öğrenim görmekte olan 203 öğrenci oluşturmaktadır. Çalışma kapsamında veri toplanmasında duygusal zekâyı ölçmek için Wong ve Law (2002) tarafından geliştirilen ölçek (WLEIS-Wong and Law Emotional Intelligence Scale) ve katılımcıların motivasyonunu ölçmek için ise Dündar, Özutku ve Taşpınar (2007) tarafından oluşturulan “İş Motivasyon Ölçeği kullanılmıştır. Elde edilen verilerin analizinde doğrulayıcı faktör analizi, güvenilirlik analizi, aritmetik ortalama, standart sapma, Pearson korelasyon analizi ve regresyon analizi gibi istatistiksel tekniklerden yararlanılmıştır. Araştırma sonucunda duygusal zekâ ile motivasyon arasında pozitif yönde ve istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki olduğu ve duygusal zekânın genel motivasyonu, içsel ve dışsal motivasyonu pozitif yönde etkilediği tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Duygusal Zekâ, Motivasyon, Turizm Sektörü.

Abstract

Emotional intelligence is defined as “the ability of an individual to monitor his own and others' feelings and to use the knowledge gained to direct one's thoughts and behaviors” (Mayer, Salovey and Caruso, 2008: 504)”. In this sense, it can be thought that applications for improving emotional intelligence in providing motivation can be beneficial. This study aims to investigate the relationship between the emotional intelligence and motivation. The sample group in the study consists of 203 Tourism Faculty and the Anamur Vocational School Tourism Program students who are undergraduate and have got at least one year's work experience in tourism sector. In the scope of this study, Emotional Intelligence Scale (ETS) developed by Wong and Law and Job Motivation Scale developed by Dündar, Özutku and Taşpınar (2007) have been selected as the data collection method. IBM SPSS 17 Demo and Lisrel 8.72 package programs were used in the analysis of the data. As a result of the research, there was statistically positive significant relationship between emotional intelligence and motivation. In addition, it is observed that emotional intelligence has a positive impact on intrinsic and extrinsic motivation.

Keywords: Emotional Intelligence, Motivation, , Tourism Sector.

¹ Dr.Öğr.Üyesi, Mersin Üniversitesi Silifke Uygulamalı Teknoloji ve İşletmecilik Yüksekokulu, mithatt@mersin.edu.tr, ORCID: 0000-0003-3495-4729

² Doç.Dr., Mersin Üniversitesi Anamur Uygulamalı Teknoloji ve İşletmecilik Yüksekokulu, cetinsoz@mersin.edu.tr, ORCID: 0000-0003-1703-8067

1.GİRİŞ

Duygusal zekâ kavramı, psikoloji, eğitim ve yönetim araştırmalarında son zamanlarda üzerinde en çok çalışılan, en çok araştırma yapılan konulardan birisi olmuştur. Duygusal zekâ kavramını ileri süren taraflar, bireylerin kariyer gelişimlerinin yanında zihinsel ve fiziksel sağlıklarının da etkilenmesi nedeniyle duygusal zekânın büyük önem taşıdığını savunmaktadır (Wong ve Law, 2002: 245). Duygusal zekâ kavramına yöneltilen ilginin kaynağı, bir zamanlar en çok satan kitaplar listesinde üst sıralarda yer alan Daniel Goleman'ın (1995) "Duygusal Zekâ" adlı kitabının yaratmış olduğu etkidir. Goleman, kitabında duygusal zekânın bilişsel zekâdan daha önemli olduğunu vurgulamaktadır (Doğan ve Şahin, 2007:232). Goleman geleneksel zekâ testlerinin bir kişinin hayatındaki başarısının sadece % 20'sini açıklamakta olduğunu ileri sürmüştür. Psikologlar, geri kalan % 80'lik bölümün bir kısmının ise duygusal zekâ tarafından açıklandığını savunmaktadır. İnsan davranışlarının anlaşılmasında, tahmin edilmesinde ve bunu yaparken de onların psikolojik sağlıklarını gözetken bakış açısı nedeniyle duygusal zekâ kavramına büyük önem atfedilmektedir. Duygusal zekânın, çalışanların davranışlarının anlaşılması yanında, iş yerindeki performans boyutunun yorumlanmasında (performansın azalışı veya artışı) da önemi bulunduğu ifade edilmekte olup (Clarke, 2006: 2) iş yerlerindeki performansın % 85'inin duygusal zekâ ile açıklanabileceği de ifade edilmektedir (Verma, Das ve Abraham, 2012: 29). Duygular örgütsel yaşamla iç içe olan ve örgütlerin ayrılmaz bir parçası haine gelmiştir. Bu sebeple iş görenlerin duyu durumlarına daha fazla önem verilmesi büyük önem arz etmektedir (Mustafeyeva ve Üstün, 2018: 666).

Örgütlerin rekabetçi güç elde edebilmeleri ve hayatlarını devam ettirmeleri, sahip oldukları insan kaynağına bağlıdır. Dolayısıyla duyu ve düşünceleriyle kendi içinde duygusal dengesini sağlayabilen, duygusal zekâyâ sahip ve motive olmuş iş gücünün varlığı işletmelerin amaçlarını gerçekleştirmelerine yardımcı olacaktır. İşyerlerinde etkili olan çalışanların, duygularını yönetebilen kişiler oldukları böylelikle de çalışma arkadaşları üzerinde güven duygusu yaratmak suretiyle çalışmaktan mutlu olmalarını sağlayacak ortamları oluşturabildikleri ifade edilmektedir. Dolayısıyla duygusal zekâyâ sahip çalışanların varlığı, iş görenlerin işlerine devam etmeleri için ihtiyaç duydukları motivasyonu sağlarken aynı zamanda, yeteneklerinin gelişmesine, takımın bir üyesi olarak örgütte çalışmaya devam etmelerine de yardımcı olmaktadır. Diğer taraftan duygusal zekâyâ sahip çalışanların varlığı ile örgütün etkinliği, verimliliği ve hizmet kalitesi artarken müşteri bağlılığı da sağlanabilmektedir. Duygusal zekâ, çalışanların içgüdü ve önsezilerinin açık olmasını sağlayarak daha isabetli kararlar vermelerine yardımcı olur (Cherniss ve Goleman, 2001: 6). Araştırmalar yüksek duygusal zekâyâ sahip kişilerin düşük duygusal zekâyâ sahip bireylerden daha yüksek kariyer başarıları elde ettiğini ve duygusal zekânın güçlü kişisel ilişkiler için dayanak oluşturduğunu göstermektedir (Cooper, 1997: 39).

Ülkemizi 2017 yılında 38 milyon 620 bin kişi ziyaret etmiş ve 26 milyar 283 milyon Dolar döviz geliri bırakmışlardır (TÜRSAB, 2018). Turizm gelirlerinin 2017 yılında GSMH içindeki payı %3,1, Türkiye'nin toplam ihracatındaki payı ise %16,7 olarak gerçekleşmiştir (TÜRSAB, 2018). Turizm sektörü dünyada her 11 istihdamdan 1'ine sahiptir (TUROFED, 2014: 45). Turizm sektörü emek-yoğun bir özelliğe sahiptir (Kotler, Bowen ve Makens, 2006: 42; Kozak, Kozak ve Kozak, 2008: 40; Şit, 2016). Bu nedenle turizm sektörü diğer sektörlerle göre daha fazla istihdam oluşturmaktadır (Örnek ve Akın, 2017). Turistik tüketim harcamaları, turizm sektörüne doğrudan ve dolaylı istihdam olanakları sağlamaktadır. Sonuçta turizmin oluşturduğu genel istihdam etkisi ile ülkedeki toplam istihdam hacmi etkilenmektedir (Şit, 2016; Coşkun, 2010: 57-58; Tutar ve Tutar, 2004:48). Bu durum gelişmekte olan ülkelerde işsizliği azaltmak ve istihdam yaratabilmek için oldukça fazla önem arz etmektedir (Çimat ve Bahar, 2003).

2. TEORİK ÇERÇEVE

2.1. Duygusal Zekâ

Duygusal zekâ kavramının anlaşılabilmesi için iki unsurun tanımlanması gerekmektedir. Bunlardan birincisi duygu diğeri ise zekâdır. Duygular psikolojik yanıtları, kavrayışları ve bilinci kapsayan pek çok psikolojik alt sistemi koordine eden içsel olaylar olup genellikle bir kişinin değişen ilişkilerine cevaben ortaya çıkar. Kişinin bir hatırasıyla bağlantı kurduğunda kişinin duyguları da değişim göstermektedir. Buna örnek olarak da kişinin kendisini mutlu eden çocukluk anılarını hatırladığında o an dünya onun için daha parlak ve neşeli bir hal alacaktır. Çünkü duygular ilişkileri izler ve kurulan ilişkilerle ilgili anlamları taşır. Zekâ ise soyut düşüncüyü yürütme kapasitesinin yanı sıra çevreye öğrenme ve adapte olma genel yeteneğini temsil etmek olarak görülebilir ve bu yetenek genellikle ortak, genel bir faktörle temsil edildiği ileri sürülmektedir (Mayer, Salovey ve Caruso 2004: 198). Bu çerçevede zekâ; öğrenme sürecinde anlama, kavrama, bütünleştirme, yorumlama ve yordama gibi etkinliklere yön veren bilişsel yeterliliklerin ve duygusal özelliklerin anlatımı olarak tanımlanmaktadır (Sarı, 2017: 3).

Duygusal zekâ ise duyguların anlamlarını ve onların ilişkilerini anlayabilme ve bunlara dayanarak rasyonel düşünerek sorunların üstesinden gelme yeteneği olarak tanımlanmakta olup, duyguları algılama, duygularla ilgili hisleri özümseme, bu duygulardan elde edilen bilgileri anlama ve bunları yönetme kapasitesini ifade etmektedir (Mayer, Caruso ve Salovey, 1999: 267). Bir başka tanıma göre duygusal zekâ; kişinin, kendisinin ve başkalarının duygularını izlemesini, gözlemlesini ve bunlar arasında ayırım yaparak, kişinin düşüncelerine ve davranışlarına yön vermek için sahip olunan bilginin kullanılması yeteneği olarak tanımlanmaktadır (Salovey ve Mayer, 1990: 189; Zeidner, Matthews ve Roberts, 2004: 273). Bu tanım duygusal bilgi işleme sürecinin, duyguların düzenlenmesi için gerekli olduğunu ortaya koymaktadır.

Duygusal zekânın kökleri 1920'li yıllarda Thorndike tarafından tanımlanan sosyal zekâ kavramına dayandırılmaktadır. Thorndike sosyal zekâyı insan ilişkilerinde akıllıca hareket etmek için kadınları, erkekleri, çocukları anlama ve idare etme yeteneği olarak tanımlamıştır (Wong ve Law, 2002: 245). Thorndike'ı takip eden dönemlerde araştırmacılar ve psikologlar zekânın farklı formlarını araştırmaya başlamışlar ve IQ testleri okullarda kullanılmaya başlanmıştır. IQ (Intelligence Quotient-Zekâ Katsayısı) testlerinin son halini ise David Wachasler 1940 yılında geliştirmiştir. Zekâ kavramı ile ilgili olarak özellikle 1950'li yıllara kadar bilişsel boyut üzerinde durulmuş ve Zekâ Katsayısı (IQ) testlerinin zekânın ölçümü için uygun bir ölçek olduğu fikri hâkim kılınmıştır. Ayrıca bireylerin hayattaki başarıları ile sahip oldukları IQ puanları arasında ayrılmaz bir ilişki olduğu savunulmaktaydı (Mandell ve Pherwani, 2003:387-388). Diğer taraftan yapılan araştırmalar sahip olunan IQ puanlarının zekâyı tek başına ölçme konusunda yetersiz kaldığını ve sadece IQ puanlarının ölçülmesinden ziyade gerçek zekânın akademik unsurların yanı sıra duygusal ve sosyal unsurları da kapsadığını savunmaktadır (Mandell ve Pherwani, 2003:387-388) Bu çerçevede 1955 yılında akılcı duygusal terapinin kurucusu olarak Albert Ellis insanların akılcı düşünme eğiliminde olduklarını savunurken, aynı zamanda akıl dışı kaygı ve korkulara kapılabileceklerini dolayısıyla insanların duygularıyla başa çıkmalarının yolunun akıllarını kullanmalarından geçtiğini savunmaktaydı. 1980 yılında İsrail'li psikolog Dr.Reuven BarOn duyguların insanların faaliyetlerini nasıl etkilediğini incelemeye başlamış ve duygusal zekânın ölçülmesinde ilk geçerliliği olan ve Amerika Psikoloji Derneği tarafından onaylanan duygusal katsayı (Emotioanal Quotient) testini geliştirmiştir. 1990 yılından ise psikoloji profesörleri olan New Hampshire Üniversitesinden Peter Salovey, Yale Üniversitesi'nden John Mayer ve meslektaşları David Caruso ile birlikte BarOn'un geliştirdiği Duygusal

Katsayı Envanterine alternatif olan ve günümüzde Mayer- Salovey-Caruso Duygusal Zekâ Testi olarak ifade edilen testi geliştirmişlerdir (Deutschendorf, 2009: 9).

Mayer- Salovey-Caruso duygusal zekâyı, duyguların anlamlarını ve onların ilişkilerini anlayabilme ve bunlara dayanarak akılcı düşünerek sorunları çözme yeteneğini olarak tanımlamışlardır (Mayer, Caruso ve Salovey, 1999:267). Mayer ve Salovey'in duygusal zekâ yaklaşımında dört temel beceri yer almakta olup bunlar; duyguları algılama, değerlendirme ve ifade etme becerileri ile duyguları, düşünceyi etkilemek, duyguların karmaşık ve değişken yapısını anlamak ve duygusal ve entelektüel büyümeyi desteklemek için kullanmadır (Özdemir ve Özdemir,2007: 394). Daniel Goleman duygusal zekâ ile ilgili 1995 yılına kadar ki yapılmış çalışmaları bir araya getirerek Duygusal Zekâ ismini verdiği kitabı yayınlamıştır. Kitap küresel ölçekte büyük satış rakamlarına ulaşmış ve duygusal zekâ kavramın önemine dikkatleri çekmeyi başarmıştır (Deutschendorf, 2009: 9; (Cherniss ve Goleman, 2001: 18). Goleman kitabında, duygusal zekânın bilişsel zekâdan daha önemli olduğunu vurgulamakta ve duygusal zekânın eksikliği halinde kişinin ailevi, mesleki hayatında ve toplumsal ilişkilerinde başarısızlığa uğrayabileceğini ifade etmektedir (Doğan ve Şahin, 2007: 232). Duygusal zekâ modelleri, temel olarak yetenek tabanlı ve karma modeller olmak üzere iki grupta incelenmektedir. Yetenek tabanlı model duygu ve zekâ ilişkisine odaklanırken karma modeller ise zihinsel yeteneklere ve kişisel özelliklere odaklanmaktadır. Duygusal zekâ ile ilgili olarak öne çıkan modelden Mayer ve Salovey tarafından geliştirilen teori yetenek temelli olarak öne çıkarırken, Goleman ve BarOn tarafından geliştirilen teoriler ise karma modeller olarak sınıflandırılmaktadır. Yetenek tabanlı model ile karma modeller arasındaki temel farklılık Mayer ve Salovey'in duygusal zekâ teorisinin duygu ve bilişsellik kesişimine, Goleman ve BarOn'un teorilerinin ise güven, iyimserlik ve alturizm gibi karakteristik özelliklerine odaklanması olarak gösterilmektedir (Feyerherm, 2015: 344).

Salovey ve Mayer duygusal zekâyı dört temel boyut çerçevesinde ele almışlardır. Bu boyutlar; kendi duygularını değerlendirme, başkalarının duygularını değerlendirme, duyguların düzenlenmesi ve duyguların kullanımınıdır (Hırlak vd., 2017: 110). *Kendi duygularını değerlendirme*; duygusal cevabı düzenlemede, bir cevabı diğerinden ayırmada ve duyguları oluşturan çeşitli sistemleri senkronize etmede rol oynamakta olup kişilerin çok bileşenli durumlar içerisinde, bireyi mevcut durum ve koşullara hazırlamakta ve o duruma uygun cevap vermesini sağlamaktadır (Yih vd., 2018: 1). Bireyin derin duygularını anlaması ve bu duyguları doğal olarak ifade edebilmesi ile ilgilidir. Duyguların değerlendirilmesi bireylerin sahip olduğu duygularla başa çıkmalarında önemli rol oynamaktadır (Pekaar vd., 2018: 223). Duygularını değerlendirme yeteneğine sahip bireyler, duygularını çoğu insandan önce algılayabilirler ve kabul edebilirler. *Başkalarının duygularını değerlendirme*; bireylerin çevresindeki insanların duygularını algılama ve anlama yeteneği ile ilgilidir. Duyguların algılanması; başkalarının vücut duruşundan ve yüz ifadelerinden duygularının anlama ve tanınma kapasitesini ifade ederken yüz, ses ve ilgili iletişim kanallarındaki sözel olmayan unsurlardan duyguların yorumlanmasını ifade etmektedir. Duygusal algılama yeteneği, bireylerin duygularını doğru şekilde yorumlayabilmeleri ve etkileşimin olduğu durumlara verecekleri tepkinin ayırımını yapabilmelerinde fayda sağlaması nedeniyle önem arz etmektedir (Doğan ve Şahin, 2007: 240). Duyguları anlamak ise duyguların analiz edilmesi, zaman içerisinde izleyeceği olası değişimlerini ve sonuçlarını anlama kapasitesini ifade etmektedir (Mayer vd., 2004: 199). Duyguların değerlendirilmesi kendisinden sonra gelen duyguların düzenlenmesinin ön koşulu olmakla birlikte, duyguların düzenlenmesi kişinin kapasitesine ve motivasyonuna bağlıdır (Pekaar vd., 2018: 223). *Duyguların düzenlenmesi*; bireyin karşı karşıya kalabileceği psikolojik bir sorundan bir şekilde toparlanmasını sağlayacak yetenek ile ilgilidir (Hırlak vd., 2017: 110). Kişinin hoş olmayan bir davranışının yaratmış olduğu olumsuzlukta dahi sakinliğini koruma yeteneğine sahip olması (Mayer,

Salovey ve Caruso, 2000: 399-400) ve çeşitli duygusal problemlere karşı çeşitli alternatifleri üreterek bilinçli düşünmeyi ve en etkili seçeneği seçerek tepki göstermesi duyguların düzenlenmesi kapsamında değerlendirilebilir. Duygularını düzenlemede başarılı olan kişiler, ayrıca, gösterecekleri davranışların ortaya çıkartacağı sonuçları daha etkin şekilde değerlendirebilirler (Caruso ve Salovey, 2004: 65-66). Duyguların düzenlenmesi başkalarıyla kurulacak olan sosyal etkileşimi kolaylaştırmakta olup duygusal zekâsı yüksek olan kişilerin duygularını düzenlemede, karşılaştıkları sosyal etkileşimlerde ipuçlarından anlam çıkarmada ve sosyal ilişkiler kurmada daha girişken oldukları ileri sürülmekte ve başkaları tarafından daha fazla kabul gördükleri ifade edilmektedir (Kaya ve Birol, 2018: 1796). Araştırmalar bireysel düzeyde duyguların düzenlenmesinin, daha kaliteli iletişim ile daha yüksek fizyolojik ve psikolojik iyilik durumlarıyla, daha yüksek tatmin ve yüksek performans ile ilişkilendirildiğini ortaya koymaktadır (Troth vd, 2018: 1). *Duyguların kullanılması*: Bir kaniya varmak için duyguların kullanılması mümkün olmaktadır. Pek çok duygu teorisi his unsurunu içermekte olup bazı duyguların ayırt edici psikolojik işaretlerinin olduğu savunulmaktadır. Hisler ve düşünceler yoluyla elde edildiği düşünülen bilgilerin kişilerin izleyeceği yol ile ilgili olarak planlama yapmasına yardımcı olabilmektedir. Dolayısıyla bazı problemlerin çözümü sahip olunan duygu ve hisler sayesinde kolaylaşmaktadır (Mayer vd., 2004: 199). Duyguların kullanılması duyguların kontrolü olarak değil de; onların nasıl daha verimli ve etkin kullanılacağına yardım eden bir yeterlilik unsuru olarak ön plana çıkmaktadır (Aslan ve Güzel, 2018: 62). Duyguların kullanılması, duygularının farkında olan kişinin eylem aşamasında duygularını yönetebilme becerisini yansıtmakta olup karşısında bulunan kişilerin de duygularını anlayabilmekte ve değerlendirebilmektedir (Mencik, 2017: 19).

2.2.İçsel ve Dışsal Motivasyon

Çalışanların yapmış oldukları işlere karşı tutumlarını odak noktasında tutan motivasyon, 1930'larda örgütsel davranış çalışmaları içinde yer almasından bu yana oldukça dikkat çekmiştir. Davranışsal yaklaşımın hâkim olduğu 1940-1950'li yıllarda ve sonrasında ise motivasyon ile ilgili çalışmaları ağırlığını daha da fazla hissettirmiştir (Küçüközkan, 2015: 100). Çalışanların büyük bir kısmının işlerine olan hevesleri ve işlerini yapma konusundaki isteksizlikleri motivasyon konusunu, yönetim alanında en fazla araştırılan konuların başında getirmekte olup (Robbins ve Butler, 1998: 186), 2013-2018 yılları arasında motivasyon ile ilgili yapılan çalışmaların sayısının, hem teorik açıdan hem de uygulamada literatür incelendiğinde özellikle son 5 yılı içerisinde motivasyon ile ilgili İngilizce ve Türkçe yayımlanmış iki binden fazla araştırmanın yapılmış olması (Googlescholar, 2018) konunun halen güncelliğini koruduğunu göstermektedir.

Rekabet ortamının artması işletmeleri daha kaliteli mal ve hizmeti daha ucuza üretmeleri konusunda zorlamaktadır. Bu zorunluluk ise motive olmuş iş gücünün gerekliliğini her geçen gün daha fazla hissettirmektedir. İşletmelerin başarısı çalışanlarının istek ve ihtiyaçlarının anlaşılması, bu ihtiyaçlarının karşılanmasını sağlayacak ortamın yaratılması ve motive olmuş çalışanların varlığı ile mümkün olabilmektedir. Dolayısıyla işletmelerin rakiplerinin bir adım önünde yer alabilmesi için kendini motive edebilen insan kaynağına sahip olunmasıyla ve sahip olunan insan kaynağının kendi arzu ve isteği ile harekete geçmelerini sağlayacak koşulların yaratılması ile mümkün olabilmektedir (Göksel, 2001: 435). Bir kişinin motive edilmesi hem örgütsel hem de bireysel açılardan incelenmesi gereken bir durumdur. Örgütsel açıdan bakıldığında, “iş görenin motive edilmesi; çalışanın ihtiyaçlarının karşılanarak örgüt tarafından belirlenmiş amaçlar doğrultusunda harekete geçmesinin sağlanması olarak ifade edilirken”, (Özdaşlı ve Akman, 2012: 75), birey açısından ise “kişilerin belirli bir amacı gerçekleştirmek üzere kendi arzu ve istekleri ile davranmaları ve çaba göstermeleri şeklinde tanımlanmaktadır” (Koçel, 2010: 619).

Motivasyon teorileri insan doğasıyla ilgili varsayımlara ve insanları harekete geçiren güdülere dayandırılarak oluşturulmuştur. Bu çerçevede insanın pasif bir varlık olarak psikolojik güdüler ve çevresel uyarıcılar (teşvikler) tarafından motive edildiğini savunan bir görüş, diğer taraftan insanın aktif bir varlık olduğu ve kendi iradesi ile davranış gösterdiğini savunan, içsel ihtiyaçlarının ve güdülerinin bireyin davranışta bulunmasına yol açtığını savunan bir diğer görüş bulunmaktadır (Deci ve Ryan, 1985: 4). Örgütlerde çalışanların ne şekilde motive edileceği ile ilgili pek çok yaklaşım ileri sürülmekle birlikte motivasyonun sağlanmasında temelde iki bakış açısının ön plana çıktığı ifade edilmektedir. Bu bakış açılarından birincisi sosyal ve maddi kazanımlar elde etme amacını hedefleyen dışsal motivasyon, ikincisi ise; çalışanların sosyal ve maddi kazanımlar elde etme amacının dışında daha etkin çalışmak suretiyle içsel olarak motive olacağı görüşüdür (Dündar, Özutku ve Taşpınar, 2007:107-108).

İçsel motivasyon ile ilgili elde edilen bilgilerin hayvan davranışları üzerine yapılan deneysel çalışmalara dayandırıldığı ifade edilmektedir. Yapılan çalışmalarda hayvanların herhangi bir pekiştirici unsur veya ödül olmaksızın keşif, merak, öğrenme, bilmek, anlamak ve eğlenmek amacıyla davranış gösterdiği ortaya konulmuştur. Organizma tarafından sunulan bu doğal davranışlar araçsal bir sonuca ulaşma arzusundan ziyade kişinin deneyim elde etme ve kapasitesini artırma arzusunun bir yansıması olarak değerlendirilmektedir (Ryan ve Deci, 2000: 56). Genel olarak içsel motivasyon faaliyetin yerine getirilmesi ile elde edilen tatmin ve mutluluğu ifade etmekte olup bireyin içsel motivasyon duyması halinde faaliyeti gönüllü olarak yerine getirmektedir (Gagne ve Deci, 2005: 331). Çalışma yapma ve egzersiz yapmaya giden atletlerin yapmış oldukları sporla ilgili daha fazla bilgi elde etmek ve yapmış oldukları egzersiz ile sürekli olarak kendilerini aşmanın vermiş olduğu haz onları yapmış oldukları sporu yapmaya motive ettiği düşünülmektedir (Pelletier vd., 1995: 36). İçsel motivasyon, bir faaliyeti gerçekleştiren insanları kapsamakta olup yapmış oldukları faaliyeti ilgi çekici bulmalarından ve bu faaliyetin gerçekleştirilmesinden tatmin duymalarına dayanmaktadır. Bir diğer ifadeyle içsel motivasyon bireyin kendisinden kaynaklanan tatmin duygusuna bağlıdır. İçsel motivasyon üzerine yapılan çalışmalarda bireyin dışarıdan herhangi bir etkiden bağımsız olarak sahip olduğu güdülerin etkisi rol oynamaktadır (Seker, 2015: 23). İçsel motivasyon işin kendisi ile ilgili olup, işin ilgi çekici ve zorlayıcı olması, işin yapılması ile üstlenilen sorumluluk, karar verme süreçlerine dâhil olmak gibi unsurları kapsamaktadır (Dündar vd., 2007:108). İçsel motivasyon, yerine getirilecek faaliyetin kişiye sağlayacağı tatmini ve mutluluğu ifade etmekte olup bireyin içsel motivasyon duyması halinde faaliyeti gönüllü olarak yerine getirmesi mümkün olmaktadır. Çalışanların yerine getirecekleri faaliyetleri gönüllü olarak yerine getirmeleri aslında pek çok işletme açısından arzu edilen durumu yansıtmaktadır. Bu açıdan yönetsel faaliyetlerin tümünde karar verme mekanizmasına göre çalışanların işleri planlamaları ve yürütmelerinde serbestliğin tanınması ve alınan kararlarda fikirlerinin alınması, bir diğer ifade ile katılımlarının sağlanması onların içsel motivasyonlarının artmasını sağlayacaktır. Bu durumda çalışanların yaptıkları işi daha anlamlı bulmaları mümkün olmaktadır (Singh, 1998: 72).Yapılan araştırmalar motivasyon türlerinin içsel motivasyonla ilişkilendirilmesi ile daha fazla olumlu sonuçların elde edilebileceğini göstermektedir (Pelletier vd., 1995: 38).

Dışsal motivasyon ise yerine getirilen faaliyet ile maddi veya maddi olmayan (kişinin takdir edilmesi, terfi ettirilmesi, ücret ve maaş artışları) ödül arasında araçsallık ilişkisine dayalı olarak kurulan ilişkiden kaynaklanmaktadır. Diğer bir ifadeyle dışsal motivasyonda yapılan işin kişiye tatmin vermesi söz konusu değildir. Kişinin tatmini faaliyetin gerçekleştirilmesinin ardından ulaştığı çıktı veya sonuçlarla ilişkilendirilmektedir (Gagne ve Deci, 2005: 331). Yani bireyin örgüte dayalı olarak elde etmiş olduğu ödüller vasıtasıyla motivasyon gerçekleşmektedir (Özdaşlı ve Akman, 2012: 75). Bununla birlikte dışsal

teşviklerin içsel güdülere zarar vermekte ve onları etkisizleştirmekte olduğu ileri sürülmektedir. Buna örnek olarak basketbolu kendini geliştirmek ve zevk için oynayan (içsel motivasyon) bir kişiye oyunu kazanması için para ödülü teklif edilmesi (dışsal motivasyon aracı) içsel motivasyonunu temelden sarsacaktır. Deci ve Ryan'a (1985) göre gelecekte dışsal teşviklerin olmaması halinde bireyin basketbol oynamaması daha olası olarak görülmektedir (aktaran Reiss, 2012: 152).

2.3.Duygusal Zekâ ve Motivasyon Arasındaki İlişki

Motivasyon kişiyi belirli yönde harekete geçiren içsel bir güç olarak değerlendirilebilir. Motivasyon kişinin ne düşündüğü, ne istediği, başkalarıyla etkileşimi ve onlardan neler öğrendiğiyle ilgilidir. "Keşke kendim ile ilgili ve mesleğimle ilgili daha fazla şey öğrenseydim" cümlesinde" duygular, güdünün gücünü ve yeri dolduramaz eşsiz bir kaynağı temsil etmektedir (Akerjordet ve Severinsson, 2004: 167). Çalışanların değişen koşullara uyum sağlayabilmeleri ve bulunduğu ortamdan memnuniyet duymaları için duygularının davranışları nasıl etkilediği ve yönlendirdiği ile ilgili olarak daha bilgili olmaları gerekmektedir (Töremen ve Çankaya, 2008: 34). Bireylerin sahip oldukları duygularının farkında olmaları, duygularını yönetebilmeleri, etkili ilişkiler yürütebilmeleri ve kendilerini motive edebilmelerinin temelinde duygusal zekâyâ sahip olmaları bulunmaktadır (Kalkan, 2018: 239). Bu noktada duygusal zekâ düzeyi yüksek olan bireylerin farklı duyguları ayırt etme ve farklı durumlardan ortaya çıkacak duyguları anlayabilme ve bu duyguları yorumlama açısından yeteneğe sahip oldukları ifade edilmektedir (Doğan ve Şahin, 2007: 239- 240). Duygularını kontrol edemeyen kişiler ise düşünebilme ve işlerine üzerinde odaklanabilme yeteneklerini engelleyen içsel mücadele içerisine girebilmektedirler (Aslan ve Güzel, 2018: 64). Goleman'a göre duygusal zekâ kişinin sahip olduğu bir takım yeteneklerinin birleşimidir. Bu yetenekler ise hayal kırıklıklarına rağmen kişinin kendi kendini motive edebilmesi yeteneği, bu hayal kırıklarına karşı koyabilme, dürtülerini kontrol etme ve ruh hallerini düzenleme yeteneği, sıkıntılı ve üzücü düşüncelerden bireyin kendisini uzak tutabilme yeteneği olarak ifade etmektedir (Emmerling vd., 2008:118).

Duygusal zekâ ile karşıdaki kişinin içsel durumunun duygularının tanınması, güçlü ve zayıf yönlerinin bilinmesi ve kendi değerinin ve yeteneklerinin tanınması ve bilinmesi mümkün olabilmektedir. Bireylerin sahip olduğu duyguların ve duygusal eğilimlerin bilinmesi ile bireyleri davranışlara sevk eden güdülerin tanınması kolaylaşacaktır. Güdülerin tanınması da bireylerin amaçlara ulaşacakları yolu belirlemelerinde kolaylık sağlayarak bu yolda amaçlara ulaşmaya kadar kararlı şekilde devam etmeleri için ihtiyaç duydukları gücü verecektir (Cherniss ve Goleman, 2001: 108-110). Bu çerçevede duygusal zekâyâ sahip bireylerin gerek kendilerini gerekse de çalışma arkadaşlarını ve astlarını motive etmeleri mümkün olabilecektir. Sahip olduğumuz duygular, kendi dünyamız ile ilgili pek çok bilgiyi içermektedir. Duygular düşünceye müdahale eden rastgele ve kaotik olaylar olarak değil de birey için önemli olan bazı faktörlere bağlı olarak ortaya çıkan ve bireyleri motive etmeye ve başarıya ulaşmalarında yardımcı olan unsurlar şeklinde ifade etmek gerekmektedir (Caruso ve Salovey, 2004: 10). Bunun yanında duygular sezgiye dayalı bilgeliğin kaynağı olmasının yanında aynı zamanda bireylere potansiyel yararlılıkta bilgiler de sağlamaktadır. Ancak bilginin getireceği faydadan yararlanmak için elde edilen bilginin nasıl ele alınması ve nasıl cevap verilmesi gerektiğinin bilinmesi gerekmektedir. Dolayısıyla duygusal zekâyâ sahip bireyler duygulara anlam yükleme yeteneğine ve gücüne sahip olurken bu gücü etkin şekilde kullanma ve duyguları çabukça kavramanın getireceği güç ile insanları etkileme yeteneğine de sahip olmaktadır (Cooper, 1997: 39-41). Motivasyon da duyguları yönetme becerisiyle ilgili olup kişinin kendi kendini harekete geçirebilmesidir. Kişinin motivasyonunun öncelikli olarak kişinin kendi iç dünyasından kaynaklandığı ve bireyin sahip olduğu yapabilme inancı ve isteğiyle yaratılan doğal bir güdünün sonucu olarak ortaya çıktığı savunulmaktadır (Doğan

ve Demiral, 2007: 216). Duygusal zekâsını kullanan bireyler, bir başka ifadeyle duygularını tanıyan ve kontrol edebilen başkalarının hislerine ve arzularına hassas olan iş görenler, düşüncelerini doğrudan ifade edebilmekte ve gerek kendilerini gerekse de çalışma arkadaşlarını amaçlanan davranışların gösterilmesi noktasında harekete geçirebilmekte, karşılaşılan sorunlar karşısında olumlu düşünme gücünü de muhafaza etmek suretiyle motivasyonun yüksek olmasını sağlayabilmektedirler (Çetinkaya ve Alparlan, 2011: 364). Kendini motive olmuş hisseden çalışanın kurum açısından da müşteri ilişkilerinin etkinliği ve örgütün hizmet kalitesini artırması açısından pek çok yararının olduğu ifade edilebilir.

Yüksek duygusal zekâyâ sahip bireylerin, negatif duyguların sonuçlarını denetim altına alarak olumlu duyguları geliştirip karşısında bulunan kişilerin de duygularını kontrol etme becerisine sahip oldukları ifade edilmektedir (Mayer ve Salovey, 1997: 14). Üstesinden gelinmesi zor durumlarda bile motivasyonunu koruma ve tepkilerini denetim altına alabilmeyi de içeren duygusal zekânın bu açıdan motivasyon üzerinde olumlu etkisi bulunmaktadır (Çolakoğlu ve Örnek, 2016: 613). Bu noktada kişinin karşı karşıya kaldığı olumsuz durumlarda dahi duygularının esiri olmaksızın duygularını yönetebilme becerisini gösterebilmesi ve problemlere karşı çeşitli alternatifleri üretmek bilinçli düşünmeyi ve etkili seçeneği seçerek tepki gösterme becerisini gösteren bireylerin daha fazla motive oldukları ifade edilebilir. Aynı zamanda duygusal zekâsı daha yüksek olan kişilerin motivasyonel amaç ve hedeflerin belirlenmesinde daha yetenekli oldukları da savunulmaktadır (Mayer, Salovey ve Caruso, 2004: 210). Dolayısıyla duygusal zekâ bakımından yeterli düzeyde olan kişilerin hem kendilerini hem de çevrelerinde bulunan kişileri (meslektaşlarını) motive etmeleri mümkün olmaktadır. Bu noktada kişilerin içsel ve dışsal motivasyon unsurları ön plana çıkmaktadır.

3.ARAŞTIRMA YÖNTEMİ

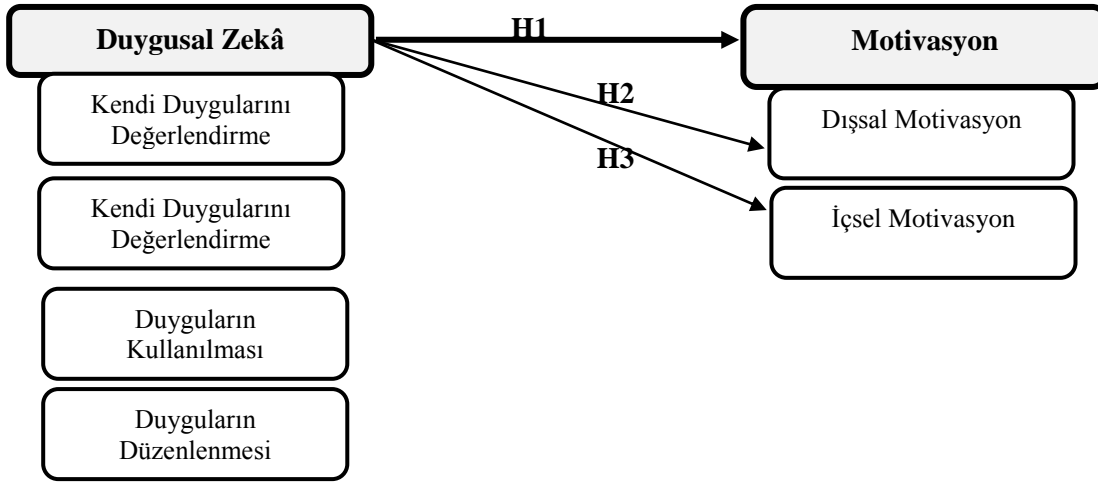
Araştırmada turizm sektöründe çalışan üniversite öğrencilerinin duygusal zekâlarının turistik işletmelerdeki motivasyonlarına etkisini belirlemek amaçlanmaktadır. Araştırma evrenini 2017-2018 bahar döneminde öğrenim gören Mersin Üniversitesi Turizm Fakültesi ve Anamur Meslek Yüksekokulu Turizm Programı öğrencileri oluşturmaktadır. Araştırmada ana kütleye ait ulaşılan her bireyin dâhil edildiği “kolayda örnekleme” yöntemi uygulanmıştır (Yazıcıoğlu & Erdoğan, 2004:45; Altunışık, Coşkun, Bayraktaroğlu & Yıldırım, 2005:132). Mersin Üniversitesi Öğrenci İşleri Daire Başkanlığı verilerine göre Turizm Fakültesi ve Anamur Meslek Yüksekokulu turizm programları öğrenci sayısı 1774 kişi olarak belirlenmiştir (Mersin Üniversitesi, 2018). Sekaran (2003:253) belirlediği evreni temsil edebilecek örneklem tablosunda 1800 kişilik bir evreni 317 kişilik bir örneklem kitlesi temsil edebilmektedir. Ancak araştırmacılar eğer örnek kütleniz 100 kere seçilmiş olsa, bunlardan en az 95 tanesi evrenin özelliklerini temsil edecek güce sahip olduğunu belirtmektedirler, bundan dolayı genellikle % 5’lik bir belirlilik düzeyinde çalışmaktadırlar (Altunışık vd., 2005:127). Bu çerçevede veri toplama tekniği olarak kullanılan anket için eksik, hatalı ve geri dönmeyen anketler dikkate alınarak 350 kişi üzerinde uygulama gerçekleştirilmiş ve toplam 203 anket değerlendirmeye alınmıştır. Yapılacak faktör analizleri için 200 ve üzerinde kullanılabilir veri olması yeterli olarak kabul edilmektedir (Aksu, Eser ve Güzeller, 2017: 25-26). Ayrıca, Roscoe (1975), ideal bir araştırmada örneklem hacminin, 30-500 arasında olmasının yeterli olabileceğini belirtmiştir. Bu çerçevede araştırma modeli olarak aşağıda Şekil -1’de görülen model değerlendirilecek olup aşağıda sunulan hipotezlerin sınanması yapılacaktır.

H1: Duygusal zekânın öğrenci motivasyonları üzerinde anlamlı ve pozitif bir etkisi vardır.

H2: Duygusal zekânın öğrencilerin dışsal motivasyonları üzerinde anlamlı ve pozitif bir etkisi vardır.

H3: Duygusal zekânın öğrencilerin içsel motivasyonları üzerinde anlamlı ve pozitif bir etkisi vardır.

Araştırma Modeli



Şekil 1: Araştırma Modeli

Araştırmanın veri toplama aracı olan anket üç bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde katılımcıların bireysel özelliklerine (cinsiyet, yaş, medeni durum, eğitim düzeyi, mesleki deneyimi, çalıştığı turizm işletmesi türü ve çalıştığı bölüm) yer verilirken, ikinci bölümde 16 madde ve dört temel boyuttan (kendi duygularını değerlendirme, başkalarının duygularını değerlendirme, duyguların kullanılması ve duyguların düzenlenmesi) oluşan duygusal zekâ ölçeği, üçüncü bölümde ise 24 madde ve iki boyuttan (dışsal motivasyon ve içsel motivasyon) oluşan motivasyon ölçeği yer almaktadır. Turizm programı öğrencilerinin duygusal zekâ ölçeği algısını ölçmek için Wong ve Law (2002) tarafından geliştirilen (WLEIS-Wong and Law Emotional Intelligence Scale) ve Hırlak, Taşlıyan, Fidan ve Gül (2017) tarafından kullanılan 16 sorudan oluşan ölçek kullanılmıştır. Diğer taraftan işgörenlerin motivasyonunu ölçmeye yönelik olarak toplam 24 soruyu içeren Dündar, Özutku ve Taşpınar (2007) tarafından oluşturulan ve Polat (2010) tarafından yapılan araştırmada da kullanılan İş Tatmin Ölçeği kullanılmıştır. Katılımcıların bu bölümde yer alan her bir ifadeye ait katılım düzeyleri “kesinlikle katılmıyorum=1”, “katılmıyorum=2”, “kararsızım=3”, “katılıyorum=4” ve “kesinlikle katılıyorum=5” şeklinde 5’li likert ölçeği doğrultusunda derecelendirilmiştir. Araştırmada duygusal zekâ ve motivasyon ölçeklerinin yapı geçerliliği için doğrulayıcı faktör analizi uygulanmış ve iç tutarlığına ilişkin güvenilirliğini test etmek amacıyla da Cronbach’s Alpha katsayıları hesaplanmıştır. Araştırma modeli üzerinde belirlenen hipotezleri test etmek için ise korelasyon ve regresyon analizleri yapılmıştır. Elde edilen verilerin analizinde SPSS 17.0 for Windows ve Lisrel 8.72 paket programları kullanılmıştır.

4.ARAŞTIRMA BULGULARI

Araştırmanın örneklem grubunda yer alan bireylerin bireysel özelliklerine ilişkin dağılım, Tablo 1’de sunulmuştur.

Tablo 1: Katılımcıların Demografik Özelliklerine Göre Dağılımı

Değişken	Grup	Sayı (f)	Yüzde (%)
Cinsiyet	Erkek	113	55,7
	Kadın	90	44,3
Medeni durum	Evli	6	3,0
	Bekâr	197	97,0
Yaş	18-24 Yaş	194	95,6
	25 ve Üzeri	9	4,4
Eğitim Düzeyi	Ön lisans	112	55,2
	Lisans	87	42,9
Deneyim Süresi	Lisansüstü	4	2,0
	1-6 Yıl	188	92,6
İşletme Türü	6 Yıl ve Üzeri	15	7,4
	Konaklama İşletmesi	125	61,6
	Seyahat İşletmesi	48	23,6
	Yiyecek ve İçecek İşletmesi	17	8,4
	Diğer	13	6,4
	Toplam	203	100,0

Tablo 1'deki bulgulara göre, katılımcıların %55,7'sini erkek, %97,0'sini bekâr, %95,6'sını 18-24 yaş grubu, %55,2'sini ön lisans mezunları %92,6'sı 1-6 yıl arası iş deneyimine sahip iken %61,6'sını ise konaklama işletmesi çalışanları oluşturmaktadır.

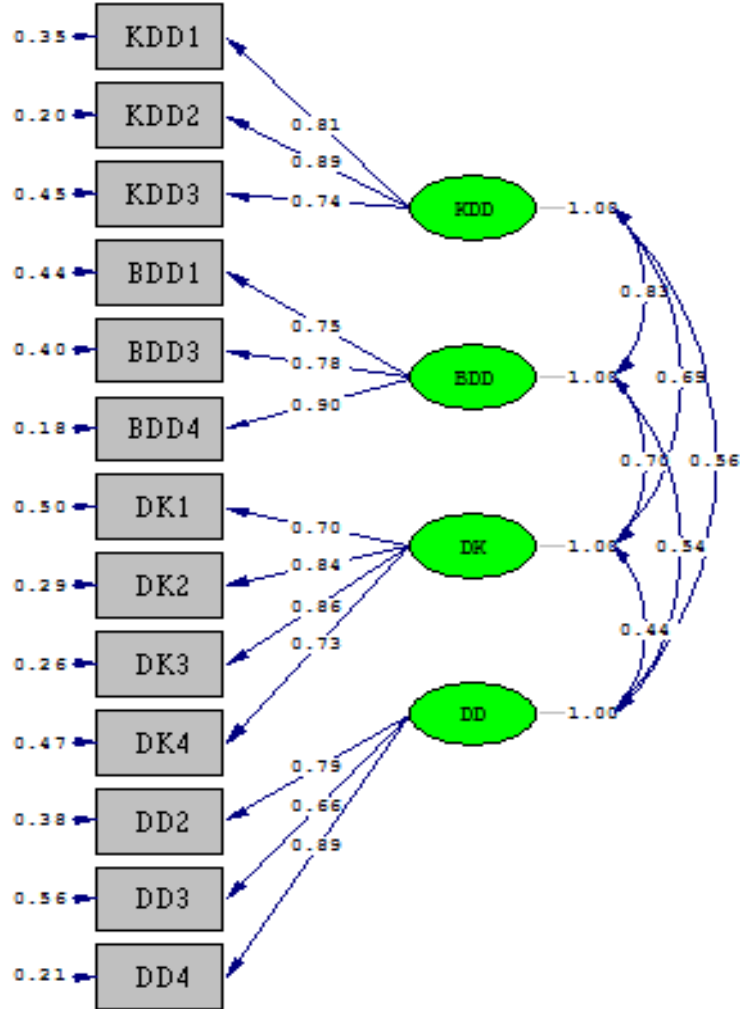
4.1. Ölçeklerin Geçerlilik ve Güvenilirlik Analizi

Ölçeklerin güvenilirliğini ölçmek için Cronbach alpha değerleri hesaplanmıştır. Cronbach alpha ölçeğin içerdiği maddelerin birbiriyle ne ölçüde tutarlı olduğu ve arka planda gizli, hipotetik değişkeni ne ölçüde temsil ettiği hakkında bilgi verir ve alpha değerinin esas işlevi iç tutarlılığı saptamasıdır (Çakmur, 2012). “Duygusal Zekâ” ölçeğinin alpha değeri, 0,90, “Motivasyon” ölçeği için alpha değeri 0,92 çıkmıştır. Bu güvenilirlik değerlerinin kabul edilebilir yüksek değerler sınırı içerisinde olduğunu söylemek mümkündür. Bu da araştırmada kullanılan ölçeklerin güvenilirlik ve geçerlilik kıstaslarını karşıladığını göstermektedir.

Araştırmada çalışanların duygusal zekâ algılamaları ve motivasyonları ile ilgili faktörleri ortaya çıkarmak ve yapı geçerliliğini kontrol etmek amacıyla Doğrulayıcı Faktör Analizi (DFA) yapılmıştır. 0,50'den düşük faktör yüklerine sahip değişkenler analizden çıkartılmıştır. Doğrulayıcı Faktör Analizi (DFA) ile “Duygusal Zekâ Ölçeği” üzerinde her alt boyutu içeren ölçüm modellerinin anlamlı olup olmadığı LISREL 8.72 paket programı ile araştırılmıştır. Duygusal zekâ ölçeği üzerinde bazı nedensel ilişkiler anlamlı bulunmamıştır, anlamsız bulunan ilişkiler ve χ^2 değerini yükselten 3 madde modelden çıkartıldığında bulunan ikinci model kabul edilebilir uyum ölçüleri sınırları içerisinde gelmektedir. Sonuç olarak Duygusal Zekâ Ölçeği 13 maddeye indirilmiştir. Araştırma örnekleminin yeterliliği değerlendirildiğinde YEM'de “kritik N” (Critical N-CN) değeri model uygunluğunun ötesinde örneklem sayısının yeterliliğini değerlendirmekte kullanılmaktadır (Jöreskog ve Sörbom, 1996). Ölçüm modeli için kritik N değeri 129,76 olarak hesaplanmıştır. Bu değer araştırmada kullanılan 203 kişilik örneklemin yeterli olduğunu göstermektedir.

Şekil 2'de araştırma modelinin uygunluğuna ilişkin ki kare değeri 135,80 (sd:59;p<0,000) ve (χ^2 / sd) 2,30 olarak hesaplanmıştır. Şekil 3'deki araştırmada motivasyon modelinin uygunluğuna ilişkin ki kare değeri 133,35 (sd:64;p<0,000) ve (χ^2/sd) ise 2,08 olarak hesaplanmıştır. Şekil 2'de duygusal zekâ modelinde (χ^2 / sd) 2,30 ve şekil 3'de motivasyon modelinde (χ^2/sd) 2,08 olarak bulunmuştur. Her iki modeldeki bu değerler “Kabul edilebilir uyum” ($2 \leq \chi^2 / sd \leq 5$) sınırları içerisinde yer almaktadır. Yapısal eşitlik modellemesinde

model uyumu için hesaplanan ki kare değeri, örneklem hacminin büyüklüğünden ve değişken sayısından etkilenecek yanlış kararlar vermeye sebep olabileceğinden, bu değer yerine, (χ^2 / sd) ölçütüne bakılarak karar verilir (Hair vd., 2009; Jöreskog ve Sörbom, 1996; Schermelleh-Engel, Moosbrugger, 2003; Raykov ve Marcoulides, 2006).



Chi-Square=135.80, df=59, P-value=0.00000, RMSEA=0.080

Uyum Değerleri: $\chi^2=334.46$ (sd=84, $p<0,00000$); $\chi^2 / sd= 2.30$; RMSEA=0.080; NFI=0.96; NNFI=0.97; CFI=0.98; GFI=0.91; AGFI=0.86

Şekil 2: Katılımcıların Duygusal Zekâ Algıları Üzerine Doğrulayıcı Faktör Analizinin Ölçüm Modeli Path Diyagramı (LISREL V 8.72 Çıktısı)

“Duygusal Zekâ” ölçeği üzerine yapılan DFA sonuçlarında Tablo 2’de gözlenen değişkenler ile ilgili olduğu gizil değişkenler arasındaki korelasyonlar sınanmıştır. “Kendi Duygularını Değerlendirme” gizil değişkenini en çok KDD2 gözlenen değişkeni tarafından (0.89^2) $R^2=0.80$ ile açıklandığı görülmektedir. “Başkalarının Duygularını Değerlendirme” faktörünü en çok BDD4 gözlenen değişkeni tarafından (0.90^2) $R^2=0.82$, “Duyguların Kullanılması” gizil değişkenini en çok DK3 (0.86^2) $R^2=0.74$ ve “Duyguların Düzenlenmesi” faktörünü ise en fazla DD4 (0.89^2) $R^2=0.79$ gözlenen değişkenleri tarafından açıklandığı görülmektedir.

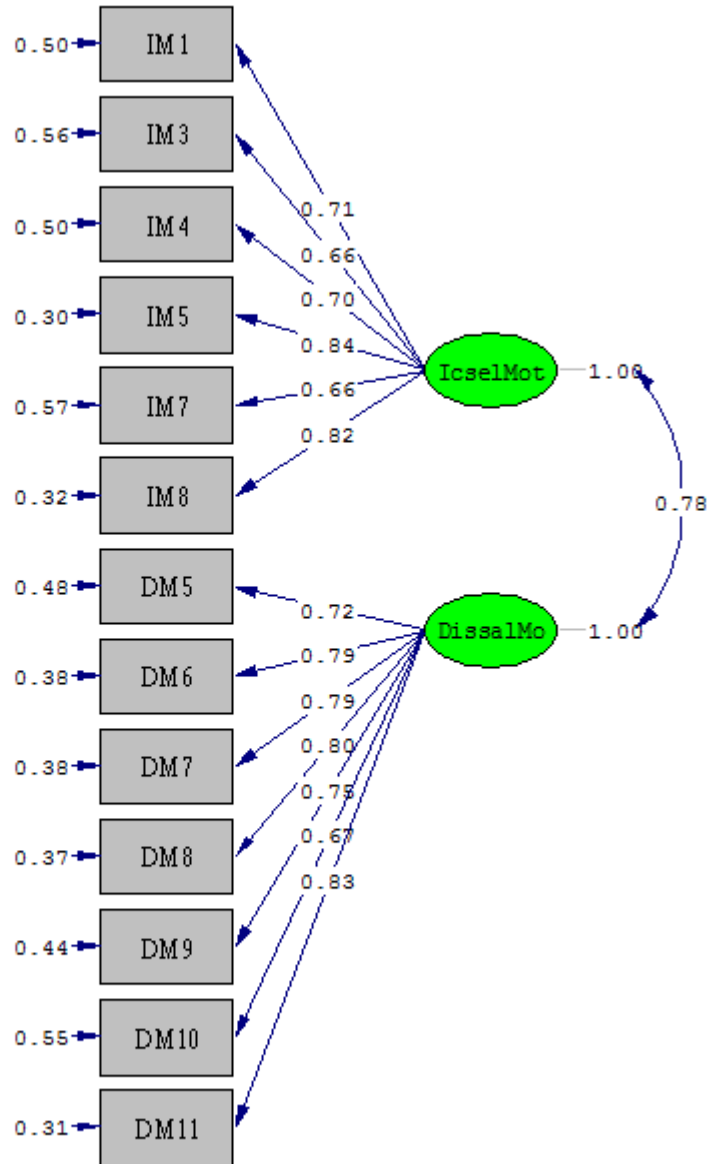
Tablo 2: Duygusal Zekâ Üzerine Yapılan DFA Ölçüm Modeli Sonuçları

Faktörler/Maddeler	CA	t-Değeri	Std. Yük.	R ²	CR	AVE
Kendi Duygularını Değerlendirme (KDD) $\bar{X}=4,08$	0.85				0.86	0.67
KDD1. Duygularımı anlama konusunda iyiyim.		13.35**	0.81	0.65		
KDD2. Gerçekten ne hissettiğimi anlarım.		15.59**	0.89	0.80		
KDD3. Hissettiğim duyguların sebebinin farkındayım.		11.83**	0.74	0.55		
Başkalarının Duygularını Değerlendirme (BDD) $\bar{X}=3,99$	0.84				0,84	0,64
BDD1. Başkalarının duyguları konusunda iyi bir gözlemciyim.		12.08**	0.75	0.56		
BDD3. Başkalarının duyguları ve hislerine karşı duyarlıyım.		12.64**	0.78	0.60		
BDD4. Arkadaşlarımın duygularını, onların davranışlarından anlarım.		15.87**	0.90	0.82		
Duyguların Kullanılması (DK) $\bar{X}=3,83$	0.85				0,87	0,62
DK1. Kendime daima yetenekli bir kişi olduğumu söylerim.		11.00**	0.70	0.50		
DK2. Kendini motive edebilen bir kişiyim.		14.18**	0.84	0.71		
DK3. En iyisini yapabilmek için kendimi daima cesaretlendiririm.		14.73**	0.86	0.74		
DK4. Daima kendi amaçlarımı belirlerim, onlara ulaşmak için en iyisini yapmaya çalışırım.		11.56**	0.73	0.53		
Duyguların Düzenlenmesi (DD) $\bar{X}=3,44$	0.82				0,83	0,62
DD2. Öfkemi kontrol edebilirim ve zorlukları rasyonel bir şekilde ele alırım.		12.39**	0.79	0.62		
DD3. Çok kızgın olduğum zamanlarda, her zaman çabucak sakinleşirim.		9.93**	0.66	0.44		
DD4. Duygularımı kontrolde iyiyim.		14.47**	0.89	0.79		

**p<.01(t >2,58), * p<.05(t >1,96) ; AD: Anlamlı Değil

CA: Cronbach Alpha Değeri; CR: Yapı Güvenilirliği; AVE: Açıklanan Varyans

Motivasyon ölçeği üzerinde bazı nedensel ilişkiler anlamlı bulunmamıştır, anlamsız bulunan ilişkiler ve χ^2 değerini yükselten 11 madde modelden çıkartıldığında bulunan ikinci model kabul edilebilir uyum ölçüleri sınırları içerisine gelmektedir. Sonuç olarak motivasyon ölçeği 2 boyut altında 13 maddeye indirilmiştir.



Chi-Square=133.35, df=64, P-value=0.00000, RMSEA=0.073

Uyum Değerleri: $\chi^2=133.35$ (sd=64, $p<0,00000$); $\chi^2 / \text{sd}= 2.08$; RMSEA=0.073; NFI=0.96; NNFI=0.98; CFI=0.98; GFI=0.91; AGFI=0.87

Şekil 3: Katılımcıların Motivasyonları Üzerine Doğrulayıcı Faktör Analizinin Ölçüm Modeli Path Diyagramı (LISREL V 8.72 Çıktısı)

“Motivasyon” ölçeği üzerine yapılan DFA sonuçlarında Şekil 3’de gözlenen değişkenler ile ilgili olduğu gizil değişkenler arasındaki korelasyonlar sınanmıştır. “İçsel Motivasyon” gizil değişkenini en çok “*IM5. işimi tam anlamıyla yapabilecek yetkiye sahip olmam, işimi isteyerek yapmama neden oluyor*” gözlenen değişkeni tarafından (0.84^2) $R^2=0.70$ ile açıklandığı görülmektedir. “Dışsal Motivasyon” faktörünü en çok “*DM11. Başarımdan dolayı ekstra ücret ödenmesi çalışma isteğimi arttırıyor*” gözlenen değişkeni tarafından (0.83^2) $R^2=0.69$ gözlenen değişkeni tarafından açıklandığı görülmektedir.

Tablo 3: Motivasyon Üzerine Yapılan DFA Ölçüm Modeli Sonuçları

Faktörler/Maddeler	CA	t-Değeri	Std. Yük.	R ²	CR	AVE
İçsel Motivasyon (IM) $\bar{X}=4,01$	0.87				0.88	0.54
IM1. Yaptığım işte başarılı olduğumu düşünüyorum.		11.17**	0.71	0.50		
IM3. İş arkadaşlarımdan tavır ve davranışları beni onurlandırıyor.		10.18**	0.66	0.44		
IM4. İşimin yapılmaya değer bir iş olduğuna inanıyorum.		11.07**	0.70	0.50		
IM5. İşimi tam anlamıyla yapabilecek yetkiye sahip olmam, işimi isteyerek yapmama neden oluyor		14.23**	0.84	0.70		
IM7. Kendimi kurumun önemli bir çalışanı olarak görüyorum.		10.14**	0.66	0.43		
IM8. Yaptığım işle ilgili konularda karar verebilmem beni mutlu ediyor.		13.82**	0.82	0.68		
Dışsal Motivasyon (dM) $\bar{X}=4,05$	0.90				0,91	0,58
DM5. Çalışanlarla iyi ilişkiler içinde olmam işe keyifle gelmemi sağlıyor		11.60**	0.72	0.52		
DM6. Konularında uzman olan kişilerden toplantı, seminer, konferans vb. faaliyetlerle eğitim almam etkililiğimi artırıyor.		13.08**	0.79	0.62		
DM7. Çalıştığım kurumun ileriki yıllarda şu anki durumundan daha iyi olacağına inanıyorum.		13.09**	0.79	0.62		
DM8. Yöneticimle ilişkilerimin iyi olması işe isteyerek gelmeme neden oluyor.		13.29**	0.80	0.63		
DM9. İşimde terfi imkânının olması çalışma isteğimi artırıyor.		12.18**	0.75	0.56		
DM10. Yöneticimin iş arkadaşlarımla ve müşterilerle olan anlaşmazlıklarımı çözmekte verdiği destek beni rahatlatıyor		10.49**	0.61	0.45		
DM11. Başarımdan dolayı ekstra ücret ödenmesi çalışma isteğimi artırıyor		14.11**	0.83	0.69		

**p<.01(t >2,58), * p<.05(t >1,96) ; AD: Anlamlı Değil

CA: Cronbach Alpha Değeri; CR: Yapı Güvenilirliği; AVE: Açıklanan Varyans

Tablo 4'te asteriks (**) ile işaretlenen rakamlar %1 önem seviyesinde değişkenler arasında korelasyon olduğunu gösterir. Buna göre duygusal zekâ ve motivasyon boyutları arasında pozitif anlamda anlamlı bir ilişkinin olduğu görülmektedir. Yani turizm öğrencilerinin duygusal zekâ düzeyleri arttıkça motivasyonlarına olumlu yansıtacağı tespit edilmiştir. Katılımcıların duygusal zekâ ile motivasyonları arasında (0,665) ile orta düzeyde pozitif bir korelasyon olduğu görülmektedir. Duygusal zekânın kendi alt boyutları olan Kendi Duygularını Değerlendirme (KDD) (0,849), Başkalarının Duygularını Değerlendirme (BDD) (0,862), Duyguların Kullanılması (DK) (803) ve Duyguların Düzenlenmesi (DD) (0,713) ile yüksek düzeyde pozitif bir korelasyon olduğu belirlenmiştir. Duygusal zekânın motivasyonun temel boyutları ile olan ilişkisinde, İçsel Motivasyon (0,714) ile yüksek, dışsal motivasyon (0,515) ile orta düzeyde pozitif bir korelasyona sahip olduğu belirlenmiştir. Motivasyon ise kendi temel alt boyutlarından İçsel Motivasyon (0,914) ve Dışsal Motivasyon (0,925) ile çok yüksek pozitif bir korelasyon olduğu görülmektedir.

Tablo 4: Duygusal Zekâ ve Motivasyon Boyutlarına Yönelik Çoklu Korelasyon Analizi

Boyutlar	\bar{X}	s.s.	Duygusal Zekâ	Motivasyon	K.D.D.	B.D.D.	D.K.	D.D.	İçsel Motiv.	Dışsal Motiv.
Duy. Zekâ	3,84	0,76	1	,665**	,849**	,862**	,803**	,713**	,714**	,515**
Motivasyon	4,03	0,77		1	,620**	,629**	,526**	,382**	,914**	,925**
K.D.D.	4,08	0,90			1	,723**	,616**	,431**	,720**	,430**
B.D.D.	3,99	0,93				1	,627**	,449**	,678**	,486**
D.K.	3,83	0,94					1	,364**	,591**	,383**
D.D.	3,44	1,03						1	,338**	,364**
İçsel Motiv.	4,01	0,81							1	,690**
Dışsal Motiv.	4,05	0,86								1

** Korelasyon ($p < 0,01$) önem seviyesinde.

Tablo 5’de belirtilen bağımlı değişken motivasyon ve duygusal zekâ bağımsız değişkeninin oluşturduğu modelin **anlamli pozitif yönde orta düzeyde bir ilişki** olduğu ($F=159,067$, $P < 0,000$) tespit edilmiştir. Ayrıca belirlilik (determinasyon) katsayısı (r^2) 0,442 olarak hesaplanmış olup, öğrencilerin işyerinde duygusal zekâ algılamalarının motivasyonları üzerinde değişiminin %44,2’sini açıklamaktadır. Basit doğrusal regresyon modelin motivasyon $Y = 1,47 + 0,668X$ şeklinde açıklanabilmektedir. Bu durumda **H1 hipotezi kabul** edilmiştir.

Tablo 5: Duygusal Zekânın Katılımcıların Motivasyonlarına ve Alt Boyutlarına Etkisine Yönelik Regresyon Analizi

	Standart. Beta	R ²	R ² değişim	F-test	p-Değeri	t-testi	P
Motivasyon		0,442	0,439	159,067	0,000		
Duygusal Zekâ	0,668					12,612	0,000
İçsel Motivasyon		0,510	0,507	208,811	0,000		
Duygusal Zekâ	0,755					14,450	0,000
Dışsal Motivasyon		0,265	0,261	72,507	0,000		
Duygusal Zekâ	0,581					8,515	0,000

Tablo 5’de bağımlı değişken içsel motivasyon ve duygusal zekâ bağımsız değişkeninin oluşturduğu model **anlamli pozitif yönde orta düzeyde bir ilişki** olduğu ($F=208,811$, $P < 0,000$) tespit edilmiştir. Ayrıca belirlilik (determinasyon) katsayısı (r^2) 0,510 olarak hesaplanmış olup, öğrencilerin işyerinde duygusal zekâ algılamalarının içsel motivasyonları üzerinde değişiminin %51’ini açıklamaktadır. Basit doğrusal regresyon modelin içsel motivasyon $Y = 1,117 + 0,755X$ şeklinde açıklanabilmektedir. Bu durumda **H2 hipotezi kabul** edilmiştir.

Tablo 5’de bağımlı değişken dışsal motivasyon ve duygusal zekâ bağımsız değişkeninin oluşturduğu model **anlamli pozitif yönde zayıf düzeyde bir ilişki** olduğu ($F=72,507$, $P < 0,000$) tespit edilmiştir. Ayrıca belirlilik (determinasyon) katsayısı (r^2) 0,265 olarak hesaplanmış olup, öğrencilerin işyerinde duygusal zekâ algılamalarının dışsal motivasyonları üzerinde değişiminin %26’sını açıklamaktadır. Basit doğrusal regresyon

modelin dışsal motivasyon $Y= 1,824 + 0,581X$ şeklinde açıklanabilmektedir. Bu durumda H3 hipotezi kabul edilmiştir.

5. SONUÇ VE ÖNERİLER

Duygusal zekâ ile ilgili ulusal yayın ve araştırmalar çerçevesinde yapılan literatür incelemesinde, duygusal zekâ ile motivasyon arasındaki ilişkinin incelenmesine yönelik ülkemizde bu kapsamda yapılan yayınların sınırlı sayıda olduğu tespit edilmiş olup özellikle turizm sektöründe duygusal zekâ ve motivasyon arasındaki ilişkinin incelendiği bir çalışmaya rastlanmamıştır. Yapılan bu çalışmayla literatürdeki eksikliğin giderilmesine yönelik önemli katkının sağlanacağı düşünülmektedir. Yapılan araştırmayla Turizm Programı'nda öğrenim görmekte olan ve aynı zamanda turizm sektörü çalışanı olan kişilerin duygusal zekâ ve motivasyon düzeyleri arasındaki ilişkinin belirlenmesi ve bu değişkenlerin birbirleri üzerindeki etkilerinin tespit edilmesi amaçlanmıştır. Yapılan analizler sonucunda duygusal zekâ ile katılımcıların motivasyonları arasında orta düzeyde ($r=0,665$), içsel motivasyon ($r=0,714$) ile yüksek, dışsal motivasyon (0,515) ile orta düzeyde pozitif yönlü istatistik önemde bir ilişkinin olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca duygusal zekânın genel motivasyon, içsel ve dışsal motivasyon üzerinde etkili olduğu ve genel motivasyonun %44'ünü, içsel motivasyonun %51'ini, dışsal motivasyonun ise % 26,5'ini açıkladığı belirlenmiş olup H1, H2 ve H3 hipotezleri kabul edilmiştir. Bu kapsamda elde edilen sonuçlar aşağıda belirtilen araştırma sonuçlarıyla benzerlik göstermektedir. Canbay (2016) tarafından hazırlanan yüksek lisans tezinde öğrencilerin duygusal zekâları ile akademik motivasyonları arasında ilişki bulunmuştur. Ateş (2014) tarafından ilköğretim kurumlarında görev yapan öğretmenler üzerinde yapılan yüksek lisans tezinde de çalışmada öğretmenlerin duygusal zekâları ile motivasyonları arasında pozitif ilişki olduğu tespit edilmiştir. Akbolat ve Işık (2012) tarafından sağlık çalışanları üzerinde yapılan çalışmada da duygusal zekâ ile motivasyon arasında pozitif yönde ilişki olduğu ve duygusal zekânın motivasyonu etkilediği ortaya konulmuştur (s:109). Uslu, Kartal ve Durukan (2018) tarafından çağrı merkezi çalışanları üzerinde yapılan çalışmada da duygusal zekâ ile motivasyon arasında ilişki olduğu (s:412) belirlenmiştir.

Çalışmada duygusal zekânın genel motivasyon düzeyinde ve içsel, dışsal motivasyon üzerinde önemli derecede etkili olduğu tespit edilmiş iş görenlerin (öğrencilerin) duygusal zekâlarının geliştirilmesine yönelik faaliyetlerin hayata geçirilmesi büyük önem taşımaktadır. Duygusal zekânın bilişsel zekâ gibi doğuştan değil de sonradan geliştirilebilen bir zekâ olduğu kabul edilmektedir (Cooper, 1997: 39; Deutschendorf, 2009: 9). Dolayısıyla duygusal zekânın geliştirilmesine yönelik olarak empati, öz-farkındalık, duygularını kontrol etme, kişilerarası ilişkiler konularında eğitim faaliyetlerini kapsayan duygusal okuryazarlık olarak adlandırılan eğitim programlarının hayata geçirilmesi büyük önem taşımaktadır. (Kandemir ve Dündar, 2008: 89). Ayrıca bir başkasının davranışlarının gözlemlenmesi ile yeni bilgiler kazanılmasını hedefleyen gözlemsel öğrenmesinin sağlanması, duygularının farkında olması, güçlü ve güçsüz yanlarının bilinmesi, duyguları üzerinde denetiminin artmasını sağlayacak sosyo-duygusal eğitimlerin verilmesi de duygusal zekânın gelişimine katkı sağlayacak faaliyetler içerisinde değerlendirilebilir (Eisenberg ve Strayer, 1990: 396). Bu kapsamda özellikle Turizm programlarında bu konuları içine alan derslerin eklenmesi ve sayısının artırılması öğrencilerin duygusal zekâlarının geliştirilmesi açısından büyük yararlar sağlayabilecektir. Diğer taraftan turizm sektörü bünyesinde faaliyet göstermekte olan firmalar da bu konularda çalışanlarına yukarıda ifade edilen eğitim faaliyetleri düzenleyerek fiilli olarak çalışanlarına uygulamalıdır. Ancak bu faaliyetlerin kısa süreli olarak değil de uzun vadeli bakış açısı ile periyodik olarak tekrarlanması arzulanan faydaya ulaşılmasında yararlı olabilecektir.

KAYNAKÇA

- Akbolat, M. & Işık, O. (2012). Sağlık çalışanlarının duygusal zekâ düzeylerinin motivasyonlarına etkisi. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 1(32), 109-124.
- Akerjordet, K. & Severinsson, E. (2004). Emotional intelligence in mental health nurses talking about practice. *International Journal of Mental Health Nursing*, 13(3), 164-170.
- Aksu, G., Eser, M. T., & Güzeller, C. O. (2017). Açımlayıcı ve doğrulayıcı faktör analizi ile yapısal eşitlik modeli uygulamaları. *Detay yayıncılık, Ankara*.
- Altunışık R. & Coşkun R., Bayraktaroğlu, S. & Yıldırım, E. (2005). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri*. Adapazarı: Sakarya Kitabevi.
- Aslan, Ş., & Güzel, Ş. (2018). Duygusal Zekâ, Problem Odaklı Stresle Başa Çıkma, İyileşme ve Duygusal Tükenme İlişkileri. *Journal of Administrative Sciences/Yonetim Bilimleri Dergisi*, 16(31).
- Ateş, Ö.T. (2014). *İlköğretim kurumlarında görev yapan öğretmenlerin duygusal zekâ, motivasyon ve örgütsel bağlılıkları arasındaki ilişki*. Gazi Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü.
- Canbay, F. (2016). *Türkiye’de bir üniversitede üniversitedeki İngiliz dil eğitimi öğrencilerinin akademik motivasyon ile duygusal zekâ düzeyleri arasındaki ilişkinin incelenmesi*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Çağ Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Caruso, D. R. & Salovey, P. (2004). The emotionally intelligent manager: How to develop and use the four key emotional skills of leadership. San Francisco: Jossey- Bass.
- Cherniss, C. & Goleman, D. (2001). The emotionally intelligent workplace. How to select for, measure and improve emotional intelligence in individuals, groups and organisations. San Francisco: Jossey- Bass.
- Clarke, N. (2006). Emotional intelligence training: A case of caveat emptor. *Human Resource Development Review*, 5(4), 422-441.
- Cooper, R. K. (1997). Applying emotional intelligence in the workplace. *Training & development*, 51(12), 31-39.
- Coşkun, N. (2010). *Türkiye’de turizm politikaları ve turizm sektörü üzerindeki etkileri*. Yayınlanmamış Uzmanlık Tezi. Kültür ve Turizm Bakanlığı / Kütüphaneler ve Yayımlar Genel Müdürlüğü, Ankara.
- Çakmur, H. (2012). Araştırmalarda Ölçme- Güvenilirlik-Geçerlilik. *TAF Preventive Medicine Bulletin*, 11 (3), 339-344.
- Çetinkaya, Ö. & Alparslan, A. (2011). Duygusal zekânın iletişim becerileri üzerine etkisi: Üniversite öğrencileri üzerinde bir araştırma. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 16(1). 363-377.
- Çimat, A. & Bahar, O. (2003). Turizm Sektörünün Türkiye Ekonomisi İçindeki Yeri ve Önemi Üzerine Bir Değerlendirme, *Akdeniz İ.İ.B.F.Dergisi*, (6), 1-18.
- Çolakoglu, T. & Örnek, A.Ş. (2016). Üstlerin sahip olduğu duygusal zekâ yetilerinin, astlar tarafından algılanması ve astların motivasyonları üzerinde etkisi: ÇOMÜ öğretim elemanları ve öğrencileri örneği. *Yönetim Bilimleri Dergisi*, 14 (27), 605-642.
- Deci, E. & Ryan, R. M. (1985). *Intrinsic motivation and self-determination in human behavior*. Springer Science & Business, New York: Media.Plenum Press.
- Deutschendorf, H. (2009). *The other kind of smart: Simple ways to boost your emotional intelligence for greater personal effectiveness and success*. NY: Amacom.
- Doğan, S. & Demiral, Ö. (2007). Kurumların başarısında duygusal zekânın rolü ve önemi. *Yönetim ve Ekonomi: Celal Bayar Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 14(1), 209-230.

- Doğan, S. & Şahin, F. (2007). Duygusal zekâ: tarihsel gelişimi ve örgütler için önemine kavramsal bir bakış. *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 16(1), 231-252.
- Dündar, S., Özutku, H. & Taşpınar, F. (2007). İçsel ve dışsal motivasyon araçlarının iş görenlerin motivasyonu üzerindeki etkisi: Ampirik bir inceleme. *Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, 2, 105-119.
- Eisenberg, N., Strayer, J. (Eds.). (1990). *Empathy and its development*. NY: Cambridge University Press.
- Emmerling, R. J., Shanwal, V. K., & Mandal, M. K. (Eds.). (2008). *Emotional intelligence: Theoretical and cultural perspectives*. New York: Nova Publishers.
- Feyerherm, A. E., & Rice, C. L. (2002). Emotional intelligence and team performance: The good, the bad and the ugly. *The International Journal of Organizational Analysis*, 10(4), 343-362.
- Gagné, M. & Deci, E. L. (2005). Self- determination theory and work motivation. *Journal of Organizational behavior*, 26(4), 331-362.
- Googlescholar, (2018). 2013-2018 Motivasyon ile ilgili yayınlar. Erişim Tarihi: 05.01.2019, https://scholar.google.com.tr/scholar?start=990&q=motivasyon&hl=tr&as_sdt=0,5&as_ylo=2013&as_yhi=2018
- Googlescholar, (2018). 2013-2018 Motivasyon ile ilgili yayınlar. Erişim Tarihi:05.01.2019, https://scholar.google.com.tr/scholar?hl=tr&as_sdt=0%2C5&as_ylo=2013&as_yhi=2018&q=motivation&oq=motivation
- Hair, J.F., Black, W.C., Babin, B.J. & Anderson, R.E. (2009). *Multivariate Data Analysis A Global Perspective*. (7th ed.), Upper Saddle River, NJ: Prentice-Hall.
- Hırlak, B., Taşlıyan, M., Fidan, E. & Gül, H. (2017). Duygusal zekânın iş performansı ve bazı demografik özellikler ile ilişkisi: Kahramanmaraş'ta üretim sektöründe bir uygulama. *Kesit Akademi Dergisi*, 3 (9), 108-130.
- Kalkan, V. D. (2018). Kapsamlı Zekâ Modelleri: Yönetim İhtiyaçları Çerçevesinde Bir Değerlendirme. *Journal of Current Researches on Social Sciences*, 8(1), 235-244.
- Kandemir, M. & Dündar, H. (2008). Duygusal okuryazarlık ve duygusal okuryazar öğrenme ortamları. *Sakarya Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, (16), 83-89.
- Kaya, F., & Birol, Z. N. (2018). The Mediator Role of Emotional Intelligence in the Relationship Between Perfectionism and Loneliness Levels of University Students. *Kastamonu Education Journal*, 26(6), 1793-1802.
- Kotler, P., Bowen, J.T. & Makens, J.C.(2006). *Marketing for hospitality and Tourism*, New Jersey: Pearson Education International.
- Kozak, N., Kozak, M.A. & Kozak, M. (2008). *Genel Turizm İlkeler-Kavramlar*, Ankara: Detay Yayıncılık.
- Küçüközkan, Y. (2016). Liderlik ve Motivasyon Teorileri: Kuramsal Bir Çerçeve| Leadership and Motivation Theories: A Theoretical Framework. *Uluslararası Akademik Yönetim Bilimleri Dergisi*, 1(2). 86-115.
- Mandell, B. & Pherwani, S. (2003). Relationship between emotional intelligence and transformational leadership style: A gender comparison. *Journal of Business and Psychology*, 17(3), 387-404.
- Mayer, J. D., Caruso, D. R. & Salovey, P. (1999). Emotional intelligence meets traditional standards for an intelligence. *Intelligence*, 27(4), 267-298.
- Mayer, J. D., Salovey, P., & Caruso, D. R. (2000). *Models of emotional intelligence*. In R. J. Sternberg (Ed.), *Handbook of intelligence* (pp. 396 – 420). Cambridge, England: Cambridge University Press
- Mayer, J. D., Salovey, P. & Caruso, D. R. (2004). Emotional intelligence: Theory, findings, and implications". *Psychological inquiry*, 15(3), 197-215.

- Mayer, J. D., Salovey, P. & Caruso, D. R. (2008). Emotional intelligence: New ability or eclectic traits?. *American psychologist*, 63(6), 503-517.
- Mencik, Y. (2017). *Lise öğrencilerinin duygusal zekâ ile akademik başarılarının bazı demografik değişkenlere göre incelenmesi*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Nişantaşı Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Mustafayeva, S., & Ustun, F. (2018). Çalışanların Duygusal Zekâ Becerilerinin İş Yaşam Kalitesi Algıları Üzerine Etkisi: Türkiye ve Azerbaycan Örneği. *Business & Economics Research Journal*, 9(3), 665-680.
- Mersin Üniversitesi (2018). Öğrenci sayıları. Erişim tarihi 20.03.2018, <http://www.mersin.edu.tr/idari/ogrenci-isleri-daire-baskanligi/pano>.
- Nelis, D., Quoidbach, J., Mikolajczak, M. & Hansenne, M. (2009). Increasing emotional intelligence:(How) is it possible?. *Personality and individual differences*, 47(1), 36-41.
- Jöreskog, K.G. & Sörbom, D. (1996). *LISREL 8: User's Reference Guide*. Chicago: Scientific Software International.
- Özdaşlı, K. & Akman, H. (2012). İçsel ve dışsal motivasyonda cinsiyet ve örgütsel statü farklılaşması: Türk telekomünikasyon aş çalışanları üzerinde bir araştırma. *Visionary E-Journal/Vizyoner Dergisi*, 4(7), 73-81.
- Özdemir, A. Y. & Özdemir, A. (2007). Duygusal zekâ ve çatışma yönetimi stratejileri arasındaki ilişkilerin incelenmesi: üniversitede çalışan akademik ve idari personel üzerine uygulama. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (18), 393-410.
- Pekaar, K. A., Bakker, A. B., van der Linden, D., & Born, M. P. (2018). Self-and other-focused emotional intelligence: Development and validation of the Rotterdam Emotional Intelligence Scale (REIS). *Personality and Individual Differences*, 120, 222-233.
- Pelletier, L. G., Tuson, K. M., Fortier, M. S., Vallerand, R. J., Briere, N. M., & Blais, M. R. (1995). Toward a new measure of intrinsic motivation, extrinsic motivation, and amotivation in sports: The Sport Motivation Scale (SMS). *Journal of sport and Exercise Psychology*, 17(1), 35-53.
- Polat, S. (2010). *Okul öncesi yöneticilerinin kullandıkları yönetsel güç kaynaklarına ilişkin öğretmen algıları ile öğretmen motivasyonu arasındaki ilişki*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Yeditepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Raykov, T., Marcoulides, G.A. (2006). *A First Course In Structural Equation Modeling*, Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- Reiss, S. (2012). Intrinsic and extrinsic motivation. *Teaching of Psychology*, 39(2), 152-156.
- Roscoe, J.T. (1975). *Fundamental research statistics for the behavioural sciences*. New York:Holt Rinehart and Winston.
- Robbins, S. P. & Butler, M. C. (1998). *Organizational behavior: concepts, controversies, applications*. Grundwerk: Prentice-Hall.
- Ryan, R. M. & Deci, E. L. (2000). Intrinsic and extrinsic motivations: Classic definitions and new directions. *Contemporary Educational Psychology*, 25(1), 54-67.
- Salovey, P., & Mayer, J. D. (1990). Emotional intelligence. *Imagination, cognition and personality*, 9(3), 185-211.
- Sarı, E. (2017). *Zekâ Kavramı: Zekânın gelişmesi, beynin ve sinir sisteminin olgunlaşmasına dayanır*. Antalya: Noktaekitap.
- Singh, J. (1998). Striking a balance in boundary-spanning positions: An investigation of some unconventional influences of role stressors and job characteristics on job outcomes of salespeople. *Journal of Marketing*, 62(3), 69-86.

- Schermelleh-Engel, K. & Moosbrugger, H. (2003). Evaluating the fit of structural equation models: tests of significance and descriptive goodness-of-fit measures. *Methods of Psychological Research Online*, 8 (2), 23-74.
- Sekaran, U. (2003). *Research methods for business*. New York: John Wiley High Education Press.
- Seker, S. E. (2015). *Motivasyon teorisi* (Motivation Theory). YBS Ansiklopedi, 2(1), 22-26.
- Şit, M. (2016). Türkiye’de Turizm Sektörünün İstihdama Katkısı, *Akademik Yaklaşımlar Dergisi*, 7 (1), 101-117.
- Töremen, F. & Çankaya, İ. (2008). Yönetimde etkili bir yaklaşım: Duygu yönetimi. *Kuramsal Eğitim Bilim Dergisi*, 1(1), 33-47.
- Troth, A. C., Lawrence, S. A., Jordan, P. J., & Ashkanasy, N. M. (2018). Interpersonal emotion regulation in the workplace: a conceptual and operational review and future research Agenda. *International Journal of Management Reviews*, 20(2), 523-543.
- Tuğrul, C. (1999). Duygusal zekâ. *Klinik Psikiyatri*, 1, 12-20.
- Turofed,(2014). Turizm Raporu, İstanbul. Erişim Tarihi: 04.01.2019, <https://www.turizmuncel.com/haber/turofed-turizm-raporu-yayimlandi-iste-turizmin-durumu-ve-beklentiler-h20379.html>
- Tutar, E. & Tutar, F. (2004). *Turizm, Ekonomi, Türkiye ve OECD*. Eskişehir: Seçkin Yayıncılık.
- Türsab (2018). Turist sayısı ve turizm geliri. Erişim Tarihi: 20.04.2018, https://www.tursab.org.tr/tr/turizm-verileri/istatistikler/turist-sayisi-ve-turizm-geliri/2003-2017-gelirsayi-ve-ortalama-harcama_68.html.
- Uslu, E., Kartal, C. & Durukan, T. (2018). Doğrudan pazarlamada duygusal zekâ, performans algısı, motivasyon ilişkisi. *Uluslararası Sağlık Yönetimi ve Stratejileri Araştırma Dergisi*, 4(1), 412-426.
- Verma, A., Das, D. K. & Abraham, M. (Eds.). (2012). *Global community policing: problems and challenges*. Florida: CRC Press.
- Wong, C. S. & Law, K. S. (2002). the effects of leader and follower emotional intelligence on performance and attitude: An exploratory study, *Leadership Quarterly*, 13, 243-274.
- Yazıcıoğlu, Y. & Erdoğan, S.(2004). *SPSS uygulamalı bilimsel araştırma yöntemleri*, Ankara: Detay Yayıncılık.
- Yih, J., Uusberg, A., Taxer, J. L., & Gross, J. J. (2018). Better together: a unified perspective on appraisal and emotion regulation. *Cognition and Emotion*, 1-7.
- Zeidner, M., Matthews, G. & Roberts, R. D. (2004). Emotional intelligence in the workplace: A critical review. *Applied Psychology*, 53(3), 371-399.