

T.C.
BEYKENT ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İŞLETME YÖNETİMİ ANABİLİM DALI
YÖNETİM ORGANİZASYON BİLİM DALI

**ÇALIŞANLARIN DUYGUSAL ZEKÂSİ VE ÖRGÜTSEL
VATANDAŞLIK DAVRANIŞININ ÇALIŞAN
PERFORMANSI ÜZERİNDEKİ ETKİSİ- PERAKENDE
SEKTÖRÜNDE DENEYSSEL BİR UYGULAMA**

Yüksek Lisans Tezi

Tezi Hazırlayan:
Cansu ÖZBEK

İstanbul, 2019

T.C.
BEYKENT ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İŞLETME YÖNETİMİ ANABİLİM DALI
YÖNETİM ORGANİZASYON BİLİM DALI

**ÇALIŞANLARIN DUYGUSAL ZEKÂSİ VE ÖRGÜTSEL
VATANDAŞLIK DAVRANIŞININ ÇALIŞAN
PERFORMANSI ÜZERİNDEKİ ETKİSİ- PERAKENDE
SEKTÖRÜNDE DENEYSEL BİR UYGULAMA**

Yüksek Lisans Tezi

Tezi Hazırlayan:
Cansu ÖZBEK

Öğrenci No:
150744040

Danışman:
Dr. Öğr. Üyesi Şefika Zeynep EKŞİOĞLU

İstanbul, 2019

YEMİN METNİ

Yüksek Lisans Tezi olarak sunduğum “*Çalışanların Duygusal Zekâsı ve Örgütsel Vatandaşlık Davranışının Çalışan Performansı Üzerindeki Etkisi-Perakende Sektöründe Deneysel Bir Uygulama*” başlıklı bu çalışmanın, bilimsel ahlak ve geleneklere uygun şekilde tarafımdan yazıldığını, yararlandığım eserlerin tamamının kaynaklarda gösterildiğini ve çalışmamın içinde kullanıldıkları her yerde bunlara atıf yapıldığını belirtir ve bunu onurumla doğrularım. 19/01/2019

Aday: Cansu Özbek



T.C.
BEYKENT ÜNİVERSİTESİ,
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜ
TEZLİ YÜKSEK LİSANS SINAV TUTANAĞI

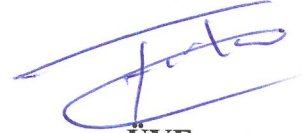
19/1/2019

Enstitümüz *İşletme Yönetimi* Anabilim Dalı *Yönetim Organizasyon* Programı yüksek lisans öğrencilerinden 150744040 numaralı *Cansu ÖZBEK*'in "*Beykent Üniversitesi Lisansüstü Eğitim – Öğretim Yönetmeliği*"nin ilgili maddesine göre hazırlayarak, Enstitümüze teslim ettiği "*Çalışanların Duygusal Zekası ve Örgütsel Vatandaşlık Davranışının Çalışan Performansı Üzerindeki Etkisi – Perakende Sektöründe Deneysel Bir Uygulama*" konulu tezini, Yönetim Kurulumuzun 15.01.2019 tarih ve 2019/03 sayılı toplantısında seçilen ve Taksim Yerleşkesinde toplanan biz jüri üyeleri huzurunda, ilgili yönetmeliğin (c) bendi gereğince (6.0) dakika süre ile aday tarafından savunulmuş ve sonuçta adayın tezi hakkında ~~oyçokluğu/oybirliği~~ ile ~~Kabul/Red~~ veya ~~Düzeltilme~~ kararı verilmiştir.

İşbu tutanak, 4 nüsha olarak hazırlanmış ve Enstitü Müdürlüğü'ne sunulmak üzere tarafımızdan düzenlenmiştir.



DANIŞMAN
Dr. Öğr. Üyesi Şefika Zeynep EKŞİOĞLU
(Beykent Üniversitesi)



ÜYE
Dr. Öğr. Üyesi Talat FİRLAR
(Beykent Üniversitesi)



ÜYE
Doç. Dr. Erkan TAŞKIRAN
(Düzce Üniversitesi)

Adı ve Soyadı : Cansu ÖZBEK
Danışmanı : Dr. Öğr. Üyesi Şefika Zeynep EKŞİOĞLU
Türü ve Tarihi : Yüksek Lisans, 2019
Alanı : Yönetim Organizasyon
Anahtar Kelimeler : Duygusal Zekâ, Örgütsel Vatandaşlık Davranışı, İş Performansı, Perakende Sektörü

ÖZ

ÇALIŞANLARIN DUYGUSAL ZEKÂSİ VE ÖRGÜTSEL VATANDAŞLIK DAVRANIŞININ ÇALIŞAN PERFORMANSI ÜZERİNDEKİ ETKİSİ- PERAKENDE SEKTÖRÜNDE DENEYSSEL BİR UYGULAMA

Hızla gelişen ve değişen perakende sektöründe şirketlerin sürdürülebilir başarı sağlamaları, rekabet avantajı kazanmaları ve bu avantajı koruyabilmeleri için duygusal zekâsı yüksek ve örgütsel vatandaşlık davranışı gösteren çalışanlar ile iş birliği içerisinde olması önem kazanmıştır. Bu çalışmanın temel amacı, perakende sektöründe faaliyet gösteren işletmeler açısından duygusal zekâsı yüksek ve örgütsel vatandaşlık davranışı sergileyen çalışanların önemini vurgulayarak bu faktörlerin çalışan performansına etkisini incelemektir. Yapılan çalışma ile perakende sektörü çalışanlarının duygusal zekâ düzeylerinin ve örgütsel vatandaşlık davranışlarının çalışan performansına olan etkisi incelenmiştir. Sektörün öncü firmalarının çalışanlarına 68 sorudan oluşan bir anket uygulanmıştır. Toplam 318 anket değerlendirmeye alınmış ve SPSS 21 programında güvenilirlikleri ve geçerlilikleri kontrol edilip faktör analizi, korelasyon analizi ve regresyon analizi yöntemleri ile incelenmiştir. Sonuç olarak, duygusal zekânın ve örgütsel vatandaşlık davranışının çalışan performansı üzerinde anlamlı ve pozitif bir etkisinin olduğu tespit edilmiştir. Böylelikle perakende sektöründe çalışan performansının artırılmasında duygusal zekânın geliştirilmesi ve örgütsel vatandaşlık davranışının oluşmasına yönelik faaliyetlerin gerçekleştirilmesinin çok önem arz ettiği görülmüştür.

Name and Surname : Cansu ÖZBEK
Supervisor : Assoc. Prof. Dr. Şefika Zeynep EKŞİOĞLU
Degree and Date : Master, 2019
Major : Management and Organization
Key Words : Emotional Intelligence, Organizational Citizenship Behaviour, Job Performance, Retail Sector

ABSTRACT

THE EFFECTS OF EMOTIONAL INTELLIGENCE AND ORGANIZATIONAL CITIZENSHIP BEHAVIOUR ON THE EMPLOYEE PERFORMANCE IN RETAIL SECTOR

It has become critical to cooperate with employees with high emotional intelligence and organizational citizenship behavior to achieve sustainable business success and to maintain competitive advantage in this rapidly growing and changing retail sector. The aim of this study is to examine the effects of emotional intelligence levels and organizational citizenship behaviors on employee performance within retail sector. A questionnaire consisting of 68 questions was applied to the employees of the leading companies of the sector. A total of 318 questionnaires were evaluated and their reliability and validity were checked in SPSS 21 program by factor analysis, correlation analysis and regression analysis methods. The results conclude that emotional intelligence and organizational citizenship behavior have a significant and positive effect on employee performance. In this way, it has been verified that improving the emotional intelligence performance of the employees and development of organizational citizenship behaviors in the retail sector have become significant.

İÇİNDEKİLER

ÖZ	
ABSTRACT	
TABLolar LİSTESİ	iv
ŞEKİLLER	v
KISALTMALAR	vi
GİRİŞ	1

BİRİNCİ BÖLÜM PERAKENDE SEKTÖRÜ

1.1. Perakendeciliğin Tanımı	3
1.2. Perakendecilikte Ürün Yönetimi	4
1.3. Perakendecilik Dağıtım Kanalları	5
1.4. Perakendeciliğin Dünya'daki Yeri	6
1.5. Perakendeciliğin Türkiye'deki Yeri	7

İKİNCİ BÖLÜM DUYGUSAL ZEKÂ

2.1. Zekânın Tanımı ve Anlamı	12
2.2. Duygunun Tanımı ve Anlamı	13
2.3. Duygusal Zekânın Tanımı ve Anlamı	15
2.4. Duygusal Zekâ Modelleri	18
2.4.1. Mayer ve Salovey Duygusal Zekâ Modeli	19
2.4.2. Bar-On Duygusal Zekâ Modeli	22
2.4.3. Daniel Goleman Duygusal Zekâ Modeli	24
2.4.4. Cooper ve Sawaf Duygusal Zekâ Modeli	26
2.5. Duygusal Zekâ Ölçekleri	28

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

ÖRGÜTSEL VATANDAŞLIK DAVRANIŞI

3.1. Örgütsel Vatandaşlık Davranışı Kavramının Tanımı	30
3.2. Örgütsel Vatandaşlık Davranışı Çalışmaları	31
3.3. Örgütsel Vatandaşlık Davranışı Boyutları	33
3.3.1. Özgecilik	33
3.3.2. Bilinçlilik	34
3.3.3. Sivil Erdem	35
3.3.4. Nezaket	36
3.3.5. Centilmenlik	36

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

İŞ PERFORMANSI

4.1. İş Performansının Tanımı	38
4.2. İş Performansının Örgüt ve Çalışan Açısından Önemi	39
4.3. Performans Değerlemenin Tanımı ve Amacı.....	40
4.4. İş Performansı Ölçekleri	40

BEŞİNCİ BÖLÜM

METODOLOJİ VE UYGULAMA

5.1. Araştırmanın Amacı.....	42
5.2. Araştırmanın Kapsamı ve Sınırları	42
5.3. Araştırmanın Kavramsal Modeli	43
5.4. Araştırmanın Hipotezleri.....	44
5.5. Araştırmanın Ana Kütlesi ve Örneklem Seçimi	44
5.6. Veri Toplama Yöntemi ve Örnekleme Süreci	44

5.7. Verilerin Analizi ve Bulgular.....	45
5.7.1. Demografik Özellikler	45
5.7.2. Açıklayıcı Faktör Analizi	48
5.7.3. Korelasyon Analizi	56
5.7.4. Regresyon Analizi	58
SONUÇ	62
KAYNAKÇA	66
Ek-1 Anket	77



TABLolar LİSTESİ

	<u>Sayfa No.</u>
Tablo 1.1. Türkiye'nin En Yüksek İlk On Ciroşuna Sahip Perakendecileri	11
Tablo 5.1. Ankete Katılan Çalışanların Cinsiyetlerine Göre Dağılımı	46
Tablo 5.2. Ankete Katılan Çalışanların Yaş Gruplarına Göre Dağılımı	46
Tablo 5.3. Ankete Katılan Çalışanların Eğitim Durumuna Göre Dağılımı	47
Tablo 5.4. Ankete Katılan Çalışanların Unvana Göre Dağılımı	47
Tablo 5.5. Kaiser-Meyer-Olkin Geçerlilik Değeri	48
Tablo 5.6. Örgütsel Vatandaşlık Davranışı Ölçeği Açıklayıcı Faktör Analizi	51
Tablo 5.7. Duygusal Zekâ Ölçeği Açıklayıcı Faktör Analizi	55
Tablo 5.8. Performans Ölçeği Açıklayıcı Faktör Analizi	56
Tablo 5.9. Korelasyon Katsayısının Yorumu	57
Tablo 5.10. Korelasyon Analiz Tablosu	58
Tablo 5.11. Örgütsel Vatandaşlık Davranışı Alt Boyutlarının Performansa Etkisi ..	60
Tablo 5.12. Duygusal Zekâ Alt Boyutlarının Performansa Etkisi	61

ŞEKİLLER LİSTESİ

	<u>Sayfa No.</u>
Şekil 1.1. Perakendeciliğin Dağıtım Kanalları İçerisindeki Yeri	6
Şekil 1.2. Dünya Geneline Toplam Perakende Satışlar (Milyar USD)	7
Şekil 1.3. Harcama Türlerine Göre Hane Halkı Tüketim Harcamalarının Dağılımı, 2016-2017	8
Şekil 1.4. Türkiye Toplam Perakendecilik.....	9
Şekil 1.5. Türkiye'deki AVM Sayısı	10
Şekil 2.1. Yaklaşımlara Göre Duygusal Zekâ Modelleri	19
Şekil 2.2. Mayer ve Salovey'in 1990 Yılında Ortaya Koyduğu Kavramsallaştırılmış Duygusal Zekâ Modeli	19
Şekil 2.3. Mayer ve Salovey'in Revize Duygusal Zekâ Modeli	20
Şekil 2.4. Bar-On Modeli Duygusal Zekâ Boyutları	22
Şekil 2.5. Goleman Modeli Duygusal Zekâ Boyutları	24
Şekil 2.6. Cooper ve Sawaf Modeli Duygusal Zekâ Boyutları	26
Şekil 3.1. Organ'ın Örgütsel Vatandaşlık Davranışı Boyutları	32
Şekil 5.1. Araştırmanın Kavramsal Modeli	43

KISALTMALAR

AVM	: Alışveriş Merkezi
EQ	: Duygusal Zekâ
IQ	: Bilişsel Zekâ
KMO	: Kaiser-Meyer-Olkin
SPSS	: Sosyal Bilimler için İstatistik Paketi
TAMPF	: Türkiye Alışveriş Merkezleri ve Perakendeciler Federasyonu
TDK	: Türk Dil Kurumu
TÜİK	: Türkiye İstatistik Kurumu
USD	: Birleşik Devletler Doları
Yy.	: Yüzyıl

GİRİŞ

-Çalışmanın Amacı: Şirketlerin günümüzün rekabetçi iş dünyasında varlıklarını sürdürebilmeleri için nitelikli çalışanlara sahip olmaları ve bu çalışanların şirketteki devamlılığını sağlamaları gerekmektedir. Nitelikli çalışanın başarısının üst düzeye çıkabilmesi, bilişsel zekâyâ ek olarak duygusal yeteneklere de bağlıdır. Diğer yandan, çalışanların gönüllülük esaslı sergiledikleri örgütsel vatandaşlık davranışının şirket verimliliğini arttırması da önem arz etmektedir. Bunun için de perakende sektörü şirketlerinin duygusal zekâsı yüksek ve örgütsel vatandaşlık davranışı sergileyen çalışan portföyleri oluşturmayı amaçlaması gerekmektedir. Bu araştırmanın temel amacı, perakende sektöründe çalışanların duygusal zekâsının ve örgütsel vatandaşlık davranışının çalışan performansına etkisi olup olmadığının araştırılmasıdır.

-Çalışmanın Önemi: İnsanların iş ve özel hayatında başarılı ve mutlu olabilmeleri için yalnızca bilişsel zekânın yeterli olmadığı görülmüştür, duygusal zekâ kavramının öneminin artmasına neden olmuştur. Çalışanların iş sözleşmelerinde belirlenmiş olan ve yerine getirmekle yükümlü oldukları görevler dışında kendi istekleriyle sergiledikleri davranışların örgütlerin yararına hizmet ettiği anlaşılmıştır. Rekabetin hızla arttığı dünyada şirketlerin etkinliklerini arttırma ihtiyacı ortaya çıkmıştır. Şüphesiz ki bunun sağlanması için çalışan performansının yüksek olması gerekmektedir. Özellikle günümüzdeki hızlı tüketimin ilk etki alanı perakende sektörü olmuştur. Bu sebeple perakende sektöründeki şirket çalışanlarının duygusal zekâ düzeyleri ve örgütsel vatandaşlık davranışlarının yüksek olmasının önemi büyüktür.

-Çalışma Planı: Çalışmanın birinci bölümünde perakende sektörünün tarihsel gelişimi, dağıtım kanalları, dünyada ve Türkiye'deki yeri anlatılmıştır. İkinci bölümünde, zekâ, duygu ve duygusal zekâ kavramları, duygusal zekânın tarihsel gelişimi, duygusal zekâ modelleri ve ölçekleri ele alınmıştır. Üçüncü bölümde, örgütsel vatandaşlık davranışı kavramı, örgütsel vatandaşlık davranışı modelleri üzerinde durulmuştur. Dördüncü bölümde, performansın tanımı, çalışan performansının örgütler açısından önemi ve performans ölçekleri ele alınmıştır. Beşinci bölümde ise, araştırmanın konusuna, amacına, yöntemine, analiz ile

bulgularına, sonuç ve öneriler kısmına yer verilerek duygusal zekânın ve örgütsel vatandaşlık davranışının perakende sektörü çalışanlarının performansı üzerinde etkili oldukları araştırma sonucunda ortaya konulmuştur.

-Kullanılan Yöntem ve Teknikler: Araştırma için gerekli bilgiler internet yoluyla anket yöntemi uygulanarak tamamı İstanbul'da olan ve perakende sektöründe hizmet veren çalışanlardan alınmıştır. Ankette toplam 68 soru sorulmuştur. 68 sorunun 7 tanesi demografik sorular olup kalan 61 soru değişkenlere yönelik sorulardır. Yapılan anket ile çalışanların duygusal zekâsının ve örgütsel vatandaşlık davranışının çalışan performansı üzerindeki etkisi ölçülmeye çalışılmıştır.

-Karşılaşılan Zorluklar ve Sınırlamalar: Çalışanların duygusal zekâsı ve örgütsel vatandaşlık davranışının çalışan performansı üzerinde etkisinin olup olmadığı tamamı İstanbul olmak üzere 318 çalışan ile ölçülmüştür. Daha kapsamlı bir genelleme yapabilmek için araştırmanın daha büyük kitleler üzerinde ölçülmesi gerekmektedir.

-Çalışmanın Başlıca Hipotezleri:

Bu Çalışmada Aşağıdaki Hipotezler Değerlendirilecektir:

H₁: Duygusal zekânın çalışan performansı üzerinde doğrudan ve pozitif yönde bir etkisi bulunmaktadır.

H₂: Örgütsel vatandaşlık davranışının çalışan performansı üzerinde doğrudan ve pozitif yönde bir etkisi bulunmaktadır.

BİRİNCİ BÖLÜM

PERAKENDE SEKTÖRÜ

1.1. Perakendeciliğin Tanımı

Perakendecilik, mal ve hizmeti kişisel gereksinimler doğrultusunda kullanan, nihai tüketici olarak isimlendirdiğimiz kimselere, mal ve hizmetin satılması faaliyetidir. Ana fonksiyonu, ürünleri toptan bir şekilde satın alıp, belirlediği kar marjlarını satın aldığı fiyatın üzerine ekleyerek nihai tüketiciye tedarik etmektir. Yani, üretici ya da toptancıdan satın alarak, nihai tüketiciye direkt olarak sunulan maldan bahsedilebildiğinde perakendecilik faaliyeti gerçekleşmiş olur (Aydın 2013, 10-11).

İş Dünyası Sözlüğünde perakendecilik, tüketici tarafından, kişisel ya da aile ihtiyaçları doğrultusunda satın alınan ürün ve hizmetleri kapsayan ticari faaliyetlerin tümü olarak tanımlanmıştır (Business Dictionary 2018).

Perakendeciliği daha dar bir perspektiften anlatmak gerekir ise, ürünün son kullanıcıya ulaşmasını sağlayan satış noktaları olarak değerlendirilir. Bu satış noktaları, örgütsel yapı ve yöntemlere göre geleneksel ve organize perakendeciler olarak iki gruba ayrılmıştır ve Ülgen (Ülgen 1999, 3-10) tarafından aşağıdaki şekilde sınıflandırılmıştır:

- Bakkallar, Büfeler ve Alanında Uzmanlaşmış Küçük İşletmeler,
- Süpermarketler,
- Hipermarketler,
- Çok Katlı Mağazacılık,
- İndirim Mağazaları,
- Geniş Outlet Mağazaları,
- Cash & Carry Mağazaları.

Yani, geleneksel perakendeciler esnaf niteliğindeki bakkal, kasap, manav şeklindeki perakendecilerdir. Organize perakendeciler ise satış hacmi ve mağaza yapısı büyük, hizmet ve fonksiyonların çeşitli olduğu çok bölümlü mağazalar, süpermarket, hipermarket ve zincir mağazalar gibi kurumsal yapılardır.

Perakendecilerin, nihai tüketiciye en yakın kanal olması sebebi ile değişen tüketici taleplerini toplayarak, arz zincirini de yönlendirmektedir. Perakendecilik, tüm dünyada yarattığı istihdam ve gelir açısından birçok araştırmaya konu edilmiştir. Son dönemde ise organize perakendeciğin yaygınlaşması ve alışveriş merkezlerinin artması bu sektörden pay alan birçok firmanın daha fazla sayıda müşteriye ulaşmasını sağlamıştır (Çınar 2017, 2).

1.2. Perakendecilikte Ürün Yönetimi

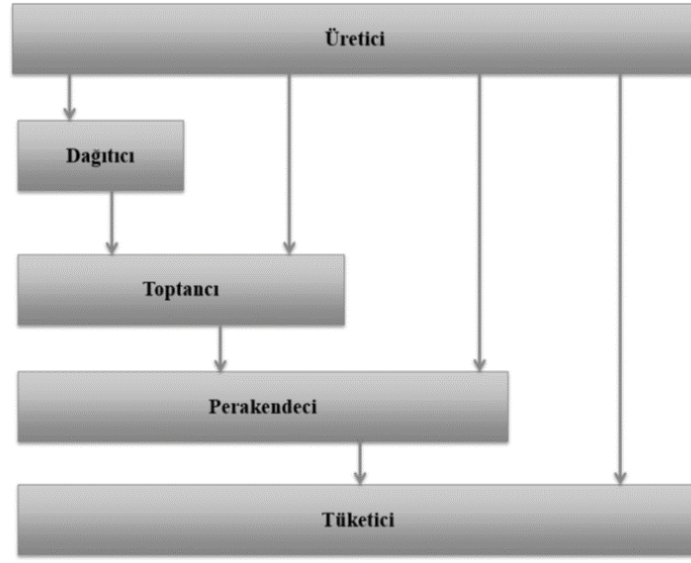
Perakendecilikteki en temel hedef, tüketicinin istek ve ihtiyaçlarını gidermek için doğru ürünün, doğru yerde, doğru fiyatta, doğru zaman ve doğru miktarda bulundurulmasıdır. Bu beş doğrunun sağlanabilmesi için ortak faktör müşterinin doğru analiz edilmesidir. Perakende ürün yönetiminde yapılacak bir hata ticari başarısızlık getirmektedir. Örneğin, ürünün en yüksek satış göreceği dönemde mağazada bulundurulmaması, müşterinin talep edeceğinden çok daha fazla ya da az bulundurulması, kar sağlamayacak şekilde fiyatlandırılması ya da müşterinin kabul edebileceğinden çok daha yüksek fiyatlandırılması, müşteri profiline uygun olmayan yerde satışa sunulması, teknolojik gelişmeler ile değişen müşteri talebine uyum sağlayamamış olması perakendecinin başarısızlığına sebep olmaktadır (Aydın ve diğerleri 2013, 6-7).

Perakende sektöründe, mağaza giren müşteri her zaman ne satın almak istediğini bilerek girmemektedir. Bu sebeple mağazadaki ürün yelpazesi ve çeşitliliği tüketici için tercih sebebi teşkil eder. Kabul edilebilir fiyata sunulan ürünler ve çeşitlilik müşterinin nezdinde alışveriş deneyimini başarılı kılar (Baumol ve Ide 1956, 93).

Perakendecilik faaliyetini gerçekleştiren kişi ve kuruluşlar, perakendeciler olarak adlandırılır ve nihai tüketiciye mal ve hizmet sunarak, tüketicinin gereksinimini karşılarken, eş zamanlı olarak alışveriş deneyimi yaşatmayı hedefleyen kimselerdir. Perakendecilerin, üreticilerin satış temsilcisi ve tüketicilerin satın alma temsilcisi olarak hem üreticiler hem de tüketiciler açısından gerçekleştirdikleri fonksiyonlar bulunmaktadır. Perakendeciler, üreticilere tüketici isteklerini, pazar bilgisini sunarak, finansman oluşturarak, malların adreslemesini sağlayarak, malları depo ederek, fayda ederken; tüketici tarafında ise, müşteri taleplerini karşılayarak, malın miktarını ayarlayarak, ürün çeşitliliği sunarak, ürüne garanti sağlayarak fayda eder (Varinli ve Oyman 2013, 4-9).

1.3. Perakendecilik Dağıtım Kanalları

Perakendeciler dağıtım kanalları içinde önemli bir yere sahiptir. Üreticiden çıkan malın, toptancıya, ardından perakendeciye ve son olarak tüketiciye ulaşması sıkça görülen dağıtım metodu iken; perakendecinin üreticiden direkt mal aldığı ya da üretici ile toptancı arasına dağıtıcı başka bir aracının girdiği durumlar da vardır. Bunların dışında en çok tarım ürünlerinin pazarlamasında görülen üreticinin tüketiciye doğrudan satış yaptığı en kısa kanal da mevcuttur (Aydın 2013, 10-11). Şekil 1.1'de perakendeciğin dağıtım kanalları arasındaki yeri gösterilmiştir.



Şekil 1.1. Perakendeciliğin Dağıtım Kanalları İçerisindeki Yeri

Kaynak: Aydın, K. (2013), Perakende Yönetiminin Temelleri, Nobel Yayıncılık, Ankara.

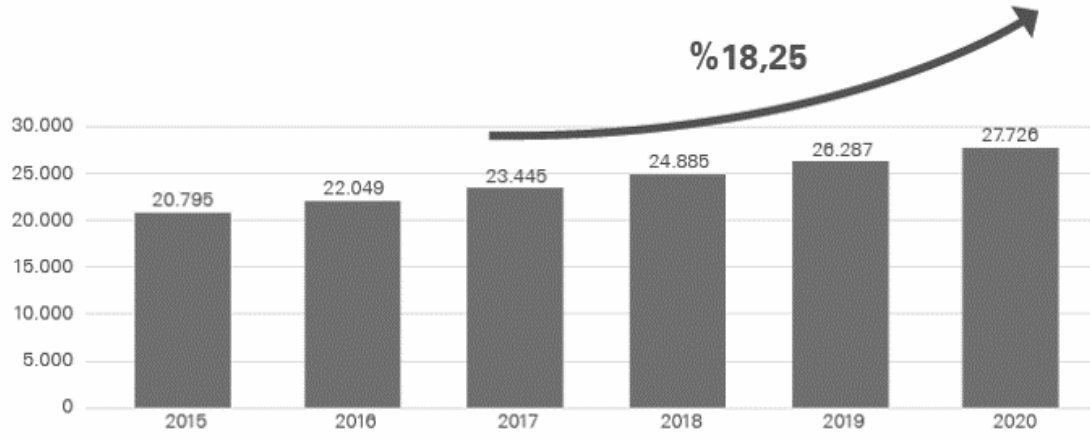
1.4. Perakendeciliğin Dünya'daki Yeri

19.yy'ın ikinci yarısından itibaren çok bölümlü mağazalar perakende sektörünün belirleyici bir faktör oluşturmuştur. 20.yy'ın başında ise çok bölümlü mağazaların yerini zincir mağazalar almıştır. Amerika ve Avrupa'daki göç ile çalışan sayısının artması, tüketimi yönlendirerek, perakende sektörünün de değişime yol açmıştır. Örneğin, Amerika Birleşik Devletleri'nde 1930'lu yılların başında açılan süpermarketler hızlıca büyüme göstermiştir (Aydın 2013, 22).

Perakende sektörünü dinamiklerinin tüm dünyada paralel değişimler göstermesi ile diğer sektörlerden ayrılmaktadır. Müşteri talepleri ve müşteri davranışları, buldukları coğrafya ve demografiden bağımsız bir şekilde küresel bir davranış biçimine dönüşmektedir. Dünya genelinde sektörün mücadele ettiği temel sorun, birçok iletişim kanalına sahip olan müşterinin davranışının değişimi olarak belirtilmiştir. Günümüzde çok kanallı alışveriş imkânı sunamayan geleneksel perakende firmaları tehdit altında görülmektedir.

2017 yıl sonu verilerine bakıldığında dünyadaki perakende satışlarının 23.445 milyar dolar olarak gerçekleştiği açıklanmıştır. E- ticaret kanalı ile birlikte bu sayının

27.726 milyar dolara çıkarak %18,25 büyümesi beklenmektedir. Şekil 1.2’de dünya genelinde perakende satışların gerçekleşen rakamları ve büyümler gösterilmiştir. Perakende sektörü değişen tüketici taleplerine tam zamanında ve doğru bir şekilde cevap verebilmek için çevik davranmak ve farklı satış kanallarını paralel yürütmek zorundadır (KPMG 2018, 3-5).



Şekil 1.2. Dünya Genelinde Toplam Perakende Satışlar (Milyar USD)

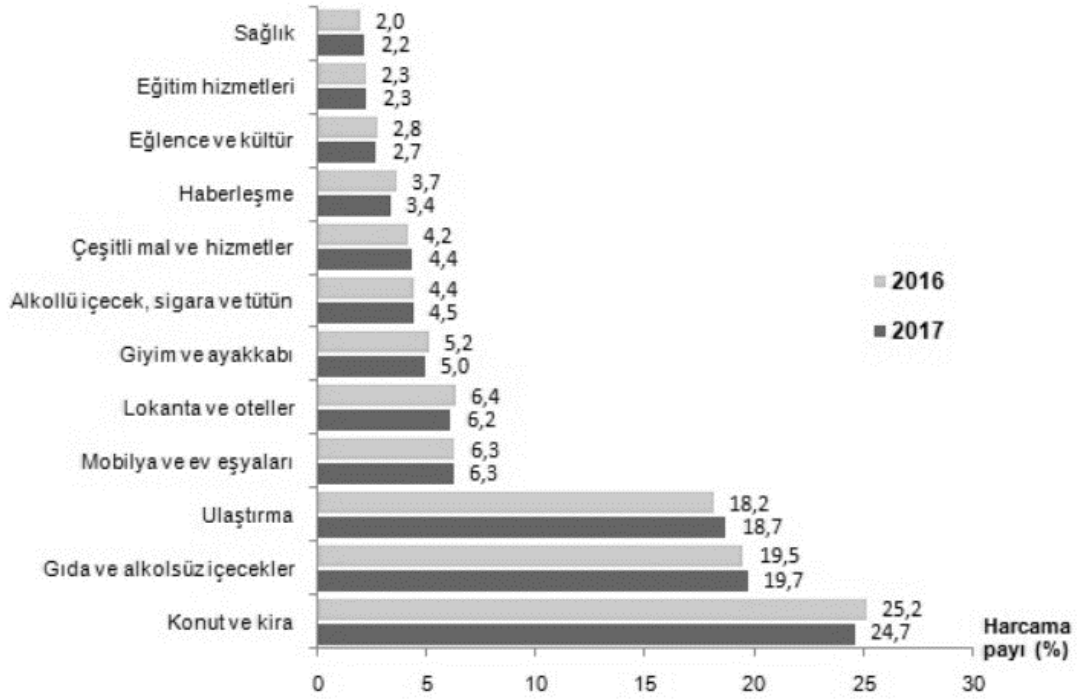
Kaynak: KPMG, Perakende Sektörel Bakış 2018.

1.5. Perakendeciliğin Türkiye’deki Yeri

Perakendecilik sektörü Türkiye’de 1950’li yıllardan başlayarak gelişim göstermeye devam eden önemli sektörlerden birisidir. Hem geleneksel perakendecilik hem de organize perakendecilik olarak ikili yapıya sahip olan Türkiye perakende sektöründe geleneksel yapı hâkimiyetini sürdürmektedir. Ülkemizde organize perakendecilik 1954 yılında Migros’un açılması ile girmiş olsa da esas gelişim 1980’li yıllardan sonra yaşanmıştır (Çınar 2017, 11).

Şekil 1.3’te gösterilen 2017 yılı hane halkı bütçe araştırmalarına göre; Türkiye genelinde hane halklarının tüketim amaçlı yaptığı harcamalar içinde en yüksek payı %24,7 ile konut ve kira harcamaları alırken, ikinci sırayı %19,7 ile gıda ve alkolsüz içecek harcamaları almıştır. Toplam tüketim harcamalarında en düşük payı alan harcama grupları ise %2,2 ile sağlık ve %2,3 ile eğitim hizmetleri olmuştur. Bir önceki yıla göre değişimlere bakıldığında; konut ve kira harcamalarının toplam

harcamalardaki payı 0,5 puanlık düşüfle %25,2'den %24,7'ye, haberleşme harcamalarının payı %3,7'den %3,4'e, lokanta ve otel harcamalarının payı %6,4'ten %6,2'ye, giyim ve ayakkabı harcamalarının payı %5,2'den %5'e, eğlence ve kültür harcamalarının payı ise %2,8'den %2,7'ye gerilemiştir; ulaştırma harcamalarının payı 0,5 puanlık artışla %18,2'den %18,7'ye, gıda ve alkolsüz içecek harcamalarının payı %19,5'ten %19,7'ye, çeşitli mal ve hizmet harcamalarının payı %4,2'den %4,4'e, sağlık harcamalarının payı %2'den %2,2'ye, alkollü içecekler, sigara ve tütün grubunun payı ise %4,4'ten %4,5'e yükselmiştir. Mobilya ve ev eşyaları ve eğitim hizmetleri harcamalarının payı 2017 yılında değişim göstermemiştir (TUİK 2018, 1).

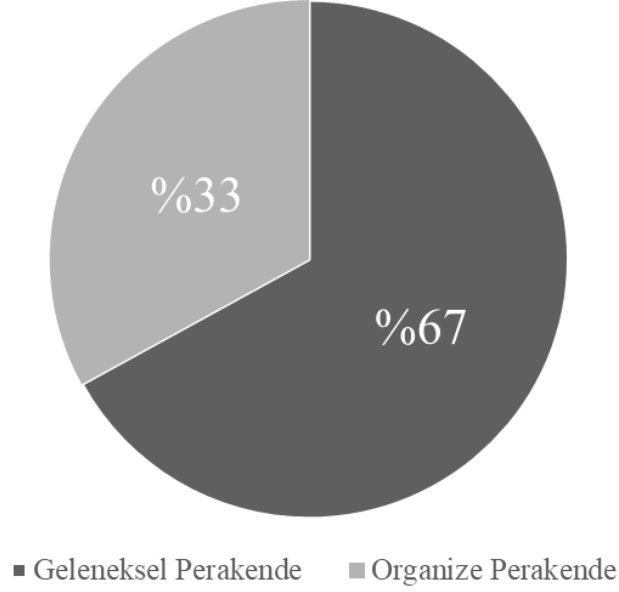


Şekil 1.3. Harcama Türlerine Göre Hane Halkı Tüketim Harcamalarının Dağılımı, 2016-2017

Kaynak: TUİK, Hane halkı Tüketim Harcaması, 2018.

Organize perakende pazarının son 20 yılda göstermiş olduğu artan ivmeli hareketine rağmen, esnaflık geleneği uzun yıllara dayanan Türkiye'de geleneksel perakende varlığını baskın bir şekilde sürdürmektedir. Şekil 1.4'te gösterildiği üzere Türkiye perakende pazarının yaklaşık %67'sini geleneksel perakende, %33'ünü ise organize perakende oluşturmaktadır. Organize perakende sektöründe her yıl Türkiye

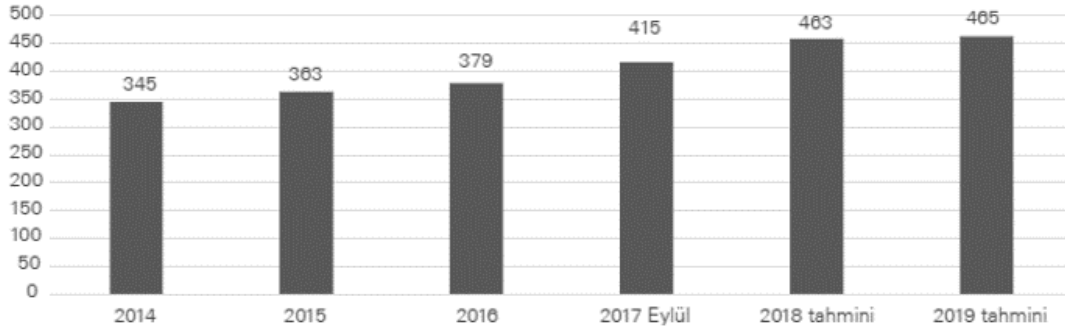
ekonomisinin yıllık yaklaşık 2,5 katı oranında büyüme sağlanırken, lider konumda olan geleneksel perakende sektöründe düşüş yaşanmaktadır. Bu farkın sebebi olarak; AVM sayısındaki artış, geleneksel perakendenin güçsüz rekabeti, tüketici davranışındaki değişim ve indirim marketlerinin agresif büyümesi gösterilmektedir.



Şekil 1.4. Türkiye Toplam Perakendecilik

Kaynak: TAMPF, Türkiye Perakende Sektörü Kapsamlı Sektör Sorunları ve Çözüm Önerileri Raporu, 2018.

Organize perakendeciliğin yükselişinde en büyük pay sahibi alışveriş merkezi sayısındaki artış olarak gösterilmiştir. Türkiye Alışveriş Merkezleri ve Perakendeciler Federasyonu (TAMPF) verilerine göre; ülkemizde 1995 yılında 12 olan AVM sayısı, 2016 yılına gelindiğinde 387'ye yükselmiştir. 2017 Eylül ayı itibarıyla 415 olan AVM sayısının ise 2019'da 465'e yükselmesi beklenmektedir (PWC 2018, 28-30).













Şekil 1.5. Türkiye'deki AVM Sayısı

Kaynak: TAMPF, Türkiye Perakende Sektörü Kapsamlı Sektör Sorunları ve Çözüm Önerileri Raporu, 2018.

Organize perakendenin yükselişi ile birlikte tüketicilerin gelir düzeyine göre tüm ihtiyaçlarını aynı satış noktasından tedarik etmesini sağlayan toplu alışverişler, teknolojik gelişmelerin perakende sektörüne hızlıca uyarlanması, büyük perakendecilerin kendi markalarını satmayı tercih etmeleri, tüketici davranışlarında zamanla oluşan değişimler, büyük perakendecilerin küçüklere oranla sağladıkları maliyet avantajı görülmüştür. Tüm bu gelişmeler perakende sektöründeki rekabeti arttırmıştır (Aydın 2013, 29). 2016 yıl sonu satış hacimlerine göre Türkiye'nin ilk 10 perakendecisi Tablo1.1'de gösterilmiştir.

**Tablo 1.1. Türkiye'nin En Yüksek İlk On Cirosuna Sahip
Perakendecileri**

1		BİM Birleşik Mağazalar İstanbul PERAKENDE	20.071.717.000₺
2		Migros İstanbul PERAKENDE	11.059.000.000₺
3		LC Waikiki Mağazacılık İstanbul PERAKENDE	9.538.187.277₺
4		CarrefourSA İstanbul PERAKENDE	4.492.266.037₺
5		Bizim Toptan Satış Mağazaları İstanbul PERAKENDE	2.793.159.503₺
6		Koton İstanbul PERAKENDE	2.404.761.651₺
7		Tesco Kipa İzmir PERAKENDE	2.338.293.000₺
8		ATÜ Turizm İşletmeciliği İstanbul PERAKENDE	2.169.372.905₺
9		Flo Mağazacılık İstanbul PERAKENDE	2.022.955.398₺
10		Boyner İstanbul PERAKENDE	1.834.473.274₺

Kaynak: 22.11.2018 tarihinde <https://www.capital.com.tr/listeler/capital-500?industry=Perakende> 'den alındı.

İKİNCİ BÖLÜM

DUYGUSAL ZEKÂ

2.1. Zekânın Tanımı Ve Anlamı

Zekâ tanımlanması zor bir kavram olmasına karşın, merak edilen bir konu olmuştur. İnsan zekâsının diğer canlılara göre mantık yürütebilmesi ve daha gelişmiş olması, onun üzerine birçok araştırma yapılmasını sağlamıştır. Çelenk ve Eroğlu, çalışmalarında zekâyı genel çerçevede, alışılmamış durumlarla baş edebilme, öğrenme ve anlama yeteneği olarak ifade etmişlerdir (Çelenk ve Eroğlu 2015, 6).

Literatür incelendiğinde zekânın çeşitli tanımları görülmektedir:

- Türk Dil Kurumu'na göre ise zekâ “İnsanın düşünme, akıl yürütme, objektif gerçekleri algılama, yargılama ve sonuç çıkarma yeteneklerinin tamamı, anlık, dirayet, zeyreklik, feraset” anlamlarına gelmektedir (Türk Dil Kurumu 2018).
- Oxford İngilizce Sözlüğüne göre zekâ “bilgi ve beceri kazanma ve uygulama yeteneği” anlamına gelmektedir (Oxford Dictionary 2018).
- Welsher zekâyı, dünyayı anlayabilme, düşünebilme, zorluklarla karşılaştığında kaynaklarını etkin bir şekilde kullanabilme becerisi olarak tanımlamıştır.
- Descartes'e göre zekâ; “doğruyu yanlıştan ayırabilme gücüdür” (Arbak ve Çakar 2004, 26).
- Sternberg zekâyı, çevreyi seçmek, ona uyum sağlamak ve onu şekillendirmek için gerekli zihinsel yetenekler olarak tanımlamıştır. Kişinin tepkisel olmakla kalmayıp, etkisel davranarak çevre seçimi yapması ve çevreyi şekillendirmesi önem taşımaktadır (Sirem 2009, 4; Akt. Köseadağı 2014, 4).

- Gardner'e göre zekâ, bireylerin kültürel değerlerini ve insan beyninin yapısını temel alarak var olmuştur (Mayer ve Salovey 1997, 7). Bu doğrultuda geliştirdiği çoklu zekâ kuramı, zekâyı; dilsel, mantıksal-matematiksel, uzamsal, müzikal, kinestetik, kişiler arası, kişisel ve natüralisttik zekâyı içermektedir (Sternberg 1999, 437; Akt. Çakar 2002, 7).

Gardner, çoklu zekâ modeli ile zekânın birbiri ile etkileşim içinde olan çok sayıda farklı parçadan oluşan bir bütün olduğunu ortaya koymuştur. Ayrıca bu modelin kişiler arası ve kişisel boyutu; kişinin kendi his ve duygularına ulaşabilmesi ve diğer insanların ruh hali motivasyonu ve amaçlarını anlaması yönleri ile duygusal zekânın bazı özelliklerini taşımaktadır.

Kültürel değerler toplumların zekâyı tanımlama şekillerinde farklılık yaratmıştır. Hızın zekâ göstergesi olduğu kanaatinde olan Batı toplumuna karşın Çin toplumu kendini bilmenin bir zekâ göstergesi olduğunu savunmuştur (Çakar 2002, 7-8).

2.2. Duygunun Tanımı ve Anlamı

Revelle ve Scherer'e göre duygular bireylerin psikolojik fonksiyonlarında kişiliğin ayrılmaz bir parçası olarak önemli bir yere sahiptir. Duygular, bireylerin zaman zaman problem yaratıcı zaman zaman ise psikolojik semptomları geliştirici rol olarak onların nihai davranışlarını yönlendirmektedir (Revelle ve Scherer 2009, 304-305).

Türk Dil Kurumu (Türk Dil Kurumu 2018)'na göre duygu aşağıdaki anlamlara gelmektedir:

- *Duyularla algılama, his,*
- *Belirli nesne, olay veya bireylerin insanın iç dünyasında uyandırdığı izlenim,*
- *Önsezi,*
- *Nesneleri veya olayları ahlaki ve estetik yönden değerlendirme yeteneği,*
- *Kendine özgü bir ruhsal hareket ve hareketlilik.*

Oxford İngilizce sözlüğüne göre ise duygu; “*Kişinin ruh halinden, içinde bulunduğu koşullardan, diğer insanlar ile ilişkilerinden türeyen şiddetli bir his*” olarak tanımlanmaktadır (Oxford Dictionary 2018).

Latince “*motus anima*” ifadesi ile karşımıza çıkan duygu kavramı “*bizi hareke geçiren güç*” olarak tanımlanır (Çelenk ve Eroğlu 2015, 20).

Feldman (1996), duyguyu “*mutluluk, umutsuzluk ve hüziin gibi genelde hem fizyolojik hem de bilişsel tabanları olan ve davranışı etkileyen faktörler*” olarak tanımlamaktadır (Çakar 2002, 4).

Duygusal zekâ tanımını ilk olarak ortaya çıkaran Mayer ve Salovey duyguların tanımını; “*fizyolojik, bilişsel, motivasyona dayalı ve deneyimsel psikolojik sistemleri içeren uyum sağlayıcı organize tepkiler*” olarak yapmışlardır (Arbak & Çakar 2004, 27).

Mayer ve Salovey duyguları, bir takım psikolojik bilişsel süreçlerin kesişmesiyle verilen organize cevaplar olarak görmüştür ve duyguların, içsel veya dışsal olarak gelişen olaylara karşı beliren bireysel cevaplar olduğunu vurgulamışlardır. Duyguların daha yoğun ve kısa süreli olması ise onları ruh halinden ayıran başlıca özellikler olarak belirtilmiştir (Mayer ve Salovey 1990, 186).

His, ruh hali gibi kavramlar duygusal zekâ kavramının içinde yer almıştır. Duygu birine ya da bir nesneye karşı ortaya çıkan güçlü hislerken, ruha hali duygu ile karşılaştırıldığında daha hafif ve herhangi bir uyaran olmaksızın mevcuttur (Arbak ve Çakar 2004, 27).

Daniel Goleman’a göre kişilerde merak oluşturarak soru sorma, öğrenme potansiyelini uyarma, bilinmeyeni arama gibi özellikler duygular sayesinde oluşur ve sonrasında bu özellikler davranışa dönüşür. Duyguları kontrol etmemek ya da tersi olarak onları görmezden gelmek zamanla istenilmeyen durumlar doğurur. Örneğin, hayatın küçük bir yerinde var olan endişeyi görmezden gelerek, bu endişeyi hayatın

her alanına yayabilir ya da bir şeye kızıldığında bunu saklamayı tercih edip, zamanla kontrol edilemeyen bir öfkeye dönüşmesine sebep olunur.

Düşünce ve duyguyu temsil eden zihin ve kalp arasındaki tutarlılığının ya da tam tersi olarak çatışmaların temelinde, beynin iki farklı bölümü olan amigdala ve neokorteks bağlantısı yatmaktadır. Kişilerin duyguya paralel davranış sergilemesi de bu sistemin çıktısıdır. Halk arasında “kalp” ve “kafa”; duygu ve akıl yerine konulmuş kavramlardır. Hayattaki başarı da bu iki türlü zekâmız tarafından belirlenir (Goleman 1998, 44-45).

Antonio Damasio, Descartes’in Yanılgısı isimli kitabında duygu kavramının diğer kavramlara karşın daha soyut kalması sebebi ile yarattıkları düşünce ile aynı değere sahip olmadıklarını ve yaygın olarak bilinenin aksine duyguların diğer algılar kadar bilişsel olduğunu ve kişilerin içsel rehberleri olduğunu belirtmiştir (Acar 2001, 17).

2.3. Duygusal Zekânın Tanımı ve Anlamı

1920 yılında Thorndike yaptığı çalışmaların sonucu olarak zekânın, sözel zekâ, mekanik zekâ ve sosyal zekâ olarak 3 boyutundan söz etmiştir. Soyut zekâ, fikir ve soyut kavramları anlama ve yönetebilme yeteneği; mekanik zekâ, somut objeleri ve çevrenin fiziksel yapısını anlama ve yönetebilme yeteneği; sosyal zekâ ise kişinin kendinin ve insanların tutum ve davranışlarını anlama ve bu bilgi ışında davranma yeteneği olarak tanımlanmıştır (Stein ve Thorndike 1937, 275).

20. yüzyılın sonlarında zekânın tek ölçeği halen bilişsel zekâ katsayısı yani IQ (intelligence quotient) olarak kabul edilmekte idi. Ne var ki; hayat başarısı sadece IQ ile açıklanamamıştır. IQ testi ile kişilerin zekâları yalnızca işlemsel açıdan tanımlanabilmiştir (Cooper ve Sawaf 2000, 15; Akt. Arbak ve Çakar 2004, 28).

Duygusal zekâ kavramı ise ilk olarak 1990 yılında Hampshire Üniversitesi’nden John Mayer ve Yale Üniversitesi’nden Peter Salovey tarafından ortaya atılmıştır (Goleman 1995, 7). Mayer ve Salovey’e göre duygusal zekâ; sosyal

zekânın bir alt kümesi olarak, kişinin kendi ve diğer kişilerin duygularını anlama ve bu bilgiyi düşünce ve davranışları yönlendirmek için kullanabilme becerisidir. Çalışmaya göre, duygusal zekâ üç boyuta ayrılarak incelenmiştir, bunlar; duyguların değerlendirilmesi ve ifadesi, duyguların düzenlenmesi ve duyguların kullanılmasıdır (Mayer ve Salovey 1990, 189-190). Daniel Goleman ise 1995 yılında yazdığı kitabında duygusal zekâyı, basitçe duyguların beyinde nasıl bir düzene sokulduğunu gösteren bir alan olarak incelemiştir (Goleman 1995, 21).

Duygusal zekâ duyguların, doğru şekilde ve zamanda kullanılması olarak tanımlanmıştır; duyguların bastırılıp, kontrol altında tutulması ile örtüşmez. Antik dönemde Aristo bu konuya Nikomakus Etiği'nde şu şekilde değinmiştir: “*Herkes kızabilir, bu kolaydır. Ancak doğru insana, doğru ölçüde, doğru zamanda, doğru nedenle ve doğru şekilde kızma, işte bu kolay değildir*” (Acar 2001, 32).

Sanayi devriminin başlangıcından bu yana, iş yaşamında duyguların yerinin olmadığı, hatta sadece nedenselleştirme ve mantık yürütme gibi beynin bilişsel yetisinin kullanılması gerekliliği toplumsal bir kültür olarak benimsenmiştir. Bu minvalde düşünüldüğünde, öğrencilik döneminde yüksek başarı gösterip, sonrasında başarıyı yakalayamayan ya da ters şekilde, okul hayatı boyunca ortalama, hatta vasat olup, iş yaşamında büyük başarılar imza atan örnekler bize bilişsel zekânın tek ve mutlak zekâ ölççeği olmadığını kanıtlamıştır. Duygular kişilerin içsel parçaları olarak, profesyonel iş hayatımızda davranışlarımızı yönlendirmede önemli rol almıştır. (Caudron 1999, 60-64). Öyle ki, Crocher ve Sloman 1981 yılında yaptıkları çalışmada yapay zekâ kullanan robotlarda karar verme sürecinde öncelik verme ve yönlendirme yapabilmek için duyguların kullanılması gerekliliğini ortaya koymuştur (Mayer ve Salovey 1990, 186).

Mayer ve Salovey'in geliştirdikleri yetenek temelli duygusal zekâ modelinin ölçümlerinde, duygusal zekânın kişilerin hayatlarında, özellikle insan ilişkilerinde yaşadıkları tatminde artış ve iş yaşamında başarıya ulaşma gibi önemli etkileri ve getirileri olduğu saptanmıştır (Grewal ve Salovey 2005, 281). Mayer ve Salovey yaptıkları çalışmalar neticesinde duygusal zekâsı yüksek kişilerin hayatın getirdiği

problemlerin çözülmesi ve görevlerin yerine getirilmesi konusunda daha avantajlı olduğunu kanıtlamıştır. Bu kişilerin, problem çözümlerinde daha yaratıcı ve daha esnek alternatifler buldukları ve alternatifler arasından seçim yaparken duygularını daha kolay entegre edebiliyor oldukları gözlemlenmiştir. Ayrıca, kendi duygularını anlama ve ifade etme, başkalarının duygularını tanıma, duygunun etkilerini düzenleyebilme, uyumlayıcı davranışları motive etmek için duyguları kullanma gibi özelliklerin, duygusal zekâ yeteneği olan kişilerde görüldüğü gözlemlenmiştir. Ek olarak, bireylerin algıladıkları problemlerin diğer insanların onu nasıl algıladığından çok, kendilerinin içsel duygusal deneyimleriyle ilgili olduğu belirtilmiştir (Mayer ve Salovey, 1990, 200).

Duyguların arka plana atılarak aklın önderlik ettiği dünya görüşü batıya ait olmakla birlikte, diğer dünya ülkeleri, doğu ağırlıklı olmak üzere, duyguların ön planda olduğu dünya görüşüne sahiplerdir. Fakat konjonktürel etkiler bu ülkelerin duruşlarını manipüle ederek zamanla akıl önderliğinde bir yaklaşımda olmalarına sebep olmuştur (Arbak ve Çakar 2004, 26). Özellikle sanayi devriminden sonra hızla değişim gösteren dünyada, insanlar gelecekları hakkında büyük belirsizlikler yaşamaya başlamıştır. Teknolojik gelişmelerin değişim hızındaki ivme ve insanların bu ivmeye uyum sağlama ve yaklaşma çabası, kişilerde duygusal açıdan baskı yaratmış ve kendi cinsinin keşfettiği teknoloji karşısında kendisine yabancılaşmaya başlamış olmakla birlikte sosyal ve ahlaki anlamda da toplumda ikilem yaratmıştır. Tüm bunların sonucu olarak, akıl egemen dünya görüşü, son yıllarda daha büyük bir topluluk tarafından sorgulanmaya başlanmıştır (Massey 2002, 82; Akt. Arbak ve Çakar 2004, 25). Günümüzde insanların biyolojik açıdan dahi sorun yaşamalarının sebeplerinin başında gelen bu duygusal baskı, mutsuzluk, endişe, isteksizlik gibi psikolojik rahatsızlıklara da sebep olmaktadır. Bu minvalde düşünüldüğünde, bireylerin çevresinden gelen baskı ve talepler ile baş edebilme yeteneği büyük önem kazanmaktadır. Duygusal zekânın ise bu yeteneğin oluşmasını sağlayan, bilişsel olmayan bir zihinsel beceri olarak gündemde olması bir ihtiyaç haline gelmiştir (Arbak ve Çakar 2004, 25).

İş ortamında, kişilerin öfkelerini kontrol edip, diğer paydaşları ile iyi geçinmesi duygusal zekâ göstergesi iken, kişinin kendi ve diğer paydaşlarının duygusal yapılarını anlaması, bu doğrultuda içinde bulunduğu organizasyonun amaçlarına ulaşması için insanları motive edebilmesi duygusal zekâ kullanımının sağladığı avantajlardır (Goleman 1998, 95-100). Goleman, duygusal zekânın kişilerde doğuştan gelen bir yetenek olmadığını; sonradan öğrenilebilen ve geliştirilebilen bir yetenek olduğunu belirterek, duygusal zekâyı hakkındaki kader algısını reddetmiştir (Acar 2001, 34).

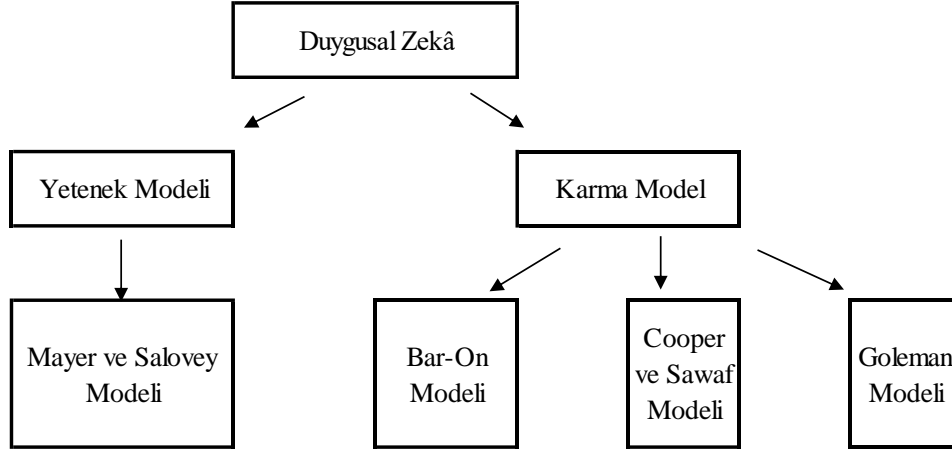
2.4. Duygusal Zekâ Modelleri

Cobb ve Mayer (Cobb ve Mayer 2000, 15) 2000 yılında duygusal zekâ konusunda karma model ve yetenek model olarak iki ayrı yaklaşım olduğunu belirtmişlerdir.

Yetenek Modeli: Duygusal zekâyı bir yetenekler grubu olarak tanımlamaktadır ve duygusal zekânın önemi ve duygulardan yaralanarak mantık yürütmenin potansiyel kullanımları üzerinde durmaktadır.

Karma model: Yetenek modeline göre daha popüler bir yönelimdir. Duygusal zekâ yeteneğini sosyal beceriler, özellikler ve davranışlarla harmanlayan bu modeller duygusal zekânın bizi ulaştırabileceği başarılarla ilişkin parlak vaatlerde bulunmaktadır.

Bu tez çalışmasında incelenecek 4 model ve yaklaşımları aşağıdaki Şekil 2.1’de gösterilmiştir.

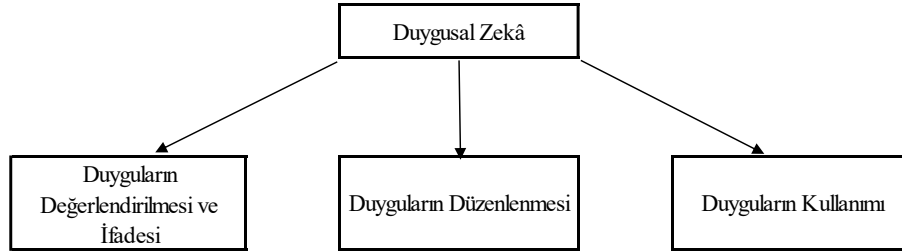


Şekil 2.1. Yaklaşımlara Göre Duygusal Zekâ Modelleri

Kaynak: Cobb, C. D. ve Mayer, J.D. (2000), “**Emotional Intelligence: What the Research Says?**”, Educational Leadership, 58(2), 14-18.

2.4.1. Mayer ve Salovey Duygusal Zekâ Modeli

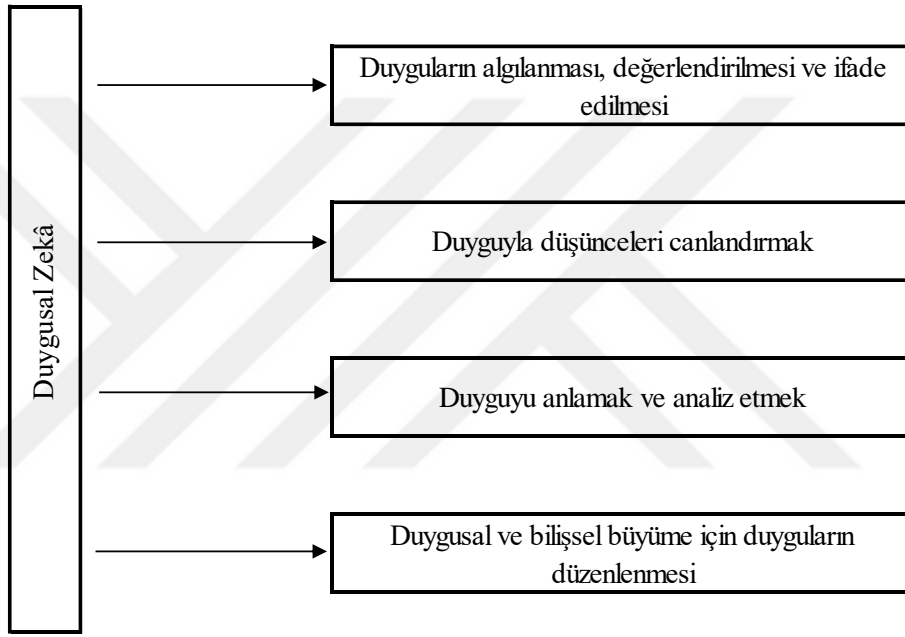
Duygusal zekâ kavramı Gardner’in sosyal zekâ kavramının bir altkümesi olarak geliştirilmiş olup; bireylerin kendisi ve diğerleri hakkındaki bilgisini içermektedir. Mayer ve Salovey Gardner’in çoklu zekâ kuramının üzerinde çalışarak duygusal zekâ kavramının temellerini atmışlardır (Bar-On 2000, 1108). Mayer ve Salovey 1990 yılında duygusal zekânın tanımını ilk olarak; “*bireyin kendisinin ve başkalarının duygularını gözleme, ayırt etme ve buradan edindiği bilgiyi düşünce ve hareketleri yönetmede kullanma*” şeklinde yapmışlardır. Şekil 2.2’de Mayer ve Salovey’in ilk duygusal zekâ modeli gösterilmiştir.



Şekil 2.2. Mayer ve Salovey’in 1990 Yılında Ortaya Koyduğu Kavramsallaştırılmış Duygusal Zekâ Modeli

Kaynak: Mayer, J. D. ve Salovey, P. (1989-90), “Emotional Intelligence”, Imagination, Cognition and Personality, 9(3) 185-211.

Mayer ve Salovey 1997 yılında, bu tanımlamanın yetersiz kaldığını düşünerek, duygusal zekâyı; duyguların doğru ve kesin bir şekilde algılanması ve değerlendirilmesi yeteneği; düşüncelerin oluşmasına olanak sağlandığında, hislere erişebilme ya da hisleri üretme yeteneği, duyguyu ve duygusal bilgiyi anlama yeteneği ve duygusal ve bilişsel olarak gelişmeyi destekleyen duyguları yönetme yeteneği şeklinde yeniden tanımlamışlardır (Mayer ve Salovey 1997, 10). İlgili duygusal zekâ modeli Şekil 2.3'te gösterilmiştir.



Şekil 2.3. Mayer ve Salovey'in Revize Duygusal Zekâ Modeli

Kaynak: Mayer, J. D. ve Salovey, P. (1997), What is emotional intelligence? In P. Salovey & D. J. Sluyter (Eds.), Emotional Development and Emotional Intelligence: Educational Implications, 3-34, Harper Collins, New York.

- **Duyguların algılanması, değerlendirilmesi ve ifade edilmesi:** Bu boyut bir kişinin fiziksel durumundan, hislerinden ve düşüncelerinden duygusunu tanımlayabilme yeteneğini temsil eder. Sadece kişi özelinde kalmayıp, tasarımlarda, resimlerde, seslerde ve görünümlerden de duyguyu tanımlayabilmeyi sağlar. Bu duyguların ve oluşturduğu hissiyat sonucu ortaya çıkan ihtiyacın doğru bir şekilde ifade edilebilmesi yeteneğidir.

- **Duyguyla düşünceleri canlandırmak:** Daha önceki yaşanmışlıklardan oluşan hislerin anımsanarak aynı duyguların canlandırılması yani duygusal bilgiyi, düşünceleri yönlendirebilmek için kullanma yeteneğidir.
- **Duyguyu anlamak ve analiz etmek:** Duyguların tanımlanması ve anlamlandırılması, karmaşık yapıları duyguların ayırt edilmesi (korku ve şaşkınlık gibi) ya da duygu değişiminin analiz edilmesi yeteneğidir.
- **Duygusal ve bilişsel büyüme için duyguların düzenlenmesi:** Olumlu ve olumsuz duygulara açık olma, duyguları birbirinden ayırabilme, olumsuz duyguların bireyin kendisi üzerindeki etkisini azaltma ve olumlu duyguların etkisini artırma, kendinin ve başkalarının duygularını yönetme yeteneğidir.

Duygusal zekâyı bir yetenek olarak gören bu modelde; duyguların değerlendirilmesi ve ifade edilmesi, duyguların düzenlenmesi ve duyguların kullanımı duygusal zekânın kapsadığı yetenekler olarak ortaya çıkarılmıştır (Mayer ve Salovey 1990, 190).

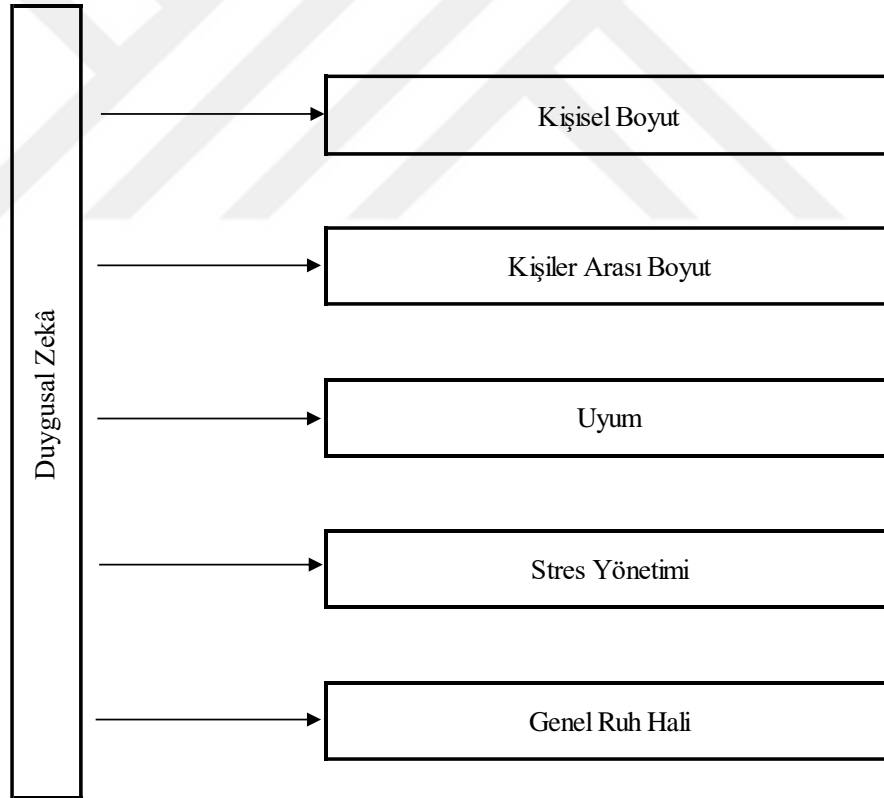
Lopes ve diğerlerinin 2003 yılında yapmış olduğu çalışmada Mayer ve Salovey'in 4 boyutlu duygusal zekâ kuramı ile oluşturulmuş olan Mayer, Salovey ve Caruso'nun revize ettiği duygusal zekâ testini kullanarak, duygusal zekâ yetenekleri ile bireylerin sosyal ilişkileri arasında pozitif yönde bir ilişki olduğunu saptamıştır (Arbak ve Çakar 2004, 36). Kişilerin duygularını tanımlayabilmesi, ruh hali ile ilişki kurabilmesi ve duygu değişikliklerinin sebeplerini algılayabilmesi bir yetenektir. Özellikle karmaşık duyguların tanımlanabilmesi için bu yeteneğin güçlü olması gerekir.

Mayer ve Salovey'in ortaya çıkardığı duygusal zekâ kavramı ve ardından geliştirdikleri ölçekler ve yapılan çalışmalar; diğer duygusal zekâ modellerinin temelini oluşturmuştur (Çakar 2002, 21-53).

2.4.2. Bar-On Duygusal Zekâ Model

Reuven Bar-On, 1997 yılında duygusal zekâyı; “*bireyin çevresinden gelen baskı ve taleplerle başarılı bir şekilde baş edebilmesinde bireye yardımcı olacak, kişisel, duygusal ve sosyal yeterlilik ve beceriler dizini*” olarak tanımlamıştır (Bar-On 1997, 5).

Bar-On’un duygusal zekâ için oluşturduğu model Şekil 2.4’te gösterilmiştir. Buna göre model beş ana boyut bulunmaktadır; kişisel yetenekler, kişiler arası yetenekler, şartlara ve çevreye uyum sağlama, stres yönetimi unsurları, genel ruh hali olarak sıralanır. İlgili boyutları oluşturan yetenekler aşağıda açıklanmıştır. Bar-On’un karma modelinde duygusal benlik bilinci ve zihinsel yeteneklere ilaveten bağımsızlık gibi kişilik özellikleri de değerlendirilmiştir (Acar 2001, 31).



Şekil 2.4. Bar-On Modeli Duygusal Zekâ Boyutları

Kaynak: Tufan. Ş. (2011), Geliştiren Duygusal Zekâ Eğitimi Programının Ortaöğretim Dokuzuncu Sınıf Öğrencilerinin Duygusal Zekâ Düzeylerine Etkisi, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.

Bar-On modelindeki duygusal zekâ boyutları ve bu boyutları oluşturan yetenekler Stein ve Book (2003) tarafından şu şekilde açıklanmıştır:

- **Kişiler arası boyut:** Bireyin kişiler arası ilişkilerdeki başarısını ifade eder. Boyut empati yeteneğinden oluşur. Bu özelliğe sahip kişilerin, diğer kişileri anladığı, onlarla ilişki kurduğu ve iyi geçindiği belirlenmiştir.
- **Kişisel boyut:** Kendini tanıma, duygularını ifade edebilme, gelecek için iyimser tutuma sahip olma kişilik özellikleri ve yeteneklerini ifade eder. Boyutu oluşturan yetenekler; farkındalık, dışavurum, bağımsızlık, özsaygı, kendini gerçekleştirme şeklinde belirlenmiştir.
- **Uyum:** Kişinin çevresindeki problemlerle baş edebilmesi, problemleri anlaması, çözüme ulaşmak için esnek, gerçekçi ve etkin olma yeteneklerini ifade eder. Boyutu oluşturan yetenekler; gerçekçilik, esneklik, problem çözme şeklinde belirlenmiştir.
- **Stres yönetimi:** Kişinin kontrolünü kaybetmeden ve umutsuzluğa kapılmadan stresle baş edebilme yeteneğini ifade eder. Bu boyutu oluşturan yetenekler; strese tolerans ve tepki kontrolü şeklinde belirlenmiştir.
- **Genel ruh hali:** Kişinin hayata bakış açısını, hayattan aldığı zevki içermektedir. Bu boyutu oluşturan özellik ve yetenekler optimizm ve mutluluk olarak belirlenmiştir.

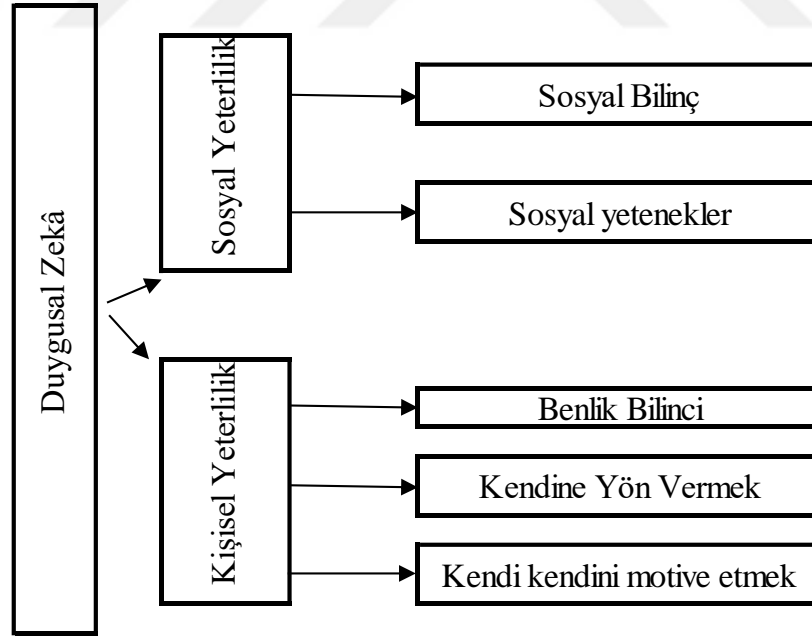
Bar-On' un duygusal zekâyı etkili performans olgusu ve gerçek yaşam çıktıları temelli olarak ele alması ve geliştirilip, ölçülebilen bir parametre haline getirmesi bu modelin insan kaynakları yönetimi uygulamalarında kullanımını sağlamıştır. İstihdam alanında kişilerin seçim, terfi ve eğitim süreçlerinde kişisel performansı ölçmek için EQ-i psikometrik ölçeği kullanılmıştır. Bar-On' un EQ-i ölçeği “neden bazı bireyler hayatta diğerlerine göre daha başarılı olma kabiliyetine sahipler” sorusundan hareketle geliştirilmiştir (Edizler 2010, 2974).

Bar-on modeli bir yandan kişilerin kendi duygusal zekâlarını ölçmelerini sağlarken, diğer yandan kişinin manipülasyonuna açık olması sebebi ile bazı araştırmacılar tarafından eleştirilmiştir (Acar 2001, 32).

2.4.3. Daniel Goleman Duygusal Zekâ Modeli

Daniel Goleman 1995 yılında çıkardığı Duygusal Zekâ kitabında, duygusal zekâyı, “kendini harekete geçirebilme, aksiliklere rağmen yoluna devam edebilme, dürtüleri kontrol ederek, tatmini erteleyebilme, ruh halini düzenleyebilme, sıkıntıların düşünmeyi engellemesine izin vermeme, kendisini başkalarının yerine koyabilme ve ümit besleyebilme” olarak tanımlamıştır (Goleman 1995, 51).

Goleman kendi modelindeki duygusal zekâ unsurlarını profesyonel hayattaki faktörler ile eşleştirerek, duygusal zekâyı örgütlere taşımıştır. Goleman’ın karma duygusal zekâ modelinde, duygusal zekâyı bir yeterlilik olarak; yetenek ve becerilere dayandırmıştır. Şekil 2.5’te modelin kişisel yeterlilik ve sosyal yeterlilik başlıkları altında duygusal zekâ boyutları gösterilmiştir (Acar 2001, 26-35).



Şekil 2.5. Goleman Modeli Duygusal Zekâ Boyutları

Kaynak: Acar, F. (2001), Duygusal Zekâ Yeteneklerinin Göreve Yönelik ve İnsana Yönelik Liderlik Davranışları ile İlişkisi: Banka Şube Müdürleri Üzerine Bir Alan Araştırması, Doktora Tezi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

Goleman'ın duygusal zekâ modelini oluşturan bu beş temel unsur aşağıda açıklanmıştır (Kılıçarslan 2009, 56-57):

- **Benlik bilinci:** Kişinin herhangi bir duygu hissettiğinde onu tanımlayabilme, izleyebilme ve bu bilgiyi karar verirken kullanabilme yeteneğidir. Bu boyutu oluşturan yapı taşları; kişinin özgüven duyması, gerçekçi bir şekilde kendini değerlendirmesi, kendiyle alay edebilmesi şeklinde belirlenmiştir.
- **Kendine yön vermek:** Kişinin duygularını ve olaylar karşısında gösterdiği reaksiyonları kontrol edebilme ve olumsuz duygular ile zamanında başa çıkabilme yeteneğidir. Bu boyutun yapı taşları kişinin güvenilir ve dürüst olabilmesi, belirsiz durumlara karşı rahat hissetmesi, değişikliğe açık olabilmesi şeklinde belirlenmiştir.
- **Kendi kendini motive etmek:** Kişinin amacına yönelik olarak duygularını yönlendirebilme, yaşadığı sorunlar ve karşılaştığı engellere rağmen yılmama yeteneğidir. Bu boyutun yapı taşları; kişinin yüksek bir başarı isteği duyabilmesi, başarısızlık karşısında bile iyimserlik halini koruyabilmesi şeklinde belirlenmiştir.
- **Sosyal bilinç:** Kişilerin tarafsız bir şekilde, diğer kişilerin duygu ve düşüncelerinin farkında olma yeteneğidir. Bu boyutun yapı taşları; kişinin yetenek geliştirebilmesi, var olan yetkinliklerini korumaya yönelik uzmanlık geliştirebilmesi ve kendisini örgüte adayabilmesi şeklinde belirlenmiştir.
- **Sosyal yetenek:** Kişinin sosyal ilişkileri ve bağlantıları kavrayabilme, diğer kişilerle sorun yaşamadan geçinebilme ve kişilerin duygularını yönetebilme yeteneğidir. Bu boyutun yapı taşı ise; kişinin ikna edici olması, takım oluşturup liderlik edebilmesi şeklinde belirtilmiştir.

2.4.4. Cooper ve Sawaf Duygusal Zekâ Modeli

Cooper ve Sawaf 1997 yılında çıkardıkları kitaplarında duygusal zekâyı; “*Duyguların gücünü ve hızlı algılayışını, insan enerjisi, bilgisi, ilişkileri ve etkisinin bir kaynağı olarak duyumsama, anlama ve etkin bir biçimde kullanma yeteneğidir.*” şeklinde tanımlamıştır (Cooper ve Sawaf 1997, 12). Cooper ve Sawaf, özellikle duygusal zekâ ile liderlik arasındaki ilişkiyi inceleyen ve karma modeller arasında yer alan modellerini ölçmek için EQ Haritası soru formunu geliştirmişlerdir. Bu model yazarların “Liderlikte Duygusal Zekâ” adlı kitabında duygusal zekânın yönetimdeki ve organizasyon içindeki etkilerini incelemiştir (Doğan ve Şahin 2007, 242).

Cooper ve Sawaf’ın duygusal zekâ modeli dört boyuttan oluşmuştur. Bunlar Şekil 2.6’da gösterildiği gibi; duygusal zindelik, duyguları öğrenmek, duygusal simya ve duygusal derinliktir. Alt boyutları ise hem yetenek hem de beceriye dayanmaktadır (Arbak ve Çakar 2004, 40).



Şekil 2.6. Cooper ve Sawaf Modeli Duygusal Zekâ Boyutları

Kaynak: Tufan. Ş. (2011), Geliştiren Duygusal Zekâ Eğitimi Programının Ortaöğretim Dokuzuncu Sınıf Öğrencilerinin Duygusal Zekâ Düzeylerine Etkisi, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.

Dört köşe taşlı olarak isimlendirilen bu modelin boyutları aşağıdaki gibi açıklanmıştır (Tufan 2011, 17-20):

- **Duyguları öğrenmek:** Duygusal okuryazarlık olarak da adlandırılan boyut duygulara ilişkin tanımlamalar yapmayı ve duyguları fark edip onlara karşı duyarlı olmayı içermektedir. Alt boyutları ise duyguları objektif olarak algıma anlamına gelen duygusal dürüstlük; olumsuz ruh halini fark edip, olumluya çevirmek için kullanılan duygusal enerji; duygu ortaya çıktığında algılanıp, harekete geçmeyi ifade eden duygusal geribildirim; fiziksel duyguların dışında gerçekleşen algıyı karar aşamasında kullanmayı belirten pratik sezgiden oluşmaktadır.
- **Duygusal zindelik:** Kişinin kendisinin ve etrafındakilerin duygularının farkında olmasını belirten boyuta ait alt boyutlar kişinin kendini ifade etmesini ifade eden öz varlık; kişinin diğer insanlarla oluşturduğu güven alanı anlamına gelen güven çemberi; hoşnut olunmayan durumlar ve olaylar karşısında yapıcı fikirler üretmeyi belirten yapıcı hoşnutsuzluk ve şartlar değiştiğinde, yeni duruma karşı esnek davranabilme anlamına gelen esneklik ve yenileme şeklindedir.
- **Duygusal derinlik:** Bu boyut kişinin sahip olduğu potansiyel ve onu kullanma yolunu ifade eden özgün potansiyel ve amaç; duyguların yükselmesi ile çıkan motivasyon ve kendini adama isteği anlamına gelen adanmışlık; dürüst yaşamak ve kişinin otoriteden bağımsız, içten gelen çabasını belirten yetki olmadan etkiden oluşmaktadır.
- **Duygusal simya:** Simya, “*değerinin az olduğu düşünülen basit bir maddeyi, daha değerli bir şey haline dönüştürme gücü veya işlemi*” olarak tanımlanmaktadır. Bu boyuta ait alt boyutlar ise; kişilerin sezgilerini takip edebilmesi, istediği an kendini hayal edebilmesi anlamındaki düşünsel zaman değişimi; sezgileri fırsatlar için kullanmak, umutsuz bir durumda sezgilerine güvenerek yaptığı değişiklik ile durumu tersine çevirmesini belirten geleceği yaratmak şeklindedir.

Cooper ve Sawaf dört köşe taşı modelinde; duyguların güven, inisiyatif, empati, iş birliği, güvenilirlik, bütünlük, esneklik ve yaratıcılığı harekete geçirdiğini belirtmiştir. Bu bakımdan lider ve yönetici ilişkilerinde duygunun katkısı sanılanın aksine oldukça önemlidir. Duygular, insanları işe yarayan birer makine olmaktan çıkarıp, yapılan işe motivasyon, amaç ve anlam katmaktadır (Cooper & Sawaf 1997, 377-395; Akt. Kılıçarslan 2009, 60-62).

2.5. Duygusal Zekâ Ölçekleri

Duygusal zekâ ölçekleri, duygusal zekânın da IQ gibi ölçümlenebileceğini göstermektedir. Geçerliliği kanıtlanmış bu ölçeklerden bazıları şunlardır (Tufan 2011, 25):

- **Bar-On Duygusal Zekâ Katsayısı Envanteri (EQ-i):** Bilimsel temelli ilk duygusal zekâ testi olarak gösterdiğimiz bu envanter, 133 madde, 5 boyut ve 15 alt boyuttan oluşmaktadır. Kendini değerlendirme ölçüm yaklaşımına sahiptir.
- **Daniel Goleman Duygusal Yetenek Envanteri (ECI):** Goleman ve Boyatzis duygusal zekâ modeli temellidir. 360 derece ölçüm tekniği içeren envanter, 110 maddeden ve 5 boyuttan oluşmaktadır. Kendini değerlendirme be başkaları tarafından değerlendirilme ölçüm yaklaşımına sahiptir.
- **Mayer-Salovey-Caruso Duygusal Zekâ Testi (MSCEIT):** Mayer ve Salovey'in 4 boyutlu duygusal zekâ modeli temellidir. 8 alt testi bulunmaktadır ve 141 maddeden oluşmaktadır.
- **Wong-Law Duygusal Zekâ Ölçeği:** Örgüt psikolojisi alanındaki kullanım için geliştirilmiştir, 4 faktör ve 16 maddeden oluşmaktadır.
- **Cooper ve Sawaf Duygusal Zekâ Haritası (EQ-Map):** Cooper ve Sawaf'ın geliştirdikleri karma model temellidir. 5 boyut ve 21 maddeden oluşmaktadır.

- **Schutte Self-Report Duygusal Zekâ Testi (SSEIT):** Schutte, Malouff, Hall, Haggerty, Cooper, Golden ve Dornheim tarafından geliştirilmiştir. Mayer ve Salovey'in 3 boyutlu olan ilk duygusal zekâ modeli bazlıdır. 3 faktör ve 33 maddeden oluşmaktadır.



ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

ÖRGÜTSEL VATANDAŞLIK DAVRANIŞI

3.1. Örgütsel Vatandaşlık Davranışı Kavramının Tanımı

Örgütsel vatandaşlık davranışından bahsetmeden önce sıkça kullanılan davranış modellerinden olan biçimsel rol davranışı tanımlanmalıdır. Biçimsel rol davranışı; bir örgütte yönetim tarafından belirlenen ve örgütün etkin bir şekilde varlığına devam edebilmesi için yapılması zorunlu olan, çalışanların sözleşmelerinde bulunan davranışlardır. Bu davranışlar örgütün resmi ödül ve ceza sistemine tabiidir (Organ 1997, 88).

Chester Barnard 1930 yılında yaptığı çalışmada biçimsel rol davranışına ek olarak “ekstra rol davranışları” kavramını ortaya atmıştır. Barnard’a göre ekstra rol davranışları; kişilerin iş birliğine dayalı olarak geliştirdiklerini ve sisteme gönüllü olarak katkıda bulunmalarını kapsamaktadır. Barnard örgütü “işbirlikçi çabaların birlikteliği” olarak tanımlamış ve örgütü oluşturanların kişiler değil, bu kişilerin uyum içinde iş birlikçi hizmet ve davranışları olduğunu belirtmiştir. Ayrıca vurgulamıştır ki; çalışanlar arasında işbirlikçi uyumun fazla olması örgütlerde mevcut durumun devamlılığını sağlayarak değişimi engelleyecektir. Barnard’ın ekstra rol davranışı kavramı, Organ’ın örgütsel vatandaşlık davranışı çalışmalarının temelini oluşturmaktadır. Organ’ın 1977 yılında ortaya koyduğu örgütsel vatandaşlık davranışı, motivasyon ve etkileşim içerisindeki çalışanın davranışını incelerken, bazı çalışan davranışının resmi rol tanımlamasının dışında seyrettiğinin gözlemlemesi ile saptanmıştır (İşbaşı 2000, 7-8).

Organ (Organ 1997, 89), örgütsel vatandaşlık davranışını; “*biçimsel ödül sisteminde doğrudan ve tam olarak dikkate alınmayan, fakat bir bütün olarak organizasyonun fonksiyonlarını yerine getirmesine yardımcı olan, gönüllülüğe dayalı, isteğe bağlı birey davranışları*” olarak tanımlamıştır. Graham (1991) ise örgütsel vatandaşlık davranışı tanımını “*örgüt üyelerinin örgütle ilgili tüm pozitif davranışları*”

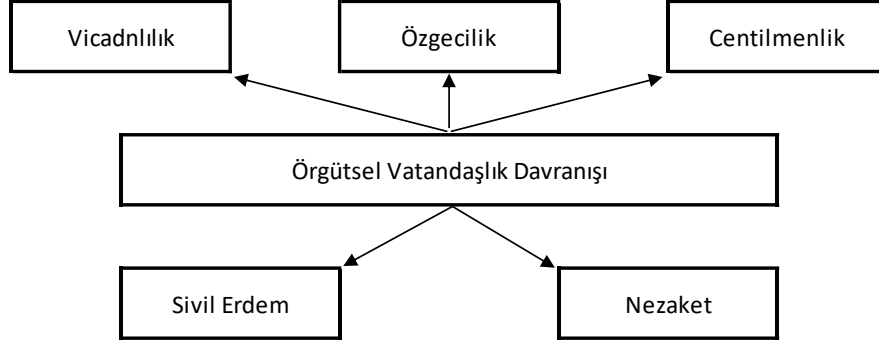
şeklinde yapmıştır. Podsakoff ve arkadaşları 2000 yılındaki çalışmalarında, örgütsel vatandaşlık davranışını genel olarak kişilerin yardım etme isteğinin bir sonucu olarak örgüte ya da işyerindeki çalışanlara yardıma yönelik örgütteki ekstra rol çabaları olarak ifade etmiştir. Örgütsel vatandaşlık davranışı üzerine çalışan araştırmacılar, modellerini ekstra rol davranışı temeline dayandırılmıştır. (Şehitoğlu ve Zehir 2010, 92).

3.2. Örgütsel Vatandaşlık Davranışı Çalışmaları

Örgütsel vatandaşlık davranışını iki boyutta inceleyen Smith ve arkadaşları (1983), fazla iş yükü olan çalışanlara yardım etme, iş akışını zamanında tamamlama, problem çözme ve işe yeni katılan çalışanlara destek olma davranışlarını özgecilik; işe zamanında gelme, devamsızlık yapmama, uzun molalardan kaçınma davranışlarını ise vicdanlılık olarak nitelendirmişlerdir. Organ ve arkadaşları, örgütsel vatandaşlık davranışını boyutlandırmak ve akabinde ölçeklendirebilmek için ilk olarak yöneticilerin çalışanlarından direk olarak yapmasını isteyemedikleri fakat yaptıklarında memnun olduklarını belirten, etkinlik, verimlilik ve ödüllendirme sistemi üzerine 30 önerme içeren bir ölçek hazırlamışlardır. Buna göre örgütsel vatandaşlık davranışı; özgecilik, bilinçlilik, nezaket, centilmenlik olmak üzere dört boyuta ayrılmıştır. Daha sonra Graham (1986)'ın, Organ'ın çalışmasını temel alarak ilerlettiği çalışmasında, çalışanın örgütün dışında da örgüt çıkarlarını korumasını kapsayan sivil erdem boyutundan bahsetmiştir. Organ (1988) örgütsel vatandaşlık davranışı modelini, eklediği sivil erdem boyutu ile toplamda 5 boyut ile ölçülendirilmeye başlamıştır. Boyutlar; özgecilik, bilinçlilik, sivil erdem, nezaket, centilmenlik şeklindedir.

Podsakoff ve arkadaşları (1990), örgütsel vatandaşlık davranışını Organ'ın 5 boyutuna ek olarak, uzlaşmacılık ve neşelilik olarak iki boyut daha ekleyerek, toplamda 7 boyutta incelemişlerdir. Williams ve Anderson (1991)'un çalışmasında iki temel örgütsel vatandaşlık davranışından bahsedilmiştir. Bunların ilki, direkt olarak organizasyon yararına olan iken; ikincisi, bireyin kendisine yarar sağlayan davranış olarak ortaya koyulmuştur. Örgütsel vatandaşlık davranışını modelleyen son

çalışmalardan biri olan Sharma ve Jain (2014) ise özgecilik, örgüte uyum, centilmenlik ve sadakat olarak 4 kategoriye ayırmışlardır.



Şekil 3.1: Organ'ın Örgütsel Vatandaşlık Davranışı Boyutları

Kaynak: Organ, D. W. (1997), "Organizational Citizenship Behavior: It's Construct Clean-Up Time", Human Performance, 10(2), 85-97.

Örgütsel vatandaşlık davranışı, iş tatmini, işe bağlılık, algılanan adalet, liderlik gibi diğer yönetim organizasyon kavramları için de açıklayıcı yeni bir alan yaratmıştır. Bu alanda çok sayıda araştırma sürdürülmüş ve anlamlı ilişkiler saptanmıştır. Örneğin, bulunduğu örgütün dışında kariyer beklentisi yüksek kişilerde örgütsel vatandaşlık davranışının düşük olduğu, kendini uzun süredir örgütün bir parçası olarak gören çalışanların örgütsel vatandaşlık davranışının yüksek olduğu görülmüştür. 1983 yılında Organ, Bateman ile birlikte örgütsel vatandaşlık teriminin iş tatmini ile olan ilişkisini incelemiş ve sonucunda iki terim arasında anlamlı ve güçlü bir ilişki olduğu gösterilmiştir (Banahene ve diğerleri 2017, 21-22).

Özellikle çalışan popülasyonu yüksek olan organizasyon yapılarında bir kişinin göstermiş olduğu pozitif davranış etkisiz gibi görünse de çalışanlarının tümünün aynı davranış içerisinde olması şüphesiz ki örgütün lehine olacak ve etkililiğini arttıracaktır. Bu bağlamda örgütsel vatandaşlık davranışı organizasyonlar ve bütünsel açıdan toplum için önem taşımaktadır (Todd 2003, 19).

Çalışanın iş tanımında bulunmayan olumlu ve rol fazlası bu davranışlar, örgütün sosyal mekanizmasının işleyişini kolaylaştırmaktadır (Organ 1997, 86). Diğer

yandan çalışanların işten çıkarılma korkusuna ya da maddi kazanım elde etmek gibi belirli beklentilerinin olmasına dayanan davranışlar örgütsel vatandaşlık davranışı olarak kabul edilmemektedir. Organ böylece örgütsel vatandaşlık davranışının cezalandırma ya da ödüllendirme sisteminden etkilenmediğini belirtmiştir (Şehitoğlu 2010, 85).

Çetin, 2004 yılında yayınladığı kitabında Organ'ın örgütsel vatandaşlık davranışının varlığından söz edebilmek için temelde 3 unsurun mutlaka olması gerektiğini vurgulamıştır. Bunlar; davranışın biçimsel rol davranışı dışında, tamamen gönüllülük esaslı olması; davranış sergilendikten sonra resmi ve açık bir dil ile ödüllendirmenin gerçekleşmemiş olması; davranış sergilenmediğinde ise cezalandırmanın gerçekleşmemiş olmasıdır (Beşiktaş 2009, 38).

MacKenzie ve arkadaşları (1998) örgütsel vatandaşlık davranışının son yıllarda sıkça akademik çalışmalara konu edilmesini iki sebebe bağlamışlardır. Bunlardan ilki; bu davranış sonucunda meydana gelen çalışan performansının, çalışanların ücret ve terfi yönetiminde göz önünde bulundurulmasıdır. İkincisi ise; bu davranışın örgütlerin etkinliğini artırarak, amaçlarına ulaşmasına katkı sağlamasıdır (Gürbüz ve Yüksel 2008, 179).

3.3. Örgütsel Vatandaşlık Davranışı Boyutları

Literatürde başka örgütsel vatandaşlık davranışı modelleri bulunmasına karşın, ayırt ediciliğin oldukça düşük olması sebebi ile Organ'ın 5 boyutlu modeli açıklanmıştır.

3.3.1. Özgecilik

Özgecilik kelime anlamı olarak, hiçbir çıkar gözetmeksizin başkalarının iyiliği için özveride bulunmayı bir ilke olarak benimseyen ahlak tutum ve görüştür (TDK 2018).

Fransız düşünür, Auguste Comte, özgeciliği bencillik duygusuna karşıt olarak ileri sürmüştür (Altay 2011 13).

Özgecilik, çalışanın örgüt içerisinde iş ile ilgili problemlerde diğer bir çalışana karşılıksız bir şekilde yardımcı olmasını ve onun görevini tamamlamasını ifade eder (Organ 1988, 12). Çalışanların ihtiyaç duydukları bilgilere kolayca ulaşmalarına, verilen herhangi bir işi yetiştirebilmelerine, araç-gereç kullanmalarına ve nihai olarak görevlerini tamamlamalarına yardımcı olmaya yönelik, gönüllülük esaslı davranışlar özgeciliğe örnek olarak gösterilir. Ek olarak, görevi olmadığı halde örgüte yeni katılan çalışanların oryantasyon sürecine destek olmak; herhangi bir nedenden ötürü işe geç kalan çalışanın görevini üstlenmek gibi davranışlar da özgecilik boyutu kapsamında nitelendirilir. Özgecilik boyutu, bazı araştırmacılar tarafından diğerkâmlık ya da yardımseverlik olarak da kullanılmıştır. Özgecilik çalışanların bir diğer çalışana yapmış olduğu yardım olarak, her ne kadar bireysel görünse de davranışın çıktıları itibari ile örgüte fayda sağlamaktadır (Güner 2016, 49).

Özet olarak özgecilik, gönüllülüğe dayalı olup, çalışanın kendi iş yükü haricinde, örgüt menfaatine olacak şekilde diğer çalışanlara yardım etmeye yönelik davranışlar sergilemesini ve bunu yaptığında herhangi bir ödül beklemeyeceğini veya yapmadığında cezalandırılmayacağını bilerek oluşturduğu davranışları ifade eder (Şehitoğlu 2010, 88).

3.3.2. Bilinçlilik

Bilinçlilik, çalışanın biçimsel rol davranışı çatısı altındaki performansının beklenenin üzerinde olması şeklinde tanımlanmıştır (Organ 1988, 12).

Örgüt içerisinde diğer bireylere yapılan yardımdan çok, örgütün direkt olarak kendisine yapılan, gönüllü davranış biçimleridir. Bu yönü ile de özgecilik boyutundan ayrılır. Örnek olarak; sağlık durumunun el vermemesine rağmen işe gelmek, örgütün su, elektrik, yakıt gibi kaynaklarını tasarruflu kullanmak ve mesai ücreti verilmediği halde işi bitirmek için mesaiye kalmak verilebilir (Altay 2011, 5; Gürbüz 2006, 56).

İleri görev bilinci olarak da bilinen bu örgütsel vatandaşlık davranışı boyutu, çalışanın örgütü için en iyi davranış modelini bulmaya teşvik eden bir dürtü olarak da ifade edilmiştir (Beşiktaş 2009, 56).

Bazı araştırmacılar tarafından özgecilik boyutu ile birlikte değerlendirilen vicdanlılık boyutu, temelde aynı yönetime sahip olsalar da odakları sebebi ile birbirinden ayrılır (Şehitoğlu 2010, 91).

3.3.3. Sivil Erdem

Organ, sivil erdem boyutunu, örgütün gelişime katkı sağlamak ve örgütün yönetsel işlevlerini destekleyen örgüte duyulan bağlılık ve ilgiye dayanan davranışlar olarak tanımlanmıştır (Organ 1988, 12). Sivil erdem davranışına örnek olarak, çalışanın örgütü etkileyecek endüstriyel gelişmeleri takip etmesi, örgütün stratejik kararlarıyla ilgili fikir beyan etmesi, örgüte karşı oluşan dışsal tehditler konusunda gözlem yapması, şüpheli olayları rapor etmesi gibi örgüt yararına ve örgütü daha iyiye taşıyacak davranışlar verilmiştir (Şehitoğlu 2010, 93).

Örgütsel vatandaşlık davranışının sivil erdem boyutu, diğer boyutlardan farklı olarak, çalışan tarafından bilinçli bir şekilde direkt örgüte yönelik ve örgüt yararı gözetilerek yapılan davranışlardır. Podsakoff ve arkadaşları 2000 yılında yaptıkları çalışmalarında; çalışanların örgüt dışında sergilediği, şirketi en iyi şekilde temsil etme davranışını da sivil erdem boyutuna ait olduğunu belirtmişlerdir (Mandalı 2017, 45).

1996 yılında Podsakoff ve arkadaşları tarafından yapılan araştırmada, örgütsel vatandaşlık davranışı ve dönüşümcü liderlik ilişkisi incelenmiştir. Bu çalışmanın en dikkat çekici kısmı ise örgütsel vatandaşlık davranışının tüm alt boyutları ile dönüşümcü liderlik arasında olumlu ilişki saptanırken, sivil erdem alt boyutu ile olumlu bir ilişki saptanamamıştır. Bu durum; “liderlerin kontrolleri ve ödüllendirme imkanları arttıkça çalışanlarda daha az sivil erdem davranışı sergilenmektedir” şeklinde yorumlanmıştır (Çankır 2016, 85-86).

3.3.4. Nezaket

Organ (1990), nezaket boyutunu; çalışanın diğer çalışanlara bilgi aktarması, hatırlatmada bulunması, uyarması, tavsiye etmesi, örgüt faaliyetlerini özet olarak aktarması şeklinde açıklamıştır. Podsakoff ve MacKenzie (1994) ise örgüt çalışanlarının iş ile ilgili problemler ile karşılaşmadan önce, önlem alınmasını sağlayacak davranışların bütününe nezaket boyutu altında değerlendirmişlerdir (Güner 2016, 50). Diğer bir deyişle, bu boyuttaki örgütsel vatandaşlık davranışları, yaşanma ihtimali olan ve diğer çalışanlarının işlerini etkileyecek sorunların henüz yaşanmadan engellenmesi ya da etkisinin azaltılması için tedbir alınmasını sağlamaktadır (Çankır 2016, 84). Nezaket boyutuna örnek olarak; üretim alanında, herhangi bir parçasından normal dışı sesler gelen bir makinenin bozulmasını beklemeden yönetim ya da bakımla ilgilenen kişilerin bilgilendirilmesi verilebilir (Podsakoff ve diğerleri 2000, 518).

Özgecilik ve nezaket boyutları benzerlik göstermektedir. Temelde iki boyut arasındaki fark; özgecilik boyutunun, problem yaşandıktan sonra hem örgüt hem de diğer çalışanlara yardımda bulunmasını kapsarken; nezaket boyutunun, problem oluşmadan önce, oluşmasını engellemek amacı ile bilgilendirmede bulunmasını kapsamasıdır (Şehitoğlu 2010, 88-89).

3.3.5. Centilmenlik

Organ, centilmenlik boyutunu, işe ilişkin sorun ve zorlukları şikâyet etmeden kabul etme isteği; zor koşullarda olumlu tutumunu koruma ve çalışma arkadaşları ya da örgüt menfaati için kendi çıkarlarından feragat etmek olarak tanımlamıştır (Organ 1990, 65-66).

Podsakoff ve arkadaşları, centilmenlik boyutunu çalışanın iş kaynaklı tüm zorluklar karşısında anlayışlı olma, şikâyet etmek yerine yapıcı davranarak fedakârlıkta bulunma, diğer çalışanların fikirlerini saygı ile dinleme, karşılaşılan her durumda olumlu tutumunu sürdürme türündeki davranışların tümü şeklinde belirtmiştir (Podsakoff ve diğerleri 2000, 518-519).

Centilmenlik, diğer bir deyiş ile hoşgörülu olma; çalışanların küçük ve basit hataları görmezden gelmeleri böylece çalışma arkadaşlarını inciterek huzursuzluk ortamı oluşturmamalarını sağlamaktadır. Ayrıca, alışanın Şikâyet etme eğiliminde olmamasını sağlayan centilmenlik boyutu, Őikâyete ayrılacak zamanın iş ile ilgili konulara ayrılmasını sağlar (Ackfeldt ve Coote 2005, 152).

Centilmenlik davranışının rastlanmadığı örgütlerde, çalışan çalışma koşullarındaki olumsuzluklardan fazlası ile etkilenmektedir ve yapıcı davranış sergileyemez, birbirleri hakkında Őikâyette bulunur ve uzlaşma sağlamaz. Bu durum örgütteki barışın bozulmasına, verimliliğin düşmesine ve genel yapının zarar görmesine sebep olur (Beşiktaş 2009, 59).

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

İŞ PERFORMANSI

4.1. İş Performansın Tanımı

Performans, bireyin gerçek potansiyelini, bilgisini veya yeteneğini, amaçlı ve planlanmış bir etkinlik için kullanarak elde edilen sonuç olarak tanımlanan bir kavramdır. İş performansı, belirli bir sürede elde edilen çıktı, görevin yerine getirilme derecesi olarak algılanmaktadır (Barutçugil 2002, 11 & Yıldız ve diğerleri 2008, 240).

Viswesvaran ve arkadaşlarının 1996 yılında yapmış oldukları çalışmada, iş performansının; çalışanın, ölçülebilir aksiyonu, davranışı ve bu potansiyele bağlı ortaya çıkan sonuç ile ilişkili olduğu ve örgüt hedeflerine katkıda bulunduğunu belirtmişlerdir (Viswesvaran ve diğerleri 1996, 562).

Türk Dil Kurumu (TDK) tarafından, “*başarım*” olarak ifade edilen performans kelimesinin Fransızca olan “*performance*” kelimesinden geldiği belirtilmiştir (Türk Dil Kurumu 2018).

İş performansı için yapılan farklı tanımlamalar da bulunmaktadır. Bunlardan biri; “*belirlenen koşullara göre bir işin yerine getirilme düzeyi veya çalışanın davranış biçimi*” iken, diğeri “*çalışanın işini başarıyla bitirmesi*” bir diğeri ise “*çalışanın günün sonunda yaptığı iş miktarı*”dır (Yüksel 2006, 36).

İş performansı, çalışanın belirli bir sürede yaratmış olduğu çıktıların tamamı olarak da tanımlanmıştır (Korkut 2017, 4).

Çalışanın kendisine atanmış görev doğrultusunda ne yapması gerektiği ile mevcutta ne yaptığı arasındaki korelasyonun bir fonksiyonu olarak iş performansı, örgüt başarısının yapı taşı olması sebebi ile örgütlerdeki en önemli unsurdur (Kara 2015, 32).

Nihai olarak literatürdeki tüm performans tanımları, çalışanın görevini tamamlayıp tamamlamadığını ya da doğru yapıp yapmadığını ölçmeye yaramaktadır. Örneğin yazmış olduğu raporları, anlam karmaşası yaratması, yazım hatası ya da temel amaca uygun olmaması gerekçesi ile yeniden yazmak durumunda kalan bir sekreterin performansı düşüktür. Tam tersi şekilde, verilen sürede, hatasız ve amaca uygun çıkan raporlar söz konusu olduğunda ise sekreter yüksek performans göstermiş olur. Bununla birlikte, en başta çalışanın kendisinden beklenen görevleri yapabilecek kapasiteye sahip olması gerekmektedir (Yüksel 2006, 37).

4.2. İş Performansın Örgüt ve Çalışan Açısından Önemi

Örgütlerde terfi, eğitim geliştirme, ücret yönetimi gibi insan kaynaklarına ait alanlarda iş performansı öncelikli bir ölçüm aracı haline gelmiştir. Performans değerlendirme olarak adlandırılan; çalışanın halihazırdaki performansı ve ileriki dönem potansiyelinin belirli sınırlamalar dahilinde değerlendirilmesi uygulaması, organizasyonlarda oldukça sık kullanılmaktadır (Gürbüz ve Yüksel 2008, 178).

İş performansı, çok yönlü olarak; bütünde örgütlerin, detayda ise yöneticilerin, çalışanların ve de araştırmacıların başlıca konusudur. İş performansından majör derecede etkilenen iki taraf ise çalışan ve örgüttür. Çalışan açısından, daha başarılı bir kariyer ve daha iyi bir gelir elde edilmesini sağlayan temel bir şart iken, aynı zamanda işlerini gerektiği gibi yapmaları ve başarı elde etmeleri neticesini doğuran psikolojik bir etkendir. Çalışanların göreve olan arzuları, kapasiteleri, yetenek ve yetkinlikleri iş performansını etkileyen başlıca faktörlerdir. Örgüt açısından ise belirlenen hedeflere ulaşılması ve rekabet etkinliğinin artması adına yüksek performans gösteren çalışanlar en temel ihtiyaçtır (Yelboğa 2006, 200).

Hızla farklılaşan dünyada tüm dış faktörlere rağmen rekabet edip, başarılı olmayı ve bu başarıyı sürdürmeyi hedefleyen örgütler, yüksek performans seviyesine sahip olmak zorundadır (Yüksel 2006, 37).

Şüphesiz ki, kişiye tanımlanmış bir görev ve görevin yerine getirilme derecesini belirleyen bir standart olmadan çalışanın iş performansından bahsedilemez. Bu standarda erişme, çalışanın performansının yüksek olduğunu gösterirken, standarda ulaşamama ise çalışanın performansının düşük olduğunu göstermektedir (Şehitoğlu 2010, 98).

4.3. Performans Değerlemenin Tanımı ve Amacı

Barutçugil, performans değerlemeyi; bilgi alışverişine, yapılan hataların getirdiği sorumluluğun ve başarıların paylaşılmasına, ortak çalışmaya, eğitim ve gelişime olanak sağlayan canlı bir sistem olarak tanımlamıştır (Barutçugil 2002, 105).

Performans değerlendirme İnsan Kaynakları Yönetiminin temel fonksiyonlarından biri olarak; ücret, terfi, işten çıkartma gibi idari kararların verilmesine yardımcıdır. Performans değerlemenin öncelikli amaçları ise; çalışanın mevcut performansını belirleyerek, eğitim ve gelişim ihtiyaçlarını saptamak, motivasyon ve iş tatmini sağlamak, adaletli bir ücret yapısı oluşturmak ve yöneticilere çalışanlarının başarılarını ve kabiliyetlerini değerlendirme hakkı tanımaktır (Kösedağı 2004, 37).

4.4. İş Performansı Ölçekleri

Geçerliliği kanıtlanmış iş performansı ölçeklerinden bazıları şunlardır (Korkut 2017, 21-25):

- **Choo İş Performansı Ölçeği:** Choo 1986 yılında iş stresi ve iş performansı üzerine yapmış olduğu çalışmada; dokuz ifadeden oluşan ve beşli likert ölçek ile ölçülen iş performansı ölçeğini oluşturmuştur. Bu ölçek, çalışanın performans sonucunda çıkan ürün ya da hizmetin niteliğini ve niceliğini, çalışanın yeni oluşan durumlara uyumunu, diğer çalışanlar ile geçimini, profesyonel yeteneğini ve bu yeteneğin işe yansımalarını sorgulayan ifadelerden oluşur. Ceylan ve diğerleri tarafından 2006 yılında Türkçeye uyarlanmıştır.

- **Kirkman ve Rosen & Sigler ve Pearson İş Performansı Ölçeği:** Kirkman ve Rosen'in geliştirmiş olduğu iş performansı ölçeği, 7 ifadeden oluşurken; Sigler ve Pearson tarafından revize edilerek dört ifadeye indirgenmiştir. Ölçekte yer alan ifadeler; çalışanın görevlerinin tamamlanması, iş standartlarına ve hedeflerine ulaşması, problemlerin hızlı bir şekilde çözümlenmesi çerçevesinde belirtilmiştir. Literatür taramalarında en sık kullanılan iş performansı ölçeği özelliğini taşımaktadır. Çöl'ün 2008 yılında algılanan güçlendirme ve iş performansı üzerine yapmış olduğu çalışmada Sigler ve Pearson'ın iş performansı ölçeğini Türkçeye çevrilmiştir.
- **Porter ve Lawler İş Performansı Ölçeği:** Porter ve Lawler'in 1968 yılında organizasyon yapısı ve iş davranışı üzerine yaptıkları çalışmada iş performansını beş ifadeden oluşan, beşli likert ölçekle ölçmüşlerdir. Ölçekteki beş ifade; diğer çalışanlar ile iyi geçinme, işlerini tamamlayabilme ve iş hedeflerine zamanında oluşabilme hakkındadır. Kalkavan (2014) tarafından Türkçeye çevrilmiştir.

BEŞİNCİ BÖLÜM

METODOLOJİ VE UYGULAMA

ÇALIŞANLARIN DUYGUSAL ZEKÂSİ VE ÖRGÜTSEL VATANDAŞLIK DAVRANIŞININ ÇALIŞAN PERFORMANSI ÜZERİNDEKİ ETKİSİ- PERAKENDE SEKTÖRÜNDE DENEYSEL BİR UYGULAMA

Bu bölümde araştırmanın amacı, kapsamı ve sınırları, kavramsal modeli, araştırmada kullanılan yöntemler, araştırmadan elde edilen veriler ve verilerin değerlendirilmesi, araştırma ölçeğinin güvenilirlik analizi, faktör analizi, korelasyon ve regresyon analizleri ele alınmıştır.

5.1. Araştırmanın Amacı

Bu araştırmanın esas amacı, perakende sektörü çalışanlarının duygusal zekâ düzeyleri ve örgütsel vatandaşlık davranışlarının performans üzerine etkisini tespit etmek ve değerlendirmektir. Bu sebeple çalışanların duygusal zekâ düzeyi ve örgütsel vatandaşlık davranış biçimleri incelenmiştir. Çalışmada duygusal zekâ kavramı; duyguların kullanımı, duyguların değerlendirilmesi, duyguların anlamlandırılması ve düzenlenmesi şeklinde değerlendirilmektedir. Örgütsel vatandaşlık davranışı ise özgecilik, nezaket, bilinçlilik, centilmenlik ve sivil erdem olarak ele alınmıştır. Bu çerçevede çalışanların duygusal zekâ ve örgütsel vatandaşlık davranışına ait bileşenlerinin her biri ayrı ayrı tespit edilmiştir.

5.2. Araştırmanın Kapsamı ve Sınırları

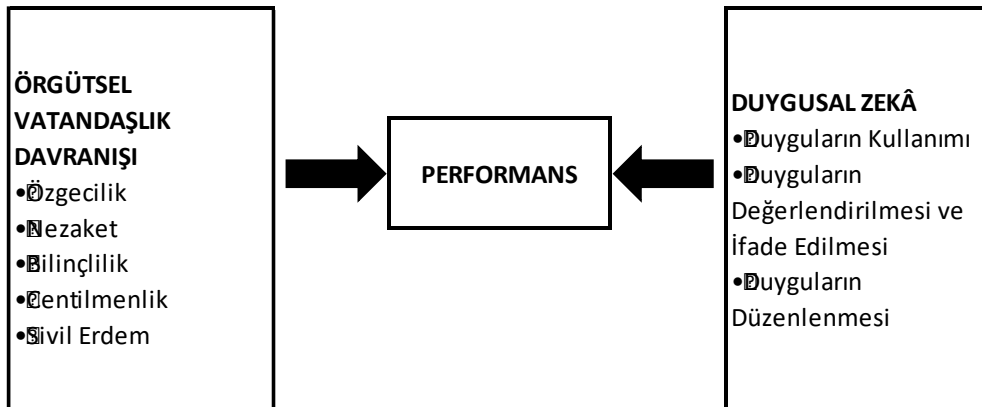
Perakende sektörü çalışanlarının duygusal zekâ düzeyinin ve örgütsel vatandaşlık davranışının iş performansına olan etkisinin ölçüldüğü araştırma, yalnızca İstanbul'da faaliyet gösteren perakende sektörü şirketleri üzerinde gerçekleştirilmiştir. İstanbul Türkiye'nin en kalabalık, ekonomik ve sosyo-kültürel açıdan en önemli şehri olarak, perakende sektöründe faaliyet gösteren çok fazla firma bulunmasına rağmen bu araştırma yalnızca hazır giyim ve gıda perakendeciliği işgal eden 7 farklı firmanın çalışanlarının katılımı ile gerçekleştirilmiştir.

5.3. Araştırmanın Kavramsal Modeli

Bu çalışmanın literatüre katkısı hem örgütsel vatandaşlık davranışının hem de duygusal zekânın perakende sektörü çalışanlarının performansı üzerine etkisinin eş zamanlı olarak incelenmesidir.

Çalışan performansı bütünsel çerçevede örgütün toplam performansını etkileyen birincil etken olduğu için literatürde çalışan performansına etki eden faktörler üzerine oldukça fazla çalışma yapılmıştır. İncelenen çok sayıda çalışma ve modelin sonucunda örgütsel vatandaşlık davranışı için Dennis Organ (1997)'in beş boyutlu örgütsel vatandaşlık davranışı ölçeği kullanılmıştır. Literatür taramalarında örgütsel vatandaşlık davranışı için kurulan başka modeller olsa da çalışmaların tamamı Organ'ın beş boyutlu modeli temellidir. Bu yüzden çalışmada Organ'ın modeli tercih edilmiştir. Kolay uygulanabilirliği sebebi ile duygusal zekâ modeli olarak Schutte ve arkadaşlarının (1998), Mayer ve Salovey (1990)'in üç boyutlu duygusal zekâ modeli temelinde geliştirdikleri ölçek kullanılmıştır. Çalışan performansı için ise literatürde en sık kullanılan Kirkman ve Rossen (1999) ile Sigler ve Pearson (2000)'un iş performansı ölçeği kullanılmıştır.

Bu araştırmanın kavramsal modeli Şekil 5.1'deki gibi belirlenmiştir.



Şekil 5.1. Araştırmanın Kavramsal Modeli

5.4. Araştırmanın Hipotezleri

Araştırmanın hipotezleri şu şekilde belirlenmiştir:

H₁: Duygusal zekânın çalışan performansı üzerinde doğrudan ve pozitif yönde bir etkisi bulunmaktadır.

H₂: Örgütsel vatandaşlık davranışının çalışan performansı üzerinde doğrudan ve pozitif yönde bir etkisi bulunmaktadır.

5.5. Araştırmanın Ana Kütlesi ve Örneklem Seçimi

Araştırmanın ana kümesini İstanbul' da perakende sektöründe faaliyet gösteren firmalardaki çalışanlar oluşturmaktadır. Örnek büyüklüğü için önerilen optimum örneklem hacmi formül şu şekildedir (Yıldırım 2010, 84):

$$n = (p * q) * \frac{z^2}{d^2}$$

p : perakende sektöründe çalışanların oranı

q : $1 - p$

z : %95 güven düzeyinde normal değer ($\pm 1,96$)

d : hata marjı ($\pm 0,05$)

Ana kütlede p bilinmediğinden maksimum varyansı veren 0,50 oranı kullanılır. Bu oranın kullanılması ile ana kütlede seçilecek örnek birim sayısı aşağıdaki gibi hesaplanmaktadır,

$$n = (0,50 * 0,50) * \frac{1,96^2}{0,05^2} = 384$$

5.6. Veri Toplama Yöntemi ve Örnekleme Süreci

Araştırmada veri toplama yöntemini olarak anket tekniği kullanılmıştır. Araştırmanın kavramsal modelinden hareketle değişkenler arasındaki ilişkilerin tespitinde kullanılmak üzere anket formu hazırlanmıştır (Bkz. Ek-1).

İstanbul’da bulunan ve perakende sektöründe çalışan kişiler araştırmanın ana kütlesini oluşturmaktadır. Anket verilerinin toplanmasında örnek birimlerine tesadüfi olmayan örnekleme yöntemlerinden biri olan kolayda örnekleme yöntemi ile ulaşılmıştır.

Perakende sektöründe çalışanlar ile internet üzerinden anket çalışması gerçekleştirilmiştir. Anket uygulaması Mayıs 2017-Mart 2018 tarihleri arasında yaklaşık 9 aylık bir zaman diliminde gerçekleştirilmiştir. Bu süre zarfında toplam 415 adet anket elde edilmiştir. Anketlerin 97’sinde çeşitli soruların eksik cevaplanmış olduğu görüldüğünden bu anketler değerlendirilmeye alınmamış ve 318 adet anket ile analizler gerçekleştirilmiştir.

5.7. Verilerin Analizi ve Bulgular

Araştırmanın bu bölümünde öncelikli olarak katılımcılara ilişkin demografik özellikler incelenmiştir. Daha sonra kullanılan ölçeklere ilişkin analizler gerçekleştirilmiştir. Duygusal zekâ ve örgütsel vatandaşlık davranışının boyutları ile performans ölçeğinin belirlenmesi için Açıklayıcı Faktör Analizi (AFA) ve güvenilirlik analizi yapılmıştır. Duygusal zekâ ve örgütsel vatandaşlık davranışı bileşenlerinin performans ile ilişkisini incelemek için korelasyon analizi yapılmıştır. Ayrıca örgütsel vatandaşlık davranışı ve duygusal zekânın iş performansı üzerindeki etkisinin araştırıldığı hipotezler çoklu regresyon analizi kullanılarak test edilmiştir.

Demografik değişkenlerin frekans analizi ile ölçekler için yapılan faktör analizi, güvenilirlik, korelasyon ve regresyon analizi SPSS 21 paket programı yardımıyla gerçekleştirilmiştir.

5.7.1. Demografik Özellikler

Araştırmada 318 çalışanın verisi dikkate alınmıştır. Bu veriler ile katılımcıların demografik dağılımlarını tespit etmek için frekans analizi yapılmıştır. Analiz sonuçları aşağıda tablolar halinde sunulmaktadır.

Tablo 5.1. Ankete Katılan Çalışanların Cinsiyetlerine Göre Dağılımı

Cinsiyet	Frekans	%
Kadın	195	61,3
Erkek	123	38,7
TOPLAM	318	100,0

Tablo 5.1 çalışanların cinsiyete göre dağılımını göstermektedir. Tablo 5.1 incelendiğinde katılımcıların %61,3'ünü kadınlar, %38,7'sini ise erkekler oluşturmaktadır.

Tablo 5.2. Ankete Katılan Çalışanların Yaş Gruplarına Göre Dağılımı

Yaş grupları	Frekans	%
22-24 yaş	18	5,7
25-29 yaş	133	41,8
30-34 yaş	103	32,4
35-39 yaş	41	12,9
40-44 yaş	12	3,7
45 ve üstü	11	3,5
TOPLAM	318	100,0

Ankete katılanların yaşa göre dağılımı Tablo 5.2'de gösterilmektedir. Yaş gruplarına ilişkin dağılıma bakıldığında katılımcıların %5,7'si 22-24 yaş aralığındadır. Katılımcıların ağırlıklı olarak 25-29 (%41,8) ve 30-34 (%32,4) yaş aralığında olduğu görülmektedir. Ayrıca 35-39 yaş grubundakilerin oranı %12,9, 40-44 yaş grubundakilerin oranı %3,7, 45 ve üstü yaştakilerin oranının ise %3,5 olduğu tespit edilmiştir.

Tablo 5.3. Ankete Katılan Çalışanların Eğitim Durumuna Göre Dağılımı

Eğitim durumu	Frekans	%
Lise	7	2,2
Yüksekokul	17	5,3
Üniversite	232	73,0
Yüksek Lisans	62	19,5
TOPLAM	318	100,0

Ankete katılanların eğitim durumu Tablo 5.3'te gösterilmektedir. Ankete katılanların çoğunluğu (%73'ü) üniversite mezunudur. Lise ve yüksekokul mezunlarının oranı sırasıyla %2,2 ve %5,3'tür. Yüksek lisans mezunları ise araştırmaya katılanların %19,5'ini oluşturmaktadır.

Tablo 5.4. Ankete Katılan Çalışanların Unvana Göre Dağılımı

Unvan	Frekans	%
Orta Düzey Yönetici	62	19,5
Uzman	247	77,7
Üst Düzey Yönetici	9	0.03
TOPLAM	318	100,0

Ankete katılanların unvana göre dağılımı Tablo 5.4'te gösterilmektedir. İşyerindeki pozisyonları ele alındığında araştırmaya katılanların uzman ağırlıklı olduğu görülmektedir (%77,7). Orta düzey yöneticiler katılımcıların %19,5'lik kısmını oluştururken araştırmaya katılanların çok azı (%0,3) üst düzey yöneticilerden oluşmaktadır.

5.7.2. Açıklayıcı Faktör Analizi

Araştırmada duygusal zekâ, örgütsel vatandaşlık davranışı ve performans ölçeğine ilişkin sorulara verilen cevaplar değerlendirmeye alınarak açıklayıcı faktör analizi yapılmıştır. Açıklayıcı faktör analizinde amaç ölçek sorularına verilen cevapların ölçme aracını oluşturup oluşturmadığını ortaya koymaktır. Bu nedenle yapılan faktör analiziyle ölçek boyutlarının geçerli olup olmadığı araştırılmıştır.

Faktör analizinin yapılabilmesi için iki temel varsayım bulunmaktadır. Bunlardan ilki ölçekte yer alan soruların birbiri ile belirli ölçüde ilişkili olmasıdır. Bunun için Bartlett testi kullanılmaktadır. Bartlett testi sonucuna göre elde edilen olasılık değerinin $p < 0.05$ 'den küçük olması gerekmektedir. Bu durumda ölçekte yer alan soruların birbiri ile ilişkili olduğu ve değişkenlerin faktör analizi yapılması için uygun olduğu ortaya çıkmaktadır.

Bir diğer varsayım ise mevcut verilerin faktör analizi için yeterli olup olmadığına ilişkindir. Veri boyutunun faktör analizine uygunluğunu araştırmak amacıyla Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) değerine bakılması gerekmektedir. Örneklem yeterliliği ölçütü olarak ifade edilen KMO değerine ait kabul düzeyi ve yorumu Tablo 5.5'te verilmiştir (Durmuş ve diğerleri 2011, 80).

Tablo 5.5. Kaiser-Meyer-Olkin Geçerlilik Değeri

Ölçüt	Açıklama
$0,80 \leq KMO$	Mükemmel
$0,70 < KMO < 0,80$	İyi
$0,60 < KMO < 0,70$	Orta
$0,50 < KMO < 0,60$	Kötü
$KMO < 0,50$	Kabul Edilemez

Kaynak: Durmuş, B., Yurtkoru E. S. ve Çinko, M. (2011), Sosyal Bilimlerde SPSS'le Veri Analizi, Beta Yayıncılık, İstanbul

Örgütsel vatandaşlık davranışı ölçeği için yapılan faktör analizine ait nihai sonuçlar Tablo 5.6'da yer almaktadır. Bu ölçek için yapılmış olan ilk analiz sonuçlarına göre KMO değeri 0,871 olarak elde edilmiştir. Bu değere göre veri

düzeyinin faktör analizi yapmak için oldukça iyi seviyede olduğu anlaşılmaktadır. Ayrıca Bartlett testi sonucunda olasılık değeri ($p=0,000$) anlam düzeyi olan 0,05'den küçük elde edilmiş ve ölçekte yer alan soruların birbiriyle ilişkili olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bu iki durum birlikte ele alındığında sonuçlar yapılan faktör analizinin uygun olduğunu göstermektedir.

Faktör analizinin uygun olduğu anlaşıldığından analiz sonuçlarının yorumlanması gerekmektedir. Analizden elde edilen döndürülmüş faktör yükleri tablosu incelenmiş ve ölçekte yer alan madde 1, madde 7 ve madde 10'un düşük faktör yük değerine (0.50'den düşük) sahip olduğu görülmüştür. Düşük faktör yükü alan bu üç madde analizden çıkarılmış ve analiz tekrarlanmıştır.

Yeni faktör analizi sonuçlarına göre KMO değerinin 0,861 olarak elde edildiği ve veri düzeyinin çok iyi olduğu görülmektedir. Bartlett testi sonucunda olasılık değeri ($p=0,000$) anlam düzeyinden düşük çıkmış ve bu iki durum neticesinde faktör analizi yapılmasının uygun olduğu görülmüştür. Bu son durum neticesinde 24 maddeden oluşan örgütsel vatandaşlık davranışı ölçeği 3 maddenin çıkarılması ile birlikte 21 madde olarak kabul edilmiştir.

Örgütsel vatandaşlık davranışı ölçeği için yapılan faktör analizine ait nihai sonuçlar aşağıda Tablo 5.6'da yer almaktadır. Analiz sonuçları incelendiğinde ölçeğin 6 faktörlü bir yapı oluşturduğu ve tüm değişkenlerin faktör yük değerlerinin kabul düzeyi olan 0,5'in üzerinde olduğu görülmektedir. Yine Tablo 5.6'da görüldüğü üzere her bir faktöre ilişkin öz değer istatistiği 1'den büyük elde edilmiştir. Faktör yüklerinin ve öz değerlerin istenen düzeyde olması ölçek sorularının örgütsel vatandaşlık davranışına ilişkin yapıyı ölçmek için elverişli olduğu ve tüm faktörlerin toplam yapının %61,4'ünü açıklamakta olduğu görülmüştür.

Tablo 5.6'da ölçek boyutlarına ait güvenilirlik sonuçlarını gösteren alfa katsayıları yer almaktadır. Ölçek boyutlarının güvenilirliğini gösteren bu katsayının 0,60 ve üzerinde değer alması ilgili faktörün güvenilir olduğunu göstermektedir. Tablo

incelendiğinde ölçeğe ait tüm faktörlerin 0,60'ın üzerinde değer aldığı dolayısıyla güvenilir olduğu görülmüştür.

Örgütsel vatandaşlık davranışı boyutları arasında en yüksek açıklanan varyans ve özdeğer istatistiği değerine sahip olan boyut; özgecilik boyutu olmuştur. Buradan özgecilik boyutunun, örgütsel vatandaşlık davranışını en çok açıklayan ve temsil eden boyut olduğu anlaşılmaktadır.

Ayrıca geçerli olan analiz sonuçlarının, Organ'ın orijinal ölçeğinin boyutlarını oluşturduğu görülmektedir. Bununla birlikte ölçekte yer alan üç maddenin ilgili olduğu boyutların dışında farklı bir faktör boyutu oluşturduğu anlaşılmıştır. Ortaya çıkan yeni faktörün isimlendirilmesi için maddelerin faktör ile korelasyonunu ifade eden faktör yük değerleri incelenmiştir. Madde 20 ve madde 21'in faktörle yüksek ilişkili olduğu (sırasıyla faktör yük değerleri 0,778 ve 0,698) görülmüştür. Her iki maddenin içeriğinin özü incelenmiş ve kavramsal olarak bu faktörün "ifade serbestliği" olarak isimlendirilmesi uygun bulunmuştur.

Tablo 5.6. Örgütsel Vatandaşlık Davranışı Ölçeği Açıklayıcı Faktör Analizi

ÖLÇEK MADDELERİ	Faktör Yükleri	Öz değer İstatistiği	Açıklanan Varyans (%)	Cronbach Alfa Katsayısı
ÖZGECİLİK		5,76	11,50	0,765
İşletmeye yeni katılan bir çalışanın işine uyumunda kendiliğinden yardımcı olurum	,694			
İşle ilgili sorunlarda elimdeki bilgileri çalışma arkadaşlarımla paylaşırım	,776			
Aşırı iş yükü ile uğraşan bir çalışma arkadaşına yardım ederim	,625			
İş esnasında sorunla karşılaşan çalışma arkadaşlarıma yardım etmek için gerekli zamanı ayırırım	,704			
NEZAKET		2,13	11,46	0,654
İş ile ilgili önemli bir adım atmadan önce muhakkak üstümü bilgilendiririm	,765			
Beklenmeyen sorunlar yaşandığında çalışma arkadaşlarımla zarar görmemeleri için uyarırım	,655			
Beraber çalıştığım çalışma arkadaşlarımla sorun yaratmamaya çalışırım	,622			
BİLİNÇLİLİK		1,56	10,27	0,670
İşe zamanında gelirim ve zamanımın çoğunu iş ile ilgili faaliyetlerde geçiririm	,766			
Geçerli sebeplerim olsa dahi işe gelme konusunda devamsızlık yapmam	,630			
Kimse görmese de işletmenin kurallarına ve düzenlemelerine uyarırım	,689			
Kazandığım paranın hakkını vermem gerektiğine inanırım	,654			
CENTİLMENLİK		1,23	9,55	0,704
Kişisel bir sorunum dahi olsa çalışma arkadaşlarıma içtenlikle, ilgi ve nezaket gösteririm	,696			
Önemsiz sorunlar için şikâyet ederek vaktimi boşa harcamaz ve olayların olumlu yönünü görmeye çalışırım	,770			
İş ortamında yaşadığım yeni durumlara karşı gücenme ve kızgınlık duymam	,759			
İFADE SERBESTLİĞİ		1,13	9,33	0,635
İşletme içinde çıkan sorunların ve çatışmaların çözülmesinde aktif rol oynarım	,579			
Önemli sonuçlar doğurabilecek konularda diğer çalışma arkadaşlarımla aynı fikirde olmasam dahi fikirlerimi dürüstçe ifade ederim	,778			
Fikirlerimi beyan etme konusunda çekingen davranan çalışma arkadaşlarımla konuşmaları için cesaretlendiririm	,698			
SİVİL ERDEM		1,08	9,32	0,751
İşletme için olumlu imaj yaratacağına inandığım tüm etkinliklere katılırım	,753			

İşletmenin sosyal etkinliklerine kendi isteğim ile katılım	,666			
Geliştirici faaliyet yapan araştırma ve proje gruplarının içerisinde yer alırım	,681			
İşletmedeki değişimleri izler ve çalışma arkadaşlarımla değişimi kabul etmesinde aktif rol oynarım	,615			

Duygusal zekâ ölçeği için yapılan faktör analizine ait nihai sonuçlar Tablo 5.7’de yer almaktadır. Bu ölçek için yapılmış olan ilk analiz sonuçlarına göre KMO değeri 0,828 olarak elde edilmiştir. Bu değere göre veri düzeyinin faktör analizi yapmak için oldukça iyi seviyede olduğu anlaşılmaktadır. Ayrıca Bartlett testi sonucunda olasılık değeri ($p=0,000$) anlam düzeyi olan 0,05’den küçük elde edilmiş ve ölçekte yer alan soruların birbiriyle ilişkili olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bu iki durum birlikte ele alındığında sonuçlar yapılan faktör analizinin uygun olduğunu göstermektedir.

Faktör analizinin uygun olduğu anlaşıldığından analiz sonuçlarının yorumlanması gerekmektedir. Analizden elde edilen döndürülmüş faktör yükleri tablosu incelenmiş ve ölçekte yer alan madde 1, 4, 6, 7, 8, 11, 15, 16, 17, 20, 21, 24, 26, 27, 30 ve 32’nin düşük faktör yük değerine (0.50’den düşük) sahip olduğu görülmüştür. Düşük faktör yükü alan bu 16 madde analizden çıkarılmış ve analiz tekrarlanmıştır. Ölçekten çıkarılan maddeler incelendiğinde okuyucunun maddeleri birbirinden ayırt etmekte zorlandığı anlaşılmıştır.

Yeni faktör analizi sonuçlarına göre KMO değerinin 0,824 olarak elde edildiği ve veri düzeyinin çok iyi olduğu görülmektedir. Bartlett testi sonucunda olasılık değeri ($p=0,000$) anlam düzeyinden düşük çıkmış ve bu iki durum neticesinde faktör analizi yapılmasının uygun olduğu görülmüştür. Bu son durum neticesinde 33 maddeden oluşan duygusal zekâ ölçeği 16 maddenin çıkarılması ile birlikte 17 madde olarak kabul edilmiştir.

Duygusal zekâ ölçeği için yapılan faktör analizine ait nihai sonuçlar aşağıda Tablo 5.7’de yer almaktadır. Analiz sonuçları incelendiğinde ölçeğin 4 faktörlü bir yapı oluşturduğu ve tüm değişkenlerin faktör yük değerlerinin kabul düzeyi olan

0.50'nin üzerinde olduğu görülmektedir. Yine tablo 5.10'da görüldüğü üzere her bir faktöre ilişkin öz değer istatistiği 1'den büyük elde edilmiştir. Faktör yüklerinin ve öz değerlerin istenen düzeyde olması ölçek sorularının duygusal zekâya ilişkin yapıyı ölçmek için elverişli olduğu ve tüm faktörlerin toplam yapının %54'ünü açıklamakta olduğu görülmüştür.

Tablo 5.7'de duygusal zekâ ölçek boyutlarına ait güvenilirlik sonuçlarını gösteren alfa katsayıları yer almaktadır. Tablo incelendiğinde ölçeğe ait duyguların kullanımı, duyguların değerlendirilmesi ve duyguları anlamak boyutları için faktörlerin alfa değerinin 0,60'ın üzerinde olduğu görülmektedir. Dolayısıyla bu üç faktör için sonuçların güvenilir olduğu görülmektedir. Duygusal zekânın dördüncü faktörü olan duyguların düzenlenmesi boyutu için ise alfa değerinin 0,60'ın altında (0,581 olarak) elde edilmesi bu ölçeğin güvenilirliğini orta seviyede olduğunu göstermektedir.

Duygusal zekâ boyutları arasında en yüksek açıklanan varyans ve özdeğer istatistiği değerine sahip olan boyut; duyguların kullanımı boyutu olmuştur. Buradan duyguların kullanımı boyutunun, duygusal zekâ ölçeğini en çok açıklayan ve temsil eden boyut olduğu anlaşılmaktadır.

Duygusal zekâ ölçeği için analiz sonuçlarına baktığımızda ölçeğin orijinal boyutlarından farklı sonuçlarla karşılaşmıştır. Fakat bu literatüre aykırı bir durum teşkil etmemektedir. Bu çalışmada duygusal zekâ boyutu için Schutte ve arkadaşlarına (1998) ait ölçek kullanılmıştır. Schutte ve arkadaşlarının çalışmasında duygusal zekâ modeli, Mayer ve Salovey (1990)'in 3 boyutlu ilk duygusal zekâ modeli tabanlı geliştirilmiştir. Bu boyutlar çalışmanın literatür araştırması kısmında da belirtildiği gibi; duyguların değerlendirilmesi ve ifadesi, duyguların düzenlenmesi ve duyguların kullanımıdır. Her ne kadar Schutte ve arkadaşları duygusal zekâ ölçeğine ait sonuçları 3 boyutlu olarak elde etmişse de bu çalışmada duygusal zekâ 4 boyuta ayrılmıştır. Yine literatür kısmına geri dönüldüğünde Mayer ve Salovey'in 1997 yılında ortaya koydukları revize edilmiş duygusal zekâ modeli de 4 boyut içermektedir. Dolayısıyla burada elde edilen sonuçların Mayer ve Salovey'in kavramsallaştırması ile örtüştüğü

görülmektedir. Bu nedenle araştırmada Schutte'nin geliştirdiği ölçek kullanılmış olsa da sonuçların yorumlanması bu iki çalışmayı birden göz önüne alarak yapılmıştır. Analiz neticesinde oluşan boyutlar; duyguların değerlendirilmesi ve ifade edilmesi, duyguların kullanımı, duyguların düzenlenmesi ve duyguları anlamak ve analiz etmek şeklindedir.



Tablo 5.7. Duygusal Zekâ Ölçeği Açıklayıcı Faktör Analizi

ÖLÇEK MADDELERİ	Faktör Yükleri	Öz değer İstatistiği	Açıklanan Varyans (%)	Cronbach Alfa Katsayısı
DUYGULARIN KULLANIMI		4,38	15,55	0,769
İyi şeyler olacağını ümit ederim	,685			
Olumlu bir duygu yaşadığımda bu duyguyu nasıl devam ettireceğimi bilirim	,747			
Diğerlerinin hoşlanacağı şeyleri organize ederim	,702			
Beni mutlu eden olayları arar bulurum	,772			
Engellere karşı olumlu ruh halimi kullanarak kendimi korurum	,509			
DUYGULARIN DEĞERLENDİRİLMESİ VE İFADE EDİLMESİ		2,33	15,32	0,771
Diğer insanların sözsüz mesajlarını (hareketler, jest ve mimikler vs.) anlamakta güçlük çekerim	,727			
İnsanların yüz ifadelerine baktığımda, o anda hangi duygular içinde olduklarını anlarım	,675			
Diğer insanların gönderdiği sözsüz mesajları fark ederim	,701			
İnsanlara sadece bakarak, onların ne hissettiğini anlarım	,620			
İnsanların içinde buldukları ruh halini anlamak benim için zordur	,743			
DUYGULARI ANLAMAK VE ANALİZ ETMEK		1,32	11,75	0,654
Duyularımı yaşarken, o an hangi duygumun etkisi altında olduğumu bilirim	,752			
Duygularımın niçin değiştiğini bilirim	,716			
Duygularımı yaşarken onları rahatlıkla tanımlayabilirim	,586			
DUYGULARIN DÜZENLENMESİ		1,14	11,36	0,581
Engellerle karşılaştığımda, daha önce de benzer engellerle karşılaştığım ve onların üstesinden geldiğim zamanları hatırlarım	,645			
Uğraştığım şeylerin birçoğunu iyi yapabileceğimi düşünüyorum	,592			
Üstlendiğim işlerin başarılı sonuçlarını hayal ederek kendimi motive ederim	,530			
Bir meydan okumayla karşılaştığımda, başarısız olacağıma inandığım için pes ederim	,730			

Performans ölçeği için yapılan faktör analizine ait nihai sonuçlar tablo 5.8’de yer almaktadır. Bu ölçek için yapılmış olan analiz sonuçlarına göre KMO değeri 0,664 olarak elde edilmiştir. Bu değere göre veri düzeyinin faktör analizi yapmak için orta seviyede yeterli olduğu anlaşılmaktadır. Ayrıca Bartlett testi sonucunda olasılık değeri (p=0,000) anlam düzeyi olan 0,05’den küçük elde edilmiş ve ölçekte yer alan soruların

birbiriyle ilişkili olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bu iki durum birlikte ele alındığında sonuçlar yapılan faktör analizinin uygun olduğunu göstermektedir.

Analizden elde edilen faktör yükleri tablosu incelenmiş ve ölçekte yer alan maddelerin faktör yük kabul düzeyi olan 0,50'nin üzerinde olduğu görülmüştür. Yine görüleceği üzere bu ölçğe ait tek bir faktör bulunmaktadır ve faktöre ilişkin öz değer istatistiği 1'den büyük elde edilmiştir. Faktör yüklerinin ve öz değer istatistiğinin istenen düzeyde olması ölçek sorularının performansa ilişkin yapıyı ölçmek için elverişli olduğu ve mevcut faktörün toplam yapının %50,5'ini açıklamakta olduğu görülmüştür.

Tablo 5.8'de performans ölçğine ait güvenilirlik sonucunu gösteren alfa katsayısı 0,672 olarak elde edilmiştir. Ölçğe ait güvenilirlik katsayısı 0,60'ın üzerinde değer aldığı için sonucun güvenilir olduğu görülmüştür.

Tablo 5.8. Performans Ölçği Açıklayıcı Faktör Analizi

ÖLÇEK MADDELERİ	Faktör Yükleri	Öz değer İstatistiği	Açıklanan Varyans (%)	Cronbach Alfa Katsayısı
		2,02	50,58	0,672
Görevlerimi tam zamanında tamamlarım	,709			
İş hedeflerime fazlasıyla ulaşıyorum	,789			
Sunduğum hizmet kalitesinde standartlara fazlasıyla ulaştığımdan eminim	,726			
Bir problem gündeme geldiğinde en hızlı şekilde çözüm üretirim	,608			

5.7.3. Korelasyon Analizi

Korelasyon analizinde amaç iki değişken arasındaki ilişkinin yönü ve kuvvetini incelemektir. Bu analizinde yalnızca değişkenler arasındaki doğrusal ilişki incelenmektedir. Korelasyon analizi ile elde edilen korelasyon katsayısı iki değişkenin birlikte değişimini göstermektedir. Korelasyon katsayısının işareti değişkenler arasındaki ilişkinin yönünü vermektedir. Katsayının pozitif olması değişkenlerden birine ait değer artarken diğerinin de artması ya da birinin azalırken diğerinin de azalması anlamına gelmektedir. Korelasyon katsayısı “-1” ile “+1” arasında değer

almaktadır. İki değişken arasındaki korelasyon katsayısının yorumu Tablo 5.9'daki gibidir (Kalaycı 2010, 116).

Tablo 5.9. Korelasyon Katsayısının Yorumu

Korelasyon	İlişki
0,00-0,25	Çok zayıf
0,26-0,49	Zayıf
0,50-0,69	Orta
0,70-0,89	Yüksek
0,90-1,00	Çok Yüksek

Kaynak: Kalaycı, Ş. (2010), SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri, Asil Yayın, Ankara

Araştırmada kullanılan değişkenler arasındaki ilişkinin gösterildiği korelasyon analiz tablosu aşığıda Tablo 5.10'da görölmektedir. Korelasyon analizi ile örgütsel vatandaşlık davranışı ve duygusal zekâ ölçeğinin alt boyutları ile performans arasındaki ilişki incelenmiştir.

Örgütsel vatandaşlık davranışının alt boyutu olan bilinçlilik için hesaplanan korelasyon katsayısı 0,245 ve sivil erdem değişkeni için ise 0,250 olarak elde edilmiştir. Bu durumda bu iki değişken ile çalışan performansı arasında çok zayıf bir ilişki olduğu yorumu yapılabilir. Ölçeğin diğer değişkenleri olan özgecilik (0,281), nezaket (0,263), centilmenlik (0,318) ve ifade serbestliği (0,402) ile çalışan performansı arasında pozitif yönlü zayıf bir ilişki olduğu görölmektedir.

Çalışan performansı ve duygusal zekâ arasındaki ilişkiye baktığımızda ise duyguların kullanımı ile iş performansı arasında çok zayıf bir ilişki (0,248) bulunmaktadır. Öte yandan duygusal zekânın diğer alt boyutları olan duyguların değerlendirilmesi ve ifade edilmesi (0,296), duyguları anlamak ve analiz etmek (0,256) ve duyguların düzenlenmesi (0,384) arasında da zayıf bir ilişki olduğu gözlemlenmektedir.

Tablo 5.10. Korelasyon Analiz Tablosu

Alt Boyut	İş Performansı
İş Performansı	1
Özgecılık	,281 ^{**}
Nezaket	,263 ^{**}
Bilinçlilik	,245 ^{**}
Centilmenlik	,318 ^{**}
İfade Serbestliği	,402 ^{**}
Sivil Erdem	,250 ^{**}
Duyguların Kullanımı	,248 ^{**}
Duyguların Değerlendirilmesi ve İfade Edilmesi	,296 ^{**}
Duyguları Anlamak ve Analiz Etmek	,256 ^{**}
Duyguların Düzenlenmesi	,384 ^{**}

"**", "*" gösterimi sırasıyla 0,01 ve 0,05 anlamlılık düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı olan korelasyonları gösterir.

5.7.4. Regresyon Analizi

Araştırma modeline ilişkin hipotezlerin geçerliliğini test etmek amacıyla çoklu regresyon analizi yapılmıştır. Çoklu regresyon analizi ile örgütsel vatandaşlık davranışı ve duygusal zekâ ölçeğinin çalışanların performansı üzerinde etkili olup olmadığı araştırılmıştır.

Aşağıda Tablo 5.11’de bağımlı değişkeni performans olarak ele alınan regresyon analizine sonuçları yer almaktadır. Tablo 5.11 incelendiğinde, bağımsız değişken olan örgütsel vatandaşlık davranışı ölçeği alt boyutlarına ait katsayılar, standart hatalar ve katsayılar ait t-istatistikleri ile olasılık değerlerinin bulunduğu görülmektedir. Modelde yer alan bağımsız değişkenlere ait katsayılar için hesaplanmış olan t-istatistikleri her bir değişkenin performans üzerindeki etkisinin istatistiksel açıdan anlamlılığını göstermektedir.

Sonuçlar incelendiğinde modelde yer alan her bir değişkenin t-istatistik değerinin istenen düzeyde olduğu ve tüm değişkenlerin ayrı ayrı istatistiksel olarak anlamlı olduğu görülmektedir. Elde edilen t-istatistikleri tablo değeri olan 1,96'dan büyük ve olasılık değerleri $p < 0,05$ 'den küçük hesaplandığı için katsayıların 0,95 güven olasılığına göre anlamlı olduğu görülmektedir. Ayrıca katsayıların işaretlerine bakıldığında örgütsel vatandaşlık davranışının bütün alt boyutlarının performans üzerinde anlamlı ve olumlu bir etkiye sahip olduğu görülmektedir.

Modelde yer alan centilmenlik ve sivil erdem değişkeninin yüksek bir t-istatistiği elde edilmiş olması bu iki değişkenin performans üzerinde etkili olan en önemli iki değişken olduğunu göstermektedir. Yine ifade serbestliği değişkeni de bu değişkenlerden sonra önemli bir değişken olarak görülmektedir. Centilmenlik boyutuna dair ölçek soruları kişilerin kendi ile ilgili meydana gelen kötü hisleri arka plana atarak, örgüt amacını gerçekleştirmeye dayalı davranışları sergilemesi ile ilişkilidir. Analiz sonuçlarına göre kendinden çok örgüt amacını düşünme eğilimli davranışlar çalışan performansına en yüksek etkindir. Sivil erdem boyutuna dair ölçek soruları ise örgüt tarafından gerçekleştirilen tüm faaliyetlere katılma, örgütün sadece çalışanları için değil, çevreye karşı da oluşturduğu imajı önemseyen davranışların sergilenmesi ile ilgilidir. Bu tarz davranışların sergilenmesi çalışan performansını arttıran ikinci majör etken olmuştur.

Tablo 5.11. Örgütsel Vatandaşlık Davranışı Alt Boyutlarının Performansa Etkisi

Model	Standardize Edilmemiş Katsayılar		Standart Katsayılar	t	Olasılık (p)
	B	Standart Hata	Beta		
1 (Sabit)	16.440	.088		186.675	.000
Özgecilik	.223	.088	.127	2.531	.012
Nezaket	.196	.088	.111	2.217	.027
Bilinçlilik	.223	.088	.127	2.532	.012
Centilmenlik	.543	.088	.309	6.151	.000
İfade Serbestliği	.303	.088	.173	3.433	.001
Sivil Erdem	.369	.088	.210	4.184	.000

a. Bağımlı Değişken: Performans

Aşağıda Tablo 5.12’de bağımlı değişkeni performans ve bağımsız değişkenlerin duygusal zekâya ait boyutlar olarak ele alındığı regresyon analizi sonuçları yer almaktadır. Analiz sonuçları incelendiğinde modelde yer alan her bir değişkenin t-istatistik değerinin istenen düzeyde olduğu ve tüm değişkenlerin ayrı ayrı istatistiksel olarak anlamlı olduğu görülmektedir. Elde edilen t-istatistikleri tablo değeri olan 1,96’dan büyük ve olasılık değerleri $p < 0,05$ ’den küçük hesaplandığı için katsayıların 0,95 güven olasılığına göre anlamlı olduğu görülmektedir. Ayrıca katsayıların işaretlerine bakıldığında duygusal zekânın bütün alt boyutlarının performans üzerinde anlamlı ve olumlu bir etkiye sahip olduğu görülmektedir.

Modelde yer alan duyguları anlamak ve analiz etmek değişkeninde diğer değişkenlere oranla oldukça yüksek bir t-istatistiği elde edilmiş olması bu değişkenin performans üzerinde etkili olan en önemli değişken olduğunu göstermektedir. Yine duyguların düzenlenmesi değişkeni de bu değişkenlerden sonra önemli bir değişken olarak görülmektedir.

Duyguları anlamak ve analiz etmek teorik kısımda da açıklandığı gibi kişinin kendi duygularını analiz edebilmesi yeteneği ile ilişkili olarak perakende sektörü örneğinde çalışan performansını etkileyen en önemli duygusal zekâ boyutunu

temsil etmiştir. Kişinin kendi duygularının bilincinde olup, analiz edebilmesi performansının artmasında önemli bir rol oynamıştır.

Tablo 5.12. Duygusal Zekâ Alt Boyutlarının Performansa Etkisi

Model	Standardize Edilmemiş Katsayılar		Standart Katsayılar	t	Olasılık (p)
	B	Standart Hata	Beta		
1 (Sabit)	16.440	.088		186.050	.000
Duyguların Kullanımı	.338	.089	.193	3.825	.000
Duyguların Değerlendirilmesi ve İfade Edilmesi	.252	.089	.144	2.846	.005
Duyguları Anlamak ve Analiz Etmek	.551	.089	.314	6.224	.000
Duyguların Düzenlenmesi	.383	.089	.218	4.330	.000

a. Bağımlı Değişken: Performans

SONUÇ

Perakende sektörü çalışanlarının duygusal zekâ ve örgütsel vatandaşlık davranışının performansa olan etkisinin incelendiği bu araştırmada ortaya çıkan sonuçlar tüm sektör çalışanları ve akademisyenler için oldukça anlamlıdır. Perakende sektörü, hızlı tüketimin geçtiğimiz 20 yılda ivmeli yükselişine paralel olarak gücünü arttırmıştır. Özellikle AVM kültürünün ülkedeki çabuk kabulü ve tüketicinin bu kültüre artan eğilimi perakende sektörünü canlandıran önemli bir faktördür. Şüphesiz ki, bu hızlı yükseliş beraberinde zorlu rekabet koşullarını doğurmuştur. Rekabetin ivmelenecek artması da sektördeki iş gücü verimliliğinin daha fazla önem kazanmasına sebep olmuştur. Bu bağlamda, temelde insan odaklı olan perakende sektöründe çalışan kişilerin maksimum performans göstermeleri her bir işletmenin verimliliğini ve karlılığını direkt olarak etkileyen bir etken olarak kabul edilmiştir.

Örgütlerde çalışanların sahip olduğu duygusal zekâ düzeyi performanslarını doğrudan etkilemektedir çünkü, anlık olarak duygularının farkında olup, analiz edebilen ve anlamlandıran kişiler bu bilgiyi analitik olarak da kullanarak örgüt içerisindeki davranışlarını önceliğinin örgüt performansı olduğu bilinci ile düzenler. Bu durum göreve odaklanmaya yardımcı olurken, verimliliği de artırır. Literatürdeki diğer duygusal zekâ ve çalışan performansı çalışmaları incelendiğinde, duygusal zekânın çalışan performansı üzerinde etkisinin olduğu görülmektedir. Perakende sektörü çalışanları için ayrıca incelenen bu çalışmada da literatürle paralel sonuçlar gözlemlenmiştir.

Duygular düşünceleri, düşünceler ise insanları harekete geçirmektedir. Performansın temeli ise insan hareketidir. Çalışanların zamanının önemli bir bölümünü geçirdiği ve gün boyunca duygusal etkileşimde bulunduğu yer olan iş yaşamı duygusal zekânın en sık kullanıldığı alandır ve duygusal zekânın etkileri örgütlerde kolayca gözlemlenmektedir. Duygusal zekâ düzeyi yüksek çalışanlar ile birbiriyle birlik ve destek içinde olan takımlar oluşurken, kişisel bağ kurma, mentorluk etme gibi davranışların sergilenme sıklığı artmaktadır, karşılaşılan sorunlar ile empati kurarak süreç geliştirme sağlanabilmektedir. Düşüncelerin önemsenmesi perakende

sektörü için çok kıymetli olan müşteri odaklılık da empati kurma sayesinde sağlanmaktadır.

Perakende sektörü örneğinde duyguları anlamak ve analiz etmek boyutunun çalışan performansına ağırlıklı bir şekilde etki ettiği görülmüştür. Çalışanların iş hayatında sıkça yaşadığı sorunlar karşısında hissettikleri duyguların varlığını ve nedenini tanımlayabilmeleri, bu duyguları çok daha kolay bir şekilde duygusal bir bilgi olarak düşünceye dönüştürmelerine ve akabinde davranışlarını düzenlemelerine sebep olmaktadır. Yani tüm bu sürecin gerçekleşmesi için öncelikle kişinin duygusunu tanımlayabilmesi gerçekleşmelidir. Böylelikle, çalışanın görevini tamamlamaya yönelik olan davranışlarını önceliklendirmesini, en başta duygularını tanımlayabilmesi sürecinin sağladığını söyleyebiliriz. İkinci olarak, çalışanların karşılaştığı zorluklarda, daha önceki başarısını hayal etmeleri ve başarılı olacağına inanmaları performanslarını doğrudan ve pozitif yönde etkilemektedir.

Örgütsel vatandaşlık davranışının gönüllük esaslı olmasından dolayı örgüt için olumlu etkisinin olacağı düşünülmektedir. Perakende sektöründeki örgütlerde çalışanların örgütsel vatandaşlık davranışlarının performansa doğrudan etki ettiği analiz sonucunda görülmektedir. Örgütsel vatandaşlık davranışı; çalışanların kendilerine tanımlı görevlerinin ötesine geçerek örgüte katkı sağladığı davranış şekilleri olması sebebiyle literatürde performans üzerine etkisi oldukça çok incelenmiştir. Bu çalışmanın analiz sonucu da literatür ile paralel olarak örgütsel vatandaşlık davranışının çalışan performansına doğrudan etki ettiğini göstermiştir. Anket sorularını incelediğimizde, soruların tümünün örgütün sosyal mekanizmasını besleyen davranışları sınıyor olması ve çalışan performansını etkilemesi çalışanların sosyal birer varlık olduğu gerçeğini ve örgütlerin yönetim stratejilerinin bunu dikkate alarak belirlemesi gerekliliğini ortaya koymaktadır.

Analiz sonuçlarında özellikle centilmenlik boyutunun çalışan performansı üzerindeki etkisinin yüksek olduğu görülmektedir. Bu durum kişilerin karşılaştığı zorluklar karşısında moral bozukluğu ya da motivasyon kaybı yaşamadan olumlu rol fazlası tavrını sergilemeyi seçtiğini ve bu seçimin performansı etkileyen birincil

örgütsel vatandaşlık davranışı olduğunu kanıtlamaktadır. İkinci olarak sivil erdem boyutu altında değerlendirilen örgüt yararına olan ilerlemesini sağlayan her türlü aktive ve projede yer almanın performans üzerine etkili olduğu görülmüştür. Buradan hareketle çalışanların örgütün imajı ile ilgili gönüllülükleri ne kadar yüksek ise performanslarının da o kadar yüksek olduğu çıkarılmaktadır.

Araştırmanın Hipotezleri aşağıdaki gibi sonuçlanmıştır:

H₁: Duygusal zekâ, çalışan performansı üzerinde doğrudan ve pozitif yönde etkiye sahiptir.

Anketin 5-37 arasındaki soruların incelemiş olduğu duygusal zekâ faktörü, anketin 8-11 arasındaki sorularının incelemiş olduğu çalışan performansı faktörü ile birlikte değerlendirildiğinde, yapılan faktör analizi, korelasyon analizi ve regresyon analizine göre duygusal zekânın çalışan performansı üzerinde anlamlı ve pozitif bir etkisinin olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Böylece H₁ hipotezi kabul edilmiştir. Beklenildiği gibi perakende sektörü çalışanlarının duygusal zekâ düzeyleri performanslarını doğrudan ve pozitif yönde etkilemiştir. Hipotez ile sonuç beklenen yönde çıkmıştır.

H₂: Örgütsel vatandaşlık davranışı, çalışanın iş performansı üzerinde doğrudan ve pozitif yönde etkiye sahiptir.

Anketin 38-61 arasındaki soruların incelemiş olduğu örgütsel vatandaşlık davranışı faktörü, anketin 8-11 arasındaki sorularının incelemiş olduğu çalışan performansı faktörü ile birlikte değerlendirildiğinde, yapılan faktör analizi, korelasyon analizi ve regresyon analizine göre örgütsel vatandaşlık davranışının çalışan performansı üzerinde anlamlı ve pozitif bir etkisinin olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Böylece H₂ hipotezi de kabul edilmiştir. Beklenildiği gibi perakende sektörü çalışanlarının örgütsel vatandaşlık davranışları performanslarını doğrudan ve pozitif yönde etkilemiştir. Hipotez ile sonuç beklenen yönde çıkmıştır.

Çalışmanın sonuçlarına göre perakende sektöründe duyguları anlamak ve analiz etmek boyutu ile centilmenlik boyutunun ön plana çıkması birbirini destekler niteliktedir. İki boyutta da çalışanlar görevlerini gerçekleştirmeye engel teşkil edebilecek hislerinin üzerinde durmak yerine örgüt yararına davranışlar sergilemiştir.

Günümüzde şirketlerin varlıklarını sürdürebilmeleri için çalışanlarına yaptığı yatırım artmaktadır. Özellikle değişimin oldukça hızlı yaşandığı perakende sektöründe şüphesiz ki çalışan performansındaki değişimin tolere edilebilirliği çok daha azdır. Bu sebeple çalışan performansını artırmaya yönelik girişimler önem taşımaktadır. Şirketlerin bu amaca hizmet eden, yani duygusal zekâ gelişimi destekleyen eğitimler sunması ve çalışanların şirkete karşı olumlu bir tutum oluşturmasını sağlayan motivasyonu destekleyen aktivitelere olanak sağlaması gerekmektedir.

Bu araştırmanın en önemli kısıtı, belirlenen örneklem kitlesinin dünya çapında kıyaslandığında yetersiz kalmasıdır. Gelecekte yine perakende alanında aynı konuyu ele alan araştırmalarda daha geniş bir örneklem kitlesine ulaşılarak ilerlenmelidir. Diğer yandan duygusal zekâyı bağımlı değişken olarak kullanmayı hedefleyen, gelecek akademik çalışmalarda ölçek maddelerinin daha keskin çizgilerle birbirinden ayrıldığı bir duygusal zekâ ölçeği seçilerek ilerlenmelidir.

KAYNAKÇA

- Acar, F. (2001), **Duygusal Zekâ Yeteneklerinin Göreve Yönelik ve İnsana Yönelik Liderlik Davranışları ile İlişkisi: Banka Şube Müdürleri Üzerine Bir Alan Araştırması**, Doktora Tezi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Ackfeldt A. L. ve Coote, L. V. (2005), “**A Study of Organizational Citizenship Behaviors in A Retail Setting**”, Journal of Business Research, 58(2), 151-159.
- Altay, M. (2011), **Hastane Çalışanlarının İşyerindeki Duyguları İle Örgütsel Vatandaşlık Davranışı Arasındaki İlişki: Özel Sağlık Kurumlarına Yönelik Bir Araştırma**, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Beykent Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Arbak, Y. ve Çakar, U. (2004), “**Modern Yaklaşımlar Işığında Değişen Duygu-Zekâ İlişkisi ve Duygusal Zekâ**”, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 6(3), 23-48.
- Aydın, K. (2013), **Perakende Yönetiminin Temelleri**, Nobel Yayıncılık, Ankara.
- Aydın, K., Candan, B., Telli Yamamoto, G., Karamanlı Şekeroğlu, Ö. ve Ustaahmetoğlu, E. (2013), **Perakendecilikte Ürün Yönetimi**, Anadolu Üniversitesi Yayınları, Eskişehir.
- Banahene S., Ahudrey E. ve Asamoah A. (2017), “**The Measurement of Organizational Citizenship Behaviour and Its Impact on Job Satisfaction and Loyalty among Christian Workers in Ghana**”, International Journal of Business Marketing and Management, 2(5), 20-33.
- Bar-On R. (1997), **BarOn Emotional Quotient Inventory User’s Manuel**, Multihealth Systems Inc., Toronto.

Bar-On R. (2000), “**Emotional expression and implications for occupational stress; an application of the Emotional Quotient Inventory (EQ-i)**”, Personality and Individual Differences 28(6), 1107-1118.

Barutçugil, İ. (2002), **Performans Yönetimi**, Kariyer Yayınları, İstanbul.

Bateman, T. ve Organ, W. D. (1983), “**Job Satisfaction and The Good Soldier: The Relationship Between Affect and Employee Citizenship,**” Academy of Management Journal, 26(4), 587-595.

Baumol, J. W. ve Ide, A. E. (1956), “**Variety in Retailing**”, Journal of Management Science, 3(1), 93-101.

Beşiktaş, İ. (2009), **İş Tatmini ve Örgütsel Vatandaşlık Davranışı Arasındaki İlişki**, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

Business Dictionary. 04 11 2018.

<http://www.businessdictionary.com/definition/retailing.html> (Erişim Tarihi: 04.11.2018).

Capital, (t.y), <https://www.capital.com.tr/listeler/capital-500?industry=Perakende> (Erişim Tarihi: 04.11.2018).

Caudron S. (1999), “**The Hard Case for Soft Skills**”, Workforce, 78(7), 60-66.

<http://www.workforce.com/1999/07/01/the-hard-case-for-soft-skills/> (Erişim Tarihi: 30.08.2018).

Ceylan, A. ve Ulutürk, H. (2006), “**Rol Belirsizliği, Rol Çatışması, İş Tatmini ve Performans Arasındaki İlişki**”, Doğu Üniversitesi Dergisi, 7, 48-58.

Choo, F. (1986), “**Job Stress, Job Performance and Auditor Personality Characteristics**”, A Journal of Practice & Theory, 5(2), 17-26.

- Cobb, C. D. ve Mayer, J.D. (2000), “**Emotional Intelligence: What the Research Says?**”, Educational Leadership, 58(2), 14-18.
- Cooper, R.K. ve Sawaf, A. (1997), “**Executive EQ: Emotional Intelligence In Leadership and Organizations**”, Grosset/Putnam Inc., Newyork.
- Cooper, R.K. ve Sawaf, A. (2000), **Liderlikte Duygusal Zekâ**, Sistem Yayıncılık, İstanbul.
- Crocher, M. Ve Sloman. A. (1981), **Why Robots Will Have Emotions**, Seventh International Joint Conference on Artificial Intelligence, 1(A), Drinan (ed.), Vancouver.
- Çakar, U. (2002), **Duygusal Zekânın Dönüşümcü Liderlik Davranışı Üzerindeki Etkisi**, Yüksek Lisans Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.
- Çankır, B. (2016), **Çalışmaya Tutkunluk ve Tükenmişliğin Örgütsel Vatandaşlık Davranışı Üzerine Etkisi ve Bir Uygulama**, Yayımlanmamış Doktora Tezi, İstanbul.
- Çelenk, İ. ve Eroğlu, F. (2015), **Örgütlerde Duygusal Zekâ ve Psikolojik Yıldırma: Bir Araştırma**, Yüksek Lisans Tezi, Pamukkale Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Denizli.
- Çınar, D. (2017), **Perakende Karmasının Kurumsal İtibar ve Finansal Performansa Etkisi: AVM ve Cadde Mağazaları Farklılığının Rolü Üzerine bir Araştırma**, Yayımlanmamış Doktora Tezi, Beykent Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Çöl, G. (2008), “**Algılanan Güçlendirmenin İş gören Performansı Üzerine Etkileri**”, Doğu Üniversitesi Dergisi, 9, 35–46.

- Demir M., (2010), “**Örgütsel Sapma Davranışının Kontrolünde Duygusal Zekânın Rolü: Konaklama İşletmelerinde Bir Araştırma**”, Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, Sayı 26, Nisan 2010.
- Doğan, S. ve Şahin, F. (2007), “**Duygusal Zekâ: Tarihsel Gelişimi ve Örgütler İçin Önemine Kavramsal Bir Bakış**”, Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 16(1), 231-252.
- Durmuş, B., Yurtkoru E. S. ve Çinko, M. (2011), **Sosyal Bilimlerde SPSS’le Veri Analizi**, Beta Yayıncılık, İstanbul.
- Edizler, G. (2010), “**Karizmatik Liderlikte Duygusal Zekâ Boyutuyla Cinsiyet Faktörüne İlişkin Literatürel Bir Çalışma**”, Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi, 6(2), 137-150.
- Goleman, D. (1995), **Duygusal Zekâ**, Çeviren: Banu Seçkin Yüksel, Varlık Yayınları, İstanbul.
- Goleman, D. (1998), **İşbaşında Duygusal Zekâ**, Çeviren: Handan Balkara, Varlık Yayınları, İstanbul.
- Goleman D. (1998), “**What Makes A Leader?**”, Harvard Business Review, 76(6), 93-104.
- Graham, J. W. (1986), “**Organizational Citizenship Informed by Political Theory**”, Paper presented at the meeting of the Academy of Management Meetings, Chicago.
- Graham, J. W. (1991), “**An Essay on Organizational Citizenship Behavior**”, Employee Responsibilities and Rights Journal, 4(4), 249-270.
- Grewal D., Salovey P. (2005), “**The Science of Emotional Intelligence**”, Current Directions in Psychological Science, 14(6), 281-289.

- Güner, N. A. (2016), **Duygusal Zekânın Örgütsel Vatandaşlık Davranışına Etkisi**, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Hitit Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Çorum.
- Gürbüz, S. (2006), “**Örgütsel Vatandaşlık Davranışı ile Duygusal Bağlılık Arasındaki İlişkilerin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma**”, Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi, 3(1), 48–75.
- Gürbüz, S. ve Yüksel, M. (2008), “**Çalışma Ortamında Duygusal Zekâ: İş Performansı, İş Tatmini, Örgütsel Vatandaşlık Davranışı ve Bazı Demografik Özelliklerle İlişkisi**”, Doğu Üniversitesi Dergisi, 9(2), 174-190.
- İşbaşı, J. Ö. (2000), **Çalışanların Yöneticilerine Duydukları Güvenin ve Örgütsel Adalete İlişkin Algılamalarının Örgütsel Vatandaşlık Davranışının Oluşumundaki Rolü: Bir Turizm Örgütünde Uygulama**, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Antalya.
- Kalaycı, Ş. (2010), **SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri**, Asil Yayın, Ankara.
- Kalkavan, S. (2014), **Farklı Örgütsel Kültürlerde Yönetici Koçluk Davranışının Çalışanların İş tatmini, Örgütsel Bağlılık ve Örgütsel Performans Algılarına Etkisi**, Doktora Tezi. İstanbul Aydın Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Kara, A. (2015), **Kurum Kültürünün Oluşturulmasında Duygusal Zekânın Önemi ve Çalışanların İş Performansına Etkisi**, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Kılıçarslan, F. (2009), **On Adımda Duygusal Zekâ: Yaşam Boyu Başarıyı Yakalamanın Sırları**, Zen Yayınları, İstanbul.

- Kirkman, B. L. ve Rosen, B. (1999), “**Beyond Self-Management: Antecedents and Consequences of Team**”, Academy of Management Journal, 42, 58-74.
- Korkut, C. C. (2017), **A Meta-Analysis on the Relationship between Job Satisfaction and Job Performance**, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Bilgi University Institute of Social Sciences, İstanbul.
- Kösedağı, Y. (2014), **Yöneticilerin Duygusal Zekâsı ve Yenilikçi Kurum Kültürü ile Çalışan Performansı Arasındaki İlişki**, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Beykent Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- KPMG Bağımsız Denetim ve Serbest Muhasebeci Mali Müşavirlik A.Ş. (2018), **Perakende Sektörel Bakış**, <https://assets.kpmg.com/content/dam/kpmg/tr/pdf/2018/01/sektorel-bakis-2018-perakende.pdf> (Erişim Tarihi: 21.10.2018).
- MacKenzie, S. B., Podsakoff, P. M ve Ahearne, M. (1998), “**Some Possible Antecedents and Consequences of in Role and Extra Role Salespersons Performance**”, Journal of Marketing, 62 (3), 87-98.
- Mandalı, Ç. (2017), **X ve Y Kuşağını Motive Eden Faktörler ve Örgütsel Vatandaşlık Davranışı Açısından Karşılaştırması**, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Nişantaşı Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Mayer, J. D. ve Salovey, P. (1989-90), “**Emotional Intelligence**”, Imagination, Cognition and Personality, 9(3) 185-211.
- Mayer, J. D. ve Salovey, P. (1997), **What is emotional intelligence? In P. Salovey & D. J. Sluyter (Eds.)**, Emotional Development and Emotional Intelligence: Educational Implications, 3-34, Harper Collins, New York.
- Organ, D. W. (1988), **Organizational Citizenship Behavior: The Good Soldier Syndrome**, Lexington Book, Lexington MA.

- Organ, D. W. (1990), “**The Motivational Basis of Organizational Citizenship Behavior**” Research in Organizational Behavior, 12, 43-72.
- Organ, D. W. (1997), “**Organizational Citizenship Behavior: It’s Construct Clean-Up Time**”, Human Performance, 10(2), 85-97.
- Oxford Dictionary. 21 02 2018.
<https://en.oxforddictionaries.com/definition/emotion> (Erişim Tarihi: 21.08.2018)
- Oxford Dictionary. 20 02 2018.
<https://en.oxforddictionaries.com/definition/intelligence> (Erişim Tarihi: 20.02.2018)
- Podsakoff, P. M. ve MacKenzie, S. B. (1994), “**Organizational Citizenship Behaviors and Sales Unit Effectiveness**”, Journal of Marketing Research, 31(3), 351-363.
- Podsakoff, P. M., MacKenzie, S. B. ve Bommer, W. H. (1996), “**Transformational Leader Behaviors and Substitutes for Leadership as Determinants of Employee Satisfaction, Commitment, Trust, and Organizational Citizenship Behaviors**” Journal of Management, 22(2), 259-298.
- Podsakoff, P. M., MacKenzie, S. B., Paine J. B. ve Bachrach D. G. (2000), “**Organizational Citizenship Behaviors: A Critical Review of The Theoretical and Empirical Literature and Suggestions for Future Research**”, Journal of Management, 26(3), 513–563.
- Porter, L. W. ve Lawler, E. E. (1968), **Managerial Attitudes and Performance**, Homewood, Irwin.
- PWC Bağımsız Denetim ve Serbest Muhasebeci Mali Müşavirlik A.Ş. (2018), “**Dönüşürken Büyüyen Türkiye Perakende Sektörü**”, <http://tampf.org.tr/wp-content/uploads/2016/09/doenuesuerken-bueyueyen-tuerkiye-perakende-sektoerue.pdf> (Erişim Tarihi: 21.10.2018).

- Revelle, W. ve Scherer, K. R. (2009), **The Oxford Companion to Emotion and the Affective Sciences In David Sander & Klaus R. Scherer (Eds.)**, Oxford University Press, 304-306, New York.
- Seçer H.Ş., Şeçer, B., (2007), “**Örgütlerde Üretkenlik Karşıtı İş Davranışları: Belirleyicileri ve Önlenmesi**”, TİSK Akademi, 2007/II:147-175.
- Sigler, T.H. ve Pearson, C. M. (2000), “**Creating An Empowering Culture: Examining the Relationship between Organizational Culture and Perceptions of Empowerment**”, Journal of Quality Management, 5, 27–52.
- Sirem, S. (2009), **Duygusal Zekâ Düzeyi ve İş Tatmini İlişkisinin Analizi: Afyonkarahisar İli Kamu Sağlık Çalışanlarına Yönelik Bir Uygulama**, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kütahya.
- Smith, C.A., Organ, D.W. ve Near, J.P. (1983), “**Organizational Citizenship Behavior: Its Nature and Antecedents**”, Journal of Applied Psychology, 68, 653-663.
- Stein, S. J. ve Book, H. E. (2003), **EQ: Duygusal Zekâ ve Başarının Sırrı**, Çeviren: Müjde Işık, Özgür Yayınları, İstanbul.
- Stein, S. ve Thorndike, R.L (1937), “**An Evaluation of the Attempts to Measure Social Intelligence**”, The Psychological Bulletin, 34(5), 275-285.
- Sternberg, R.J. (1999), “**Successful Intelligence: Finding a Balance**” Trends in Cognitive Sciences, 3 (11), 436-442.
- Şehitoğlu, Y. (2010), **Örgütsel Sessizlik, Örgütsel Vatandaşlık Davranışı ve Algılanan Çalışan Performansı İlişkisi**, Doktora Tezi, Gebze İleri Teknoloji Enstitüsü Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gebze.

Şehitoğlu, Y. ve Zehir, C. (2010), “**Türk Kamu Kuruluşlarında Çalışan Performansının, Çalışan Sessizliği ve Örgütsel Vatandaşlık Davranışı Bağlamında İncelenmesi**”, Amme İdaresi Dergisi, 43(4), 87-110.

Türk Dil Kurumu. 18 10 2018.
http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.5bd368bd03d839.36573773 (Erişim Tarihi: 18.10.2018).

Türk Dil Kurumu. 10 08 2018.
http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_bts&view=bts&kategori1=veritbn&kelimesec=252785 (Erişim Tarihi: 10.08.2018).

Türk Dil Kurumu. 21 02 2018.
http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&kelime=DUYGU (Erişim Tarihi: 21.08.2018).

Türk Dil Kurumu. 20 02 2018.
http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&kelime=zek%C3%A2&uid=58140&guid=TDK.GTS.4fa835d75f0551.83261393 (Erişim Tarihi: 20.02.2018).

Türkiye İstatistik Kurumu, TÜİK 20 10 2018.
<http://www.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?id=27840> (Erişim Tarihi: 20.10.2018).

Todd, S. Y. (2003), **A Causal Model Depicting the Influence of Selected Task and Employee Variables on Organizational Citizenship Behavior**, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Florida State University College Of Education, Florida.

Türkiye Alışveriş Merkezleri ve Perakendeciler Federasyonu, TAMPF (2018), **Türkiye Perakende Sektörü Kapsamlı Sektör Sorunları ve Çözüm Önerileri Raporu**, http://tampf.org.tr/wp-content/uploads/2018/02/tampf_ey-tuerkiye-perakende-sektoerue-

[kapsamli-sektoer-sorunlari-ve-coezuem-oenerileri-raporu.pdf](#) (Erişim Tarihi: 19.10.2018).

- Tufan. Ş. (2011), **Geliştiren Duygusal Zekâ Eğitimi Programının Ortaöğretim Dokuzuncu Sınıf Öğrencilerinin Duygusal Zekâ Düzeylerine Etkisi**, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Ülgen, Ö. (1999), **Türk Perakendecilik Sektörünün Senaryolar Yardımıyla Analizi**, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Varinli, İ. ve Oyman, M. (2013). **Perakendeciliğe Giriş**, Anadolu Üniversitesi Yayınları, Eskişehir.
- Viswesvaran, C., Ones, D. S., ve Schmidt, F. L. (1996), “**Comparative Analysis of the Reliability of Job Performance Ratings**”, Journal of Applied Psychology, 81, 557-574.
- Yelboğa A. (2006), “**Kişilik Özellikleri ve İş Performansı Arasındaki İlişkinin İncelenmesi**”, İş, Güç Endüstri İlişkileri ve İnsan Kaynakları Dergisi, 8(2), 196-211.
- Yıldırım, İ. E. (2010), **Kamuoyu Araştırmaları ve Su Tüketimi Bilinci Üzerine Bir Uygulama**, Seçkin Yayıncılık, Ankara.
- Yıldız, O., Dağdeviren, M. ve Çetinyokuş, T. (2008), “**İşgören Performansının Değerlendirilmesi İçin Bir Karar Destek Sistemi ve Uygulaması**”, Gazi Üniversitesi Mühendislik Mimarlık Fakültesi Dergisi, 23(1), 239-248.
- Yılmaz K., (2010), “**Kamu Ortaöğretim Okulu Öğretmenlerinin Örgütsel Vatandaşlık Davranışları İle İlgili Görüşleri**”, Ondokuz Mayıs Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi 2010, 29 (1), 1 – 16.

Yüksel, M. (2006), **Duygusal Zekâ ve Performans İlişkisi (Bir Uygulama)**,
Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler
Enstitüsü, Erzurum.

Williams, L. J., Anderson S. E. (1991), “**Job Satisfaction and Organizational
Commitment as Predictors of Organizational Citizenship and In-Role
Behaviors**”, Journal of Management, 17(3), 601-617.



EK-1 ANKET

Sayın Çalışan,

Bu anket formu, Beykent Üniversitesi tarafından yürütülmekte olan “Çalışanların Duyusal Zekâsı ve Örgütsel Vatandaşlık Davranışının Çalışan Performansı Üzerindeki Etkisi- Perakende Sektöründe Deneysel Bir Uygulama” isimli araştırmanın deneysel kısmı ile ilgilidir. Bu araştırma çalışması tamamen akademik bir amaca yönelik olup, çalışmanın amacı; çalışanların duygusal zekâ düzeylerinin, günümüzde örgütler için büyük önem kazanan örgütsel vatandaşlık davranışı ve iş performansı üzerine etkisini araştırmak; perakende sektöründeki uygulamadan elde edilen veriler ile anlamlı bilimsel sonuçlara ulaşabilmektir. Gönderilecek cevaplar kesinlikle gizli tutulacaktır.

Bu ölçekte yer alan maddelerin doğru cevabı bulunmamaktadır. Ölçek maddelerini okuduktan sonra kendinize en uygun gelen rakamı işaretlemeniz yeterlidir. Birbirine benzeyen ve tekrar gibi görünen sorular araştırma tekniği açısından sorulması zorunlu sorulardır. Dolayısıyla bütün soruların cevaplandırılması, değerlendirmenin sağlıklı yapılabilmesi için büyük önem arz etmektedir.

İlginiz için teşekkürlerimi sunar, çalışmalarınızda başarılar dilerim.

Formu Dolduran Hakkında Genel Bilgiler	
Yaşı :	Cinsiyeti :
Eğitim Durumu :	<input type="checkbox"/> İlköğretim <input type="checkbox"/> Lise <input type="checkbox"/> Yüksekokul
	<input type="checkbox"/> Üniversite <input type="checkbox"/> Yüksek Lisans <input type="checkbox"/> Doktora
Çalıştığı İşletmenin Adı (zorunlu değil) :	
Unvanı / Statüsü :	<input type="checkbox"/> Uzman <input type="checkbox"/> Orta düzey yönetici <input type="checkbox"/> Üst düzey yönetici
Toplam Çalışma Süresi :	Bu İşyerinde çalışma süresi :

Aşağıdaki sorular İş Performansı değerlendirmesi ile ilgilidir. Bu ölçekte; (1) Kesinlikle katılmıyorum, (2) Katılmıyorum, (3) Kararsızım, (4) Katılıyorum, (5) Kesinlikle katılıyorum seçeneğini temsil etmektedir.					
	1	2	3	4	5
Görevlerimi tam zamanında tamamlarım	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
İş hedeflerime fazlasıyla ulaşıyorum	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Sunduğum hizmet kalitesinde standartlara fazlasıyla ulaştığımdan eminim	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Bir problem gündeme geldiğinde en hızlı şekilde çözüm üretirim	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Aşağıdaki sorular Duygusal Zekâ düzeyi ile ilgilidir. Bu ölçekte; (1) Kesinlikle katılmıyorum, (2) Katılmıyorum, (3) Kararsızım, (4) Katılıyorum, (5) Kesinlikle katılıyorum seçeneğini temsil etmektedir.					
	1	2	3	4	5
Kişisel sorunlarım hakkında başkalarıyla konuşacağım zamanı bilirim	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Engellerle karşılaştığımda, daha önce de benzer engellerle karşılaştığım ve onların üstesinden geldiğim zamanları hatırlarım	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Uğraştığım şeylerin birçoğunu iyi yapabileceğimi düşünüyorum	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Diğer insanlar bana kolaylıkla güvenirliler	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Diğer insanların sözsüz mesajlarını (hareketler, jest ve mimikler vs.) anlamakta güçlük çekerim	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Hayatımdaki bazı kritik olaylar, neyin önemli, neyin önemsiz olduğunu tekrar değerlendirmeme neden olur	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Ruh halim değiştiğinde yeni imkânların farkına varırım	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Duygular, hayatımı yaşamaya değer kılan şeylerden birisidir	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Duyularımı yaşarken, o an hangi duygumun etkisi altında olduğumu bilirim	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
İyi şeyler olacağını ümit ederim	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Duygularımı başkalarıyla paylaşmayı severim	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Olumlu bir duygu yaşadığımda bu duyguyu nasıl devam ettireceğimi bilirim	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Diğerlerinin hoşlanacağı şeyleri organize ederim	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Beni mutlu eden olayları arar bulurum	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Başkasına gönderdiğim sözsüz mesajların bilincindeyim	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kendimi başkalarına iyi bir etki bırakacak şekilde takdim ederim	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Olumlu bir ruh halindeyken sorun çözmek benim için kolaydır	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
İnsanların yüz ifadelerine baktığımda, o anda hangi duygular içinde olduklarını anlarım	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Duygularımın niçin değiştiğini bilirim	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Olumlu bir ruh halinde iken, yeni fikirler ortaya atabilirim	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Duygularımı kontrol ederim	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Duygularımı yaşarken onları rahatlıkla tanımlayabilirim	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Üstlendiğim işlerin başarılı sonuçlarını hayal ederek kendimi motive ederim	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
İnsanları yapmış oldukları güzel şeylerden dolayı tebrik ederim	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Diğer insanların gönderdiği sözsüz mesajları fark ederim	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Birisi hayatındaki önemli bir olayı bana anlattığında bu olayı sanki kendim de yaşamış gibi hissederim	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Duygularımda değişiklik hissettiğimde, yeni fikirler ortaya atma eğiliminde olurum	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Bir meydan okumayla karşılaştığımda, başarısız olacağıma inandığım için pes ederim	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
İnsanlara sadece bakarak, onların ne hissettiğini anlarım	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kendilerini kötü hissettiklerinde, daha iyi hissetmeler için diğer insanlara yardım ederim	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Engellere karşı olumlu ruh halimi kullanarak kendimi korurum	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ses tonlarından insanların duygularını anlayabilirim	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
İnsanların içinde buldukları ruh halini anlamak benim için zordur	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Aşağıdaki sorular Örgütsel Vatandaşlık Davranışlarının değerlendirilmesi ile ilgilidir. Bu ölçekte; (1) Kesinlikle katılmıyorum, (2) Katılmıyorum, (3) Kararsızım, (4)Katılıyorum, (5) Kesinlikle katılıyorum seçeneğini temsil etmektedir.

	1	2	3	4	5
Çalışma arkadaşlarım izne ayrıldıklarında onların yerini alacak şekilde kendi iş programımı yaparım	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
İşletmeye yeni katılan bir çalışanın işine uyumunda kendiliğinden yardımcı olurum	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
İşle ilgili sorunlarda elimdeki bilgileri çalışma arkadaşlarım ile paylaşırım	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Aşırı iş yükü ile uğraşan bir çalışma arkadaşına yardım ederim	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
İş esnasında sorunla karşılaşan çalışma arkadaşlarıma yardım etmek için gerekli zamanı ayırırım	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
İş ile ilgili önemli bir adım atmadan önce muhakkak üstümü bilgilendiririm	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Birlikte yapacağımız işleri nasıl gerçekleştirebileceğimize dair önerilerini almak için çalışma arkadaşlarım ile sürekli iletişim halinde olurum	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Beklenmeyen sorunlar yaşandığında çalışma arkadaşlarımı zarar görmemeleri için uyarırım	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Beraber çalıştığım çalışma arkadaşlarım için sorun yaratmamaya çalışırım	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Çalışma arkadaşlarımla haklarına saygı gösteririm	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
İşe zamanında gelirim ve zamanımın çoğunu iş ile ilgili faaliyetlerde geçiririm	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Geçerli sebeplerim olsa dahi işe gelme konusunda devamsızlık yapmam	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kimse görmese de işletmenin kurallarına ve düzenlemelerine uyarırım	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
İşletme için olumlu imaj yaratacağına inandığım tüm etkinliklere katılırım	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kazandığım paranın hakkını vermem gerektiğine inanırım	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kişisel bir sorunum dahi olsa çalışma arkadaşlarıma içtenlikle, ilgi ve nezaket gösteririm	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Önemsiz sorunlar için şikâyet ederek vaktimi boşa harcamaz ve olayların olumlu yönünü görmeye çalışırım	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
İş ortamında yaşadığım yeni durumlara karşı gücenme ve kızgınlık duymam	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
İşletme içinde çıkan sorunların ve çatışmaların çözümlenmesinde aktif rol oynarım	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Önemli sonuçlar doğurabilecek konularda diğer çalışma arkadaşlarımla aynı fikirde olmasam dahi fikirlerimi dürüstçe ifade ederim	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Fikirlerimi beyan etme konusunda çekingen davranan çalışma arkadaşlarımı konuşmaları için cesaretlendiririm	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
İşletmenin sosyal etkinliklerine kendi isteğim ile katılırım	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Geliştirici faaliyet yapan araştırma ve proje gruplarının içerisinde yer alırım	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
İşletmedeki değişimleri izler ve çalışma arkadaşlarımla değişimi kabul etmesinde aktif rol oynarım	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

ÖZGEÇMİŞ

27 Kasım 1990 yılında İstanbul’da doğan Cansu Özbek, 2008 yılında Yeşilköy Anadolu Lisesi’nde lise öğrenimini tamamlamıştır. İstanbul Teknik Üniversitesi Fizik Mühendisliği Bölümünden 2013 yılında mezun olduktan sonra profesyonel çalışma hayatına başlamıştır. Perakende sektöründe ürün yönetimi ve planlama alanlarında deneyimi bulunan Özbek, 2015 yılında başladığı Beykent Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim dalı Yönetim Organizasyon Bölümünde yüksek lisans eğitimine devam etmektedir.

Cansu ÖZBEK