



Konaklama İşletmelerinde Önbüro Personelinin Bilişsel Duygu Düzenleme Stratejilerinin Psikolojik İyi Oluş ve Örgütsel Özdeşleşme Algıları ile İlişkisi (The Relationship of Cognitive Emotion Regulation Strategies and Perceptions of Psychological Well-being and Organizational Identification of Front Office Staff in Accommodation Establishment)

* Sibel SÜ ERÖZ ^a, Kadir BAYSAL ^b

^a Kırklareli University, Faculty of Tourism, Department of Tourism Management, Kırklareli/Turkey

^b Muğla Sıtkı Koçman University, Marmaris Tourism Vocational School, Department of Hotel, Restaurant and Catering Services Muğla/Turkey

Makale Geçmişi

Gönderim Tarihi: 16.09.2022

Kabul Tarihi: 19.12.2022

Anahtar Kelimeler

Duygu düzenleme stratejileri
Psikolojik iyi oluş
Özdeşleşme
Konaklama işletmeleri

Keywords

Emotion regulation strategies
Psychological well-being
Organizational identification
Accommodation establishment

Makalenin Türü

Araştırma Makalesi

Öz

Bu çalışmanın amacı; beş yıldızlı konaklama işletmelerinin önbüro departmanında çalışan personelin duygu düzenleme stratejileri kullanımı, psikolojik iyi oluş ve örgütsel özdeşleşme düzeylerinin belirlenmesinin yanı sıra çalışanların kullandığı duygu düzenleme stratejileri ile psikolojik iyi oluş ve örgütsel özdeşleşme algıları arasındaki ilişkiyi belirlemektir. Araştırmanın evrenini Muğla ili Marmaris ilçesinde faaliyet gösteren beş yıldızlı otel işletmelerinde çalışan önbüro çalışanları oluşturmaktadır. Araştırmada “Kişisel Bilgi Formu”, Gross ve John (2003)’in geliştirdiği “Duygu Düzenleme Stratejileri Ölçeği”, Diener ve arkadaşlarının (2010) geliştirdiği “Psikolojik İyi Oluş Ölçeği” ve Mael ve Ashforth (1992)’in geliştirdiği “Örgütsel Özdeşleşme Ölçeği” kullanılmıştır. Elde edilen veriler SPSS 22.0 programıyla çözümlenmiştir. Analiz sonuçlarına göre; beş yıldızlı konaklama işletmelerinde çalışan önbüro personeli, duygu düzenleme stratejilerinden yeniden değerlendirme stratejisini çok yüksek düzeyde kullanırken, bastırma stratejisini de yüksek düzeyde kullanmaktadır. Önbüro personelinin psikolojik iyi oluş ve örgütsel özdeşleşme düzeyleri de yüksek bulunmuştur. Ayrıca, önbüro personelinin kullandığı yeniden değerlendirme stratejisi ile psikolojik iyi oluş ve örgütsel özdeşleşme düzeyleri arasında anlamlı bir ilişki bulunmuştur Buna karşın, önbüro personelinin kullandığı bastırma stratejisi ile psikolojik iyi oluş ve örgütsel özdeşleşme düzeyleri arasında anlamlı bir ilişki bulunmamıştır.

Abstract

The scope of this study is to determine the use of emotion regulation strategies, psychological well-being, and organizational identification levels of the employee in the front office departments of five-star hotel establishments, as well as to determine the relationship between the emotion regulation strategies used by the employees and their perceptions of psychological, well-being and organizational identification. The population of the research consists of front office employee working in a five-star hotel establishments are in service in Muğla province Marmaris district. In the research, “Personal Information Form”, “Emotion Regulation Strategies Scale” developed by Gross and John (2003), “Psychological Well-Being Scale” developed by Diener et al. (2010), and “Organizational Identification Scale” developed by Mael and Ashforth (1992) was used. The data obtained were analysis with the SPSS 22.0 program. According to the results of the analysis, front office employee working in five-star hotel establishments use the reappraisal strategy, one of the emotion regulation strategies, at a very high level, while they also use the suppression strategy at a high level. Besides, the psychological well-being and organizational identification levels of the front office employee were also found to be high level. A significant relationship was found between the reappraisal strategy used by the front office employee and the levels of psychological well-being and organizational identification. In the contrast that, no significant relationship was found between the suppression strategy used by the front office employee and the levels of psychological well-being and organizational identification.

* Sorumlu Yazar

E-posta: sibeleroz@hotmail.com (S. Sü Eröz)

GİRİŞ

Birçok işletmede çalışanlar zamanlarının çoğunu diğer çalışanlarla etkileşime girerek geçirirler. Bu etkileşimler, doğal olarak duygu düzenlemeye neden olabilecek duygu yüklü deneyimlerdir. Bir işyerinde, çalışanın duygusal deneyimini ya da ifadesini yönetmek için duygu düzenleme stratejilerini kullanması açık ya da dolaylı olarak beklenmektedir. Son yıllarda araştırmacılar da iş sonuçlarını iyileştirmek için duyguların çalışanlar tarafından nasıl yönetildiğini keşfetmeye çalışmaktadırlar (Grandey, 2000). Duyguları tanımlama, etiketleme, deneyimleme ve ifade etme yeteneğini ifade eden duygu düzenleme, bireysel ve kişilerarası işlevsellik için önemli çıkarımlara sahiptir (Saraiya & Walsh, 2015). Duygular, kişinin kendisine ve başkalarına içsel durumu hakkında önemli bilgiler sağlayarak yol gösterirken, duygu düzenleyici sistemler yaşam boyunca uyum sağlama işlevi için ihtiyaç duyulan esnek bir duygusal ifade çeşitliliğini sürdürmek için bireye gereklidir (Cicchetti, Ganiban & Barnett, 2004). Literatürde, 1990'ların başlarından itibaren duygu düzenlemeye yönelik ilgi artmış ve duygu düzenleme stratejilerine ilişkin farklı teoriler ortaya çıkmıştır (Gross, 2015) ve bunların içerisinde en fazla Gross'un geliştirdiği duygu düzenleme süreç modelinin etkili olduğu söylenebilir.

Psikolojik iyi oluş, pozitif örgütsel davranış alanı içerisinde önemli bir kavram olarak giderek daha çok araştırılmaktadır. Psikolojik iyi oluş, çalışanların örgüt içerisindeki tutum ve davranışlarını açıklamada önemli ipuçları sağlamaktadır. Psikolojik iyi oluşun olumlu duygulanımlarla yakın ilişki içerisinde olduğunu söylemek mümkündür. Olumlu duygulanım bireylerin olaylara olan tepkilerini yansıtmakta ve yaşamlarını istedikleri şekilde devam ettirdiklerini göstermektedir. Bunlar, başkalarına karşı olumlu tepkileri (örneğin, sevgi), faaliyetlere karşı olumlu tepkileri (örneğin, ilgi ve katılım) ve genel olumlu ruh hallerini (örneğin, neşe) içermektedir (Diener, 2006). Olumlu duygulanım içerisinde olan çalışanların, daha güçlü pozitif örgütsel tutum ve davranış sergilemeleri beklenmektedir. Bu noktada bireylerin müşterilerle olan etkileşimlerinde duygu düzenleme stratejilerinin seçimi ile psikolojik iyi oluşları arasındaki ilişkisinin incelenmesi önem kazanmaktadır. Duygu düzenleme, popüler literatürde, klinik psikoloji uygulamalarında ve bilimsel araştırmalarda iyilik halinde çok önemli bir faktör olarak kabul edilmektedir (Nykliček, Vingerhoets & Zeelenberg, 2011).

İşletmelerde örgütsel hedeflere ulaşılması büyük ölçüde çalışanın davranışına bağlıdır. Çalışanın davranışı da örgütsel kimliğin gücünden ve çalışanın kimliğinden etkilenmektedir (Witting, 2006). Sosyal kimlik teorisinde, bireylerin grup üyeliklerinin kimliklerinde iz bırakması söz konusudur. Tajfel (1982), sosyal kimliği, "bireyin benlik kavramının, bir sosyal gruba (veya gruplara) üyeliği hakkındaki bilgisinden ve bu üyeliğe atfettiği değer ve duygusal önemden kaynaklanan parçası" olarak tanımlamaktadır. Sosyal kimlik teorisini temel alarak geliştirilen örgütsel özdeşleşme, çalışanların memnuniyetini, davranışlarını ve örgütün amaçlarına ulaşma derecesini etkileyebilmektedir (Witting, 2006). Örgütsel bağlamda özdeşleşmeye olan ilgi, örgütsel davranış araştırmalarında önemli bir değişken olarak ortaya çıktığı son on yılda artmıştır (Kreiner & Ashforth, 2004). Araştırmada çalışanların kullanmış oldukları bilişsel duygu düzenleme stratejilerinin örgütsel özdeşleşme ile ilişkili olduğu varsayılmaktadır.

Hizmet işletmeleri olarak nitelendirilen konaklama işletmelerinde, müşteri ile iletişim kurulan noktalarda kullanılan duygu düzenleme stratejilerini örgütsel davranış açısından incelemek ve turizm işletmelerinde duygu düzenleme stratejilerinin seçiminde bu seçimle ilişkili olduğu düşünülen çalışanların psikolojik iyi oluş ve örgütsel özdeşleşme algısı değişkenlerinin rollerini açıklamak çalışmanın ana amacını oluşturmaktadır. Bu amaçla öncelikle çalışmada kavramsal bir çerçeve geliştirilerek hipotezler oluşturulmuş ve daha sonra oluşturulan model çerçevesinde

bir uygulama gerçekleştirilerek örnekleme ulaşılan veriler analiz edilmiştir. Çalışmanın sonuç kısmında ortaya çıkan bulgulara ilişkin değerlendirme ve öneriler yer almaktadır.

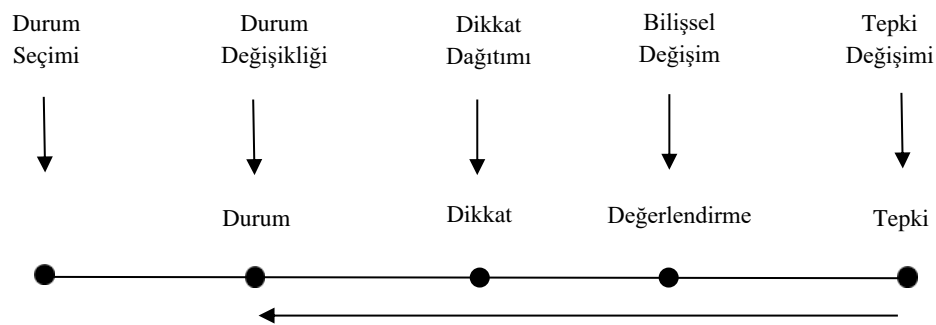
Literatür Taraması ve Hipotezlerin Oluşturulması

Bilişsel Duygu Düzenleme Stratejileri

Duygu düzenleme stratejileri, bireyin duygusal tepkilerini bilinçli olarak sürdürmesi ve değiştirmesi anlamına gelen çabalarının, duygusal tepkileri otomatik veya örtük, diğer bir ifade ile bilinçsizce yönetmeye atıfta bulunan bir süreklilik boyunca kavramsallaştırılmaktadır (Saraiya & Walsh, 2015). Nyklíček, Vingerhoets ve Zeelenberg (2011)'e göre duygu düzenleme en geniş anlamıyla, “açıktan (başkaları tarafından algılanabilen) gizliye (başkaları tarafından algılanamayan iç düzenleme), açıktan (bilinçli) örtük (bilinçsiz) ve gönüllüden otomatige gibi tüm noktaları kapsayan, duygusal durumların düzenlenmesi” olarak tanımlanır. Thompson (1994) duygu düzenlemeyi, “kişinin hedeflerine ulaşması için duygusal tepkileri, özellikle yoğun ve zamansal özelliklerini izlemek, değerlendirmek ve değiştirmekten sorumlu dışsal ve içsel süreçler” olarak tanımlamaktadır. Cicchetti, Ganiban ve Barnett (2004), benzer şekilde duygu düzenlemeyi, “duygusal uyarılmanın yeniden yönlendirildiği, kontrol edildiği, ayarlandığı ve bir bireyin duygusal olarak uyarıldığı durumlarda, uyumlu olarak faaliyette bulunmasını sağlamak amacıyla değiştirdiği organizma içi ve dışı faktörler” olarak tanımlamaktadırlar.

Günümüzde duygu düzenlemeye ilişkin yaygın olarak kullanılan modellerden birisi de Gross'un “bilişsel duygu düzenleme süreç modeli”dir. Çalışmanın uygulama kısmında Gross'un duygu düzenleme stratejileri uygulandığı için konunun bu yönü aktarılacaktır. Gross (1998) duygu düzenlemeyi “bireylerin hangi duygulara ne zaman sahip olduklarını, bu duyguları nasıl deneyimlediklerini ve dışı vurumlarının şekillendiği süreçleri ifade eder.” şeklinde tanımlamaktadır.

Duygu düzenleme alanındaki son gelişmeler, duygu düzenleme stratejilerinin farklı bağlamlarda farklı sonuçlara sahip olduğunu göstermektedir (Sheppes & Levin, 2013). Gross (1999), duyguların düzenlenmesi ile ilgili olarak literatürde genel kabul gören süreç modelini geliştirmiştir. Gross ve John (2003) süreç modelinde, duygu düzenleme stratejilerinin zaman çizelgesi boyunca farklılaşabileceğini öne sürmektedir. Şekil 1'de duygu düzenleme süreç modeli gösterilmektedir. Ayrıca Gross (1998) modelinde, ilk dört süreci öncül odaklı duygu düzenlemeyle ilgili ilişkilendirirken, son süreci tepki odaklı duygu düzenlemeyle ilişkilendirmektedir.



Şekil 1. Gross'un Duygu Düzenleme Süreç Modeli (Gross, 2014; Gross & Thompson, 2007).

Gross (1998) modelde; durum seçimi, durum değişikliği, dikkat dağıtımı, bilişsel değişim ve tepki değişimi olmak üzere beş adet duygu düzenleme süreci olduğunu belirtmektedir. Bu, duygu üretilmeden önce gerçekleşen öncül odaklı duygu düzenleme ile duygu üretildikten sonra ortaya çıkan tepki odaklı duygu düzenleme arasında önerdiği iki yönlü ayrımın detaylandırılmasıdır. Şekil 1’de sunulan modelde, duygu üreten sürecin sadece bir döngüsüne odaklanılmaktadır. Bu şekilde soldan sağa hareket, zaman içindeki hareketi yansıtmaktadır: belirli bir durum seçilir, değiştirilir (ya da değiştirilmez), dikkat edilir, belirli bir şekilde değerlendirilir ve belirli bir duygusal tepkiler dizisi verilir. Ancak, Şekil 1’de vurgulandığı üzere, duygu üretimi tek seferlik bir iş değil, devam eden bir süreçtir. Duygu ve duygu düzenlemenin bu hareketli, her an değişebilen yönü, modelde geri bildirim okuyla belirtilmektedir. Benzer geri bildirim okları, duygu üretici süreçteki diğer adımların her birine verilen duygusal tepkiden çıkarılmaktadır. Bunların her biri daha sonraki duygusal tepkileri etkilemektedir. Duygu üretiminin bu özyinelemeli yönü, öncül odaklı ve tepki odaklı duygu düzenleme stratejileri arasındaki geniş ayrımı anlamak için esastır (Gross & Thompson, 2007).

Bu süreçler; bireyin olası duygusal etkileri temelinde belirli kişilere ya da durumlara yakınlaştığı ya da bunlardan kaçındığı; bir ortamın duygusal etkisine yeni bir anlam verebilmek için değiştirdiği “durum seçimi”, durumun ilgili bir veya daha fazla yönünü değiştirmek “durum değişikliği”, duygularını etkilemek için dikkatini bir şeye yönelttiği ya da ondan uzaklaştırdığı “dikkat dağıtımı”, içinde olduğu durumu ya da duygularını değiştirmek için durumu yönlendirme gücünü yeniden değerlendirdiği “bilişsel değişim” ve devam eden duygusal deneyimi, dışa vurumu ya da fizyolojik tepkiyi arttıran, azaltan, uzatan stratejiler gibi “teпки değişimi”ni içermektedir. Bunlar, modelde belirtilen beş duygu düzenleme süreci ailesini temsil etmektedir (Gross, 1998a) ve aşağıda detayları ile açıklanmaktadır.

Durum Seçimi: Durum seçimi, düzenleme stratejilerinin en ileriye dönük olanlarından biridir ve yaşamda değişiklik yapmaya yönelik başarılı girişimlerle ilişkilendirilmektedir (Gross, 2015). Bu türdeki duygu düzenleme, kişinin istediği (ya da istemediği) duygulara sebep olmasını beklediği bir duruma düşmesini daha fazla (ya da daha az) olası kılan eylemlerde bulunmasını içermektedir (Gross, 2014; Gross, 2015). Örneğin; saldırgan şakalar yapan bir komşudan kaçınmak için mağazaya farklı bir yoldan gitmek. Özellikle duygu düzenlemenin kısa vadeli faydaları uzun vadeli maliyetlerle karşılaştırıldığında, hangi durumların arandığı hangilerinden kaçınılacağı konusunda sağlam kararlar vermek için öz-bilgi gereklidir. Utangaç bir kişinin sosyal durumlardan kaçınarak kaygısını azaltma çabaları, uzun vadeli sosyal izolasyon pahasına kısa vadeli bir rahatlama sağlayabilir (Gross, 1998).

Durum Değişikliği: Bir durumun, duygusal etkisini değiştirebilmek için durumu doğrudan değiştiren eylemlerde bulunmak anlamına gelmektedir. Bireyin ebeveynleri üniversiteyi ziyaret ettiğinde, durum değişikliği kirli çamaşır yığınlarını saklama şeklini alabilir. Bir durumu değiştirme çabaları yeni bir durumu etkin bir şekilde ortaya çıkarabileceğinden, durum seçimi ile durum değişikliği arasında ayrım yapmak bazen zordur. Ayrıca durumlar dışsal ya da içsel olabilse de bu süreçte durum değişikliğinde dışsal ortamların, yani fiziksel ortamların değiştirilmesi kastedilmektedir. İçsel ortamların (yani düşüncelerin) değiştirilmesi daha sonra ele alınacaktır (Gross, 2014, Gross, 2015).

Dikkat Dağıtımı: Durum seçimi ve durum değişikliği süreçleri, bireyin durumunu değiştirmeye yardım eden süreçlerdir. Buna karşın, ortamı gerçekten değiştirmeden de duygular düzenlenebilir. Durumların birçok yönü vardır ve dikkat dağıtımı, bireylerin duygularını kendi istekleri doğrultusuna yönleltmek için dikkatlerini belirli bir durumda

nasıl yönlendirdiklerini ifade etmektedir (Gross & Thompson, 2007). Dikkati dağıtmanın en yaygın biçimlerinden birisi, dikkati durumun diğer yönlerine odaklama ya da dikkati durumdan tamamen uzaklaştıran oyalamadır. Dikkat dağıtımı, arzu edilen duygusal durumu somutlaştırmaya yardımcı olan düşüncelerin ya da anıların akla getirilmesi gibi, içsel odağı değiştirmeyi de içerebilmektedir (Gross, 2014).

Bilişsel Değişim: Bireyin bir durum hakkında nasıl düşündüğünü ya da ortaya koyduğu talepleri yönetme kapasitesini değiştirerek, duygusal önemini değiştirmek için içinde bulunduğu bir durumu nasıl değerlendirdiğini değiştirmesini ifade eder (Gross & Thompson, 2007; Gross, 2014). Diğer bir anlatımla, bireyin duygusal etkisini değiştirmek için bir duruma ilişkin değerlendirmesini değiştirmedir (Gross, 2015). Bilişsel değişim dışsal bir duruma uygulanabileceği gibi (örneğin, “Bu görüşme, şirket hakkında daha fazla bilgi edinmem için bir şanstır”), içsel bir duruma da uygulanabilmektedir (örneğin, “Endişeli değilim-bir oyun için güçleniyorum ve bu elimden gelenin en iyisini yapmama yardımcı olacak”). Bilişsel değişimin özel ilgi gören bir biçimi de “yeniden değerlendirme”dir. Bu tür bilişsel değişim, bir durumun anlamını, duygusal etkisini değiştirecek şekilde değiştirmeyi içerir. Bu bilişsel değişim biçimi genellikle olumsuz duyguları azaltmak için kullanılmasına rağmen, olumsuz ya da olumlu duyguları artırmak ya da azaltmak için de kullanılabilir (Gross, 2014). Sosyal alanda bilişsel değişimin yaygın bir uygulaması da durumumuzu daha az şanslı bir kişininkiyle karşılaştırmayı içeren aşağı yönlü sosyal karşılaştırmadır, böylece kurgumuzu değiştirir ve olumsuz duyguyu azaltmış oluruz.

Tepki Değişimi: Duygu düzenleyici süreçlerin beşinci ailesi olan tepki değişiminde, tepki eğilimleri zaten başlamıştır ve bu süreç duyguyla ilgili eylemleri doğrudan değiştirmeyi ifade etmektedir. Tepki değişiminin bir başka yaygın biçimi, duygu dışı vurumcu davranışı düzenlemeyi içermektedir (örneğin, bir zorbaya karşı dururken, korkumuzu gizlemek). Tepki değişiminin önemli bir örneği de bir kişinin devam eden olumsuz ya da olumlu duygu dışı vurum davranışını engellemeye çalıştığı dışı vurumsal bastırmadır (Gross, 2014).

Gross (2014) yeniden değerlendirme stratejisinin bilişsel olarak yönlendirilme ile ilgili olduğunu bastırma stratejisinin ise davranışa yönelik bir duygu düzenleme biçimi olduğunu belirtmektedir. Bu bağlamda modelde yer alan öncül odaklı ilk dört süreci “yeniden değerlendirme stratejisi” ile açıklarken tepki odaklı son süreci “bastırma stratejisi” olarak açıklamaktadır. Öncül odaklı stratejiler, duygu tepki eğilimleri tamamen etkin hale gelmeden ve davranışları ve çevresel fizyolojik tepkileri değiştirmeden önce yapılanları açıklamaktadır. Tepki odaklı stratejiler, tepki eğilimleri etkin hale geldikten sonra, bir duygu başladığında yapılanlara atıfta bulunmaktadır (Gross & John, 2003).

Yeniden Değerlendirme Stratejisi

Bir durumun kendi başına duygu yaratmadığı konusunda yaygın olarak kabul edilen süreçtir. Bunun yerine, duygu yaratıcı olan bireyin bu duruma ilişkin değerlendirme sürecini ifade etmektedir (Gross, 1999). Diğer bir ifadeyle yeniden değerlendirme, bir durumun anlamını yeniden formüle ederek duygusal tepkilerin yönünü değiştiren bilişsel-dilsel bir stratejidir. Bu süreçte birey, bilişsel kontrol süreçlerini devreye alarak, duygu üreten sürece nispeten erken müdahale edebilir (Goldin vd., 2008). Bu süreçte birey aslında durumu değil, durumun kendisi için anlamını değerlendirmektedir.

Bastırma Stratejisi

Duygudan kaçınma stratejileri kapsamında değerlendirilen duygu bastırma, duygusal sinyallerin dışsallaştırılmasının sürekli olarak engellendiği bir tepki değişim süreci olarak kabul edilmektedir (Gross & John, 2003). Duygusal bastırma, kişinin uyarıldığında duygusal olarak dışa vurumcu davranışını sınırlamaya yönelik kasıtlı girişimleri ifade eden tepki odaklı bir stratejidir (Rogier, Garofalo & Velotti, 2019). Duygunun üretilmesi sürecinde göreceli olarak geç gelerek duygu tepkisi eğilimlerinin davranışsal yönünü değiştirir (Gross & John, 2003). Bu nedenle duygu bastırmanın, duygusal tepkinin davranışsal bileşenine odaklandığını söylemek mümkündür. Görüntü düzenleme stratejisi olarak da nitelendirebileceğimiz bastırma, bireyin içsel duygusal durumunu değiştirmeden dışsal duygu ifadesini yönetmesi ile ilgilidir. Bu düzenlemede; bireyin sergilememesi gereken, istenmeyen duygu ifadelerini gizlemesi ve buna karşılık olarak istenen duygu ifadelerini (hissedilebilir ya da hissedilmeyebilir) göstermesi söz konusudur. Birey bu esnada davranışsal olarak yüz ifadelerini, jestlerini ve sözlü ifadelerini içinde bulunduğu duygusal normlara uyarlayarak sosyal etkileşimi kolaylaştırmaya çalışmaktadır.

Özetle, yeniden değerlendirme, zaman içinde sürekli çabaya gerek kalmadan duyguyu azaltan bilişsel bir stratejinin erken seçimini ve uygulanmasını içerirken, bastırma, bunun tersine, duygu uyandıran uyarlara tepki olarak ortaya çıktıklarında, önceden belirlenmiş yüz duygu davranışlarını aktif olarak engellemek için artan çabaları içermektedir (Goldin vd., 2008).

Araştırmada Gross'un bilişsel duygu düzenleme stratejileri, konaklama işletmesi çalışanlarının iletişim kurarken kullandıkları yol gösterici süreçler dizini olarak değerlendirilmektedir. Beş yıldızlı konaklama işletmelerinin önbüro departmanında çalışan personelinin müşteri ile kurduğu ikili ilişkilerinde duygu düzenleme stratejilerinden hem yeniden değerlendirme stratejisini hem de bastırma stratejisini yüksek oranda kullandıkları düşünülmektedir. Hangi stratejinin kullanılacağı çalışanın demografik özellikleri, kişilik özellikleri, geçmiş yaşam örüntüleri, amaçları ve içinde bulunduğu örgütün durumsal özellikleri gibi birçok faktöre bağlı olarak değişecektir. Bu araştırmada beş yıldızlı otel işletmelerinde çalışma şartlarının daha iyi olduğu, çalışanların niteliklerinin de daha yüksek olduğu ve mesleki anlamda daha profesyonel oldukları düşünülmektedir. Gross (2014), hangi duygu düzenleme stratejilerinin kullanılacağına ilişkin olarak bir kişinin halihazırda mevcut sosyal ve/veya psikolojik kaynaklarına ilişkin algılarının etkili olabileceğini belirtmektedir. Bu doğrultuda konaklama işletmesi önbüro personelinin hangi duygu düzenleme stratejisini baskın olarak kullanacağına ilişkin olarak aşağıdaki hipotez oluşturulmuştur.

H₁: Önbüro personeli duygu düzenleme stratejilerinden yeniden değerlendirme stratejisini daha yüksek düzeyde kullanacaktır.

Psikolojik İyi Oluş

Psikolojik iyi oluşun en önemli belirleyicisi, iyi oluş algısı için gerekli olan olumlu duygulardır. Olumlu ve olumsuz duygular arasındaki genel denge, bireylerin iyi oluş yargılarını belirlemektedir (Fredrickson, 2001). Bradburn (1969 akt: Ryff, 1989)'un psikolojik iyi oluşun yapısını belirlemek için yapmış olduğu çalışması, olumlu ve olumsuz duygulanım arasındaki ilk ayrımı sağlamıştır. Myers ve Diener (1995) psikolojik iyi oluşu, "sık olumlu duygulanım, seyrek olumsuz duygulanım ve yaşamdan genel bir memnuniyet duygusu" olarak tanımlamaktadırlar. Danna ve Griffin (1999), işyerinde psikolojik iyi oluşun bileşenlerini "bireylerin iş ve dışı (yaşam) memnuniyetleri" olarak çerçevelendirmektedirler. Bu bileşenlerde meydana gelen memnuniyet bireyde genel memnuniyet duygusunu

oluşturacaktır. Keyes, Shmotkin ve Ryff (2002)'a göre psikolojik iyi oluş, “yaşamın varoluşsal zorluklarına karşı algılanan sağlamlığı” ifade etmektedir. Psikolojik iyi oluş, Ryff ve Keyes (1995) tarafından geçmiş literatür ışığında altı boyut oluşturularak açıklanmaya çalışılmıştır. Bu boyutlar; kişinin kendisi ve geçmiş yaşamı hakkındaki olumlu değerlendirmeleri (kendini kabul), bir birey olarak sürekli büyüme ve gelişme duygusu (bireysel gelişim), yaşamının amaçlı ve anlamlı olduğu inancını içeren bir iyilik hali (yaşam amacı), diğer insanlarla nitelikli ilişkilere sahip olma (diğerleriyle olumlu ilişkiler), bireyin yaşamını ve çevresini etkili bir şekilde yönetme kapasitesi (çevresel hakimiyet) ve kendi kaderini tayin etme duygusu (özerklik) olarak sıralanmaktadır. Diener, Suh, Lucas, & Smith (2019) de, bireyin mizacının, bilişsel yapısının, hedeflerinin, kültürünün ve uyumlu başa çıkma çabalarının, yaşam koşullarının ve meydana gelen olayların psikolojik iyi oluş üzerindeki etkisini hafifletmekte olduğunu belirtmektedirler.

Konaklama işletmelerinde önbüro departmanında çalışan personelden beklenen etkin ve verimli çalışma hem bilişsel hem de davranışsal yeterlilikler gerektirmektedir. Aynı zamanda bu departmanda çalışanların zihinsel ve duygusal açıdan zorlanmalarının fiziksel açıdan zorlanmalarından daha yaygın olduğunu söylemek mümkündür. Ayrıca konaklama işletmelerinde çalışanların duygusal emek gösterimi mesleki bir zorunluluk olarak işin ayrılmaz bir parçası olarak kabul edilmektedir. Buna karşın beş yıldızlı konaklama işletmelerinin önbüro departmanında çalışanların genel olarak, genç, iyi eğitilmiş, dışa dönük, özgüveni yüksek, başkalarıyla olumlu ilişkiler kurabilen, uyumlu, inisiyatif kullanabilen, sürekli kendini geliştiren, hedefleri olan, önyargısız bireyler olduğunu söylemek mümkündür. Bu nitelikler Ryff ve Keyes (1995)'in psikolojik iyi oluş boyutları ile ve Diener, Suh, Lucas, & Smith (2019)'in belirttiği özelliklerle büyük ölçüde örtüşmektedir. Aynı zamanda iş bulma sürecinde belirsizliklerin yoğun olarak yaşandığı turizm sektöründe hali hazırda bir işe sahip olmaları da çalışanların psikolojik iyi oluş algı düzeylerinin yüksek olacağı kanaatini doğurmaktadır. Bu doğrultuda aşağıdaki hipotez oluşturulmuştur.

H₂: Önbüro personelinin psikolojik iyi oluş algı düzeyleri yüksektir.

Konaklama işletmelerinde çalışan önbüro personelinin psikolojik iyi oluş algı düzeyleri örgüt içerisinde olumlu ya da olumsuz ifadeler şeklinde yansıtılacaktır. Araştırmada da çalışanların psikolojik iyi oluş algı düzeyleri ile bilişsel duygu düzenleme stratejilerinden yeniden değerlendirme stratejisinin ilişkili olduğu düşünülmektedir. Öncül odaklı yeniden değerlendirme stratejisinde duyguya ilgili eylemleri doğrudan değiştirmek yerine duyguya ilişkili bireyin bu duruma ilişkin değerlendirme süreci ve duyguya verdiği anlam önem kazanmaktadır. Dolayısıyla psikolojik iyi oluş algı düzeyleri yüksek bireylerin daha az negatif duyguya sahip oldukları durum ile ilişkili uyaranları daha olumlu bir duygulanımla değerlendirecekleri öngörülmektedir. Gross ve John (2003), yeniden değerlendirmenin duygu durum onarımı ile pozitif ilişkili olduğunu yeniden değerlendirme stratejisinin, durum hakkında farklı düşünmeye çalışmak ve böylece duygu durum onarımında erken çabalara izin vermek ile ilgili olduğunu vurgulamaktadırlar. Aynı zamanda, iyi olma hali açısından, yeniden değerlendiricilerin daha az depresif belirtilere ve daha fazla özsaygıya, yaşam doyumuna ve diğer tüm iyi oluş türlerine sahip olduklarını belirtmektedirler. Garnefski ve Kraaij (2007) de bireylerin yeniden değerlendirme bilişsel stratejisini kullanarak, olumsuz yaşam deneyimlerini daha kolay tolere edebileceğini ileri sürmektedirler. Bu doğrultuda aşağıdaki hipotez oluşturulmuştur.

H₃: Önbüro personelinin duygu düzenleme stratejilerinden yeniden değerlendirme stratejisi ile psikolojik iyi oluş algıları arasında istatistiki olarak pozitif yönlü anlamlı bir ilişki vardır.

Bastırma, duygusal olarak uyarılırken, duygu dışı vurumcu davranışın bilinçli olarak engellendiği tepki odaklı bir stratejidir (Gross, 1998a). Dışa vurumcu bastırma, duygusal tepkiyle ilişkili davranışları (örneğin, yüz ifadeleri, sözlü ifadeler, jestler) engellemeye yönelik bir stratejidir (Goldin vd. 2008). Bastırma, davranışsal ifadeyi azaltır ve bu nedenle bireylerin duygu ortaya çıktıkça duygusal tepkiyi bilinçli olarak yönetmesini gerektirir. Goldin ve arkadaşları (2008), duygusal olarak zorlayıcı bu durumlarda başarılı bir dışa vurumsal bastırmanın elde edilebileceğini, ancak bunun bir bedeli olduğunu, yani fizyolojik olarak zorlayıcı olabilen bu durumun sürekliliğinin psikolojik ve fiziksel fonksiyonlarda rahatsızlıklara yol açabileceğini belirtmektedirler. Garnefski ve Kraaij (2007) çalışmalarında, duygusal problemlerin semptomları ile bilişsel duygu düzenleme stratejileri arasında güçlü kesitsel ilişkilerin var olduğunu doğrulamışlardır. Benzer şekilde Gross ve John (2003), bastırma stratejisinin, olumsuz duygunun davranışsal dışa vurumunu az denecek miktara indirmede etkisinin olduğunu, buna karşın olumlu duygusal dışavurumu kısıtlamanın istenmeyen olumsuz etkilerinin olabileceğini belirtmektedirler. Araştırmada bu istenmeyen olumsuz etkilerden birisinin de çalışanın psikolojik iyi oluş algısı ile ilişkili olduğu düşünülmektedir. Çalışmada duygu ve davranışların etkileşimleri sırasında oluşacak bir dengesizliğin bireylerin psikolojik iyi oluş düzeylerini olumsuz yönde etkileyeceği varsayılmaktadır. Konaklama işletmeleri çalışanlarının duygu durumlarını bastırmaları ve bunun sonuçları literatürde de sıklıkla araştırılan konulardandır. Bu doğrultuda aşağıdaki hipotez oluşturulmuştur.

H4: Önbüro personelinin duygu düzenleme stratejilerinden bastırma stratejisi ile psikolojik iyi oluş algıları arasında istatistiki olarak negatif yönlü bir ilişki vardır.

Örgütsel Özdeşleşme

Son yıllarda örgüt teorisyenleri, insanların örgütlerle ilişkileri açısından kendilerini nasıl tanımladıklarını inceleyerek, sosyal özdeşleşme kavramını işyerine uygulamışlardır (Kreiner & Ashforth, 2004). Sosyal özdeşleşmeler, bireysel kimliklerin ve grup kimliklerinin algılanan örtüşmesine dayanan öz tanımlamalardır (Kreiner & Ashforth, 2004). Bireysel kimlikler benlik kavramı ile ilişkilidir. Benlik kavramı, insanların sosyal bir bağlamda nasıl davrandıklarına ve hissettiklerine aracılık eden yorumlayıcı bir yapıdır (Dutton vd., 1994). Sosyal kimlik teorisine göre benlik kavramı ise, yetenekler ve ilgiler gibi kendine özgü özellikleri ve bireysel bir kimlik ile belirgin grup sınıflandırmalarını kapsayan sosyal bir kimlikten oluşmaktadır (Mael & Ashforth, 1992).

Örgütsel özdeşleşmeyi sosyal kimlik teorisine dayalı olarak kavramsallaştıran Mael ve Ashforth (1992) örgütsel özdeşleşmeyi, “bir örgütle algılanan birlik ve örgütün başarılarının ve başarısızlıklarının kişinin kendisinininki gibi deneyimlemesi” olarak tanımlamaktadırlar. Örgütsel özdeşleşmenin bu tanımla, bireyin kendisini üyesi olduğu örgüt(ler) açısından tanımladığı bir örgütle, birlik ya da aidiyet algısı olduğu öne sürülmektedir. Benzer bir biçimde örgütsel özdeşleşmeyi örgüt ve benlik tanımları arasındaki bilişsel bir bağlantı olarak nitelendiren Dutton, Dukerich ve Harquail (1994) de örgütsel özdeşleşmeyi, “bir üyenin örgütü tanımladığına inandığı niteliklerle kendini tanımlama derecesi” olarak açıklamaktadırlar. Diğer bir ifadeyle örgütsel özdeşleşme, “üyeler örgütün tanımlayıcı özelliklerini kendileri için tanımlayıcı özellikler olarak benimsediklerinde ortaya çıkan psikolojik bir bağlanma biçimidir”. Tajfel (1982)’e göre özdeşleşme aşamasına ulaşabilmek için üç bileşen gereklidir. Bunlar; kişinin bir gruba üyelik bilinci anlamındaki “bilişsel bileşen”, bu farkındalığın bazı kendi değer çağrışımları ile ilgili olması anlamındaki “değerlendirici bileşen” ve son olarak bu farkındalık ve değerlendirmeleri sonucu oluşan “duygusal bileşen”dir.

Turizm işletmeleri açısından örgütsel özdeşleşme önemli bir kavramdır. Örgütsel özdeşleşme, bireylerin kendilerini örgüt üyelikleri açısından tanımladıkları sosyal bir süreçtir. Örgütsel özdeşleşme ile çalışanlar kendi kimliklerini işletmenin kimliğiyle tanımlama eğiliminde olurlar ve bu tanımla hayatlarını, iş açısından ya da diğer konularda yönlendirmek için kullanırlar (Myers vd., 2016). Örgütsel özdeşleşme yalnızca ilişkili kimlik belirgin olduğunda, yani durumsal olarak ilişkili ve öznel olarak önemli olduğunda düşünceyi, duyguyu ve eylemi etkilemektedir (Ashforth, Harrison & Corley 2008). Ayrıca örgütsel özdeşleşmenin iş yerinde anlam, aidiyet ve kontrol duygusu geliştirmeye yardımcı olduğu da ileri sürülmektedir (Kreiner & Ashforth, 2004). Dutton, Dukerich ve Harquail (1994) de, sosyal kimlik teorisi psikolojisinin güçlü olduğunu bu nedenle üyelerin sadece çalıştıkları kurum hakkında farklı düşünerek davranışlarını değiştirebileceklerini belirtmektedirler. Witting (2006) de çalışmasında, örgütsel özdeşleşmenin çalışanların bilgi, tutum ve davranışlarını olumlu yönlü etkilediğini belirtmektedir. Dolayısıyla konaklama işletmeleri çalışanları kendi kimliklerini örgütün kimliğiyle özdeşleştirdiğinde, örgüt içerisindeki duygularını bu perspektifte düzenler ve eyleme geçerler. Çalışanların beş yıldızlı otel işletmesinin ve çalıştıkları departmanın imajını yüksek algılamaları, benzer dilleri bildikleri ve benzer eğitim düzeyinde oldukları vb. etkenler dolayısıyla ortak değerlere sahip olduklarını düşünmelerinin, örgütsel özdeşleşmelerini şekillendirdiği ve bu nedenle de örgütsel özdeşleşme düzeyleri algılarının yüksek olduğu düşünülmektedir. Bu doğrultuda aşağıdaki hipotez oluşturulmuştur.

H₅: Önbüro personelinin örgütsel özdeşleşme algı düzeyleri yüksektir.

Bağlılık sürecinin bir parçası olarak, örgütsel özdeşleşme düzeyi çalışanların örgütü kendilerinin bir parçası olarak görme derecesini gösterir (Dutton, Dukerich & Harquail, 1994). Örgütsel özdeşleşmenin yüksek olduğu yerde çalışanlar işletme içerisinde daha olumlu duygulara sahip olacaklardır. Myers ve arkadaşları (2016), bir üyenin dışarıdakilerin örgütü nasıl gördüğüne dair inancının örgütsel özdeşleşmeyi etkileyen önemli bir faktör olduğunu belirtmektedirler. Örgütlerde duygu düzenlemenin referans noktasının, sosyal olarak paylaşılan (örtük de olabilir) normlar ve kurallar olduğunu söylemek mümkündür. Duygu kuralları (ya da daha genel olarak duygu normları) kavramı, son derece duruma özel olduğu için süreç modeline önemli bir ilavedir (von Scheve, 2012). Özdeşleşmede de bireylerin benlik tanımını yaparken örgüt kimliğinden faydalanması esastır ve bu doğrultuda örgüt çıkarları doğrultusunda davranış göstermesi beklenmektedir. İletişim sırasında istenmeyen duygulardan herhangi biri yaşandığında örgütle özdeşleşme düzeyi yüksek bireylerin örgüt imajına zarar vermeyecek bir biçimde duygularını örgüt kuralları ve normlarına göre bilişsel olarak düzenlemeleri beklenmektedir.

Özdeşleşme kavramı duygu düzenleme stratejilerinin kullanımı açısından değerlendirildiğinde, konaklama işletmeleri çalışanlarının örgüt çıkarları açısından duygu gösterimlerinde; durum seçimi, durum değişikliği, dikkat dağıtımı ve bilişsel değişim süreçlerini içeren öncül odaklı yeniden değerlendirme stratejisini kullanacakları, bu strateji ile örgütsel özdeşleşme arasında pozitif bir ilişki olduğu düşünülmektedir. Bu doğrultuda aşağıdaki hipotez oluşturulmuştur.

H₆: Önbüro personelinin duygu düzenleme stratejilerinden yeniden değerlendirme stratejisi ile örgütsel özdeşleşme algıları arasında istatistiki olarak pozitif yönlü anlamlı bir ilişki vardır.

Bir duygu ifadesinin bastırılması, gerçekte hissedilen duyguyu değiştirmeden kişinin duygusal bir olaya verdiği ifade tepkisini değiştirmesi bir anlamda gerçek duygularını gizlemesi ile ilgilidir. Duygusal emek literatüründe bu davranış “yüzeysel davranış” olarak ifade edilmektedir. Örgütsel özdeşleşmeleri yüksek olan önbüro personelinin

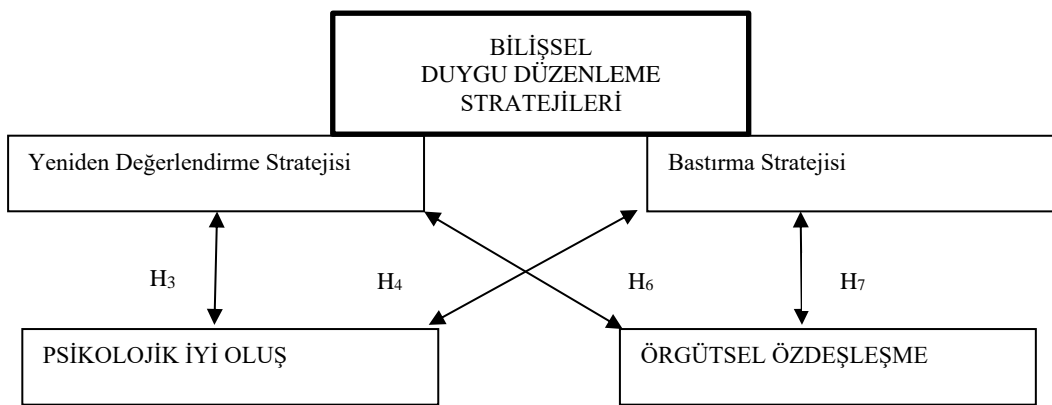
duygu düzenleme stratejilerinde yüzeysel davranışı ifade eden bastırma stratejisini daha az kullanacakları düşünülmektedir. Hall Schneider ve Nygren (1970)'a göre örgütsel özdeşleşme, örgütün ve bireyin amaçlarının giderek daha fazla bütünleştiği ya da uyumlu hale geldiği bir süreçtir. Ayrıca bastırma stratejisi sonuç odaklı bir strateji olduğu için ve örgütsel özdeşleşmede sonuç odaklı stratejiler yerine hedefe yönelik bilişsel stratejilerden yeniden değerlendirilmenin kullanılmasının öngörülmesinden ötürü bastırma stratejisi ile örgütsel özdeşleşme arasında anlamlı bir ilişki beklenmemektedir. Bu doğrultuda aşağıdaki hipotez oluşturulmuştur.

H₇: Önbüro personelinin duygu düzenleme stratejilerinden bastırma stratejisi ile örgütsel özdeşleşme algıları arasında istatistiki olarak negatif yönlü anlamlı bir ilişki vardır.

Metodoloji

Araştırmanın Amacı

Bireylerin duygusal deneyimlerini ya da ifadelerini yönetmek için duygu düzenleme stratejilerinin kullanımı başta psikoloji olmak üzere iletişim ve yönetim literatürlerinde geniş ilgi görmüştür. Buna karşın turizm literatürü her ne kadar duygusal emek konusu üzerinde dursa da duygu düzenleme stratejilerinin kullanımına yönelik sınırlı sayıda çalışmaya (Haver, Akerjordet & Furunes, 2014; Çetinkaya & Karaçelebi, 2017) ulaşılmaktadır. Bu alanda yapılan araştırmaların bir kısmı da tüketicilerin duygu düzenlemesine (Balaji, Roy & Quazi, 2017; Lee, Sweeney & Soutar, 2020) odaklanmaktadır. Bu çalışmanın amacı; beş yıldızlı konaklama işletmelerinin önbüro departmanında çalışan resepsiyon personelinin duygu düzenleme stratejileri kullanımı, psikolojik iyi oluş ve örgütsel özdeşleşme düzeylerinin belirlenmesinin yanı sıra çalışanların kullandığı duygu düzenleme stratejileri ile psikolojik, iyi oluş ve örgütsel özdeşleşme algıları arasındaki ilişkiyi belirlemektir. Çalışmada, bilişsel duygu düzenleme stratejilerinin konaklama işletmeleri çalışanlarının örgütsel sorunlarını öngörebileceği de düşünülmektedir. Araştırmanın bu yönüyle turizm alanında literatürdeki eksikliği gidermesi amaçlanmaktadır. Çalışmanın amacı doğrultusunda geliştirilen araştırma modelinde (Şekil 2) ortaya konulan değişkenler arasındaki ilişkiler ve hipotezler gösterilmektedir:



Şekil 2. Araştırmanın Modeli

Araştırmanın Yöntemi

Araştırmada nicel araştırma yöntemi kullanılmıştır. Muğla ili Marmaris ilçesinde "Turizm İşletme Belgeli" 18 adet (Muğla İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2022) 5 yıldızlı otel bulunmaktadır. Yıl boyunca faaliyetlerine devam eden ise 13 adet otel işletmesi bulunmaktadır. Araştırmanın evrenini, bu otellerde önbüro departmanında çalışan

resepsiyon personeli oluşturmaktadır. Araştırmada basit tesadüfi örneklem türü seçilmiştir. Araştırmada yüz yüze anket yöntemi kullanılmış ve toplam 77 adet anket analize dahil olmuştur. Otellerle görüşüldüğünde genel olarak, önbüro departmanında çalışan resepsiyon personelinin iki kişi sabah, iki kişi akşam ve bir kişinin de gece shiftinde çalıştığı tespit edilmiştir. Araştırmaya, ayrıca önbüro departmanı müdürü de dahil edilmiştir. Böylelikle toplam evren 78 kişiden oluşurken, örneklemin yeterli olduğu ve evreni temsil ettiğini söylemek mümkündür. Buna karşın, araştırma zaman ve mali imkanlar göz önünde bulundurularak Muğla ili Marmaris ilçesinde bulunan 5 yıldızlı otellerde gerçekleştirildiğinden genellenebilirlik özelliği bu ilçe çalışanları ile sınırlı kalmaktadır.

Araştırmada verileri toplamak amacıyla, “Kişisel Bilgi Formu”, “Duygu Düzenleme Stratejileri Ölçeği”, “Psikolojik İyi Oluş Ölçeği” ve “Örgütsel Özdeşleşme Ölçeği”nden yararlanılmıştır. Ölçeklerin kullanım izinleri alınmıştır.

“Kişisel Bilgi Formu”, 6 adet kategorik sorudan (cinsiyet, medeni durum, yaş, eğitim düzeyi, işletmedeki pozisyon ve işletmedeki çalışma süresi) oluşmaktadır.

“Duygu Düzenleme Ölçeği”, Gross ve John (2003)’ın geliştirdiği ölçek, “bilişsel yeniden değerlendirme” ve “baskılama” olmak üzere iki faktörlü bir yapı sergilemekte ve 10 adet ifadeden oluşmaktadır. Ölçeğin yanıt kategori sayısı 7’dir. Cronbach’s α güvenilirlik katsayıları yeniden değerlendirme için ortalama .79 ve bastırma için .73’dür. Test-tekrar test güvenilirliği her iki boyut için .69 olarak bulunmuştur. Ölçeğin Türkçeye farklı araştırmacılar (Yurtsever, 2008, Eldeleklioğlu & Eroğlu, 2015, Totan, 2015) tarafından uyarlandığı görülmektedir. Yurtsever’in çalışmasında kontrol grubu için bilişsel yeniden değerlendirme boyutu Cronbach’s α güvenilirlik katsayısı .89, deney grubu için Cronbach’s α güvenilirlik katsayısı .83 olarak bulunurken; baskılama boyutu için kontrol grubu Cronbach’s α güvenilirlik katsayısı .93, deney grubu için Cronbach’s α güvenilirlik katsayısı .95 olarak bulunmuştur (Yurtsever, 2008). Eldeleklioğlu ve Eroğlu (2015)’nin çalışmasında, Cronbach’s α güvenilirlik katsayısı yeniden değerlendirme için .78 ve bastırma için .73’dür. Test-tekrar Cronbach’s α güvenilirlik katsayısı yeniden değerlendirme için .74 ve bastırma alt ölçekleri için .72’dir. Totan (2015) tarafından yapılan çalışmada, Cronbach’s α güvenilirlik katsayısı bilişsel yeniden değerlendirme için .78, baskılama için .71 olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Test tekrar test geçerliğinde 0.65’in üzerinde ilişki katsayıları elde edilmiştir.

“Psikolojik İyi Oluş Ölçeği”, Diener ve arkadaşları (2010)’nın geliştirdiği ölçek, tek faktörden ve 8 adet ifadeden oluşmaktadır. Ölçeğin yanıt kategori sayısı 7’dir. Bu ölçek Telef (2013) tarafından Türkçeye uyarlanmıştır. Cronbach’s α güvenilirlik katsayısı .80 olarak ifade edilmiştir.

“Örgütsel Özdeşleşme Ölçeği”, Mael ve Ashforth (1992)’un geliştirdiği ölçek tek faktörden ve 6 adet ifadeden oluşmaktadır Ashforth ve Mael (1992) ölçeğin güvenilirlik katsayısını .87 olarak bulgulamışlardır. Ölçeğin yanıt kategori sayısı 5’dir. Ölçeğin turizm alanında farklı araştırmacılar (Tuna & Yeşiltaş, 2014; Fettahlioğlu & Koca, 2015; Erdoğan Morçin & Çarıkcı 2016; Aşık, 2017; Kırmızıgül vd. 2017; Kemer & Aslan, 2017; Eşitti, 2018; Akbaba, 2018; Türk & Akbaba, 2018; Düzgün & Yeşiltaş, 2019; Okşit & Kılıç, 2019; Cinnioğlu, 2019; Pelit & Karaçor, 2021) tarafından kullanıldığı görülmektedir. İfadelerin Türkçe karşılıklarının uyarlanmasında Fettahlioğlu ve Koca (2015)’nin çalışmasından yararlanılmıştır Fettahlioğlu ve Koca, (2015) tarafından kullanılan ölçekte Cronbach’s α güvenilirlik katsayısı .80 olarak ifade edilmiştir.

Ayrıca çalışma için, Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler Araştırmaları Etik Kurulu'ndan 20.05.2022 tarihinde (protokol no: 220069 karar no. 65) izin alınmıştır.

Örneklemeden elde edilen veriler SPSS 22.0 programı ile çözümlenmiştir. Verilerin normallik varsayımlarını karşılayıp karşılamadığının tespiti için değişkenlerin çarpıklık (skewness) değerlerine bakılmış, psikolojik iyi oluş (-1,222), duygu düzenleme stratejileri (-,641) ve örgütsel özdeşleşme (-1,201) değişkenleri değerlerinin +1,5 ve -1,5 değerleri arasında kaldığı belirlenerek normallik varsayımını karşıladığı sonucuna ulaşılmıştır.

Bulgular

Araştırmada Kullanılan Değişkenlerin Faktör Analizi ve Güvenilirlik Değerleri

Ölçeklerin geçerliliğini test etmek ve değerlendirme boyutlarını belirlemek için açımlayıcı faktör analizi gerçekleştirilmiştir.

Araştırmada “Duygu Düzenleme Ölçeği”, “Psikolojik İyi Oluş Ölçeği” ve “Örgütsel Özdeşleşme Ölçeği” ifadelerinin faktör analizi için ne kadar uygun olduğunu ve her bir değişken için ve tüm model için örnekleme yeterliliğini değerlendirebilmek amacıyla Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) değerine ve Bartlett küresellik testi sonucuna bakılarak faktör analizi gerçekleştirilmiştir. Daha sonra ölçeklerin her biri için güvenilirlik analizi yapılmıştır.

“Duygu Düzenleme Ölçeği” KMO katsayı değeri ,733>0.5; Barlett küresellik testi sonucu [Approx. Chi-Square=277,550, df=28, sig .000 (p<.001)]; “Psikolojik İyi Oluş Ölçeği” KMO katsayı değeri ,711>0.5; Barlett küresellik testi sonucu [Approx. Chi-Square=252,806, df=45, sig .000 (p<.001)]; “Örgütsel Özdeşleşme Ölçeği” KMO katsayı değeri ,844>0.5; Barlett küresellik testi sonucu [Approx. Chi-Square=290,919 df=15, sig .000 (p<.001)] olarak bulunmuştur.

“Duygu Düzenleme Ölçeği” faktör analizi sonucunda orijinal ölçekteki gibi iki faktörlü bir yapı elde edilmiştir. Faktör analizinde orijinal ölçekte “yeniden değerlendirme” boyutunda yer alan “Daha olumlu duygular hissetmek istediğimde (neşe ya da eğlence gibi) o an düşündüğüm şeyleri değiştiririm.” ifadesinin faktör yükü ,319<0.50 ve “bastırma boyutu”nda yer alan “Duygularımı kendime saklarım.” ifadesinin faktör yükü ,323 <0.50 olmasından dolayı ölçekten çıkarılmıştır. Bu iki faktörlü yapının açıkladığı toplam varyans %62,531'dir. Faktör analizi sonrası ölçeğin güvenilirliğinin belirlenmesi amacıyla Cronbach's α değeri hesaplanmıştır. Yapılan analiz sonucunda “Duygu Düzenleme Ölçeği” toplam Cronbach's α değeri 0,806 (n=8) olarak bulunmuştur. Ayrıca yeniden değerlendirme alt boyutu Cronbach's α değeri 0,817 (n=5) ve bastırma alt boyutu Cronbach's α değeri 0,756 (n=3) olarak bulunmuştur.

“Psikolojik İyi Oluş Ölçeği” faktör analizi sonucunda tek faktörlü bir yapı elde edilmiştir. Faktör analizinde “Benim için önemli olan aktivitelerde yeterli ve yetenekliyim.” ifadesinin faktör yükü ,492<0.50 olmasından dolayı ölçekten çıkarılmıştır. Bu tek faktörlü yapının açıkladığı toplam varyans %52,701'dir. Faktör analizi sonrası ölçeğin güvenilirliğinin belirlenmesi amacıyla Cronbach's α değeri hesaplanmıştır. Yapılan analiz sonucunda “Psikolojik İyi Oluş Ölçeği” toplam Cronbach's α değeri ,845 (n=7) olarak bulunmuştur.

“Örgütsel Özdeşleşme Ölçeği” faktör analizi sonucunda tek faktörlü bir yapı elde edilmiştir. Bu tek faktörlü yapının açıkladığı toplam varyans %67,508'dir. Faktör analizi sonrası ölçeğin güvenilirliğinin belirlenmesi amacıyla Cronbach's α değeri hesaplanmıştır. Yapılan analiz sonucunda “Psikolojik İyi Oluş Ölçeği” toplam Cronbach's α değeri ,902 (n=6) olarak bulunmuştur.

Tanımlayıcı İstatistikler

Demografik Bulgular

Araştırmanın bulgularına göre, araştırmaya katılan önbüro personelinden 27 kişi (%35,1) kadın, 50 kişi (%64,9) erkektir. 31 kişi (%40,3) evli, 46 kişi (%59,7) bekarıdır. 18-22 yaş aralığında 16 kişi (%20,8), 23-27 yaş aralığında 24 kişi (%31,2), 28-32 yaş ve 33-37 yaş aralığında 11 kişi (%14,3), 38-42 yaş aralığında 10 kişi (%13) ve 43 ve üstü yaşta 5 kişi (%6,5) bulunmaktadır. Araştırmaya katılan önbüro personelinin eğitim düzeyi incelendiğinde; ortaöğrenim düzeyinde 1 kişi (%1,3), lise düzeyinde 22 kişi (%28,6), önlisans düzeyinde 19 kişi (%24,7), lisans düzeyinde 31 kişi (%40,3) ve lisansüstü düzeyde 4 kişi (%5,2) bulunduğu belirlenmiştir. Araştırmaya katılan önbüro personelinin işletmedeki pozisyonu incelendiğinde; 9 kişi (%11,7) departman müdürü, 11 kişi (%14,3) şef ve 57 kişi (%74) çalışan pozisyonunda görev aldığı görülmektedir. Araştırmaya katılan önbüro personelinin işletmedeki çalışma süresi incelendiğinde; 1 yıldan az çalışan kişi sayısı 29 (%37,7), 1-5 yıl arası çalışan 33 kişi (%42,9), 5-10 yıl arası çalışan 10 kişi (%13), 11-15 yıl arası çalışan 2 kişi (%2,6) ve 16 yıl üzeri çalışan 3 kişi (%3,9) bulunmaktadır.

Duygu Düzenleme Stratejileri ve Alt boyutları ile, Psikolojik İyi Oluş ve Örgütsel Özdeşleşme ile İlgili Tanımlayıcı İstatistikler

Anket sorularına verilen cevapların 7'li Likert ölçeğine göre ortalamalarının değerlendirilmesinde aralıkların eşit olduğu varsayılarak, aritmetik ortalamalar için puan aralığı 0,86 olarak hesaplanmıştır (Puan aralığı = (En yüksek değer - En düşük değer) / 7 = (7 - 1) / 7 = 6 / 7 = 0,86). Bu hesaplama göre aritmetik ortalamaların değerlendirme aralığı; 1,00-1,86 puan aralığı "çok düşük", 1,87-2,71 puan aralığı "oldukça düşük", 2,72-3,57 puan aralığı "düşük", 3,58-4,43 puan aralığı "orta", 4,44-5,29 puan aralığı "yüksek", 5,30-6,14 puan aralığı "oldukça yüksek" ve 6,15-7,00 puan aralığı "çok yüksek" olarak kabul edilmiştir.

Araştırmaya katılan önbüro personelinden elde edilen verilere göre, duygu düzenleme stratejileri genel ortalaması $\bar{x}=5,2256$ ile yüksek bir ortalamaya sahiptir. Duygu düzenleme stratejilerinden yeniden değerlendirme boyutunun ortalaması $\bar{x}=5,5558$ ile oldukça yüksek iken, bastırma boyutunun ($\bar{x}=4,6753$) ortalaması ise yüksek bir ortalamaya sahiptir. Bu durumda önbüro personelinin duygu düzenleme stratejilerinden daha çok yeniden değerlendirme stratejisini kullandığını söylemek mümkündür. Bu bağlamda; "H₁: Katılımcılar duygu düzenleme stratejilerinden yeniden değerlendirme stratejisini daha yüksek düzeyde kullanacaklardır." hipotezi kabul edilmektedir.

Benzer biçimde psikolojik iyi oluş ölçeğinin genel ortalamasının oldukça yüksek düzeyde olduğu görülmektedir ($\bar{x}=5,7254$). "H₂: Katılımcıların psikolojik iyi oluş algı düzeyleri yüksektir." hipotezi kabul edilmektedir.

Anket sorularına verilen cevapların 5'li Likert ölçeğine göre değerlendirilmesinde aralıkların eşit olduğu varsayılarak, aritmetik ortalamalar için puan aralığı 0,80 olarak hesaplanmıştır (Puan Aralığı = (En yüksek değer - En düşük değer) / 5 = (5 - 4) / 5 = 4 / 5 = 0,80). Bu hesaplama göre aritmetik ortalamaların değerlendirme aralığı; 1,00-1,80 puan aralığı "çok düşük", 1,81-2,60 puan aralığı "düşük", 2,61-3,40 puan aralığı "orta", 3,41-4,20 puan aralığı "yüksek" ve 4,21-5,00 puan aralığı "çok yüksek" olarak kabul edilmiştir.

Örgütsel özdeşleşme ölçeğinin genel ortalaması ise yüksek düzeyde olduğu görülmektedir ($\bar{x}=3,9762$). "H₅: Katılımcıların örgütsel özdeşleşme algı düzeyleri yüksektir." hipotezi kabul edilmektedir.

Tablo 1. Ölçek Ortalamaları

Ölçek	Alt Boyutlar	Minimum	Maksimum	\bar{x}	Standart sapma
Duygu Düzenleme Stratejileri	Yeniden Değerlendirme	1	7	5,5558	1,06900
	Bastırma	1	7	4,6753	1,55313
Psikolojik İyi Oluş		1,71	7	5,7254	1,02723
Örgütsel Özdeşleşme		1	5	3,9762	,89619

Modeldeki Hipotezlerin Sınanması

Tablo 2’de konaklama işletmelerinde çalışan önbüro personelinin duygu düzenleme stratejileri ile psikolojik iyi oluşları arasındaki ilişkiyi belirlemek için uygulanan Pearson Korelasyon analizi sonuçları sunulmuştur. Tablo 2’deki bulgulara göre, önbüro personelinin kullandığı yeniden değerlendirme stratejisi ile psikolojik iyi oluşları arasındaki korelasyon katsayısı anlamlı bulunmuştur ($p < 0.01$). Önbüro personelinin psikolojik iyi oluş düzeyi arttıkça yeniden değerlendirme stratejisi kullanımı da artmaktadır. Fakat bu ilişkinin düzeyi zayıftır. Buna karşın, önbüro personelinin kullandığı bastırma stratejisi ile psikolojik iyi oluşları arasındaki korelasyon katsayısı anlamlı bulunmamıştır. Bu bağlamda “H₃: Katılımcıların duygu düzenleme stratejilerinden yeniden değerlendirme stratejisi ile psikolojik iyi oluş algıları arasında pozitif yönlü anlamlı bir ilişki vardır.” hipotezi kabul edilirken, “H₄: Katılımcıların duygu düzenleme stratejilerinden bastırma stratejisi ile psikolojik iyi oluş algıları arasında negatif yönlü anlamlı bir ilişki vardır.” hipotezi reddedilmiştir.

Tablo 2. Duygu Düzenleme Stratejileri ile Psikolojik İyi Oluş Arasındaki Pearson Korelasyon Katsayıları

Duygu Düzenleme Stratejileri	Değişkenler	Psikolojik İyi Oluş	
		Yeniden Değerlendirme	Pearson Korelasyon
		Sig. (2-tailed)	,008
	Bastırma	Pearson Korelasyon	,003
		Sig. (2-tailed)	,979

* $p < 0.01$ (2-tailed)

Tablo 3’te konaklama işletmelerinde çalışan önbüro personelinin duygu düzenleme stratejileri ile örgütsel özdeşleşme arasındaki ilişkiyi belirlemek için uygulanan Pearson Korelasyon analizi sonuçları sunulmuştur. Tablo 3’teki bulgulara göre, önbüro personelinin kullandığı yeniden değerlendirme stratejisi ile örgütsel özdeşleşme arasındaki korelasyon katsayısı anlamlı bulunmuştur ($p < 0.05$). Önbüro personelinin özdeşleşme düzeyi arttıkça yeniden değerlendirme stratejisi kullanımı da artmaktadır. Fakat bu ilişkinin düzeyi zayıftır. Buna karşın, önbüro personelinin kullandığı bastırma stratejisi ile örgütsel özdeşleşme arasındaki korelasyon katsayısı anlamlı bulunmamıştır. Bu bağlamda, “H₆: Katılımcıların duygu düzenleme stratejilerinden yeniden değerlendirme stratejisi ile örgütsel özdeşleşmeleri arasında pozitif yönlü anlamlı bir ilişki vardır.” hipotezi kabul edilirken, “H₇: Katılımcıların duygu düzenleme stratejilerinden bastırma stratejisi ile örgütsel özdeşleşmeleri arasında negatif yönlü anlamlı bir ilişki vardır.” hipotezi reddedilmiştir.

Tablo 3. Duygu Düzenleme Stratejileri ile Örgütsel Özdeşleşme Arasındaki Pearson Korelasyon Katsayıları

Duygu Düzenleme Stratejileri	Değişkenler	Örgütsel Özdeşleşme	
		Yeniden Değerlendirme	Pearson Korelasyon
		Sig. (2-tailed)	,025
	Bastırma	Pearson Korelasyon	,019
		Sig. (2-tailed)	,873

* $p < 0.05$ (2-tailed)

Sonuç ve Öneriler

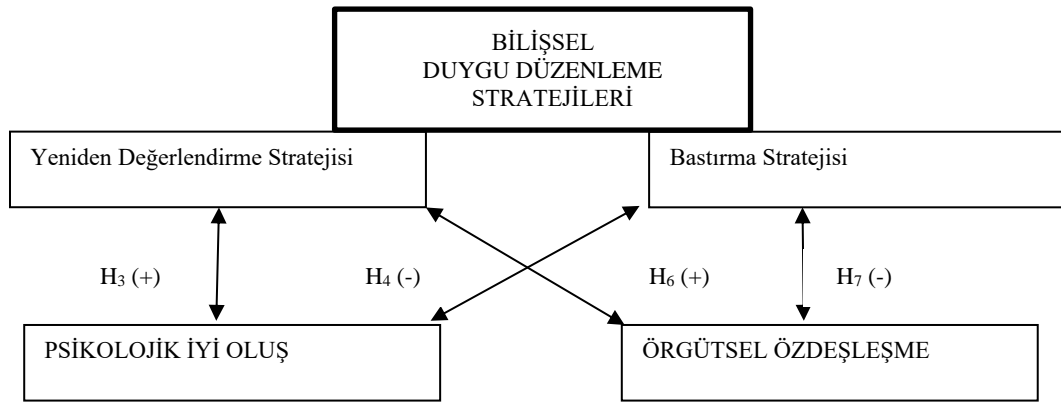
Çalışmada, beş yıldızlı konaklama işletmelerinin önbüro departmanında çalışan resepsiyon personelinin duygu düzenleme stratejileri, psikolojik iyi oluş ve örgütsel özdeşleşme düzeylerinin belirlenmesinin yanı sıra bu stratejilerin kullanılmasında çalışanın psikolojik, iyi oluş ve örgütsel özdeşleşme algıları arasındaki ilişki belirlenmeye çalışılmıştır.

Konaklama işletmelerinde ziyaretçilerin işletme ile ilk temas ettiği departman olmasının yanında her türlü olumlu ve olumsuz yorumların iletildiği departmanın da önbüro departmanı olduğunu söylemek mümkündür. Ayrıca hizmetlerin eş zamanlılık özelliği gereği karşılıklı duygusal etkileşim de söz konusudur. Hizmeti sunan çalışan, verilen hizmetin algılanan kalitesi üzerinde de oldukça etkilidir. Dolayısı ile bu esnada kullandıkları duygu düzenleme stratejileri oldukça önemlidir.

Araştırmada, yapılan betimsel istatistikler sonucunda önbüro personelinin beş yıldızlı konaklama işletmesinde duygu düzenleme stratejilerinden yeniden değerlendirme stratejisini çok yüksek düzeyde kullanırken, bastırma stratejisini de yüksek düzeyde kullandığı belirlenmiştir. Bu sonuçtan hareketle önbüro personelinin daha çok yeniden değerlendirme stratejisini kullandığını söylemek mümkündür. Elde edilen bu sonuç H_1 'i desteklemektedir. Önbüro personelinin duruma ilişkin değerlendirme sürecinde, ziyaretçi ile olan etkileşiminde ziyaretçi memnuniyetini odak noktası olarak alması ve gerek işletme içerisindeki başarısı gerekse uzun dönemde işletmenin başarısı için öncül odaklı stratejileri kullanmasını gerekli kılmaktadır. Ayrıca önbüro departmanında çalışanların görev ve sorumlulukları gereği ziyaretçilere gerekli yardımların yapılması konusundaki istekliliği de öncül odaklı stratejileri kapsayan yeniden değerlendirme stratejisini daha yüksek düzeyde kullanılmasını açıklamaktadır. Buna ilaveten, etkileşimin niteliğine bağlı olarak mesleki bir zorunluluk olarak bastırma stratejisini yüksek düzeyde kullanmaları da çalışmada beklenen bir sonuçtur. Gross ve John (2003), bastırma stratejisini kullanan bireylerin, stresli durumlarda içsel duygularını maskeleyerek ve dışa dönük duygu gösterimlerini, bastırarak ele aldıklarını belirtmektedirler. Elde edilen bulgu ile ilgili olarak, her şeyden önce yeniden değerlendirme stratejisinin, bastırma stratejisinin karşıtı olmadığını söylemek gereklidir. Konaklama işletmelerinin önbüro personelinin her iki stratejiyi de durumun bağlamına göre kullandığını söylemek mümkündür.

Yapılan analizler sonucunda çalışanların psikolojik iyi oluş düzeyleri de yüksek bulunmuştur. Elde edilen bu sonuç H_2 'yi destekler niteliktedir. Önbüro departmanında çalışanların beş yıldızlı otellerde çalışırken sahip oldukları imkanlar (ücret, izin, ödül, yükselme olanakları, kendini gerçekleştirme vb.) ve çalışanların bireysel özellikleri, psikolojik iyi oluş düzeylerini etkilemektedir. Bunun yanı sıra psikolojik iyi oluş düzeyinin olumsuz etkilenmesi için ziyaretçi ile olan etkileşimde duygunun yoğunluğu ve şiddetinin olumsuz anlamda yüksek olması gerekmektedir. Böyle bir durumun söz konusu olma ihtimalinin çok düşük olması ya da hiç olmaması çalışanların psikolojik iyi oluş düzeylerinin yüksek çıkmasını açıklamaktadır.

Yapılan analizler sonucunda çalışanların örgütsel özdeşleşme düzeyleri de yüksek bulunmuştur. Elde edilen bu sonuç H_5 'i destekler niteliktedir. Çalışmanın demografik bulgularında çalışan çoğunluğunun işletmede uzun süredir çalıştıkları sonucuna ulaşılmıştır. Dolayısıyla, yıllar içerisinde önbüro personelinin örgütün başarı ve başarısızlıklarını kendisinin gibi deneyimlediği böylelikle de örgütsel özdeşleşme düzeylerinin yüksek çıktığı söylenebilir. Araştırmada kurulan modele ilişkin bulgular Şekil 3'te gösterilmektedir.



Şekil 3. Araştırma Modelinin Sonucu

Araştırma bulgularına göre, önbüro personelinin kullandığı yeniden değerlendirme stratejisi ile psikolojik iyi oluşları arasında anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Fakat bu ilişkinin düzeyi zayıftır. Elde edilen bu sonuç H_3 'ü destekler niteliktedir. Çalışmada çalışanların psikolojik iyi oluş algı düzeyleri yüksek bulunmuştur. Literatürde, psikolojik iyi oluş algı düzeyleri yüksek bireylerin daha az negatif duyguya sahip oldukları sıklıkla belirtilmektedir. Psikolojik algı düzeyleri yüksek önbüro personelinin olumsuz bir durumla karşılaştığında ortaya çıkan olumsuz duygularını, bilişsel olarak öncül odaklı süreç içerisinde olumlu olanlarıyla değiştirip yeniden değerlendirme stratejisini kullandıkları ve aralarında karşılıklı bir ilişki söz konusu olduğu ortaya konmaktadır. Buna karşın, psikolojik iyi oluş hali çalışanların iş harici yaşam kalitesinden de etkilenmektedir ve her zaman doğrudan sonuçlara yol açmayabilir. Bu yüzden de ilişki düzeyinin düşük çıkmış olabileceği düşünülmektedir.

Araştırma bulgularına göre, önbüro personelinin kullandığı bastırma stratejisi ile psikolojik iyi oluşları arasında anlamlı bir ilişki bulunmamıştır. Elde edilen bu sonuç H_4 'ü desteklememektedir. Gross ve John (2003), bastırma stratejisini sık kullanan bireylerin psikolojik iyi oluş algılarının uzun vadede olumsuz olarak etkileneceğini belirtmektedirler. Yapılan çalışmada elde edilen sonuçlarda önbüro personelinin duygu düzenleme stratejilerinden daha çok yeniden değerlendirme stratejisini kullandığı, ilaveten psikolojik iyi oluş algı düzeylerinin de yüksek olduğu belirlenmiştir. Bu sonuçlardan önbüro personelinin uzun vadede bastırma stratejisini kullanmadığı söylenebilir. Dolayısı ile önbüro personelinin psikolojik iyi oluş düzeyleri ile bastırma stratejisi arasında bir ilişki çıkmaması bu varsayıma dayandırılabilir. Ayrıca elde edilen bu bulgunun, duygu düzenleme stratejilerinin kullanılma zamanının etkili olduğunu belirten Gross ve John (2003)'ün bulgularını destekler nitelikte olduğunu söylemek mümkündür.

Araştırma bulgularında, önbüro personelinin kullandığı yeniden değerlendirme stratejisi ile örgütsel özdeşleşmeleri arasındaki ilişki anlamlı bulunmuştur. Elde edilen bu sonuç H_6 'yı destekler niteliktedir. Araştırmada, konaklama işletmelerinin önbüro departmanında çalışanların örgütsel özdeşleşme düzeyleri yüksek bulunmuştur. Özdeşleşmenin birey ve organizasyon için olumlu sonuçlarla ilişkili olma eğiliminde olduğu göz önüne alındığında, bu departmanda çalışanların benzer durum ve görevlerin süregelen tecrübesi ile ziyaretçilerle etkileşimleri sırasında duyguları yorumlama biçimleri, bu yorumlar sonucunda kullandıkları duygu düzenleme stratejileri yeniden değerlendirme olarak nitelendirilen öncül odaklı stratejiler olacaktır. Ayrıca Gross (2014), yeniden değerlendirmeyi kullanan bireylerin, hem olumlu hem de olumsuz duygularını paylaşma eğiliminde olduklarını ve böylelikle arkadaşlarıyla daha yakın ilişkilere sahip olduklarını belirtmektedir. Bu ifade, çalışma arkadaşları tarafından sosyal destek gören ve örgütsel özdeşleşme düzeyleri yüksek olan önbüro personelinin yeniden değerlendirme stratejisini kullanmalarını bir başka yönüyle açıklar niteliktedir.

Araştırma bulgularında, önbüro personelinin kullandığı bastırma stratejisi ile örgütsel özdeşleşme arasındaki korelasyon katsayısı anlamlı bulunmamıştır. Elde edilen bu sonuç H_7 'i desteklememektedir. Bu sonuca göre, önbüro personelinin kullandığı bastırma stratejisi puanlarının artması sonucunda örgütsel özdeşleşme puanları olumsuz olarak artış göstermemektedir.

Çalışanların bilişsel duygu düzenleme stratejilerinde önemli rol oynadığı düşünülen psikolojik iyi oluş ve örgütsel özdeşleşmenin bu stratejilerle ilişkisinin açıklanmaya çalışıldığı çalışmanın sonucunda aşağıdaki öneriler geliştirilmiştir;

- Çalışanlar ne kadar yüksek psikolojik iyilik hali ve örgütsel özdeşleşme düzeyine sahip olurlarsa, o derece yüksek içsel bütünlüğe sahip olacaklar ve kullandıkları duygu düzenleme stratejileriyle dışsal uygunluk sağlayacaklardır. Bu nedenle konaklama işletmesi yöneticileri, duygu düzenleme stratejileri ile ilgili istedikleri sonuçları elde edebilmek için çalışanların psikolojik iyi oluş ve örgütsel özdeşleşme düzeylerinin artırılması için çalışmalar gerçekleştirmelidirler.
- Her işletmenin örgüt kültürü birbirinden farklılık göstermektedir ve bu farklılık birçok faktörle şekillenmektedir. Çalışan davranışları ve bu davranışları yapılandıran duygu düzenleme stratejileri bu bağlam içerisinde değerlendirilmelidir. Örneğin, örgüt kültürü içerisinde daha fazla negatif duygunun hakim olması sonucunda bastırma stratejisi daha çok kullanılabilir. Dolayısı ile farklı işletmelerde (işletmenin türü, sınıfı vb.) ve farklı departmanlarda kullanılan duygu düzenleme stratejileri değişiklik gösterebilir. Konunun bu yönleri ile araştırılması literatüre katkı sağlayacaktır.
- İşyerinde içinde bulunulan ortamlar ve çalışanlardan beklenen tepkiler duyguların düzenlenmesini gerektirmektedir. Aynı olaya farklı kişiler çok farklı tepkiler gösterebilmektedirler. Konaklama işletmelerinde kişilik özellikleri ile kullanılan duygu düzenleme stratejileri arasındaki ilişki de incelenebilir.
- Özellikle hizmet işletmelerinde müşteri ile iletişim kurulan noktalarda duygu düzenleme stratejilerini örgütsel davranış açısından incelemek ve bu yönüyle çalışanların örgütsel bağlılık, örgütsel vatandaşlık, örgütsel güven, örgütsel iletişim, algılanan sosyal destek, tükenmişlik, duygusal zeka gibi başlıklar arasındaki ilişkinin gerek kavramsal gerekse ampirik araştırmalarla desteklenmesi konuyu farklı yönleri ile açıklığa kavuşturacaktır.
- Araştırmada örneklem olarak, Muğla ili Marmaris ilçesindeki “Turizm İşletme Belgeli” 5 yıldızlı otellerde çalışan önbüro personeli seçilmiştir. Dolayısıyla bu sonuçlar tüm Türkiye’deki 5 yıldızlı otellerde çalışan önbüro personeli için genellenemez. Gelecek araştırmalar için, Muğla ilindeki diğer ilçelerde ya da Türkiye’de bulunan tüm 5 yıldızlı otellerde çalışan önbüro personeli dahil edilerek çalışmanın genişletilmesi tavsiye edilebilir.

Beyan

Makalenin tüm yazarlarının makale sürecine verdikleri katkı eşittir. Yazarların bildirmesi gereken herhangi bir çıkar çatışması yoktur. Bu araştırmada kullanılan verilerin toplanabilmesi için gerekli olan etik kurul izni Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler Araştırmaları Etik Kurulu’ndan 20.05.2022 tarihinde (protokol no: 220069 karar no. 65) alınmıştır.

KAYNAKÇA

- Akbaba, M. (2018). Otel işletmelerinde psikolojik sözleşmenin işe yabancılaşma ve örgütsel özdeşleşme üzerine etkisi. *Journal of Institute of Economic Development and Social Researches*, 4(9), 320-330.
- Ashforth, B. E., Harrison, S. H., & Corley, K. G. (2008). Identification in organizations: An examination of four fundamental questions. *Journal of Management*, 34(3), 325-374.
- Aşık, N. A. (2017). Pozitif ve negatif duygulanım ve iş doyumunun örgütsel özdeşleşmeye etkisi: otel çalışanları üzerine bir araştırma. *Business and Management Studies: An International Journal*, 5(2), 345-362.
- Balaji, M.S., Roy, S. K., & Quazi, A. (2017). Customers' emotion regulation strategies in service failure encounters. *European Journal of Marketing*, 51(5/6), 960-982.
- Cicchetti, D., Ganiban, J., & Barnett, D. (2004). *Contributions From The Study of High-Risk Populations to Understanding The Development Of Emotion Regulation*. In J. Garber & K. A. Dodge (Eds.), *The development of emotion regulation and dysregulation* (15-48). Cambridge University Press.
- Cinnioğlu, H. (2019). Hizmetkâr liderlik davranışının örgütsel özdeşleşme ve işgören performansı üzerine etkisi: Restoran çalışanları üzerinde bir inceleme. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 11(4), 2902-2911.
- Çetinkaya, A. Ş., & Karaçelebi, F. G. (2017). Yetenek yönetiminin duygu düzenlemeye etkisi: Konaklama işletmeleri araştırması. *International Journal of Economic and Administrative Studies*, 16. ÜİK Özel Sayısı, 391-402.
- Danna, K., & Griffin, R.W. (1999). Health and well-being in the workplace: a review and synthesis of the literature. *Journal of Management*, 25, 357-384.
- Diener, E. (2006). Guidelines for national indicators of subjective well-being and illbeing. *Journal of Happiness Studies*, 7, 397-404.
- Diener, E., Suh, E.M., Lucas, R.E., & Smith, H.L. (1999). Subjective well-being: three decades of progress. *Psychological Bulletin*, 125, 276-302.
- Diener, E., Wirtz, D., Tov, W., Kim-Prieto, C., Choi, D.W., Oishi, S., & Biswas-Diener, R. (2010). New well-being measures: Short scales to assess flourishing and positive and negative feelings. *Social Indicators Research*, 97(2), 143-156.
- Dutton, J. E., Dukerich, J. M., & Harquail, C. V. (1994). Organizational images and member identification. *Administrative Science Quarterly*, 39, 239-263.
- Düzgün, E., & Yeşiltaş, M. (2019). Otel işletmelerinde algılanan örgütsel destek ve örgütsel özdeşleşme arasındaki ilişkide psikolojik sermayenin aracılık etkisinin incelenmesi. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 16(3), 533-552.
- Eldeleklioğlu, J., & Eroğlu, Y. (2015). A Turkish adaptation of the emotion regulation questionnaire. *Journal of Human Sciences*, 12(1), 1157-1168.
- Erdoğan Morçin, S., & Çarıkçı, İ. (2016). Dönüştürücü/etkileşimci liderliğin iş tatminine etkisinde örgütsel özdeşleşmenin aracılık rolü: Antalya'daki beş yıldızlı otel işletmeleri örneği, *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 21(1), 97-112.

- Eşitti, B. (2018). Konaklama işletmelerinde psikolojik sözleşme ihlali ve örgütsel özdeşleşmenin sonuçları: Eşitlik duyarlılığının aracı rolü. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 29(1), 1-12.
- Fettahloğlu, Ö. O., & Koca, N. (2015), örgütsel özdeşleşme ve örgütsel vatandaşlık ilişkisinde örgütsel desteğin düzenleyici etkisi. *SOBİDER-Sosyal Bilimler Dergisi*, 2(4), 218-234.
- Fredrickson, B. L. (2001). The role of positive emotions in positive psychology: The broaden-and-build theory of positive emotions. *American Psychologist*, 56(3), 218-226.
- Garnefski, N., & Kraaij, V. (2007). The cognitive emotion regulation questionnaire psychometric features and prospective relationships with depression and anxiety in adults. *European Journal of Psychological Assessment*, 23(3), 141-149.
- Goldin, P. R., McRae, K., Ramel, W., & Gross, J. J. (2008). The neural bases of emotion regulation: Reappraisal and suppression of negative emotion., *Biological Psychiatry*, 63(6), 577-586.
- Grandey, A. A. (2000). Emotional regulation in the workplace: A new way to conceptualize emotional labor. *Journal of Occupational Health Psychology*, 5(1), 95-110.
- Gross, J. J. (1998). The emerging field of emotion regulation: An integrative review, *Review of General Psychology*, 2(3), 271-299.
- Gross, J. J. (1998a). Antecedent- and response focused emotion regulation: Divergent consequences for experience, expression, and physiology. *Journal of Personality and Social Psychology*, 74, 224-237.
- Gross, J. J. (1999). Emotion regulation: Past, present, future. *Cognition and Emotion*, 13, 551-573.
- Gross, J. J. (2014). *Emotion regulation: Conceptual and Empirical Foundations*, In J. J. Gross (Ed.), *Handbook of emotion regulation* (3-20). New York: The Guilford Press.
- Gross, J. J. (2015). Emotion regulation: Current status and future prospects, *Psychological Inquiry*, 26, 1-26.
- Gross, J. J., & John, O. P. (2003). Individual differences in two emotion regulation processes: Implications for affect, relationships, and well-being. *Journal of Personality and Social Psychology*, 85(2), 348-362.
- Gross, J. J., & Thompson, R. A. (2007). *Emotion Regulation: Conceptual Foundations*, In J. J. Gross (Ed.) *Handbook of emotion regulation* (3-24). New York: Guilford Press.
- Hall, D. T., Schneider, B., & Nygren, H. T. (1970). Personal factors in organizational identification. *Administrative Science Quarterly*, 15(2), 176-190.
- Haver, A., Akerjordet, K., & Furunes, T. (2014). Wise emotion regulation and the power of resilience in experienced hospitality leaders. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 14(2), 152-169.
- Kemer, E., & Aslan, Z. (2017). Örgütsel adaletin örgüt sağlığına etkisinde örgütsel özdeşleşmenin rolü: Nevşehir ilindeki konaklama işletmelerinde bir araştırma. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 9(2), 440-460.
- Keyes, C. L. M., Shmotkin, D., & Ryff, C. D. (2002). Optimizing well-being: The empirical encounter of two traditions. *Journal of Personality and Social Psychology*, 82(6), 1007-1022.

- Kırmızıgül, B., Evliyaoğlu, M. N., Cevher, M. F., & Yılmaz, T. (2017). “Otel işletmelerinde çalışanların duygusal emek davranışlarında örgütsel özdeşleşmenin rolü. *International Journal of Academic Value Studies (Javstudies)*, 3(16), 257-267.
- Kreiner, G. E., & Ashforth, B. E. (2004). Evidence toward an expanded model of organizational identification, *Journal of Organizational Behavior*, 25, 1-27.
- Lee, S. Y., Sweeney, J. C., & Soutar, G. N. (2020), Emotion regulation in service encounters: Are customer displays real? *Journal of Service Theory and Practice*, 30(2), 171-194.
- Mael, F., & Ashforth, B. E. (1992). Alumni and their alma mater: A partial test of the reformulated model of organizational identification. *Journal of Organizational Behavior*, 13,103-123.
- Muğla İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü (2022). Alındı: <https://mugla.ktb.gov.tr/TR-271320/konaklama-tesisleri.html>, 2022.
- Myers, D. G., & Diener, E. (1995). Who is happy?. *Psychological Science*, 6(1), 10-19.
- Myers, K. K., Davis, C. W., Schreuder, E. R., & Seibold, D. R. (2016). Organizational identification: A mixed methods study exploring students’ relationship with their university. *Communication Quarterly*, 64(2), 210-231.
- Nyklíček, I., Vingerhoets, A., & Zeelenberg M. (2011). *Emotion Regulation and Well-Being: A View From Different Angles*. In I. Nyklíček, A. Vingerhoets & M. Zeelenberg (Eds.), *Emotion regulation and well-being* (1-9). New York: Springer.
- Okşit, Ç., & Kılıç, G. (2019). Hizmetiçi eğitimin örgütsel özdeşleşme ve işten ayrılma niyetine etkisi: Antalya’daki beş yıldızlı otel işletmeleri örneği. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 7(1), 46-70.
- Pelit, E., & Karaçor, M. (2021). Otel yöneticilerinin kullandıkları güç kaynaklarının işgörenlerin örgütsel özdeşleşme düzeylerine etkisi: Beş yıldızlı otel işletmelerinde bir araştırma. *Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 23(3), 1128-1148.
- Rogier, G., Garofalo, C., & Velotti, P. (2019). Is emotional suppression always bad? A matter of flexibility and gender differences. *Current Psychology: A Journal for Diverse Perspectives on Diverse Psychological Issues*, 38, 411- 420.
- Ryff, C. D., & Keyes, C. L. M. (1995). The structure of psychological well-being revisited. *Journal of Personality and Social Psychology*, 69(4), 719-727.
- Ryff, D. (1989). “Happiness is everything, or is it? Explorations on the meaning of psychological well-being. *Journal of Personality and Social Psychology*, 57(6), 1069-1081.
- Saraiya, T. C., & Walsh, K. (2015). *A Review of Laboratory-Based Emotion Regulation Tasks*. In: M. L. Bryant (Ed.), *Handbook on emotion regulation process, cognitive effects and social consequences* (1-35).New York: Nova Science Publishers, Inc.
- Sheppes, G., & Levin, Z. (2013). Emotion regulation choice: Selecting between cognitive regulation strategies to control emotional. *Frontiers in Human Neuroscience*, 7(179), 1-4.
- Tajfel, H. (1982). Social psychology of intergroup relations. *Annual Review of Psychology*, 33, 1-39.

- Telef, B. B. (2013). Psikolojik iyi oluş ölçeği: Türkçeye uyarlama, geçerlik ve güvenirlik çalışması. *Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 28(3), 374-384.
- Thompson, R. A. (1994). Emotion regulation: A theme in search of definition, *Monographs of the Society for Research in Child Development*, 59(2-3), 25-52.
- Totan, T. (2015). Duygu düzenleme anketi Türkçe formunun geçerlik ve güvenirliği. *Bilişsel Davranışçı Psikoterapi ve Araştırmalar Dergisi*, 3, 153-161.
- Tuna, M., & Yeşiltaş, M. (2014). Etik iklim, işe yabancılaşma ve örgütsel özdeşleşmenin işten ayrılma niyeti üzerindeki etkisi: Otel işletmelerinde bir araştırma. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 25(1), 105-117.
- Türk, M., & Akbaba, M. (2018). Etik liderlik algısının psikolojik kontrat ihlali ve örgütsel özdeşleşme üzerine etkisi: Antalya ilindeki beş yıldızlı konaklama işletmeleri üzerine bir araştırma. *TİDSAD Türk & İslam Dünyası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 5(16), 382-407.
- Von Scheve, C. (2012). Emotion regulation and emotion work: Two sides of the same coin? *Frontiers in Psychology*, 3(496), 1-10.
- Witting, M. (2006). Relations between organizational identity, identification and organizational objectives: An empirical study in municipalities. Alındı: http://essay.utwente.nl/55524/1/Scriptie_Witting.pdf.
- Yurtsever, G. (2008) Negotiators' profit predicted by cognitive reappraisal, suppression of emotions, misinterpretation of information, and tolerance of ambiguity. *Perceptual and Motor Skills*, 106, 590-608.

The Relationship of Cognitive Emotion Regulation Strategies and Perceptions of Psychological Well-being and Organizational Identification of Front Office Staff in Accommodation Establishments

Sibel SÜ ERÖZ

Kırklareli University, Faculty of Tourism, Kırklareli/Turkey

Kadir BAYSAL

Muğla Sıtkı Koçman University, Marmaris Tourism Vocational School, Muğla/Turkey

Extended Summary

The use of emotion regulation strategies to manage individuals' emotional experiences or expressions has aroused wide interest in communication and management literatures, especially in psychology. On the other hand, although the tourism literature focuses on emotional labor, there are limited studies on the use of emotion regulation strategies (Haver, Akerjordet & Furunes, 2014; Çetinkaya & Karagelebi, 2017). Some of the research in this area also focuses on the emotion regulation of consumers (Balaji, Roy & Quazi, 2017; Lee, Sweeney & Soutar, 2020). The aim of this study is to determine the relationship between emotion regulation strategies used by the employees and their perceptions of psychological, well-being and organizational identification, as well as the use of emotion regulation strategies, psychological well-being and organizational identification levels of the reception staff working in the front office department of five-star accommodation establishments. In the study, it is thought that cognitive emotion regulation strategies can predict the organizational problems of the employees of accommodation establishments. With this aspect of the research, it is aimed to eliminate the deficiency in the literature in the field of tourism. The hypotheses developed within the scope of the research are given below;

H₁: Front office staff will use the reappraisal strategy, which is one of the emotion regulation strategies, at a higher level.

H₂: The psychological well-being perception levels of the front office staff are high.

H₃: There is a statistically positive and significant relationship between the front office staff's reappraisal strategy, which is one of the emotion regulation strategies, and their perceptions of psychological well-being.

H₄: There is a statistically negative and significant relationship between the suppression strategy, which is one of the emotion regulation strategies, and psychological well-being perceptions of the front office staff.

H₅: The organizational identification levels of the front office staff are high.

H₆: There is a statistically positive and significant relationship between the front office staff's reappraisal strategy, which is one of the emotion regulation strategies, and their perceptions of organizational identification.

H₇: There is a statistically negative and significant relationship between the suppression strategy, which is one of the emotion regulation strategies, and the organizational identification perceptions of the front office staff.

The quantitative research method was used in the study. There are 18 five-star hotels with "Tourism Operation Licence" in the Marmaris district of Muğla province (Muğla İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2022). There are 13 hotel businesses that continue their activities throughout the year. The population of the research is the reception staff working in the front office department in these hotels. Simple random sample type was chosen in the study. The face-

to-face survey method was used in the research and a total of 77 surveys were included in the analysis. When interviewed with hotels, it was found that, in general, two of the reception staff working in the front office department work in the morning, two in the evening, and one in the night shift. The front office department manager was also included in the research. Thus, while the total population consists of 78 people, it is possible to say that the sample is adequate and represents the population.

In the research, “Personal Information Form”, “Emotion Regulation Strategies Scale” developed by Gross and John (2003), “Psychological Well-Being Scale” developed by Diener et al. (2010), and “Organizational Identification Scale” developed by Mael and Ashforth (1992) was used. The data obtained were analyzed with the SPSS 22.0 program.

As a result of the descriptive statistics in the research, it was determined that while the front office personnel used the reappraisal strategy, which is one of the emotion regulation strategies, at a very high level, they also used the suppression strategy at a high level. With this result, it is possible to say that the front office personnel mostly use the reappraisal strategy. This result supports H1. It is necessary for the front office personnel to take guest satisfaction as the centering in the evaluation process of the situation, in their interaction with the guest, and to use antecedent-focused emotion strategies for both the success of personnel in the business and the success of the business in the long term. Besides, the willingness to helping of the employees in the front office department to the guest due to their duties and responsibilities also explains the use of the higher level reappraisal strategy, which includes antecedent-focused strategies. In addition, it is an expected result of the study that they use the suppression strategy at a high level as a professional obligation, depending on the qualification of the interaction. Gross and John (2003) state that individuals who use the suppression strategy deal with stressful situations by masking their inner feelings and pacification their extroverted displays of emotion. Regarding the obtained finding, first of all, it should be said that the reappraisal strategy is not the opposite of the suppression strategy. It is possible to say that the front office personnel of the accommodation establishments use both strategies according to the context of the situation.

As a result of the analysis, the psychological well-being levels of the employees were also found to be high. This result supports H2. Opportunities (wages, day off, rewards, promotion opportunities, self-actualization, etc.) and individual characteristics of the employees in the front office department while working in five-star hotels affect their psychological well-being levels. In addition, in order to negatively affect the level of psychological well-being, the intensity and severity of the emotion in the interaction with the guest must be high in the negative sense. The fact that the probability of such a situation is very low or not on, explains the high level of psychological well-being of the employees.

As a result of the analysis, the organizational identification levels of the employees were also found to be high. This result supports H5. In the demographic findings of the study, it was concluded that the majority of the employees had been working in the enterprise for a long time. Therefore, it can be said that over the years, front office personnel has experienced the success and failures of the organization as their own, and thus their organizational identification levels are high.

According to the research findings, a significant relationship was found between the reappraisal strategy used by the front office personnel and their psychological well-being. But the level of this relationship is weak. This result supports H3. In the study, the psychological well-being perception levels of the employees were found to be high. In

the literature, it is frequently stated that individuals with high levels of psychological well-being have fewer negative emotions. It has been revealed that front office personnel with high psychological perception levels use the strategy of reappraisal by changing their negative emotions that emerge when they encounter a negative situation with positive ones in the cognitive antecedent-oriented process, and there is a reciprocal relationship between them. On the other hand, psychological well-being is also affected by employees' quality of life outside of work and may not always lead to directly visible results. Therefore, it is thought that the level of relationship may have been weak.

According to the research findings, no significant relationship was found between the suppression strategy used by the front office personnel and their psychological well-being. This result does not support H4. Gross and John (2003) state that the psychological well-being perceptions of individuals who frequently use the suppression strategy will be negatively affected in the long term. In the results obtained in the study, it was determined that the front office personnel used the reappraisal strategy more in the emotion regulation strategies, and in addition, their psychological well-being perception levels were high. From these results, it can be said that front office personnel do not use suppression strategy in the long term. Therefore, the lack of relationship between the psychological well-being of the front office personnel and the suppression strategy can be based on this assumption. In addition, it is possible to say that this finding supports the findings of Gross and John (2003) who stated that the time of using the strategy is effective in emotion regulation strategies.

In the research findings, the relationship between the reappraisal strategy used by the front office personnel and their organizational identification was found to be significant. This result supports H6. In the study, the organizational identification levels of the employees in the front office departments of the accommodation establishments were found to be high. Considering that identification tends to be associated with positive outcomes for the individual and the organization, the way employees in this department interpret emotions during their interaction with guests with the ongoing experience of similar situations and tasks, and the emotion regulation strategies they use as a result of these interpretations will be antecedent-oriented strategies, which are described as reappraisal. Besides, Gross (2014) states that individuals who use reappraisal tend to share both positive and negative feelings and thus have closer relationships with their friends. This statement explains another aspect of the use of the reappraisal strategy by front office personnel who are socially supported by their colleagues and have high levels of organizational identification.

In the research findings, the correlation coefficient between the suppression strategy used by the front office personnel and organizational identification was not significant. This result does not support H7. According to this result, as a result of the increase in the suppression strategy scores used by the front office personnel, the organizational identification scores do not increase negatively.

As a result of the study, which tried to explain the relationship between psychological well-being and organizational identification, which are thought to play an important role in employees' cognitive emotion regulation strategies, and these strategies, the following suggestions were developed;

- The higher the level of psychological well-being and organizational identification employees have, the higher the internal integrity they will have and the more they will be externally compatible with the emotion regulation strategies they use. Consequently, accommodation establishment managers should carry out studies to increase the psychological well-being and organizational identification levels of the employees in order to achieve the desired results regarding emotion regulation strategies.

- The organizational culture of each business differs from each other and this difference is shaped by many factors. Employee behaviors and emotion regulation strategies that structure these behaviors should be evaluated within this context. For example, the suppression strategy could be used more as a result of more negative emotions in the organizational culture. Therefore, emotion regulation strategies used in different businesses (type of business, class, etc.) and different departments may show change. Researching the subject with these aspects will contribute to the literature.
- The environments in the workplace and the reactions expected from the employees require the regulation of emotions. Different people can react very differently to the same event. The relationship between personality traits and emotion regulation strategies used in accommodation establishment can also be examined.
- It is aimed to examine emotion regulation strategies in terms of organizational behavior, especially at the points where communication with customers in service businesses, and to examine the relationship between emotion regulation strategies and employees' organizational commitment, organizational citizenship, organizational trust, organizational communication, perceived social support, burnout, emotional intelligence, both conceptually and empirically support will clarify the issue from different aspects.
- In the study, front office personnel working in 5-star hotels with "Tourism Operation Licence" in Marmaris district of Muğla province were selected as the sample. Therefore, these results cannot be generalized for front office personnel working in 5-star hotels in Turkey. For future research, it may be recommended to expand the study by including front office personnel working in other districts in Muğla province or all 5-star hotels in Turkey.

Ek 1: Etik Kurul Belgesi

MUĞLA SITKI KOÇMAN ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL VE BEŞERİ BİLİMLER ARAŞTIRMALARI ETİK KURULU - 2
KARARI

Protokol No : 220069

Karar No : 65

Araştırma Yürütücüsü	Öğretim Görevlisi KADİR BAYSAL
Kurumu / Birimi	MARMARİS TURİZM MESLEK YÜKSEKOKULU / OTEL,LOKANTA VE İKRAM HİZMETLERİ
Araştırmanın Başlığı	Konaklama İşletmeleri Önbüro Personelinin Bilişsel Duygu Düzenleme Stratejilerinin Psikolojik İyi Oluş ve Örgütsel Özdeşleşme Algıları ile İlişkisi
Başvuru Formunun Etik Kurula Geldiği Tarih	29.04.2022
Başvuru Formunun Etik Kurulda İncelendiği Tarih	İlk İnceleme Tarihi : 09.05.2022 1. Düzeltme Tarihi : 09.05.2022
Karar Tarihi	20.05.2022

KARAR : UYGUNDUR

AÇIKLAMA :Beyan edilen veri formlarının dışına çıkılmaması şartıyla araştırmanın uygulanabilirliği konusunda bilimsel araştırmalar etiği açısından bir sakınca yoktur.

Prof.Dr. Nilsun SARIYER
Başkan

Doç.Dr. Pınar YÜRÜR
Üye

Prof.Dr. Serkan ÇİÇEK
Üye

Doç.Dr. Perihan KORKUT
Üye

Doç.Dr. Raşit AVCI
Üye

Prof.Dr. Oktay YİMLİ
Üye

Doç.Dr. Savaş ARTUĞER
Üye

Doç.Dr. Tonguç Osman MUTLU
Üye

