

Editör
Dr. AHMET TUNCAY ERDEM

YÖNETİM & ORGANİZASYON ARAŞTIRMALARI

KURAMSAL VE GÜNCEL GELİŞMELER

**Kişilik - Girişimcilik - Duygusal Zekâ
Duygusal Sermaye - Geleceğin İşletmeleri**



YÖNETİM & ORGANİZASYON ARAŞTIRMALARI

YÖNETİM & ORGANİZASYON ARAŞTIRMALARI
Kuramsal ve Güncel Gelişmeler

Editör: **Dr. Ahmet Tuncay ERDEM**

Copyright © Bu kitabın yayın hakları Dilkur Yayıncılık'a aittir. Eserin hukuki sorumluluğu, yazarının kendisine aittir. Akademik etik kurallara bağlı kalınarak yapılacak olan alıntılar ve tanıtım maksadıyla yapılacak olan kısa alıntılar dışında, yazılı izni alınmadan, tümünün veya bir kısmının elektronik, mekanik ya da fotokopi yoluyla, basımı, yayımı, kopyalanması, çoğaltımı veya dağıtımı yapılamaz.

DİLKUR Yayıncılık - Aksaray

Yayın Tarihi: **Eylül 2020**

ISBN: 978 – 605 – 06656 – 2 – 8

YÖNETİM & ORGANİZASYON ARAŞTIRMALARI

Kuramsal ve Güncel Gelişmeler

Yayın No: 01	
Editörler	Dr. Ahmet Tuncay ERDEM
Kapak, Düzenleme	Dr. İlgül Kaya Zenbilci
Ofset Hazırlama	
ISBN	978 – 605 – 06656 – 2 – 8
Yayıncı Sertifika No	47742
Yayıncı Türü	Ulusal Yayınevi
Baskı Tarihi	2020



Ereğli Kapı Mahallesi 7/Atatürk Bulvarı B blok No:100B İç Kapı No:1004 / Aksaray
Tel: 0382 201 0120
dilkurakademi@gmail.com
www.ceocongress.org – www.emissc.org/tr - www.dilkurakademi.com

KÜTÜPHANE BİLGİ KARTI

ERDEM, Ahmet Tuncay

Türkçe

1.Basım EYLÜL 2020, 226 s. 160x240mm

978 – 605 – 06656 – 2 – 8

Kitap > Sosyal Bilimler > İşletme > Yönetim

İÇİNDEKİLER

1. **BÖLÜM:** Kişilik Tiplerinin Girişimcilik Eğilimine Etkisi.....1
Prof. Dr. Mazlum ÇELİK, Mustafa YAPAN
2. **BÖLÜM:** Kadın Girişimcilik Dinamiklerine Demografik Özellikler Açısından Bir Bakış.....14
Prof. Dr. İsmail BAKAN, Başak ŞITAK
3. **BÖLÜM:** Duygusal Sermayenin Psikolojik İyi Oluş Üzerindeki Etkisi.....72
Doç. Dr. Metin KAPLAN, Yasemin HOCAOĞULLARI
4. **BÖLÜM:** İşletmelerde Yalın Altı Sigma: Bir Alan Araştırması.....95
Fahrettin AKGÜL, Doç.Dr. Mehmet ALTINÖZ
5. **BÖLÜM:** Duygusal Zekâ ile Girişimci Kişilik Özellikleri Arasındaki İlişki: Özel Sektör Çağrı Merkezlerinde Bir İnceleme.....128
Dr. Öğr. Üyesi Cihat KARTAL, Prof. Dr. Recep YÜCEL, Öğr. Gör. Kübra SAĞLAM
6. **BÖLÜM:** Bilişim Sistemleri Kullanımının Toplam Kalite Yönetimi Yapısına Etkisi.....154
Dr. Nuran VARIŞLI
7. **BÖLÜM:** Çimento Sektörüne Yapılan Hisse Senedi Temettü Ödemelerini Belirleyen Etkenlerin Panel Veri Analizi Kullanılarak İncelenmesi.....174
Arş. Gör. Tutku ÜNKARACALAR
8. **BÖLÜM:** Dinsel Yaşayış Özelliklerinin Bankacılık Tercihleri Üzerindeki Etkilerinin İncelenmesi: Katılım Bankaları Örneği.....195
Murat ER
9. **BÖLÜM:** Hızlanan Teknoloji: Geleceğin İşletmeleri.....217
Dr. Bilal Zafer BERİKOL

ÖNSÖZ

Günümüzde iletişim teknolojileri alanında yaşanan gelişmeler; her alanda etkili olduğu gibi, yönetim ve organizasyon alanında da etkin olmaktadır. COVID-19 salgını ile birlikte, uzaktan çalışma ve uzaktan eğitimin yaygınlaştığını müşahade ediyoruz. Dijitalleşen örgütlerin rekabet etme yöntemleri ve yeni stratejiler geliştirmeleri gereği ortaya çıkıyor. Nitekim sürekli gelişme anlayışı daha da geliyor. Bu çerçevede, yönetim ve organizasyon araştırmaları daha da önem kazanıyor. Daha çok araştırmaların ve bilimsel etkinliklerin yapılması önem arz ediyor. Bu kapsamda, “*YÖNETİM & ORGANİZASYON ARAŞTIRMALARI: Kuramsal ve Güncel Gelişmeler*” başlıklı kitabın yayımlanması memnun edici bir gelişmedir. Çalışmalarını yakından takip ettiğim **Dr. Öğretim Üyesi Ahmet Tuncay ERDEM** bu kitabın editörlüğünü üstlenmiştir. Kendisini kutluyorum. Kitapta özellikle kişilik, girişimcilik, duygusal zekâ ve duygusal sermaye gibi güncel konulara yer verilmiştir.

5. Uluslararası EMI Girişimcilik ve Sosyal Bilimler Kongresi’nde sözlü bildiri olarak sunulan çalışmalardan 9 bölüm titizlikle seçilmiştir. 15 akademisyen yazarın kaleme aldığı ve alanyazına kaynak oluşturulması amaçlanan bu kitabın ilgililere yararlı olmasını temenni ediyoruz. Kitabın ortaya çıkmasında en önemli katkıyı sağlayan kitap bölümü yazarlarına ve tabiatıyla ailelerine teşekkür ederiz.

Prof. Dr. Himmet KARADAL

Dr. Ahmet Tuncay ERDEM

Bolu – 2020

BÖLÜM 3

DUYGUSAL SERMAYENİN PSİKOLOJİK İYİ OLUŞ ÜZERİNDEKİ ETKİSİ

Doç. Dr. Metin KAPLAN

Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi
mkaplan@nevsehir.edu.tr

Yasemin HOCAOĞULLARI

Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi
yasminhoc@gmail.com

Özet

Duyguların bireylerin çalışma hayatına ve gündelik yaşamlarına yönelik davranışlarına etki etmesi ve bu durumun bir sermaye olarak literatürde yer almaya başlamasının; duygu durumu ve yaşam kalitesine etki eden psikolojik iyi olma halini de etkileyebileceği düşünülmektedir. Bununla birlikte ulusal literatürde otel çalışanları üzerinde duygusal sermaye ile psikolojik iyi oluş ilişkisini inceleyen çalışmaya rastlanılamamıştır. Bu nedenle literatürde konu ile ilgili boşluğu doldurmak amacıyla bu çalışma tasarlanmıştır. Bu araştırmanın amacı, duygusal sermayenin psikolojik iyi oluş üzerindeki etkisini analiz etmektir. Araştırmanın evrenini Nevşehir ilinde faaliyet gösteren üç, dört ve beş yıldızlı otel işletmeleri çalışanları oluşturmaktadır (n=229). Bu çalışmada veriler Newman ve arkadaşları (2015) tarafından geliştirilen duygusal sermaye ve Diener vd., (2010) tarafından geliştirilen psikolojik iyi oluş ölçeklerinden oluşan anket yardımıyla elde edilmiştir. Duygusal sermayenin psikolojik iyi oluş üzerindeki etkisi çoklu regresyon analizi yardımıyla test edilmiş olup, ayrıca tanımlayıcı istatistiklerden de yararlanılmıştır. Analizler sonucunda; duygusal sermayenin alt boyutları olan farkındalık ve uyumluluğun psikolojik iyi oluş üzerinde anlamlı ve pozitif yönlü bir etkiye sahip olduğu, diğer yandan ilişki yönetimi ve öz yönetimin psikolojik iyi oluş üzerinde anlamlı bir etkiye sahip olmadığı tespit edilmiştir. Son olarak araştırmanın bazı sınırlılıkları olduğu vurgulanmış ve gelecekte

benzer konularda yapılabilecek araştırmalara yönelik bazı öneriler sunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Duygusal Sermaye, Psikolojik İyi Oluş, Otel İşletmeleri

THE EFFECT OF EMOTIONAL CAPITAL ON PSYCHOLOGICAL WELL-BEING

ABSTRACT

It is thought that the effect of emotions on individuals working life and their behaviors towards daily lives and the beginning of this situation to appear in the literature as a capital may also affect status of emotion and the psychological well-being which affects quality of life. However, in the national literature, there was no study investigating the relationship between emotional capital and psychological well-being on hotel employees. For this reason, this study was designed to fill the gap in the literature. The aim of this research is to analyze the effect of emotional capital on psychological well-being. The sample of the study consists of three, four and five star hotel establishments employees in Nevşehir province (n=229). In this study, the data were collected with the help of a questionnaire consisting of emotional capital developed by Newman et al. (2015) and psychological well-being scales developed by Diener et al. (2010). The effect of emotional capital on psychological well-being was tested with the help of multiple regression analysis and descriptive statistics were also used. According to the results of the research, it was determined that awareness factor and adaptability, which are the dimensions of emotional capital, have a positive and significant effect on psychological well-being, whereas it was determined that relationship skills and self-management do not have a significant effect on psychological well-being. Finally, it was emphasized that the research had some limitations and some suggestions were made for future researchs on similar issues.

Keywords: Emotional Capital, Psychological Well-Being, Hotel Establishments

GİRİŐ

1950’li yıllardan sonra rekabet derecesinin yükselmesi ve küresel boyuta ulaşması ile turizm sektörünün en önemli unsurları içerisinde yer alan konaklama işletmeleri varlıklarını devam ettirebilmek ve rekabet üstünlüğü elde edebilmek için

ürün farklılaştırması, modern yönetim vb. birçok yeni yönetim tekniği uygulama yoluna gitmişlerdir (Sandıkcı vd. 2015: 161-163).

Günümüz teknolojisi, algıyı bununla birlikte kişiler arası ilişkileri ve insanların davranışlarını, yaşanan mekanı dolayısıyla da yaşam şeklini etkileyerek iletişimin niteliğini değiştirmektedir. Bu aşamada değişmekte olan yönetim tarzları için geliştirilen, örgütlerde yönetimlerin daha çok önemsemesi gereken ve en önemli unsuru ‘insan’ olan duygusal sermaye modeli önemli bir yönetim biçimi haline gelmeye başlamaktadır (Söylemez, 2012: 239-245). Gendron (2004) duygusal sermayeyi “bireye ait; kişisel, mesleki ve örgütsel gelişim için yararlı olan kaynaklar (duygusal yeterlilikler) kümesidir” şeklinde tanımlamıştır (Gendron, 2007a: 4).

Günümüz çalışmaları duyguların örgütlerdeki yeri üzerine odaklanmakta ve iş hayatında duyguların önemini vurgulayan araştırma konularına sıkça yer vermektedir (Eroğlu, 2010: 18). Sosyal bilimler çerçevesindeki çalışmalarda ise psikolojinin olumlu (pozitif) tarafının araştırmalarda yer almadığına dikkat çekilmiş ve bu boşluğu doldurabilmek, kişinin işlevselliğini pozitif açıdan değerlendirebilmek adına ise psikolojik iyi olma durumu tanımlanmıştır (Ceco, 2018: 19). Deci ve Ryan (2008) psikolojik iyi oluşu, hayatı tam doyum alarak, aktif bir şekilde yaşayabilme olarak tanımlamışlardır (akt.:Kındıroğlu, 2018: 7).

Bireylerin duygularının gerek çalışma hayatına gerekse gündelik yaşama davranışlarına etkili olduğunun bilinmesi, bu durumun sermaye olarak değerlendirilmesi ve bu sermayenin etkili kullanılması halinde daha çok doyum sağlanabileceği ve (Tutcu ve Çelik, 2018: 869) bu durumun psikolojik iyi olma halini de etkileyebileceği düşünülmektedir.

Bu nedenle bu çalışmada; “otel işletmelerinde çalışanların psikolojik iyi oluş düzeyleri üzerinde duygusal sermaye ne kadar etkili olmaktadır?” şeklindeki araştırma sorusuna yanıt aranmaktadır. Bu çerçevede çalışmanın amacı, Nevşehir ili otel işletmeleri çalışanları örnekleminde, duygusal sermayenin psikolojik iyi oluş üzerindeki etkisini analiz etmektir. Türkçe literatürde turizm alanında duygusal sermaye ile psikolojik iyi oluş ilişkisini inceleyen çalışmaya rastlanılamamıştır. Bu nedenle araştırmanın bu alanla ilgili yazına katkı sağlayacağı ve gelecekte bu konuda daha fazla araştırma yapılmasının faydalı olabileceği düşünülmektedir.

1. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Duygusal Sermaye

Günümüz zamanı açısından ele alınması ve yeniden yorumlanması gereken kavramlardan birisi de “sermaye” kavramıdır. “İnsan” unsurunun önemli hale gelmesini sağlayan, insanların ilişki kurma duyarlılığını, sorunları çözebilme kapasitesini ve daha nitelikli sosyal ilişkiler kurabilme becerisini

içeren duygusal sermayeye geçiş ile birlikte geçmişin duygulardan ve hislerden yoksun ‘sermaye’ anlayışı değişmiştir (Söylemez, 2012: 236-245). Öyle ki bireyin kendisini tanıması, kendisine saygı duyup, dürüst davranışlarda bulunması gibi bazı temel nitelikte özellikleri bulunan duygusal sermaye insan sermayesinin önemli bir parçası olarak kabul edilir (Özsoy, 2006: 23).

Duygusal sermaye teriminin ilk kez Nowotny (1981) tarafından kullanıldığı araştırmacılar tarafından kabul edilse de (Gillies, 2006; Reay, 2004); terimin kullanımının Jackson’ın (1959) araştırmasına kadar uzandığı bilinmektedir (akt.: Cottingham, 2013: 47; Ay ve Çelik,, 2017: 632). Jackson’dan (1969) daha sosyolojik bir yaklaşım uygulayan Nowotny (1981), Bourdieu’nun yaklaşımından faydalanarak kamuoyunda Avusturya’lı kadınlar üzerinde uyguladığı çalışmasında, duygusal sermayeyi teorik olarak açıklayan ilk kişi olmuştur. Nowonty (1981)’ e göre duygusal sermaye “bilgi, iletişim ve ilişkilerin yanı sıra duygusal olarak değerli becerilere ve varlıklara erişim” olarak tanımlanmıştır (akt.: Cottingham, 2013: 48; Ay ve Çelik, 2017: 632; Tutcu ve Çelik, 2018: 869).

Allatt (1993) duygusal sermaye kavramını, Nowotny (1981)’nin araştırma sonuçlarını ilerleterek duygusal anlamda değerli varlıklar, sevgi, dikkat, yetenekler, ilgi, his, kaygı ve harcanan zaman olarak kavramsallaştırmıştır. Zembylas, (2007)

bu çalışma sonuçlarına göre duygusal sermaye kavramını sabır, kararlılık ve destek gibi duygusal kaynaklar şeklinde tanımlamaktadır (akt.: Direkçi, 2015: 7).

Söylemez (2012: 242-243)'e göre ise duygusal sermaye; karşılılık, eşitlik ve saygı olarak maddi kavramlarla bir araya gelemeyecek öğelerle temsil edilmektedir. Dolayısıyla bu sembol, iki tarafı birbirine bağlayan ve ötekiliği ortadan kaldıran davranışları temsil etmektedir. Bunu sistemli hale getirdiğimizde yönetimden yönetime, yönetimden çalışana, çalışandan çalışana, kurumdan sosyal dünyaya şeklinde karşımıza çıkmaktadır.

Bazı araştırmacılara göre (Goleman, 2010; Gendron, 2004 - 2007) duygusal sermayenin oluşumunda duygusal zeka etkili bir unsurdur (Tutcu, 2018: 22). Duygusal sermaye kavramı, duygusal zekayı da içerdiği için, Goleman (1998)'in duygusal zeka kavramı için ortaya çıkardığı duygusal yeterlilikler duygusal sermayeyi açıklarken de kullanılabilir (akt.: Direkçi, 2015: 11). Goleman duygusal zekanın, daha çok diğer yeterliliklerin temelini oluşturduğunu ifade etmektedir. Bu fikri desteklemek için; çalışma verimini değerlendirme konusunda tek başına yeterli olmayan duygusal zeka ile çalışma verimini değerlendirme konusunda daha etkili olan duygusal yeterlilik arasında ayrım yaparak bunları; kişisel yeterlilikler (öz/kişisel farkındalık ile öz yönetim) ve sosyal yeterlilikler (sosyal farkındalık – iletişimde sosyal beceriler) şeklinde gruplara

ayırmiştir. Çalışma ortamında olumlu bir atmosfer oluşturmak için önemli olan bu yeterlilikler duygusal sermayeyi ifade etmektedir (Gendron, 2007b: 402-403; Gendron, 2007a: 4).

Daha yakın biz zamanda ise Newman ve arkadaşları (2015) tarafından geliştirilen duygusal sermaye raporu; Baron modelinden (12) ve Goleman modelinden (8) duygusal-sosyal yeterliliği liderlikle ilişkisi açısından inceleyerek ve farklı yönlerden analiz edilerek ortaya çıkarılmıştır (Tutcu ve Çelik, 2018: 872-876). Ortaya çıkan model beş boyuttan meydana gelip, kendi içinde gruplara ayrılmakla birlikte faktörlerin özeti aşağıdaki gibidir (Ay, 2018: 31; Ay ve Çelik, 2017: 634; Gendron, 2007b: 403):

Öz-Farkındalık; *kendinin farkında olma – açık ve net olma* yetkinliklerinden oluşmaktadır. Ve bireyin tercihlerinin farkında olması, sezgilerini bilmesiyle alakalı olup, bireyin duygusal durumlarını açıklamaya; duygular-düşünce ve de eylem arasındaki etkileşimin anlaşılabilmesine olanak sağlar.

Sosyal-Farkındalık; *empati* yetkinliğini içermekle birlikte, bireylerin başkalarıyla olan ilişkilerini nasıl devam ettirdiğini ve bireylerin ihtiyaçlarına, endişelerine ilişkin farkındalığı açıklar.

Sosyal beceriler; *ilişki yönetimi* yetkinliğini içermektedir ve pozitif beklentiler içeren ilişkilerin kurulabilmesi, iş birliğinin oluşturulması ve sürdürülebilmesi yeteneğidir.

Öz Yönetim; *öz güven-kararlara güven-öz denetim*

yetkinliklerini içerirken, bireyin içsel durumlarını, dürtülerini ve kaynaklarını yönetmeyi, yani kişinin duygusal durumlarını yönetmeyi, duyguları kontrol etmeyi veya istenmeyen duygusal durumları daha yeterli olanlara kaydırmayı ifade eder.

Uyumluluk ise *kendini gerçekleştirme-uyumluluk-iyimserlik* yetkinliklerini içerir. Ve Bireyin düşünce, duygu ve davranışlarını değişen koşullara adapte edebilmesini, yeni fikirlere ve başkalarına karşı toleranslı olmasını ifade etmektedir.

Son olarak Xu ve Jimenez (2016) duygusal sermayenin, duygusal varlıklar ve duygusal yükümlülüklerden oluştuğunu ifade etmektedir. Sözü edilen duygusal varlıklar; dinginlik, gurur, tutku, zevk, kararlılık, tutku, güven ve itina vb. pozitif kutuplaşmış nitelikleri içerirken; duygusal yükümlülüklerde; nefret, kızgınlık, stres ve endişe gibi negatif şekilde kutuplaşmış niteliklerden oluşmaktadır (Xu ve Jimenez, 2016: 859; Akkaya, 2020: 27; Tutcu ve Çelik, 2018: 872).

Psikolojik İyi Oluş

Bireyin iyi olmasını, mutlak konumunu, doyumunu anlayarak keşfetme gayreti, geçmişten bu yana süre gelen bir durumdur. Yaşamın hızlı bir şekilde ve olumlu duygular ile renklenerek çeşitlenmesi hemen her insanın istediği nitelikli bir etkinliktir (Aytaç, 2006: 838). Pozitif psikoloji, kişilerin mutlu hissetmeleri ve hayattan doyum sağlayarak anlam bulabilmeleri için üst

düzeş performansa sahip olmalarını hedefleyip, pozitif düşünce biçimine yönelmelerine imkan sağlamaktadır (Günaydın, 2017: 4). Pozitif psikolojide Polyannacı bir bakış açısı veya gerçekleri görmezden gelme gibi bir durum söz konusu değildir. İyi olanı açıklarken gerçekleri de göz önünde bulundurur (Gable ve Haidt, 2005: 107). Seligman ve Csikzentmihalyi (2000)'e göre bazı bireylerin diğereşine göre neden daha fazla ya da daha az mutlu hissettiğı sorusu pozitif psikolojinin temel amacını oluşturmaktadır. Bu noktada bireylerde iyi oluş olgusunun pozitif psikoloji akımıyla beraber hız kazandığını söylenilebilir (Lyubomirsky, 2001: 239).

Psikolojik iyi oluş kavram olarak ilk defa Bradburn (1969) ile ortaya çıkmıştır. Geçmiş yıllarda psikolojik iyi oluş hali olumlu duyguların fazla olumsuz duyguların ise daha az yaşanması durumu ile ifade edilmiştir. Olumlu ve olumsuz duygular Bradburn (1969)'a göre birbirinden bağımsız olup, kişinin hissettiğı bu duyguların seviyesi psikolojik iyi oluş halini açıklamaktadır. Bradburn'un çalışması psikolojik iyi oluş alanındaki ilk çalışma olmasına rağmen, olumlu - olumsuz hislere fazla yer verilmesi psikolojik iyi oluş kavramından çok, öznel iyi oluşu akla getirmektedir (Polatcı, 2011: 102-103).

İyi oluş, kişinin yaşam kalitesini, mutluluğunu, yaşam memnuniyetini ve iyi zihinsel ve fiziksel sağlık deneyimini kapsayan genel bir terim olarak tanımlanır (Noble ve Grath,

2012: 17). Kişinin kendini kabul etmesi (sınırlarının farkında olması), başka insanlarla samimi, güvenilir (olumlu) ilişkiler kurması ve çevresini kendi gereksinim ve isteklerini karşılayacak şekilde biçimlendirmesi, düşünce-davranışlarını başkasına bağlı kalmadan sergileyebilmesi, varolan potansiyelinden ve kapasitesinden en iyi şekilde yararlanması, karşılaştığı güçlüklerde ve gösterdiği çabalarda anlam bulması ise psikolojik iyi oluşun merkezini oluşturmaktadır. Öznel iyi oluş genel yaşam doyumu ve mutluluğu açısından iyi olmayı formüle ederken, psikolojik iyi oluş, büyük ölçüde insan gelişiminin ve yaşamın varoluşsal değişimlerine dayanmaktadır (Keyes vd, 2002: 1008).

Psikolojik iyi oluş ve öznel iyi oluş kavramları, pozitif psikoloji alanyazında iyi oluşla alakalı iki farklı örneklerinin bilimsel olarak kavramsallaştırılması ile ileri sürülmüşlerdir. Psikolojik iyi oluş eudaimonic (refah, iyi olma) görüşüne, iyi oluş ise hedonic (zevke ait) görüşüne odaklanmaktadır. Eudaimonic görüşüne göre iyi olma, kendini gerçekleştirme üzerine odaklanmış ve bireyin bütün olarak fonksiyonda bulunma ile alakalı iyi oluş tanımlamalarını içermektedir. Rekabet etme, çaba gösterme, büyüme ve kişisel gelişim için uğraşma olarak da ele alınmaktadır. Hedonic bakış açısında ise temel kriter, kişinin kendi kendine sınırladığı değer veya standartlara göre yaşamını biçimlendirmesidir. Ve genelde

sorunların görelî olarak yokluğu, mutluluk, rahatlama şeklinde ifade edilmektedir (Waterman, 1993; Akt.: Kaplan, 2018: 7). Her iki yaklaşım da iyi oluşu değerlendirmesine rağmen, iyi olmanın ne anlama geldiğinin farklı özelliklerine değinmektedirler. Öznel iyi oluş, yaşam kalitesinin daha küresel incelemelerini ele alır. Psikolojik iyi oluş ise, hayatın mevcut problemleri/güçlükleri karşısında algılanan (Örn; anlamlı amaçların gerçekleşmesi için çaba göstermek, iyi bir birey olarak büyüme-gelişme göstermek, başka insanlarla uygun ilişkiler kurabilmek gibi) gelişmeleri inceler. Ve genel anlamıyla olumlu-olumsuz duygulanım ve yaşam doyumunun basit bir birleşiminden ziyade yaşam tutumlarını içerir (Keyes vd., 2002: 1007; Ryff ve Keyes, 1995: 720).

Psikolojik iyi olma ile alakalı literatürde çok fazla kavram vardır. Bunlardan bazıları; “mutluluk” (Bradburn, 1969), “yaşam tatmini” (Wood, Wylie ve Sheator, 1969), “duygu durumu” (Lawton, 1972), “yaşam kalitesi, psikolojik ya da duygusal sağlık, öznel iyi olma ve duygulanım” (Kozma, Stones ve McNeil, 1991) gibi kavramlardır (Taş, 2011; Akt.: Girgin, 2018: 3).

Ryff, psikolojik iyi oluşa ait kuramsal yaklaşımların eksikliğine önem vermiştir. Buradan hareketle psikolojik iyi oluş kavramını geliştirerek kendi kuramını meydana getirirken; gelişim psikolojisi, zihinsel sağlık ve klinik psikolojini

araştırarak, bu teorilerin çeşitli unsurlarını bir araya getirerek ve kişilik ve gelişim kuramcılarının fikirlerini esas almıştır (Hamurcu, 2011: 55; Polatçı, 2011: 104). Jung’ın (1933) bireyselleşme teorilerinden; Jahoda’nın (1958) zihinsel sağlık; Erikson’un (1959) kişisel gelişim; Rogers’ın (1961) tam işlevsel insan, Allport’un (1961) olgunlaşma; Buhler’in (1968) yaşamın gerçekleşmesine ilişkin temel yaşam eğilimleri; Maslow’un (1968) kendini gerçekleştirme teorilerinden faydalanmıştır. Böylece “Çok Boyutlu Psikolojik İyi Olma” modelini geliştirmiştir (Ryff ve Singer 2008: 21; Ryff, 1989: 1070).



Şekil 1. Psikolojik İyi Oluşun Bileşenleri (Cenkseven, 2004: 7)

Yukarıdaki şekilde görüldüğü üzere Ryff (1989), psikolojik iyi olmanın altı boyutundan bahsetmiştir ve modelde belirlenen boyutlarda yeterliliği sağlayan kişiler psikolojik olarak iyi durumdadırlar. Bu boyutlar; bireyin geçmiş ve mevcut konumuna ait olumlu tutumları “kendini kabul”; kendisinin her zaman gelişerek büyümesine dair duygusu “bireysel gelişim”; bireyin yaşamının hedefi ve bir anlamının olduğuna dair inancı

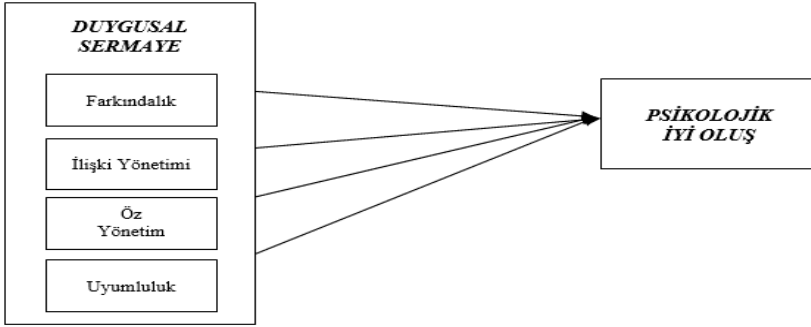
“yaşam amacı”; çevresindeki kişilerle olan ilişkilerdeki kalite “diğerleriyle olumlu ilişkiler”; bireyin kendi yaşamıyla birlikte çevresini de yönetebilme etkisi “çevresel hâkimiyet”; bireysel karar verme duygusu “özerklik”tir (Tatlılıoğlu, 2015: 3). Bahsedilen bu altı boyutun bir arada değerdendirilmesi, bireyin psikolojik iyi oluş düzeyi ile alakalı bir değerdendirme yapılmasına imkan sağlamaktadır (Polatcı, 2011: 105).

2. METODOLOJİ

2.1. Araştırmanın Modeli ve Hipotezler

Araştırmanın bağımsız değışkeni: Duygusal Sermaye
(*Farkındalık-İlişkiYönetimi-Öz Yönetim-Uyumluluk*)

Araştırmanın bağımlı değışkeni: Psikolojik İyi Oluş



Şekil 2. Araştırma Modeli

Yukarıdaki modelden hareketle aşağıdaki hipotezler kurulmuştur:

H₁: Farkındalık psikolojik iyi oluş üzerinde pozitif yönlü ve anlamlı bir etkiye sahiptir.

H₂: İlişki yönetimi psikolojik iyi oluş üzerinde pozitif yönlü

ve anlamlı bir etkiye sahiptir.

H₃: Öz yönetim psikolojik iyi oluş üzerinde pozitif yönlü ve anlamlı bir etkiye sahiptir.

H₄: Uyumluluk psikolojik iyi oluş üzerinde pozitif yönlü ve anlamlı bir etkiye sahiptir.

2.2. Örneklem

Araştırmanın örneklemini Nevşehir ilinde faaliyet gösteren üç, dört ve beş yıldızlı otel işletmelerinde çalışanlar oluşturmaktadır. Bu çerçevede bahsi geçen konaklama işletmelerinde anket doldurmayı kabul eden 229 personel araştırmaya dahil edilmiştir.

2.3. Veri Toplama Tekniği ve Ölçekler

Araştırmada veri toplama aracı olarak anket formlarından faydalanılmıştır. Söz konusu anket formu üç bölümden meydana gelmektedir. Anketin birinci bölümünde; duygusal sermaye ölçeği, ikinci bölümünde; psikolojik iyi oluş ölçeği ve üçüncü bölümünde ise; çalışanların demografik özelliklerini belirlemeye yönelik sorular yer almaktadır.

Duygusal sermaye, Newman ve arkadaşları (2015) tarafından geliştirilen ve Tutcu (2018: 237) tarafından Türkçe'ye uyarlanan 30 maddelik ve 5 boyutlu "Duygusal Sermaye Envanteri" kullanılarak ölçülmüştür. Bu boyutlardan kişisel farkındalık ve sosyal farkındalık boyutu bu çalışmada farkındalık boyutu olarak ele alınmıştır. Ölçekteki boyutlar:

farkındalık (1. ve 12. ifadeler arası), ilişki yönetimi (13. ve 19. ifadeler arası), özyönetim (20. ve 23. ifadeler arası) ve uyumluluk (24. ve 30. ifadeler arası) şeklindedir. Ölçeğe ait 11 soru (5,13,15,17,18,19,20,21,22,28,29) ters kodlanmıştır. Cevapların alınmasında 5’li likert ölçek kullanılmıştır (“1=Kesinlikle beni ifade etmiyor”, “2=Nadiren beni ifade ediyor”, “3=Ara sıra beni ifade ediyor”, “4=Çoğunlukla beni ifade ediyor”, “5=Tamamen beni ifade ediyor ”). Cronbach’s Alpha katsayıları ise; farkındalık: 0, 899; ilişki yönetimi: 0, 754; öz yönetim: 0, 690 ve uyumluluk: 0,800’dür.

Psikolojik iyi oluş, Diener, Wirtz, Tov, Kim-Prieto, Choi, Oishi ve Biswas-Diener (2010: 154-155) tarafından geliştirilen ölçek kullanılarak ölçülmüştür. Psikolojik İyi Oluş Ölçeği (Psychological Well-Being Scale) Diener ve arkadaşları tarafından adlandırılmıştır. Ancak ilerleyen zamanlarda anlam olarak iyi oluşun karşılığını daha doğru ifade ettiği düşünülen “Flourishing Scale” ismiyle değiştirilmiştir. Bu çalışmada “Flourishing” kelimesinin Türkçe karşılığı tam anlamıyla bulunamadığı için ölçeğin ismi “Psikolojik İyi Oluş Ölçeği” olarak kullanılmıştır (Telef, 2013; Karacaoğlu ve Kaplan, 2013). Bu ölçek; tek boyut ve toplam 8 maddeden meydana gelmektedir. Cevaplar 5’li likert ölçeği ile alınmıştır (“1=Kesinlikle katılmıyorum, 5=Kesinlikle Katılıyorum”). Cronbach’s Alpha katsayısı 0,861’dir.

3. BULGULAR VE TARTIŞMA

Araştırma çerçevesinde değerlendirilen katılımcılara ait demografik özelliklere ilişkin bilgiler Tablo 1’de aktarılmıştır.

Özellikler	f	%	Özellikler	f	%
Cinsiyet			Medeni Durum		
Erkek	117	51,1	Evli	97	42,4
Kadın	112	48,9	Bekar	132	57,6
<i>Toplam</i>	229	100,0	<i>Toplam</i>	229	100,0
Yaş			Eğitim Durumu		
20 yaş ve aşağısı	12	5,2	İlköğretim	39	17,0
21-25 yaş arası	54	23,6	Lise	81	35,4
26-30 yaş arası	72	31,4	Meslek Yüksekokulu	61	26,6
31-35 yaş arası	45	19,7	Fakülte	37	16,2
36 yaş ve üzeri	46	20,1	Yüksek Lisans/Doktora	11	4,8
<i>Toplam</i>	229	100,0	<i>Toplam</i>	229	100,0
İşletmedeki Pozisyon			Sektörde Çalışma Süresi		
Yönetici ve Şef	28	12,2	1 yıldan az	18	7,9
Resepsiyon ve Ön büro	35	15,3	1-5 yıl arası	98	42,8
Kat Hizmetleri	41	17,9	6-10 yıl arası	78	34,1
Yiyecek-İçecek	61	26,6	11-15 yıl arası	26	11,4
Personeli	5	2,2	16-20 yıl arası	7	3,1
Muhasebe	5	2,2	21 yıl ve üzeri	2	,9
Güvenlik	15	6,6	<i>Toplam</i>	229	100,0
Teknik Servis	39	17,0			
Diğer	229	100,0	İşletmedeki Çalışma Süresi		
<i>Toplam</i>	90	39,3	1 yıldan az	76	33,2
Turizm Eğitimi			1-5 yıl arası	116	50,7
Evet	139	60,7	6-10 yıl arası	30	13,1
Hayır	229	100,0	11-15 yıl arası	6	2,6
<i>Toplam</i>	22	9,6	16-20 yıl arası	0	0
Otel Yıldız Sayısı			21 yıl ve üzeri	1	,4
3 yıldızlı	64	27,9	<i>Toplam</i>	229	100,0
4 yıldızlı	112	48,9			
5 yıldızlı	31	13,5			
Diğer	229	100,0			
<i>Toplam</i>					

Tablo 1: Katılımcılara Ait Demografik Özellikler

Tablo 1 incelendiğinde katılımcılara ait demografik özelliklere göre; 229 çalışanın, %51,1'inin erkek, %48,9'unun kadından oluştuğu görülmektedir. Ayrıca bu katılımcıların %42,4'ü evli, %57,6'sı ise bekârdır. Yine araştırmaya katılanların %5,2'sinin 20 yaş ve aşağısı, %23,6'sının 21-25 yaş arası, %31,4'ünün 26-30 yaş arası, %19,7'sinin 31-35 yaş arası ve %20,1'inin ise 36 yaş ve üzeri yaş gruplarında yer aldıkları araştırmanın sonuçlarından anlaşılmaktadır. Anket sorularını cevaplayan çalışanların eğitim durumları incelendiğinde; %17,0'ının ilköğretim, %35,4'ünün lise, %26,6'sının meslek yüksekokulu, %16,2'sinin fakülte ve %4,8'inin yüksek lisans/doktora düzeyinde olduğu görülebilir. Araştırmaya katılan çalışanların işletmelerindeki pozisyonları ile ilgili verilere göre; %12,2'sinin yönetici ve şef, %15,3'ünün resepsiyon ve ön büro, %17,9'unun kat hizmetleri, %26,6'sının yiyecek-içecek personeli, %2,2'sinin muhasebe, %2,2'sinin güvenlik, %6,6'sının teknik servis ve %17,0'ının diğer pozisyondaki çalışanlar olduğu anlaşılmaktadır. Katılımcıların sektörde çalışma süreleri incelendiğinde yoğunluğun 1-5 yıl süredir çalışanlarda % 42,8 olduğu görülmektedir. Katılımcıların işletmede çalışma süreleri incelendiğinde; yine yoğunluğun 1-5 yıl süredir çalışanların % 50,7'sinin oluşturduğu görülmektedir. Katılımcıların %33,2'si 1 yıldan az süredir çalışmakta, %13,1'i

6-10 yıldır çalışmakta, %2,6'i 11-15 yıldır çalışmakta, % ,4'ü 21 yıl ve üzeri çalışmaktadır. Araştırmaya katılmayı kabul eden işletmelerde çalışanların %9,6'sı 3 yıldızlı, %27,9'u 4 yıldızlı, %48,9'u 5 yıldızlı ve %13,5'i diğer konaklama işletmesinde çalışmaktadır. Araştırmaya katılan işgörenlerin %39,3'ü turizm eğitimi almışken, %60,7'si turizm eğitimi almamıştır.

Duygusal sermayenin alt boyutları olan farkındalık, ilişki yönetimi, öz yönetim ve uyumluğun psikolojik iyi oluş üzerindeki etkisine ilişkin çoklu regresyon sonuçları Tablo 2'de sunulmaktadır.

Tablo 2: Duygusal Sermayenin Psikolojik İyi Oluş Üzerindeki Etkisine Yönelik Çoklu Regresyon Analizi Bulguları

Bağımsız Değişkenler	Stn. Edilmemiş β	Stn. Sapma	β	<i>Sig.</i>	R ²	Düz. R ²	D-W	Tolerans	VIF
$F_{(4-224)} = 23,041$,000 **	,292	,279	1.970		
Sabit	1,437	,267							
1.Farkındalık	,345	,065	,334	,000**				,791	1.265
2.İlişki Yönetimi	-,041	,080	-,038	,610				,568	1.761
3.Öz Yönetim	-,104	,073	-,111	,155				,520	1.924
4.Uyumluluk	,395	,074	,384	,000**				,615	1.627

* p<0,05; ** p<0,01 Bağımlı Değişken: **Psikolojik İyi Oluş**

Çoklu regresyon analizi sonuçlarına bakıldığında duygusal sermayenin boyutlarının bağımsız değişken, psikolojik iyi oluşun bağımlı değişken olarak kabul edildiği Tablo 2' deki

model bir bütün olarak istatistiksel açıdan anlamlıdır ($R^2 = 0,292$; $F_{(4,224)} = 23,041$; $p < 0,01$). Modelde bağımsız değişkenler olarak ifade edilen; farkındalık (Sig.= 0,000<0,01) ve uyumluluk (Sig.= 0,000<0,01) boyutlarının psikolojik iyi oluş üzerinde anlamlı ve pozitif yönlü bir etkiye sahip olduğu görülmektedir. Psikolojik iyi oluştaki değişimin %29,2'sinin duygusal sermayenin alt boyutları tarafından açıklandığı ifade edilebilir. Bu bağımsız değişkenler arasında farkındalık ($\beta = 0,345$) ve uyumluluk ($\beta = 0,395$) boyutlarının psikolojik iyi oluştaki değişimde en yüksek seviyede etkiye sahip olduğu görülmektedir. Buna karşın ilişki yönetimi (Sig.= 0,610>0,05) ve öz yönetim (Sig.= 0,155>0,05) boyutları psikolojik iyi oluşu pozitif ama anlamlı olmayan bir şekilde etkilemektedir.

SONUÇ

Bu çalışmada, duygusal sermayenin psikolojik iyi oluş üzerindeki etkisi, Nevşehir ilinde faaliyet gösteren otel işletmeleri çalışanlarından meydana gelen örnekleme analiz edilmiştir. Yapılan analizlerin sonucuna göre; duygusal sermayenin alt boyutlarından farkındalık ve uyumluluk psikolojik iyi oluşu anlamlı ve pozitif bir şekilde etkilemektedir, bu bağlamda **H1** ve **H4** hipotezleri kabul edilmektedir. Başka bir ifade ile otel işletmelerinde çalışanların farkındalık ve uyumluluk düzeyleri arttıkça, psikolojik iyi oluş düzeylerinin de artacağı ifade edilebilir. Öte yandan, çoklu regresyon analizi

sonuçlarına göre, duygusal sermayenin alt boyutları olan ilişki yönetimi ve öz yönetimin psikolojik iyi oluş üzerinde anlamlı bir etkiye sahip olmadığı tespit edilmiştir. Elde edilen sonuçlardan hareketle, **H2 ve H3** hipotezleri reddedilmiştir.

Bu çalışmanın temel kısıtlayıcısı, alan araştırmasının Nevşehir ilinde faaliyet gösteren üç, dört ve beş yıldızlı otel işletmeleri çalışanları ile sınırlandırılmış olmasıdır. Ayrıca araştırmada konu edilen değişkenlerin kişisel algılara dayalı olması da sınırlılıklar arasındadır. Bu doğrultuda, yapılan değerlendirmeler yalnızca Nevşehir'deki otel işletmeleri ölçeğinde geçerlilik göstermektedir. Araştırmanın farklı bölge, sektör veya kapsamlarda tekrarlanması ulaşılan bulguların genelleme yapılabilmesi açısından önem taşımaktadır. Türkçe literatürde duygusal sermaye konulu oldukça az sayıda araştırma bulunduğundan dolayı bu araştırmanın analiz sonuçları, çeşitli sektör ve/veya birim örneğinde yapılabilecek çalışmalara yol gösterici katkılarda bulunabilir. Bu analiz sonuçlarının başka sektörlerde geçerlilik gösterip göstermediği, söz konusu sektörlerde yapılacak çalışmalar neticesinde elde edilen bulgularla kıyaslanması sonucunda görülebilir.

KAYNAKÇA

- Akkaya, G. (2020). **Kadınlar Süper Ligi'nde Oynayan Basketbolcularda Duygusal Sermayenin İş ve Yaşam Doyumuna Etkisi**, Bahçeşehir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.
- Ay, G. ve Çelik, M. (2017). "İşletmelerde Sermaye Kavramına Yeni Bir Yaklaşım: Duygusal Sermaye", **Gaziantep University Journal of Social Sciences**, 16(3), 628-645.

- Ay, G.(2018).**Duygusal Sermayenin İşten Ayrılma Niyeti ve Özdeşleşme Üzerine Etkisinde Psikolojik Dayanıklılığın Aracılık Etkisi**, Hasan Kalyoncu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora Tezi, Gaziantep.
- Aytaç, S. (2006). “Çalışanların İşlerine İlişkin Duygularının Stres Üzerindeki Etkisi”, **İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi Mecmuası**, 55(1), 833-851.
- Ceco, E. (2018).**Yakın Partner Şiddetine Maruz Bırakılan Kadınlarda Travma Sonrası Büyüme ve Psikolojik İyi Oluşun İncelenmesi**, İstanbul Okan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.
- Cenkseven, F.(2004).**Üniversite Öğrencilerinde Öznel ve Psikolojik İyi Olmanın Yordayıcılarının İncelenmesi**, Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora Tezi, Adana.
- Cottingham, M. (2013). **Men Who Care: How Organizations And Individuals Negotiate masculinity, Emotional Capital, and Emotion Practice In Nursing**, The Graduate Faculty of the University of Akron, Unpublished Doctoral Dissertation.
- 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.
- Direkçi, E.(2015).**Duygusal Sermaye**, Hasan Kalyoncu University, Unpublished Working Paper, Gaziantep. https://www.researchgate.net/publication/301302089_Duygusal_Sermaye
- Eroğlu, E. (2010). “Örgütsel İletişimin İşgörenlerin Duygu Gösterimlerinin Yönetimine Olan Etkisi”, **Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi**, 6(3), 18-33.
- Gable, S.L., and Haidt, J. (2005). “What (and why) is positive psychology?”, **Review of General Psychology**, 9(2), 103-110.
- Gendron, B.(2007a). “Emotional Capital and Older Workers Learning and Transfer of Knowledge Management: ‘Toward a Better Ageing, Working and Learning Together’. In Globalisation Versus Glocalisation: Implications for HRD?”, **8th International Conference in Human Resource Development Research & Practice across Europe**, 1-15, July 2007, UFHRD, Oxford University, UK.
- Gendron, B.(2007b). “Emotional Capital: A crucial capital for a Citizenship Society with Personal, Social and Economic Returns”, **In Citizenship Education in Society: Proceedings of the Ninth Conference of the Children’s Identity and Citizenship in Europe Thematic Network**, 400-415, Metropolitan University, London.
- Girgin, Y.(2018).**Üniversite Öğrencilerinin Yaşam Anlamı ve Psikolojik**

- İyi Oluşları Arasındaki İlişkinin İncelenmesi**, Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Adana.
- Günaydın, Ş.(2017).**Bir Dönem Boyunca Verilen Pozitif Psikoloji Dersinin Öğrencilerin Duygusal Zekâ ve Sosyal Zekâlarına Olan Etkisinin İncelenmesi**, Üsküdar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.
- Hamurcu, H.(2011).**Ergenlerin Yetkinlik İnançları ve Psikolojik İyi Oluşlarını Yordamada Psikolojik İhtiyaçlar**, Selçuk Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Doktora Tezi, Konya.
- Kaplan, E.(2018).**Eşlerin Duygusal Zekâlarının Psikolojik İyi Oluşları Üzerine Etkisi**, Üsküdar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.
- Karacaoğlu,K., Kaplan, A. (2013). “İşi Erteleme İle Öncüllerinden Biri Olan Öz Yeterlilik İlişkisi: Üniversite Personeli Üzerine Bir Araştırma”, **21.Ulusal Yönetim ve Organizasyon Kongresi Bildiriler Kitabı**, 339-343.
- Keyes, CLM., Shmotkin, D., Ryff ,CD. (2002). “Optimizing well-being: The empirical encounter of two traditions”, **Journal of Personality and Social Psychology**, 82(6), 1007-1022.
- Kındıroğlu, Z.(2018). **Ebeveynlerin Psikolojik İyi Oluş ve Psikolojik Dayanıklılık Düzeyleri İle Çocukların Sosyal Yetkinlik ve Davranışları Arasındaki İlişki**, İstanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.
- Lyubomirsky, S. (2001). “Why are Some People Happier Than Others?: The Role of Cognitive and Motivational Process in Well Being”, **American Psychologist**, 56(3), 239-249.
- Newman, M., Purse, J., Smith, K., & Broderick, J. (2015). “Assessing Emotional Intelligence In Leaders And Organisations: Reliability And Validity Of The Emotional Capital Report (ECR)”, **Australasian Journal of Organisational Psychology**, 8(6), 1-15.
- Noble, T., McGrath, H. (2012). Wellbeing And Resilience In Young People And The Role Of Positive Relationships. **In Positive Relationships: Evidence Based Practice across the World**, 17-33, RMIT University, Melbourne, Australia.
- Özsoy, İ.(2006).**Entelektüel Sermayenin Ölçülmesi ve İmkb’de İşlem Gören Tekstil Firmalarına Uygulanması**, İstanbul Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.
- Polatçı, S.(2011).**Psikolojik Sermayenin Performans Üzerindeki Etkisinde İş Aile Yayılmı ve Psikolojik İyi Oluşun Rolü**, Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora Tezi, Kayseri.
- Ryff, C.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.
- Ryff, C.D., and Keyes, C.L. (1995). “The Structure of Psychological Well-

- Being Revisited”, **Journal of Personality and Social Psychology**, 69(4), 719-727.
- Ryff, C.D., Singer, B.H. (2008). “Know thyself and become what you are: A eudaimonic approach to psychological well-being”, **Journal of Happiness Studies**, 9(1), 13-39.
- Sandıkçı, M., Vural, T., Zorlu, Ö. (2015). “Otel İşletmelerinde Dönüştürücü Liderlik Davranışlarının Örgüt Sağlığı Üzerine Etkileri: Afyonkarahisar İlinde Bir Araştırma”, **Yönetim Bilimleri Dergisi**, 13(25), 161-200.
- Söylemez, M. S. (2012). **Duygusal Sermaye**, Final Kültür Sanat Yayınları, İstanbul.
- Tatlıoğlu, K. (2015). “Üniversite Öğrencilerinin Aylık Gelir ve Harcama Düzeyi İle Psikolojik İyi Oluşları Arasındaki İlişkinin İncelenmesi (Bingöl Üniversitesi Örneği)”, **Electronic Journal Of Social Sciences**, 14(55), 2-15.
- Telef, B.B. (2013). “Psikolojik iyi oluş ölçeği: Türkçeye uyarlama, geçerlik ve güvenilirlik çalışması” **Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi**, 28(3), 374-384.
- Tutcu A.(2018).**Duygusal Sermayenin İş ve Yaşam Doyumu Üzerine Etkisine İlişkin Duyuşsal İyilik Algısının Aracılık Etkisi**, Hasan Kalyoncu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora Tezi Gaziantep.
- Tutcu, A, Çelik, M. (2018). “Çalışanların Duygusal Sermayelerinin İş Doyumu Üzerine Etkisi”, **Journal Of International Social Research**, 11(55), 868-880.
- Xu, Z. and Jiménez, F.R.,(2016). “Emotional Capital: The Missing Link Between Social Media Usage and Customer Relationship Performance”, **Developments in Marketing Science: Proceedings of the Academy of Marketing Science**, 859-860, Springer Cham Heidelberg New York Dordrecht London.