



Article Info/Makale Bilgisi

✓Received/Geliş:13.04.2022 ✓Accepted/Kabul:30.05.2022

DOI:10.30794/pausbed.1103101

Research Article/Araştırma Makalesi

Utar, G. ve Yazıcı Yılmaz, S. (2022). "Z Kuşağı Turizm Öğrencilerinin Oyunlaştırma Kişilik Tipleri ile Beş Kişilik Tipleri Arasındaki İlişkinin İncelenmesi"  
Pamukkale Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Sayı 53, Denizli, ss. 99-118.

## Z KUŞAĞI TURİZM ÖĞRENCİLERİNİN OYUNLAŞTIRMA KİŞİLİK TİPLERİ İLE BEŞ KİŞİLİK TİPLERİ ARASINDAKİ İLİŞKİNİN İNCELENMESİ\*

Gamze UTAR\*\*, Senem YAZICI YILMAZ\*\*\*

### Öz

Otel işletmeleri, turist ve işgörenin aynı anda etkileşimde bulunduğu fiziksel bir iş ortamına sahiptir. Z kuşağı dijitalleşen sanal dünyada büyüdüğünden dolayı iş ortamından beklentileri farklı olmuştur. Bu farklılıkların başında otellerde insan kaynakları yönetimlerinin geleneksel yaklaşımlarını değiştirme zorunlulukları gelmektedir. İnsan kaynakları yönetimi yenilikçi bir strateji olarak oyunlaştırma uygulamalarına yönelmişlerdir. İnsan kaynakları kişilik ve oyunlaştırma kullanıcı tipleri eşleşmesi sonucunda doğru kişiyi, doğru işe yerleştirebilmektedir. Ayrıca elde edilen kişilik sonuçları ile işgörenlerine uygun oyunlaştırma tasarımları yapılmasına olanak sağlayabilmektedir. Bu araştırma mevcut ve potansiyel işgören olan Z kuşağı turizm öğrencilerinin oyunlaştırma kullanıcı tipleri ile beş faktör kişilik tiplerinin belirlenerek aralarındaki ilişkinin incelenmesini amaçlamaktadır. Araştırma nicel yöntem kullanılarak gerçekleştirilmiştir. Araştırma evreni 953 turizm fakültesi öğrencileri oluşturmakta olup kolayda örneklem yöntemi ile toplam 449 katılımcıya ulaşılmıştır. Veriler anket yöntemi ile çevrimiçi Question Pro platformunda toplanmıştır. Toplamda 280 adet kullanılabilir anket analizlere dahil edilmiştir. Katılımcılardan elde edilen verilerin ortalama ve yüzdelik değerleri en yüksek ve en düşük oyunlaştırma ve kişilik tiplerinin belirlenmesini sağlamıştır. Araştırma hipotezleri korelasyon analiziyle test edilmiştir. Araştırma bulgularına göre turizm öğrencilerinin düzen bozucu oyunlaştırma kullanıcı tipi ve sorumluluk sahibi kişilik tipi en yüksek bulunmuştur. Hipotez testleri sonucunda oyunlaştırma kullanıcı tipleri ve kişilik tipleri arasında negatif yönlü ilişki tespit edilmiştir. Araştırma sonuçları, turizm ve diğer sektörlerde işgörenlerin kişilik ve oyunlaştırma kullanıcı tipleri çerçevesinde tiplerin (persona) oluşturulup oyunlaştırma tasarımının yapılmasının uygulamanın başarısı için anahtar rol oynayacağını ortaya koymaktadır. Z kuşağının fiziksel ve sanal dünyada farklı kişilik tipleri ile var olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

**Anahtar kelimeler:** Otel işletmeleri, İnsan kaynakları, Z kuşağı, Oyunlaştırma, Oyuncu tipleri, Kişilik tipleri.

## EXAMINING THE RELATIONSHIP BETWEEN GAMIFICATION USER TYPES AND FIVE PERSONALITY TYPES OF GENERATION Z TOURISM STUDENTS

### Abstract

Hotel businesses have a physical work environment where tourists and employees interact at the same time. As Gen Z grew up in the digitalized virtual world, their expectations from the business environment were different. At the beginning of these differences is the necessity of changing the traditional approaches to human resources management in hotels. Human resource management has turned to gamification applications as an innovative strategy. Human resources can place the right person in the right job as a result of matching personality and gamification user types. In addition, with the personality results obtained, it can enable us to make gamification designs suitable for the employees. This research aims to determine the gamification user types and five-factor personality types of Gen Z tourism students, who are current and potential employees, and to examine the relationship between them. The research was carried out using the quantitative method.

\* Bu çalışma birinci yazarın yüksek lisans tezinden üretilmiştir.

\*\*Doktora Öğrencisi, Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü, MUĞLA.  
e-posta: gamzeutar@hotmail.com, (<https://orcid.org/0000-0002-9839-1147>)

\*\*\* Dr. Öğr. Üyesi, Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü, MUĞLA.  
e-posta:senemyazici@mu.edu.tr, (<https://orcid.org/0000-0002-1318-3462>)

The population of the research consists of 953 tourism faculty students' and a total of 449 participants were reached with the convenience sampling method. The data was collected on the online Question Pro platform using the survey method. A total of 280 usable questionnaires were included in the analysis. The mean and percentage values of the data obtained from the participants enabled the determination of the highest and lowest gamification and personality types. Research hypotheses were tested by correlation analysis. According to the research findings, the disruptive gamification user type and the responsible personality type were highest score among tourism students. As a result of the hypothesis tests, a negative relationship was determined between gamification user types and personality types. The results of the research reveal that creating personas and gamification designs within the framework of personality and gamification user types of employees in tourism and other sectors will play a key role in the success of the application. It has been concluded that the Gen Z exists with different personality types in the physical and virtual worlds.

**Keywords:** *Hotel businesses, Human resource, Gen z, Gamification, User types, Personality types*

## **GİRİŞ**

İnsanların ilk çağlardan itibaren seyahat etmeyi, keşfetmeyi ve yeni yerler görmeyi istemeleri onların en büyük arzuları olmuştur. Dünya genelinde Covid-19 salgını sebebiyle turist hareketliliği ilk defa kısıtlanmış ve durma noktasına gelmiştir. 2019 yılında ortaya çıkan Covid-19 salgını öncesinde (normal şartlarda) 1,4 milyon turist, uluslararası seyahat gerçekleştirmiştir (Dünya Turizm Örgütü, 2022). Salgın hastalık süresince ortaya çıkan seyahat yasakları nedeniyle uluslararası turist hareketliliğinin rakamları düşmüştür. Fakat 2021 yılında 400 milyona yakın turist seyahat ederek, turizm hareketliliği beklenenden çok yukarıda gerçekleşmiştir (Dünya Turizm Örgütü, 2022). Dünya genelinde 2019 yılı turizm geliri 1,7 trilyon Amerikan doları iken, 2020 yılı turizm geliri 1,4 milyar Amerikan dolarına düşmüştür. 2021 yılı turist hareketliliğinin artması ile turizm gelirleri de 3,3 milyar Amerikan dolara ulaşmıştır. Dünya genelinde turizm sektöründeki istihdam sayısı 2019 yılında 333 milyon iken, 2020 yılında 62 milyon istihdam kaybı ile 271 milyona düşmüştür (Dünya Seyahat ve Turizm Konseyi, 2022). Kültür ve Turizm Bakanlığı (2022) verilerine göre Türkiye'ye seyahat eden turist sayısı 2019 yılında 4 milyon, 2020 yılında 15 milyon iken, 2021 yılında 30 milyon olarak gerçekleşmiştir. 2018-2021 yılları arasında Türkiye'yi en çok ziyaret eden ülkeler Rusya, Almanya ve Bulgaristan olmuştur (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2022). Türkiye'de ise 2,2 milyon işgören sayısı ile toplam istihdamın %7,7'si turizm sektöründe gerçekleşmektedir (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2022).

Turizmin istihdamında en önemli payı otel işletmeleri almaktadır. Otel işletmelerinde insan ilişkilerinin ön plandadır. Bir otel işletmesinde yatak sayısının 2:1 oranında işgören istihdamı önerilmektedir (Montanari, 2010; Ekiz ve Khoo-Lattimore, 2011; Beneki vd., 2016). Örnek olarak 200 yatak kapasiteli bir otelde 400 kişinin çalışması uygun olmasına rağmen birçok otelde daha az işgören istihdam edilmektedir (Aydın, 2004). Otelin içerisinde bir günlük operasyonda toplam 600 kişi işgören ve turist olarak bulunmakta ve turistler tatilini geçirmektedirken işgörenler de bu tatilin gerçekleşmesini sağlamaktadırlar. Bundan dolayı turist ve işgören arasındaki etkileşimin sağlıklı bir şekilde sağlanması ve sorunların çözülmesinde insan kaynakları departmanına ihtiyaç duyulmaktadır (Kuşluyan vd., 2010).

Otel işletmelerinde insan kaynakları yönetimi, işgörenlerin izin, maaş vb. özlük işlerinin yürütüldüğü bir süreç olarak ortaya çıkmıştır (Brannigan ve Zwerman, 2001). Fakat 1924 yılında gerçekleştirilen Hawthorne araştırmaları ile insan işgücü kaynağı olarak kabul edilmiş ve personel departmanından insan kaynakları departmanına geçiş gerçekleşmiştir (Brannigan ve Zwerman, 2001; Bruce ve Nyland, 2006). Mathis ve Jackson (2000: 4), insan kaynakları yönetimi tanımını "organizasyonel hedeflere ulaşmak için insan yeteneğinin etkin ve verimli bir şekilde kullanılmasını sağlamak için yönetim sistemleri tasarlar" şeklinde yapmıştır. Mathis ve Jackson'a (2000) göre insan kaynaklarının sorumlulukları arasında iş güvenliği, seçici işe alım, ücretlendirme, teşvikler, bilgi paylaşımı, eğitim, terfi ve ölçümler yer almaktadır. İşgörenlerin, yeteneklerini etkin ve verimli şekilde kullanabilmesi için doğru kişinin doğru işe yönlendirilmesi gerekir. İnsan kaynakları yönetimi ve stratejisi işgören adayının kişiliğinin test edilerek onun doğru işe yönlendirip yönlendirilmemesinde kritik rol oynamaktadır.

## **KAVRAMSAL ÇERÇEVE**

Otel işletmelerinde insan kaynaklarının birincil yükümlülüğü, işe alım sürecinde adaylar arasından nitelikli işgöreni seçmektir (Golec ve Kahya, 2007). İnsan kaynakları yönetimi aday işgörenin nitelikli olup olmadığını

belirleyebilmek için çeşitli testler uygulamaktadır (Carless, 2009). Bu testlerin bir kısmı adayın mesleki bilgi ve becerilerini kapsarken, bir kısmı da kişiliğini tanımaya yönelik psikoteknik testlerden oluşmaktadır (Carless, 2009). İnsan kaynaklarında kullanılan psikoteknik testler için araştırmacılar yıllar içerisinde farklı modeller geliştirmişlerdir (Lee ve Ashton, 2004; Goldberg, 1992; John vd., 1991; McCrae ve Costa Jr, 1991). Bu kişilik modellerinin başında DISC Kişilik Envanteri (Ginting vd., 2021); Minnesota Çok Yönlü Kişilik Envanteri (Ingram vd., 2020); NEO Kişilik Envanteri (Kennair vd., 2021); Beş Faktör Kişilik Modeli (Li vd., 2020) ve HEXACO Kişilik Envanteri (Pletzer vd., 2021) gelmektedir. Bu psikoteknik testlerden biri olan beş faktör kişilik modeli, aday işgöreni tanımak için sıklıkla kullanılmaktadır (He vd., 2019; Judge ve Zapata, 2015; Judge vd., 2002).

Beş faktör kişilik modelinin ölçülenmesinde araştırmacılar tarafından birçok ölçek geliştirilmiştir. Bu ölçeklerin temeli, 1949 yılında Cattell, Tatsuoka ve Eber tarafından klinik amaçlı ortaya atılan '16 Kişilik Faktörü' testine (ölçeğine) dayanmaktadır (Cattell ve Mead, 2008). 16 kişilik faktöründen oluşan bu ölçek 1961 yılında Tupas ve Christal tarafından beş faktöre indirilmiştir (Barrick ve Mount, 1991). Ölçek, 1980 yılında Goldberg tarafından 'büyük beş' teriminin kullanılmasıyla alan yazınında kabul görmüş ve kullanımı artmıştır (De Raad ve Mlačić, 2015). Alan yazında en çok kullanılan ölçek, John vd. (1991) tarafından geliştirilen beş faktör kişilik ölçeği olmuştur. Daha önce geliştirilen ölçekler 80-120 madde arasında olup çok uzun bulunmuştur. John vd. (1991) geliştirmiş oldukları ölçekte madde sayısını 44'e indirmişlerdir. Bu ölçeğin, fazla sayıda sorudan oluşan araştırmalarda katılımcıları sıkmasından ve zaman kısıtlamasından dolayı aynı geçerlilik ve güvenilirliğe sahip 10 maddelik kısa versiyonu da geliştirilmiştir (Hahn vd., 2012; Rammstedt ve John, 2007; Soto ve John, 2017). Beş Faktör Kişilik ölçeğinin faktörleri ve düşük, yüksek uçlarının özellikleri Tablo 1'de gösterilmektedir.

**Tablo 1: Beş Faktör Kişilik Tipleri**

Düşük Puan	Kişilik Tipi	Yüksek Puan
İçine kapanık, ağırbaşlı, durgun, soğuk, görev odaklı, çekingen, sessiz	Dışa Dönük	Sosyal, aktif, konuşkan, kişi odaklı, iyimser, sevecen
Şüpheli, kaba, şüpheli, iş birliğine yatkın değil, kinci, insafsız, asabi, manipülatif	Uyumlu	Yumuşak kalpli, iyi huylu, güvenilir, yardımsever, affedici, saf, dürüst
Başiboş, güvenilirmez, tembel, umursamaz, ihmalkâr, iradesiz, hedonist (hazcı)	Sorumluluk Sahibi	Düzenli, güvenilir, çalışkan, öz disiplin sahibi, dakik, titiz, sade, hırslı, azimli
Sakin, rahat, duygusuz, acımasız, emin, kendinden memnun	Nevrotik	Endişeli, gergin, duygusal, güvensiz, yetersiz, hastalık hastası
Geleneksel, gerçekçi, ilgi alanı dar, sanatsal ve analitik olmayan	Deneyime Açık	Meraklı, ilgi alanı geniş, yaratıcı, orijinal, hayalperest, gelenek dışı

**Kaynak:** Yazar tarafından Cervone ve Pervin (2015) kaynağından Türkçeye çevrilmiştir.

Beş faktör kişilik modeli deneyime açık, dışa dönük, uyumlu, sorumluluk sahibi ve nevrotik kişilik tiplerinden oluşmakta olup Tablo 1'de düşük ve yüksek puanlarda oluşan kişilik özellikleri belirtilmektedir. Her bir kişilik tipinin düşük veya yüksek olarak saptanması farklı özellikler ortaya koymaktadır. Alan yazınında beş faktör kişilik çalışmaları psikoloji, sosyoloji, eğitim, örgütsel ilişkiler, pazarlama ve turizm alanlarında yoğunlaşmaktadır (He vd., 2019; Keleş, 2019; Keskin ve Gündoğan, 2019; Judge ve Zapata, 2015; Judge vd., 2002). İnsan kaynakları ve pazarlamacıların strateji geliştirmek için işgören ve müşterilerin beş faktör kişilik tiplerinin belirlenmesine yönelik yapılan birçok çalışma mevcuttur (He vd., 2019; Judge ve Zapata, 2015; Judge vd., 2002). Turizm alanında da çalışan ve çalışacak olan kişilere yönelik beş faktör kişilik çalışmaları yapılmaktadır (Keleş, 2019; Keskin ve Gündoğan, 2019; Kabakulak, 2018; Tan ve Demir, 2018; Keleş ve Çakır Keleş, 2017; Akgündüz vd., 2015; Köroğlu, 2014; Pelit vd., 2013; Aslan vd., 2012; Tekin vd., 2012). Turizm alanında yapılan çalışmalar sonucunda deneyime açık kişilik tipi yüksek olarak saptanırken (Tekin vd., 2012; Akgündüz vd., 2015; Keleş, 2019; Keskin ve Gündoğan, 2019), nevrotik kişilik tipi düşük bulunmuştur (Tekin vd., 2012; Keleş, 2019; Keskin ve Gündoğan, 2019). Diğer taraftan turizm işletmelerinde çalışacak işgören seçiminde adayda dikkate alınacak kişilik tipleri ise dışadönük, sorumluluk sahibi ve deneyime açık olarak önerilmektedir (Pelit vd., 2013; Akgündüz vd., 2015). Kişilik tipleri

yaşanılan coğrafyaya, içerisinde bulunulan baskın kültüre ve doğduğu milletin tercih ettiği yaşam biçimine göre şekillenmektedir ve farklılaşmaktadır (Cattell ve Mead, 2008). Yaş grupları ve kuşakların kişilik özellikleri bu farklılıkları oluşturan etmenler arasında yer almaktadır (Dolot, 2018; Twenge, 2018).

Kuşak kavramı, 1830 yılında Comte tarafından “tarihsel süreç içerisinde hareket eden kuvvetler” olarak tanımlanmıştır (Comte, 1974). Mannheim (1952), bu tanıma “aynı dönemde yaşayan ortak fikir ve deneyimleri paylaşan insan topluluğu” şeklinde geliştirmiştir. 1991 yılında ise Strauss ve Howe tarafından ilk kez kuşaklara isim verilip sınıflandırma yapılmıştır (Strauss ve Howe, 1991). Strauss ve Howe tarafından yapılan sınıflandırma alan yazınında kabul edilip kullanılmıştır (Dolot, 2018; Twenge, 2018; Turner, 2015). Yapılan sınıflandırma sonrası teknolojik gelişmeler hız kazanmıştır (Twenge, 2018). Bunun sonucunda, sınıflandırmanın yapıldığı tarihten sonra doğan kuşaklar için öngörü niteliği taşıdığı düşünülmeye başlanmış ve tartışmaya açılmıştır (Dolot, 2018; Twenge, 2018). Günümüzde iş hayatını sürdürmekte olan kuşakların sınıflandırması Bebek Patlaması Kuşağı (1946-1964), X Kuşağı (1965-1979), Y Kuşağı (1980-1994) ve Z Kuşağı (1995-2012) şeklindedir (Dolot, 2018; Twenge, 2018; Strauss ve Howe, 1991). Z kuşağı bireylerde, kendinden önceki kuşaklara göre iş hayatına ve teknolojiye karşı farklı davranışlar ve kişilik tipleri geliştirdikleri gözlemlenmektedir (Dolot, 2018; Twenge, 2018; Turner, 2015).

Dünya teknolojik gelişmeler ile dijitalleşmiş dolayısıyla Z kuşağı da dijital bir dünyaya gözlerini açmıştır. Bu kuşağın dijital okur yazarlığı, bilgiye ulaşma ve paylaşma hızı kendinden önceki kuşaklara göre oldukça yüksektir (Rothman, 2016). Z kuşağı, zamanının büyük bir bölümünü internet, sosyal medya, çevrimiçi oyunlar ile geçirmektedir (Twenge, 2018). Bu davranışlar çerçevesinde bu kuşak iş hayatında da aynı yaşayan, yüzeysel ilişkiler kuran, öncü, cesur, sezgisel, her şeye hızlı tepki veren, iş ve eğlence sınırları çakışan özelliklere sahiptir (Bencsik vd., 2016). Kuşağın %91’i işyerinde teknolojik gelişmişlik düzeyine önem vermekte (Jenkis, 2022) ve yarısından fazlası da işyerinde dijital bir uygulama kullanmayı istemektedir (Dynamic Signal, 2022). Oyuncu kimliği ile ön plana çıkan Z kuşağı, oyun oynamayı yaşam tarzı olarak benimseyerek eğitim ve iş hayatına da bu oyunların uyarlanmasını istemektedir (Jenkis, 2022). Z kuşağının bu isteği doğrultusunda kişinin kendi karakteri ve yaşam tarzı ile oyuna dahil olduğu oyunlaştırma uygulamalarının iş hayatına uyarlanması gün geçtikçe hızlanmaktadır.

Oyunlaştırma kavramı, ilk kez 1980 yılında Bartle tarafından “bir şeyi daha ilginç ve eğlenceli hale getirmek için oyun gibi yapmak” olarak kullanılmıştır (Bartle, 1996). 2002 yılında Pelling oyunlaştırma kelimesini, “oyun dışı içeriklerde kullanıcılara oyunsal düşünce ve oyun mekaniği kullanılarak problemlerin çözümünün sağlanması” şeklinde geliştirmiştir (Pelling, 2022). Oyunlaştırma kavramının ilk tanımı ise 2011 yılında Deterding vd. tarafından yapılmıştır. Deterding vd. (2011: 9), oyunlaştırmayı “oyun içerisinde kullanılan elementlerin oyun dışında kullanılması” olarak tanımlamıştır. Bu tanım, akademi ve sektör tarafından kabul görmüştür. Oyunlaştırma kavramının geliştirilmesinde Akış Teorisi (Csikszentmihalyi, 1991), Fogg Davranış Modeli (Fogg 2009), Oyunlaştırma Piramidi (Werbach ve Hunter, 2012), D6 Oyunlaştırma Tasarım Modeli (Werbach ve Hunter, 2012), Oyuncu Merkezli Tasarım Modeli (Kumar ve Herger, 2013), Kanca (Hook) Modeli (Eyal, 2013), SAPS Ödüllendirme Teoremi (Zichermann ve Cunningham, 2014), Oyuncunun Yolculuğu (Xu, 2015), Sürdürülebilir Oyunlaştırma için Yapısal Çerçeve (Almarshedi vd., 2015) ve Octalysis Çerçevesi (Chou, 2015) teorilerinden yararlanılmıştır.

Oyunlaştırmanın temelini oluşturan akış teorisi, oyuncunun oyundan sıkılmamasını ve akışta kalmasını sağlamaktadır (Oliveira vd., 2021). Fogg Davranış Modeli, oyuncunun davranışlarını değiştirmeyi hedeflemektedir (Tukayo vd., 2021). Oyunlaştırma Piramidi, tasarımda kullanılacak oyun elementlerini sınıflandırmaktadır (Paixão ve Cordeiro, 2021). D6 Oyunlaştırma Tasarım Modeli, iş hayatında oyunlaştırma sürecini basamaklar üzerinden açıklamaktadır (Panis vd., 2020). Oyuncu Merkezli Tasarım Modeli, oyunlaştırma kurgusunda oyuncunun kişiliğini ve beklentilerini merkeze almaktadır (Hansen ve Niwanputri, 2021). Kanca (Hook) Modeli, oyunlaştırma kullanılarak pazarlamada sürdürülebilirliği sağlamayı amaçlamaktadır (Inchamnan ve Chomsuan, 2020). SAPS Ödüllendirme Teoremi, oyunlaştırma içerisindeki ödüllerin doğru kullanımına dikkat çekmektedir (Agustin vd., 2013). Oyuncunun Yolculuğu, oyuncunun sürekli oyunda aktif kalabilmesi için oyun kurgusunda seviye tasarımı yapmaktadır (Risso ve Paesano, 2021). Sürdürülebilir Oyunlaştırma için Yapısal Çerçeve Modeli, motivasyon kuramlarını kullanarak oyunlaştırmanın devamlılığını hedeflemektedir (Almarshedi vd., 2015). Octalysis Çerçevesi ise nöropsikolojik olarak oyunlaştırma kurgusunun yapılmasını sağlamaktadır (Sulispera ve Recard, 2020). Bu teoriler temel alınarak yapılan oyunlaştırma tasarımları birçok disiplinde kullanılmaktadır. Oyunlaştırmanın en kolay uyarlanması eğitim bilimlerinde gerçekleşmiştir (Tukayo vd., 2021; Panis vd., 2020; Sulispera ve Recard, 2020). İş hayatında ise insan kaynakları tarafından kabul görmüş ve uygulanmaya başlanmıştır.

Oyunlaştırma, turizm sektörünün insan kaynaklarında, işgörenler için işe alımda (Chow, 2014); müşteriler için ise pazarlamada (Garipağaoğlu-Uğur ve Akova, 2021) kullanılmaktadır. Ayrıca oyunlaştırma, insan kaynaklarında kuşak çatışmalarını engelleyecek yapıların oluşturulmasında ve işgörenlerin motivasyonlarının artırılmasında yeni bir yöntem olarak görülmektedir (Oprescu vd., 2014). Turizm alanında Foursquare-Swarm gibi başarılı oyunlaştırma örnekleri mevcuttur. Başarılı oyunlaştırma örneklerinin yanında başarı sağlayamayan örnekler de mevcuttur. Gartner (2012) 2010-2014 yıllarında kullanılan oyunlaştırma uygulamalarının %80'i zayıf tasarımından dolayı başarısız olacağını vurgulamıştır. 2011 yılında My Marriott Hotel yaptığı oyunlaştırma uygulamasında başarı elde edememiş ve başarısız örnekler arasında yerini almıştır (Chow, 2014). Sürdürülebilir olmayan, başarısız oyunlaştırma uygulamaları işletme için hem zaman hem de maliyet kaybına neden olmaktadır (Morschheuser vd. 2018). Başarılı bir oyunlaştırma tasarımı için kullanıcının tanınması ve merkeze alınması gerektiği araştırmacılar tarafından vurgulanmaktadır (Chou, 2015; Zichermann ve Cunningham, 2014; Kumar ve Herger). Bu sebeple iş hayatında oyunlaştırma tasarımı yapılmadan önce kullanıcıların (işgörenlerin) oyuncu tiplerinin de bilinmesi bu başarısızlığı başarıya çevirebilmektedir.

Oyunlaştırma kullanıcı tipleri, 2015 yılında Andrzej Marczewski tarafından alan yazına kazandırılmış olup, konu ile ilgili çalışmalar gün geçtikçe artmaktadır. Marczewski (2015) tarafından geliştirilen Altılı Oyunlaştırma Kullanıcı Tipolojisinde yardımsever, sosyal, özgür ruhlu, başarıyan, düzen bozucu ve oyuncu faktörleri yer almaktadır. Her bir kullanıcı tipinin farklı motivasyon kaynakları mevcuttur. Yardımsever için amaç ve fedakârlık ön plandayken, sosyal için oyunlaştırma içerisinde kurulan ilişkiler ve oyuncu etkileşimleri ön plandadır (Tondello vd., 2016; Marczewski, 2015). Özgür ruhlu, bağımsızlığa ve keşfetmeye önem verirken, başarıyan için yetkinlik, görevleri tamamlama ve ilerleme ön plandadır (Tondello vd., 2019). Düzen bozucular, değişim ile sistemin sınırlarını test etmekten hoşlanırken, oyuncular ise dışsal ödül, rozet ve takdirler ile motive olmaktadır (Marczewski, 2015). Araştırmacılar tarafından yapılan çalışmalar sonucunda hangi kullanıcı tipinin baskın olduğunu saptanmıştır (Manzano-León vd., 2020; Taşkın ve Çakmak, 2020; Lopez ve Tucker, 2019; Şenocak vd., 2019; Tondello vd., 2019; Tondello vd., 2016). Baskın oyunlaştırma kullanıcı tiplerine yönelik yapılan çalışmalar Tablo 2'de gösterilmektedir.

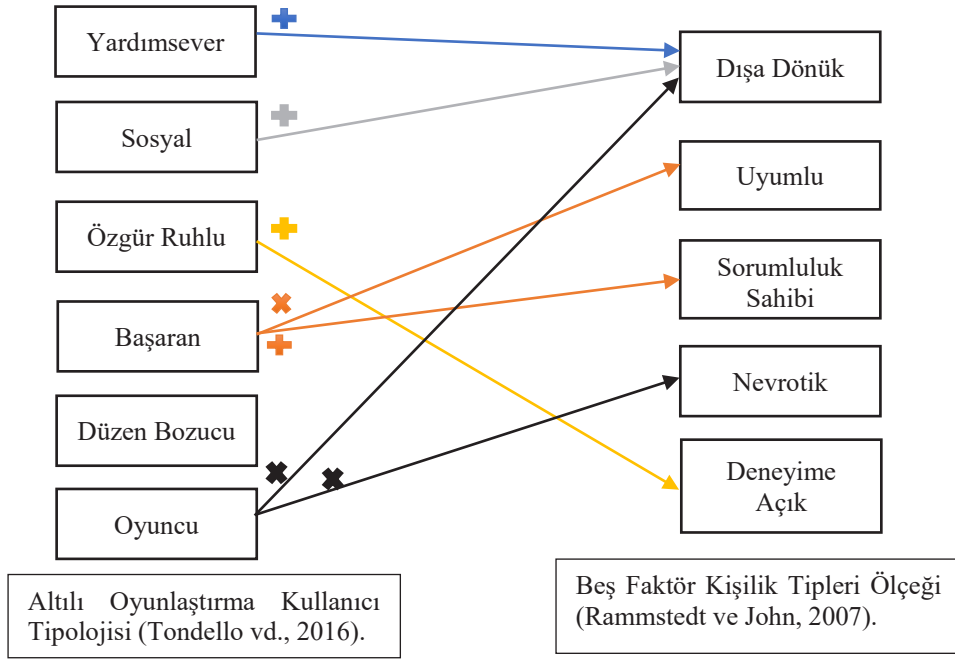
**Tablo 2: Oyunlaştırma Kullanıcı Tipleri Çalışmaları**

	Yardımsever Ortalama	Sosyal Ortalama	Özgür Ruhlu Ortalama	Başarıyan Ortalama	Düzen Bozucu Ortalama	Oyuncu Ortalama
Tondello vd. (2016)	4.72	5.09	4.06	3.97	4.80	4.08
Tondello vd. (2019)	3.82	4.46	3.49	3.64	5.03	5.20
Şenocak vd. (2019)	6.14	5.86	6.02	6.06	3.41	5.41
Lopez ve Tucker (2019)	3.53	4.33	2.39	2.73	3.72	3.55
Taşkın ve Çakmak (2020)	3.59	4.02	2.91	3.57	5.42	3.98
Manzano-León vd. (2020)	5.99	5.49	5.70	5.53	3.76	4.45

**Kaynak:** Yazar tarafından Manzano-León vd., (2020), Taşkın ve Çakmak (2020), Lopez ve Tucker (2019), Şenocak vd. (2019), Tondello vd. (2019), Tondello vd. (2016) kaynaklarından derlenmiştir.

Tablo 2'de görüldüğü gibi yapılan çalışmalar sonucunda sosyal ve düzen bozucu tipleri en baskın olarak saptanırken (Taşkın ve Çakmak, 2020; Lopez ve Tucker, 2019; Tondello vd., 2016), özgür ruhlu tipi düşük bulunmuştur (Taşkın ve Çakmak, 2020; Tondello vd., 2019; Lopez ve Tucker, 2019). Tabloda verilen çalışmalar farklı kültürler ve yaş gruplarında gerçekleştirilmiştir. İş hayatında başarılı ve sürdürülebilir bir oyunlaştırma uygulaması yapılabilmesi için kullanıcı tipleri çalışmalarının meslek ve alan bazlı olarak tekrarlanması önem taşımaktadır. İş hayatı ve eğitim gibi alanlarda oyunlaştırma yapıldığında bireylerin fiziksel dünyadaki kişilik tiplerini oyunlaştırma kullanıcı tiplerine yansıtacakları varsayılmaktadır (Tondello vd., 2019; Tondello vd., 2016; Marczewski, 2015). Fiziksel dünyada yer alan beş faktör kişilik tipleri ile sanal dünyada yer alan altılı oyunlaştırma kullanıcı tipolojisi arasında saptanan ilişkiler Şekil 1'de gösterilmektedir.





**Şekil 1: Beş Faktör Kişilik Tipleri ve Altılı Oyunlaştırma Kullanıcı Tipolojisi İlişkisi**

**Kaynak:** Yazar tarafından Tondello vd. (2016) ile Akgün ve Topal (2018) kaynaklarından derlenmiştir.

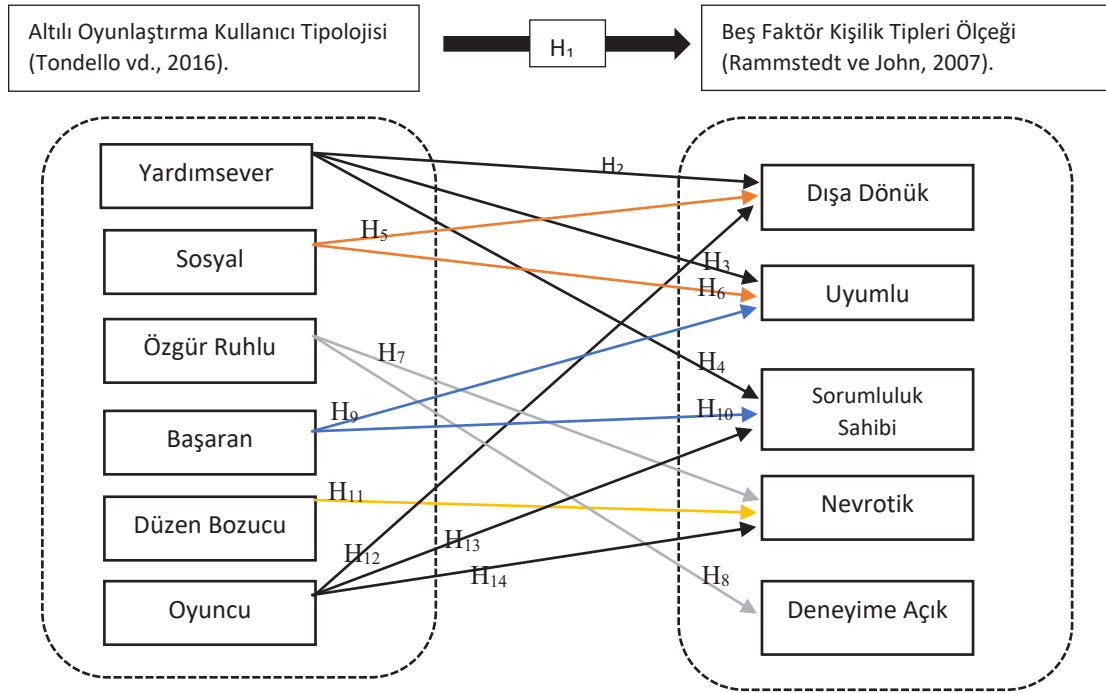
Şekil 1’de yer alan sonuçlara göre bireylerin fiziksel dünyadaki kişilik tiplerini oyunlaştırma tiplerine yansıttıkları ve iki tipolojide de benzer faktörlerinin eşleştiği görülmektedir. Yardımsever ile dışa dönük arasında pozitif bir ilişki saptanmıştır. Oyun içerisinde diğer oyuncular ile paylaşım yapmaktan hoşlanan bir kişi, fiziksel dünyada da sosyal biri olabilmektedir. Benzer şekilde sosyal ile dışa dönük arasında pozitif ilişkinin saptanmasıyla kişinin hem oyun içerisinde hem de fiziksel dünyadaki insan ilişkilerinde aktif olacağı varsayımını ortaya koymaktadır. Özgür ruhlu ve deneyime açık arasında pozitif ilişki bulunması da oyun içerisinde keşfetmeyi seven kişinin fiziksel dünyada da yeniliklere açık olduğunu göstermektedir. Başaran ile uyumlu arasında ilişki saptanamazken, başaran ve sorumluluk sahibi arasında pozitif ilişki tespit edilmiştir. Oyun içerisinde başarı odaklı olan kişinin fiziksel dünyada da sorumluluklarının bilincinde olup yerine getireceği öngörülmektedir. Oyuncu tipine bakıldığında ise dışa dönük ve nevrotik kişilik tipleri ile bir ilişki saptanamadığı görülmektedir.

Otel işletmelerinde insan kaynaklarının oyunlaştırma kullanması durumunda kişilikler ile oyunlaştırma kullanıcı tiplerinin eşleşmesinden çıkacak sonuç hem doğru işe alım stratejilerinin geliştirilmesine hem de iş hayatındaki çatışmaların çözümüne olanak sağlamaktadır. Baskın tipler ve aralarındaki ilişkilerden çıkacak sonuç doğrultusunda oyun tasarımlarında ihtiyaç duyulan önemli bir bilginin boşluğu doldurulabilmektedir. Otel işletmelerinin mevcut ve potansiyel işgörenleri olan Z kuşağının, oyunlaştırma kullanıcı tipleri ve kişilik tipleri arasındaki ilişkilerin belirlenmesiyle hem insan kaynakları hem de oyun tasarımcılarına yönelik bir rehber ortaya konulabilmektedir.

## YÖNTEM

Araştırmanın amacı, otel işletmelerinde mevcut ve potansiyel işgören olan Z kuşağının baskın oyunlaştırma kullanıcı tipleri ve beş faktör kişilik tiplerini belirlemek; oyunlaştırma kullanıcı tipleri ile beş faktör kişilik tipleri arasındaki ilişkileri tespit etmektir. Araştırma nicel olup, baskın tipleri belirlemesi yönüyle betimsel, kişilik ve kullanıcı tipleri arasındaki ilişkiyi tespit etmesi amacıyla da ilişkiyel yöntemle sahiptir. Araştırmanın evrenini 2020-2021 akademik yılı bir devlet üniversitesinin Turizm Fakültesinde eğitim gören 953 sayıdaki yükseköğretim öğrencileri oluşturmaktadır. Bu üniversitenin seçilmesindeki neden bulunduğu ilin Türkiye’nin en önemli turistik destinasyonlara sahip olması ve turizm öğrencilerinin sektör ile etkileşimlerinin fazla olmasıdır. Araştırmada kolayda örnekleme yöntemi ile 449 ankete ulaşılmıştır. Anketlerden 169 tanesi farklı üniversite bölümleri ve kuşaklardan olmaları nedeniyle çıkarılarak, 280 anket geçerli kabul edilmiştir.

Üniversitelerde salgın hastalık sebebiyle uzaktan eğitim uygulandığı için çevrimiçi anket yöntemi kullanılmıştır. Anketin birinci bölümünde 9 sorudan oluşan “Katılımcı Bilgi Soru Formu” bulunmaktadır. İkinci bölümünde 24 sorudan oluşan Tondello vd., (2016) tarafından geliştirilen ve Türkçe uyarlaması Akgün ve Topal (2018) tarafından yapılan Altılı Oyunlaştırma Kullanıcı Tipolojisi Ölçeği (The Gamification User Types Hexad Scale) yer almaktadır. Ölçek 7’li likert tipindedir. Üçüncü bölümde ise Rammstedt ve John (2007) tarafından geliştirilen ve Horzum vd., (2017)beş temel kişilik özelliğini ölçen “Rammstedt ve John (2007) tarafından geliştirilen ve Türkçe uyarlaması yapılan Beş Faktör Kişilik Tipleri Ölçeği kullanılmıştır. Ölçek 10 sorudan oluşup 5’li likert tipindedir. Anket ölçeği için etik kuruldan ve uygulama yapılacak fakülteden uygulama yapma izinleri alınarak gerçekleştirilmiştir. Araştırma modeli Şekil 2’de gösterilmektedir.



**Şekil 2: Araştırma Modeli**

Şekil 2’de görüldüğü gibi araştırmanın amacına yönelik oluşturulan araştırma soruları (AS) ve hipotezleri (H);

AS1: Z kuşağı turizm öğrencilerinin baskın oyunlaştırma kullanıcı tipi nedir?

AS2: Z kuşağı turizm öğrencilerinin baskın beş faktör kişilik tipi nedir?

AS3: Z kuşağı turizm öğrencilerinin altılı oyunlaştırma tipolojisi ile beş faktör kişilik tipi arasında ilişki var mıdır?

Araştırma modeline göre oluşturulan hipotezler ise:

H<sub>1</sub>: Altılı oyunlaştırma kullanıcı tipolojisi ile beş faktör kişilik tipleri ölçeği arasında pozitif ilişki vardır.

H<sub>2</sub>: Yardımsever oyuncu tipi ile dışa dönük kişilik tipi arasında pozitif ilişki vardır.

H<sub>3</sub>: Yardımsever oyuncu tipi ile uyumlu kişilik tipi arasında pozitif ilişki vardır.

H<sub>4</sub>: Yardımsever oyuncu tipi ile sorumluluk sahibi kişilik tipi arasında pozitif ilişki vardır.

H<sub>5</sub>: Sosyal oyuncu tipi ile dışa dönük kişilik tipi arasında pozitif ilişki vardır.

H<sub>6</sub>: Sosyal oyuncu tipi ile uyumlu kişilik tipi arasında pozitif ilişki vardır.

H<sub>7</sub>: Özgür ruhlu oyuncu tipi ile nevrotik kişilik tipi arasında pozitif ilişki vardır.

H<sub>8</sub>: Özgür ruhlu oyuncu tipi ile deneyime açık kişilik tipi arasında pozitif ilişki vardır.

H<sub>9</sub>: Başaran oyuncu tipi ile uyumlu kişilik tipi arasında pozitif ilişki vardır.

H<sub>10</sub>: Başaran oyuncu tipi ile sorumluluk sahibi kişilik tipi arasında pozitif ilişki vardır.

H<sub>11</sub>: Düzen bozucu oyuncu tipi ile nevrotik kişilik tipi arasında pozitif ilişki vardır.

H<sub>12</sub>: Oyuncu tipi ile dışa dönük kişilik tipi arasında pozitif ilişki vardır.

H<sub>13</sub>: Oyuncu tipi ile sorumluluk sahibi kişilik tipi arasında pozitif ilişki vardır.

H<sub>14</sub>: Oyuncu tipi ile nevrotik kişilik tipi arasında pozitif ilişki vardır.

Anket verileri, Question Pro platformu üzerinden çevrimiçi toplanarak cvs uzantısında indirilerek SPSS programına işlenmiştir. İşlenen verilerde kayıp veri olmadığı tespit edilerek, beş faktör kişilik tipleri ölçeğinden 3. 4. 5. 6. 7. sorulara ters kodlama yapılmıştır. Verilerin iç tutarlılığı için Cronbach Alfa değerlerine, faktör analizi için uygunluğu için Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) katsayısına bakılarak ve Barlett küresellik (sphericity) testi yapılmıştır. Verilerin yapı geçerliliğini tespit etmek amacıyla açıklayıcı faktör analizi yapılmıştır. Anketin ilk bölümünden elde edilen demografik verilerin frekans, yüzde değer, ortalama değerler ve standart sapma değerleri hesaplanmıştır. Ortalama ve yüzdelik değerler ile baskın oyunlaştırma kullanıcı tipleri ve beş faktör kişilik tiplerini bulunmuştur. Çarpıklık ve basıklık katsayılarına bakılarak verilerin normal dağılım göstermediği tespit edildiğinden parametrik olmayan ileri istatistik analizleri yapılmıştır. Oyunlaştırma kullanıcı tipleri ile beş faktör kişilik tipleri arasındaki ilişkinin tespit edilmesi için Spearman's Korelasyon testi yapılmıştır.

## BULGULAR

Katılımcılara demografik özelliklerini belirlemek için 9 soru sorulmuş ve herhangi bir boş soru bırakılmamıştır. Örneklem grubu; 175 kadın, 105 erkek katılımcıdan oluşmaktadır. Katılımcıların tamamı bekar olup, Z kuşağı yaş grubunu temsil etmektedirler. Öğrenci olmaları dolayısıyla gelirleri 1-3000 arasında yoğunlaşmaktadır. Katılımcıların en fazla kullanmayı tercih ettiği sosyal medya platformları sırasıyla; %74,3 ile Instagram, %13,2 ile Twitter, %8,6 ile Youtube, %1,4 ile Facebook, %1,4 ile LinkedIn ve %1,1 ile Snapchat olarak belirlenmiştir. Sosyal medya kullanım nedenleri sırasıyla %53,9 ile sosyal etkileşim ve iletişim; %36,8 ile eğlence; %3,6 ile eğitim; %3,6 ile iş geliştirme ve satış; %2,1 ile tanıma ve tanınma olarak belirlenmiştir. Katılımcılar tarafından demografik sorulara verilen cevapların frekans ve yüzde dağılımları, Tablo 3'te gösterilmektedir.

**Tablo 3: Demografik Özelliklere göre Frekans ve Yüzde Dağılımları**

CİNSİYET	N	%	ÜNİVERSİTE BÖLÜM	N	%
Kadın	175	62,5	Konaklama İşletmeciliği	74	26,4
Erkek	105	37,5	Seyahat İşletmeciliği	75	26,8
MEDENİ DURUM			Yiyecek ve İçecek İşletmeciliği	79	28,2
Evli	0	0	Turizm İşletmeciliği (İngilizce)	16	5,7
Bekar	280	100,0	Turizm İşletmeciliği	36	12,9
YAŞ			OTELDE ÇALIŞILAN BÖLÜM		
2004-1995	280	100,0	İşletme Sahibi/Yönetici	6	2,1
GELİR			Departman Müdürü	7	2,5
1-2000 TL	137	48,9	İnsan Kaynakları	15	5,4
2001-3000 TL	84	30,0	Satış Pazarlama	28	10,0
3001-4000 TL	41	14,6	Ön Büro	80	28,6
4001 TL ve üzeri	18	6,4	Yiyecek-İçecek	98	35,0



SOSYAL MEDYA PLATFORM			Mutfak	28	10,0
Facebook	4	1,4	Kat Hizmetleri	8	2,9
Instagram	208	74,3	Animasyon	4	1,4
Twitter	37	13,2	Teknik	6	2,1
Youtube	24	8,6	OTELDE ÇALIŞILAN SÜRE		
Snapchat	3	1,1	1-3 ay	73	26,1
Linkedin	4	1,4	4-6 ay	139	49,6
KULLANIM AMACI			7-12 ay	48	17,1
Sosyal Etkileşim ve İletişim	151	53,9	1-5 yıl	20	7,1
Tanıtım ve Tanınma	6	2,1	SEKTÖRDE ÇALIŞMA İSTEĞİ		
Eğitim	10	3,6	İstiyor	184	65,7
Eğlence	103	36,8	İstemiyor	96	34,3
İş Geliştirme ve Satış	10	3,6	Toplam	280	100,0

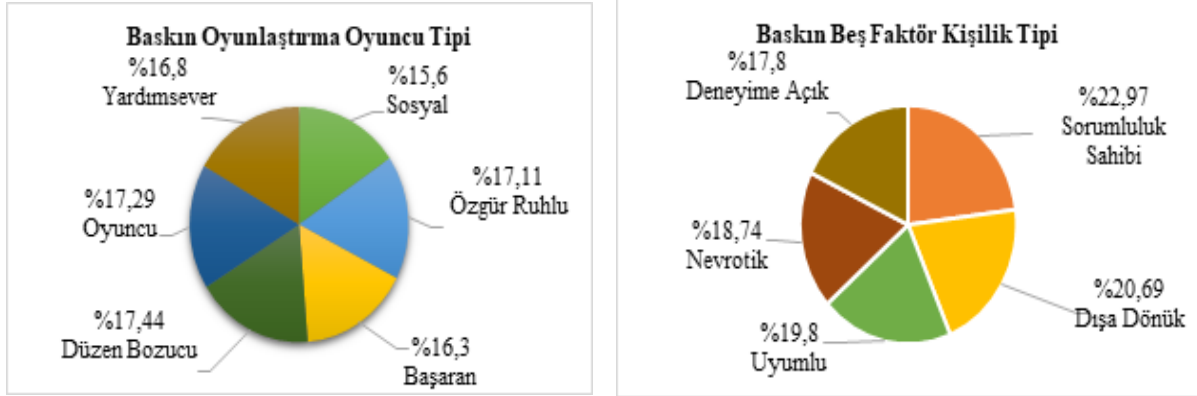
Katılımcıların %28,2'si Yiyecek ve İçecek İşletmeciliği, %26,8'i Seyahat İşletmeciliği, %26,4'ü Konaklama İşletmeciliği, %12,9'u Turizm İşletmeciliği, %5,7'si ise Turizm İşletmeciliği (İngilizce) bölümü öğrencisidir. Katılımcıların %35'i yiyecek-içecek, %28,6'sı ön büro, %10'u mutfak, %10'u satış pazarlama, %5,4'ü insan kaynakları, %2,9'u kat hizmetleri, %2,1'i teknik ve %1,4'ü animasyon departmanlarında deneyimleri bulunmaktadır. Katılımcıların öğrenci olmaları sebebiyle otel işletmelerinde çalıştıkları süre 1 yıldan azdır. Katılımcıların %65,7'si turizm sektöründe çalışmayı istemekteyken, %34,3'sinin istemediği tespit edilmiştir.

Altılı Oyunlaştırma Kullanıcı Tipleri Ölçeğinin Cronbach's Alpha katsayısı 0,826 olarak bulunmuştur. Ölçek orijinalinde olduğu gibi 6 faktöre dağılıp, alt faktörlerin Cronbach's Alpha katsayıları, 0,406 ile 0,829 arasındadır. SPSS'de gerçekleştirilen açıklayıcı faktör analizi sonucunda KMO değeri 0,846; Bartlett's Küresellik Testi sonucu Ki Kare değeri 2164.584; serbestlik derecesi değeri (df) 276 ve Sig Değeri 0,000 bulunmuş olup toplam varyansı %57,743 oranında açıklamaktadır. Beş Faktör Kişilik Tipleri Ölçeğinin Cronbach's Alpha katsayısı 0,477 olarak bulunmuştur. Ölçek orijinalinde olduğu gibi 5 faktöre dağılıp, alt faktörlerin Cronbach's Alpha katsayıları 0,458 ile 0,903 arasındadır. Gerçekleştirilen açıklayıcı faktör analizi sonucunda KMO değeri 0,605; Bartlett's Küresellik Testi sonucu Ki Kare değeri 296.248; serbestlik derecesi değeri (df) 45 ve Sig Değeri 0,000 bulunmuş olup toplam varyansı %68,387 oranında açıklamaktadır. Z kuşağı turizm yükseköğretim öğrencilerinin oyunlaştırma kullanıcı tipleri ve beş faktör tipleri ortalamaları Tablo 4'te gösterilmektedir.

**Tablo 4: Z Kuşağı Turizm Öğrencilerinin Oyunlaştırma Kullanıcı Tipleri ve Beş Faktör Tipleri Ortalamaları**

OYUNLAŞTIRMA					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Yardımsaver	280	2.25	7.00	5.6607	.89004
Sosyal	280	1.25	7.00	5.0750	.84941
OzgurRuhlu	280	1.00	7.00	5.7652	.82848
Basaran	280	2.00	7.00	5.4905	.91793
DuzenBozucu	280	1.60	7.00	5.8757	.84309
Oyuncu	280	1.75	7.00	5.8268	.83516
BEŞ KİŞİLİK					
DisaDonuk	280	2.00	5.00	3.7893	.70092
Uyumluluk	280	2.00	5.00	3.6250	.63957
Sorumluluk	280	2.00	5.00	4.2071	.69557
Nevrotiklik	280	1.00	5.00	3.4321	.79697
DeneyimeAciklik	280	1.50	5.00	3.2589	.69940

Tablo 4’te görüldüğü gibi katılımcıların oyunlaştırma kullanıcı tipleri 5.87 ile Düzen Bozucu; 5.82 ile Oyuncu; 5.76 ile Özgür Ruhlu; 5.66 ile Yardımsever; 5.49 ile Başaran ve 5.07 ile Sosyal şeklinde sıralanmaktadır. Kişilik tipleri ise 4.20 ile Sorumluluk Sahibi; 3.78 ile Dışa Dönük; 3.62 ile Uyumlu; 3.43 ile Nevrotik ve 3.25 ile Deneyime Açık olarak sıralanmaktadır. Öğrencilerin baskın tiplerinin yüzdelerik değerleri Şekil 3’te gösterilmektedir.



**Şekil 3: Z Kuşağı Turizm Öğrencilerinin Oyunlaştırma Kullanıcı Tipleri ve Beş Faktör Tipleri Yüzdelerik Dağılımı**

Şekil 3’te görüldüğü gibi katılımcıların baskın oyunlaştırma kullanıcı tipi, %17,44 ile Düzen Bozucudur. Ama diğer oyunlaştırma tiplerine sahip olunması oranları birbirine çok yakındır. Katılımcıların baskın kişilik tipi ise %22,97 ile Sorumluluk Sahibidir. Diğer taraftan diğer kişilik tipleri de birbirine çok yakın çıkmıştır. Oyunlaştırma kullanıcı tipleri ile kişilik tipleri arasındaki ilişkinin tespiti için yapılan Spearman’s Korelasyon testi sonucu Tablo 5’te gösterilmektedir.

**Tablo 5: Oyunlaştırma Kullanıcı Tipleri ile Beş Faktör Kişilik Tipleri Korelasyon Analizi**

		OyuncuTipi	BeşKişilikTipi
Spearman’s rho	KullanıcıTipi	Correlation Coefficient	1.000
		Sig. (2-tailed)	.
		N	280
	BeşKişilikTipi	Correlation Coefficient	-.101
		Sig. (2-tailed)	.091
		N	280

Tablo 5’te görüldüğü gibi oyunlaştırma kullanıcı tipleri ile kişilik tipleri arasında düşük düzeyde negatif yönde ilişki tespit edilmiştir. Kullanıcı tipleri ve beş faktör Spearman’s korelasyon katsayısı  $r = -0,101$  ve anlamlılık düzeyi  $p = 0,091$  olarak bulunmuştur. Korelasyon katsayısının 0,01 ile 0,29 arasında olması düşük düzeyde ilişkiyi; 0,30 ile 0,70 arasında olması orta düzeyde ilişkiyi; 0,71 ile 0,99 arasında olması yüksek düzeyde ilişkiyi; 1,00 değeri ise mükemmel ilişkiyi ifade etmektedir (Büyüköztürk vd., 2011). Ölçeklerin alt boyutları için yapılan korelasyon analizi sonuçları Tablo 6’da yer almaktadır. Yardımsever (YRD); Sosyal (SYL); Özgür Ruh (OZR); Başaran (BSR); Düzen Bozucu (DZB); Oyuncu (OYC); Dışa Dönük (DSD); Uyumluluk (UYL); Sorumluluk (SRL); Nevrotiklik (NRV); Deneyime Açıklık (DYA) kısaltmaları ile gösterilmektedir.

Tablo 6: Oyulaştırma Kullanıcı Tipleri ile Kişilik Tipleri Alt Boyutları Korelasyon Analizi Sonuçları

		DSD	UYL	SRL	NRV	DYA
YRD	Correlation Coefficient	-.081	.045	-.213**	.045	-.050
	Sig. (2-tailed)	.179	.455	.000	.456	.405
SYL	Correlation Coefficient	-.024	.030	.026	-.028	-.049
	Sig. (2-tailed)	.684	.617	.660	.645	.412
OZR	Correlation Coefficient	-.090	.034	-.175**	-.004	-.053
	Sig. (2-tailed)	.132	.569	.003	.947	.376
BSR	Correlation Coefficient	-.063	.020	-.164**	-.028	-.042
	Sig. (2-tailed)	.294	.737	.006	.647	.481
DZB	Correlation Coefficient	-.056	.046	-.070	.018	.011
	Sig. (2-tailed)	.351	.441	.241	.764	.854
OYC	Correlation Coefficient	-.103	.050	-.201**	-.075	-.056
	Sig. (2-tailed)	.084	.404	.001	.213	.352

\*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

\*\*. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Tablo 6'da görüldüğü gibi yardımsever, dışa dönük ile -0,081; sorumluluk ile -0,213; deneyimi açıklık ile -0,050 oranlarında düşük düzeyde negatif ilişkiler göstermektedir. Yardımsever, uyumlu ile 0,045; nevrotik ile 0,045 oranlarında düşük düzeyde pozitif ilişki saptanmıştır. Sosyal, dışa dönük ile -0,024; nevrotik ile -0,028; deneyime açıklık ile -0,049 oranlarında düşük düzeyde negatif ilişkiler göstermektedir. Sosyal, uyumluluk ile 0,030; sorumluluk ile 0,026 oranlarında düşük düzeyde pozitif ilişkiler tespit edilmiştir. Özgür ruhlu, dışa dönük ile -0,090; sorumluluk ile -0,175; deneyime açıklık ile -0,053 oranlarında düşük düzeyde negatif ilişkiler göstermektedir. Özgür ruhlu, uyumlu ile 0,034 düşük düzeyde pozitif ilişki gösterirken, nevrotik ile 0,004 ilişki bulunmamaktadır. Başaran, dışa dönük ile -0,063; sorumluluk ile -0,164; nevrotik ile -0,028; deneyime açık ile 0,042 oranlarında düşük düzeyde negatif ilişkiler göstermektedir. Başaran, uyumluluk ile 0,020 düşük düzeyde pozitif ilişki saptanmıştır. Düzen bozucu, dışa dönük ile -0,056; sorumluluk ile -0,070 oranlarında düşük düzeyde negatif ilişkiler göstermektedir. Düzen bozucu, uyumluluk ile 0,046; nevrotik ile 0,018; deneyime açık ile 0,011 oranlarında düşük düzeyde pozitif ilişkiler tespit edilmiştir. Oyuncu, dışa dönük ile -0,103; sorumluluk ile -0,201; nevrotik ile -0,075; deneyime açık -0,056 oranlarında düşük düzeyde negatif ilişkiler saptanmıştır. Oyuncu ile uyumluluk 0,050 düşük düzeyde pozitif ilişkiler göstermektedir. Araştırma sonuçlarına ilişkin kabul ve reddedilen hipotezler ve bulunan ilişkiler Tablo 7'de verilmektedir.

Tablo 7: Araştırma Hipotezleri Sonuçları

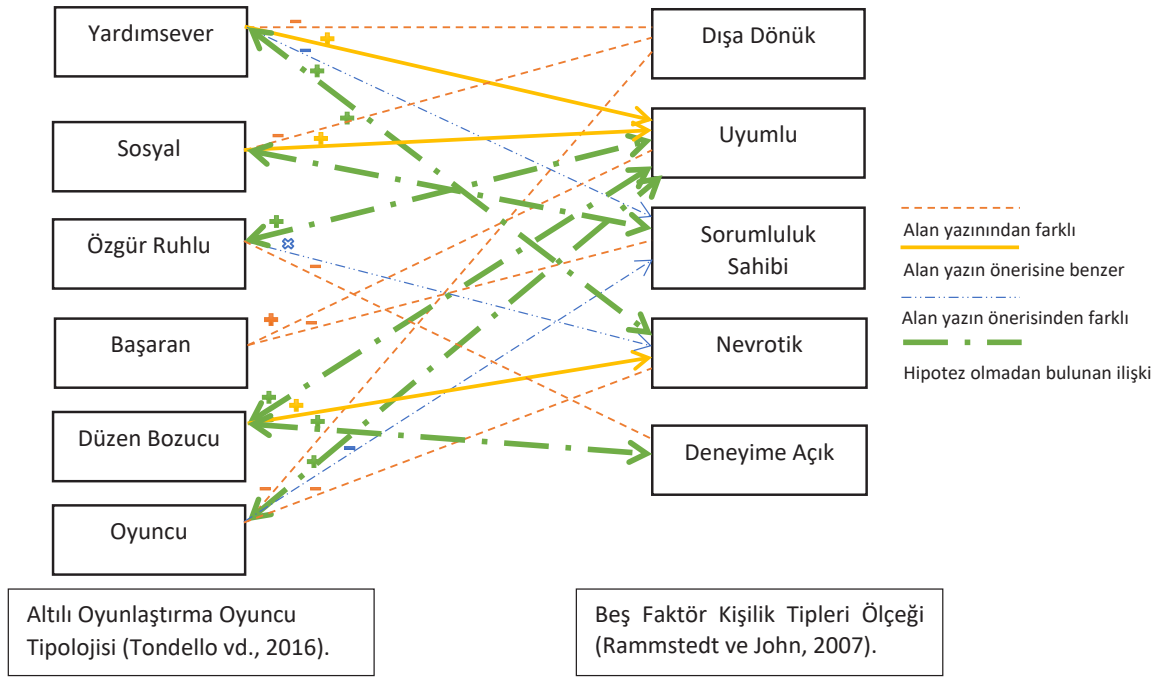
HİPOTEZLER	SONUÇ	KORELASYON
H <sub>1</sub> : Altılı oyunlaştırma kullanıcı tipolojisi ile beş faktör kişilik tipleri ölçeği arasında pozitif ilişki vardır.	red	-.101 düşük düzeyde negatif
H <sub>2</sub> : Yardımsever oyuncu tipi ile dışa dönük kişilik tipi arasında pozitif ilişki vardır.	red	-.081 düşük düzeyde negatif
H <sub>3</sub> : Yardımsever oyuncu tipi ile uyumlu kişilik tipi arasında pozitif ilişki vardır.	kabul	.045 düşük düzeyde pozitif
H <sub>4</sub> : Yardımsever oyuncu tipi ile sorumluluk sahibi kişilik tipi arasında pozitif ilişki vardır.	red	-.21 düşük düzeyde negatif
H <sub>5</sub> : Sosyal oyuncu tipi ile dışa dönük kişilik tipi arasında pozitif ilişki vardır.	red	-.024 düşük düzeyde negatif
H <sub>6</sub> : Sosyal oyuncu tipi ile uyumlu kişilik tipi arasında pozitif ilişki vardır.	kabul	.030 düşük düzeyde pozitif
H <sub>7</sub> : Özgür ruhlu oyuncu tipi ile nevrotik kişilik tipi arasında pozitif ilişki vardır.	red	-.004 ilişki yok

H <sub>8</sub> : Özgür ruhlu oyuncu tipi ile deneyime açık kişilik tipi arasında pozitif ilişki vardır.	red	-.053 düşük düzeyde negatif
H <sub>9</sub> : Başaran oyuncu tipi ile uyumlu kişilik tipi arasında pozitif ilişki vardır.	kabul	.020 düşük düzeyde pozitif
H <sub>10</sub> : Başaran oyuncu tipi ile sorumluluk sahibi kişilik tipi arasında pozitif ilişki vardır.	red	-.16 düşük düzeyde negatif
H <sub>11</sub> : Düzen bozucu oyuncu tipi ile nevrotik kişilik tipi arasında pozitif ilişki vardır.	kabul	.018 düşük düzeyde pozitif
H <sub>12</sub> : Oyuncu tipi ile dışa dönük kişilik tipi arasında pozitif ilişki vardır.	red	-.10 düşük düzeyde negatif
H <sub>13</sub> : Oyuncu tipi ile sorumluluk sahibi kişilik tipi arasında pozitif ilişki vardır.	red	-.20 düşük düzeyde negatif
H <sub>14</sub> : Oyuncu tipi ile nevrotik kişilik tipi arasında pozitif ilişki vardır.	red	-.075 düşük düzeyde negatif

Üçüncü araştırma sorusu olan iki ölçek arasındaki ilişkilerin saptanması amacıyla hipotezler oluşturulmuştur. Tablo 7'de görüldüğü gibi altılı oyunlaştırma kullanıcı tipolojisi ile beş faktör kişilik tipleri ölçeği arasında düşük düzeyde negatif ilişki bulunarak birinci hipotez reddedilmiştir. Ayrıca hipotezler doğrultusunda ölçeklerin alt faktörleri arasında kurulan ilişkiler de test edilmiştir. Alt faktörler arasında oluşturulan 13 ilişki hipotezinin 4 tanesi kabul edilerek 9 tanesi reddedilmiştir. Yardımsever ile dışa dönük arasında düşük düzeyde negatif ilişki saptanmıştır. Yardımsever ile uyumlu arasında düşük düzeyde pozitif ilişki saptanmıştır. Yardımsever ile sorumluluk arasında düşük düzeyde negatif ilişki saptanmıştır. Sosyal ile dışa dönük arasında düşük düzeyde negatif ilişki saptanmıştır. Sosyal ile uyumlu arasında düşük düzeyde pozitif ilişki saptanmıştır. Özgür ruhlu ile nevrotik arasında düşük düzeyde negatif ilişki saptanmıştır. Özgür ruhlu ile deneyime açık arasında düşük düzeyde negatif ilişki saptanmıştır. Başaran ile uyumlu arasında düşük düzeyde pozitif ilişki saptanmıştır. Başaran ile sorumluluk arasında düşük düzeyde negatif ilişki saptanmıştır. Düzen bozucu ile nevrotik arasında düşük düzeyde pozitif ilişki saptanmıştır. Oyuncu ile dışa dönük, sorumluluk ve nevrotik arasında düşük düzeyde ilişkiler bulunmuştur. Hipotez sonuçları Z kuşağı turizm öğrencilerinin beklenenin aksine fiziksel dünyadaki kişilik tiplerini sanal dünyaya taşımayarak farklı iki tipoloji geliştirdiklerini desteklemektedir.

## **TARTIŞMA**

İnsanların, fiziksel dünya ve sanal dünyada aynı kişilik özellikleri ile var olduğu tartışılmaktadır (Tondello vd., 2016). Bu tartışma, fiziksel dünyasında ve yetişkinliğinde internet ile sanal dünya olmayan kuşaklar için geçerlidir. Fakat internet ile büyüyen ilk kuşağın (Z kuşağı) yetişkinliğe geçişi ve iş hayatına atılmasıyla öncekilerden çok farklı kişiliğe sahip işgörenler ile karşılaşılacağı Jenkis (2022), Dolot (2018), Twenge (2018), Bencsik vd. (2016) ve Turner (2015) tarafından savunulmaktadır. Z kuşağı, küçüklüğünden itibaren fiziksel dünyanın yanı sıra sanal dünya ve oyunlarda da ilişkiler kurarak ayrı bir kişilik geliştirdiği Jenkis (2022), Dolot (2018) ve Twenge (2018) tarafından vurgulanmaktadır. Bunun sonucunda, iş hayatında gerçekleştirilecek oyunlaştırma gibi teknolojik gelişmelerde hem fiziksel dünya hem de sanal dünya kişiliklerine bakıldığında elde edilecek ilişkiler oyun tasarımlarının başarısını etkileyebilmektedir (Tondello vd., 2016; Marczewski, 2015; Chou, 2015; Kumar ve Herger, 2013; Werbach ve Hunter, 2012). Bu araştırma bulguları alan yazınından farklı, alan yazın önerisine benzeyen, alan yazın önerisinden farklı ve hipotez olmadan bulunan ilişkiler olarak dört farklı kategoride bulunmuş olup Şekil 4'te gösterilmektedir.



**Şekil 4: Altılı Oyunlaştırma Kullanıcı Tipolojisi ve Beş Faktör Kişilik Tipleri İlişki Bulguları**

Şekil 4'te görüldüğü gibi alan yazınında bulunan yedi ilişki bu araştırmada tekrarlanmış ve farklı sonuçlar bulunmuştur. Alan yazınında yardımsaver ve dışa dönük arasında pozitif ilişki bulunurken (Tondello vd., 2016), bu araştırmada negatif ilişki bulunmuştur. Tondello vd., (2016) tarafından sosyal ve dışa dönük arasında pozitif ilişki bulunurken, bu araştırmada negatif ilişki tespit edilmiştir. Benzer şekilde alan yazınında özgür ruhlu ve deneyime açık ile başaran ve sorumluluk sahibi arasında pozitif ilişki bulunurken (Tondello vd., 2016), bu araştırmada negatif ilişki bulunmuştur. Tondello vd. (2016) tarafından başaran ve uyumlu arasında ilişki yok olarak tespit edilirken, bu araştırmada pozitif ilişki saptanmıştır. Tondello vd. (2016) tarafından oyuncu ve dışa dönük ile oyuncu ve nevrotik arasında ilişki saptanamazken bu araştırmada ikisinde de negatif ilişki bulunmuştur.

Alan yazınında mevcut sonuçların yanı sıra hipotez kurulmadan tespit edilen altı ilişki bulunmaktadır. Bu araştırmada, Tondello vd. (2016) tarafından önerilen altı ilişki hipotez kurularak test edilmiştir. Sonuçlar Şekil 4'te alan yazın önerisine benzer ve alan yazın önerisinden farklı olarak gösterilmektedir. Yardımsaver ve uyumlu; sosyal ve uyumlu ile düzen bozucu ve nevrotik arasında pozitif ilişkiler saptanmıştır. Yardımsaver ve sorumluluk sahibi ile oyuncu ve sorumluluk sahibi arasında negatif ilişkiler bulunmuştur. Alan yazın önerisinden farklı olarak özgür ruhlu ve nevrotik arasında ilişki tespit edilememiştir. Araştırma sonucunda, son kategori olarak hipotez kurulmadan altı pozitif ilişki tespit edilmiştir. Yardımsaver ve nevrotik arasında pozitif ilişki saptanmıştır. Sosyal ve sorumluluk sahibi arasında pozitif ilişki saptanmıştır. Özgür ruhlu ve uyumlu arasında pozitif ilişki saptanmıştır. Düzen bozucu hem uyumlu hem de deneyime açık arasında pozitif ilişkiler bulunmuştur. Son olarak oyuncu ve uyumlu arasında da pozitif ilişki tespit edilmiştir.

**Tablo 8: Oyunlaştırma Kullanıcı Tipleri Baskın Değerlerinin Araştırma Sonuçları ile Alan Yazının Karşılaştırılması**

	Düzen Bozucu	Oyuncu	Özgür Ruhlu	Yardımsaver	Başaran	Sosyal
Araştırma Sonuçları	Y	Y	Y	O	O	D
Taşkın ve Çakmak (2020)	Y	Y	D	O	O	Y
Manzano-León vd. (2020)	D	O	Y	Y	O	Y
Altmeyer vd. (2020)	D	Y	Y	O	Y	O
Tondello vd. (2019)	Y	Y	D	O	O	O
Şenocak vd. (2019)	D	O	Y	Y	Y	O
Lopez ve Tucker (2019)	O	D	D	O	O	Y
Tondello vd. (2016)	Y	O	O	Y	D	Y

Y: Yüksek, D: Düşük, O: Orta

Araştırma sonucunda düzen bozucu oyuncu tipinin baskın çıkması Taşkın ve Çakmak (2020), Tondello vd. (2019) ile Tondello vd. (2016) çalışmalarıyla benzerlik göstermektedir. Bunun yanı sıra Altmeyer vd. (2020), Manzano-León vd. (2020) ile Şenocak vd. (2019), düzen bozucuyu en düşük bularak bu araştırmadan farklılaşmaktadırlar. Düzen bozucudan sonra oyuncu tipinin de yüksek çıkması Taşkın ve Çakmak (2020), Altmeyer vd. (2020) ile Tondello vd. (2019) çalışmalarıyla benzerlik göstermektedir. Farklı olarak Lopez ve Tucker (2019) ise oyuncu tipini en düşük saptamışlardır. Özgür ruhunun da yüksek bulunması Manzano-León vd. (2020), Altmeyer vd. (2020) ve Şenocak vd. (2019) ile benzerlik gösterse de en düşük olarak saptandığı çalışmalar da mevcuttur (Taşkın ve Çakmak, 2020; Tondello vd., 2019; Lopez ve Tucker, 2019). Özgür ruhunun da yüksek bulunması Manzano-León vd. (2020), Altmeyer vd. (2020) ve Şenocak vd. (2019) ile benzerlik gösterse de en düşük olarak saptandığı çalışmalar da mevcuttur (Taşkın ve Çakmak, 2020; Tondello vd., 2019; Lopez ve Tucker, 2019). Yardımsaver oyuncu tipinin ortalama bulunması Taşkın ve Çakmak (2020), Altmeyer vd. (2020), Tondello vd. (2019) ile Lopez ve Tucker (2019) ile benzerlik göstermektedir. Başaran oyuncu tipinin ortalama bulunması da Taşkın ve Çakmak (2020), Manzano-León vd. (2020), Tondello vd. (2019) ile Lopez ve Tucker (2019) ile benzerlik göstermektedir. Sosyal bu araştırmada en düşük oyuncu tipi olarak bulunurken, Taşkın ve Çakmak (2020), Manzano-León vd. (2020), Lopez ve Tucker (2019) ile Tondello vd. (2016) tarafından yüksek bulunmuştur. Daha önce yapılan araştırmalar farklı kültürler ve yaş gruplarında uygulanmıştır. Taşkın ve Çakmak (2020) ile Şenocak vd. (2019) çalışmalarını ülkemizin devlet üniversitelerinde örneklem içerisinde Z kuşağının da bulunduğu öğrencilerin katılımıyla gerçekleştirmişlerdir. Bu araştırmada Z kuşağının ön plana çıkmasının nedeni zamanını sürekli internet ve dijital oyunlar ile geçirmesidir (Jenkis, 2022; Dolot, 2018; Twenge, 2018). Turizm sektöründe insan ilişkileri ön planda olmasına rağmen Z kuşağı turizm öğrencilerinin sosyal tipi en düşük bulunması bu kuşağın asosyal olduğunu göstermektedir (Twenge, 2018).

Sorumluluk sahibi kişilik tipinin baskın bulunması, alan yazınında turizm öğrencileri üzerinde yapılan çalışmalar ile benzerlik göstermektedir (Aslan vd., 2012; Keleş ve Çakır Keleş, 2017; Köroğlu, 2014). Fakat turizm işgörenleri üzerine yapılan çalışmalarda sorumluluk sahibi en düşük kişilik tipi olarak yer almaktadır (Bayat ve Selçuk, 2017; Tan ve Demir, 2018). Turizm öğrencileri ve işgörenleri arasındaki farklılık kuşakların etkisinden kaynaklanabilir. Dışa dönük ve uyumlu kişilik tipleri ortalamanın üzerinde bulunarak alan yazın ile benzerlik göstermektedirler (Keleş, 2019; Keskin ve Gündoğan, 2019; Kabakulak, 2018; Tan ve Demir, 2018; Keleş ve Çakır Keleş, 2017; Akgündüz vd., 2015; Köroğlu, 2014; Pelit vd., 2013; Aslan vd., 2012; Tekin vd., 2012). Araştırmada nevrotik kısmen düşük bulunsu da en düşük deneyime açık olarak saptanmıştır. Nevrotik kişilik tipi alan yazınında en düşük tip olarak bulunarak bu araştırmadan farklılaşmaktadır (Akgündüz vd., 2015; Kabakulak, 2018; Keleş, 2019; Keskin ve Gündoğan, 2019; Tekin vd., 2012). Çetinsöz ve Akdağ, (2015) ile Pelit vd. (2013) çalışmalarında deneyime açık kişilik tipini en düşük bularak bu araştırma ile benzerlik göstermektedirler. Fakat turizm öğrencileri üzerine yapılan çalışmalarda deneyime açık en yüksek bulunarak bu araştırmadan farklılaşmaktadırlar (Keleş ve Çakır Keleş, 2017; Köroğlu, 2014).



## SONUÇ

Teknolojinin gelişmesi ve yeni kuşakların iş hayatına girmesiyle birlikte insan kaynakları yönetiminde geleneksel yaklaşım yetersiz kalmaya başlamıştır. İş hayatında yaşanan sorunları çözmeye yönelik oyunlaştırılmış insan kaynakları yaklaşımı, kişilik özellikleri ve oyunlaştırma kullanıcı tipleri eşleşmesi sonucunda doğru kişiyi, doğru işe yerleştirebilir. Bu eşleşmeden oluşacak işgören tipleri (persona) göz önüne alınarak başarılı oyunlaştırma tasarımları gerçekleştirilebilir. Bu çalışmada turizm sektörü ve otel işletmeleri için mevcut veya potansiyel işgören olan Z kuşağının baskın oyunlaştırma kullanıcı tipleri ile kişilik tiplerinin bulunması ve alt boyutların arasındaki ilişkilerin ortaya konulması amaçlanmıştır. Araştırma sonucunda turizm öğrencilerinin baskın oyunlaştırma kullanıcı tipi düzen bozucu, baskın beş faktör kişilik tipi ise sorumluluk sahibi olarak belirlenmiştir.

Baskın oyunlaştırma kullanıcı tipine göre tasarlanacak oyunlaştırma uygulamalarında dikkat edilmesi gereken unsurlar vardır. Turizm işgörenlerine yönelik yapılacak oyunlaştırma tasarımlarında düzen bozucu tipine uygun inovasyon platformları, oylama mekanizmaları, geliştirme araçları, anonimlik ve anarşik oynanabilirlik oyun elementleri tercih edilmelidir. Düzen bozucu tipi hem pozitif hem negatif iki uçtan oluşmaktadır. Düzen bozucunun negatif ucu diğer oyuncuları rahatsız etmekten zevk alırken, pozitif ucu ise sistemin sınırlarını test ederek geliştirmeyi istemektedir. Z kuşağı için düzeni bozmak olumsuz değil tam tersi daha iyi olması için yapılan bir eylem olabilmektedir. İkinci sırada oyuncunun baskın çıkması da Z kuşağının dışsal ödül motivasyonu odaklı olduğunu göstermektedir. Oyuncu tipine uygun olarak puan, ödül veya takdir, liderlik tablosu, rozet veya başarı, sanal ekonomi, piyango ve şans oyunu elementleri tercih edilmelidir. Ayrıca düzen bozucunun negatif uçları puan, ödül, takdir gibi dışsal ödül verilerek azaltılabilir.

Fiziki hayatta bilinen kişilik tiplerine göre ise durum değişmemektedir. Oyun tasarımında beş kişilik tipine göre baskın kişilik tipinin özellikleri göz önünde bulundurulmalıdır. Turizm öğrencileri sorumluluk sahibi kişilik tipinin baskın çıkması sonucunda düzenli, güvenilir, çalışkan, öz disiplin sahibi, dakik, titiz, sade, hırslı ve azimli kişilik özellikleri göstermektedirler. Bu kişilik tipi düzen bozucu oyunlaştırma kullanıcı tipi ile tamamen farklı özelliklere sahiptir. Bu sebeple Z kuşağı, sistemin hatasını bulana kadar bu özellikleri gösterirken bulduktan sonra ise düzen bozucu özelliklerini gösterecektir. İkinci baskın sonuç olan dışa dönük kişiliği ise sosyal, aktif, konuşkan, kişi odaklı, iyimser, sevecen davranışlar sergilemektedir. Fakat oyunlaştırma kullanıcı tiplerinde bu kişiliğe benzer olan sosyal en düşük olarak saptanmıştır. Buradan Z kuşağının motivasyonları arasında sosyallığın ön planda olmadığı sonucuna varılmıştır. Z kuşağının durum ve şartlara göre hem sosyal hem de sosyal olmayan tavırlar sergileyeceği anlaşılmaktadır.

Bu çalışmanın örnekleme olan Z kuşağı turizm öğrencilerinin sanal dünyadaki oyunlaştırma kullanıcı tipleri ile fiziksel dünyadaki kişilik tiplerinin eşleşmediği sonucuna ulaşılmıştır. Oyunlaştırma kullanıcı tipleri ile beş faktör kişilik tiplerinin eşleşmemesi Z kuşağının fiziksel dünyada farklı, sanal dünyada farklı bir kişilik ortaya koyduğunu göstermektedir. Gelişen teknoloji kullanımı ile bu iki dünya arasındaki farklılıkların sonraki kuşaklarda gittikçe artacağı da diğer bir dikkat çekici unsurdur. İş hayatlarının sanal dünyaya uyarlanmasının ardından insan kaynakları yönetimi için işgörenlerin sadece fiziksel ortamlardaki tipleri (persona) yetersiz kalacaktır. Özellikle teknoloji bazlı veya teknoloji kullanımına geçecek olan turizm işletmelerinde insan kaynakları yönetiminin tipleri oluştururken işgörenlerin dijital kimliklerinin göz önüne alınması gerekmektedir.

Araştırmanın sınırlılıkları doğrultusunda belirli bir yaş grubunu kapsamaması ve tek bir üniversite öğrencilerine yönelik yapılması sınırlılık oluşturmaktadır. Araştırmanın evren ve örneklemini oluşturan öğrencilerin seçilme nedeni zaman sınırlılığı, salgın hastalık süreci ve maddi kısıtlılıklardır. Araştırmanın belirli bir yaş grubunu kapsayan katılımcılardan oluşmasının nedeni ise Z kuşağının profilini ortaya koymayı amaçlamasıdır. Araştırmada kullanılan ölçeklerden elde edilen sonuçlar toplandığı örneklem ile sınırlıdır.

Araştırmanın özgün değeri turizm sektörü için mevcut ve potansiyel işgören olan Z kuşağına yönelik oluşturulacak tipler (persona) insan kaynakları departmanına rehber niteliği taşımasıdır. Turizmde yapılacak olan oyunlaştırma uygulamalarında kişilik ve oyunlaştırma kullanıcı tiplerinin bilinmesi sonucunda oluşacak tipler (persona) ile insan kaynakları yönetimi doğru kişiyi doğru işe yerleştirebilir. Ayrıca araştırma sonuçları turizm sektörüne yönelik uygulama geliştirecek oyun tasarımcıları için uygun elementlerin kullanılmasında ve oyun tasarımının yapılmasında etkili olacaktır. Turizm sektöründe oyunlaştırma tasarımı yapılırken bu tiplerle uygun mekanik, dinamik ve elementlerin kullanılması başarıyı arttıracaktır.

Araştırma sonuçlarının gelecek etkileri arasında turizm alanında yapılacak disiplinler arası çalışmalara öncü olması ve alan yazının gelişmesine katkı sağlaması gelmektedir. Ayrıca Z kuşağı kişilik özelliği araştırmalarının sosyoloji alanı ile sınırlandırmayarak diğer disiplinlerde de kullanımına örnek olmaktadır. Araştırma, oyunlaştırma ve oyun tasarımı konularının da disiplinler arası çalışılmasına öncü olmaktadır. İnsan odaklı oyun ve oyunlaştırma tasarımlarının yapılmasına dikkat çekmektedir. Araştırma sonuçlarının farklı örneklerde ve kuşak üyelerinde tekrarlanması önerilmektedir. Bu araştırmada hipotez kurulmadan saptanan ilişkilerin gelecek araştırmalarda test edilmesi alan yazını zenginleştirecektir. Benzer şekilde iş hayatlarının başında bulunan kuşak üyelerinin fiziksel ve sanal dünya kişiliklerini belirlemeye yönelik akademik çalışmalar yapılması oldukça önemlidir. Gelecek araştırmalarda işgören olan Z kuşağına bakılması tavsiye edilmektedir. Ayrıca Y veya Alfa kuşağı gibi farklı kuşaklara bakılarak karşılaştırılmaları yapılması önerilmektedir. Araştırmanın farklı disiplinlerde öğrenci olan Z kuşağı ile tekrarlanması tavsiye edilmektedir.

Sonuç olarak teknolojinin insan hayatına etkisi gün geçtikçe artmaktadır. Özellikle Z kuşağı ve sonrasında gelen kuşaklar için sanal ve fiziksel dünya ayrımının oluşmasına etki etmektedir. Bu kuşakların fiziksel dünyadaki kişilik tiplerinin yanı sıra sosyal medya profilleri ve oyuncu tipleri gibi sanal dünyadaki kişilikleri de oluşmaktadır. Z kuşağının oyun ve oyunlaştırma kullanılan durumlarda fiziksel dünyadaki kişiliklerini bırakıp sanal dünyadaki kişiliklerine geçeceği anlaşılmaktadır. İş hayatının da teknolojiye uyum sağlamasıyla birlikte bu farklı tiyolojiler barındıran işgörenler için insan kaynakları yönetiminin geleneksel bakış açısından kaçınması gerekmektedir. Bu sebeple, oyunlaştırmanın çağımızın ve geleceğin yenilikçi bir iş modeli olarak görülmesi kaçınılmazdır. Oyunlaştırma, insan kaynakları yönetiminin gelecekte karşılaşılması muhtemel sorunlara çözüm önerisi getirmektedir.

#### **KAYNAKÇA**

- Agustin, R. D., Suwardi, I. S., Purwarianti, A. ve Surendro, K. (2013). "Knowledge representation and inference engine model of SAPS gaming concept", *Procedia Technology*, 11, 696-703.
- Akgün, Ö. E. ve Topal, M. (2018). "The Turkish Adaptation Study of the Gamification User Types Hexad Scale", *International Journal of Assessment Tools in Education*, 5/3, 389-402.
- Akgündüz, Y., Dalgıç, A. ve Kale, A. (2015). "Beş Faktör Kişilik Özelliklerinin Dönüşümcü Liderlik Davranışlarına Etkisi: Otel İşletmelerinde Bir Araştırma", *Uluslararası Alanya İşletme Fakültesi Dergisi*, 7/3, 83-97.
- Almarshedi, A., Wills, G. B., Wanick, V. ve Ranchhod, A. (2015). "SGI: A Framework for Increasing the Sustainability of Gamification Impact", *International Journal for Infonomics (IJI)*, 8/1-2, 1044-1052.
- Altmeyer, M., Schubhan, M., Lessel, P., Muller, L. ve Krüger, A. (2020). "Using Hexad User Types to Select Suitable Gamification Elements to Encourage Healthy Eating", *In Extended Abstracts of the 2020 CHI Conference on Human Factors in Computing Systems*, Honolulu, Hawaii, USA, 35-30 April, 2020.
- Aslan, Z., Ünüvar, Ş. ve Başoda, A. (2012). "Turizm Eğitimi Alan Öğrencilerin Kişilik Özelliklerinin Belirlenmesi ve Turizm Sektörüne Uyumu Açısından Değerlendirilmesi", *Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi*, 23/2, 203-219.
- Aydın, Ş. (2004). "Otel İşletmelerinde Örgütsel Stres Faktörleri: 4-5 Yıldızlı Otel İşletmeleri Uygulaması", *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 6/4, 1-21.
- Barrick, M. R. ve Mount, M. K. (1991). "The Big Five Personality Dimensions and Job Performance: a Meta-analysis", *Personnel psychology*, 44/1, 1-26.
- Bartle, R. (1996). "Hearts, clubs, diamonds, spades: Players who suit MUDs", *Journal of MUD research*, 1/1, 19.
- Bayat, G. ve Selçuk, G. N. (2017). "Tra2 Bölgesindeki Otel İşletmeleri Çalışanlarının Kişilik Özellikleri ile Tükenmişlik Durumları Arasındaki İlişkiler", *Yüzüncü Yıl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 1/3, 258-283.
- Brannigan, A. ve Zwerman, W. (2001). "The Real "Hawthorne Effect"", *Society*, 38/2, 55-60.
- Bencsik, A., Horváth-Csikós, G. ve Juhász, T. (2016). "Y and Z Generations at Workplaces", *Journal of Competitiveness*, 8/3, 90-106.
- Beneki, C. C., Rerres, K., Chionis, D. P. ve Hassani, H. (2016). "How to stimulate employment growth in the Greek hotel industry", *Tourism Economics*, 22/5, 865-883.
- Bruce, K. ve Nyland, C. (2006). "Elton Mayo and the Deification of Human Relations", *Organization Studies*, 32/3, 383-405.

- Büyüköztürk, Ş., Köklü, N. ve Çokluk-Bökeoğlu, Ö. (2011). *Sosyal Bilimler İçin İstatistik*, Pegem Akademi, Ankara.
- Cattell, H. E. P. ve Mead, A. D. (2008). "The Sixteen Personality Factor Questionnaire (16PF)", *The Sage Handbook of Personality Theory and Assessment: Personality Measurement and Testing*, (Ed: Boyle G. J., Matthews G. ve Saklofske D. H.), Sage, London.
- Carless, S. A. (2009). "Psychological Testing for Selection Purposes: a Guide to Evidence-based Practice for Human Resource Professionals", *The International Journal of Human Resource Management*, 20/12, 2517-2532.
- Chou, Y. K. (2015). *Actionable Gamification: Beyond Points, Badges, and Leaderboards*, Packt Publishing Ltd., Birmingham.
- Chow, S. (2014). *A Novel Approach to Employee Recruitment: Gamification*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), University of Calgary
- Comte, A. (1974). *The Positive Philosophy*. AMS Pres Inc., New York.
- Csikszentmihalyi, M. (1991). *Flow: The Psychology of Optimal Experience*, Harper Perennial, New York.
- Çetinsöz, B. C. ve Akdağ, G. (2015). "Otel Çalışanlarının Sahip Oldukları Kişilik Özellikleri ve İş Performansı İlişkileri: Antalya'da Faaliyet Gösteren Beş Yıldızlı Otellerde Bir Uygulama", *Turizm Akademik Dergisi*, 2/1, 1-14.
- Cervone, D. ve Pervin, L. A. (2015). *Personality: Theory and Research*, John Wiley and Sons, New Jersey.
- De Raad, B. ve Mlačić, B. (2015). "Big five factor model, theory and structure", *International Encyclopedia of the Social & Behavioral Sciences*, 2, 559-566.
- Deterding, S., Dixon, D., Khaled, R. ve Nacke, L. (2011). "From Game Design Elements to Gamefulness: Defining Gamification", *The 15th International Academic MindTrek Conference on Envisioning Future Media Environments- MindTrek '11*, Tampere, Finland, 15, 28-30 September, 2011.
- Dolot, A. (2018). "The Characteristics of Generation Z", *E-Mentor*, 74/2, 44-50.
- Dünya Turizm Örgütü. (2022). UNWTO Tourism Data Dashborad. (6.3.2022) <https://www.unwto.org/unwto-tourism-dashboard>.
- Dünya Seyahat ve Turizm Konseyi. (2022). Economic Impact Reports. (16.5.2022) <https://wtcc.org/Research/Economic-Impact>.
- Dynamic Signal (2022). Gen Z in the Workplace: Everything you Need to Know. (6.3.2022) <https://dynamicsignal.com/2019/09/19/generation-z-in-the-workplace/>.
- Ekiz, E. H. ve Khoo-Lattimore, C. (2011). Factors Influencing Organizational Responses to Guest Complaints", *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 20/4, 673-702.
- Eyal, N. (2013). *Hooked: How to Build Habit-Forming Products*, Penguin, London.
- Fogg, B. J. (2009). "A Behavior Model for Persuasive Design", *The 4th International Conference on Persuasive Technology*, Claremont, California, USA, 26-29 April, 2009.
- Garipağaoğlu-Uğur, N. ve Akova, O. (2021). "Turizmde Bir Pazarlama Aracı Olarak Oyunlaştırma", *Journal of Humanities and Tourism Research*, 11/3, 597-613.
- Gartner, 2012. Gamification: Engagement Strategies for Business and IT. (6.3.2022) <https://www.gartner.com/en/documents/2246217/gamification-engagement-strategies-for-business-and-it>.
- Ginting, S. L. B., Ezhar, K., Dean, R., Faiza, S. R. ve Maryati, M. (2021). "Personality Test Disc Application Design in Android Based Business", *International Journal of Entrepreneurship & Technopreneur (INJETECH)*, 1, 39-44.
- Goldberg, L. R. (1992). "The Development of Markers for the Big-Five Factor Structure", *Psychological Assessment*, 4/1, 26-42.
- Golec, A. ve Kahya, E. (2007). "A Fuzzy Model for Competency-based Employee Evaluation and Selection", *Computers and Industrial Engineering*, 52/1, 143-161.
- Hahn, E., Gottschling, J. ve Spinath, F. M. (2012). "Short Measurements of Personality—Validity and Reliability of the GSOEP Big Five Inventory (BFI-S)", *Journal of Research in Personality*, 46/3, 355-359.
- Hansen ve G. S. Niwanputri, "A Player-centered Design: Gamifying Self-learning to Cook on Mobile Application", *8th International Conference on Advanced Informatics: Concepts, Theory and Applications (ICAICTA)*, Bandung, Indonesia, 29-30 September, 2021.

- He, Y., Donnellan, M. B. ve Mendoza, A. M. (2019). "Five-factor personality domains and job performance: A second order meta-analysis", *Journal of Research in Personality*, 82, 103848.
- Horzum, M. B., Ayas, T. ve Padır, M. A. (2017). "Beş Faktör Kişilik Ölçeğinin Türk Kültürüne Uyarlanması", *Sakarya University Journal of Education*, 7/2, 398-408.
- Inchamnan, W. ve Chomsuan J. "Gamification Workflow for Growth Mindset Processes", *2020 18th International Conference on ICT and Knowledge Engineering (ICT&KE)*, Bangkok, Thailand, 18-20 November, 2020.
- Ingram, P. B., Golden, B. L. ve Armistead-Jehle, P. J. (2020). "Evaluating the Minnesota Multiphasic Personality Inventory-2-Restructured Form (MMPI-2-RF) over-reporting scales in a military neuropsychology clinic", *Journal of Clinical and Experimental Neuropsychology*, 42/3, 263-273.
- Jenkis, R. (2020). How Generation Z Uses Technology and Social Media. (6.3.2022) <https://blog.ryan-jenkins.com/how-generation-z-uses-technology-and-social-media>.
- John, O. P., Donahue, E. M. ve Kentle, R. L. (1991). *The Big Five Inventory: Versions 4a and 54*, University of California, Berkeley, Institute of Personality and Social Research. Berkeley, CA.
- Judge, T. A., Heller, D. ve Mount, M. K. (2002). "Five-factor model of personality and job satisfaction: a meta-analysis", *Journal of applied psychology*, 87/3, 530.
- Judge, T. A. ve Zapata, C. P. (2015). "The person-situation debate revisited: Effect of situation strength and trait activation on the validity of the Big Five personality traits in predicting job performance", *Academy of Management Journal*, 58/4, 1149-1179.
- Kabakulak, A. (2018). *Kişilik Özelliklerinin Mesleki Tutum ve İş Doyumuna Etkisi: Turist Rehberleri Üzerine Bir Araştırma*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Afyon Kocatepe Üniversitesi
- Keleş, Y. (2019). "Duygusal Emek Kişilik Özellikleri ile İlişkili Mi? Otel Çalışanları Üzerine Bir Araştırma", *Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 21/1, 257-267.
- Keleş, Y. ve Çakır Keleş, M. (2017). "Turizm Öğrencilerinin Kişilik Özellikleri: Türkiye’de Lisans Düzeyinde Turizm Eğitime Yönelik Bir Değerlendirme", *The Journal of Academic Social Science Studies International*, 62, 417-428.
- Kennair, L. E. O., Solem, S., Hagen, R., Havnen, A., Nysæter, T. E. ve Hjemdal, O. (2021). "Change in personality traits and facets (revised NEO personality inventory) following metacognitive therapy or cognitive behaviour therapy for generalized anxiety disorder: results from a randomized controlled trial", *Clinical Psychology & Psychotherapy*, 28/4, 872-881.
- Keskin, E. ve Gündoğan, H. (2019). "Beş Faktör Kişilik Özellikleri ile İş Performansı Arasındaki İlişkiler: Beş Yıldızlı Oteller Üzerine Bir Uygulama", *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 12/62, 1465-1478.
- Köroğlu, Ö. (2014). "Meslek Seçimi ile Kişilik Özellikleri Arasındaki İlişkinin Belirlenmesi: Turizm Rehberliği Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma", *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 19/2, 137-157.
- Kumar, J. ve Herger, M. (2013). *Gamification at Work: Designing Engaging Business Software*, Springer, Berlin.
- Kuslivan, S., Kuslivan, Z., İlhan, I. ve Buyruk, L. (2010). "The human dimension: A review of human resources management issues in the tourism and hospitality industry", *Cornell Hospitality Quarterly*, 51/2, 171-214.
- Kültür ve Turizm Bakanlığı. (2022). Turizm İstatistikleri. (6.3.2022) <https://yigm.ktb.gov.tr/TR-9851/turizm-istatistikleri.html>.
- Lee, K. ve Ashton, M. C. (2004). "Psychometric Properties of the HEXACO Personality Inventory", *Multivariate Behavioral Research*, 39/2, 329-358.
- Li, X., Yen, C. L. ve Liu, T. (2020). "Hotel brand personality and brand loyalty: An affective, conative and behavioral perspective", *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 29/5, 550-570.
- Lopez, C. E. ve Tucker, C. S. (2019). "The Effects of Player Type on Performance: A Gamification Case Study", *Computers in Human Behavior*, 91, 333-345.
- McCrae, R. R. ve Costa Jr, P. T. (1991). "Adding Liebe Und Arbeit: The Full Five-Factor Model and Well-Being", *Personality and Social Psychology Bulletin*, 17/2, 227-232.

- Mannheim, K. (1952). *The Problem of Generation*, Oxford University Press, New York.
- Manzano-León, A., Camacho-Lazarraga, P., Guerrero-Puerta, M. A., Guerrero-Puerta, L., Alias, A., Trigueros, R. ve Aguilar-Parra, J. M. (2020). "Adaptation and Validation of the Scale of Types of Users in Gamification with the Spanish Adolescent Population", *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 17/11, 4157.
- Marczewski, A. (2015). *Even Ninja Monkeys Like to Play: Unicorn Edition*, Independent Publishing Platform, South Carolina.
- Mathis, R. L. ve Jackson, J. H. (2000). *Human Resource Management*, 9. Baskı, Southwestern College Publishing, Cincinnati.
- Montanari, A. (2010). "Urban Tourism in The Context of The Global Economic Crisis: The Example of The City of Rome", *Rivista di Scienze del Turismo-Ambiente Cultura Diritto Economia*, 1/2, 381-399.
- Morschheuser, B., Hassan, L., Werder, K. ve Hamari, J. (2018). "How to Design Gamification? A Method for Engineering Gamified Software", *Information and Software Technology*, 95, 219-237.
- Oliveira, W., Pastushenko, O., Rodrigues, L., Toda, A.M., Palomino, P.T., Hamari, J. ve Isotani, S. (2021). "Does gamification affect flow experience? A systematic literature review", *5th International GamiFIN Conference 2021 (GamiFIN 2021)*, Finland, 7-10 April, 2021.
- Oprescu, F., Jones, C. ve Katsikitis, M. (2014). "I Play at Work-Ten Principles for Transforming Work Processes Through Gamification", *Frontiers in Psychology*, 5, 1-5.
- Paixão, W. B. ve Cordeiro, I. J. D. (2021). "Gamificationpracticesin Tourism: An Analysis From Based on The Model By Werback And Hunter(2012)", *Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo, São Paulo*, 15/3, 1-15.
- Panis, I., Setyosari, P., Kuswandi, D. ve Yuliaty, L. (2020). "Design Gamification Models in Higher Education: A Study in Indonesia" *International Journal of Emerging Technologies in Learning (IJET)*, 15/12, 244-255.
- Pelling, N. (2022). The Short Prehistory of Gamification. Funding Startups (& Other Impossibilities). (6.3.2022) <http://nanodome.wordpress.com/2011/08/09/the-short-prehistory-of-gamification/>.
- Pelit, E., Keleş, Y. ve Kılıç, İ. (2013). "Otel İşletmeleri Yöneticilerinin Kişilik Özellikleri ile Çatışma Yöntemleri Arasındaki İlişki", *Elektronik Mesleki Gelişim ve Araştırma Dergisi (EJOIR)*, 1/1, 3-19.
- Pletzer, J. L., Ostrom, J. K. ve de Vries, R. E. (2021). "HEXACO Personality and Organizational Citizenship Behavior: A Domain-And Facet-Level Meta-Analysis", *Human Performance*, 34/2, 126-147.
- Rammstedt, B. ve John, O. P. (2007). "Measuring Personality in one Minute or Less: A 10-Item Short Version of the Big Five Inventory in English and German", *Journal of Research in Personality*, 41/1, 203-212.
- Risso, M. ve Paesano, A. (2021). "Retail and Gamification for a New Customer Experience in Omnichannel Environment", *International Journal of Economic Behavior (IJB)*, 11/1, 109-128.
- Rothman, D. (2016). "A Tsunami of Learners Called Generation Z", *Maryl Public Saf Online J.*, 1/1, 1-5.
- Soto, C. J. ve John, O. P. (2017). "Short and Extra-Short Forms of the Big Five Inventory–2: The BFI-2-S and BFI-2-XS", *Journal of Research in Personality*, 68, 69-81.
- Strauss, W. ve Howe, N. (1991). *Generations: The History of America's future, 1584 to 2069*, William Morrow & Co., New York.
- Sulispera, T. ve Recard, M. (2020). "Octalysis Gamification Framework for Enhancing Students' Engagement in Language Learning", *Jurnal Dialektika Program Studi Pendidikan Bahasa Inggris*, 8/2, 103-128.
- Şenocak, D., Büyük, K. ve Bozkurt, A. (2019). "Distribution of HEXAD Gamification User Types and Their Association with Intrinsic Motivation in Open and Distance Learning Systems", *12th International Conference of Education, Research and Innovation (ICERI2019)*, Seville, Spain, 11-13 November, 2019.
- Tan, M. ve Demir, M. (2018). "İşgörenlerin Kişilik Özelliklerinin Sanal Kayıtarma Davranışı Üzerindeki Etkisi", *International Journal of Social Sciences and Education Research*, 4/1, 49-67.
- Taşkın, N. ve Çakmak, E. K. (2020). "Adaptation of Modified Gamification User Types Scale into Turkish", *Contemporary Educational Technology*, 12/2, 1-17.



- Tekin, Ö. A., Turan, S. N., Özmen, M., Turhan, A. ve Kökçü, A. (2012). "Beş Faktör Kişilik Özellikleri ve Örgütsel Çatışma Yönetimi Arasındaki İlişkiler: Ankara'daki Beş Yıldızlı Otel İşletmeleri Üzerine Bir Uygulama", *Journal of Yasar University*, 27/7, 4611-4641.
- Tondello, G. F., Mora, A., Marczewski, A. ve Nacke, L. E. (2019). "Empirical Validation of the Gamification User Types Hexad Scale in English and Spanish", *International Journal of Human-Computer Studies*, 127, 95-111.
- Tondello, G. F., Wehbe, R. R., Diamond, L., Busch, M., Marczewski, A. ve Nacke, L. E. (2016). "The Gamification User Types Hexad Scale" *The 2016 Annual Symposium on Computer-Human Interaction in Play*, Austin, Texas, USA, 16-19 October, 2016.
- Tukayo, I. J. H., Saljan, M., Swastika, I. K. ve Hardy, S. (2021). "The Occupational Health Nursing Education Components Most Influenced by Informatics Technology Based on Gamification and Fogg's Models: a Case Study in Indonesia", *International Journal of Advanced Health Science and Technology*, 1/2, 53-60.
- Turner, A. (2015). "Generation Z: Technology and Social Interest", *The Journal of Individual Psychology*, 71/2, 103-113.
- Twenge, J. M. (2018). *İ-Nesli: Bugünün "Süper Bağlantılı" Gençleri Neden Bu Kadar Duyarsız, Hoşgörülü Ama Daha Mutsuz ve Erişkin Olmaya Hiç Hazır Değil?*, Kaknüs Yayınları, İstanbul.
- Zichermann, G. ve Cunningham, C. (2014). *Gamification by Design: Implementing Game Mechanics in Web And Mobile Apps*, O'reilly, Massachusetts.
- Werbach, K. ve Hunter, D. (2012). *For The Win: How Game Thinking Can Revolutionize Your Business*, Wharton Dijital Editions, Philedelphia.
- Xu, Y. (2015). "Effective gamification design: A literature review", *The SIJ Transactions on Computer Science Engineering & its Applications (CSEA). The Standard International Journals (The SIJ)*, 3/4, 47-54.

#### **Beyan ve Açıklamalar (Disclosure Statements)**

1. Bu çalışmanın yazarları, araştırma ve yayın etiği ilkelerine uyduklarını kabul etmektedirler (The authors of this article confirm that their work complies with the principles of research and publication ethics).
2. Yazarlar tarafından herhangi bir çıkar çatışması beyan edilmemiştir (No potential conflict of interest was reported by the authors).
3. Bu çalışma, intihal tarama programı kullanılarak intihal taramasından geçirilmiştir (This article was screened for potential plagiarism using a plagiarism screening program).