

Turizm Alanında Yayınlanmış Atmosfer Konulu Lisansüstü Tezlerin Bibliyometrik Analizi

Öğr. Gör. İsmail ÖZTÜRK
Kırıkkale Üniversitesi
ismailozturk@kku.edu.tr
<https://orcid.org/0000-0002-1057-7060>

DOI: <https://doi.org/10.37847/tdtdad.1190808>

Makale Türü: Araştırma Makalesi

Makale Gönderim Tarihi: 18.10.2022

Makale Kabul Tarihi: 22.02.2023

Özet

Amaç: Bu çalışmanın amacı; Turizm alanında yazılmış olan atmosfer konulu lisansüstü tezlerin bibliyometrik açıdan incelenmesidir.

Yöntem: Çalışmada nitel araştırma yöntemlerinden biri olan içerik analizi yönteminden faydalanılmıştır. Bu doğrultuda "atmosfer" konulu lisansüstü tezler bazı araştırma soruları kullanılarak bibliyometrik açıdan incelenmiştir. Araştırma verilerinin analiz edilmesinde Maxqda programından yararlanılmış, frekans ve yüzde değerleri ortaya konmuştur.

Bulgular: Araştırma kapsamında Ulusal Tez Merkezi veri tabanından ulaşılan atmosfer konulu 20 lisansüstü tez bibliyometrik açıdan incelenmiştir. Bu inceleme sonucunda veri tabanında turizm alanında atmosfer konulu ilk tezin 2008 yılında yayınlandığı görülmektedir. Yayınlanan tezlerin büyük bir bölümü yüksek lisans tezi olup tamamının yayın dili Türkçe olduğu saptanmıştır. Ayrıca yazar cinsiyeti bakımından incelendiğinde kadın ve erkek oranının birbirine yakın olduğu ve bütün tezlerin sosyal bilimler enstitüsü himayesinde yayınlandığını söylemek mümkündür. Üniversite özelinde incelendiğinde atmosfer konulu lisansüstü tezlerin en çok çalışıldığı üniversitenin 3 lisansüstü tez ile Akdeniz üniversitesi olduğu saptanmış, veri tabanında bulunan 20 lisansüstü tezin 12 farklı üniversitede çalışıldığı görülmüştür.

Sonuç: Atmosfer kavramının turizm sektöründe önemli bir kavram olduğunu söylemek mümkündür. Ulusal tez merkezinde toplamda 20 lisansüstü tezin bulunmasına rağmen atmosfer kavramının birlikte çalışıldığı konular önemli olarak görülmektedir. Atmosfer kavramıyla birlikte, müşteri memnuniyeti, müşteri sadakati, iş performansı, tekrar ziyaret gibi turizm sektörünün ve sektördeki işletmelerin geleceği açısından üzerinde durması gereken konular olduğunu söylemek mümkündür.

Anahtar Kelimeler: Lisansüstü Tez, Atmosfer, Turizm, Bibliyometri, Bibliyometrik Tez

Bibliometric Analysis of Graduate Thesis on Atmosphere Published in the Field of Tourism

Abstract

Purpose: The aim of this study; It is a bibliometric examination of postgraduate theses on atmosphere written in the field of tourism.

Method: Content analysis method, which is one of the qualitative research methods, was used in the study. In this direction, postgraduate theses on "atmosphere" were examined

bibliometrically by using some research questions. In the analysis of the research data, the Maxqda program was used, and the frequency and percentage values were revealed.

Findings: Within the scope of the research, 20 graduate theses on atmosphere, which were accessed from the database of the National Thesis Center, were examined bibliometrically. As a result of this examination, it is seen that the first thesis on atmosphere in the field of tourism was published in 2008 in the database. Most of the published theses are master's theses, and it has been determined that the language of publication of all of them is Turkish. In addition, when the author is examined in terms of gender, it is possible to say that the ratio of men and women is close to each other and all theses are published under the auspices of the social sciences institute. When examined specifically for the university, it was determined that the university where the postgraduate theses on atmosphere were studied the most was Akdeniz University with 3 postgraduate theses, and it was seen that 20 postgraduate theses in the database were studied in 12 different universities.

Conclusion: It is possible to say that the concept of atmosphere is an important concept in the tourism sector. Although there are 20 postgraduate theses in total in the national thesis center, the subjects that the concept of atmosphere is studied together are seen as important. Together with the concept of atmosphere, it is possible to say that there are issues such as customer satisfaction, customer loyalty, business performance, repeat visits, which should be emphasized in terms of the future of the tourism sector and the businesses in the sector.

Keywords: Graduate Thesis, Atmosphere, Tourism, Bibliometrics, Bibliometric Thesis

Giriş

Yirminci yüzyılın ikinci yarısından itibaren hızla gelişmeye başlayıp dünya ekonomisinde kendine yer edinen turizm sektörü günümüzde de büyüyüp genişlemeye devam etmektedir. Turizm sektörü ülkelere döviz girdisi sağlayan, bölgesel gelişmişliğe katkı veren, istihdam yaratması nedeniyle ön planda olan bir sektördür. Hizmet sektörünün bir alt kolu olan turizm sektörü emek yoğun bir sektördür. Emek kavramının ön planda olması nedeniyle insan ile iç içe bir işleyişi vardır.

Turizm sektörü içerisindeki insan kavramını iş gören ve müşteri olmak üzere iki açıdan ele almak mümkündür. Turizm sektörünün bünyesinde olan otel, restoran, acente, eğlence hizmetleri gibi çeşitli işletmelerden ücreti karşılığında farklı türde hizmet alanlar müşteri, aynı işletmelerde çeşitli pozisyonlarda hizmet sağlayanları ise iş gören diye tanımlamak mümkündür. Turizm işletmeleri ise bu iki grubu bir araya getiren ekonomik birimlerdir. Bu doğrultuda turizm işletmeleri sektördeki gelecekleri açısından hem iş görenlerine hem de müşterilerine son derece önem vermek durumundadır.

Bu önemin başında ise hizmet alan (müşteri) ve hizmet veren (işgören) kişilerin içinde buldukları fiziksel ve sosyal ortam gelmektedir. Atmosfer kavramı burada devreye girmektedir. TDK, atmosferi içinde yaşanan ve etkisinde kalınan ortam olarak tanımlamaktadır. Kotler 1973 yılında atmosferi "fiziksel çevre olarak tanımlamıştır. Öte yandan atmosfer insanların duygusal ve psikolojik yönden etkilediği gibi onların davranışlarını da etkilemektedir (Kachaganova, 2008: 98).

Atmosfer konusuyla ilgili turizm alanında yapılan çalışmalar incelediğinde (bkz. Karkın 2009; Ünal vd. 2014; Yüksekbilgili 2016; Temeloğlu vd 2017; Karaca ve Köroğlu 2018; Akkuş 2019; Demir ve Öztürk 2019; Özkul ve Levent 2020; Boz vd 2021; Hatipoğlu 2021) atmosferin turistlerin davranışı üzerindeki etkisi, turistlerin bir turizm işletmesinde bulunma süresi sırasında hissettikleri duygular, beklentiler, tercihler ve karar verme süreci, işgörenlerin performansı ve tatmini gibi konular üzerinde yoğun bir şekilde durulduğu görülmektedir. İşletmeler gerek müşteri memnuniyeti ve satış pazarlama için gerekse personellerinin performansını ve konforunu arttırmak için atmosfer ile ilgili çalışmalar yapma yoluna gitmiştir.

Bu çalışmada Ulusal Tez Merkezinde atmosfer konusuyla ilgili yayınlanmış turizm alanındaki lisansüstü tezler bibliyometrik açıdan incelenmiştir. Lisansüstü tezler, bir konuda yapılan araştırmaların sonuçlarının ve bulgularının bir araya getirildiği ve daha detaylı bir şekilde ele alındığı alanlardır. Bu nedenle, lisansüstü tezler, turizm sektöründeki atmosfer konusundaki araştırmaların trendlerini ve eğilimlerini anlamaya yardımcı olmaktadır.

Atmosfer konulu lisansüstü tezlerin bibliyometrik analizi, bu tezlerin dağılımını, yapılan araştırmaların eğilimlerini ve bu konuda yapılan çalışmaların hangi alanlarda yoğunlaştığını görmeyi sağlamaktadır. Bu analiz, turizm sektöründeki atmosfer konusundaki araştırma eğilimlerini anlamaya yardımcı olmaktadır ve gelecekteki araştırma trendlerini belirlemek için fikir vermektedir.

Ulusal Tez Merkezi veri tabanında turizm alanında toplamda 20 atmosfer konulu lisansüstü tez bulunmaktadır. Tezlerin ilk yayınlandığı tarihten günümüze kadar gelen süreç yayınlandıkları yıl, yazarların cinsiyeti, tez türü, yayınlandıkları üniversite ve enstitü, veri toplama tekniği, araştırma yöntemi, anabilim dalı, yazıldığı dil, danışman unvanı, kullanılan anahtar sözcük sayısı, sayfa sayısı ve birlikte çalışıldığı konular özelinde bibliyometrik açıdan ele alınmıştır.

Bibliyometrik bir çalışma, atmosfer konusuyla ilgili yapılan çalışmaların tarihsel sürecini ve güncel durumunu ortaya koyarak, turizm sektöründe bu konuda yapılan araştırmaların yönünü, eksikliklerini ve fırsatlarını belirleyebilmektedir. Ayrıca, turizm işletmelerinin atmosfer konusunda daha başarılı olması için gerekli olan araştırma yönlerini ve konularını da ortaya çıkarmaktadır. Bu nedenle, turizmde atmosfer konusuyla ilgili bibliyometrik bir çalışma, turizm sektöründeki atmosfer konusunun daha iyi anlaşılmasını ve turizm işletmelerinin bu konuda daha başarılı olmasını amaçlayan bir ihtiyacı karşılamaktadır.

Bu çalışma turizm alanında atmosfer konulu tezlerin bibliyometrik özelliklerinin incelenmesi ve geçmişten günümüze kadar gelişim süreci özelinde kat edilen mesafeyi ortaya koyması açısından önem taşımaktadır.

Literatür Taraması

Atmosfer ile ilgili yapılan çalışmalara incelediğinde genel olarak ortaya çıkan sonuç, atmosferin insanları etkilemek amacıyla tasarlanmış olduğudur. İşletmeler gerek müşteri memnuniyeti ve satış pazarlama için gerekse personellerinin performansını ve konforunu arttırmak için atmosfer ile ilgili çalışmalar yapma yoluna gitmiştir. Konu ile

ilgili literatüre bakıldığında atmosferin unsurlarını sınıflandıran iki düşünce okulu olduğu ileri sürülmektedir. Bunlar Bitner (1992) ve Baker(1986) tarafından ileri sürülen düşünce okullarıdır (Bonn vd. 2007).

Baker (1986) atmosferi tasarım faktörleri, sosyal faktörler ve ortamsal faktörler diye üç gruba ayırmıştır. Tesis planı, renk ve karmaşıklık unsurlarını tasarım faktörleri grubuna, çalışanlar ve müşterileri sosyal faktörler grubuna ve koku, ses, aydınlatma gibi unsurları ise ortamsal faktörler grubuna dâhil etmiştir. Bitner (1992) ise atmosferi Baker (1986)'ya göre biraz daha farklılaştırarak (1) ortamsal faktörler, (2) işaret, sembol, tabelalar ve (3) tesis planı ve işlevsellik olarak gruplandırmıştır.

Atmosfer kavramı günlük hayatta genellikle kullanılan bir terim olmasına rağmen belirsiz bir kavram olarak karşımıza çıkmaktadır. Atmosfer kavramıyla ilgili literatür incelemesi yapıldığında konuya ilişkin yapılan çalışmaların başlangıcı Kotler olarak görülmektedir. Kotler 1973 yılında yaptığı çalışmada atmosferi; bir alanı kuşatan çevre olarak tanımlamıştır. Levy ve Weitz (2004: 510) ise atmosferi, insanların duygu ve davranışlarını harekete geçirmek için; çevrenin müzik, ışıklandırma, koku, renk gibi görsel unsurlarla revize hale getirilmesi olarak tanımlamıştır.

İlgili alanyazında atmosfer kavramının "hizmet uzantıları" (Bitner, 1992) ve "fiziksel kanıtlar", "fiziksel çevre" (Baker, 1986) vb. kavramlarla eş anlamlı kullanıldığı görülmektedir. Sharma ve Stafford (2000) yılında yaptığı çalışmada atmosfere ait fiziksel ve sosyal unsurların birbirlerini tamamlaması gerektiğini ve böylelikle sorunların daha hızlı çözülebileceğini dile getirmişlerdir. Atmosfer kavramı da sosyal ve fiziksel unsurlar olarak sınıflandırılmaktadır. Yapılan çalışmalarda atmosferi mekana girişten itibaren karşılaşılan unsurlar olarak nitelendirilmiştir (Midilli:2011: 24). Lin (2004:167-168) yaptığı çalışmada atmosferin unsurlarını şu şekilde belirtmiştir:

- Davranışsal reaksiyon
- Duyuşsal reaksiyon
- Çevre, ambiyans ve koku
- İşitsel belirtiler; gürültü ve müzik
- Görsel belirtiler; renk, işletme planı, çalışanlar, ışık, dizayn.

Turizm işletmeleri, mekânlarını atmosfer unsurlarını dikkate alıp tasarlayarak insanlar üzerinde etki bırakmak ve davranışlarını tetiklemek istemektedirler. Bu etkiyle birlikte insanların ruh hali, algı, memnuniyet, tekrar satın alma, gibi tutum ve davranışları şekillenmektedir. Ayrıca işgören açısından ise performans, sosyal uyum, tatmin gibi durumlar olumlu yönde ortaya çıkmaktadır (Hoegg ve Alba,2008:733).

Atmosfer ile ilgili çalışmalar incelendiğinde atmosferin müşteri memnuniyeti, işgören performansı, müşteri sadakati, tercih edilme gibi konularla birlikte çalışıldığı görülmektedir. Bu bağlamda işletme sahipleri ve yöneticileri gerek personellerinin iş performansı gerekse müşterilerin memnuniyetini arttırmak ve kar elde edebilmek için atmosfer unsurlarından yararlanmak durumundadırlar. Günümüzde teknoloji her ne kadar gelişmiş olsa da işletmeler kendilerini insan faktöründen tam anlamıyla

soyutlamaları zordur. Turizm sektörü bilindiği üzere emek yoğun bir sektördür. Hem çalışanlar hem de müşteriler için zaman geçirilen alanı konforlu hale getirmek durumundadırlar.

Yöntem

1969 yılında Pritchard'ın "istatistiksel ve matematiksel yöntemlerin kitaplara ve diğer iletişim ortamlarına uygulanması" olarak tanımladığı bibliyometrik analiz kavramı, belirli bir zaman dilimi içerisindeki literatür sürecinin ve bilgi akışının yönünü çeşitli çalışma ve bilgi kaynaklarının incelenmesi yöntemiyle anlaşılması olarak ifade edilmektedir (Leung ve Sun 2017).

Bu çalışmanın amacı; Turizm alanında yazılmış olan atmosfer konulu lisansüstü tezlerin bibliyometrik açıdan incelenmesidir. Bu amaç doğrultusunda Ulusal Tez Merkezi tabanında bulunan arama sekmesi kısmına "atmosfer" aranacak alan, izin türü ve tez türü kısmında ise "tümü" seçeneği işaretlenerek arama yapılmıştır. Yapılan bu arama sonucunda turizm alanında 2008-2022 yılları arasında 20 lisansüstü tez görüntülenmiştir. Araştırmanın örneklemini ulusal tez merkezinde 10.09.2022 tarihinde ulaşılan bu 20 lisansüstü oluşturmaktadır. Çalışma ile ilgili verilerin toplanması 10.09.2022- 17.09.2022 tarihleri arasında gerçekleştirilmiştir. Bu çalışma turizm alanında atmosfer ile ilgili yazılmış olan tezlerin incelenmesi ve analizi yapılması açısından önem arz etmektedir.

Çalışmada nitel araştırma yöntemlerinden biri olan içerik analizi yönteminden faydalanılmıştır. Bu doğrultuda "atmosfer" konulu lisansüstü tezler bazı araştırma soruları kullanılarak bibliyometrik açıdan incelenmiştir. Araştırma verilerinin analiz edilmesinde Maxqda programından yararlanılmış, frekans ve yüzde değerleri ortaya konmuştur.

Atmosfer konulu lisansüstü tezlerin bibliyometrik analizi yapılırken aşağıdaki sorulara cevap aranmaya çalışılmıştır:

1. Tezlerin yıllara göre dağılımı nasıldır?
2. Tezlerin yazar cinsiyetine göre dağılımı nasıldır?
3. Tezlerin türlerine göre dağılımı nasıldır?
4. Tezlerin üniversitelere göre dağılımı nasıldır?
5. Tezlerin enstitülere göre dağılımı nasıldır?
6. Tezlerin veri toplama tekniğine göre dağılımı nasıldır?
7. Tezlerin yayınlandıkları anabilim dallarına göre dağılımı nasıldır?
8. Tezlerin yazıldığı dillere göre dağılımı nasıldır?
9. Tezlerin danışman unvanına göre dağılımı nasıldır?
10. Tezlerin anahtar sözcük sayısına göre dağılımı nasıldır?
11. Tezlerin araştırma yöntemlerine göre dağılımı nasıldır?
12. Tezlerin sayfa sayısına göre dağılımı nasıldır?

13. Tezlerin birlikte çalışıldığı konulara göre dağılımı nasıldır?

Bulgular

Çalışmanın bulgular bölümünde 2008-2022 yılları arasında ulusal tez merkezinde yayınlanmış olan atmosfer konulu tezler, yayınlandıkları yıl, yazar cinsiyeti, yayınlandıkları üniversite, enstitü, anabilim dalı, yazıldığı dil, danışman unvanı, anahtar kelime sayısı, araştırma yöntemi, sayfa sayısı, türüne göre incelenmiş olup atmosfer konusunun birlikte çalışıldığı konular maxqda programından elde edilen kod bulutu yöntemiyle görselleştirilmiştir.

Araştırma kapsamında lisansüstü tezlerin yıllara göre dağılımı tablo 1’de verilmiştir.

Tablo 1. Yıllara Göre Dağılım

Yıl	Sayı	Yüzde
2008	1	5.0
2012	2	10.0
2015	1	5.0
2016	2	10.0
2018	4	20.0
2019	3	15.0
2020	4	20.0
2021	2	10.0
2022	1	5.0
Toplam	20	100

Tablo 1 incelendiğinde atmosfer konulu lisansüstü tezlerin en fazla 2018 ve 2020 yıllarında yayınlandığı görülmektedir. Söz konusu yıllarda 4’er tez yayınlanmıştır. Bu yılları yayınlanan 3 tez ile 2019 yılı takip etmektedir. 2012, 2016 ve 2021 yıllarında ise atmosfer konusuyla ilgili 2’şer lisansüstü tez yayınlanmıştır. En az tez yayınlanan seneler ise, 2008, 2015 ve 2022 yıllarının olduğu görülmektedir. Yayınlanan toplam tezlerin %40’ının yani 8 tanesinin 2018, 2020 yıllarında olduğu görülmektedir.

Araştırma kapsamında lisansüstü tezlerin yazarlarının cinsiyete göre dağılımı tabla 2’de verilmiştir.

Tablo 2. Yazar Cinsiyetine Göre Dağılım

Yazar Cinsiyeti	Sayı	Yüzde
Kadın	11	55.0
Erkek	9	45.0
Toplam	20	100

Tablo 2’ye göre atmosfer konulu yayınlanan lisansüstü tezlerden 20 tanesinin 11’i kadın, 9 tanesi ise erkek araştırmacılar tarafından yazılmıştır.

Araştırma kapsamında lisansüstü tezlerin üniversitelere göre dağılımı tablo 3’te verilmiştir.

Tablo 3. Üniversitelere Göre Dağılım

Üniversite	Sayı	Yüzde
Mersin Üniversitesi	2	10.0
Erciyes Üniversitesi	1	5.0
Süleyman Demirel Üniversitesi	2	10.0
Adnan Menderes Üniversitesi	2	10.0
Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi	2	10.0
Akdeniz Üniversitesi	3	15.0
İnönü Üniversitesi	2	10.0
Balıkesir Üniversitesi	2	10.0
Anadolu Üniversitesi	1	5.0
İstanbul Üniversitesi	1	5.0
Kocaeli Üniversitesi	1	5.0
Dokuz Eylül Üniversitesi	1	5.0
Toplam	20	100

Tablo 3 incelendiğinde atmosfer konulu lisansüstü tezlerin en fazla yayınlandığı üniversitenin Akdeniz Üniversitesi olduğu görülmektedir. söz konusu üniversitede toplam 3 adet atmosfer konulu tez yayınlanmıştır. Akdeniz üniversitesini yayınladıkları 2 adet teze Süleyman Demirel Üniversitesi, Adnan Menderes Üniversitesi, Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, İnönü Üniversitesi, Mersin Üniversitesi ve Balıkesir Üniversitesi izlemektedir. Tabloya göre atmosfer konulu lisansüstü tezlerin en az yayınlandığı üniversiteler ise 1'er kez ile Erciyes Üniversitesi, Anadolu Üniversitesi, İstanbul Üniversitesi, Kocaeli Üniversitesi ve Dokuz Eylül Üniversitesi'dir.

Araştırma kapsamında incelenen tezlerin enstitülere göre dağılımı tablo 4'te verilmiştir.

Tablo 4. Enstitülere Göre Dağılım

Enstitü	Sayı	Yüzde
Sosyal Bilimler Enstitüsü	20	100
Fen Bilimleri Enstitüsü	0	0
Eğitim Bilimleri Enstitüsü	0	0
Toplam	20	100

Tablo 4'e göre atmosfer konulu lisansüstü tezlerin tamamının Sosyal Bilimler Enstitüsünde yayınlandığı görülmektedir. Toplam 20 tezin hepsi Sosyal Bilimler Enstitüsü bünyesinde yayınlanmıştır.

Araştırma kapsamında incelenen tezlerin anabilim dallarına göre dağılımı tablo 5'te verilmiştir.

Tablo 5. Anabilim Dallarına Göre Dağılım

Anabilim Dalı	Sayı	Yüzde
Turizm İşl. Anabilim Dalı	12	60.0
İşletme Anabilim Dalı	4	20.0
Turizm İşl. Ve Otelcilik Anabilim Dalı	3	15.0
Gastronomi Ve Mutfak Sanatları Anabilim Dalı	1	5.0
Toplam	20	100

Tablo 5 incelendiğinde atmosfer konulu lisansüstü tezlerin %60'ının Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalında yayınlandığını söylemek mümkündür. Yayınlanan 20 tezin 12 tanesi söz konusu anabilim dalının himayesinde olduğu görülmektedir. Turizm işletmeciliği anabilim dalını 4 tez ile İşletme anabilim dalı takip etmektedir. En az tez yayınlanan anabilim dalı ise 1 tez ile Gastronomi ve Mutfak Sanatları anabilim dalı olduğu görülmektedir.

Araştırma kapsamında incelenen tezlerin yazıldığı dillere göre dağılımı tablo 6'da verilmiştir.

Tablo 6. Yazıldığı Dillere Göre Dağılım

Yazıldığı Dil	Sayı	Yüzde
Türkçe	20	100
Diğer	0	0
Toplam	20	100

Tablo 6'daki bulgular incelendiğinde atmosfer konulu yayınlanan tezlerin %100'ünün Türkçe dilinde yayınlandığını ifade etmek mümkündür.

Araştırma kapsamında incelenen tezlerin danışman unvanına göre dağılımı tablo 7'de verilmiştir.

Tablo 7. Danışman Unvanına Göre Dağılım

Danışman Ünvanı	Sayı	Yüzde
Prof. Dr.	5	25.0
Doç. Dr.	12	60.0
Dr. Öğretim Üyesi	3	15.0
Toplam	20	100

Tablo 7 incelendiğinde atmosfer konulu tezlerin yürütülmesinde görev yapan danışmanların %60'ının unvanının Doç. Dr. olduğu görülmektedir. Yayınlanan tezlerin 12 tanesinin yürütücülüğünü Doç Dr. Unvanlı akademisyenler yapmıştır. Kalan tezlerin 5 tanesine Prof. Dr., 3 tanesine ise Dr Öğretim Üyesi danışmanlık yapmıştır.

Araştırma kapsamında incelenen tezlerin anahtar sözcük sayısına göre dağılımı tablo 8'de verilmiştir.

Tablo 8. Anahtar Sözcük Sayısına Göre Dağılım

Anahtar Kelime Kullanımı	Sayı	Yüzde
3 Kelime	2	10.0
4 Kelime	7	35.0
5 Kelime	6	30.0
6 Kelime	2	10.0
7 Kelime Ve Üzeri	3	15.0
Toplam	20	100

Tablo 8 incelendiğinde yayınlanan atmosfer konulu tezlerin 7 tanesinde yani %35'inde 4 kelime anahtar sözcük kullanıldığı görülmektedir. Hemen ardından %30 ile yani 6 tanesinde ise 5 kelime anahtar sözcük kullanılmıştır. 7 kelime ve üzeri anahtar sözcük kullanılan kelime sayısı 3 ve 3 kelime anahtar sözcük kullanılan tez sayısı 2, 6 kelime anahtar sözcük kullanılan tez sayısı da 2 olduğu görülmektedir.

Araştırma kapsamında incelenen tezlerin araştırma yöntemine göre dağılımı tablo 9'da verilmiştir.

Tablo 9. Araştırma Yöntemine Göre Dağılım

Araştırma Yöntemi	Sayı	Yüzde
Nicel	15	75.0
Nitel	1	5.0
Karma	4	20.0
Toplam	20	100

Tablo 9'a göre atmosfer konulu yayınlanan lisansüstü tezlerin %75'i Nicel araştırma yöntemi kullanılmıştır. Yayınlanan 20 tezin 15 tanesinde söz konusu yöntem kullanılmıştır. Kalan tezlerin 4 tanesi Karma araştırma yöntemi ve 1 tanesi ise nitel araştırma yönteminin kullanıldığı bulgulanmıştır.

Araştırma kapsamında incelenen tezlerin sayfa sayısına göre dağılımı tablo 10'da verilmiştir.

Tablo 10. Sayfa Sayısına Göre Dağılım

Sayfa Sayısı	Sayı	Yüzde
50-100	2	10.0
101-200	15	75.0
201-300	3	15.0
Toplam	20	100

Tablo 10'a göre yayınlanan atmosfer konulu lisansüstü tezlerin %75'inin sayfa aralığı 101-200 olduğu görülmektedir. Toplam 15 tezin bu sayfa aralığında olduğu bulgulanmıştır. Kalan tezlerin %15'i 201-300 sayfa aralığındadır. En az sayfa aralığına sahip tez sayısı ise 50-100 sayfa aralığıdır. Bu tezler toplam tezlerin %10'una sahiptir.

Araştırma kapsamında incelenen tezlerin türüne göre dağılım tablo 11’de verilmiştir.

Tablo 11. Tezlerin Türüne Göre Dağılım

Tez Türü	Sayı	Yüzde
Yüksek Lisans	13	65.0
Doktora	7	35.0
Toplam	20	100

Tablo 11 incelendiğinde yayınlanan tezlerin 13 tanesinin Yüksek lisans tezi olduğu bulgulanmıştır. Yüksek lisans tezlerin toplam oranı %65 olduğunu ifade etmek mümkündür. Kalan 7 tane tezin ise Doktora tezi olduğu görülmektedir.

Araştırma kapsamında incelenen tezlerin araştırma alanına göre dağılımı tablo 12’de verilmiştir.

Tablo 12. Tezlerin Araştırma Alanına Göre Dağılımı

Sektör	Sayı	Yüzde
Restoran	7	35.0
Otel	9	45.0
Kültürel Yapı	2	10.0
Diğer	2	10.0
Toplam	20	100

Tablo 12 incelendiğinde lisansüstü tezlerin araştırma alanının en çok oteller olduğu görülmektedir. 20 çalışmanın 9’u otellerde, 7’si restoranlarda, 2’si kültürel yapılarda yapıldığı görülmektedir.

Araştırma kapsamında incelenen tezlerin veri toplama tekniğine göre dağılımı tablo 13’te verilmiştir.

Tablo 13. Veri Toplama Tekniğine Göre Dağılım

Veri Toplama Tekniği	Sayı	Yüzde
Anket	15	75.0
Görüşme	1	5.0
Anket- Görüşme	3	15.0
İçerik Analizi	1	5.0
Toplam	20	100

Tablo 13’e göre ulusal tez merkezinde atmosfer konusunda yayınlanan 20 tezdten 15’inin veri toplama tekniğinin anket olduğu görülmektedir. Söz konusu veri toplama tekniğinin oranı %75 gibi yüksek bir oran olarak sonuçlanmıştır. Anket tekniğini %15 ile Anket-Görüşme tekniği takip etmektedir. En az kullanılan veri toplama tekniği ise 1’er kereyle İçerik analizi ve Görüşme teknikleri olmuştur.

Ulusal Tez Merkezi veri tabanında 2008-2022 yılları arasında turizm alanında yayınlanan atmosfer konulu tezlerde, atmosfer ile birlikte çalışılan konuları Maxqda

nitel veri analiz programından faydalanılarak kod bulutu görseli ile ortaya konulmuştur. Kod bulutu; Maxqda nitel veri analizi programında sık kullanılan kelimeleri vurgulayan, onları belirgin bir şekilde sunan ve kelime görseli olarak hazırlayan bir yöntemdir. Ulusal tez merkezinde 2008-2022 tarihleri arasında turizm alanında yayınlanmış olan atmosfer konulu tezlerin hangi konularla birlikte çalışıldığını gösteren kod bulutu aşağıda verilmiştir.



Şekil 1. Lisansüstü Tezlerde Atmosfer ile Birlikte Çalışılan Konular

Şekil incelendiğinde kod bulutunda ön plana çıkardığı müşteri memnuniyeti konusu atmosfer konusuyla birlikte en çok çalışılan konular olarak görülmektedir. Müşteri memnuniyeti konusu atmosferle birlikte 4 kere çalışılmıştır. Müşteri memnuniyetini, müşteri sadakati ve tercih edilme konuları takip etmektedir. En az çalışılan konular ise 1'er kez ile ürün algısı, tasarım, güven ilişkisi konularıdır.

Sonuç ve Öneriler

Bu çalışmada yükseköğretim kurumu ulusal tez merkezi veri tabanında 2008-2020 yılları arasında atmosfer konulu yayınlanmış 20 adet tez bibliyometrik analiz yöntemiyle incelenmiştir.

Tezlerin yayınlandığı yıllara bakıldığında en fazla tezin 2018 ve 2020 yıllarında yayınlandığı görülmüştür. Bu yıllarda toplam 8 adet atmosfer konulu tez yayınlanmıştır. Atmosfer konulu yayınlanan ilk tezin 2008 yılında olduğu görülmektedir. Yaklaşık 14 yılda toplam 20 adet tez yayınlanmıştır. Atmosfer konusunun öneminin turizm konusunda önemli bir noktada olduğu düşünülürse bu sayının az olduğunu söylemek mümkün olmaktadır. 2020 yılından sonra atmosfer konulu tezlerin yayınlanmasında bir düşüş görüldüğü saptanmıştır.

Tezlerin yayınlandığı üniversitelere bakıldığında ise 20 tane tezin toplamda 12 ayrı üniversitede yayınlandığı görülmektedir. Ulusal tez merkezinde atmosfer konulu tezler görece az olsa da bu konuyu çalışan üniversitelerin sayısı fazladır. Atmosfer konulu tezlerin en fazla yayınlandığı üniversitenin Akdeniz üniversitesi olduğu

görülmektedir. Akdeniz üniversitesinde 3 adet atmosfer konulu lisansüstü tez yayınlanırken diğer üniversiteler de ise 1 ve 2'şer tez bulunmaktadır.

Atmosfer konulu tezler yazarın cinsiyeti bakımından incelendiğinde ise birbirine yakın oranlar ortaya çıkmaktadır. Yayınlanan tezlerin %55'i yani 11'i kadınlar, %45'i yani 9'u erkek yazarlar tarafından yazılmıştır. Bu verilerden de anlaşılacağı üzere atmosfer konusu cinsiyet bazında bir tarafa yakın bir konu değildir. Hem kadın hem erkek yazarlar tarafından çalışılan, önem verilen bir konu olduğunu söylemek mümkündür.

Tezlerin yayınlandığı enstitülere bakıldığı zaman bütün tezlerin sosyal bilimler enstitüsü himayesinde yayınlandığını söylemek mümkündür. Anabilim dalı bazında incelemek gerekirse tezlerin 12 tanesinin Turizm işletmeciliği anabilim dalında yayınlandığı görülmektedir. Ortaya çıkan bu iki veri birbirini tamamlar niteliktedir. Zira turizm işletmeciliği bölümü sosyal bilimler enstitüsü çatısı altında faaliyet gösterdiği için ortaya çıkan sonuçlar birbirini desteklemektedir. Ayrıca yayınlanan 20 tezin 13 tanesi Yüksek Lisans, 7 tanesi ise Doktora tezi olduğu görülmektedir. Bu sonuç atmosfer konusunun yüksek lisans dönemindeki araştırmacılar tarafından üzerinde daha çok durduğunu göstermektedir. Yayınlanan atmosfer konulu lisansüstü tezlerin tamamının Türkçe dilinde yazıldığı da çıkan sonuçlardan biridir.

Bibliyometrik analiz kapsamında incelenen tezlerin araştırma yöntemi olarak 15 tezin nicel, 4 tezin nitel olduğunu söylemek mümkündür. Ayrıca yine bu tezlerin 15'inin veri toplama tekniği olarak anket yöntemi kullanılması ise nicel araştırma yöntemi kullanılmasını destekler niteliktedir. Ulusal tez merkezinde yayınlanan atmosfer konulu tezlerin %75'inin nicel olması ve yine %75'inin veri toplama yöntemi olarak anket kullanması atmosfer kavramının nicel yöntemlerle daha sağlıklı ölçülebileceği sonucunu da çıkarmaktadır. Atmosfer kavramının içerisinde müzik, renk, koku, zemin, temizlik, gürültü, sosyal çevre gibi unsurların olması ve bu unsurları çalışırken saha çalışması yapmak ölçülebilirlik açısından geri dönütler için tercih edildiği düşünülmektedir. Bu düşünceyi destekleyen bir başka sonuç ise atmosfer kavramıyla birlikte çalışılan diğer konular olduğunu söylemek mümkündür. Ulusal tez merkezinde yayınlanan atmosfer konulu lisansüstü tezlerde atmosfer kavramıyla birlikte en çok çalışılan konuların başında 4 tez ile "müşteri memnuniyeti" konusu olmuştur. Müşteri memnuniyetini, "müşteri sadakati" ve "tercih edilme" konuları takip etmektedir. En az çalışılan konular ise 1'er kez ile "ürün algısı", "tasarım", "iş performansı" ve "güven ilişkisi" konuları olmuştur. Atmosfer kavramının içine aldığı fiziki ve sosyal çevre unsurlarının insanlar üzerindeki etkisi turizm işletmeleri açısından üzerinde durulan konulardandır. Gerek müşteriler gerekse çalışanların tutum ve davranışlarıyla işletmelerin fiziki ve sosyal yapıları arasındaki ilişkiyi incelemek ve müşterilerin memnuniyetini, çalışanların performansını arttırmak amacıyla söz konusu konuların atmosfer kavramıyla birlikte çalışıldığı düşünülmektedir. Ayrıca yayınlanan atmosfer konulu lisansüstü tezlerin en fazla tercih ettiği araştırma alanı 9 tez ile oteller ve 7 tez ile restoranlar olmuştur. Bu sonuçların da çalışılan konularla örtüştüğü, araştırmacıların otel ve restoranlarda müşteri memnuniyeti, çalışan performansı, müşteri sadakati, tercih edilme gibi konuları incelenmesi tutarlılık göstermektedir.

Atmosfer kavramının çalışıldığı lisansüstü tezlere bakıldığında; tüm işletmeler için ortak bir atmosfer olmadığı, her işletmenin içinde bulunduğu şartlara göre bir atmosfer oluşturması gerektiği (Karkın, 2008), oluşturulan atmosferin müşteri memnuniyetini olumlu etkilediği ve müşteri sadakati oluşturmak için bir adım olduğu ve işletme sahiplerinin bu konuyu önemsemesi gerektiği (Aksu, 2012), atmosfer ile müşterilerin işletmelerde geçirdiği zaman arasında ve yaptıkları harcamalar arasında pozitif bir ilişki olduğu (Demir,2016), işletmelerde oluşturulan atmosferin tekrar ziyareti üzerinde etkili olduğu, (Karaca,2018), müşteri memnuniyetini sürekli kılabilme ve pazarda rekabetçi bir güç olabilmek için işletme atmosferinde iyileştirmeler yapılması gerektiği (Ülker, 2018), atmosfere karşı duyulan negatif izlenimlerden dolayı müşterilerin kişisel çevresinde olumsuz yorumlar yaptığı ve negatif geribildirim aldığı (İlyasoğlu, 2019), çalışanlar için uygun bir atmosfer oluşturulduğunda iş performanslarının olumlu etkileneceğini ve motivasyonlarının artabileceği (Öztürk, 2019), İşletmeye uygun oluşturulan atmosferin tekrar satın alma niyetini harekete geçirdiği (Levent,2020) gibi sonuçlara ulaşmak mümkündür.

Ulusal tez merkezinde yayınlanan atmosfer konulu lisansüstü tezlere bakıldığında tezlerin %75'inin 101-200 sayfa aralığında olduğu, anahtar sözcük kullanımında 4 kelimenin ön planda olduğu ve danışman bazında ise en fazla 12 kez ile doçent Dr. gözetiminde yapıldığı gözlenmiştir.

Bu çalışma, Ulusal Tez Merkezi veri tabanında yayınlanan ve erişim izni bulunan atmosfer konulu lisansüstü tezler ile sınırlandırılmıştır. Turizm alanında atmosfer konusyla ilgili yapılan diğer çalışmalara bakıldığında yeterli veriye ulaşılamayacağı düşünüldüğü için yalnızca lisansüstü tezler çalışma alanı olarak belirlenmiştir. Çalışmada incelenen tezlerin sadece YÖK veri tabanına kayıtlı olan tezler olması sebebiyle henüz veri girişi yapılmayan tezlerin çalışma dışında kalabilme olasılığı bu çalışmanın bir sınırlamasıdır. Ayrıca, çalışmada sadece erişime açık olan tezler incelenmiştir. Bu bağlamda, erişime açık olmayan tezlerin kapsam dışında tutulmuş olması bu çalışmanın diğer bir sınırlılığıdır.

Çalışmanın, atmosfer konusu ile ilgili yerli alanyazında yayınlanan lisansüstü tezleri bibliyometrik analiz yöntemiyle incelemesi sebebiyle araştırmacılara ve ulusal alanyazına katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Çalışma ile ilgili gelecekteki araştırmacılara; atmosfer konusunda hazırlanan makale veya bildirimleri bibliyometrik analiz kapsamında değerlendirmeleri önerilebilir. Buna ek olarak araştırmacılar, atmosfer ile birlikte çalışılan konular olan müşteri memnuniyeti veya müşteri sadakati gibi kavramlarla ilgili yapılan çalışmalarını da bibliyometrik göstergeler özelinde değerlendirebilirler. Bununla beraber, turizm alanında gerçekleştirilecek bibliyometrik çalışmaların devamlılığı, turizmin çeşitli alanlarında bilgi sahibi olmak ve ilgili alanlara daha geniş bir bakış açısıyla bakabilmek adına katkı sağlayacaktır.

Bu çalışmanın hem literatüre hem de lisansüstü eğitim yapan öğrencilere katkı sağladığı düşünülmektedir. Araştırmada, atmosfer kavramı ile ilgili yazılan lisansüstü tezlerde hangi veri toplama aracının kullanıldığı, hangi gruptan daha fazla veri toplandığı, hangi üniversitelerde daha fazla söz konusu konunun çalışıldığı hakkında bilgiler sunulmaktadır. Öte yandan turizm alanında atmosfer konulu yapılmış

herhangi bir bibliyometrik çalışmaya rastlanmamış olması nedeniyle bu araştırmanın önem arz edeceği düşünülmektedir.

Atmosfer konusunun turizm literatüründeki önemi, atmosferin insanların davranışı, tercih ve memnuniyeti üzerindeki etkisi yanı sıra turizm sektöründe çalışanların verimlilik, motivasyon ve morali gibi faktörlere de etki etmesinden kaynaklanır.

Bu nedenle, gelecekteki çalışmalar, atmosferin turizm alanındaki etkilerinin belirlenmesi, ölçülmesi ve iyileştirilmesi için değişkenlere odaklanmalıdır. Bu değişkenler arasında şunlar bulunabilir:

- Mekân dizaynı ve dekorasyonu
- Çalışanların davranışları ve kalitesi
- Müşteri hizmet kalitesi
- Müşteri beklentileri ve memnuniyeti
- Ürün ve hizmet kalitesi

Kaynakça

- Aksu, M. (2012) *Hizmet kalitesinin bir unsuru olarak atmosferin müşteri sadakati üzerine etkisi: bozcaada'daki otellerde konaklayan yerli turistler üzerinde bir araştırma*. [Yayınlanmamış doktora tezi]. Balıkesir Üniversitesi.
- Akkuş, Ç. (2019). Restoran atmosferi algısının sosyal medya paylaşımlarına etkisi: bir temalı restoran örneği. *MANAS Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 8 (1) , 628-642.
- Baker, J., Grewal, D. ve Parasuraman, A.(1994). The influence of store environment on quality inferences and store image. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 22, ss. 338- 349.
- Bitner, M. J. (1992). Servicescapes: the impact of physical surroundings on customers and employees. *Journal of Marketing*, 56, ss. 57-71.
- Demir, Y. (2016) *Restoran atmosferinin tüketici davranışı üzerindeki etkileri* [Yayınlanmamış yüksek lisans tezi]. Akdeniz Üniversitesi.
- Gürneş Boz, B. , Temeloğlu, E. ve Aksu, M. (2021). Atmosfer unsurlarından renklerin otel lobileri açısından değerlendirilmesi: ali's farm butik otel & spa örneği. *Journal of Humanities and Tourism Research*, 11 (3), 632-644.
- Hatipoğlu, S. ve Aksoy, M. (2021). Hizmet atmosferi, algılanan değer ve müşteri memnuniyeti ilişkisi: konaklama sektörü üzerine bir araştırma. *Bandırma Onyediy Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi*, 4 (2) , 70-102.
- Hoegg, J. ve Alba, J. W. (2008). A role for aesthetics in consumer psychology. In C. P. Haugtvedt, P. M. Herr & F. R. Kardes (Ed.). *Handbook of consumer psychology*. 733-754. NY: Psychology Press.
- İlyasoğlu, G (2019) *Duyusal öğelerin algılanan değer ve satın alma sonrası davranışlar üzerindeki etkisi: otel işletmeleri üzerine bir araştırma* [Yayınlanmamış yüksek lisans tezi]. Trakya Üniversitesi.
- Kachaganova, E. (2008). *Mağaza atmosferinin satın almaya etkisi ve departmanlı mağazada bir uygulama* [Yayınlanmamış Doktora Tezi]. Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.

- Karaca, K. Ç. ve Köroğlu, Ö. (2018). Restoran atmosferinin tekrar ziyaret niyetine etkisi: akış deneyiminin aracılık rolü. *Avrasya Uluslararası Araştırmalar Dergisi*, 6 (15) , 776.
- Karaca, K.Ç. (2018) *Restoran atmosferinin tekrar ziyaret niyetine etkisi: akış deneyiminin aracılık rolü*. [Yayınlanmamış yüksek lisans tezi]. Balıkesir Üniversitesi.
- Karkın, G. (2008). *Hizmet pazarlamasının bir unsuru olarak fiziksel kanıtlar ve otel işletmelerinde hizmet atmosferi oluşturulması* [Yayınlanmamış yüksek lisans tezi]. İnönü Üniversitesi.
- Karkın, G. (2009). Otel işletmelerinde hizmet atmosferi oluşturulması: kavramsal bir çalışma. *Sosyal Bilimler Dergisi*, 11(2), 165-181.
- Kotler, P. (1973-1974). Atmospherics as a marketing tool. *Journal of Retailing*, 49(4), ss. 48-64.
- Levent, S. (2020) *Otel atmosferinin turistik tüketicilerin tekrar satın alma niyetine etkisi* [Yayınlanmamış yüksek lisans tezi]. Kocaeli Üniversitesi.
- Levent, S. ve Özkul, E. (2021). Otel atmosferinin turistik tüketicilerin tekrar satın alma niyetine etkisi. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 18 (1) , 105-119.
- Midilli, Ö. (2011). *Hizmet sektöründe müşteri memnuniyetinin pazarlamaya etkisi*. [Yayınlanmamış yüksek lisans tezi]. Tezi Kadir Has Üniversitesi.
- Leung, Y., Xi, Sun, J. ve Bai, B., (2017). Bibliometrics of social media research: a co-citation and co-word analysis. *International Journal of Hospitality Management*, 66: 35-45.
- Levy M. ve Weitz B.A., (2004). *Retailing Managment*. New York: Mc Graw Hill
- Lin, I. Y. (2004). Evaluating a servicescape: the effect of cognition and emotion. *Hospitality Management*, 23, ss. 163-178.
- Öztürk, İ. (2019) *Yiyecek içecek departmanını atmosferinin çalışanların iş performansı üzerine etkisi* [Yayınlanmamış yüksek lisans tezi]. Süleyman Demirel Üniversitesi.
- Sharma, A.; Stafford, T. F. (2000). The effect of retail atmospherics on consumers' perceptions of salespeople and customer persuasion: an empirical investigation. *Journal of Business Research*, 49 ss. 183-191.
- Temeloğlu E., Taşpınar O., Soylu, Y. (2017). Yiyecek ve içecek işletmelerinde atmosfer, tüketim duyguları, müşteri memnuniyeti ve yeniden satın alma davranışı arasındaki ilişkinin incelenmesi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 5(Special Issue 2), 253 - 264.
- Ülker, P. (2018) *Tüketicilerin restoran tercihinde dikkate aldığı faktörlerin değerlendirilmesi*. [Yayınlanmamış yüksek lisans tezi]. Erciyes Üniversitesi.
- Ülker, Y. (2019). *Tüketicilerin mağaza atmosferine verdikleri önem*. *Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 17(4), 142 - 159.
- Ünal, S. , Akkuş, G. ve Akkuş, Ç. (2014). Yiyecek içecek işletmelerinde atmosfer, duygu, memnuniyet ve davranışsal sadakat ilişkisi. *Gazi Üniversitesi Turizm Fakültesi Dergisi*, (1), 23-49.