

Turizm Çalışanlarının Maruz Kaldığı Kötü Davranışlar Üzerine Bir Bibliyometrik Haritalama

Rümeysa Unat^{1**} Arzu Toker²

¹ Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Nevşehir, Türkiye, rumeysaunat@nevsehir.edu.tr, ORCID: 0009-0002-6872-7620

² Anadolu Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Eskişehir, Türkiye, arzutoker@anadolu.edu.tr, ORCID: 0000-0002-0619-9941

Öz

Hizmet sektörlerinin tümünde, çalışanlar müşterilerden kaynaklanan kötü davranışlara sıklıkla maruz kalmaktadır. Neredeyse tüm operasyonel süreçlerin insanın insana hizmeti ile oluştuğu turizm sektöründe ise özellikle ön saflardaki çalışanlar bu kötü davranışlarla daha sık yüzleşmektedir. Bu çalışmada, çalışanlara yönelik kötü davranışları ele alan çalışmalara genel bir bakış sunmak amaçlanmıştır. Bu doğrultuda, Scopus veri tabanında "sapkın müşteri davranışı, kötü davranış, jaymüşteri, işlevsel olmayan müşteri davranışı, müşterinin kötü davranışı, müşteri kötü muamelesi, müşteri saldırganlığı, müşteri öfkesi, müşteri misillemesi, müşteri intikamı, müşteri nezaketsizliği, turist, turizm, restoran, seyahat acentası, konaklama" anahtar sözcükleri ile tarama yapılmış ve 86 çalışma tespit edilmiştir. VOSviewer bibliyometrik haritalama programı ile yapılan analizler sonucunda, atıf ağı en yüksek çalışmaların Su Jin Han (2016), Lloyd C. Harris (2004) ve Meehee Cho (2016) tarafından yapıldığı; ülkeler arası bibliyografik eşleşmenin en fazla Amerika Birleşik Devletleri, Çin ve Birleşik Krallık'ta; alana en fazla katkı sağlayan araştırmacıların Lloyd C. Harris, Alicia A. Grandey, Mo Wang, Junqi Shi, Danielle D. Van Jaarsveld, David D. Walker; alana en fazla katkı sağlayan kaynakların International Journal of Hospitality Management, International Journal of Contemporary Hospitality Management, Journal of Services Marketing, Tourism Management ve International Journal of Quality and Service Sciences olduğu; alanı temsil eden en önemli kavramların ise başta müşteri nezaketsizliği olmak üzere müşteri kötü muamelesi, müşteri uygunsuz davranışı ve tükenmişlik olduğu tespit edilmiştir. Bu çalışma, turizm sektöründe müşteri kötü davranışları üzerine alanyazını genişletmeye katkıda bulunmakta ve bu alandaki gelecekteki araştırmalara rehberlik edecek kapsamlı bir genel bakış sunmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Bibliyometrik Haritalama, Kötü Davranış, Ön Saflarda Çalışanlar, Turizm

A Bibliometric Mapping of the Bad Behaviors Experienced by Tourism Employees

Abstract

In all service sectors, employees may be faced to bad behaviours by customers. However, in the tourism sector, which is formed by the service of people to people in almost all operational processes, especially frontline employees experience these bad behaviours more frequently. This study aims to provide an overview of the studies on employee misbehaviour. Based on this, the Scopus database was searched with the keywords "customer deviant behavior, bad behavior, jaycustomer, customer dysfunctional behavior, customer misbehavior, customer mistreatment, customer aggression, customer rage, customer retaliation, customer revenge, customer incivility, tourist, tourism, restaurant, travel agency, hospitality" and 86 related studies were identified. According to the results obtained from 86 studies analysed with VOSviewer bibliometric mapping programme, the studies with the highest citation network were conducted by Su Jin Han (2016), Lloyd C. Harris (2004) and Meehee Cho (2016); bibliographic matching between countries was the highest in the United States, China and the United Kingdom; the researchers who contributed the most to the field were Lloyd C. Harris, Alicia A. Grandey, Mo Wang, Junqi Shi, Danielle D. Van Jaarsveld, David D. Walker; the sources contributing the most to the field are International Journal of Hospitality Management, International Journal of Contemporary Hospitality Management, Journal of Services Marketing, Tourism Management and International Journal of Quality and Service Sciences; the most important terms representing the field were found to be customer incivility, customer mistreatment, customer misbehavior and burnout. This study contributes to expanding the literature on customer bad behaviour in the tourism industry and provides a comprehensive overview to guide future research in this area.

Keywords: Bibliometric Mapping, Bad Behavior, Frontline Employees, Tourism

önerilen atf/cite this article as

Unat, R., & Toker, A. (2025). Turizm Çalışanlarının Maruz Kaldığı Kötü Davranışlar Üzerine Bir Bibliyometrik Haritalama. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 9(1), 80-108.

**Sorumlu yazar e-posta/ Corresponding author e-mail: rumeysaunat@nevsehir.edu.tr

Araştırma Makalesi

Cilt 9, Sayı 1, 2025
ss. 80-108

Gönderim : 14.07.2024
1. Düzeltme: 28.11.2024
Kabul Tarihi: 10.01.2025

Research Article

Vol 9, No 1, 2025
pp. 80-108

Received : 14.07.2024
Revision1: 28.11.2024
Accepted: 10.01.2025

GİRİŞ

Tüketici davranışlarını inceleyen araştırmalar genellikle pazarlama faaliyetlerini daha iyi anlamaya ve tüketimi artırmaya yönelik çalışmalardan oluşmaktadır. Bu araştırmalarda pazarlamacı ya da tüketici bakış açısının hâkim olduğu görülmektedir (Moschis & Cox, 1989). Pazarlamacı bakış açısına odaklanan çalışmalarda tüketimi artırma (Çınar & Çubukçu, 2009), marka sadakati (Çetintürk, 2010) ve müşteri tatmini (Onaran, Bulut & Özmen, 2013) gibi konular ele alınırken; tüketici bakış açısına odaklanan çalışmalarda ise tüketici hakları (Çapacı & Temizkan, 2020; Durmaz, 2006; Üçöz, 2012) incelenmiştir. Çalışan perspektifinden tüketici kötü davranışlarını anlamaya ise daha az önem verilmiştir (Moschis & Cox, 1989). Ancak müşteri kötü davranışlarının sonuçlarının daha ciddi olabileceği düşünülmektedir (Grandey, Dickter & Sin 2004). Müşterilerin kötü davranışlarını çalışan perspektifinden ele alan ilk çalışmalar incelendiğinde, bunların genellikle perakendecilik sektörü üzerinde yoğunlaştığı görülmektedir (Mills & Bonoma, 1979; Moschis & Cox, 1989).

Müşteri kötü davranışı, neredeyse tüm hizmet sektörü çalışanlarının maruz kaldığı bir durumdur (Zhu, Lam & Lai, 2019). Ancak turizm sektöründe, özellikle de ön saf çalışanlarına (frontline employees) yönelik müşteri kötü davranışları oldukça yaygındır (Boukis, Koritos, Daunt, & Papastathopoulos, 2020). Tüketicilerin kötü davranışları, işletmelerin, işletme çalışanlarının ve diğer tüketicilerin maddi kayıp veya psikolojik problemler yaşamasına sebep olabilmektedir (Özdoğan & Alkibay, 2007). Müşteriler tarafından çalışanlara yönelik olarak sergilenen kötü davranışlar; tehdit, hakaret, taciz, aşağılayıcı söz ve tavırlar olarak sıralanabilir (Çevik & Saripek, 2020). Hizmet sektöründeki "müşteri daima haklıdır" felsefesinin müşteriye çalışandan daha güçlü bir konuma getirerek müşterilerin bu kötü davranışlarını tetiklediği düşünülmektedir (Allan & Gilbert, 2002; Hochschild, 1983). Diğer yandan, müşterilerin kötü davranışlarının ana sebeplerinin egolarını tatmin etmek ve maddi çıkar elde etmek (Güler, Dalgıç & Tor Kadioğlu, 2017) (örneğin, problem çıkararak indirim almaya çalışmak vb.) şeklinde sebepler olduğu ifade edilmektedir.

Alanyazın incelendiğinde, müşterilerin kötü davranışlarının çeşitli kavramlarla ele alındığı görülmektedir. Müşterilerin kötü davranışları; anormal müşteri davranışı (*aberrant consumer behavior*) (Fullerton & Punj, 1993) müşteri nezaketsizliği (*customer incivility*) (Alola, Olugbade, Avci, & Öztüren, 2019; Boukis vd., 2020; Chung, Quan, Koo, Ariza-Montes, Vega-Muñoz, Giorgi & Han, 2021; Han, Bonn & Cho, 2016; Kim & Qu, 2019), müşteri kötü davranışı (*customer mistreatment*) (Chi, Yang, Lin, 2018; Shao & Skarlicki, 2014; Li, Duan, Zhao, 2019; Yang, Lu, & Huang, 2020) sapkın tüketici davranışı (*deviant customer behavior*) (Mills & Bonoma, 1979; Moschis & Cox, 1989; Reynolds & Harris, 2006) işlevsiz müşteri davranışı (*dysfunctional customer behavior*) (Harris & Reynolds, 2003), ve jaymüşteri (*jaycustomer*) (Harris & Reynolds, 2004; Kim, Ro, Hutchinson & Kwun, 2014; Tan, Loi, Lam, & Chow, 2020) gibi çeşitli kavramlarla ele alınmıştır. Ulusal alanyazında ise müşteri kaynaklı kötü davranışlar yoğun olarak müşteri nezaketsizliği (Aydın & Çoban, 2020; Türkmenoğlu, 2023) ve gayriahlaki müşteri davranışı (Güler vd., 2017; Güven & Çay, 2020) kavramlarıyla ele alınmıştır.

Bu kavramlar birbirlerinden farklı gibi görülseler de genel anlamda müşterilerin çalışanlara yönelik kötü davranışlarını ifade etmektedir. Bu kavramsal çeşitliliğin kafa karışıklığı yaratmaması adına bu çalışmada yukarıda sıralanan tüm olumsuz davranışları içeren *kötü davranış* kavramı kullanılacaktır.

Kötü davranış kavramının çalışmalarda nasıl ele alındığı kapsamlı bir sorgulama konusudur. Bu çerçevede işlevsel bir araç olarak kullanılan bibliyometrik araştırma yöntemi bu zorluğu aşmak için kullanışlı bir araç sunmaktadır (Toker & Emir, 2023). Belirli bir alanda çok sayıdaki çalışmanın çıktılarını analiz etmek için kurgulanan bu bibliyometrik çalışmada, Scopus veri tabanında yer alan çalışmaların panoramik görüntüsünü sunmak amacıyla aşağıdaki sorulara yanıt aranmıştır:

- Çalışmaların yıllara göre dağılımı nasıldır?
- Çalışmaların ülkelere göre dağılımı nasıldır?
- Alandaki öncü çalışmalar nelerdir?
- Alana en fazla katkıyı yapan araştırmacılar kimlerdir?
- Alana en fazla katkı sağlayan kaynaklar nelerdir?
- Alanı temsil eden kavramlar nelerdir?

Scopus veri tabanında turizm alanında bibliyometrik haritalama yönteminin uygulandığı çalışmaların; destinasyon marka kimliği (Escobar-Farfán, Cervera-Taulet, & Schlesinger, 2024); turizmde güvenlik ve emniyet (Toker & Emir, 2023); konaklama sektöründe liderlik (Bavik & Koseoglu, 2022); sağlık turizmi (Demir, & Zečević, 2022); çevrimiçi yemek teslimatı (Badenes-Rocha, Bigné, & Ruiz, 2022); otelcilik ve turizm sektöründe insan kaynakları yönetimi (Pelit & Katircioglu, 2022); turizm ve otelcilikte kurumsal sosyal sorumluluk (Wong, Köseoglu & Kim, 2021; Wong, Köseoglu, Kim & Leung, 2021); kültürel ve doğal kaynaklar (del Río-Rama, Maldonado-Erazo, Álvarez-García & Durán-Sánchez, 2020) ve destinasyon yönetimi (Avila-Robinson & Wakabayashi, 2018) gibi konuları ele aldıkları tespit edilmiştir.

Turizm sektöründe çalışanların müşteriler tarafından maruz kaldığı kötü davranışlar, alanyazında giderek daha fazla önem kazanan bir konudur. Her ne kadar turizm sektöründe müşteri kötü davranışlarını ele alan çeşitli çalışmalar bulunsa da bu konuyu bibliyometrik analiz yöntemiyle inceleyen bir çalışmaya rastlanmamıştır. Müşteri kötü davranışlarının en sık karşılaşıldığı sektörlerden biri olan turizm sektöründe, çalışanların maruz kaldıkları bu davranışların görünürlüğünü artırmak ve alandaki çalışmaların bir haritasını sunmak amacıyla yapılan bu çalışma, bibliyometrik analiz yöntemiyle alanyazına geniş bir perspektif kazandırmayı hedeflemektedir. Bu bağlamda, çalışmanın hem ulusal hem de uluslararası alanyazına önemli bir katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Kavramsal Çerçeve

Alanyazında hizmet sektörü çalışanlarının maruz kaldığı kötü davranışları inceleyen çeşitli çalışmalar bulunmaktadır. Hizmet sektörünün farklı alt dallarının ele alındığı bu çalışmalarda veteriner hekimlerin (Irwin, Hall, & Ellis, 2022), çağrı merkezi çalışanlarının (Grandey vd., 2004), banka memurlarının (Sliter, Sliter & Jex, 2012) ve

konaklama sektörü çalışanlarının (Baker & Kim, 2020; Gong & Wang 2019; Türkmenoğlu, 2023) maruz kaldığı kötü davranışlara yönelik birbirlerini destekler nitelikte sonuçlar elde edilmiştir. Müşteri kötü davranışlarının en sık görülen çeşitleri küçümseme, küçük düşürme, aşağılama, kaba bir şekilde emir ve talimat verme, hakaret etme, bağırma, alay etme vb. davranışlardan oluşmaktadır (Güler vd., 2017; Türkmenoğlu, 2023). Bu kötü davranışlar, çalışanlarda stres, duygusal tükenme ve zihinsel sağlık sorunlarına yol açabilmektedir (Gong & Wang, 2019; Grandey, Kern & Frone, 2007; Irwin, Hall & Ellis, 2022). Grandey vd., (2004) tarafından gerçekleştirilen araştırmada, Amerika Birleşik Devletleri'nde hizmet çalışanlarının günde on defa müşterilerin saldırgan davranışlarına maruz kaldığı sonucuna ulaşılmıştır. Bu kötü davranışlara maruz kalma sonucunda çalışanlarda performans düşüklüğü ve iş devamsızlık gibi durumlar ortaya çıkmaktadır (Sliter vd, 2012).

Özellikle müşteri temas noktalarındaki hizmet sektörü çalışanlarının “müşteri her zaman haklıdır” felsefesini benimsedikleri gözlemlenmektedir (Rafaeli, Erez, Ravid, Derfler-Rozin, Treister & Scheyer, 2012). Buna karşın, müşteri kaynaklı kötü davranışlara maruz kalan çalışanlarda zamanla intikam eğiliminin arttığı ve çalışanların hizmet sabotajı girişimlerinde buldukları (Cheng, Guo, Tian & Shaalan, 2020; Türkmenoğlu, 2023) fakat yönetici desteği ile müşteri kötü davranışlarının çalışanlar üzerindeki olumsuz etkilerinin minimize edilebileceği tespit edilmiştir (Baker & Kim, 2020; Chung vd., 2021; Han vd., 2016; Kim & Qu, 2019). Hizmet sektörü çalışanlarının performansının işletmelerin başarısını doğrudan etkilediği göz önünde bulundurulduğunda, çalışanı etkileyen her türlü olumlu ya da olumsuz faktörün işletme üzerinde de etkisi olacağı açıktır. Bu bağlamda, hizmet sektöründeki işletmelerin çalışan motivasyonunu ve desteğini optimize etmeleri elzem görülmektedir (Türkmenoğlu, 2023).

Turizm, emek yoğun bir alan olup heterojen insan gruplarının bir arada bulunduğu bir sektördür. Farklı milletlerden ve farklı özelliklerden insanları bir araya getiren turizm sektöründe kötü davranışların meydana gelmesi kaçınılmazdır (Güven & Çay, 2020). Alanyazında müşteri kötü davranışlarının incelendiği çok sayıda araştırma (Cho, Bonn, Han & Lee, 2016; Han vd., 2016; Hur, Moon, & Jun, 2016; Kim & Qu, 2019; Simillidou, Christofi, Glyptis, Papatheodorou & Vrontis, 2020), konaklama işletmelerinde çalışanların diğer hizmet sektörü çalışanlarına göre kötü davranışlarla karşılaşma olasılıklarının daha yüksek olduğunu ortaya koymuştur (Huang & Miao, 2016; Torres, van Niekerk, & Orlowski, 2017). Özellikle turizm ve konaklama endüstrisinde işletmenin omurgası olarak nitelendirilen ön saf çalışanlarına (Vo-Thanh, Vu, Nguyen, Nguyen, Zaman, & Chi, 2022) yönelik müşterilerin kötü davranışları oldukça yaygındır ve bu durum çalışanların psikolojik kaynaklarını tüketmektedir (Boukis vd., 2020; Hur, Moon & Lee, 2021). Turizm sektörü çalışanlarına yönelik müşteri kötü davranışını ilk ele alan çalışma Lloyd C. Harris ve Kate L. Reynolds'un (2003) “The Consequences of Dysfunctional Customer Behavior” başlıklı araştırmasıdır. Bu çalışmada, müşteri kötü davranışlarının ön saf çalışanlar, müşteriler ve işletmeler üzerindeki olası sonuçlarına odaklanılmıştır. Araştırmada, ön saf çalışanlarının bu tür davranışlardan uzun dönemde psikolojik; kısa dönemde ise

duygusal, davranışsal ve fiziksel düzeylerde etkilenebileceği belirtilmiştir. Ardından, Lovelock'un (1994) jay-customer kavramını fonksiyonel olmayan tüketici kavramı yerine kullanmasıyla "Jaycustomer behavior: an exploration of types and motives in the hospitality industry" (2004) adlı çalışmayı gerçekleştirmiştir. Bu araştırma, turizm sektöründe çalışanların maruz kaldığı kötü davranışları ele alan alanyazının gelişimine önemli bir katkı sağlamış ve daha sonraki çalışmalara zemin hazırlamıştır (Gupta, A., Chaudhuri, R., Apoorva, A., Chaudhary, S., Thrassou, A., Sakka, G., & Grandhi, B., 2023).

Scopus veri tabanında turizm çalışanlarının maruz kaldığı kötü davranışları ele alan çalışmaların 2021 yılından bu yana artış gösterdiği görülmektedir (Şekil 2). Bu doğrultuda, 2021'den itibaren yayımlanan çalışmalar için PRISMA akış diyagramı takip edilerek sistematik bir alanyazın taraması yapılmış ve böylece güncel alanyazında kötü davranış konusunu ele alan çalışmalara ayrıntılı bir bakış sunmak amaçlanmıştır. Erişime kapalı olan çalışmalar, bu alanyazın taramasına dâhil edilmemiştir. Bu nedenle son üç yıldaki çalışmaların genel durumu 13 çalışma üzerinden değerlendirilmiştir. Buna göre, yayımlanan çalışmaların 10'unun nicel araştırma yöntemi, ikisinin karma yöntem, birinin ise nitel araştırma yöntemi benimsenerek tasarlandığı anlaşılmaktadır. Araştırmalarda kullanılan veri toplama yöntemlerine bakıldığında ise anket ve görüşme tekniklerinin öne çıktığı görülmektedir. Çalışmaların yayımlandığı dergilere bakıldığında ise herhangi bir dergide yoğunlaşma olmadığı, bu alanda yapılan çalışmaların çeşitli dergilerde yer aldığı söylenebilir (Tablo 1).

Tablo 1. Çalışmalara ait tanımlayıcı bilgiler (2021-2024)

No	Makale Adı	Yazarlar	Dergi	Araştırma Yöntemi	Veri Toplama Yöntemi
1	A Social Informational Processing Lens on Multi-Foci Mistreatment: Roles of Customer Orientation and Power Distance	Xingyu Wang, Xiaolin (Crystal) Shi, YooHee Hwang, Jingwen Yan & Huy (Robert) Gip	Journal of Hospitality & Tourism Research	Nicel yöntem	Anket
2	Assessing a Model of Customer Rage: Does Customer Entitlement Moderate Relationships Between Rage Emotions, Expressions and Behaviors?	S. Mostafa Rasoolimanesh, Martin Gannon, Babak Taheri & Josip Mikulić	Journal of Travel Research	Nicel yöntem	Anket
3	Customer Abuse and Harassment in the Hospitality Industry: The Immersion of an Everyday Workplace Crime	Fotios Mitsakisa, Anastasios Hadjisolomoub & Amairisa Koukia	Current Issues In Tourism	Karma yöntem	Anket
4	Customers Who Misbehave: Identifying Restaurant Guests "Acting Out" via Asymmetric Case Models	Walid Chaouali, Samiha Mjehed Hammami, Jos'e Manuel Crist'ov~ao Verissimo, Lloyd C. Harris, Dahlia	Journal of Retailing and Consumer Services	Nicel yöntem	Anket

		El-Manstrly & Arch G. Woodside			
5	Dysfunctional Tourism Behaviors in National Parks: An Exploration of Causes, Typologies, and Consequences in the Case of Saharan Tourism	Amina Chebli, Linda Ami Moussa-Alloui, Boualem Kadri & Isabelle Falardeau	Journal of Outdoor Recreation and Tourism	Nitel yöntem	Görüşme ve anket
6	Evaluating The Impact of Service Encounter Incivility On Employee Job Stress, Turnover Intentions and Labor Attrition: A Study on Frontline Employees in the Fast Food Service Industry	Phillip Dangaiso & Paul Mukucha	Cogent Business & Management	Nicel yöntem	Anket
7	Impact of Customer Incivility on Restaurant Employee Stress Spread and Turnover: COVID-19 Vaccination Mandate	Bora Kim, Heyao Yu, Yidan Huang & Seoki Lee	International Journal of Hospitality Management	Nicel yöntem	Anket
8	'It's Not A Big Deal': Customer Misbehaviour and Social Washing in Hospitality	Irma Booyens, Anastasios Hadjisolomou, Dennis Nickson, Tayler Cunningham & Tom Baum	International Journal of Contemporary Hospitality Management	Karma yöntem	Anket ve görüşme
9	Navigating Unpleasant Interactions: The Influence of Customer Mistreatment on Hospitality Employee Responses Employing Mindfulness as a Moderator	Jie Yin, Yensen Ni, Yangchu Fan & Yuhsin Chen	Sustainability	Nicel Yöntem	Anket
10	Stress on Frontline Employees from Customer Aggression in the Restaurant Industry: The Moderating Effect of Empowerment	Yahua Bi, Sooyoung Choi, Jie Yin & Insin Kim	Sustainability	Nicel yöntem	Anket
11	Customer Incivility, Employee Emotional Exhaustion, and Job Embeddedness Relationship in the Indonesian Hospitality Sector: The Socioeconomic Status Perspective	Deni Gustiawan, Noermijati, Siti Aisjah & Nur Khusniyah Indrawati	Cogent Social Sciences	Nicel yöntem	Anket
12	Customer Incivility as an Identity Threat for Frontline Employees: The Mitigating Role of Organizational Rewards	Achilleas Boukis, Christos Koritos, Avraam Papastathopoulos & Dimitrios Buhalis	Annals of Tourism Research	Nicel yöntem	Anket
13	Stop Being Mean! Customer Incivility Influencing Employee Incivility via Employee Burnout: A Hospitality Context	Yi Wen, Lena Jingen Liang, HS Chris Choi & Michael Yu	Journal of China Tourism Research	Nicel yöntem	Anket

Görüldüğü gibi, turizm sektöründe çalışanların maruz kaldığı müşteri kötü davranışları, çeşitli açılardan ele alınmış ve bu davranışların kökenleri, sonuçları ve bu davranışlarla başa çıkma stratejileri üzerine geniş bir alanyazın geliştirilmiştir. Bu

çalışmalar, genellikle birbirini destekler nitelikte sonuçlara ulaşmıştır. Çalışanların sundukları hizmeti sabote etme girişimlerinin müşteri kötü davranışları ve kötü yönetimle ilişkili olup olmadığının araştırıldığı bir çalışmada, bu davranışlarda hem müşterilerin hem de yönetimin ortak rolü olduğu belirlenmiştir (Wang, Shi, Hwang, Yan & Gip, 2023).

Müşteri kötü davranışlarının artışına ve bu artışın nedenlerine odaklanan çeşitli çalışmalar yürütülmüştür. Buna göre, COVID-19 pandemisi döneminde, müşteri kötü davranışlarının arttığı gözlemlenmiştir. *Genel Gerginlik Teorisi* çerçevesinde yapılan bir araştırma, pandemi sürecinde çalışanların maruz kaldığı taciz ve istismar olaylarının işletmeler tarafından tolere edildiğini, bu durumun ise çalışanların ruh sağlığını ve refahını olumsuz yönde etkilediğini vurgulamaktadır. Bu bağlamda, işletmelerin bireysel, örgütsel, sosyal ve yasal düzeylerde müdahalelerde bulunması gerekmektedir (Mitsakis, Hadjisolomou & Kouki, 2024). İran’da yapılan bir araştırma, müşterilere tanınan yetkilerin müşteri öfkesini hafifletebileceğini, ancak hizmet başarısızlıkları sonucunda öfkenin arttığını göstermektedir (Rasoolimanesh, Gannon, Taheri, & Mikulić, 2023). Müşteri kötü davranışlarının nedenlerini belirlemek amacıyla yapılan bir diğer çalışmada, durumsal faktörler, bilgiye erişim eksikliği, yargı oluşumu ve kişisel faktörlerin bu tür davranışları tetiklediği ifade edilmektedir. Ayrıca, müşteri kötü davranışlarının ekonomik, sosyal ve çevresel sonuçlara yol açabileceği belirtilmiştir (Chebli, Moussa-Alloui, Kadri & Falardeau, 2024).

Müşteri kötü davranışlarının çalışanlar üzerinde oluşturduğu etkiler üzerine yapılan çalışmalarda, bu tür davranışların çalışanlar arasında stres, duygusal tükenme ve işten ayrılma niyetini artırdığı ortaya koyulmuştur. Örneğin, COVID-19 pandemisindeki aşı zorunluluğu gibi durumlar müşteri kötü davranışlarının tetiklenmesine, çalışanların iş yerinde kişilerarası çatışmalar yaşamasına ve işten ayrılma niyetlerinin artmasına neden olmuştur. Ancak, çalışanların sosyal motivasyonları ve yönetici desteği bu olumsuz etkileri azaltmada kritik bir rol oynamaktadır (Kim, Yu, Huang & Lee, 2023). Yiyecek içecek endüstrisinde müşteri kötü davranışının ve çalışan misillemesinin çalışanlarda ortaya çıkardığı iş stresi, işten ayrılma niyeti ve işgücü devri üzerindeki etkisini araştıran bir çalışmada, hem müşteri kötü davranışının hem de çalışan misillemesinin çalışanlarda iş stresine yol açtığı; müşteri kötü davranışlarından etkilenen çalışanların düşük moral, işe ilgi kaybı, düşük konsantrasyon ve düşük üretkenlik gösterebileceği; çalışan stresinin işgücü devrini de etkileyen işi bırakma niyeti ile ilişkili olduğu ve bunun sonucunda işletmelerde ön saf çalışan kaybı oluştuğu ifade edilmektedir (Dangaiso & Mukucha, 2024). Yiyecek içecek endüstrisinde yapılan bir diğer çalışma da Dangaiso ve Mukucha’nın (2024) bulguları ile paralellik göstermekte olup müşteri kötü davranışlarının çalışanlarda duygusal tükenmeye yol açtığı ve bu tükenmenin çalışanların işe olan bağlılıklarını azalttığını göstermektedir (Wen, Liang, Choi & Yu, 2023).

Konaklama sektöründe çalışanların müşteri kötü davranışlarına verdikleri tepkiler ise *basınç-durum-tepki* çerçevesinde incelenmiş ve yüksek farkındalığa sahip çalışanların, müşteri kötü davranışlarının duygusal tükenme üzerindeki etkisini azaltabildiği,

ancak buna rağmen duygusal tükenmenin işten ayrılma niyetini artırdığı tespit edilmiştir (Yin, Ni, Fan & Chen, 2023). Ayrıca, müşteri kötü davranışlarının ön saf çalışanların iş stresi ve iş tatmini üzerindeki olumsuz etkileri üzerine yapılan çalışmalarda, özellikle sözlü taciz, fiziksel istismar ve cinsel taciz gibi davranışların çalışanların iş stresiyle doğrudan ilişkili olduğu ve bu durumun iş tatminini azalttığı belirtilmiştir (Bi, Choi, Yin & Kim, 2021). Bir diğer çalışma, özellikle müşteri nezaketsizliği ve bu faktörlerin sosyo-ekonomik durum ile olan etkileşimlerine odaklanmıştır. Sonuçlar, yüksek düzeyde müşteri kötü davranışına maruz kalan çalışanların duygusal tükenme yaşama olasılığının arttığını ve bu tükenmenin çalışanların işe gömülme düzeyini azalttığını göstermektedir. Sosyo-ekonomik durumun ise bu süreçte önemli bir rol oynadığı ortaya çıkmıştır. Düşük sosyo-ekonomik düzeydeki çalışanların, müşteri kötü davranışlarının duygusal tükenme üzerindeki etkilerini daha yoğun yaşadığı, buna karşın daha yüksek sosyo-ekonomik statüye sahip çalışanların, bu olumsuz etkilerin işe gömülme üzerindeki etkisini hafifletebildiği belirlenmiştir (Gustiawan, Noermijati, Aisjah & Indrawati, 2023). Kimlik teorisi çerçevesinde yürütülen bir çalışmada, müşteri kötü davranışlarının ön saf çalışanlar için ikili bir kimlik tehdidi oluşturduğu ve parasal olmayan ödüllerin, psikolojik tepkileri azaltmada daha etkili olduğu ifade edilmektedir (Boukis, Koritos, Papastathopoulos & Buhalis, 2023).

Müşteri kötü davranışlarına karşı işletmelerin geliştirdiği stratejiler, bu davranışların azaltılmasında ve çalışan refahının korunmasında önemli bir rol oynamaktadır. Turizm sektöründe, firmaların müşteri egemenliği felsefesini gözden geçirmeleri ve kötü davranışlarla mücadelede ödül ve referans gücü gibi stratejileri kullanmaları gerektiği önerilmektedir (Chaouali, Hammami, Verissimo, Harris, El-Manstrly & Woodside, 2022). Benzer şekilde Booyens ve arkadaşları (2022) tarafından yapılan çalışmada müşteri kötü davranışlarına karşı çalışanların yeterince korunmadığı ve yöneticilerin çoğu zaman müşterilerin tarafını tuttuğu belirtilmiştir. Bu durumun önüne geçmek için işletmelerin, çalışanların refahını önceliklendirmesi ve psikolojik destek mekanizmalarını devreye sokması gerektiği vurgulanmıştır.

Hizmet sektöründe müşteri kaynaklı kötü davranışları bibliyometrik analiz yöntemiyle ele alan sınırlı sayıda çalışma bulunmaktadır (Błoński, 2022; Chaudhuri, R., Apoorva, A., Vrontis, D., Siachou, E., & Trichina, E. 2023; Gupta, vd. 2023). Błoński (2022), kötü davranışları işlevsiz müşteri davranışı kavramı çerçevesinde ele aldığı çalışmada, Vosviewer yazılımını kullanarak ortak atıf, ortak yazarlık vb. analizleri gerçekleştirmiş ve bu alandaki öne çıkan kavramlar ile yazarları belirlemeyi amaçlamıştır. Chaudhuri ve arkadaşları (2023) ise Błoński ile benzer şekilde bibliyometrik analiz yöntemi kullanarak alandaki en etkili çalışmalar, yazarlar ve kavramları belirlemiş, aynı zamanda müşteri kötü davranışlarının çalışanlar üzerindeki etkilerini de incelemişlerdir. Ancak bu çalışmalar turizm sektörü özelinde gerçekleştirilmemiştir. Bununla birlikte, turizm sektörünün hizmet sektöründe kötü davranışların sıkça görüldüğü alanlardan biri olarak öne çıktığı belirtilmiştir.

Bibliyometrik Haritalama

Bibliyometri, matematiksel ve istatistiksel yöntemler kullanılarak bilimsel bir alanda yapılan çalışmaların yıllar içindeki gelişiminin yayınlar, atıflar, yazarlar, ülkeler, kaynaklar ve kurumlar üzerinden incelenmesine olanak sağlayan bir yöntemdir (Toker, 2021). Diğer bir deyişle bibliyometrik analiz, çalışma alanının entelektüel yapısını ortaya koymayı sağlayan nicel bir araştırma yöntemi olarak tanımlanabilir (Garfield, 1979). Bu yöntem, bir araştırma alanındaki bilim insanlarının performanslarının değerlendirilmesini ve alandaki eğilimlerin bütüncül bir görünümünü sunmaktadır (Ellegaard & Wallin, 2015). Çalışmaların bibliyografik verileri aracılığıyla yazar, ülke ve kaynakların üretkenliğini ortaya koymanın yanı sıra gelecek araştırmalar için alanda öne çıkan ve gelişmekte olan konuları da tespit etmesiyle araştırmacılar için önemli bir araç niteliğindedir (Arslan, 2022).

Bilimsel yayın sayılarının hızla artmasıyla bilimsel araştırmaları takip etmek ve değerlendirmek zorlaşmış, bu durum bibliyometrik analiz yönteminin kullanımının yaygınlaşmasına zemin hazırlamıştır (Toker & Emir, 2023). Bibliyometrik araştırmalarda bir araç (Börner, Chen & Boyack, 2003) olarak kullanılan bibliyometrik haritalama yöntemi ise bir çalışma alanının bibliyometrik verileri kullanılarak oluşturulan görsel sunum olarak ifade edilmektedir (Van Eck, 2011). Mevcut çalışmada da kullanılan VOSviewer bibliyometrik haritalama programı, ücretsiz olması ve kullanıcı dostu ara yüzü sayesinde son zamanlardaki çalışmalarda tercih edilen bir analiz programı hâline gelmiştir (Arslan, 2022).

YÖNTEM

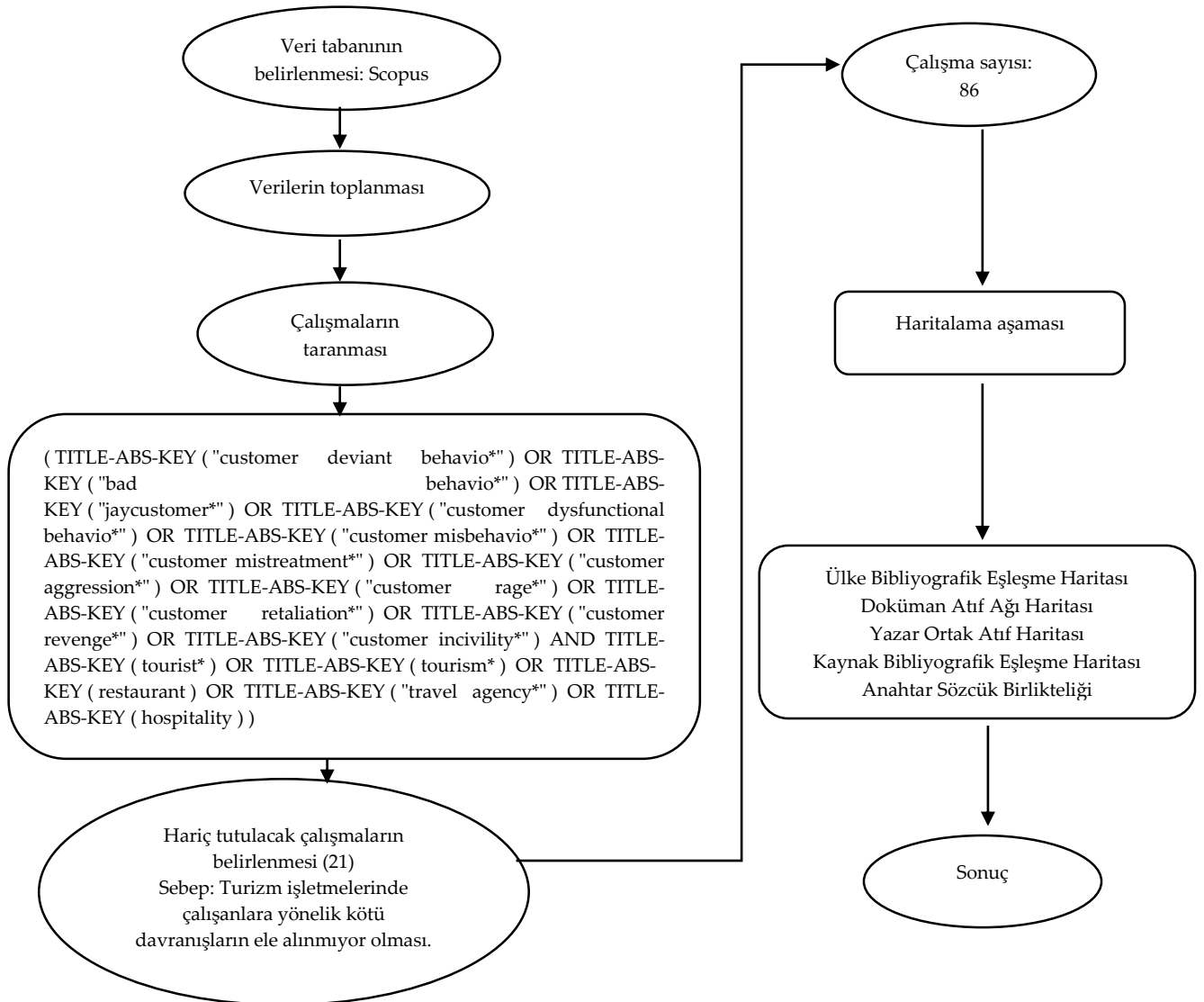
Bu çalışma, turizm işletmelerinde kötü müşteri davranışını konu alan araştırmaların genel bir görünümünü ortaya koymayı amaçlamaktadır. Bu doğrultuda araştırmada, bibliyometrik haritalama yönteminden yararlanılmıştır. Nicel araştırma yöntemlerinden olan bibliyometri, bir alandaki çalışmaların başlıkları, anahtar kelimeleri, yazarları ve referansları olmak üzere bibliyografik verilerini inceleyen sistematik bir yaklaşımdır. Bibliyometrik haritalamanın temel amacı alanyazında belli bir alanı temsil eden çalışmalara genel bir bakış sunmaktır (Van Eck, 2011). Bu yöntem, bilimsel alanların yapılarını ve gelişimlerini görsel olarak ortaya koyması nedeniyle giderek daha fazla tercih edilmektedir (Zupic & Čater, 2015).

Bu çalışmada, işletmelerinde kötü müşteri davranışını temsil eden anahtar kelimeler yazarlar tarafından şu şekilde belirlenmiştir: "customer deviant behavio*" OR "bad behavio*" OR "jaycustomer*" OR "customer dysfunctional behavio*" OR "customer misbehavio*" OR "customer mistreatment*" OR "customer aggression*" OR "customer rage*" OR "customer retaliation*" OR "customer revenge*" OR "customer incivility*" AND "tourist*" OR "tourism*" OR "restaurant" OR "travel agency*" OR "hospitality"

¹. Çalışmada kullanılan veriler, 94 milyondan fazla kaydı içeren kapsamlı bir bilimsel

¹ *customer deviant behaviour*: sapkın müşteri davranışı, *bad behaviour*: kötü davranış, *jaycustomer*: jaymüşteri, *customer dysfunctional behaviour*: işlevsel olmayan müşteri davranışı, *customer misbehaviour*: müşterinin kötü davranışı, *customer mistreatment*: müşteri kötü muamelesi, *customer aggression*: müşteri saldırganlığı, *customer rage*: müşteri

alanyazın koleksiyonuna ve gelişmiş analitik araçlara sahip olan Scopus veri tabanından elde edilmiştir (Elsevier, 2024). Scopus, en büyük atıf indekslerinden biri olmasının yanı sıra en saygın akademik veri tabanlarından biri olarak kabul edilmektedir (López-Bonilla & López-Bonilla, 2021; Toker & Emir, 2023). Ayrıca, sunduğu çeşitli filtreleme özellikleri sayesinde bibliyometrik araştırmalar için gerekli olan zengin ve ilgili içeriklere erişim sağlamaktadır. Mevcut araştırmada da kapsamlı bir alanyazın taraması gerçekleştirmek amacıyla Scopus veri tabanından faydalanılmıştır. Veri tabanı seçiminde, Scopus'un multidisipliner yapısı ve yüksek kaliteli bilimsel kaynaklara erişim sağlaması etkili olmuştur. Çalışma süresince takip edilen adımlar aşağıdaki akış şemasında (Şekil 1) sunulmuştur.



Şekil 1. Akış Şeması

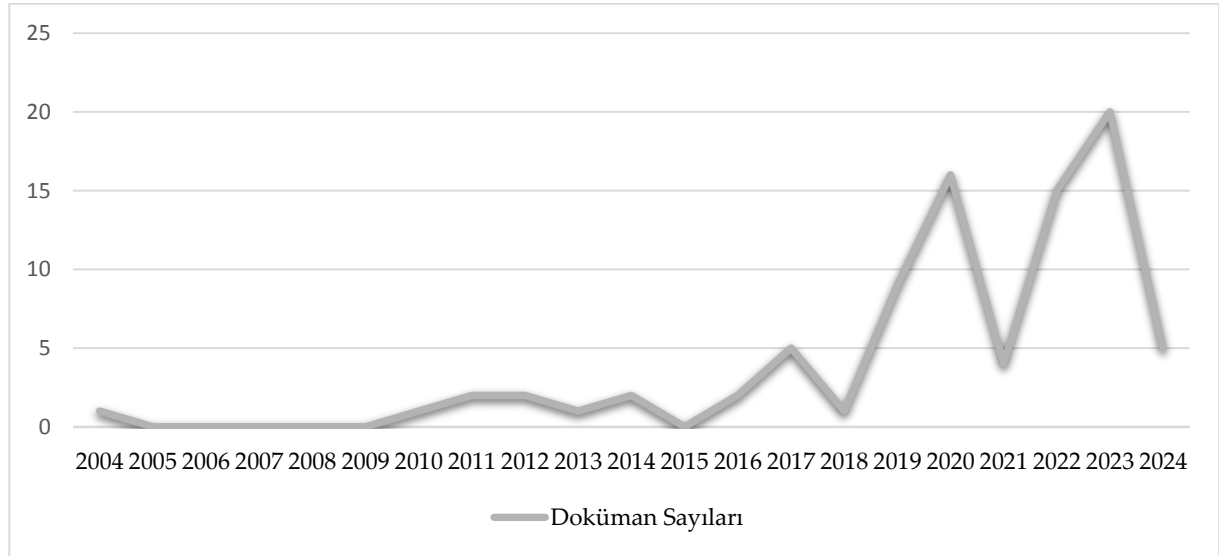
Veriler, araştırmacılar tarafından 29 Nisan 2024 tarihinde farklı ortamlarda ancak eş zamanlı olarak elde edilmiştir. Arama sorguları; mantık operatörleri (AND, OR) ve

öfkesi, *customer retaliation*: müşteri misillemesi, *customer revenge*: müşteri intikamı, *customer incivility*: müşteri nezaketsizliği, *tourist*: turist, *tourism*: turizm, *restaurant*: restoran, *travel agency*: seyahat acentası, *hospitality*: konaklama

filtreleme özellikleri (yayın türü: makale, dil: İngilizce, yayın aralığı: 1980-2024) kullanılarak yapılandırılmıştır. Veri toplama sürecinde yalnızca turizm sektörüne odaklanan çalışmalar dâhil edilmiş, turizm sektörü dışındaki kötü davranışlarla ilgili çalışmalar dışlanmıştır. Buna göre, toplam 107 makale taranmış ve dışlama kriterlerine göre 21 çalışma hariç tutulmuştur. Kalan 86 çalışma, VOSviewer bibliyometrik haritalama programına uygun formatta (CVS) aktarılmış ve bu yazılımda bibliyografik eşleşme analizi, atıf ağı analizi, ortak atıf analizi, kaynak bibliyografik eşleşme analizi ve kavram birlikteliği analizi ile haritalandırılmıştır.

BULGULAR

Araştırma kapsamındaki 86 çalışmanın 80'i makale, ikisi konferans metni, ikisi kitap bölümü, biri inceleme çalışması ve biri de kitap şeklinde yayımlanmıştır. Çalışmaların yıllara göre dağılımının gösterimi Şekil 2.'de verilmiştir. Scopus veri tabanında bu konuyla ilgili ilk çalışmanın 2004 yılında yayımlandığı tespit edilmiş olup, 2010 yılına kadar konuyla ilgili başka bir yayına rastlanmamıştır. İncelenen alanda en yüksek yayın sayısına ise 2023 yılında ulaşıldığı gözlemlenmiştir (n=20). Alanyazın taramasının 29 Nisan 2024 tarihinde yapılmış olması nedeniyle Şekil 2.'de yer alan çalışma dağılımında 2024 yılının yalnızca ilk çeyreğinde yayımlanan çalışmalar yer almaktadır.²



Şekil 2. Çalışmaların Yıllara Göre Dağılımı

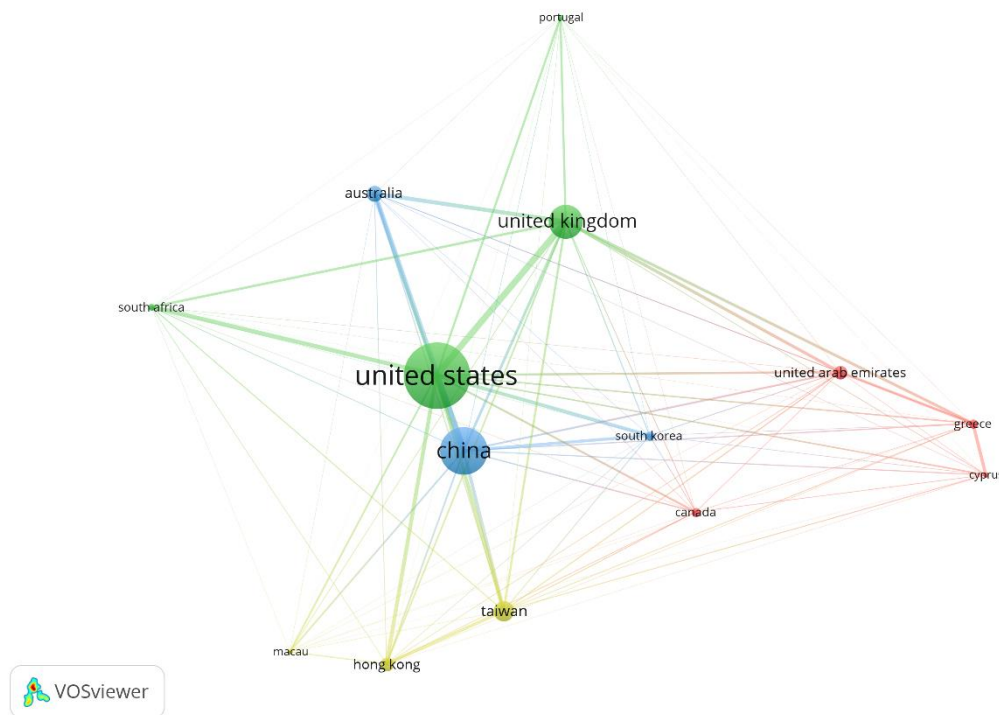
VOSviewer bibliyometrik haritalama programı kullanılarak, Scopus veri tabanında tespit edilen çalışmaların ülke bibliyografik eşleşme haritası, doküman atıf ağı haritası, yazar ortak atıf haritası, kaynak bibliyografik eşleşme haritası ve anahtar sözcük birlikteliği sunulmuştur. Bu haritalar, kötü davranış konusundaki öncü araştırmacıları, alana en fazla katkı sağlayan kaynakları ve araştırmacıları, alanda öne

² Bu çalışmanın düzenlemelerinin yapıldığı Aralık 2024 itibarıyla, anahtar kavramları içeren ve Scopus veri tabanında yer alan makale sayısının, tüm diğer yıllara kıyasla artış göstererek 22'ye ulaştığı tespit edilmiştir.

çıkan anahtar kelimeleri ve ülkeler arası iş birliğini ortaya koymaktadır. Haritalama aşamasında, analize tabi edilecek çalışmaların sayıca fazla olması gibi durumlarda analiz yapılırken haritanın karmaşıklığını azaltmak ve ön plana çıkan araştırmaları, yazarları ve kavramları sunabilmek adına eşik sınırı belirlenmektedir (Arslan, 2022). Mevcut araştırmada 86 çalışma bulunması nedeniyle herhangi bir eşik belirlenmemiş ve tüm çalışmaları kapsayan haritalar oluşturulmuştur.

Ülke Bibliyografik Eşleşme Analizi

Çalışma kapsamında gerçekleştirilen ilk analiz, ülke analiz biriminde bibliyografik eşleşme analizidir. Ülke bibliyografik eşleşme analizi, bir alanda üretkenliği en yüksek olan ülkeleri belirlemeye olanak sağlamaktadır (Toker & Emir, 2023). Ülke analiz biriminde yapılan bibliyografik eşleşme analizi, mevcut alandaki çalışmalarda iş birliğinin hangi ülkeler arasında yoğun olduğunu ve en çok atıf alan ülkeleri göstermektedir (Arslan, 2022). Analiz birimi olarak “ülke” seçilmiş ve bir ülkenin analize dâhil edilmesi için minimum belge sayısı iki olarak belirlenmiştir. Bu ölçütlere uygun toplamda 15 ülke yer almıştır. Ancak, belge sayısı kriterini sağlamakla birlikte atıf almamış olan Malezya, analiz dışı bırakılmıştır. Haritadan görüleceği üzere, merkezi konumda yer alan ABD, en güçlü bibliyografik bağlantılara sahiptir. Bu durum, ABD'nin alanyazındaki bilimsel etkisinin oldukça yüksek olduğunu ve diğer ülkelerin çalışmalarında sıkça referans gösterildiğini ortaya koymaktadır. Ayrıca, ABD'nin Birleşik Krallık, Çin ve Avustralya gibi ülkelerle güçlü bağlantılar kurması, bu ülkelerin hem bilimsel etki açısından yüksek atıf alması hem de diğer ülkelerle geniş bağlantılar kurması açısından alanyazında lider konumda olduğunu göstermektedir (Şekil 3).



Şekil 3. Ülke Bibliyografik Eşleşme Haritası

Tablo 2.'de yer alan bilgilere göre, alanyazında en fazla atıf alan ülkeler arasında Amerika Birleşik Devletleri (ABD) lider konumdadır. ABD, 29 belge ile en fazla belge üreten ülke olmanın yanı sıra 1132 atıf alarak bilimsel etkisinin oldukça yüksek olduğunu göstermektedir. Ayrıca toplam bağlantı gücü açısından da en yüksek değere (232) sahiptir. Diğer ülkelerin çalışmalarında sıklıkla referans gösterilen ABD, müşteri kötü davranışları alanyazınına yaptığı katkılarla bu alanda öncü bir ülke olarak öne çıkmaktadır.

Birleşik Krallık, toplam 15 belge üretmesine rağmen 759 atıf alarak atıf sayısı bakımından ikinci sırada yer almaktadır. Toplam bağlantı gücü değeri (116) de alanyazındaki uluslararası iş birliklerini desteklemektedir. Birleşik Krallık'ın daha az belge üretmesine rağmen yüksek atıf sayısına sahip olması, bu ülkeden çıkan çalışmaların nitelikli ve etkili olduğunu göstermektedir.

Tablo 2. Ükelere göre belge sayısı, atıf sayısı ve toplam bağlantı gücü

Ülke	Belge Sayısı	Atıf Sayısı	Toplam Bağlantı Gücü
Amerika Birleşik Devletleri	29	1132	232
Birleşik Krallık	15	759	116
Güney Kore	4	417	87
Çin	21	363	171
Tayvan	9	295	65
Kanada	4	203	46
Birleşik Arap Emirlikleri	6	190	52
Güney Afrika	3	151	28
Avustralya	7	129	41
Yunanistan	4	125	28
Kıbrıs	2	79	10
Hong Kong	6	73	51
Makao	2	23	10
Portekiz	2	17	3

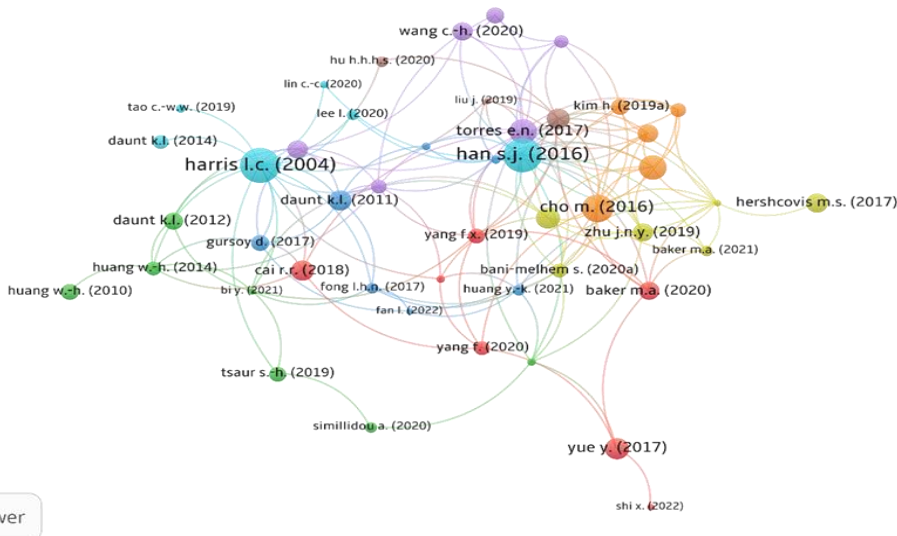
Güney Kore, toplamda sadece dört belge ile alanyazında sınırlı bir üretkenliğe sahip olmasına rağmen 417 atıf alarak dikkat çeken bir performans sergilemektedir. Bu durum, Güney Kore'nin az sayıda fakat oldukça etkili çalışmalar ürettiğini göstermektedir. Güney Kore'nin toplam bağlantı gücü değeri (87), ülkenin uluslararası bilimsel ağlara katılımının güçlü olduğunu ve bu ağlarda önemli bir yere sahip olduğunu ortaya koymaktadır.

Çin, 21 belge ile üretkenlik açısından ABD'den sonra ikinci sırada yer almasına rağmen, atıf sayısı bakımından 363 atıfı daha geride kalmaktadır. Ancak, toplam bağlantı gücü değeri (171) oldukça yüksektir ve Çin'in bilimsel üretkenlik kadar

uluslararası iş birliklerine de önem verdiğini göstermektedir. Çin'in ABD ve Birleşik Krallık ile olan güçlü bağlantıları, bu ülkelerin sıkı iş birliği içinde olduklarını işaret etmektedir. Tayvan ise toplamda dokuz belge üretmiş ve 295 atıf almıştır. Bu, Tayvan'ın alanyazında orta düzeyde bir etkiye sahip olduğunu göstermektedir. Toplam bağlantı gücü değeri (65), Tayvan'ın uluslararası bilimsel iş birliklerinde aktif olduğunu ve alanyazına katkılarının dikkate değer olduğunu ortaya koymaktadır. Tayvan'ın özellikle Çin ile olan bağlantıları, bölgesel bir bilimsel ağın varlığını desteklemektedir. Kanada, toplamda sadece dört belge ile alanyazında yer almasına rağmen 203 atıf alarak etkili çalışmalar ürettiğini göstermektedir. Kanada'nın toplam bağlantı gücü değeri (46), ülkenin uluslararası iş birliklerinde makul bir katılım sağladığını göstermektedir. Daha az belge sayısına rağmen yüksek atıf oranı, Kanada'nın alanyazındaki kalitesini ve katkılarını yansıtmaktadır.

Atıf Ağı Analizi

Çalışma kapsamında yapılan diğer analiz, *doküman* analiz biriminde atıf ağı analizidir. Atıf ağı analizi, alandaki etkili araştırmacıların belirlenmesine olanak tanımaktadır (Hosseini, Martek, Zavadskas, Aibinu, Arashpour, & Chileshe, 2018). Ayrıca atıf ağı haritası, belirli bir alanda ortaya çıkmış ya da gelişen bir fikrin/kavramın yayılmasında öncü olan araştırmaların tespit edilmesini de sağlamaktadır (Arslan, 2022). Turizm işletmelerinde kötü davranışı ele alan çalışmalar üzerinde yapılan analiz sonucunda, Su Jin Han (2016), Lloyd C. Harris (2004) ve Meehee Cho'nun (2016) çalışmalarının alanda öncü araştırmalar olduğu tespit edilmiştir. Su Jin Han, Mark A. Bonn ve Meehee Cho tarafından 2016'da yapılan "The relationship between customer incivility, restaurant frontline service employee burnout and turnover intention" adlı çalışmada geçen customer incivility (müşteri nezaketsizliği) ve burnout (tükenme) kavramları, bu araştırmaların alanda öncü olmasından dolayı öne çıkmaktadır. Alanda etkili olan diğer araştırmacı Lloyd C. Harris'in Kate L. Reynolds ile 2004'te yürüttüğü "Jaycustomer behavior: an exploration of types and motives in the hospitality industry" adlı çalışmasında da "jaycustomer" kavramını ele almış olması geliştirmekte olan bu kavramın yayılmasına öncülük etmiştir.



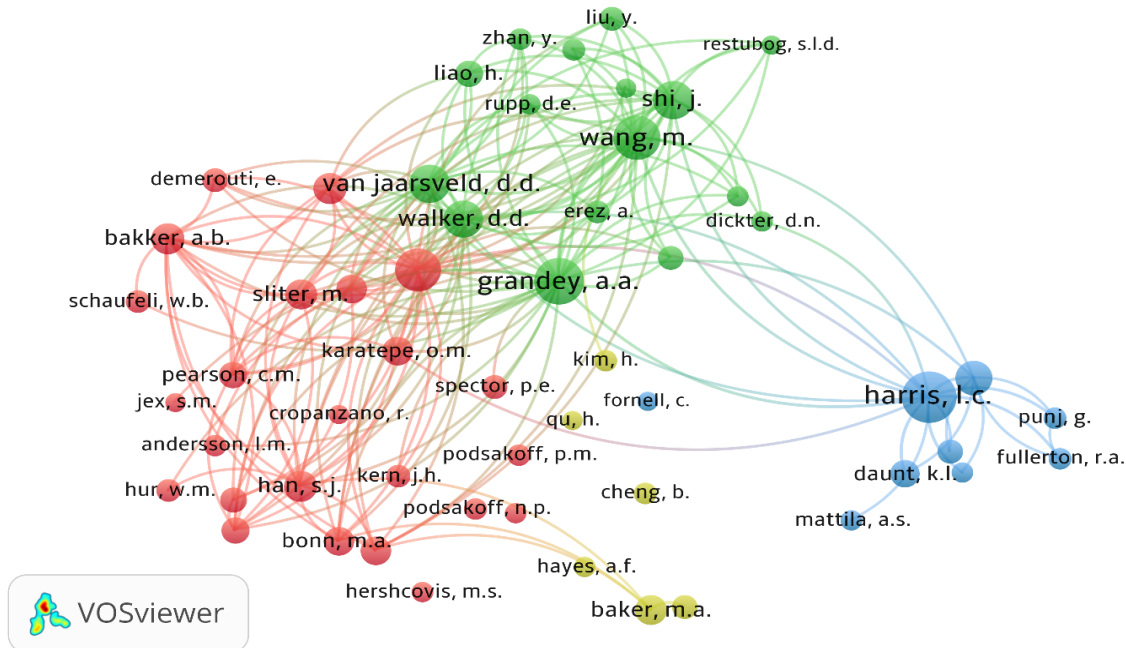
Şekil 4. Doküman Atıf Ağı Haritası

Ortak Atıf Analizi

Ortak atıf analizi, bilimsel bir alanda merkezi önemi olan kaynak, referans ya da yazarların belirlenmesi için kullanılmaktadır (Arslan, 2022). Atıf ağı analizi, bir yazar, bir çalışma ya da kaynağa kaç defa atıf yapıldığını ölçerek yazar, çalışma ya da kaynağın alandaki etkisini göstermeyi amaçlar (Cobo, López-Herrera, Herrera-Viedma & Herrera, 2011). Bu araştırmada analiz birimi *yazar* olarak belirlenen ortak atıf analizi sonucunda alana en fazla katkı sağlayan araştırmacıların Lloyd C. Harris, Alicia A. Grandey, Mo Wang, Junqi Shi, Danielle D. Van Jaarsveld, David D. Walker olduğu tespit edilmiştir.

Ortak atıf analizi, aynı çalışmalara atıf veren çalışmalar arasında benzerlik olduğunu öne süren bir haritalama tekniğidir (Erdoğan & Zaman, 2024). Yapılan haritalamada temel olarak dört kümenin oluştuğu; kırmızı ve yeşil kümeler arasındaki ağların yoğun olduğu gözlemlenmektedir. Buna göre kırmızı ve yeşil küme içinde yer alan çalışmaların birbirleri ile benzer ya da ilişkili oldukları yorumu yapılabilmektedir.

Yeşil kümede öne çıkan araştırmacılardan olan Danielle D. Van Jaarsveld ve David D. Walker'ın birçok ortak çalışmasının olması ve bu iki yazarın da psikoloji alanında yayınlarının bulunması, yapılan analiz sonucu aynı küme içinde yakın bağlantılar içinde olmalarını ortaya çıkarmıştır. Ayrıca yeşil kümede yer alan araştırmacıların çoğunlukla müşteri kötü davranışlarını ele alırken customer mistreatment (Skarlicki vd., 2008; Wang, Liao, Zhan, & Shi, 2011; Wang vd., 2013) ve customer incivility (Kern & Grandey, 2009; Walker vd., 2014) kavramlarını kullanmaları da bu araştırmacıların aynı kümeye dahil olmasının diğer sebebidir. Lloyd C. Harris'in bu kümelerden ayrışmasının temel sebebinin, yazarın "jayscale" kavramı ile müşteri kötü davranışlarını ele alarak alanda daha az yaygın olan bir kavram ile çalışması olduğu düşünülmektedir.

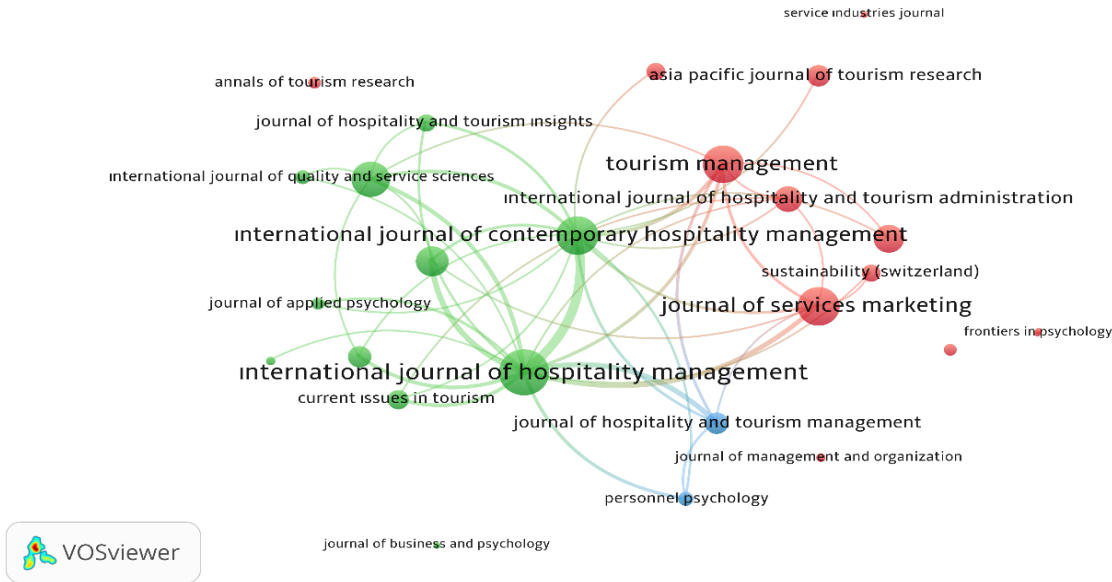


Şekil 5. Yazar Ortak Atıf Haritası

Kaynak Bibliyografik Eşleşme Analizi

Çalışma kapsamında yapılan diğer bir analiz ise kaynak bibliyografik eşleşme analizidir. Scopus veri tabanında yapılan taramada, turizm işletmeleri üzerinden kötü davranışları konu alan çalışmaların yayımlandığı 17 kaynak olduğu tespit edilmiştir. Bu kaynaklar arasında bibliyografik eşleşme ağının International Journal of Hospitality Management, International Journal of Contemporary Hospitality Management, Journal of Services Marketing, Tourism Management ve International Journal of Quality and Service Sciences dergileri arasında oluştuğu görülmektedir (Şekil 6). Haritada oluşan kümelerin renkleri, kaynaklar arasındaki bağlantıyı; aralarındaki yakınlık ise ortak alıntılara sahip olduklarını ifade etmektedir (Erdoğan & Zaman, 2024).

Bu analizde iki baskın ve bir pasif olmak üzere üç küme olduğu gözlemlenmektedir (Şekil 6). International Journal of Hospitality Management ve International Journal of Contemporary Hospitality Management dergilerinin aynı renkte olmaları ve aralarındaki bağlantı çizgisinin kalın olmasından bu dergilerin hem alanda öne çıkan kaynaklar olduğu hem de birbirleri ile bibliyografik eşleşmelerinin yoğun olduğu çıkarımı yapılabilmektedir. Bibliyografik eşleşme gücü yüksek olan bu dergilerden International Journal of Hospitality Management, International Journal of Contemporary Hospitality Management ve Tourism Management dergilerinin SSCI'nın ilk çeyreğinde (Q1) yer alan dergiler olmalarından yola çıkarak kötü davranış alanında yapılan çalışmaların kalitelerinin yüksek olduğu çıkarımı yapılabilmektedir.



Şekil 6. Kaynak Bibliyografik Eşleşme Haritası

Kavram Birlikteliği Analizi

Kötü davranış alanında yapılan çalışmaların genel bir görüntüsünü ortaya koymak amacıyla yapılan son analiz kavram birlikteliği analizidir. Kavram birlikteliği analizi, incelenen çalışmaların anahtar sözcükleri üzerinden mevcut alanı temsil edebilecek kavramları ortaya koymayı amaçlamaktadır ve anahtar kelimelerin birlikte

oluşmalarına bağlı olarak ortaya çıkmaktadır (Arslan, 2022). Diğer analizlerden farklı olarak kavram birlikteliği analizi araştırmanın içeriğini analiz eden bir tekniktir (Donthu, Kumar, Mukherjee, Pandey, & Lim, 2021). Kavram birlikteliği en yoğun olan kavram merkezde bulunur ve yoğunluk merkezden dışa doğru verilmektedir (Arslan, 2022).

Yapılan analiz sonucunda, en merkezde bulunan ve ortaya çıkan kavramın müşteri nezaketsizliği olduğu görülmektedir (Şekil 7). Alanda öne çıkan diğer kavramlar ise, müşteri kötü muamelesi, müşterinin kötü davranışı ve tükenmişlik şeklindedir. Müşterilerin çalışanlara yönelik kötü davranışlarının temel alındığı bu çalışmada, müşteri nezaketsizliği, müşteri kötü muamelesi, müşteri kötü davranışı gibi kavramların öne çıkan kavramlar olması beklenen bir durumdur. Tükenmişlik kavramının ise kötü davranış çalışmalarının tükenmişlik ile sıklıkla beraber ele alınması ve doküman atıf haritasında öne çıkan araştırmacılardan biri olan Su Jin Han'ın çalışmasında bu kavramın ele alınması sebebiyle öne çıktığı düşünülmektedir.

Analiz sonuçları, alanda geri planda kalan kavramların ise empowerment (güçlendirme), surface acting (yüzeysel davranış), deep acting (derin davranış), well-being (iyi oluş) vb. kavramlar olduğunu göstermektedir. Buradan yola çıkarak, araştırmacıların müşterilerin çalışanlara yönelik kötü davranışlarına ve çalışanların bu davranışlarla nasıl başa çıktıklarına odaklandıkları; ancak çalışanların bu durumlar karşısında nasıl güçlendirilebileceği, iyi oluş seviyelerinin nasıl artırılabilirliği ve duygusal emek davranışlarının bu kötü davranışlara nasıl tepki verdiği konusunda sınırlı çalışma olduğu sonucuna varılmaktadır.



Şekil 7. Anahtar Sözcük Birlikteliği

SONUÇ, TARTIŞMA VE ÖNERİLER

Müşteri kötü davranışları, bu davranışların çalışanlar üzerindeki etkileri ve çalışanların bu davranışlarla baş etmek için nasıl stratejiler benimsedikleri özellikle hizmet sektöründe önemli bir araştırma konusu olarak öne çıkmaktadır. Bu araştırma ise, çalışanlara yönelik kötü davranışları ele alan çalışmaları kapsamlı bir şekilde incelemeyi amaçlamıştır. Alanyazında giderek artan bir ilgi gören bu konunun bibliyometrik yöntemlerle incelenmesi, mevcut bilgi tabanını genişletecek ve ilgili araştırma alanına çeşitli şekillerde katkıda bulunacaktır. Elde edilen sonuçlar, müşteri kötü davranışları üzerine yapılan çalışmaların tarihsel bağlamda incelenmesini, alana yüksek verimlilikle katkı sağlayan önde gelen araştırmacıların, kaynakların, dergilerin ve ülkelerin belirlenmesini ve araştırmaya odaklanan anahtar kavramların ilişkisel ağ yapılarının analiz edilmesini ve görselleştirilmesini sağlayacaktır. Bu kapsamda, bibliyometrik haritalama programı VOSviewer kullanılarak, Scopus veri tabanından elde edilen 86 yayına atıf analizi, ortak atıf analizi, kavram ilişkilendirme ve bibliyografik eşleşme analizleri uygulanmıştır.

Kötü davranış konusu alanyazında 1980'li yıllarda çalışılmaya başlanmış ve hizmet sektörünün çeşitli alanlarında da ele alınan bir konu olmuştur. Fakat müşteri kötü davranışlarına en fazla maruz kalan sektörlerden biri olmasına rağmen turizm sektöründe yaşanan kötü davranışları elen alan çalışmalar 2000'li yıllarda başlamıştır. 2003'te yapılan ilk çalışmadan bu yana turizm alanında bu çalışmaların bibliyometrik analiz yöntemiyle ele alınmamış olması dikkat çekmiş ve bu çalışmaya ihtiyaç duyulduğu düşünülmüştür. Bibliyometrik analiz yoluyla kötü davranış konusu başka çalışmalarda ele alınmış olsa dahi turizm alanında bu konunun ele alınmasının önem arz ettiği düşünülmektedir.

Blonski vd. (2022) ve Chaudhuri vd. (2023) tarafından yapılan çalışmalarda kötü davranış konusu genel hizmet sektörlerinde değerlendirilmiştir. Bununla birlikte, mevcut çalışma ile söz konusu araştırmalar arasında bulgu benzerlikleri dikkat çekmektedir. Özellikle, Lloyd C. Harris'in alanyazında merkezi bir rol oynadığı ve kötü davranış çalışmalarına öncülük ettiği hem mevcut çalışma hem de önceki araştırmalar (Chaudhuri vd., 2023) tarafından teyit edilmiştir. Turizm sektörünün kötü davranışlarla ilgili çalışmalarda öne çıkan bir alan olduğu görülmekte ve bu durum, bu alandaki alanyazının önemini vurgulamaktadır.

Turizm sektörü, müşteri kötü davranışlarına en fazla maruz kalan sektörlerden biri olmasına rağmen, bu konunun turizm bağlamında ele alınmasına yönelik çalışmalar sınırlıdır. Blonski vd. (2022) tarafından yapılan çalışmada 74 makale incelenmiş ve kötü davranış çalışmalarının yıllara göre dağılımında 2006 yılında yoğunlaştığı tespit edilmiştir. Mevcut çalışmanın bu çalışmadan temel farkı, farklı veri tabanlarından yararlanılması ve 2024 yılına kadar olan çalışmaları kapsamasıdır. Gupta vd. (2023) tarafından yapılan çalışma ise daha genel bir perspektiften yaklaşmış ve müşteri kötü davranışları yerine iş ortamındaki kötü davranışları ele almıştır. Bu nedenle, alanyazında farklı kavramların öne çıktığı ve kullanılan anahtar kelimeler ile veri tabanlarının sonuçlar üzerinde belirleyici olduğu anlaşılmaktadır.

Bu çalışma kapsamında yapılan analizlerden biri olan bibliyografik eşleşme analizi, ülkeler arası iş birliğini ve ülkelerin bu alandaki üretkenliklerini incelemiştir. Bu analiz sonucunda kötü davranış alanında en fazla işbirliğinin, Amerika Birleşik Devletleri başta olmak üzere sırasıyla Çin ve Birleşik Krallık arasında gerçekleştiği tespit edilmiştir. Bu sonuç, söz konusu ülkelerin alandaki çalışmaların merkezinde yer aldığını ve alanyazına önemli katkılar sunduğunu göstermektedir. Alandaki önde gelen araştırmaları belirlemek amacıyla yapılan atıf ağı analizi, Su Jin Han ve Meehee Cho'nun 2016 yılında, Llyod C. Harris'in ise 2004 yılında gerçekleştirdiği çalışmaların alanyazında öne çıktığını ortaya koymuştur. Bu sonuca göre, Lloyd C. Harris, müşteri kötü davranışları üzerine yapılan araştırmalarda öncü bir rodedir. Kötü davranış alanında merkezi öneme sahip olan ve alana en fazla katkı sağlayan araştırmacıları belirlemek adına yapılan yazar ortak atıf analizi sonucunda ise Lloyd C. Harris, Alicia A. Grandey, Mo Wang, Junqi Shi, Danielle D. Van Jaarsveld, David D. Walker'ın alanda etkili araştırmacılar oldukları tespit edilmiştir.

Kötü davranış alanında yapılan çalışmaların hangi kavramlar ile ele alındığını tespit etmek amacıyla çalışmaların anahtar kelimelerinin incelendiği kavram birlikteliği analiz analiz sonuçlarına göre, müşteri nezaketsizliği, müşteri kötü muamelesi, müşterinin kötü davranışı ve tükenme kavramlarının alanyazında ön plana çıkmıştır. Bu durum, müşteri kötü davranışını ele alan çalışmalarda bu kavramların sıklıkla araştırıldığı ve alanyazında kötü davranış alanının temel yapı taşları olarak merkezi bir konumda yer aldığını göstermektedir.

Çalışma kapsamında yapılan son analiz ise kaynak bibliyografik eşleşme analizidir. Bu analiz, mevcut alandaki çalışmaların hangi kaynaklarda yoğunlukla ele alındığını göstermek amacıyla yapılmıştır. Yapılan kaynak bibliyografik eşleşme analizi sonucunda, kötü davranış alanında en fazla yayın yapan dergilerin International Journal of Hospitality Management, International Journal of Contemporary Hospitality Management, Journal of Services Marketing, Tourism Management ve International Journal of Quality and Service Sciences olduğu tespit edilmiştir. Bu dergilerden International Journal of Hospitality Management, International Journal of Contemporary Hospitality Management ve Tourism Management dergilerinin SSCI'nin ilk çeyreğinde yer almaları, bu dergilerin turizm alanında etki faktörü yüksek olan dergiler olduklarını; çalışmaların Q1'de yer alan dergilerde yayınlanmaları da bu çalışmaların yüksek kaliteli çalışmalar olduklarını göstermektedir.

Kapsamlı bir şekilde incelenen alanyazın ve araştırmanın sonuçları, müşteri kötü davranışlarının turizm sektöründe çalışanların üzerinde ciddi etkiler yarattığını ve bu gibi davranışlarla başa çıkma stratejilerinin kritik bir öneme sahip olduğunu göstermiştir. Müşteri kötü davranışlarının çalışanlar üzerindeki tükenmişlik, stres ve iş motivasyonunda azalma gibi olumsuz etkileri göz önüne alındığında işletmelerin çalışanlarını destekleyecek ve kötü davranışların etkisini azaltacak uygulamaları hayata geçirmesinin önemini kavramak zorunludur. Bunun için öncelikle, müşteri kötü davranışlarının olumsuz etkilerini azaltmak için çalışanlara yönelik destek mekanizmalarının oluşturulması gerekmektedir. Örneğin, işletmeler, müşteriyle

karşılaşma sonrası stres yönetimi programları veya psikolojik destek hizmetleri sağlayarak çalışanların iş yükünü hafifletebilir. İşletmeler ayrıca, müşteri kötü davranışlarına karşı açık ve net politikalar geliştirmelidir. Müşteriyle çalışan arasındaki ilişkilerde "müşteri her zaman haklıdır" yaklaşımının yerine, çalışan haklarını da gözetilen bir denge kurulmalıdır. Bu bağlamda, kötü davranışların tanımlanması ve bu tür davranışlara karşı hoşgörüsü olmayan bir politika benimsenmesi önem arz etmektedir. Alanyazında, çalışanların iş süreçlerine dahil edilmesinin, kötü davranışların etkilerini hafifletebileceği ve çalışan bağlılığını artırabileceği belirtilmiştir (Van Jaarsveld, D. D., Walker, D. D., & Skarlicki, D. P., 2010.). Bu bağlamda, çalışanlara daha fazla yetki verilmesi ve yöneticiler tarafından sağlanan destek mekanizmalarının güçlendirilmesi, müşteri kötü davranışlarının çalışanlar ve dolayısıyla işletmeler üzerindeki olumsuz etkilerini azaltabilir.

Sınırlılıklar ve Gelecekteki Araştırmalara Öneriler

Turizm alanında müşterilerin kötü davranışlarını kapsayan alanyazının bibliyometrik haritalama yöntemiyle incelendiği bu araştırmanın, dikkate değer katkıları bulunmasına rağmen çeşitli sınırlılıkları da mevcuttur. Scopus, en büyük atıf indekslerinden biri ve en prestijli veri tabanlarından biri olarak kabul edilmesine rağmen (López-Bonilla ve López-Bonilla, 2021), bu çalışmanın yalnızca Scopus'a dayandırılmış olması, diğer veri tabanlarında yer alan ilgili çalışmaları kapsam dışında bırakmış ve analiz bütüncüllüğünü sınırlamış olabilir. Ayrıca, çalışmanın bibliyometrik haritalamaya odaklanması, daha derin bağlamsal bir anlayış sunabilecek nitel yöntemlerin sağladığı içgörülere yer verilmemesine neden olmuştur. Bu bağlamda, gelecek araştırmalar diğer veri tabanlarını da dâhil ederek daha kapsamlı sonuçlar elde etmeyi hedefleyebilir. Diğer yandan bibliyometrik analizlerin yanı sıra durum veya fenomenoloji çalışmaları gibi nitel araştırma yöntemleri kullanılarak müşteri kötü davranışlarının bağlamsal yönleri daha ayrıntılı bir şekilde incelenebilir. Son olarak araştırma bulgularında yer alan kavram birlikteliği haritasında merkezden uzak kalan kavramların bu alanda az çalışılan kavramlar olduğu yorumu yapılabilmektedir. Buna göre güçlendirme, yüzeysel davranış, derin davranış, iyi oluş vb. kavramların alanda az ele alınan kavramlar olduğu sonucuna ulaşılabilir. Buradan hareketle gelecek araştırmalar için kötü davranış konusunu incelerken, mevcut çalışmanın anahtar kelime birlikteliği haritasında merkezden uzakta kalan kavramlar üzerine çalışmalar yapılarak alanın genişletilmesi önerilmektedir.

Hakem Değerlendirmesi: Dış bağımsız.

Teşekkür: Katkılarından dolayı hakemlere teşekkür ederiz.

Destek Bilgisi: Herhangi bir kurum ve/veya kuruluştan destek alınmamıştır.

Çıkar Çatışması: Yazarlar arasında çıkar çatışması yoktur.

Etik Onayı: Bu çalışmanın tüm hazırlanma süreçlerinde etik kurallara riayet edildiğini yazar(lar) beyan eder. Aksi bir durumun tespiti halinde Güncel Turizm Araştırmaları

Dergisi'nin hiçbir sorumluluğu olmayıp, tüm sorumluluk makale yazar(lar)ına aittir.

Bilgilendirilmiş Onam Formu: Tüm taraflar kendi rızaları ile çalışmaya dâhil olmuşlardır.

Etik Kurul Onayı: Çalışma kamuya açık ikincil verilerin kullanılmasıyla oluşturulmuştur.

Araştırmacıların Katkı Oranı: Yazarlar çalışmaya eşit oranda katkı sağlamıştır.

Veri Kullanılabilirlik Beyanı: Araştırma verileri paylaşılmamıştır.

KAYNAKÇA

- Allan, S., & Gilbert, P. (2002). Anger and anger expression in relation to perceptions of social rank, entrapment and depressive symptoms. *Personality and Individual Differences, 32*(3), 551-565. [https://doi.org/10.1016/S0191-8869\(01\)00057-5](https://doi.org/10.1016/S0191-8869(01)00057-5)
- Alola, U. V., Olugbade, O. A., Avcı, T., & Öztüren, A. (2019). Customer incivility and employees' outcomes in the hotel: Testing the mediating role of emotional exhaustion. *Tourism Management Perspectives, 29*, 9-17. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2018.10.004>
- Arslan, E. (2022). Sosyal bilim araştırmalarında VOSviewer ile bibliyometrik haritalama ve örnek bir uygulama. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 22*(Özel Sayı 2), 33-56. <https://doi.org/10.18037/ausbd.1227291>
- Avila-Robinson, A., & Wakabayashi, N. (2018). Changes in the structures and directions of destination management and marketing research: A bibliometric mapping study, 2005–2016. *Journal of Destination Marketing & Management, 10*, 101-111. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2018.06.005>
- Aydın, Ş., & Çoban, E. T. (2020). Konaklama işletmelerinde müşteri nezaketsizliğinin işe bağlılık üzerindeki etkisi: Kapadokya örneği. *Journal of Tourism Research Institute, 1*(1), 49-58.
- Badenes-Rocha, A., Bigné, E., & Ruiz, C. (2022). Online food delivery: An overview and bibliometric analysis. 5th International Conference on Tourism Research.
- Baker, M. A., & Kim, K. (2020). Dealing with customer incivility: The effects of managerial support on employee psychological well-being and quality-of-life. *International Journal of Hospitality Management, 87*, 102503. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2020.102503>
- Bavik, A., & Koseoglu, M. A. (2022). Intellectual structure of leadership studies in hospitality and tourism. *International Journal of Contemporary Hospitality Management, 34*(12), 4562-4591. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-10-2021-1264>

- Bi, Y., Choi, S., Yin, J., & Kim, I. (2021). Stress on frontline employees from customer aggression in the restaurant industry: The moderating effect of empowerment. *Sustainability*, 13(3), 1433. <https://doi.org/10.3390/su13031433>
- Błoński, K. (2022). Dysfunctional customer behaviour—bibliometric analysis. *Marketing of Scientific and Research Organizations*, 45(3), 1-16.
- Booyens, I., Hadjisolomou, A., Nickson, D., Cunningham, T., & Baum, T. (2022). 'It's not a big deal': Customer misbehaviour and social washing in hospitality. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 34(11), 4123-4141. <http://dx.doi.org/10.1108/IJCHM-10-2021-1310>
- Boukis, A., Koritos, C., Daunt, K. L., & Papastathopoulos, A. (2020). Effects of customer incivility on frontline employees and the moderating role of supervisor leadership style. *Tourism Management*, 77, 103997. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2019.103997>
- Boukis, A., Koritos, C., Papastathopoulos, A., & Buhalis, D. (2023). Customer incivility as an identity threat for frontline employees: The mitigating role of organizational rewards. *Annals of Tourism Research*, 100, 103555. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2023.103555>
- Börner, K., Chen, C., & Boyack, K. W. (2003). Visualizing knowledge domains. *Annual review of information science and technology*, 37(1), 179-255.
- Chaouali, W., Hammami, S. M., Veríssimo, J. M. C., Harris, L. C., El-Manstrly, D., & Woodside, A. G. (2022). Customers who misbehave: Identifying restaurant guests "acting out" via asymmetric case models. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 66, 102897. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2021.102897>
- Chaudhuri, R., Apoorva, A., Vrontis, D., Siachou, E., & Trichina, E. (2023). How customer incivility affects service-sector employees: A systematic literature review and a bibliometric analysis. *Journal of Business Research*, 164, 114011.
- Chebli, A., Moussa-Alloui, L. A., Kadri, B., & Falardeau, I. (2024). Dysfunctional tourism behaviors in national parks: An exploration of causes, typologies, and consequences in the case of Saharan tourism. *Journal of Outdoor Recreation and Tourism*, 45, 100713. <https://doi.org/10.1016/j.jort.2023.100713>
- Cheng, B., Guo, G., Tian, J., & Shaalan, A. (2020). Customer incivility and service sabotage in the hotel industry. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 32(5), 1737-1754. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-06-2019-0545>
- Chi, N. W., Yang, J., & Lin, C. Y. (2018). Service workers' chain reactions to daily customer mistreatment: Behavioral linkages, mechanisms, and boundary conditions. *Journal of Occupational Health Psychology*, 23(1), 58-70. <https://doi.org/10.1037/ocp0000050>

- Cho, M., Bonn, M. A., Han, S. J., & Lee, K. H. (2016). Workplace incivility and its effect upon restaurant frontline service employee emotions and service performance. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 28(12), 2888-2912. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-04-2015-0205>
- Chung, H., Quan, W., Koo, B., Ariza-Montes, A., Vega-Muñoz, A., Giorgi, G., & Han, H. (2021). A threat of customer incivility and job stress to hotel employee retention: do supervisor and co-worker supports reduce turnover rates?. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 18(12), 6616. <https://doi.org/10.3390/ijerph18126616>
- Cobo, M. J., López-Herrera, A. G., Herrera-Viedma, E., & Herrera, F. (2011). Science mapping software tools: Review, analysis, and cooperative study among tools. *Journal of the American Society for information Science and Technology*, 62(7), 1382-1402. <https://doi.org/10.1002/asi.21525>
- Çapacı, R., & Temizkan, R. (2020). Yerli Turistlerin Tur Kalitesi Algısı ve Tüketici Hakları Açısından Belgeli Rehber ve Belgesiz (Sahte) Turist Rehberi Karşılaştırması. *Journal of Tourism & Gastronomy Studies*, 8(2), 1132-1147. <https://doi.org/10.21325/jotags.2020.599>
- Çetintürk, İ. (2010). Konaklama işletmelerinde marka sadakati: Antalya örneği [Yüksek Lisans Tezi, Süleyman Demirel Üniversitesi]. https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/TezGoster?key=ZeTyprYuef2HkaF3xt4wYh1i_4jh4nmg3C0A1BfMVYTkWbDALLFJzunnLWAc7Ndd
- Çevik, S., & Saripek, S. (2020). Turizm ve otel işletmeciliği bölümü önlisans öğrencilerinin turizm işletmelerindeki etik problemlere yönelik algılamaları. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(4), 3887-3908. <https://doi.org/10.26677/TR1010.2020.597>
- Çınar, R., & Çubukçu, İ. (2009). Tüketim toplumunun şekillenmesi ve tüketici davranışları-karşılaştırmalı bir uygulama. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 13(1), 277-300.
- Dangaiso, P., & Mukucha, P. (2024). Evaluating the impact of service encounter incivility on employee job stress, turnover intentions and labor attrition: A study on frontline employees in the fast food service industry. *Cogent Business & Management*, 11(1), 2355671. <https://doi.org/10.1080/23311975.2024.2355671>
- del Río-Rama, M. D. L. C., Maldonado-Erazo, C. P., Álvarez-García, J., & Durán-Sánchez, A. (2020). Cultural and natural resources in tourism Island: Bibliometric mapping. *Sustainability*, 12(2), 724. <https://doi.org/10.3390/su12020724>
- Demir, M. R., & Zečević, M. (2022). Wellness tourism research: Bibliometric study of the scientific field. *Academica Turistica-Tourism and Innovation Journal*, 15(1). DOI: 10.26493/2335-4194.15.53-63

- Donthu, N., Kumar, S., Mukherjee, D., Pandey, N., & Lim, W. M. (2021). How to conduct a bibliometric analysis: An overview and guidelines. *Journal of Business Research*, 133, 285-296. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2021.04.070>
- Durmaz, Y. (2006). Modern pazarlamada tüketici memnuniyeti ve evrensel tüketici hakları. *Yaşar Üniversitesi E-Dergisi*, 1(3), 255-266. <https://doi.org/10.19168/jyu.60554>
- Ellegaard, O., & Wallin, J. A. (2015). The bibliometric analysis of scholarly production: How great is the impact? *Scientometrics*, 105, 1809-1831. <https://doi.org/10.1007/s11192-015-1645-z>
- Elsevier. (2024). Scopus <https://www.elsevier.com/products/scopus> (Erişim Tarihi: 29.04.2024).
- Erdoğan, H., & Zaman, S. (2024). Sürdürülebilir turizm kavramsallaştırması üzerine bibliyometrik bir analiz. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 8(1), 66-86. <https://doi.org/10.32572/guntad.1318556>
- Escobar-Farfán, M., Cervera-Taulet, A., & Schlesinger, W. (2024). Destination brand identity: Challenges, opportunities, and future research agenda. *Cogent Social Sciences*, 10(1), 2302803. <https://doi.org/10.1080/23311886.2024.2302803>
- Fullerton, R. A., & Punj, G. (1993). Choosing to misbehave: A structural model of aberrant consumer behavior. *Advances in Consumer Research*, 20(1), 570-574.
- Garfield, E. (1979). Is citation analysis a legitimate evaluation tool?. *Scientometrics*, 1, 359-375. <https://doi.org/10.1007/BF02019306>
- Gong, T., & Wang, C. Y. (2019). How does dysfunctional customer behavior affect employee turnover. *Journal of Service Theory and Practice*, 29(3), 329-352. <https://doi.org/10.1108/JSTP-04-2018-0081>
- Grandey, A. A., Dickter, D. N., & Sin, H. P. (2004). The customer is not always right: Customer aggression and emotion regulation of service employees. *Journal of Organizational Behavior: The International Journal of Industrial, Occupational and Organizational Psychology and Behavior*, 25(3), 397-418. <https://doi.org/10.1002/job.252>
- Grandey, A. A., Kern J. H., & Frone, M. (2007). Verbal abuse from outsiders versus insiders comparing frequency, impact on emotional exhaustion, and the role of emotional labor. *Journal of Occupational Health Psychology*, 12 (1), 63-79. <https://doi.org/10.1037/1076-8998.12.1.63>
- Gupta, A., Chaudhuri, R., Apoorva, A., Chaudhary, S., Thrassou, A., Sakka, G., & Grandhi, B. (2023). Vicenarian of workplace incivility: A bibliometric analysis and systematic review. *EuroMed Journal of Business*. <https://doi.org/10.1108/EMJB-08-2022-0143>

- Gustiawan, D., Noermijati, Aisjah, S., & Indrawati, N. K. (2023). Customer incivility, employee emotional exhaustion, and job embeddedness relationship in the Indonesian hospitality sector: The socio-economic status perspective. *Cogent Social Sciences*, 9(1), 2178613. <https://doi.org/10.1080/23311886.2023.2178613>
- Güler, O., Dalgıç, A., & Tor Kadioğlu, C. (2017). Gayri ahlaki müşteri davranışı ve başa çıkma taktikleri: Restoran ve otel çalışanları üzerine bir araştırma. The First International Congress on Future of Tourism: Innovation, Entrepreneurship and Sustainability.
- Güven, E. Ö., & Çay, A. (2020). Turizm işletmelerinde etik dışı-gayriahlaki tüketici davranışları. *Journal of Academic Perspective on Social Studies*, (1), 46-66. <https://doi.org/10.35344/japss.724630>
- Han, S. J., Bonn, M. A., & Cho, M. (2016). The relationship between customer incivility, restaurant frontline service employee burnout and turnover intention. *International Journal of Hospitality Management*, 52, 97-106. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2015.10.002>
- Harris, L. C., & Reynolds, K. L. (2003). The consequences of dysfunctional customer behavior. *Journal of Service Research*, 6(2), 144-161. <https://doi.org/10.1177/1094670503257044>
- Harris, L. C., & Reynolds, K. L. (2004). Jaycustomer behavior: an exploration of types and motives in the hospitality industry. *Journal of Services Marketing*, 18(5), 339-357. <https://doi.org/10.1108/08876040410548276>
- Hochschild, A. R. (1983). *The Managed heart: Commercialization of human feeling*. University of California Press.
- Hosseini, M. R., Martek, I., Zavadskas, E. K., Aibinu, A. A., Arashpour, M., & Chileshe, N. (2018). Critical evaluation of off-site construction research: A Scientometric analysis. *Automation in Construction*, 87, 235-247. <https://doi.org/10.1016/j.autcon.2017.12.002>
- Huang, Z., & Miao, L. (2016). Illegitimate customer complaining behavior in hospitality service encounters: a frontline employee perspective. *Journal of Hospitality and Tourism Research*. 40(6), 655-684. <https://doi.org/10.1177/1096348013515916>
- Hur, W. M., Moon, T. W., & Lee, J. H. (2021). The effect of self-efficacy on job performance through creativity: The moderating roles of customer incivility and service scripts. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 33(3), 888-905. <https://doi.org/10.1108/APJML-03-2019-0138>
- Hur, W. M., Moon, T., & Jun, J. K. (2016). The effect of workplace incivility on service employee creativity: The mediating role of emotional exhaustion and intrinsic motivation. *Journal of Services Marketing*, 30(3), 302-315. <https://doi.org/10.1108/JSM-10-2014-0342>

- Irwin, A., Hall, D., & Ellis, H. (2022). Ruminating on rudeness: exploring veterinarians' experiences of client incivility. *Veterinary Record*, 190(4), 1-9. <https://doi.org/10.1002/vetr.1078>
- Kern, J. H., & Grandey, A. A. (2009). Customer incivility as a social stressor: The role of race and racial identity for service employees. *Journal of Occupational Health Psychology*, 14(1), 46-57. <https://doi.org/10.1037/a0012684>
- Kim, B., Yu, H., Huang, Y., & Lee, S. (2023). Impact of customer incivility on restaurant employee stress spread and turnover: COVID-19 vaccination mandate. *International journal of hospitality management*, 113, 103522. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2023.103522>
- Kim, G., Ro, H., Hutchinson, J., & Kwun, D. J. (2014). The effect of jay-customer behaviors on employee job stress and job satisfaction. *International Journal of Hospitality & Tourism Administration*, 15(4), 394-416. <https://doi.org/10.1080/15256480.2014.961797>
- Kim, H., & Qu, H. (2019). The effects of experienced customer incivility on employees' behavior toward customers and coworkers. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 43(1), 58-77. <https://doi.org/10.1177/1096348018764583>
- Li, H., Duan, W., & Zhao, Q. (2019). The impact of customer mistreatment behavior on the turnover intention of frontline employees in tourism industry. 9. Uluslararası Bilgi ve Sosyal Bilimler Konferansı, Shenyang Aerospace University, China.
- López-Bonilla, J. M., & López-Bonilla, L. M. (2021). Leading disciplines in tourism and hospitality research: A bibliometric analysis in Spain. *Current Issues in Tourism*, 24(13), 1880-1896.
- Lovelock, C. H. (1994). *Product plus: How product and service equals competitive advantage*. New York: McGraw-Hill.
- Mills, M. K., & Bonoma, T. V. (1979). Deviant consumer behavior: A different view. *Advances in Consumer Research*, 6(1).
- Mitsakis, F., Hadjisolomou, A., & Kouki, A. (2024). Customer abuse and harassment in the hospitality industry: The immersion of an everyday workplace crime. *Current Issues in Tourism*, 1-21. <https://doi.org/10.1080/13683500.2024.2342397>
- Moschis, G. P., & Cox, D. (1989). Deviant consumer behavior. *Advances in Consumer Research*, 16(1), 732-737.
- Onaran, B., Bulut, Z. A., & Özmen, A. (2013). Müşteri değerinin, müşteri tatmini, marka sadakati ve müşteri ilişkileri yönetimi performansı üzerindeki etkilerinin incelenmesine yönelik bir araştırma. *Business and Economics Research Journal*, 4(2), 37-53.

- Özdoğan, F. B., & Alkibay, S. (2007). Fonksiyonel olmayan tüketici davranışlarının kavramsal boyutu. *Gazi Üniversitesi Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, (2), 156-168.
- Pelit, E., & Katircioglu, E. (2022). Human resource management studies in hospitality and tourism domain: A bibliometric analysis. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 34(3), 1106-1134. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-06-2021-0722>
- Rafaeli, A., Erez, A., Ravid, S., Derfler-Rozin, R., Treister, D. E., & Scheyer, R. (2012). When customers exhibit verbal aggression, employees pay cognitive costs. *Journal of Applied Psychology*, 97(5), 931-950. <https://doi.org/10.1037/a0028559>
- Rasoolimanesh, S. M., Gannon, M., Taheri, B., & Mikulić, J. (2023). Assessing a model of customer rage: Does customer entitlement moderate relationships between rage emotions, expressions and behaviors?. *Journal of Travel Research*, 1 (23). <https://doi.org/10.1177/00472875231213992>
- Reynolds, K. L., & Harris, L. C. (2006). Deviant customer behavior: An exploration of frontline employee tactics. *Journal of Marketing Theory and Practice*, 14(2), 95-111. <https://doi.org/10.2753/MTP1069-6679140201>
- Shao, R., & Skarlicki, D. P. (2014). Service employees' reactions to mistreatment by customers: A comparison between North America and East Asia. *Personnel Psychology*, 67(1), 23-59. <https://doi.org/10.1111/peps.12021>
- Simillidou, A., Christofi, M., Glyptis, L., Papatheodorou, A., & Vrontis, D. (2020). Engaging in emotional labour when facing customer mistreatment in hospitality. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 45, 429-443. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2020.10.001>
- Skarlicki, D. P., Van Jaarsveld, D. D., & Walker, D. D. (2008). Getting even for customer mistreatment: the role of moral identity in the relationship between customer interpersonal injustice and employee sabotage. *Journal of Applied Psychology*, 93(6), 1335. <https://doi.org/10.1037/a0012704>
- Sliter, M., Sliter, K., & Jex, S. (2012). The employee as a punching bag: The effect of multiple sources of incivility on employee withdrawal behavior and sales performance. *Journal of Organizational Behavior*, 33(1), 121-139. <https://doi.org/10.1002/job.767>
- Tan, A. J., Loi, R., Lam, L. W., & Chow, C. C. (2020). Buffering negative impacts of jaycustomer behavior on service employees. *Journal of Services Marketing*, 34(5), 635-650. <https://doi.org/10.1108/JSM-03-2019-0112>
- Toker, A. (2021). Yayınla veya yok ol! Rekreasyon yönetimi araştırmaları nereye gidiyor? Bibliyometrik bir değerlendirme. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 5(3), 2107-2126. <https://doi.org/10.26677/TR1010.2021.837>

- Toker, A., & Emir, O. (2023). Safety and security research in tourism: A bibliometric mapping. *European Journal of Tourism Research* 34, 3402. <https://doi.org/10.54055/ejtr.v34i.2871>
- Torres, E. N., van Niekerk, M., & Orłowski, M. (2017). Customer and employee incivility and its causal effects in the hospitality industry. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 26(1), 48-66. <https://doi.org/10.1080/19368623.2016.1178620>
- Türkmenoğlu, G. (2023). Müşteri nezaketsizliğinin bir sonucu olarak hizmet sabotajı ve algılanan yönetici desteğinin rolüne yönelik bir araştırma. *Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 25(2), 823-854. <https://doi.org/10.26745/ahbvuibfd.1335293>
- Üçöz, E. (2012). Paket turlarda tüketici hakları ve turist rehberlerine yönelik şikâyetlerin incelenmesi [Yüksek Lisans Tezi, Balıkesir Üniversitesi]. <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/tezSorguSonucYeni.jsp>
- Van Eck, N. J. (2011). Methodological advances in bibliometric mapping of science [Doktora Tezi, Rotterdam Erasmus Üniversitesi]. <http://hdl.handle.net/1765/26509>
- Van Jaarsveld, D. D., Walker, D. D., & Skarlicki, D. P. (2010). The role of job demands and emotional exhaustion in the relationship between customer and employee incivility. *Journal of Management*, 36(6), 1486-1504.
- Vo-Thanh, T., Vu, T. V., Nguyen, N. P., Nguyen, D. V., Zaman, M., & Chi, H. (2022). COVID-19, frontline hotel employees' perceived job insecurity and emotional exhaustion: Does trade union support matter?. *Journal of Sustainable Tourism*, 30(6), 1159-1176. <https://doi.org/10.1080/09669582.2021.1910829>
- Walker, D. D., Van Jaarsveld, D. D., & Skarlicki, D. P. (2014). Exploring the effects of individual customer incivility encounters on employee incivility: The moderating roles of entity (in) civility and negative affectivity. *Journal of Applied Psychology*, 99(1), 151. <https://doi.org/10.1037/a0034350>
- Wang, M., Liao, H., Zhan, Y., & Shi, J. (2011). Daily customer mistreatment and employee sabotage against customers: Examining emotion and resource perspectives. *Academy of Management Journal*, 54(2), 312-334. <https://doi.org/10.5465/amj.2011.60263093>
- Wang, M., Liu, S., Liao, H., Gong, Y., Kammeyer-Mueller, J., & Shi, J. (2013). Can't get it out of my mind: Employee rumination after customer mistreatment and negative mood in the next morning. *Journal of Applied Psychology*, 98(6), 989-1004. <https://doi.org/10.1037/a0033656>
- Wang, X., Shi, X., Hwang, Y., Yan, J., & Gip, H. (2023). A Social Informational Processing Lens on Multi-Foci Mistreatment: Roles of Customer Orientation and Power Distance. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 1(15). <https://doi.org/10.1177/10963480231168610>

- Wen, Y., Liang, L. J., Choi, H. C., & Yu, M. (2023). Stop being mean! Customer incivility influencing employee incivility via employee burnout: a hospitality context. *Journal of China Tourism Research*, 1-20. <https://doi.org/10.1080/19388160.2023.2232531>
- Wong, A. K. F., Köseoglu, M. A., & Kim, S. S. (2021). The intellectual structure of corporate social responsibility research in tourism and hospitality: A citation/co-citation analysis. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 49, 270-284. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2021.09.015>
- Wong, A. K. F., Köseoglu, M. A., Kim, S. S., & Leung, D. (2021). Contribution of corporate social responsibility studies to the intellectual structure of the hospitality and tourism literature. *International Journal of Hospitality Management*, 99, 103081. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2021.103081>
- Yang, F., Lu, M., & Huang, X. (2020). Customer mistreatment and employee well-being: A daily diary study of recovery mechanisms for frontline restaurant employees in a hotel. *International Journal of Hospitality Management*, 91, 102665. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2020.102665>
- Yin, J., Ni, Y., Fan, Y., & Chen, Y. (2023). Navigating Unpleasant Interactions: The Influence of Customer Mistreatment on Hospitality Employee Responses Employing Mindfulness as a Moderator. *Sustainability*, 15(19), 14288. <https://doi.org/10.3390/su151914288>
- Zhu, J. N., Lam, L. W., & Lai, J. Y. (2019). Returning good for evil: A study of customer incivility and extra-role customer service. *International Journal of Hospitality Management*, 81, 65-72. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2019.03.004>
- Zupic, I., & Čater, T. (2015). Bibliometric methods in management and organization. *Organizational Research Methods*, 18(3), 429-472. <https://doi.org/10.1177/1094428114562629>