



**DOKUZ EYLÜL ÜNİVERSİTESİ
İŞLETME FAKÜLTESİ DERGİSİ**

**DOKUZ EYLÜL UNIVERSITY
JOURNAL OF FACULTY OF BUSINESS**

CİLT: 25 SAYI: 1 YIL: 2024

VOLUME: 25 NUMBER: 1 YEAR: 2024

ISSN: 1303 – 0027

İzmir – 2024

Dokuz Eylül Üniversitesi Yayınları
DOKUZ EYLÜL ÜNİVERSİTESİ İŞLETME FAKÜLTESİ DERGİSİ
DOKUZ EYLÜL UNIVERSITY JOURNAL OF FACULTY OF BUSINESS

Cilt / Volume: 25 Sayı / Number: 1 Yıl / Year: 2024

Yayın No / Publication No: 09.1700.0000.000/BY.024.072.1220

ISSN: 1303 – 0027

Derginin Sahibi / Owner: Dokuz Eylül Üniversitesi İşletme Fakültesi Adına / On behalf of Dokuz Eylül University Faculty of Business

Prof. Dr. Çağnur Balsarı (Dekan/Dean)

Editör / Editor: Prof. Dr. Yeşim Üçdoğruk Gürel

Editör Yardımcıları / Assistant Editors:

Doç. Dr. Engin Bağış Öztürk

Arş. Gör. Dr. Gamze Öztürk

Doç. Dr. İlayda İpek

Alan Editörleri / Field Editors:

Prof. Dr. Banu Durukan Salı

Prof. Dr. Ebru Günlü Küçükaltan

Prof. Dr. Gökhan Karagonlar

Doç. Dr. İrem Aşkar Karakır

Editöryal Asistan/ Editorial Asistant:

Arş. Gör. Semiha Melis İşcen

Dil Editörü / Language Editor:

Meltem Kolday

Yönetim Yeri / Journal Office: Dokuz Eylül Üniversitesi İşletme Fakültesi Tınaztepe Yerleşkesi 35390 Buca İzmir

Yayının Türü / Publication Type: Ulusal hakemli dergi – Yılda iki kez yayımlanır

Yayın Tarihi / Release Date: 27 Haziran 2024

Yazışma Adresi / Correspondence Address: Dokuz Eylül Üniversitesi İşletme Fakültesi, Tınaztepe Yerleşkesi, 35390 Buca İzmir

Tel: (232) 3018101- **Faks:** (232) 4535062- **E-posta:** ifede@deu.edu.tr

Web sitesi: <https://dergipark.org.tr/tr/pub/ifede>

Dokuz Eylül Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi yılda iki kez yayımlanan hakemli bir dergidir. Bu dergide yayımlanan çalışmaların bilim, içerik ve dil bakımından sorumluluğu yazarlarına aittir.

Dokuz Eylül University Journal of Faculty of Business is a refereed journal, which is published twice a year. Responsibility of the articles, regarding content, ethics and language, belongs to the authors.

Dokuz Eylül Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi ULAKBİM TR-DİZİN Veri Tabanına dahildir.

Dokuz Eylül Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi Akademia Sosyal Bilimler İndeksi'nde (ASOS Index) taranmaktadır.

Indexed in ULAKBİM TR Index and ASOS Index

Basım Yeri / Publisher: Dokuz Eylül Üniversitesi Matbaası

Basım Tarihi / Date of Publication: 27 Haziran 2024 **Baskı Adedi / Print Run:** 30 adet

Basım Yeri Adresi / Publisher's Address: Dokuz Eylül Üniversitesi Matbaası DEÜ Tınaztepe Yerleşkesi 35390 Buca – İzmir **Tel:** 0(232) 301 93 00 – **Faks:** 0(232) 301 93 13

©Tüm Hakları Saklıdır.

DOKUZ EYLÜL ÜNİVERSİTESİ İŞLETME FAKÜLTESİ DERGİSİ

DOKUZ EYLÜL ÜNİVERSİTESİ İŞLETME FAKÜLTESİ ADINA SAHİBİ

Prof. Dr. Çağnur Balsarı

Kurucu Editör

Prof. Dr. Mete Oktav

YAYIN KURULU

Editör

Yeşim Üçdoğruk Gürel

Editör Yardımcıları

Engin Bağış Öztürk
Gamze Öztürk
İlayda İpek

Alan Editörleri

Banu Durukan Salı
Ebru Günlü Küçükaltan
Gökhan Karagonlar
İrem Aşkar Karakır

Editoryal Asistan

Semiha Melis İşcen

Dil Editörü

Meltem Kolday

Bilgi için

Yeşim Üçdoğruk Gürel
Dokuz Eylül Üniversitesi İşletme Fakültesi, Tınaztepe Yerleşkesi, 35390 Buca İzmir
Tel: (232) 3018101, Faks: (232) 4535062
E-posta: ifede@deu.edu.tr, yesim.ucdogruk@deu.edu.tr
<https://dergipark.org.tr/tr/pub/ifede>

Dokuz Eylül Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi yılda iki kez yayımlanan hakemli bir dergidir.
Bu dergide yayımlanan çalışmaların bilim ve dil sorumluluğu yazarlarına aittir.

Dokuz Eylül Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi ULAKBİM TR-DİZİN Veri Tabanına dahildir.

Dokuz Eylül Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi Akademia Sosyal Bilimler İndeksi'nde (ASOS Index) taranmaktadır.

ISSN: 1303 – 0027

Danışma Kurulu / Advisory Board

Beyhan Güçlü Marşap

Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi

Anna Kuzior

University of Economics in Katowice

Selçuk Uslu

Başkent Üniversitesi

Dilek Önkal

Bilkent Üniversitesi

Zeynep Aycan

Koç Üniversitesi

Ayşe Gül Bayraktaroğlu

Dokuz Eylül Üniversitesi

Muzaffer Bodur

Boğaziçi Üniversitesi

Nakiye Boyacıgiller

Sabancı Üniversitesi

Tamer Çavuşgil

Georgia State University

Erinç Yeldan

Bilkent Üniversitesi

Cengiz Yılmaz

Celal Bayar Üniversitesi

Cemal Yükselen

Beykent Üniversitesi

Ömür Neczan Timurcanday Özmen

Dokuz Eylül Üniversitesi

Orhan İçöz

Yaşar Üniversitesi

Sine Kontbay Busun

Universität Bonn

Muzaffer Uysal

Virginia Tech University

Ferda Erdem

Akdeniz Üniversitesi

Yılmaz Kılıçaslan

Anadolu Üniversitesi

Mustafa Tanyeri

Dokuz Eylül Üniversitesi

Fulya Sarvan

Akdeniz Üniversitesi

Fatma Dilvin Taşkın Yeşilova

Yaşar Üniversitesi

Cihan Çobanoğlu

University of South Florida Sarasota-Manatee

HAKEMLER LİSTESİ (2024 – CİLT: 25) / LIST OF REFEREES (2024- VOLUME: 25)**HAZİRAN / JUNE 2024**

| Hakem / Referee | Kurum / Institution |
|---------------------------------------|-----------------------------------|
| Doç. Dr. Onur Çetin | Trakya Üniversitesi |
| Prof. Dr. Aşkın Özdağoğlu | Dokuz Eylül Üniversitesi |
| Doç. Dr. Nazlı Ersoy | Osmaniye Korkut Ata Üniversitesi |
| Prof. Dr. İbrahim Sani Mert | Antalya Bilim Üniversitesi |
| Dr. Öğr. Üyesi Güler Ertaş Çapan | Doğuş Üniversitesi |
| Dr. Öğr. Üyesi Manolya Aksatan | Dokuz Eylül Üniversitesi |
| Dr. Öğr. Üyesi Nilşah Cavdar Aksoy | Galatasaray Üniversitesi |
| Doç. Dr. Mehmet Ertaş | Pamukkale Üniversitesi |
| Prof. Dr. Mustafa Kemal Öktem | Hacettepe Üniversitesi |
| Dr. Öğr. Üyesi Ecem Buse Sevinç Çubuk | Aydın Adnan Menderes Üniversitesi |
| Doç. Dr. Ramazan Eren | Akdeniz Üniversitesi |
| Doç. Dr. Mehmet Şimşek | Giresun Üniversitesi |
| Dr. Öğr. Üyesi Emine Başak Tavman | İstanbul Okan Üniversitesi |
| Doç. Dr. Şimal Çelikkol | İstanbul Beykent Üniversitesi |
| Doç. Dr. Eda Oruç Erdoğan | Akdeniz Üniversitesi |
| Prof. Dr. Gülşah Uğurluel Atağan | Dokuz Eylül Üniversitesi |
| Doç. Dr. Yıldırım Yıldırım | Düzce Üniversitesi |
| Doç. Dr. Ece Doğan | Anadolu Üniversitesi |
| Doç. Dr. Mehmet Selman Kobanoğlu | Samsun Üniversitesi |
| Prof. Dr. İsa İpçioğlu | Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi |
| Prof. Dr. Ceren Karavelioğlu | Kütahya Dumlupınar Üniversitesi |
| Prof. Dr. Emel Esen | Yıldız Teknik Üniversitesi |

DOKUZ EYLÜL ÜNİVERSİTESİ

İŞLETME FAKÜLTESİ DERGİSİ

Cilt: 25

Sayı: 1

Yıl: 2024

İÇİNDEKİLER

Araştırma Makalesi

SAĞLIK TURİZMİ YATIRIMLARININ ETKİNLİĞİNİN ARTIRILMASINA YÖNELİK ÖNCELİKLİ STRATEJİLERİN KÜRESEL BULANIK TOP-DEMATEL YÖNTEMİYLE BELİRLENMESİ

1

DETERMINATION OF PRIORITY STRATEGIES FOR INCREASING THE EFFICIENCY OF HEALTH TOURISM INVESTMENTS BY SPHERICAL FUZZY TOP-DEMATEL METHOD

Yaşar GÖKALP

Araştırma Makalesi

ÖRGÜTSEL ADALETİN ÖRGÜTSEL BAĞLILIK ÜZERİNDEKİ ETKİSİNDE ÖRGÜTSEL İTAATİN ARACI ROLÜ: BİR KAMU ÜNİVERSİTESİ ÖRNEĞİ

16

THE MEDIATING ROLE OF ORGANIZATIONAL OBEDIENCE IN THE EFFECT OF ORGANIZATIONAL JUSTICE ON ORGANIZATIONAL COMMITMENT: THE CASE OF A STATE UNIVERSITY

Mehmet Orkun ÜNSEVER, Emine ŞENER, Fatih Ferhat ÇETİNKAYA

Research Article

A RESEARCH ON THE EVALUATION OF HOTEL CUSTOMERS' CITIZENSHIP BEHAVIORS IN THE EXPERIENCESCAPE

41

OTEL MÜŞTERİLERİNİN VATANDAŞLIK DAVRANIŞLARININ DENEYİM ALANI KAPSAMINDA DEĞERLENDİRİLMESİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

Fatma Görgün DEVECİ, Tuğba YILDIZ

Research Article

CITY DIPLOMACY TO TACKLE WICKED PROBLEMS: METROPOLITAN MUNICIPALITY OF İZMİR

71

KARMAŞIK SORUNLARLA MÜCADELEDE YEREL DİPLOMASI: İZMİR BÜYÜKŞEHİR BELEDİYESİ

Nisa ERDEM, Suna Ersavaş KAVANOZ

Araştırma Makalesi

İSTANBUL'DA FAALİYET GÖSTEREN DÖRT VE BEŞ YILDIZLI OTELLERİN MUTFAK ÇALIŞANLARININ HİJYEN ALGILARI

89

HYGIENE PERCEPTIONS OF KITCHEN EMPLOYEES OF FOUR AND FIVE STAR HOTELS OPERATING IN İSTANBUL

Ayhan DAĞDEVİREN

Research Article

CONSUMER SECURITY AND PRIVACY IN THE METAVERSE: A BIBLIOMETRIC

111

ANALYSIS

METaverse'te Tüketici Güvenliği ve Gizliliği: Bibliyometrik Bir Analiz

Kadir ÖZDEMİR, Ömer Faruk ÇELEBİ, Ramazan NACAR

Araştırma Makalesi

WEB OF SCIENCE VERİ TABANINDA YER ALAN HİLE ALANINDA YAZILMIŞ
MAKALELERİN BİBLİYOMETRİK ANALİZİ

131

BIBLIOMETRIC ANALYSIS OF ARTICLES ON FRAUD IN THE WEB OF SCIENCE
DATABASE

Yasemin ERTAN

Araştırma Makalesi

AKADEMİSYENLERİN PANDEMİ DÖNEMİ UZAKTAN EĞİTİM DENEYİMLERİ: TURİZM
PROGRAMLARI ÖRNEĞİ

148

DISTANCE EDUCATION EXPERIENCES OF ACADEMICIANS DURING PANDEMIC:
CASE OF TOURISM PROGRAMS

Hanım Kader ŞANLIÖZ-ÖZGEN, Ebru GÜNLÜ KÜÇÜKALTAN

Araştırma Makalesi

TÜRKİYE'DEKİ AİLE İŞLETMELERİNİ KONU ALAN AKADEMİK LİTERATÜR: SİSTEMATİK
İNCELEME VE ANALİZ

173

ACADEMIC LITERATURE ON FAMILY BUSINESSES IN TURKEY: SYSTEMATIC STUDY
AND ANALYSIS

Ferhat DİNLER, Faruk ŞAHİN

Derleme

SESSİZ İSTİFA KAVRAMINA YÖNELİK BİR BİBLİYOMETRİK ANALİZ

203

A BIBLIOMETRIC ANALYSIS ON THE CONCEPT OF QUIET QUITTING

Ela OĞAN, Nurcan ÇETİNER

Yazarlara Duyuru

i

Atıf/Citation:

Gökalp, Y. (2024). Sağlık Turizmi Yatırımlarının Etkinliğinin Artırılmasına Yönelik Öncelikli Stratejilerin Küresel Bulanık Top-Dematel Yöntemiyle Belirlenmesi. *Dokuz Eylül Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi*, 25(1): 1-15. <https://doi.org/10.24889/ife.1347869>

**SAĞLIK TURİZMİ YATIRIMLARININ ETKİNLİĞİNİN ARTIRILMASINA YÖNELİK
ÖNCELİKLİ STRATEJİLERİN KÜRESEL BULANIK TOP-DEMATEL YÖNTEMİYLE
BELİRLENMESİ**

Yaşar GÖKALP*

ÖZ

Bu çalışmanın amacı, sağlık turizmi alanına yapılan yatırımların etkinliğinin artırılmasına yönelik optimal stratejilerin belirlenmesidir. Bu çerçevede, sağlık turizmi yatırımlarını etkileyen literatür tabanlı 6 kriter belirlenmiştir. Bu kriterler arasından en fazla önem arz edenlerin belirlenebilmesi için küresel bulanık TOP-DEMATEL yöntemi kullanılarak bir analiz gerçekleştirilmiştir. Bu bağlamda çalışmanın literatüre olan temel katkısı sağlık turizmi yatırımlarının performansı üzerinde en fazla öneme sahip olan faktörlerin tespit edilmesidir. Bu durum sağlık turizmi yatırımlarının etkinliğinin ve verimliliğinin artırılabilmesine önemli ölçüde katkı sağlamaktadır. Öte yandan, bu çalışmadaki en önemli metodolojik özgünlük ise TOP-DEMATEL isimli karar verme tekniğinin kullanılmasıdır. Elde edilen analiz sonuçlarına göre, sağlık turizmi yatırımlarına etki eden önemli kriter sağlık hizmetlerinin maliyetlerinin makul seviyede olması olarak bulunmuştur. Etkin devlet teşviklerinin ve politikalarının olması da bu süreci etkileyen bir diğer önemli kriter olarak bulunmuştur. Buna göre, karar vericilerin stratejilerini bu hususlara göre oluşturması gerekmektedir. Maliyetlerin makul düzeyde olması sağlandığı takdirde diğer sağlık turizmi destinasyonlarına göre rekabet avantajı elde edilmesi mümkün olacaktır. Ayrıca, karlılık oranının da artmasına olanak sağlayarak yatırımların sürekliliği de sağlanmış olacaktır. Bu bağlamda, kapsamlı bir finansal analiz yapılarak sağlık turizmi kapsamında sunulacak hizmetlerin maliyet etkinliğinin sağlanabilmesi gerekmektedir.

Anahtar Kelimeler: Sağlık Turizmi, Sağlık Harcamaları, Sağlık Politikaları, Bulanık Mantık.

JEL Sınıflandırması: I10, I11, H51, C44.

**DETERMINATION OF PRIORITY STRATEGIES FOR INCREASING THE EFFICIENCY OF
HEALTH TOURISM INVESTMENTS BY SPHERICAL FUZZY TOP-DEMATEL METHOD**

ABSTRACT

The aim of this study is to determine optimal strategies for increasing the efficiency of investments made in the field of health tourism. In this framework, 6 literature-based criteria affecting health tourism investments have been determined. To identify the most important ones among these criteria, an analysis has been carried out using the global fuzzy TOP-DEMATEL method. In this context, the main contribution of the study to the literature is to determine the factors that have the most importance on the performance of health tourism investments. This makes a significant contribution to increasing the efficiency and productivity of health tourism investments. On the other hand, the most important methodological originality in this study is the development of a new decision-making technique called TOP-DEMATEL. According to the results of the analysis obtained, the important criterion affecting health tourism investments is the reasonable costs of health services. The existence of effective government incentives and policies is also found as another important criterion affecting this process. So, decision makers need to create their strategies according to these issues. If the costs are provided at a reasonable level, it will be possible to gain a competitive advantage over other health tourism destinations. In addition, it will enable the profitability rate to increase, and the continuity of investments will be ensured. In this context, it is necessary to ensure the cost-effectiveness of the services to be provided within the scope of health tourism by making a comprehensive financial analysis.

Keywords: Health Tourism; Health Expenditures; Healthcare Policy; Fuzzy Logic.

JEL Classification: I10, I11, H51, C44.

1. GİRİŞ

Sağlık turizmi, sağlık hizmeti alabilmek için başka bir şehre veya ülkeye gitmek anlamına gelmektedir. Sağlık turizminin birçok farklı nedenlerinden bahsedebilmek mümkündür. Finansal hususlar nedeniyle insanlar sağlık turizmini tercih edebilmektedir. Sağlık hizmetlerinin bir kısmı bazı ülkelere diğerlerine kıyasla daha ucuz olabilmektedir. Bu durumda da insanlar bu hizmeti alabilmek için bu ülkelere gitmeyi tercih edebilmektedirler (Shabankareh vd., 2023). Sağlık hizmetinin daha kaliteli olması da sağlık turizminde tercih edilme nedenlerinden biridir (McHale, 2010). Bazı ülkeler sağlık hizmeti sunumu konusunda uzmanlaşmışlardır. Bu ülkelere örnek olarak Türkiye gösterilebilir (Sayın ve Güvenek, 2019). Bu çerçevede, insanlar bazı özel durumlarda bu ülkelere tedavi görmeyi tercih edebilmektedirler. Öte yandan, bazı şehirlerde veya ülkelere nüfus yoğunluğu çok fazla olabilmektedir. Bu durum da sağlık hizmetlerindeki kalitenin azalmasına sebebiyet verebilmektedir (Toprak ve Şahin, 2012). Dolayısıyla, insanlar da daha kaliteli sağlık hizmeti alabilmek için nüfus yoğunluğu daha az olan şehirlere veya ülkelere gitmeyi tercih edebilmektedir.

Sağlık turizmi, bir ülkenin ekonomisine çeşitli şekillerde katkı sağlayabilmektedir. Öncelikli olarak, sağlık turizmi sayesinde yabancı hastalar aldıkları sağlık hizmeti için önemli ölçüde bir ödeme yapmaktadır. Bu durum da hastanelerin gelirlerinin artırılabilmesine ciddi anlamda katkı sağlamaktadır. Benzer şekilde, bu hasta ve hasta yakınlarının tedavi sürecinde başka hususlardan da ülke ekonomisine katkı sağlamaktadır. Bu hususlara konaklama, turistik gezi ve günlük ihtiyaçlar örnek olarak gösterilebilir. Öte yandan, sağlık turizmi ülkedeki sağlık alt yapısının önemli ölçüde gelişmesine olanak sağlamaktadır. Bu bağlamda, yurt dışındaki insanların ilgilerini çekebilmek için tıbbi teknolojiye ciddi anlamda yatırım yapılabilir (Yıldız vd., 2023). Bu durum da ülkedeki sağlık hizmetlerinin kalitesinin önemli ölçüde gelişmesine katkı sağlamaktadır. Ek olarak, sağlık turizmi ülkenin imajının da olumlu anlamda gelişmesine yardımcı olmaktadır. Daha kaliteli sağlık hizmeti sunan ülkelerin itibarı artabilmektedir (Jamin vd., 2020). Bu da hem sağlık turizminin daha da gelişmesine hem de ülkenin gelirlerinin önemli ölçüde artmasına imkân sağlamaktadır.

Yukarıda bahsedilen hususlardan anlaşılacağı üzere, sağlık turizmi yatırımlarının etkinliği üzerinde etkili olabilecek çok farklı husus bulunmaktadır. Öncelikli olarak, yabancı hastalara sunulan sağlık hizmeti makul maliyete sahip olmalıdır. Bu durum finansal açıdan hastaların bu ülkeyi tercih etmesine yardımcı olmaktadır. Ek olarak, sunulan sağlık hizmetinin kalitesi de çok önemlidir. Aksi durumda, maliyet makul dahi olsa hastalar bu kurumlara gelmeyeceklerdir. Öte yandan, ülkenin sağlık alt yapısının gelişmiş olması da sağlık turizminin artırılması için gerekli olan hususlardan biridir (Wirawan vd., 2023). Gelişmiş cihazların kullanılması sayesinde, yüksek kaliteli sağlık hizmetleri sunulabilecektir. Bu durum da sağlık turizminin gelişmesine olanak sağlamaktadır. Sağlık turizmi sektöründen istenen verim alınabilmesi açısından belirtilen hususlara yönelik strateji geliştirmek yerinde olacaktır (Uygun ve Ekiz, 2016). Görülebileceği üzere, sağlık turizminin performansını etkileyen çok farklı hususlar bulunmaktadır. Buna karşın, burada önem arz eden konu ise bu yatırımların başarısının artırılabilmesi için hangi değişkenlerin iyileştirilmesine öncelik verileceğidir. Hem ülkelerin hem de işletmelerin bu hususların iyileştirilmesinde kullanabileceği belirli miktarda bütçesi bulunmaktadır. Dolayısıyla, bu bütçenin en önemli olan faktörlerin iyileştirilmesi için kullanılması gerekmektedir. Özetle, sağlık turizmi

Yaşar GÖKALP

yatırımlarının performansını etkileyen en önemli faktörlerin belirlendiği bir öncelik analizine ihtiyaç duyulmaktadır.

Bu çalışmanın amacı, sağlık turizmi alanına yapılan yatırımların etkinliğinin artırılmasına yönelik strateji geliştirmek ve bu alana yapılacak olan yatırımları artırmak için optimal ne yapılmalıdır sorusuna cevap aramaktır. Bu çerçevede, sağlık turizmi alanına yapılacak olan yatırımları etkileyen literatür tabanlı 6 kriter belirlenmiştir. Bu kriterler arasından en fazla önem arz edenlerin belirlenebilmesi için küresel bulanık TOP-DEMATEL yöntemi kullanılarak bir analiz gerçekleştirilmiştir. Literatürde sağlık turizmi ve çok kriterli karar verme teknikleri (ÇKKV) ile yapılan çalışmalar bulunmaktadır. Taş ve Çakır (2022), sağlık turizmi için yer seçimini araştıran bir çalışmayı ÇKKV teknikleri ile incelemiştir. Büyüközkan vd. (2021), İstanbul ili için uygun sağlık turizmi seçeneklerini ÇKKV ile değerlendirmiştir. Bashiri vd. (2021), COVID-19 döneminde sağlık turizmini etkileyen faktörleri ÇKKV ile araştırmıştır. Ancak, sağlık turizmi alanına yapılan yatırımların artırılmasına yönelik bu yöntem ile yapılan bir çalışmaya rastlanmamıştır. Ayrıca, Özdağoğlu vd. (2019), sağlık işletmelerinde nefelometre cihazı seçimini belirlemek için ÇKKV kullanılarak bir çalışma yürütmüştür. Bu bağlamda çalışmanın literatüre olan temel katkılarının aşağıdaki gibi özetlenebilmesi mümkündür. (i) Bu çalışmada sağlık turizmi yatırımlarının performansı üzerinde en fazla öneme sahip olan faktörler belirlenebilecektir. Bu durum da hem devletlerin hem de işletmelerin daha öncelikli hususlara odaklanarak doğru stratejileri uygulamalarına olanak sağlamaktadır. Bu durum da sağlık turizmi yatırımlarının etkinliğinin artırılabilmesine önemli ölçüde katkı sağlamaktadır. (ii) Bu çalışmadaki en önemli metodolojik özgünlük ise TOP-DEMATEL isimli ÇKKV kullanılmasıdır.

Çalışmanın bir sonraki bölümünde literatür taramasına yer verilmektedir. Bunun ardından, TOP-DEMATEL tekniği detaylıca açıklanmaktadır. Daha sonra, analiz sonuçları paylaşılmaktadır. Son olarak sonuç ve tartışma bölümüne yer verilmektedir.

2. LİTERATÜR TARAMASI

Sağlık turizmi, bir ülke için sosyal, ekonomik ve sağlık alanında birçok fırsat sunan bir sektördür. Ülkeler, sağlık turizmi ile önemli ekonomik kazançlar sağlayabilir. Bunun dışında, sağlık hizmetlerinin kalitesini artırmak için teşvik edici bir faktör olarak görülebilir. Ayrıca, tıbbi araştırma ve geliştirme faaliyetlerinin teşvik edilmesi ve sağlık diplomasinin artırılması için önem fırsatlar sunabilir. Buna bağlı olarak sağlık turizmi yatırımlarının artırılmasının önemli olduğu söylenebilir. Sağlık turizmi yatırımlarını etkileyen önemli faktörlerden biri sağlık altyapısının yeterli olmasıdır (Dalkıran, 2023). Sağlık altyapısının yeterliliği, sunulabilecek hizmetlerin yeterliliğini, güvenilirliğini ve kaliteli olmasını kapsayan bir kavramdır. Dryglas ve Salamaga (2018), Polonya'daki kaplıca tatil yerleri ile sağlık turizmi ilişkisini içeren bir çalışma gerçekleştirmiştir. Çalışmada, sağlık altyapısının yeterliliğinin sağlık turizmini geliştirme stratejileri açısından önemi de vurgulanmaktadır.

Sağlık turizmi yatırımlarını etkileyen bir diğer önemli faktör ise sunulan hizmetlerin maliyetlerinin makul olmasıdır (Ağazade ve Ergün, 2022). Sağlık turizmi alanında rakip ülkelerle rekabet edebilmek için fiyatların makul düzeyde olması gerekmektedir. Bunun dışında, yatırımcılar için yatırım yapacakları alanda maliyet avantajı elde etmek istenen bir durumdur. Fiyatların makul olduğu durumlarda talep artışı sağlanarak pazardan daha fazla pay alınmasına da olanak tanıyacaktır. Dolayısıyla, sağlık hizmet maliyetlerinin makul seviyelerde olması

Sağlık Turizmi Yatırımlarının Etkinliğinin Artırılmasına Yönelik Öncelikli Stratejilerin Küresel Bulanık Top-Dematel Yöntemiyle Belirlenmesi

yatırımcılar için beklenen bir durumdur. Panteli vd. (2021), sağlık turisti tercihlerini sağlık turizmi sağlayıcıları ile eşleştirmeyi amaçlayan bir çalışma gerçekleştirmişlerdir. Buna göre, sağlık turistlerinin seçimlerini etkileyen birçok faktörün varlığından bahsedilen makalede hizmet maliyetlerinin uygunluğunun altı çizilmektedir. Devletlerin oluşturacağı stratejilerde maliyetleri dikkate alması gerektiği belirtilmektedir.

Sunulan sağlık hizmetlerinin kaliteli olması da sağlık turizmi yatırımlarını etkileyen bir diğer faktördür (Gkinton vd., 2022). Sağlık hizmetlerinin kaliteli olması adına hem ulusal hem de uluslararası standartların sağlanması gerekmektedir. Buna bağlı olarak gelişmiş teknolojilerin tanı ve tedavilerde kullanılması olası bir durumdur. Ayrıca, yapılan yatırımları personellerin yetiştirilmesine katkı sunar. Dolayısıyla, nitelikli personelin çalıştırılması kaliteli sağlık hizmeti sunumuna katkı sağlayan bir unsurdur. Pessot vd. (2021), sağlık turizmi alanında doğal kaynakları inceleyen bir derleme çalışması yürütmüşlerdir. Konu ile ilgili yapılmış 52 çalışmanın incelendiği çalışmanın sonuçlarında kaliteli sağlık hizmet sunumunun sağlık turizmi destinasyonlarını ve strateji geliştirmeyi etkilediği belirtilmektedir.

Sağlık turizmi yatırımları ile devlet teşvikleri arasında da önemli bir ilişki bulunmaktadır (Wilco vd., 2022). Sağlanan devlet teşvikleri ile sağlık turizmi alanına daha fazla yatırımcı çekmek mümkündür. Devletler, yatırım yapacak olan kişilere vergi indirimi/muafiyeti veya kira ve arazi desteği gibi politikalar ile bunu sağlayabilir. Bunun dışında, sağlık turizmi yatırımları önemli ölçüde sermaye gerektirdiğinden dolayı maliyet-getiri dengesinin sağlanması için adımlar atabilir. Ayrıca, yapılacak olan düzenlemeler ile yatırımcının güvenini kazanarak yapılacak olan yatırımların artırılmasına katkı sağlayabilir. Liu vd. (2022), sağlık turizminin geliştirilmesi amacıyla bir çalışma yürütmüşlerdir. Yazarlar, sağlık turizminin gelişimini etkileyen teknolojik gelişmeler, altyapı ve kültür gibi birçok faktörün olduğunu savunmaktadır. Bu faktörlerden birinin de devlet teşvikleri olduğunu belirtmektedirler.

Pazar potansiyelinin yüksek olması durumu birçok yatırım kararını etkilediği gibi sağlık turizmi yatırımlarına da etki etmektedir (Meera ve Vinodan, 2019). Pazar potansiyelini etkileyen birçok husus bahsedilebilir. Bu hususlar, sağlık turistlerinin yatırım yapılacak olan ülkeyi tercih etme olasılığı, bölgesel ve küresel olarak rekabet edilebilirlik ve iklim ve turizm açısından cezbedici olmasıdır. Bunun yanında, gerekli tanıtım faaliyetlerinin yürütülmesi ve hedeflenen hasta profili de pazar potansiyelini belirleyen diğer hususlardır. Küçükkambak (2023), sağlık turizminde imaj ve markalaşma konusunu araştıran bir çalışma yürütmüştür. Sağlık turizmi sektörünün son on yılda önemli ölçüde büyüdüğünü belirten yazar, sağlık turizminin gelişimi ve markalaşma adına pazar potansiyelinin önemli olduğunu vurgulamaktadır.

Hizmet verilecek olan sağlık kuruluşlarına erişimin kolay olması sağlık turizminin gelişimi açısından önemlidir (Favargiotti vd., 2022). Sağlık hizmetlerine ulaşım imkanlarının yeterli olması, yatırım yapılacak olan ülkedeki ulaşım hizmetlerinin kolaylığı ve iyi bir altyapıya sahip olmayı ifade etmektedir. Bunun dışında, sağlık hizmeti alınacak ülkelere direkt uçuşların olması ve turistlerin seyahat edebilme kolaylığına sahip olmaları önemli bir faktördür. Ayrıca, ulaşım maliyetlerinin kabul edilebilir düzeyde olması da sağlık turizminin gelişimini etkileyecek bir diğer önemli husustur. Szromek vd. (2022), sağlık turizmi işletmeleri ve sürdürülebilir kalkınmanın sağlanması ile uyumunu araştıran bir çalışma gerçekleştirmişlerdir. Çalışmanın sonuçlarında, sağlık turizmi amacıyla ziyaret edilen ülkenin sahip olduğu ulaşım imkanlarının yeterli olması sağlık turizminin gelişimini doğrudan etkilediği belirtilmektedir. Ek

olarak, politika yapıcılarının ulaşım olanaklarına yönelik stratejileri dikkate alması gerektiği belirtilmektedir.

Literatürde, TOP-DEMATEL yöntemi ile yapılmış birçok çalışma bulunmaktadır. Eti vd. (2023), güneş panellerinin hastanelere uygunluğunu test etmek için T-Spherical TOP-DEMATEL yöntemini kullanmıştır. Hastanelerde güneş panellerinin kurulabilmesi için ilk yatırım maliyetlerini dikkate alınması gerektiği ifade edilmektedir. Oflaz vd. (2023), gelişmekte olan ekonomilerdeki enerji depolama yatırımlarını sıralamak amacıyla bir çalışma yürütmüşlerdir. Çalışmanın sonuçları, gelişmekte olan ekonomilerde enerji depolama yatırımlarının iyileştirilmesinde enerji depolama kapasitesinin en önemli faktör olduğunu vurgulamaktadır. Eti vd. (2023), hastaneler için yeşil bina dönüşümünde öncelik kriterlerinin belirlenmesi amacıyla bir çalışma yürütmüşlerdir. Yenilenebilir enerji kullanımının bu süreçte en önemli faktör olduğu belirtilmektedir. Bunun dışında Özdemirci vd. (2023), sosyal bankacılık sistemlerini değerlendirdikleri çalışmalarında TOP-DEMATEL yöntemini kullanmışlardır. Ek olarak, Dinçer vd. (2022), hastaneler için yenilenebilir enerji teknoloji yatırımlarını TOP-DEMATEL yöntemini kullanarak araştırmışlardır.

Yapılan literatür taraması sonucunda ulaşılan sonuçlar şu şekildedir;

- (i) Sağlık turizmi alanına yapılan yatırımların artması hem ülke ekonomisi hem de istihdam sağlaması açısından önemlidir.
- (ii) Sağlık turizmi yatırımlarını etkileyen birçok faktör bulunmaktadır.
- (iii) Yatırımcıları teşvik etmek amacıyla bu kriterlerin hepsine aynı anda müdahale etmek mümkün değildir. Dolayısıyla, bu kriterlerin önem ağırlıklandırılması yapılmalıdır.
- (iv) Literatürde bu durumu ele alan sınırlı sayıda çalışma bulunmaktadır.

Bu çalışmada, sağlık turizmi yatırımlarının etkinliğinin artırılması için alınması gereken en önemli stratejilerin belirlenmesi hedeflenmektedir. Buna yönelik bulanık karar verme teknikleri ile bir analiz gerçekleştirilmiştir.

ÇKKV yöntemlerinin diğer analiz yöntemlerine göre üstünlüğü hem sayısal hem de sayısal olmayan verileri dikkate alarak analiz yapmasıdır. DEMATEL yönteminin avantajı ise kriterler arasındaki etki ve tepkinin bu yöntemde dikkate alınmasıdır. DEMATEL yönteminin en güncel versiyonu ise TOP-DEMATEL'dir. Bu yöntemde bulanık sayıların kullanılmasının nedeni ise belirsizliği geniş bir yelpazede dikkate alarak minimuma indirmesidir.

3. METOT

Bu çalışma, sağlık turizmi yatırımlarının artırılması için en optimal strateji nedir sorusuna yanıt aramaktadır. Buna yönelik olarak, literatür tabanlı belirlenen kriterler arasında en önemli olanın tespiti amacıyla küresel bulanık TOP-DEMATEL (SF TOP-DEMATEL) yöntemi kullanılmıştır. Söz konusu yönteme ait detaylar bu başlık altında ifade edilecektir.

3.1. Küresel Bulanık TOP-DEMATEL

DEMATEL yönteminin temel eleştirileri göz önünde bulundurularak, TOPSIS yönteminin son adımının entegrasyonu ile yöntem geliştirilmiştir. Bu eleştiriler, DEMATEL yönteminde simetrik karar matrisinin uygun çözüm üretmemesinden kaynaklanmaktadır. Simetrik karar matrislerinde, DEMATEL'in kendi ağırlıklandırma adımı olan D ve R toplamı eşit kalabilmektedir. Bu nedenle, TOPSIS yönteminin sıralama adımı DEMATEL yöntemine entegre edilen versiyonu kullanılmıştır (Eti vd., 2023). Böylelikle, literatüre kazandırılan TOP-

Sağlık Turizmi Yatırımlarının Etkinliğinin Artırılmasına Yönelik Öncelikli Stratejilerin Küresel Bulanık Top-Dematel Yöntemiyle Belirlenmesi

DEMATEL yönteminin adımları aşağıdaki gibidir (Dinçer vd., 2023).

Adım 1: Uzmanlardan faktörlere yönelik değerlendirmeler elde edilir. Bu adımda, Tablo 1'deki dilsel ifadelerle karşılık gelen bulanık sayılar kullanılır. Küresel bulanık sayılardaki μ , ifadenin bulanık sayılar kümesindeki üyelik değerini, η , üye olmama değerini ve ν , tereddüt değerini ifade etmektedir.

Tablo 1: Dilsel İfadeler

| | μ | η | ν |
|---|-------|--------|-------|
| 4 | ,85 | ,15 | ,45 |
| 3 | ,6 | ,2 | ,35 |
| 2 | ,35 | ,25 | ,25 |
| 1 | 0 | ,3 | ,15 |
| 0 | 0 | 0 | 0 |

Uzman değerlendirmelerine ait matris elde edilir. Bunun için Eşitlik (1)'den yararlanılmaktadır.

$$D^i = \begin{bmatrix} 0 & \cdots & (\mu_{1n}^i, \eta_{1n}^i, \nu_{1n}^i) \\ \vdots & \ddots & \vdots \\ (\mu_{n1}^i, \eta_{n1}^i, \nu_{n1}^i) & \cdots & 0 \end{bmatrix} \quad (1)$$

Adım 2: Eşitlik (2) kullanılarak uzman değerlendirmelerinin ortalaması alınarak karar matrisi (D) elde edilir. Karar matrisi Eşitlik (3) ile ifade edilmiştir. Eşitlik (2)'de yer alan ağırlıklar $1/k$ olarak ele alınmaktadır. Burada k uzman sayısını ifade etmektedir. Küresel bulanık sayılarda ağırlıklandırılmış aritmetik ortalama (SFAM) Eşitlik (3) ile hesaplanmaktadır.

$$SFAM_W(\tilde{D}_1, \tilde{D}_2, \dots, \tilde{D}_k) = \left\{ \begin{array}{c} \left[1 - \prod_{i=1}^k (1 - \mu_{D_i}^2)^{\frac{1}{k}} \right]^{\frac{1}{2}}, \\ \prod_{i=1}^k \eta_{D_i}^{\frac{1}{k}}, \\ \left[\prod_{i=1}^k (1 - \mu_{D_i}^2)^{\frac{1}{k}} - \prod_{i=1}^k (1 - \mu_{D_i}^2 - \nu_{D_i}^2)^{\frac{1}{k}} \right]^{\frac{1}{2}} \end{array} \right\} \quad (2)$$

$$D = \begin{bmatrix} 0 & \cdots & (\mu_{1n}^d, \eta_{1n}^d, \nu_{1n}^d) \\ \vdots & \ddots & \vdots \\ (\mu_{n1}^d, \eta_{n1}^d, \nu_{n1}^d) & \cdots & 0 \end{bmatrix} \quad (3)$$

Adım 3: Küresel bulanık sayılardaki her bir alt matris için 3 ayrı farklı matris oluşturulur. Akabinde, oluşturulan her bir matris Eşitlik (4) ve (5) ile normalleştirilir.

$$X = sD \quad (4)$$

$$s = \min \left[\frac{1}{\max_i \sum_{j=1}^n |d_{ij}|}, \frac{1}{\max_j \sum_{i=1}^n |d_{ij}|} \right] \quad (5)$$

Normalleştirme işlemlerinden sonra oluşturulan 3 normalize matris Eşitlik (6) ile gösterilmiştir.

$$X^\mu = \begin{bmatrix} 0 & \cdots & \mu_{1n} \\ \vdots & \ddots & \vdots \\ \mu_{n1} & \cdots & 0 \end{bmatrix} \quad X^\eta = \begin{bmatrix} 0 & \cdots & \eta_{1n} \\ \vdots & \ddots & \vdots \\ \eta_{n1} & \cdots & 0 \end{bmatrix} \quad X^\nu = \begin{bmatrix} 0 & \cdots & \nu_{1n} \\ \vdots & \ddots & \vdots \\ \nu_{n1} & \cdots & 0 \end{bmatrix} \quad (6)$$

Adım 4: Eşitlik (7) yardımıyla, her bir normalize matris için toplam ilişki matrisleri (T) hesaplanır.

$$T = X * (1 - X)^{-1} \quad (7)$$

Hesaplanan 3 matrise öklidyen normalizasyon işlemi uygulanır.

Adım 5: Hesaplanan 3 alt toplam ilişki matrisi tek bir matris haline getirilir. Bu matris küresel bulanık toplam ilişki matrisi (\tilde{T}) olarak ifade edilir. Söz konusu matris Eşitlik (8)'de ifade edilmiştir.

$$\tilde{T} = \begin{bmatrix} \mu_{11}^T, \eta_{11}^T, \nu_{11}^T & \cdots & (\mu_{1n}^T, \eta_{1n}^T, \nu_{1n}^T) \\ \vdots & \ddots & \vdots \\ (\mu_{n1}^T, \eta_{n1}^T, \nu_{n1}^T) & \cdots & \mu_{nn}^T, \eta_{nn}^T, \nu_{nn}^T \end{bmatrix} \quad (8)$$

Adım 6: Küresel bulanık toplam ilişki matrisi Eşitlik (9) aracılığıyla skor değerleri hesaplanır ve matris durulaştırılır.

$$Skor = \mu^2 - \eta^2 - \nu^2 \quad (9)$$

Adım 7: Küresel bulanık T matrisine durulaşma işlemi uygulandıktan sonra, Eşitlik (10)-(16) kullanılarak kriter ağırlıkları (W) elde edilir.

$$C^*_j = \sqrt{\sum_{i=1}^n (t_i - \max_j t_i)^2} \quad j = 1, 2, \dots, n \quad (10)$$

$$C^-_j = \sqrt{\sum_{i=1}^n (t_i - \min_j t_i)^2} \quad j = 1, 2, \dots, n \quad (11)$$

$$R^*_i = \sqrt{\sum_{j=1}^n (t_j - \max_i t_j)^2} \quad i = 1, 2, \dots, n \quad (12)$$

$$R^-_i = \sqrt{\sum_{j=1}^n (t_j - \min_i t_j)^2} \quad i = 1, 2, \dots, n \quad (13)$$

Sağlık Turizmi Yatırımlarının Etkinliğinin Artırılmasına Yönelik Öncelikli Stratejilerin Küresel Bulanık Top-Dematel Yöntemiyle Belirlenmesi

$$S_i^* = C_i^* + R_i^* \quad (14)$$

$$S_i^- = C_i^- + R_i^- \quad (15)$$

$$W_i = \frac{S_i^-}{S_i^- + S_i^*} \quad (16)$$

Buradaki C^* sütun bazında kriterlerin pozitif ideale uzaklık toplamını, C^- sütun bazında kriterlerin negatif ideale uzaklık toplamını, R^* satır bazında kriterlerin pozitif ideale uzaklık toplamını ifade ederken, R^- satır bazında kriterlerin negatif ideale uzaklık toplamını belirtmektedir. Ayrıca, satır ve sütun bazında ideal pozitif derece uzaklık toplamının toplamı S^* , satır ve sütun bazında ideal negatif derece uzaklık toplamının toplamı ise S^- ile gösterilmiştir.

4. BULGULAR

Elde edilen analiz sonuçlarının detayları aşağıda alt başlıklar halinde sunulmaktadır.

4.1. Kriterlerin Belirlenmesi

Kriterlerin belirlenme sürecinde literatür taramasından faydalanılmıştır. Buna bağlı olarak sağlık turizmi yatırımlarının etkinliklerinin artırılmasına etki eden 6 kriter belirlenmiştir. Söz konusu sürece etki eden kriterlerin detayları Tablo 2’de verilmiştir.

Tablo 2: Sağlık Turizmi Yatırımlarını Etkileyen Kriterler

| Kriter | Açıklama | Literatür |
|---|--|-------------------------|
| Sağlık Altyapısının Yeterli Olması (SAYO) | SAYO, sağlık hizmetlerinin nitelik ve nicelik olarak yeterli miktarda sunulabilmesini kapsamaktadır. | Dalkıran (2023) |
| Hizmet Maliyetlerinin Makul Olması (HMMO) | HMMO, yatırım yapılabilmesi için getiri boyutunun maliyetlerden yüksek olmasını ifade etmektedir. | Ağazade ve Ergün (2022) |
| Kaliteli Sağlık Hizmeti Sunulması (KSHS) | KSHS, hizmetten faydalanacak bireylerin memnun olması ve tercih edilebilirliğin artırılması için kaliteli sağlık hizmet sunumunu ifade etmektedir. | Gkinton vd. (2022) |
| Pazar Potansiyelinin Olması (PPO) | Yatırımların yeterli miktarda olması ve rekabet ortamının oluşturulabilmesi için yeterli potansiyele sahip olunmasıdır. | Meera ve Vinodan (2019) |
| Devlet Desteği ve Politikaların Olması (DDPO) | Yatırımları teşvik etmek amacıyla devlet tarafından sunulabilecek vergi indirimi ve teşvik gibi uygulamalardır. | Wilco vd. (2022) |
| Ulaşım İmkanlarının Yeterli Olması (UIYO) | Tercih edecek sağlık turistlerinin, sağlık hizmetlerine ulaşabilmesi ve seyahat kolaylığına sahip olmalarıdır. | Favargiotti vd. (2022) |

Bu kriterlerin tamamı pozitif yönlüdür. Dolayısıyla, sağlık altyapısının yeterli olduğu, hizmet maliyetlerinin makul olduğu, kaliteli sağlık hizmet sunulabildiği, pazar potansiyelinin olduğu, devlet desteklerinin olduğu ve ulaşım imkanlarının yeterli olduğu bir ortamda sağlık

Yaşar GÖKALP

turizmi yatırımlarının artacağından söz edilebilir.

4.2. Kriter Ağırlıklarının Hesaplanması

Sağlık turizmi yatırımlarının etkinliğinin artırılmasına yönelik stratejilerinin SF TOP-DEMATEL yöntemi ile belirlenmesi için öncelikle sağlık turizmi sektöründe en az 10 yıllık tecrübeye sahip uzmanlardan değerlendirme yapmaları istenmiştir. Toplamda 3 uzmandan görüş alınmıştır. Uzmanlara ait değerlendirmelerin detayları Tablo 3'te verilmiştir.

Tablo 3: Uzman Görüşleri

| Uzman 1 | | | | | | |
|---------|------|------|------|-----|------|------|
| | SAYO | HMMO | KSHS | PPO | DDPO | ÜİYO |
| SAYO | 0 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 |
| HMMO | 3 | 0 | 3 | 2 | 4 | 3 |
| KSHS | 3 | 3 | 0 | 4 | 2 | 2 |
| PPO | 4 | 3 | 3 | 0 | 4 | 3 |
| DDPO | 4 | 4 | 3 | 4 | 0 | 4 |
| ÜİYO | 3 | 3 | 2 | 4 | 3 | 0 |
| Uzman 2 | | | | | | |
| | SAYO | HMMO | KSHS | PPO | DDPO | ÜİYO |
| SAYO | 0 | 3 | 4 | 4 | 2 | 4 |
| HMMO | 3 | 0 | 4 | 4 | 2 | 4 |
| KSHS | 4 | 4 | 0 | 4 | 1 | 1 |
| PPO | 2 | 1 | 3 | 0 | 2 | 3 |
| DDPO | 4 | 4 | 4 | 4 | 0 | 3 |
| ÜİYO | 1 | 3 | 2 | 4 | 1 | 0 |
| Uzman 3 | | | | | | |
| | SAYO | HMMO | KSHS | PPO | DDPO | ÜİYO |
| SAYO | 0 | 3 | 4 | 4 | 3 | 2 |
| HMMO | 2 | 0 | 4 | 3 | 4 | 4 |
| KSHS | 3 | 4 | 0 | 4 | 3 | 4 |
| PPO | 4 | 2 | 4 | 0 | 4 | 4 |
| DDPO | 4 | 4 | 4 | 2 | 0 | 3 |
| ÜİYO | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 0 |

Uzman görüşlerinden elde edilen matris Tablo 1'deki bulanık sayılara çevrilmiştir. Daha sonra Eşitlik (2) yardımıyla D matrisi elde edilmiştir. Karar matrisine ait detaylar Tablo 4'te yer verilmiştir.

Sağlık Turizmi Yatırımlarının Etkinliğinin Artırılmasına Yönelik Öncelikli Stratejilerin Küresel Bulanık Top-Dematel Yöntemiyle Belirlenmesi

Tablo 4: Karar Matrisi (D)

| | SAYO | | | HMMO | | | KSHS | | | PPO | | | DDPO | | | ÜİYO | | |
|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|
| SAYO | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,60 | 0,20 | 0,35 | 0,85 | 0,15 | 0,45 | 0,85 | 0,15 | 0,45 | 0,54 | 0,22 | 0,35 | 0,68 | 0,20 | 0,38 |
| HMMO | 0,54 | 0,22 | 0,35 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,80 | 0,17 | 0,37 | 0,68 | 0,20 | 0,27 | 0,77 | 0,18 | 0,50 | 0,80 | 0,17 | 0,37 |
| KSHS | 0,54 | 0,22 | 0,35 | 0,66 | 0,21 | 0,39 | 0,37 | 0,00 | 0,00 | 0,76 | 0,00 | 0,51 | 0,46 | 0,23 | 0,25 | 0,68 | 0,20 | 0,27 |
| PPO | 0,77 | 0,18 | 0,50 | 0,42 | 0,25 | 0,35 | 0,72 | 0,18 | 0,37 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,77 | 0,18 | 0,50 | 0,72 | 0,18 | 0,37 |
| DDPO | 0,85 | 0,15 | 0,45 | 0,85 | 0,15 | 0,45 | 0,80 | 0,17 | 0,37 | 0,77 | 0,18 | 0,50 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,72 | 0,18 | 0,49 |
| ÜİYO | 0,51 | 0,23 | 0,35 | 0,72 | 0,18 | 0,37 | 0,63 | 0,21 | 0,27 | 0,85 | 0,15 | 0,45 | 0,66 | 0,21 | 0,39 | 0,00 | 0,00 | 0,00 |

D matrisi birleşenlerine ayrılır. Her bir bileşen, (4) ve (6) arasındaki eşitlikler yardımıyla normalleştirilir. Normalize alt matrisler Tablo 5’te verilmiştir.

Tablo 5: Normalize Alt Matrisler

| M | SAYO | HMMO | KSHS | PPO | DDPO | ÜİYO |
|------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| SAYO | 0,0000 | 0,1440 | 0,2040 | 0,2040 | 0,1291 | 0,1631 |
| HMMO | 0,1291 | 0,0000 | 0,1910 | 0,1631 | 0,1848 | 0,1910 |
| KSHS | 0,1291 | 0,1589 | 0,0893 | 0,1820 | 0,1100 | 0,1631 |
| PPO | 0,1848 | 0,1004 | 0,1724 | 0,0000 | 0,1848 | 0,1724 |
| DDPO | 0,2040 | 0,2040 | 0,1910 | 0,1848 | 0,0000 | 0,1724 |
| ÜİYO | 0,1218 | 0,1724 | 0,1522 | 0,2040 | 0,1589 | 0,0000 |
| η | SAYO | HMMO | KSHS | PPO | DDPO | ÜİYO |
| SAYO | 0,0000 | 0,1978 | 0,1483 | 0,1483 | 0,2131 | 0,1936 |
| HMMO | 0,2131 | 0,0000 | 0,1633 | 0,1936 | 0,1759 | 0,1633 |
| KSHS | 0,2131 | 0,2057 | 0,0000 | 0,0000 | 0,2295 | 0,1936 |
| PPO | 0,1759 | 0,2439 | 0,1797 | 0,0000 | 0,1759 | 0,1797 |
| DDPO | 0,1483 | 0,1483 | 0,1633 | 0,1759 | 0,0000 | 0,1797 |
| ÜİYO | 0,2264 | 0,1797 | 0,2085 | 0,1483 | 0,2057 | 0,0000 |
| υ | SAYO | HMMO | KSHS | PPO | DDPO | ÜİYO |
| SAYO | 0,0000 | 0,1549 | 0,1991 | 0,1991 | 0,1559 | 0,1687 |
| HMMO | 0,1559 | 0,0000 | 0,1626 | 0,1189 | 0,2218 | 0,1626 |
| KSHS | 0,1559 | 0,1709 | 0,0000 | 0,2258 | 0,1113 | 0,1189 |
| PPO | 0,2218 | 0,1565 | 0,1645 | 0,0000 | 0,2218 | 0,1645 |
| DDPO | 0,1991 | 0,1991 | 0,1626 | 0,2218 | 0,0000 | 0,2174 |
| ÜİYO | 0,1568 | 0,1645 | 0,1213 | 0,1991 | 0,1709 | 0,0000 |

Normalize alt matrisler üzerinden Eşitlik (7) ve (8) kullanılarak Küresel Bulanık Toplam İlişki Matrisi (T) hesaplanır. T matrisine ait detaylar Tablo 6’da gösterilmiştir.

Yaşar GÖKALP

Tablo 6: T Matrisi

| | SAYO | | | HMMO | | | KSHS | | | PPO | | | DDPO | | | ÜİYO | | |
|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|
| SAYO | 0,35 | 0,37 | 0,36 | 0,41 | 0,42 | 0,41 | 0,42 | 0,41 | 0,43 | 0,42 | 0,42 | 0,42 | 0,41 | 0,42 | 0,41 | 0,41 | 0,42 | 0,42 |
| HMMO | 0,41 | 0,42 | 0,39 | 0,36 | 0,38 | 0,35 | 0,42 | 0,42 | 0,40 | 0,41 | 0,44 | 0,38 | 0,43 | 0,41 | 0,41 | 0,43 | 0,42 | 0,40 |
| KSHS | 0,40 | 0,40 | 0,38 | 0,41 | 0,39 | 0,38 | 0,37 | 0,35 | 0,33 | 0,41 | 0,36 | 0,39 | 0,39 | 0,40 | 0,37 | 0,41 | 0,39 | 0,37 |
| PPO | 0,42 | 0,43 | 0,45 | 0,39 | 0,45 | 0,43 | 0,40 | 0,44 | 0,44 | 0,34 | 0,39 | 0,39 | 0,42 | 0,43 | 0,45 | 0,40 | 0,44 | 0,44 |
| DDPO | 0,47 | 0,38 | 0,47 | 0,47 | 0,38 | 0,47 | 0,45 | 0,38 | 0,46 | 0,45 | 0,40 | 0,47 | 0,39 | 0,34 | 0,41 | 0,45 | 0,39 | 0,47 |
| ÜİYO | 0,39 | 0,44 | 0,39 | 0,41 | 0,44 | 0,39 | 0,39 | 0,45 | 0,38 | 0,41 | 0,44 | 0,40 | 0,41 | 0,44 | 0,40 | 0,34 | 0,40 | 0,34 |

T matrisinin hesaplanmasından sonra, söz konusu matris Eşitlik (9) yardımıyla durulaştırılır. Durulaştırılmış T matrisi Tablo 7’de verilmiştir.

Tablo 7: Durulaştırılmış T matrisi

| | SAYO | HMMO | KSHS | PPO | DDPO | ÜİYO |
|------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|
| SAYO | -0,3863 | -0,4205 | -0,4217 | -0,4216 | -0,4238 | -0,4245 |
| HMMO | -0,4032 | -0,3639 | -0,3964 | -0,4038 | -0,3919 | -0,3872 |
| KSHS | -0,3744 | -0,3663 | -0,3059 | -0,3401 | -0,3712 | -0,3580 |
| PPO | -0,4648 | -0,4938 | -0,4774 | -0,4365 | -0,4641 | -0,4684 |
| DDPO | -0,3712 | -0,3747 | -0,3914 | -0,4107 | -0,3590 | -0,4052 |
| ÜİYO | -0,4436 | -0,4224 | -0,4404 | -0,4322 | -0,4291 | -0,3993 |

Eşitlik (10)-(16) yardımıyla ağırlıklar hesaplanır Söz konusu işlemlere ait sonuç değerleri Tablo 7’de verilmiştir.

Tablo 8: S, S* ve Ağırlıklar

| Kriterler | S | S* | Ağırlıklar | Sıralama |
|-----------|--------|--------|------------|----------|
| SAYO | 0,1704 | 0,1697 | 0,1717 | 3 |
| HMMO | 0,2351 | 0,1900 | 0,1895 | 1 |
| KSHS | 0,2313 | 0,2996 | 0,1493 | 5 |
| PPO | 0,1457 | 0,2250 | 0,1347 | 6 |
| DDPO | 0,1994 | 0,1735 | 0,1832 | 2 |
| ÜİYO | 0,1860 | 0,1854 | 0,1716 | 4 |

Tablo 8 incelendiğinde, sağlık turizmi yatırımlarının artırılmasına etki eden en önemli faktörün, hizmetlerin maliyetlerinin makul olması olarak bulunmuştur. Söz konusu faktöre ait ağırlık, 0,1895 olarak hesaplanmıştır. İkinci sırada ise devlet desteği ve politikalarının olması kriteri bulunmuştur. Söz konusu faktöre ait ağırlık ise 0,1832’dir.

Sağlık Turizmi Yatırımlarının Etkinliğinin Artırılmasına Yönelik Öncelikli Stratejilerin Küresel Bulanık Top-Dematel Yöntemiyle Belirlenmesi

Tablo 9: Farklı t Değerlerine Göre Değerlendirme ve Sıralama

| t= | t=1 | t=2 | t=3 | t=4 | t=5 | t=6 | t=7 | t=8 | t=9 | t=10 |
|------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| SAYO | 0,1725 | 0,1717 | 0,1704 | 0,1694 | 0,1688 | 0,1680 | 0,1673 | 0,1667 | 0,1687 | 0,1710 |
| HMMO | 0,1897 | 0,1895 | 0,1884 | 0,1881 | 0,1880 | 0,1884 | 0,1881 | 0,1883 | 0,1890 | 0,1899 |
| KSHS | 0,1463 | 0,1493 | 0,1519 | 0,1547 | 0,1578 | 0,1606 | 0,1634 | 0,1645 | 0,1632 | 0,1619 |
| PPO | 0,1397 | 0,1347 | 0,1328 | 0,1311 | 0,1300 | 0,1288 | 0,1278 | 0,1269 | 0,1260 | 0,1253 |
| DDPO | 0,1794 | 0,1832 | 0,1862 | 0,1876 | 0,1874 | 0,1874 | 0,1877 | 0,1875 | 0,1870 | 0,1865 |
| UIYO | 0,1724 | 0,1716 | 0,1702 | 0,1690 | 0,1680 | 0,1668 | 0,1657 | 0,1662 | 0,1661 | 0,1655 |
| t/sıralama | t=1 | t=2 | t=3 | t=4 | t=5 | t=6 | t=7 | t=8 | t=9 | t=10 |
| SAYO | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| HMMO | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| KSHS | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| PPO | 6 | 6 | 6 | 6 | 6 | 6 | 6 | 6 | 6 | 6 |
| DDPO | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 |
| UIYO | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |

Farklı t değerlerine göre yapılan analiz sonucunda elde edilen skorlar ve sıralamalar Tablo 9’da verilmiştir. Farklı t değerlerine göre değerlendirme yapıldığında analiz sonuçlarının değişmediği ve en önemli kriterin HMMO olduğu, en önemli ikinci kriterin ise DDPO olduğu görülmektedir.

5. TARTIŞMA VE SONUÇ

Elde edilen analiz sonuçlarına göre, sağlık turizmi yatırımlarına etki eden önemli kriter sağlık hizmetlerinin maliyetlerinin makul seviyede olması olarak bulunmuştur. Etkin devlet teşviklerinin ve politikalarının olması da bu süreci etkileyen bir diğer önemli kriter olarak bulunmuştur. Sunulan sağlık hizmetlerinin maliyetlerinin makul düzeyde olması sağlık turizmi alanına yapılan yatırımların artırılması için oldukça önemlidir. Maliyetlerin makul düzeyde olması sağlandığı takdirde diğer sağlık turizmi destinasyonlarına göre rekabet avantajı elde edilmesi mümkün olacaktır. Ayrıca, karlılık oranının da artmasına olanak sağlayarak yatırımların sürekliliği de sağlanmış olacaktır. Jiang vd. (2022), sağlık turizminde talep çeşitliliğini inceledikleri çalışmalarında hizmet maliyetlerinin talepleri karşılamak adına önemli bir kriter olduğunu belirtmektedir. Jamin vd. (2020), COVID-19 sonrası sağlık turizmi destinasyonlarının imajının artırılmasına yönelik bir çalışma yürütmüşlerdir. Buna göre, hizmet maliyetinin bu imajın iyileştirilmesi ve sağlık turizminin gelişimi açısından önemli olduğu vurgulanmaktadır. Salehi-Esfahani vd. (2021), Amerika Birleşik Devletleri’nden Kanada’ya sağlık turizmi amacıyla seyahat edenlerin durumunu inceleyen bir çalışma gerçekleştirmişlerdir. Sağlık turizmi için tercih edilecek ülke konusundan maliyetlerin önemli olduğu çalışma sonuçlarından anlaşılmaktadır. Sarker vd. (2022), Asya’da sağlık turizmi memnuniyetini etkileyen temel bileşenleri araştıran bir çalışma yürütmüşlerdir. Çalışmada, bu bileşenlerden birinin maliyet olduğunun altı çizilmektedir.

Devlet teşviklerinin yeterli olması, sağlık turizminin gelişimine ve bu alana yapılan

Yaşar GÖKALP

yatırımları etkileyen bir diğer önemli etmendir. Sağlık turizmi yatırımlarını artırmak isteyen bir devletin yatırımcılara yönelik teşvik edici politikalar geliştirmesi gerekir. Bu teşvik edici politikalar, vergi muafiyeti, alan tahsisi ya da sağlık turizmi amaçlı vize serbestisi gibi uygulamalar yapılabilir. Sun vd. (2022), sağlık turizminin gelişimini inceleyen bir çalışma gerçekleştirmişlerdir. Çalışmada, sağlık turizminin geliştiği ülkelerde devlet desteklerinin ve uygulanan teşvik edici politikaların önemli bir yere sahip olduğu belirtilmektedir. Zhong vd. (2023), Çin'in sağlık turizmi alanındaki gelişimini inceleyen bir çalışma yürütmüşlerdir. Çin'in sağlık turizmi alanında önemli gelişmeler gösterdiğini belirten yazarlar, devlet teşviklerinin gelişim açısından önemli bir yere sahip olduğunu belirtmektedir.

Yukarıda belirtilen hususlardan da anlaşılacağı üzere, sağlık turizmi yatırımlarının etkinliklerinin artırılması için maliyetleri azaltıcı tedbirler alınması gerekmektedir. Sağlık hizmet maliyetlerinin azaltılması için sağlık hizmetlerinin daha verimli bir şekilde sunulması gerekmektedir. İş süreçlerinin gözden geçirilmesi ve gereksiz bürokratik süreçlerin kaldırılması verimliliğin artırılması açısından önemlidir. Bu bürokratik süreçleri hızlandıracak eğitimlerin verilmesi ve gereksiz aşamaların kaldırılması yerinde olacaktır. Ayrıca, sağlık işletmelerinin teknolojik gelişmeleri takip ederek geride kalmamaları ve güncel teknolojiyi kullanmaları önemlidir. Bunun dışında, etkin tedarik zinciri yönetimi de sağlık hizmetlerinin maliyetlerini azaltacak bir diğer önemli husustur. Buna ek olarak, e-sağlık uygulamalarının kullanılması ile tahlil ve randevu gibi süreçler daha az kâğıt ve insan gücü kullanılarak sürdürülebilir. Sağlık turizmi yatırımlarının artırılması için devlet teşvikleri ve politikaları da önem taşımaktadır. Bu noktada, devletler tarafından yatırımcılara vergi avantajları ve teşviklerin sunulması yerinde olacaktır. Bunu dışında, altyapı ve teknoloji geliştirme hususunda teşvik edici uygulamalarının olması sağlık turizmi yatırımlarının artırılmasına katkı sağlar. Sağlık turizmi tanıtım uygulamaları için profesyonel destek alınması makul olacaktır.

Bu çalışmanın en büyük kısıtı sağlık turizmi yatırımlarına özgü yapılmasıdır. Buna bağlı olarak oluşturulan kriter seti, sağlık turizmi yatırımlarını etkileyen faktörlerden oluşturulmuştur. Bundan sonra yapılacak çalışmalarda, sağlık turizmi uygulamalarının kalitesini artırmayı amaçlamak yerinde olacaktır. Bunun dışında, TOP-DEMATEL gibi tek bir yöntem ile analiz yapılmıştır. Farklı yöntemler ile analiz yapılarak sonuçların tutarlığı test edilebilir.

KAYNAKÇA

- Ağazade, S., & Ergün, A. (2022). Health Tourism Revenues and Real Exchange Rate Relationship in Türkiye. *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, 1-18.
- Bashiri, A., Alizamini, S. M. M., & Nasrabadi, M. M. (2021). Analysis of factors affecting health tourism in the COVID-19 crisis using fuzzy EDAS method. *International Journal of Nonlinear Analysis and Applications*, 12(Special Issue), 1175-1188.
- Büyüközkan, G., Mukul, E., & Kongar, E. (2021). Health tourism strategy selection via SWOT analysis and integrated hesitant fuzzy linguistic AHP-MABAC approach. *Socio-Economic Planning Sciences*, 74, 100929.
- Dalkıran, G. B. (2023). Health Tourism Components and Intermediary Institutions as Supplier Businesses in the Context of Health 4.0. In *Health 4.0 and Medical Supply Chain* (pp. 147-162). Singapore: Springer Nature Singapore
- Dryglas, D., & Salamaga, M. (2018). Segmentation by push motives in health tourism destinations: A case study of Polish spa resorts. *Journal of Destination Marketing &*

Sağlık Turizmi Yatırımlarının Etkinliğinin Artırılmasına Yönelik Öncelikli Stratejilerin Küresel Bulanık Top-Dematel Yöntemiyle Belirlenmesi

- Management, 9, 234-246.
- Dinçer, H., Yüksel, S., & Eti, S. (2023). Identifying the right policies for increasing the efficiency of the renewable energy transition with a novel fuzzy decision-making model. *Journal of Soft Computing and Decision Analytics*, 1(1), 50-62.
- Dinçer, H., Eti, S., Yuksel, S., Gokalp, Y., & Celebi, B. (2022). Strategy Generation for Risk Minimization of Renewable Energy Technology Investments in Hospitals with SF TOP-DEMATEL Methodology. *Journal of Computational and Cognitive Engineering*.
- Eti, S., Dinçer, H., Yüksel, S., & Gökcalp, Y. (2023). Analysis of the suitability of the solar panels for hospitals: A new fuzzy decision-making model proposal with the T-spherical TOP-DEMATEL method. *Journal of Intelligent & Fuzzy Systems*, 44(3), 4613-4625
- Eti, S., Dinçer, H., Yüksel, S., Uslu, Y. D., Gökcalp, Y., Kalkavan, H., ... & Pinter, G. (2023). Determination of priority criteria in green building transformation: An analysis on the service industry. *Research in Globalization*, 7, 100164.
- Favargiotti, S., Pasquali, M., Chioni, C., & Pianegonda, A. (2022). Water Resources and Health Tourism in Val di Sole: Key Elements for Innovating with Nature in the Italian Inner Territories. *Sustainability*, 14(18), 11294.
- Gkinton, E., Telonis, G., Halkiopoulos, C., & Boutsinas, B. (2022, September). Quality of Life and Health Tourism: A Conceptual Roadmap of Enhancing Cognition and Well-Being. In *International Conference of the International Association of Cultural and Digital Tourism* (pp. 651-666). Cham: Springer International Publishing.
- Jamin, A., Rahmafritra, F., & Nurazizah, G. R. (2020, December). Rebuilding health tourism destination image after Covid-19: The case of Malaysia and Indonesia. In *2020 IEEE 8th R10 Humanitarian Technology Conference (R10-HTC)* (pp. 1-6). IEEE.
- Jiang, L., Wu, H., & Song, Y. (2022). Diversified demand for health tourism matters: From a perspective of the intra-industry trade. *Social Science & Medicine*, 293, 114630.
- Küçükkambak, S. E. E. (2023). Image and Branding in Health Tourism. In *Global Perspectives on the Opportunities and Future Directions of Health Tourism* (pp. 14-39). IGI Global
- Liu, Y., Wang, R., & Zhao, T. (2022, June). Interaction Design in Residence Mode of Health and Tourism. In *International Conference on Human-Computer Interaction* (pp. 72-89). Cham: Springer International Publishing
- McHale, J. (2010). Health tourism and the UK: some new developments. *British Journal of Nursing*, 19(14), 926-927.
- Meera, S., & Vinodan, A. (2019). Attitude towards alternative medicinal practices in wellness tourism market. *Journal of Hospitality and Tourism Insights*, 2(3), 278-295.
- Oflaz, F., Yüksel, S., Dinçer, H., & Eti, S. (2023). A novel fuzzy decision-making methodology for ranking energy storage investments in emerging economies. *Decision Analytics Journal*, 9, 100345.
- Özdağoğlu, A., Keleş, M. K., & Eren, F. Y. (2019). Sağlık İşletmelerinde Nefelometre Cihazı Alternatiflerinin Değerlendirilmesi–Dematel-Multimoora Bütünleşik Yaklaşımı. *Dokuz Eylül Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi*, 20(2), 275-299.
- Özdemirci, F., Yüksel, S., Dinçer, H., & Eti, S. (2023). An assessment of alternative social banking systems using T-Spherical fuzzy TOP-DEMATEL approach. *Decision Analytics Journal*, 100184.
- Panteli, A., Kompothrekas, A., Halkiopoulos, C., & Boutsinas, B. (2021, June). An innovative

- recommender system for health tourism. In *Culture and Tourism in a Smart, Globalized, and Sustainable World: 7th International Conference of IACuDiT*, Hydra, Greece, 2020 (pp. 649-658). Cham: Springer International Publishing.
- Pessot, E., Spoladore, D., Zangiacomì, A., & Sacco, M. (2021). Natural resources in health tourism: a systematic literature review. *Sustainability*, 13(5), 2661.
- Salehi-Esfahani, S., Ridderstaat, J., & Ozturk, A. B. (2021). Health tourism in a developed country with a dominant tourism market: the case of the United States' travellers to Canada. *Current Issues in Tourism*, 24(4), 536-553.
- Sarker, M., Kasem, N., Wong, B. K. M., & Moghavvemi, S. (2022). Conceptualizing essential components affecting health tourism satisfaction in asia: does context matter?. *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, 23(5), 1107-1135.
- Sayin, E., & Güvenek, E. S. B. (2019). Sağlık Turizmindeki Teşvik ve Desteklerin Sağlık Turizmine Etkileri: Türkiye İçin Müdahale Analizi. *Journal of Academic Value Studies*, (5), 994-1008
- Shabankareh, M., Nazarian, A., Golestaneh, M. H., & Dalouchi, F. (2023). Health tourism and government supports. *International Journal of Emerging Markets*.
- Sun, S., Zhong, L., Law, R., Li, X., Deng, B., & Yang, L. (2022). Health tourism evolution: a review based on bibliometric analysis and the China national knowledge infrastructure database. *Sustainability*, 14(16), 10435.
- Szromek, A. R., Puciato, D., Markiewicz-Patkowska, J. I., & Colmekcioglu, N. (2022). Health tourism enterprises and adaptation for sustainable development. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, (ahead-of-print).
- Taş, M. A., & Çakir, E. (2022). A hybrid fuzzy MCDM approach for sustainable health tourism sites evaluation. In *Handbook of Research on Advances and Applications of Fuzzy Sets and Logic* (pp. 77-104). IGI Global.
- Toprak, D. K., & Şahin, B. (2012). Sağlık bakanlığı hastanelerine yapılan hasta şikâyetlerinin değerlendirilmesi. *Sağlıkta performans ve kalite dergisi*, 3(1), 1-28.
- Uygun, M., & Ekiz, E. (2016). An Overview of Health tourism within the context of Turkey's Tourism Strategy (2023). *Journal of Hospitality and Tourism*, 14(1), 18-26.
- Wilco, C. W. H., Luo, J., Zhang, C., & Kuo, A. (2022). Acupuncture as a new cultural tourism product in Greater Bay Area–Stakeholders' perspectives. *Journal of Global Scholars of Marketing Science*, 32(1), 114-128.
- Wirawan, H., Salam, R., Normawati, N., Paramarta, V., & Sunarsi, D. (2023). Predicting turnover intention in Indonesian public organisations: investigating the effect of citizen and workplace incivility, and job insecurity. *International Journal of Public Sector Management*.
- Yıldız, M., Aydın, M. A., Gökçay, G., Kizilarslan, V., & Yaman, U. (2023). The effect of intercultural sensitivity and ethnocentrism on health tourism awareness level in nurses: Analysis with machine learning approach. *Archives of Psychiatric Nursing*.
- Zhong, L., Sun, S., Law, R., Li, X., & Deng, B. (2023). Health tourism in China: a 40-year bibliometric analysis. *Tourism Review*, 78(1), 203-217.

Atıf/Citation:

Ünsever, M. O., Şener, E. ve Çetinkaya, F. F. (2024). Örgütsel Adaletin Örgütsel Bağlılık Üzerindeki Etkisinde Örgütsel İtaatin Aracı Rolü: Bir Kamu Üniversitesi Örneği. *Dokuz Eylül Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi*, 25(1): 16-40. <https://doi.org/10.24889/ifede.1392034>

ÖRGÜTSEL ADALETİN ÖRGÜTSEL BAĞLILIK ÜZERİNDEKİ ETKİSİNDE ÖRGÜTSEL İTAATIN ARACI ROLÜ: BİR KAMU ÜNİVERSİTESİ ÖRNEĞİ*

Mehmet Orkun ÜNSEVER, Emine ŞENER*** ve Fatih Ferhat ÇETİNKAYA******

ÖZ

Bu çalışmanın amacı, örgütsel adaletin örgütsel bağlılık üzerindeki etkisinde örgütsel itaatın aracı rolünü belirlemektir. Nicel desende tasarlanan çalışmanın evrenini bir kamu üniversitesinde görev yapan akademik ve idari personel oluşturmaktadır. İlgili evrende araştırmaya katılan 425 gönüllü ile gerçekleştirilen çalışmada veriler; örgütsel adalet, örgütsel itaat ve örgütsel bağlılık ölçekleri ile toplanmıştır. Ölçeklerin geçerliliğini sınavabilmek için doğrulayıcı faktör analizi uygulanmış ayrıca toplanan veriler, SPSS ve AMOS programları kullanılarak incelenmiştir. Araştırma hipotezlerini test etmek için Yapısal Eşitlik Modellemesinden ve aracı hipotezleri test etmek amacıyla da Baron ve Kenny (1986) tarafından önerilen geleneksel yaklaşımdan faydalanılmıştır. Araştırma sonucunda, örgütsel adaletin ve örgütsel itaatın örgütsel bağlılığı pozitif yönde ve anlamlı olarak etkilediği, örgütsel adaletin de örgütsel itaat üzerindeki etkisinin pozitif yönde ve anlamlı olduğu, ek olarak örgütsel adaletin örgütsel bağlılık üzerindeki etkisinde örgütsel itaatın kısmi aracılık etkisi olduğu belirlenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Örgütsel İtaat, Örgütsel Adalet, Örgütsel Bağlılık.

JEL Sınıflandırması: M10, M12, M54, J53.

THE MEDIATING ROLE OF ORGANIZATIONAL OBEDIENCE IN THE EFFECT OF ORGANIZATIONAL JUSTICE ON ORGANIZATIONAL COMMITMENT: THE CASE OF A STATE UNIVERSITY

ABSTRACT

The aim of this study is to determine the mediating role of organizational obedience in the effect of organizational justice on organizational commitment. The population of the study designed in a quantitative pattern consists of academic and administrative staff working at a public university. The data in the study was conducted with 425 volunteers who agreed to participate in the research in the relevant population; It was collected with organizational justice, organizational obedience and organizational commitment scales. To test the validity of the scales, confirmatory factor analysis was applied, and the obtained data were used to test the research hypotheses using Structural Equation Modeling using SPSS and AMOS programs, and to test the mediating hypotheses, the traditional approach suggested by Baron and Kenny (1986) was used. As a result of the research, it was determined that organizational justice and organizational obedience affected organizational commitment positively and significantly, the effect of organizational justice on organizational obedience was positive and significant, and finally, organizational obedience had a partial mediating role in the effect of organizational justice on organizational commitment.

Keywords: Organizational Obedience, Organizational Justice, Organizational Commitment.

JEL Classification: M10, M12, M54, J53.

1. GİRİŞ

Adalet kavramı ve yönetim üzerindeki etkisine dair felsefi tartışmalar Aristo'ya kadar uzansa da bilimsel ve örgütsel düzeyde ele alınıp incelenmesi henüz yenidir. Adalet olgusuna dayalı olarak örgütsel adaletin ayrı bir çalışma alanı olarak ortaya çıkmasında 1960'lı yıllarda

* Bu çalışmanın Beşerî Bilimler Etik Standartlarına uygunluğu Kırşehir Ahi Evran Üniversitesi Sosyal ve Beşerî Bilimler Bilimsel Araştırma ve Yayın Etik Kurulu tarafından değerlendirilmiş ve 02.03.2023 tarih ve 2023/02/08 karar no ile onaylanmıştır.

** Doktora Öğrencisi, Kırşehir Ahi Evran Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, Kırşehir, Türkiye. E-posta: orkununsever@yahoo.com, <https://orcid.org/0000-0003-3978-9056>

*** Sorumlu yazar. Doç. Dr., Kırşehir Ahi Evran Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, Yönetim ve Organizasyon Anabilim Dalı, Kırşehir, Türkiye. E-posta: esener@ahievran.edu.tr, <https://orcid.org/0000-0002-8903-1684>

**** Doç. Dr., Kırşehir Ahi Evran Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, Yönetim ve Organizasyon Anabilim Dalı, Kırşehir, Türkiye. E-posta: ffcetinkaya@ahievran.edu.tr, <https://orcid.org/0000-0003-2263-0479>

ortaya atılmış eşitlik teorisi önemli rol oynamaktadır. Eşitlik teorisi, bireyin örgüte getirdiği girdiler sonucu elde edeceği sonuçların adil olması gerektiği üzerine kuruludur. Bu açıdan bakıldığında, kökeni 1960'lı yıllar olan örgütsel adalet kavramının temelinde, özünde çalışanların ücretinin ve ödüllendirilmesindeki dağıtımın ne şekilde olması gerektiği konusundaki tavsiyelerin test edilmesi gayesiyle yapıldığı belirtilmektedir (Moç, 2018, s. 11).

Bireyler zamanlarının önemli bir kısmını geçirdikleri örgütlerde adalet kavramına ilişkin farklı açılardan görüş bildirebilirler. Örneğin ücretlerin adil olup olmadığı, kendilerine yönelik üstlerinin davranışlarındaki adalet, terfi konusundaki adalet bunlardan bazılarıdır. Bu durumda adaletin seviyesi de farklı algılayan çalışan bireylerin örgüte karşı tutumlarını şekillendirdiğinden, kavramın örgütler için önemini arttırmaktadır. Günümüzde sadece özel sektör kapsamında değil kamuda da bireylerin işin yürütülmesindeki önemi artmaktadır. Bu durumun ülke ekonomisi için de önemli olduğu görülebilmektedir. Ayrıca kamu hizmetlerinde oluşan çeşitlilik nedeniyle de yönetimin ve yöneticilerin sorumluluğu artmaktadır. Örgütsel bağlılığa olan ihtiyaç her zamankinden fazla olarak ortaya çıkmakta bunun nedeni olarak da değişen piyasa ve iş koşulları nedeniyle nitelikli bireylere, çalışma güçlerine, iş birliği ve sadakate olan ihtiyacın daha fazla artmasıdır. Örgütsel bağlılığı mevcut olan bireylerin sorumluluk duygusu, çalışma arzusu ve görevlerine yaklaşımları yüksek olacaktır ve bu da örgüt için daha az maliyet anlamına gelebilecektir.

Örgüte karşı içsel bağlanma oluşabilmesi için bağlanma ve sahiplenme duygularının artırılması için yöneticiler tarafından çaba sarf edilmesi gerekmektedir. Bu çaba çalışanların örgüt lehine daha uyumlu olması adına önemlidir çünkü örgütün düzgün işlemesi için üyelerinin uyumuna ihtiyaç duyulduğu bir gerçektir. Kurumsal düzeyde yaratılan ve paylaşılan değerler, performans artışı sağlayarak çalışanları daha iyi motive edebilir hatta küçük bir ekibi diğer örgüt unsurlarından daha iyi güçlendirebilir. Örgütsel uyum ile birlikte ele alınabilecek ve sosyal etki literatüründe yan yana görmeye alışık olduğumuz bir diğer unsur da örgütsel itaattir. Çoğu zaman uyum denilen kavram, itaati daha kolay hale getiren hızlandıran bir örtüdür. İtaatten ziyade uyum odaklı bir örgüt kültürü istenilen bir tablo olsa da negatif bir değişken olarak örgütsel davranış üzerindeki etkisinin veya aracılığının incelenmesi önem arz etmektedir.

Bu çalışmada, örgütsel davranış literatüründe önemli bir yer tutan ve sıkça çalışılan örgütsel adalet, örgütsel bağlılık olgularının örgütsel itaat olgusu ile ilişkisinin varlığını tespit edebilmenin yanı sıra örgütsel adalet ile örgütsel bağlılık ilişkisinde örgütsel itaatin aracılık etkisi olup olmadığını tespit etmek amaçlanmıştır. Bu amaçla çalışma kapsamında sırasıyla şu sorulara yanıt aranmıştır. “*Örgütsel adalet değişkeni örgütsel bağlılık değişkeni üzerinde anlamlı bir şekilde etkili midir?*”, “*Örgütsel adalet değişkeni örgütsel itaat değişkeni üzerinde anlamlı bir şekilde etkili midir?*”, “*Örgütsel itaat değişkeni örgütsel bağlılık değişkeni üzerinde anlamlı bir şekilde etkili midir?*”, “*Örgütsel itaat değişkeninin örgütsel adalet değişkeni ile örgütsel bağlılık değişkeni arasındaki ilişkide aracılık rolü var mıdır?*”

Yapılan literatür taramasında araştırmaya konu olan değişkenlerin bir arada ele alınıp incelendiği özellikle itaat olgusunun, bağlılık olgusuna etkisine dair bir çalışmaya rastlanmamıştır. Yönetimci bir perspektiften arzu edilen bir sonuç olan itaat davranışının bağlılık davranışına olan etkisinin ortaya konulması ve örgütsel adaletin her iki değişkeni örgüt lehine dönüştürücü bir unsur olup olmadığının test edilmesi bu çalışmayı önemli kılmaktadır. Bu yönüyle ilgili literatüre katkı sağlamak ve var olan bilgileri sıvayıp geliştirerek özellikle yöneticilere yol göstermek adına önemli bir çalışma olmasının yanı sıra mevcut bazı örgütsel

Örgütsel Adaletin Örgütsel Bağlılık Üzerindeki Etkisinde Örgütsel İtaatin Aracı Rolü: Bir Kamu Üniversitesi Örneği

sorunların ortaya konulması ve çözüm üretilmesi ile yeni çalışmalara kapı aralama potansiyeli dikkate alındığında değerli bir araştırma olduğu düşünülmektedir.

Çalışmanın bundan sonraki bölümünde örgütsel adalet, örgütsel bağlılık ve örgütsel itaat kavramları literatüre dayalı olarak ele alınarak kuramsal ve kavramsal çerçeve oluşturulmuş ve ilgili değişkenler ilişkilendirilerek oluşturulan model, geçerliliği kanıtlanmış ölçekler ile toplanan verilerin analizi ile test edilmiştir.

2. LİTERATÜR VE HİPOTEZ GELİŞTİRME

2.1. Örgütsel Adalet

Adalet olgusu, bireyin ya da ait olduğu grubun adaletli ve dürüst biçimde davranış sergileyip sergilemediğini ortaya koymaktır (Altıntaş ve Şener, 2020). Örgütsel adalete ilk odaklanma Adams'ın (1963,1965) çalışmalarında görülmektedir. Bu kavram, çalışanların bir örgüte “eğitim, çaba, deneyim, isteklilik vb. gibi girdiler getirdiğini ve bu girdiler sonucunda da çalışanların ödeme, muamele, terfi, özel ödül, kurumsal tanınma, dürüstlük, geri bildirim, adil ve doğru performans değerlendirmeleri gibi adil sonuçlar beklediğini kabul eden eşitlik teorisine dayanmaktadır” (Ceylan, 2016, s. 19; Lambert, 2003, s. 156). Bu konuda Scott ve diğerlerinin (2009) analizi oldukça kapsamlıdır; yöneticilerin farklı karar verme bağlamlarında sergileyebilecekleri çeşitli adalet biçimlerinin (dağıtıcı, prosedürel, bilgilendirici ve kişiler arası) içeriklerini dikkate almaktadır.

Örgütlerde yöneticilerin zaman zaman sergilenmek zorunda kaldığı zorunlu, işten çıkarmalar ve alıcıların finansal refahı veya kariyer beklentileri üzerinde etkileri olan olumsuz performans değerlendirmeleri olabilmektedir. Araştırmacıların üzerinde durduğu konulardan biri, yöneticilerin ne zaman ve neden bu yaptırımları kişilerarası duyarlılıkla ortaya koyma olasılıklarının daha yüksek olduğudur. Kişilerarası duyarlılık, bilgilendirici ve özellikle kişilerarası adalet ile, dağıtıcı ve prosedürel adaletten daha yakından ilişkilidir (Brockner vd., 2015, s. 106). Adalet araştırmacıları daha sonra etkileşimsel adaleti, prosedür adaletinden ayırmış ve nihayetinde etkileşimsel adaleti; Greenberg (1993), kişilerarası ve bilgisel adalet olarak ikiye ayırmıştır. Bu farklılaşma eğilimi, örgütsel adalet anlayışımızı ve insanların kuruluşlardaki adalet algılarını yönlendiren faktörleri önemli ölçüde zenginleştirmiştir (Le ve Pan, 2021, s. 21).

Adalet araştırmasının tarihsel incelemesinde, adalet biçimlerinin ilki ve en çok tanınanı, karar verme sonuçlarının adillığının bir değerlendirmesi olan dağıtım adaletidir. İkincisi, bu sonuçları belirlemek için kullanılan prosedürlerin adillığının bir değerlendirmesi olan prosedür adaletidir. Prosedür adaletini araştıran araştırmalar, prosedür adaleti algılarının genellikle kişilerarası unsurlardan etkilendiğini bulmuştur. Bu kişilerarası etkiler üçüncü bir boyut olarak görülebilir: Dağıtıcı adalet, sonuçların adillğine odaklanır ve örgütsel adaletin tanımlanması gereken ilk boyutudur. Etkileşim adaleti, kişinin üstleri tarafından kişilerarası muamelenin adillğini temsil eder. Ayrıca etkileşimsel adalet hem kişilerarası adaletin hem de bilgisel adaletin bir bileşimi olarak önerilmiştir (Hayashi vd., 2011, s. 174). Dağıtım adaleti, ödüller, üzerinde anlaşmaya varılan bir kurala göre belirli bir alıcı grubuna dağıtıldığında ortaya çıkar. En yaygın kurallar eşitlik, ihtiyaçlar ve adalettir. Eşitlik kuralına göre, tüm alıcılar aynı ödül miktarını alır. İhtiyaç kuralı, ödül miktarının alıcıların gereksinimlerine göre belirlenmesini şart koşar. Adalet kuralı, bireylerin diğerlerinin girdileri ve sonuçlarıyla ilgili olarak kendi girdileriyle orantılı sonuçlar elde etmelerini dikte eder (Warner vd., 2013, s. 1075). Prosedür adaleti, adil süreçlere odaklanır ve örgütsel adalet araştırmalarından ortaya çıkan ikinci adalet boyutudur. Prosedürel

adaletin örnekleri, kişinin karar vermede sahip olduğu söz derecesi ve karar verirken tutarlı kurallara uyulup uyulmadığıdır (Scandura, 1999, s. 28). Etkileşim adaleti, örgütsel prosedürler uygulandığında çalışanların üstlerinden gördükleri kişilerarası muamelenin kalitesine odaklanır (Seifert vd., 2010, s. 710). Bilgisel adalet, bir karar verme sürecinin prosedürel eylemlerinin açıklamalarına odaklanır. Bilgisel adaletin, sonuç algılarının belirlenmesine katkıda bulunduğu belirtilmektedir. Kişilerarası ve bilgisel adalet arasındaki ilişkilerin yüksek oranda ilişkili olduğu, ancak aynı yapı olarak kabul edilebilecek kadar yüksek olmadığı tespit edilmiştir (Jepsen ve Rodwell, 2012, s. 125).

2.2. Örgütsel Bağlılık

Örgütsel bağlılık, bir bireyin kimliği ve belirli bir kuruluşa dâhil olma gücü açısından tanımlanmaktadır. Bu tür bir taahhüt genellikle en az üç faktörle tanımlanabilir: (1) Kuruluşun hedeflerine kuvvetli bir inanış ile değerlerini kabul; (2) kuruluş hesabına güçlü bir çaba sarf etme isteği ve (3) örgüte olan üyeliği sürdürme konusunda kesin bir arzu (Porter vd., 1973, s. 3-4). Allen ve Meyer (1990) tarafından ifade edilen şekliyle, örgütsel bağlılık, özellikle duygusal örgütsel bağlılık, çok değerli bir çalışan tutumudur. Bir çalışanın bir kuruluşla özdeşleşmesine ve katılımına odaklanır ve çalışan ile kuruluş arasındaki bağı vurgular (Morrow vd., 2012, s. 101). Diğer bir ifadeyle örgütsel bağlılık bireyin yer aldığı örgüte olan bağından ötürü göstermekte olduğu davranışsal eylemlerdir (Bozbayır vd., 2023).

1970'lerden bu yana, bağlılık konusuna ilişkin iki görüş literatüre egemen olmuştur. İlk görüş olarak, bir davranış şekli olarak örgütsel bağlılığın ifadesidir. Davranışsal yaklaşımda, araştırmanın odak noktası bağlılığın açık tezahürleridir. Bir çalışan, “batık maliyetler” (örneğin, yan haklar, yaş veya kıdeme bağlı maaş) nedeniyle bir kuruluşa bağlı hale gelir ve bu, kişinin ayrılması için çok maliyetlidir (Blau ve Boal, 1987). Bu bakış açısı Becker (1960) ve Salancik (1977) tarafından yapılan çalışmalarda açıkça belirtilmektedir. İkinci görüş ise bağlılık kavramını tutumsal bir yaklaşım olarak ifade eder; burada örgütsel bağlılık, “bir çalışanın belirli bir organizasyon ve hedefleri ile özdeşleştiği ve organizasyonunu kolaylaştırmak için örgüt üyeliğini sürdürmek istediği bir durum” olarak tanımlanır. Etzioni (1961) ve Kanter’in (1968) çalışmaları bahsedilen bu bakış açısını içermektedir (McDermott vd., 1996, s. 45; Zangaro, 2001, s. 14).

Başlangıçta Meyer ve Allen tarafından 1984 yılında, duygusal ve devam bağlılığı kavramları arasında duygusal bir bağlılık anlamını taşıyan, bağlı bulunulan örgüten ayrılma ile ilgili olarak ortaya çıkabilecek maliyetleri belirten ve örgüte katılım sağlama ile ilgili duygusal tarafı açıklayan duygusal bağlılık arasında bir ayrım yapılması önerilmiştir. Daha sonra Allen ve Meyer tarafından 1990 yılında, örgütten ayrılmama konusunda hissedilen bir zorunluluğu belirten bir diğer ayırt edici bir bağlılık şekli olan normatif bağlılık kavramı önerilmiştir (Meyer ve Stanley; 2001, s. 21; Özata ve Çetinkaya, 2020). Meyer ve Becker (2006) tarafından geliştirilen tanımda, örgütsel bağlılık, “bir kişiyi (bir örgüte) ve (o örgüt) ilgili bir eylem seyrine bağlayan bir güç” olarak tanımlanır. Meyer ve Allen’in (1997) belirttiği şekliyle, bağlılığın üç farklı bileşenden (duygusal, normatif ve devam bağlılığı) oluştuğu şeklindeki ortak görüş olsa da bu gücün kaynakları hakkında nispeten az şey bilinmektedir (Markovits vd., 2008, s. 485). Meyer ve Allen’in (1997) bu bahsedilen üç bileşen için getirdiği tanımlamalar şu şekildedir: Duygusal bağlılık; duygusal bağlanma, ait olma duygusu, üye olmaktan gurur duyma ve psikolojik sahiplenme duygusudur. Duygusal bağlılık, çalışanların çalıştıkları örgütte kendilerini rahat hissetme gereksinimlerini karşılayan iş deneyimlerine sahip olduklarında kendini gösterir

Örgütsel Adaletin Örgütsel Bağlılık Üzerindeki Etkisinde Örgütsel İtaatin Aracı Rolü: Bir Kamu Üniversitesi Örneği

(Henkin vd., 2003, s. 275). Devam bağlılığı, iki ana nedenden dolayı kuruluştaki üyeliğin devam etmesidir. Birincisi, maaş, emekli maaşı, faydalar veya tesisler gibi ayrılmanın algılanan maliyetleri; ikincisi ise alternatif iş fırsatlarının olmaması nedeniyledir. Bu bağlılık biçimi, çalışanın sisteme uyum sağlamanın faydalarının yanı sıra yapılacak fedakarlıklar veya ödenecek maliyetler olduğunu kabul etmesine dayanır. Bu bilişsel bir süreçtir. Maliyetler ve ödüller arasındaki denge, bir çalışanın sistemde kalması için ödüller yönünde dönmelidir (Manion, 2004, s. 170). Normatif bağlılık ise içinde yer alınan örgütün kültürü ve diğer sosyal anlamda kabul edilen kural ya da normlar nedeniyle istihdama devam etmek için içselleştirilmiş baskı veya zorunluluk duygusudur. Bu üç bileşen, farklı psikolojik durumları yansıtır. Bu nedenle, yapının her bir bileşenin öncülleri ve sonuçları farklı olabilir (Gautam vd., 2001, s. 240).

Başka bir yaklaşım örgütsel bağlılığı, bir bireyin örgütle bağlantısının üç faktörle karakterize edilen göreceli gücü olarak tanımlar: örgütün değer ve amaçlarına yönelik güçlü bir kabul ve inanç; kuruluş hesabına önemli sayılabilecek çaba harcama istekliliği ve üyeliği devam ettirmek için güçlü bir istek. Bu yaklaşım bipolar yani iki uçlu yapıyı temsil etmektedir ve örgüte birey ya bağlıdır ya da değildir şeklinde ifade edilebilir, bu durumda örgütlere çalışan davranışları hakkında gelecek tahmini sunmaktadır (Tumulty vd., 1995, s. 62). Zangaro 2001 yılında ek bir bağlılık türü olarak yabancılaşma bağlılığının da olabileceğini öne sürmüştür. Bunun, bireylerin etkisinin veya kontrollerinin çok az olduğu veya hiç olmadığını hissettiklerinde meydana geldiğini belirtmektedir. Bu bireyler çoğu zaman düşük performans göstermektedir (Annakili ve Jayam; 2018, s. 18-19).

2. 3. Örgütsel İtaat

Yönetim olgusuyla hedeflerine ulaşmak isteyen bireyler, bir grubun üyesi olarak yer alırken çeşitli yönetim şekilleri ve davranış kalıpları ile günlük yaşamda meydana gelen olay ve durumları örgüt düzeyine taşımaktadır (Çetinkaya ve Altıntaş, 2021). Myers (2010) tarafından uyumun, kapsam yönüne ilişkin gerçekleştirilen çalışmada uyum (conformity) davranışı baskının neden olduğu eylem ya da sergilenen tutumun farklılaşması olarak tanımlanmış ve uyum kavramı “mantıklı (uyum ve itaat, adaptasyon) ve mantıksız (sürü davranışı) yönleriyle iki alt boyutla” ifade edilmiştir (Ertaş, 2019, s. 16).

İtaat, her yerde bulunması nedeniyle, sosyal psikolojide bir araştırma konusu olarak kolayca gözden kaçırılır. Ancak insan eylemini şekillendirmedeki rolü takdir edilmeden, bazı önemli davranışlar anlaşılabilir. Çünkü komuta altında gerçekleştirilen bir eylem, psikolojik olarak kendiliğinden olan eylemden tamamen farklı bir karaktere sahiptir. Denek için en büyük sorun, deneycinin amaçlarına kendilerini adadıktan sonra kendi eski süreçlerinin kontrolünü yeniden ele geçirmektir. Bunun gerektirdiği zorluk, incelenen durumdaki dokunaklı ve bir dereceye kadar trajik unsuru temsil eder, çünkü hiçbir şey, çabalayan ancak kendisi için önemli bir durumda kendi davranışını tam olarak kontrol edemeyen bir kişinin görüntüsünden daha kasvetli değildir (Milgram, 1973, s. 3).

Örgütsel yönetim alanındaki çoğu araştırmacının belirttiği gibi, her örgütün düzgün işleyişi, üyelerinin her birinin uygun davranışına ihtiyaç duyar. Bir şirketin sahiplerinin ve çalışanlarının inançlarını ve değerlerini uyumlu hale getirmek, rekabet avantajının önemli bir kaynağı olup çalışanların mutlu olması örgütün geneline yansıyan bir durumdur (Maruf ve Altıntaş, 2021). Gerçekten paylaşılan ve yaşanan değerler, performansı daha iyi motive edebilir

veya bir örgütü, hatta küçük bir ekibi diğer organizasyon unsurlarından daha iyi güçlendirebilir (Jimenez vd., 2015, s. 259).

Şirketler, çalışanları işe alırken en az iki uyum türünü değerlendirmekle ilgilenir. Kişi-örgüt uyumu, bir kişinin değerlerinin, kişiliğinin, hedeflerinin ve diğer özelliklerinin örgüt ile ne derece eşleştiğini ifade eder. Kişi-iş uyumu kavramıyla belirtilmek istenen, bir kişinin beceri, bilgi, yetkinlik ve diğer özelliklerinin işin talepleriyle eşleşme derecesidir (Bauer ve Erdogan, 2012, s. 106). Lunenberg (2011) tarafından yapılan tanıtımda, çalışanların davranışlarını düzenlerken aynı zamanda örgütün işlevselliğini arttıran örgütsel kurallar örgüt kültürünün önemli bir tahminleyicisi durumundayken hem de çalışanların örgüt ile iletişim kurmasını sağlayabilen yönlendirici ilkeler olarak yer alırlar (İlerler ve Gülova, 2020, s. 105). İlgili literatür incelendiğinde, kuralların farklı şekillerde sınıflandırıldığı görülmektedir. Örneğin Reynaud (1992) tarafından örgütsel kurallar ikiye ayrılmıştır. Bunlardan ilki denetim fonksiyonuna tabi kurallardır. Bu kurallar örgüt stratejisi ile uyumlu olarak bireyin davranışını kontrol etmek ve yön vermek adına orta ve üst yönetim tarafından belirlenen kurallardır. Örgütte çalışan bireyler tarafından oluşturulan ve merkezi olmayan bir şekilde ortaya çıkan kurallar ise özerk kurallar olarak isimlendirilmektedir. Çalışanlar tarafından belirlenen bu kurallar da yine aynı şekilde örgütün stratejisi ile uyum içinde olmalıdır (Richebe ve Bensaid, 2002, s. 4).

Resmi örgütler genellikle, işin karmaşık teknik ilişkiler ve sınırları aşan değiş tokuş ağlarına gömüldüğü zaman ortaya çıkan koordineli ve kontrol faaliyeti içeren sistemleri olarak anlaşılır. Ancak modern toplumlarda resmi örgütsel yapılar oldukça kurumsallaşmış bağlamlarda ortaya çıkar. Rasyonel olarak ürettikleri anlaşılabilir ürün ve hizmetlerle birlikte meslekler, politikalar ve programlar oluşturulur. Bu, birçok yeni örgütün ortaya çıkmasına izin verir ve mevcut olanları yeni uygulama ve prosedürleri birleştirmeye zorlar (Meyer ve Rowan, 1977, s. 340). Resmi eylem, genellikle, örgütün önceden var olan kuralları çerçevesinde gerçekleşir. Çeşitli ofisler arasındaki önceden belirlenmiş ilişkiler sistemi, önemli derecede formaliteyi ve bu pozisyonların sahipleri arasında açıkça tanımlanmış sosyal mesafeyi içerir. Kurallara uyma, biçimcilik, hatta ritüelizm şeklinde, biçimselleştirilmiş prosedürlere titizlikle bağlı kalınması konusunda karşı konulmaz bir ısrarla ortaya çıkar (Merton, 1940, s. 560).

İtaat kavramına ilişkin yaklaşımlara bakıldığında, F tipi kişilik ve sağ kanat yetkencilik kavramları bulunmaktadır. “Adorno ve diğerlerine (1950) göre yetkeci kişilik kavramının boyutlarından biri yetkeci boyun eğme olup bu tip itaat etme güç sahibi bir lidere olan ihtiyaçla ilgilidir” (Güldü, 2011, s. 30). Buna göre itaat genel bir tutumdur ve otorite figürleri kişiye göre değişmektedir. Adorno’nun bu kuramı Freudyen yaklaşımlara yer vermesi ve nicel verilerle doğrulanamayan psikoanalitik kurama fazlasıyla yer vermesi nedeniyle eleştiriler almıştır (Güldü, 2011, s. 30). Altmeyer (1996) tarafından “sağ kanat yetkencilik” kavramında sağ kanat yetkencilik yüksek olan bireylerin otorite olarak algıladığı kişilerin, kurumların ve benzeri unsurların emirlerini, talimatlarını koşulsuz kabul etme eğiliminde olmaktadır. İlgili kişilere göre bireyler otoriteye eleştiri getirmemeli olup en doğrunun otorite tarafından bilineceğini ve uygulayacağını düşünmektedirler (Turkoz vd., 2020, s. 843). Çoğu zaman uyum kavramının itaat kavramını daha hızlı ve daha kolay hale getiren bir örtü görevi gördüğü, örgütsel itaat dünyasının aynı zamanda örgütsel uyum dünyası da olduğu söylenebilecektir çünkü başkalarının itaati çevremizde belirgin olarak ortadadır (Ertaş, 2019, s. 104).

Örgütsel Adaletin Örgütsel Bağlılık Üzerindeki Etkisinde Örgütsel İtaat Aracı Rolü: Bir Kamu Üniversitesi Örneği

2.4. Örgütsel Adalet, Örgütsel Bağlılık ve Örgütsel İtaat İlişkisi

Literatürde örgütsel adalet ile örgütsel bağlılık arasında ilişkinin araştırıldığı birçok çalışmanın mevcut olduğu görülmektedir. Aşağıda bu çalışmalardan başlıcalarına yer verilerek ardından araştırma hipotezi sunulmuştur.

Poussard vd. (2017) tarafından yapılan çalışmada, örgütsel adalet ile örgütsel bağlılık anlamlı bir ilişkinin olduğu ve prosedürel adalet ile örgütsel bağlılık arasında özsaygısı yüksek olan kişiler bağlamında pozitif yönlü bir ilişki elde edilirken kendini değerli hissetmeyen bireylerde bu ilişki gözlenmemiştir. Örgüt ortamında adaleti algılayan kişilerin aynı zamanda güçlü örgütsel bağlılık duygularına da sahip oldukları görülmüştür. Jang vd. (2021) tarafından gerçekleştirilen çalışmada, örgütsel adaletin alt boyutları olan dağıtım adaleti ve prosedürel adaletin bağlılığın artmasını sağladığı sonuçları elde edilmiştir. Diğer yandan prosedürel adalet kamu hizmetlerinde bir artmayı sağlarken dağıtım adaletinde tersi yönlü bir sonuç elde edilmiştir. Son olarak örgütsel adalet ve örgütsel bağlılık ilişkisinde kamu hizmeti değerinin aracı rol oynadığı belirlenmiştir.

Ghaderi vd. (2021) tarafından gerçekleştirilen çalışmada ise örgütsel adalet ve örgütsel bağlılığın iş tatmini kavramıyla olan ilişkisi incelenmiştir. Otel çalışanları üzerinde gerçekleştirilen bu çalışmada üç örgütsel adalet türünden dağıtım adaleti iş tatminiyle güçlü ve doğrudan pozitif yönlü ilişkiliyken, prosedür adaleti ve etkileşim adaleti için doğrudan ve anlamlı bir ilişki belirlenmemiştir. Onlara göre bu sonuç, otel çalışanlarının, baş yöneticilerinin kaynakları nasıl tahsis ettiğini ve grup üyeleri arasında ödül ve maliyetlerin nasıl adil bir şekilde dağıtıldığını ve bunun da iş tatmini ile sonuçlandığını anlamalarının çok önemli olduğunu göstermektedir. Örgütsel bağlılıkla ilgili olarak da normatif bağlılık ile iş tatmini arasında güçlü bir ilişki olduğunu fark etmişler ancak örgütsel bağlılığın diğer yönlerinin etkili olmadığı sonucuna ulaşmışlardır. Onlara göre bu bulgu, örgütte kalmak zorunda olan bireylerin işe karşı pozitif davranış sergilediklerini ve dolayısıyla daha fazla iş doyumunu yaşamalarına yol açtığını göstermektedir. Bir diğer ifade de normatif bağlılık ayrıca, standartlara ve kişisel değerlere dayalı olarak örgüte karşı bir yükümlülük duygusu uyandırmaktadır şeklindedir. Kısaca literatürde, çalışanların adalet algısı örgütsel bağlılık artışına neden olmaktadır (Mert ve Şen, 2019). Bu bilgiler ışığında bu çalışmada aşağıdaki hipotez geliştirilmiştir:

Hipotez 1: *Örgütsel adaletin örgütsel bağlılık üzerinde anlamlı etkisi vardır.*

Araştırmanın değişkenlerinden olan örgütsel adalet ve örgütsel itaat ilişkisine ilişkin yapılmış çalışma yok denilecek kadar azdır. Bu noktada diğer değişkenler üzerinden bir varsayım oluşturmak amacıyla yapılan incelemede, Jameel vd. (2020) tarafından yapılan çalışmada örgütsel adalet ve örgütsel bağlılık arasında pozitif yönlü ilişkinin olduğu tespit edilmiştir. Ortaokul öğretmenleri üzerinde yapılan bu çalışmada, özellikle prosedürel ve etkileşimsel adaletin bağlılık üzerinde önemli düzeyde etkisinin olduğu belirtilmiştir. Sözü edilen bu etkiyi olumlu ya da olumsuz olarak itaat algısının değiştirebileceği düşünülmektedir. Çalışanların örgüte karşı körü körüne itaat edip etmediği yani örgütün dağıtımsal ve prosedürel bazı eşitsizliklerinin yanlış olduğunu bile görmezden gelmesi ya da onlara uyması bağlılık algısının da form değiştirmesine neden olacaktır. Örgütsel davranış düzeyinde beklenen, çalışanların kurumla özdeşleşerek bağlılık geliştirmesidir. Bu süreçte de örgütsel adaletin önemli rolü olduğu düşünülmektedir. Polisler üzerinde yapılan bir çalışmada örgütsel düzeyde sergilenen adaletin,

itaat davranışını etkilediği bulunmuştur (Quinton vd., 2015). Belirtilenler ışığında örgütsel adaletin itaat üzerinde bir etkiye sahip olabileceği savıyla çalışmada şu hipotez geliştirilmiştir:

Hipotez 2: *Örgütsel adaletin örgütsel itaat üzerinde anlamlı etkisi vardır.*

Araştırmanın değişkenlerinden olan örgütsel bağlılık ve örgütsel itaat ilişkisini ortaya koyabilmek için Milgram'ın (1974) araştırmasının sonuçlarını anlamak için benimsediği açıklamadan yararlanılacaktır. Buna göre, otoriter bir sisteme dahil olan bir kişi, artık hareket etmekte özgür hissetmediği ve kendisini otorite tarafından sağlanan durum tanımını kabul ederek, başkalarının gereksinimlerini karşılaması gereken bir birey olarak görür. Böylece bir özne, daha yüksek statüdeki bir kişiden gelen direktiflere göre davranışını düzenlemeye istekli olduğu durumda birey artık kendi eylemlerinden sorumlu görülmez, başkalarının emirlerini yerine getiren bir araç olarak tanımlanır (Bocchiaro ve Zamperini, 2012, s. 282). İtaatin, emir verme yetkisinde olan kişinin verdiği emirleri yerine getirme, ona bağlı ve tabi olma, istenildiği biçimde hareket etme anlamları çıkarılabilmektedir. Boyun eğme, tabi olma ve alınan emre göre hareket etme noktasından bakıldığında itaatin, bireyin başkalarının isteğine göre davranma şekli ortaya çıkarak bu durum bireyin kişiliğinin önüne geçmektedir. Yıldırım (1999) tarafından ifade edilen şekliyle de itaat gönüllü bir kabullenme şeklidir. İtaatin öncesinde ve sonrasında akıl ve iradenin tercihi etkililiğini korumaktadır. Bu iki farklı tanımlamadan yola çıkılarak; aslında itaat kavramında insan aklının ve özgürlüğünün ikinci planda olduğu anlamı ortaya çıkmaz. Çünkü birey sergilemiş olduğu davranışlarında her zaman kendi iradesiyle hareket ederek, yapmış olduğu her davranış seçimiyle açıklar, hatta seçimde bulunmamayı bile bir tercih olarak gösterebilir. İradenin olmadığı davranışlar zorunlu olarak gerçekleştirilen eylemler olup, bireyin sorumluluğunu gerektirmez (Özkan ve Polat, 2016, s. 140). Birey örgüte ilişkin bağlılık kararında sözü edilen itaat mekanizmasının da etkili olduğu düşünülmekte ve belirtilenler ışığında örgütsel itaatin bağlılık değişkeni üzerinde bir etkiye sahip olabileceği savıyla çalışmada şu hipotez geliştirilmiştir:

Hipotez 3: *Örgütsel itaatin örgütsel bağlılık üzerinde anlamlı etkisi vardır.*

Çalışmanın diğer değişkeni olan itaat olgusunun yukarıda sözü edilen diğer iki değişkenle ilişkisine ilişkin doğrudan çalışmaya rastlanmamış olmakla birlikte Tenderis ve Uzunçarşılı (2022) tarafından gerçekleştirilen bir çalışmada, toksik liderliğin işten ayrılma niyeti üzerinde negatif yönlü etkilediği, örgütsel itaatin işten ayrılma niyetini kısmi olarak etkilediği, yönetimin olumsuz davranış şeklinin üyelerin işten ayrılma niyeti konusunda bir etkiye sahip olduğu belirtilmektedir. Buna ek olarak, çarpıcı biçimde, Hume (2017, s. 110) "Siyasi Denemeler" adlı yapıtının "Yönetimin Kökeni" denemesinde şöyle demektedir:

İnsanlar, yönetici adıyla, görevi eşitlik hükümleri vermek, suçluları cezalandırmak, yolsuzluk ve şiddeti engellemek ve insanları ne kadar isteksiz olurlarsa olsunlar, gerçek ve kalıcı çıkarlarını düşünmeye zorlayan kişiler atarlar. Yani adaleti desteklemek için icat edilmesi gereken yeni görev itaattir ve eşitlik bağları sadakat bağıyla güçlendirilmelidir.

Her ne kadar Hume'un adalet olgusuna yüklediği misyon günümüz örgütsel koşulları ile doğrudan kıyaslanamasa da yöneticinin adaleti, bağlılık oluşturmak için tesis etmesi gerektiği ancak bu süreçte itaatin temel araç olduğunu ileri sürdüğü varsayımı da dikkate alınarak yukarıda

Örgütsel Adaletin Örgütsel Bağlılık Üzerindeki Etkisinde Örgütsel İtaatin Aracı Rolü: Bir Kamu Üniversitesi Örneği

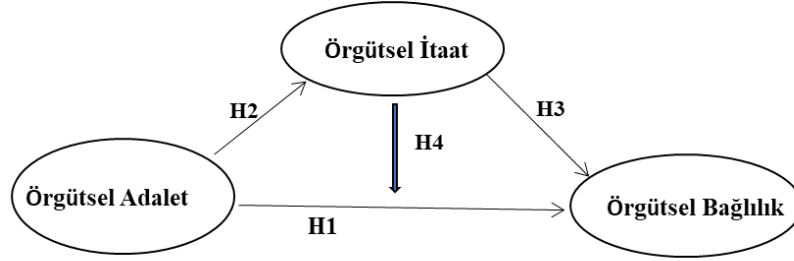
belirtilenler diğer hususlar ışığında, örgütsel adaletin itaat ve itaatin de bağlılık değişkeni üzerinde bir etkiye sahip olabileceği savıyla şu hipotez geliştirilmiştir:

Hipotez 4: *Örgütsel itaat, örgütsel adalet ile örgütsel bağlılık arasındaki ilişkinin yönünü veya boyutunu değiştirmektedir.*

3. YÖNTEM

Örgütsel adalet ile örgütsel bağlılık arasındaki ilişkide örgütsel itaatin aracılık rolünün araştırıldığı çalışmanın bu bölümünde, öncelikle örneklem ve ölçeklerine ilişkin bilgilere yer verilmiştir. Elde edilen veriler Şekil 1’de sunulan araştırma model önerisi doğrultusunda analiz edilmiştir. Araştırma model önerisine göre örgütsel adalet ile örgütsel bağlılık arasındaki ilişkide örgütsel itaatin aracılık rolünün var olup olmadığı test edilmiştir.

Şekil 1: Araştırma Model Önerisi



3.1. Araştırmanın Evreni ve Örneklemi

Araştırmanın evrenini Kırşehir Ahi Evran Üniversitesinde görev yapan 1619 kişiden oluşan idari ve akademik personel oluşturmaktadır. Evreni temsil edebilecek kişi sayısı, veri toplama aracıda yer alan soru sayısı ve Cochran (2007) tarafından önerilen örneklem hesaplama formülü dikkate alınarak yapılan hesaplamada 315 kişi iken, çalışmada 425 kişiye ulaşılmıştır. Bu açıdan ulaşılan kişi sayısı örneklemi temsil etmekte yeterlidir. Araştırma kapsamında ilgili kurumdan etik kurul izni ve anket uygulayabilmek için kurum izinleri formal süreçler işletilerek alınmıştır. Hazırlanan anket formu online olarak katılımcıların kurumsal e-postalarına kurum izin yazısı ve etik kurul onayı ile birlikte gönderilerek katılmaları sağlanmıştır. Araştırmaya gönüllü olarak katılan akademik ve idari personele ait demografik bilgilere ilişkin dağılım Tablo 1’de yer almaktadır.

Tablo 1’de de görüldüğü şekliyle katılımcıların, 124’ü kadın (%29,2’si) ve 301’i erkeklerden (%70,8’i) oluşmaktadır. Katılımcıların 349’u evli (%82,1), 76’sı bekarlardan (%17,9) oluşmaktadır. Katılımcıların öğrenim durumları incelendiğinde ilkokul mezunu 2 (%0,5), lise mezunu 22 (%5,2), ön lisans mezunu 22 (%5,2), lisans mezunu 105 (%24,7), yüksek lisans mezunu 87 (%20,4) ve doktora mezunu 187 (%44) kişiden oluşmaktadır.

Çalışanların hizmet durumlarına bakıldığında, 0-5 yıl hizmet süresi olan 43 kişi (%10,1), 6-10 yıl arasında hizmet süresi olanlar 58 kişi (%13,6), 11-15 yıl arasında hizmet süresi olanlar 132 kişi (%31,1), 16-20 yıl süreli çalışan sayısı 34 (%8) ve 21 yıl ve üstü hizmet süresi olanlar 158 (%37,2) kişiden oluşmaktadır.

Tablo 1: Katılımcıların Demografik Özelliklerine Göre Dağılımı

| Sosyo-demografik Değişkenler | n (N=425) | % |
|------------------------------|--------------|------|
| <u>Cinsiyet</u> | | |
| Kadın | 124 | 29,2 |
| Erkek | 301 | 70,8 |
| <u>Medeni Durum</u> | | |
| Evli | 349 | 82,1 |
| Bekar | 76 | 17,9 |
| <u>Hizmet süresi</u> | | |
| 0-5 yıl | 43 | 10,1 |
| 6-10 yıl | 58 | 13,6 |
| 11-15 yıl | 132 | 1,1 |
| 16-20 yıl | 34 | 8,0 |
| 21 yıl ve üstü | 158 | 7,2 |
| <u>Görev</u> | | |
| İdari | 181 | 42,6 |
| Akademik | 244 | 57,4 |
| <u>Öğrenim Durumu</u> | | |
| İlkokul | 2 | 0,5 |
| Lise | 22 | 5,2 |
| Ön lisans | 22 | 5,2 |
| Lisans | 105 | 4,7 |
| Yüksek lisans | 87 | 0,4 |
| Doktora | 187 | 4,0 |
| <u>Yaş</u> | | |
| 18-22 | 3 | 0,7 |
| 23-27 | 13 | 3,0 |
| 28-32 | 30 | 7,1 |
| 33-37 | 87 | 20,5 |
| 38-42 | 97 | 22,8 |
| 43-47 | 84 | 19,8 |
| 48 ve üstü | 111 | 26,1 |

Kurumdaki görevleri bakımından çalışanların 181'i (%42,6) idari personel iken 244'ünü (%57,4) akademik personel oluşturmaktadır. Son olarak katılımcıların yaş dağılımları incelendiğinde, 18-22 yaş arası 3 (%0,7), 23-27 yaş arası 13 (%3), 28-32 yaş arası 30 (%7,1), 33-37 yaş arası 87 (%20,5), 38-42 yaş arası 97 (%22,8), 43-47 yaş arası 84 (%19,8) ve 48 yaş ve üzeri 111 (%26,1) kişiden oluşmaktadır.

3.2. Veri Toplama Araçları ve Geçerlilik Güvenirlik Analizleri

Araştırmada birincil veri toplama metotlarından biri olan anket tekniğinden faydalanılmıştır. Kullanılan anket dört bölümden oluşturulmuştur. Birinci bölümde, altı sorudan oluşan demografik özellikleri belirlemeye yönelik sorular yer almaktadır. İkinci bölümde, örgütsel adalet tutumuyla ilgili 20 soru yer alırken, üçüncü bölümde, 24 sorudan oluşan örgütsel bağlılık düzeyini belirlemeye yönelik sorular yer almıştır. Anketin son bölümünde ise 27 sorudan oluşan örgütsel itaat düzeyini ölçmeye yönelik sorulara yer verilmiştir. Araştırmada kullanılan ölçeklerin geçerliliği doğrulayıcı faktör analizi (DFA) kullanılarak elde edilmeye çalışılmıştır. Shao'ya (2002) göre doğrulayıcı faktör analizi için ölçeklerin normal dağılım göstermesi beklenmektedir. Normal dağılımın sağlanabilmesi açısından ise “çarpıklık ve basıklık değerlerinin -3 ve +3 arasında yer alması gerekmektedir” (Çavuşoğlu ve Durmaz, 2019, s. 309).

Çalışmada yer alan ölçeklerin güvenilirliği ise Cronbach Alfa değeri kullanılarak test edilmiştir. “Cronbach Alfa değerinin 0,60 ile 0,80 arasında olması durumu anketin güvenilir olduğunu, 0,80 ile 1 arasında değer alıyor olması durumu ise anketin oldukça güvenilir olduğunu göstermektedir” (Karagöz, 2019, s. 1003). Faktör analizine geçilmeden önce ilk olarak sorgulanan

Örgütsel Adaletin Örgütsel Bağlılık Üzerindeki Etkisinde Örgütsel İtaatin Aracı Rolü: Bir Kamu Üniversitesi Örneği

şeylerden biri uygunluk sınamaları kapsamında, örgütsel adalet ölçeği KMO (Kaiser-Meyer-Olkin) değeri 0,926, Barlett's küresellik testi ki-kare değeri ise 6827,910, serbestlik derecesi değeri 190 ve son olarak da p değeri <0,0001 olarak bulunmuştur. Örgütsel bağlılık ölçeğinde ise söz konusu değerler şu şekilde elde edilmiştir: KMO değeri 0,759, Barlett's küresellik testi ki-kare değeri 1488,804, serbestlik derecesi 66 ve p değeri <0,0001 olarak elde edilmiştir. Çalışmada yer alan bir diğer ölçek olan örgütsel itaat ölçeğine ilişkin veriler; KMO değeri 0,892, Barlett's küresellik testi ki-kare değeri 5548,194, serbestlik derecesi 231 ve son olarak da p değeri <0,0001 olarak elde edilmiştir. Bu değerler birlikte değerlendirildiğinde ölçeklerin faktör analizi için yeterli örneklem büyüklüğüne sahip oldukları, verilerin normal dağılım varsayımını karşıladıkları ve ölçeklerin faktör analizi için uygun oldukları söylenebilir.

Aşağıda Tablo 2'de her bir ölçeğe ait KMO ve Cronbach Alfa değeri ayrı ayrı verilmiştir.

Tablo 2: Ölçeklere İlişkin KMO ve Cronbach Alfa Değerleri

| | KMO Değeri | Cronbach's Alfa Değeri |
|--------------------------|------------|------------------------|
| Örgütsel Adalet Ölçeği | 0,926 | 0,944 |
| Örgütsel Bağlılık Ölçeği | 0,759 | 0,797 |
| Örgütsel İtaat Ölçeği | 0,892 | 0,813 |

3.2.1. Örgütsel Adalet Ölçeği

Çalışmada kullanılan Örgütsel Adalet Ölçeği, Colquitt tarafından 2001 yılında geliştirilmiştir. Ölçek 20 maddeden oluşmaktadır ve ilgili ölçeğin Türkçeye çevrisi 2005 yılında Özmen vd. (2007) tarafından gerçekleştirilmiştir. Ölçek 5'li Likert skalasındadır ve 4 alt boyuttan oluşmaktadır. Örgütsel Adalet Ölçeğinde 1,2,3,4,5,6 ve 7. sorular *prosedürel adalet* boyutuna, 8,9,10 ve 11. sorular *dağıtım adaleti* boyutuna, 12,13,14,15 ve 16. sorular *kişilerarası adalet* boyutuna ve son olarak da 17,18,19 ve 20. sorular *bilgisel adalet* alt boyutuna aittir. İlgili ölçeğe ilişkin (20 madde) Cronbach Alfa değeri 0,944 olarak elde edilmiştir. Değişkenlerin çarpıklık ve basıklık değerleri +3 ve -3 arasındadır. Ölçekte yer alan 15. ifade ters kodlanmıştır. Örgütsel Adalet Ölçeğinde ayrıca modifikasyon indekslerine bakılarak kovaryans değerleri büyük olan değişkenler arasında kovaryanslar oluşturularak uyum iyiliği değerlerine ulaşılmaya çalışılmıştır (örneğin kişilerarası adalet ifadeleri (e13-e15) 13-15 arasında).

3.2.2. Örgütsel Bağlılık Ölçeği

Çalışmada yer alan Örgütsel Bağlılık Ölçeği, Allen ve Meyer (1990) tarafından geliştirilmiştir. Ölçek toplam 24 maddeden oluşmaktadır ve 3 alt boyuta karşılık gelmektedir ayrıca 5'li Likert ölçeğidir. Ölçekte yer alan ifadelerden 5,6,8,9,12,18,19,24 nolu ifadeler ters kodlanarak analize dâhil edilmiştir. Ölçeğe ilişkin Cronbach Alfa değeri 0,797 olarak elde edilmiştir (12 madde). Duygusal bağlılık alt boyutuna ait 4,5,6 ve 8. sorular, devam bağlılığı boyutuna ait 9,13,14,15,16 nolu ifadeler ve son olarak da normatif bağlılık boyutuna ait 17,18 ve 24 nolu ifadelerde faktör yükleri literatürde sınır değer olarak kabul edilen 0,30'un altında yer aldığından doğrulayıcı faktör analizi sonucunda ölçekten çıkarılmıştır (Büyüköztürk, 2002, s. 134). Ayrıca değişkenlerin çarpıklık ve basıklık değerleri +3 ve -3 arasında bulunmuştur. Örgütsel Bağlılık Ölçeğinde ayrıca modifikasyon indekslerine bakılarak kovaryans değerleri büyük olan değişkenler arasında kovaryanslar oluşturularak uyum iyiliği değerlerine ulaşılmaya çalışılmıştır (örneğin devam bağlılığı ifadeleri (e13-e14) 11-12 arasında).

3.2.3. Örgütsel İtaat Ölçeği

Çalışmanın örgütsel itaat boyutu, Ertaş (2019) tarafından geliştirilen Örgütsel İtaat Ölçeği ile incelenmiştir. Söz konusu ölçek, 27 maddeden oluşan, 7'li likert ölçeğidir. Ölçekte 1,2,3,4,5,6,7,8,9 nolu ifadeler *körü körüne itaat* boyutunu, 10,11,12,13,14,15 nolu ifadeler *yıkıcı itaat* boyutunu, 16,17 ve 18 nolu ifadeler *sorgusuz itaat* alt boyutu, 19,20,21,22,23,24 nolu ifadeler *suç itaat* boyutunu oluştururken 25,26, ve 27 nolu ifadeler ise *zorlayıcı itaat* boyutunu oluşturmaktadır. Ölçekte yer alan ifadelerden körü körüne itaat alt boyutuna ait 1,3,4,5 nolu ifadeler ve suç itaat boyutuna ait 19 nolu soru ölçekten DFA sonucunda faktör yüklerinin 0,30'ın altında kalması sebebiyle analizden çıkarılmıştır. İlgili ölçekte yer alan ifadelerden 3,4,16,17,26 ve 27 nolu ifadeler ters kodlanarak analize dâhil edilmiştir. 22 maddeye ilişkin olarak elde edilen Cronbach Alfa değeri 0,813 olarak tespit edilmiştir. Ayrıca değişkenlerin çarpıklık ve basıklık değerleri +3 ve -3 arasında bulunmuştur. Örgütsel itaat ölçeğinde ayrıca modifikasyon indekslerine bakılarak kovaryans değerleri büyük olan değişkenler arasında kovaryanslar oluşturularak uyum iyiliği değerlerine ulaşılmaya çalışılmıştır (örneğin yıkıcı itaat ifadeleri (e16-e19) 12-15 arasında).

4. BULGULAR

4.1. Ölçeklerin Güvenilirlik ve Geçerliliklerinin Test Edilmesi

Çalışmada yer alan ölçeklerin yapısal geçerliğini gözden geçirmek amacıyla doğrulayıcı faktör analizinden (DFA) yararlanılmıştır. Bu doğrultuda örgütsel adalet, örgütsel bağlılık ve örgütsel itaat ölçekleri ile ilgili olarak yapılan DFA analizi diyagramları Şekil 2 ve 3'te, ilgili ölçeklere ilişkin faktör yüklenim sonuçlarına ise Tablo 3'te yer verilmiştir. Örgütsel adalet ölçeğine ilişkin faktör yüklerinin 0,426 ile 0,946 arasında değer aldıkları görülmektedir. Örgütsel bağlılık ölçeğine ilişkin faktör yükleri ise 0,335 ile 1,127 arasında değer almaktadır. Araştırmanın bir diğer ölçeği olan örgütsel itaat ölçeğinde ise faktör yükleri 0,441 ile 0,920 aralığında değer almaktadır, tüm ölçeklere ilişkin uygun değer aralığında olduğu görülen maddeler analizde yer almıştır. Ayrıca söz konusu ölçeklerin uyum iyilik değerleri de Tablo 4'te yer almaktadır.

Tablo 3: Ölçeklerin Doğrulayıcı Faktör Analizi Sonuçları

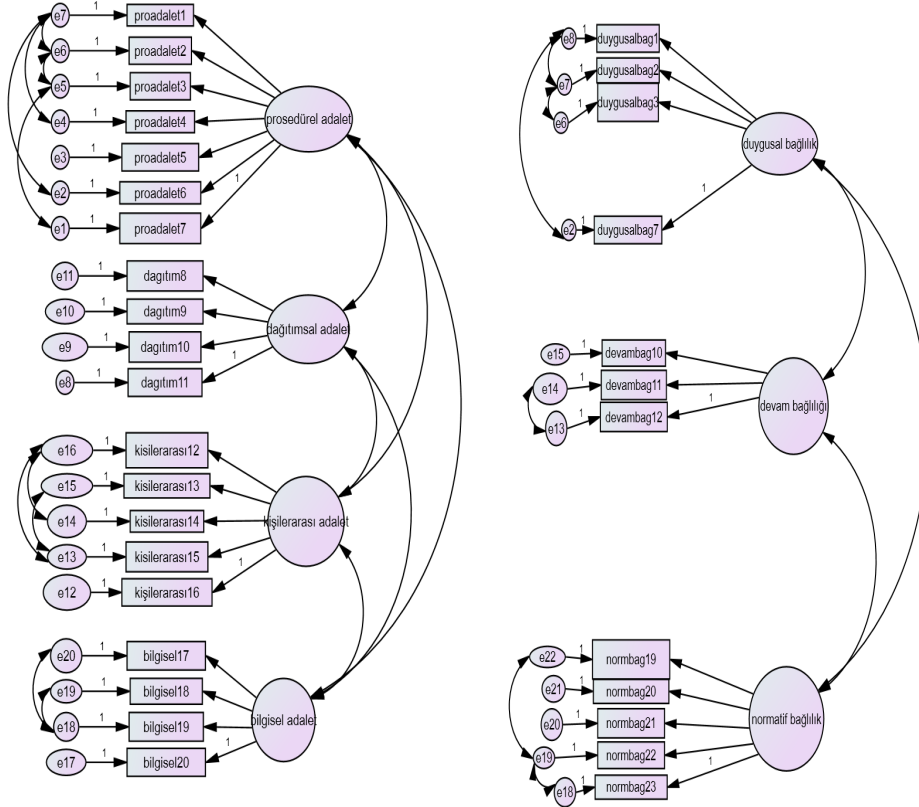
| Örgütsel Adalet | Stand. Tahmin | Örgütsel Bağlılık | Stand. Tahmin | Örgütsel İtaat | Stand. Tahmin |
|-----------------|---------------|-------------------|---------------|----------------|---------------|
| prosedür 1 | 0,866 | duygusal 1 | 1,127 | kor 2 | 0,769 |
| prosedür 2 | 0,426 | duygusal 2 | 0,460 | kor 6 | 0,785 |
| prosedür 3 | 0,850 | duygusal 3 | 0,335 | kor 7 | 0,692 |
| prosedür 4 | 0,736 | duygusal 7 | 0,997 | kor 8 | 0,761 |
| prosedür 5 | 0,837 | devam 10 | 0,502 | kor 9 | 0,441 |
| prosedür 6 | 0,428 | devam 11 | 0,559 | suç 20 | 0,811 |
| prosedür 7 | 0,646 | devam 12 | 0,912 | suç 21 | 0,688 |
| dağıtım 8 | 0,842 | normatif 19 | 0,482 | suç 22 | 0,818 |
| dağıtım 9 | 0,836 | normatif 20 | 0,490 | suç 23 | 0,796 |
| dağıtım 10 | 0,837 | normatif 21 | 0,594 | suç 24 | 0,733 |
| dağıtım 11 | 0,786 | normatif 22 | 0,766 | yıkıcı 10 | 0,665 |
| kişiler 12 | 0,873 | normatif 23 | 0,417 | yıkıcı 11 | 0,783 |
| kişiler 13 | 0,708 | | | yıkıcı 12 | 0,801 |

Örgütsel Adaletin Örgütsel Bağlılık Üzerindeki Etkisinde Örgütsel İtaatin Aracı Rolü: Bir Kamu Üniversitesi Örneği

| | | | |
|-------------|-------|--------------|-------|
| kişiler 14 | 0,866 | yıkıcı 13 | 0,766 |
| kişiler 15 | 0,946 | yıkıcı 14 | 0,722 |
| kişiler 16 | 0,815 | yıkıcı 15 | 0,706 |
| bilgisel 17 | 0,842 | zorlayıcı 25 | 0,696 |
| bilgisel 18 | 0,819 | zorlayıcı 26 | 0,520 |
| bilgisel 19 | 0,876 | zorlayıcı 27 | 0,847 |
| bilgisel 20 | 0,780 | sorgusuz 16 | 0,687 |
| | | sorgusuz 17 | 0,852 |
| | | sorgusuz 18 | 0,920 |

Faktör yüklenimleri bir diğer ifadeyle regresyon değerleri, gözlenen değişkenlerin gizil değişkenleri tahmin etme kuvvetini göstermektedir. Tabloda verilen faktör yüklenimi değerleri $p < 0,001$ olduğundan faktör yüklenimleri önemlidir. Analizde p değerlerinin önemli çıkması maddelerin, faktörlere doğru bir şekilde yüklendiği sonucunu ortaya koymaktadır. Ayrıca faktör yüklenim değerlerinin yani standardize regresyon katsayılarının yüksek olması da gizli değişkenleri tahmin etme gücünün yüksek olduğu anlamına gelmektedir.

Şekil 2: Örgütsel Adalet ve Örgütsel Bağlılık Ölçeği DFA Diyagramı

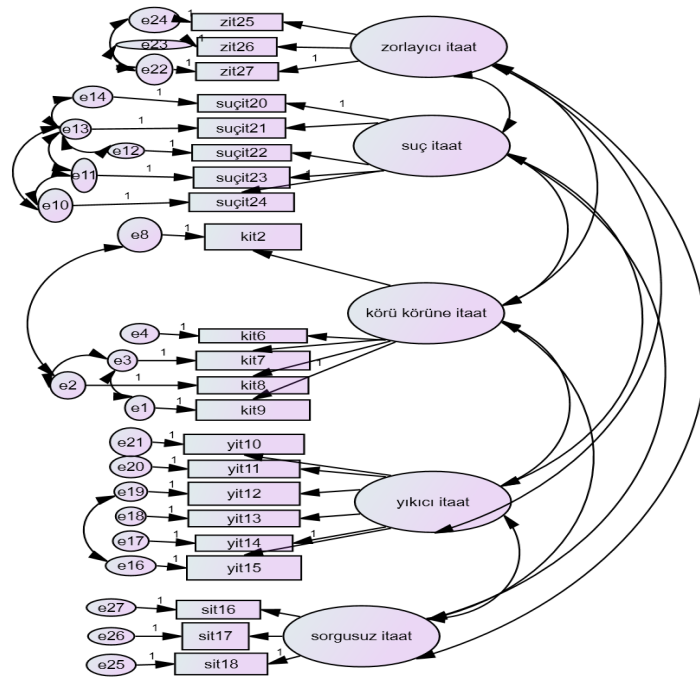


Tablo 4’te yer alan uyum iyiliği değerlerinin literatürde yer alan referans değerlerine yakın olduğu görülmektedir (CMIN/DF<5, RMSEA<0,10, CFI>0,90, GFI>0,85) (Erkorkmaz vd., 2012, s. 213-217; Karagöz, 2019, s. 1038).

Tablo 4: Ölçeklerin DFA Uyum İyiliği Değerleri

| Ölçekler | CMIN/DF | GFI | CFI | RMSEA |
|-------------------|---------|-------|-------|-------|
| Örgütsel Adalet | 4,126 | 0,877 | 0,929 | 0,086 |
| Örgütsel Bağlılık | 4,791 | 0,928 | 0,882 | 0,095 |
| Örgütsel İtaat | 3,479 | 0,885 | 0,914 | 0,076 |

Şekil 3: Örgütsel İtaat Ölçeği DFA Diyagramı



4.2. Ölçeklere İlişkin Geçerlik Değerleri (AVE, CR, MSV ve ASV)

Araştırmada yer alan ölçeklerin geçerliğinin belirlenmesinde kullanılan Cronbach Alfa katsayısı dışında ayrışma ve uyuşma geçerlilikleri olarak kabul edilen AVE (Açıklanan ortalama varyans) ve CR (Birleşik Güvenirlik) değerleri ile MSV (Maksimum Paylaşılan Varyansın Karesi) ve ASV (Paylaşılan Varyansın Karesinin Ortalaması) değerleri bulunmaktadır (Tablo 5-6-7). İç güvenilirlik kriteri olarak kabul edilen CR değerinin 0,7’den büyük olması gerekmekte olup bu araştırmada alt boyutlar için sağlanmakta (sadece örgütsel bağlılık ölçeğinin normatif boyutunda sağlanmamaktadır). Diğer yandan AVE değerinin ise 0,5’ten büyük olması gerekliliği ifade edilmekte ve bu araştırmada genel olarak sağlandığı görülmektedir (örgütsel itaat boyutunun körü körüne ve zorlayıcı itaat boyutlarında, örgütsel bağlılık ölçeğinin normatif bağlılık ve devam bağlılığı alt boyutlarında sağlanmamaktadır).

Örgütsel Adaletin Örgütsel Bağlılık Üzerindeki Etkisinde Örgütsel İtaatin Aracı Rolü: Bir Kamu Üniversitesi Örneği

Tablo 5: Geçerlik Değerleri (Örgütsel Adalet Ölçeği)

| | CR | AVE | MSV | ASV | Kişilerarası | Prosedürel | Dağıtımsal | Bilgisel |
|--------------|-------|-------|-------|-------|--------------|------------|------------|----------|
| Kişilerarası | 0,925 | 0,714 | 0,806 | 0,552 | 0,845 | | | |
| Prosedürel | 0,867 | 0,500 | 0,572 | 0,500 | 0,715 | 0,707 | | |
| Dağıtımsal | 0,895 | 0,682 | 0,432 | 0,395 | 0,581 | 0,645 | 0,826 | |
| Bilgisel | 0,898 | 0,689 | 0,806 | 0,603 | 0,898 | 0,756 | 0,657 | 0,830 |

Tablo 6: Geçerlik Değerleri (Örgütsel Bağlılık Ölçeği)

| | CR | AVE | MSV | ASV | Devam | Duygusal | Normatif |
|----------|-------|-------|-------|-------|-------|----------|----------|
| Devam | 0,708 | 0,465 | 0,220 | 0,204 | 0,682 | | |
| Duygusal | 0,858 | 0,647 | 0,219 | 0,204 | 0,434 | 0,804 | |
| Normatif | 0,689 | 0,317 | 0,220 | 0,219 | 0,469 | 0,468 | 0,563 |

Tablo 7: Geçerlik Değerleri (Örgütsel İtaat Ölçeği)

| | CR | AVE | MSV | ASV | Zorlayıcı | Körü körüne | Suçlayıcı | Yıkıcı | Sorgusuz |
|-------------|-------|-------|-------|-------|-----------|-------------|-----------|--------|----------|
| Zorlayıcı | 0,736 | 0,491 | 0,446 | 0,276 | 0,701 | | | | |
| Körü körüne | 0,824 | 0,492 | 0,738 | 0,425 | -0,488 | 0,701 | | | |
| Suçlayıcı | 0,879 | 0,594 | 0,446 | 0,362 | -0,668 | 0,608 | 0,771 | | |
| Yıkıcı | 0,880 | 0,551 | 0,738 | 0,390 | -0,520 | 0,859 | 0,546 | 0,742 | |
| Sorgusuz | 0,864 | 0,681 | 0,354 | 0,272 | -0,384 | 0,595 | 0,577 | 0,505 | 0,825 |

AVE değerleri bazı boyutlar için 0,50 olarak belirlenen sınırın altındadır ancak CR değerleri kabul edilebilir sınırın (>0.70) üzerinde yer almıştır. Fornell ve Larcker'a (1981) göre de AVE değerinin 0,5'ten küçük olduğu, ancak kompozit güvenilirliğin (CR) 0,6'dan büyük olduğu durumlar söz konusu olduğunda, yapının yakınsak geçerliliği hala yeterlidir (Dede, 2019, s. 1934). Ayrıca tüm boyutlar için CR>AVE değerleri elde edildiğinden dolayı boyutların yakınsak geçerliliğinin varlığından söz edilebilir. İraksak geçerlik için bazı değerler incelendiğinde ise AVE değerinin MSV değerinden büyük olması gerektiği koşulu örgütsel adalet boyutları incelendiğinde; kişilerarası, prosedürel ve bilgisel adalet alt boyutları kapsamında karşılanmamaktadır. Örgütsel bağlılık ölçeği kapsamında ise iraksak geçerlik konusunda bir problem bulunmamaktadır. Örgütsel itaat alt boyutları kapsamında yapılan değerlendirme ise, körü körüne ve yıkıcı itaat alt boyutlarında AVE>MSV koşulu sağlanamadığı yönünde olmaktadır. Bir diğer iraksak geçerlik koşulu olan MSV>ASV koşulu ise tüm ölçekler için tüm alt boyutlarda sağlanmaktadır (Fornell ve Larcker, 1981, s. 39-50). Bu kapsamda yapılan geçerlik ve güvenilirlik analizleri söz konusu değişkenlerin aracılık analizlerinin gerçekleştirilebilmesi için uygunluğunu göstermektedir.

4.3. Değişkenler Arasındaki İlişkinin İncelenmesi

Tablo 8'de yer alan değerlerin yorumlanmasında Evans (1996) tarafından gerçekleştirilen çalışmada yer alan "0.00-0.19: çok zayıf, 0.20-0.39: zayıf, 0.40-0.59: orta, 0.60-0.79: güçlü ve 0.80-1.00: çok güçlü" referans ilişki değerleri baz alınmıştır. Pearson korelasyon analizi sonucunda (Tablo 8) her üç boyut arasında da $p < 0,01$ anlamlılık seviyesine göre; örgütsel adalet ile örgütsel bağlılık arasında orta düzeyde, örgütsel adalet ile örgütsel itaat arasında düşük düzeyde ve son olarak da örgütsel bağlılık ile örgütsel itaat arasında düşük düzeyde pozitif yönlü bir ilişki mevcuttur (Büyüköztürk vd., 2009, s. 121).

Tablo 8: Korelasyon Analizi

| Ölçekler | Örgütsel adalet | Örgütsel bağlılık | Örgütsel itaat |
|-------------------|-----------------|-------------------|----------------|
| Örgütsel Adalet | 1 | | |
| Örgütsel Bağlılık | 0,503** | 1 | |
| Örgütsel İtaat | 0,277** | 0,299** | 1 |

Not: * $p < 0.01$

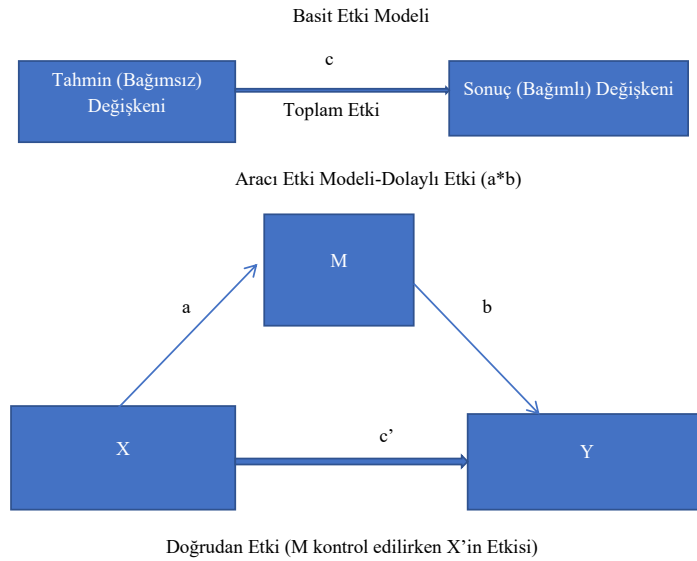
4.4. Araştırma Hipotezlerinin Test edilmesi

Bu çalışmadaki öncelikli amaç, aracı etkinin varlığının bulunup bulunmadığının tespit edilmesidir. Aracı etkide kasıt, değişkenler arasında hem bir sıralama hem de bir nedensellik varsayımdır. Baron ve Kenny (1986) tarafından ifade edilen şekliyle standart regresyon analizinin aracı etki analizlerinde sınırlı kaldığı yönündeki eleştirilerinden de yola çıkılarak ilgili aracı etki analizi için daha iyi sonuç verebileceği düşünülen yapısal eşitlik modellemesi kullanılmıştır.

İlk aşamada aracı değişken modele dahil olmadan bağımsız değişkenin (örgütsel adalet) bağımlı değişkeni (örgütsel bağlılık) doğrudan etkileyip etkilemediği incelenmiştir. İkinci adımda ise bağımsız değişken ile aracı değişken (örgütsel itaat) arasındaki ilişkiye bakılmıştır. Sonraki adımda ise aracı değişken ile bağımlı değişken arasındaki ilişkiye bakılarak son olarak dördüncü aşamada aracı değişken olan örgütsel itaat modele eklenmiş, bağımsız değişkenin bağımlı değişken üzerindeki etkisine tekrardan bakılmıştır.

Şekil 4'te Baron ve Kenny'ye (1986) ait aracı etki modeli yer almaktadır. Bu modelde dört temel varsayım bulunmakta ve geleneksel yaklaşım olarak adlandırılmaktadır. Baron ve Kenny yöntemine göre ilk adımda bağımsız değişken olan örgütsel adaletin bağımlı değişken olan örgütsel bağlılık üzerindeki etkisi anlamlı olmalıdır. İkinci adımda bağımsız değişken olan örgütsel adaletin aracı değişken olan örgütsel itaat üzerindeki etkisi anlamlıdır.

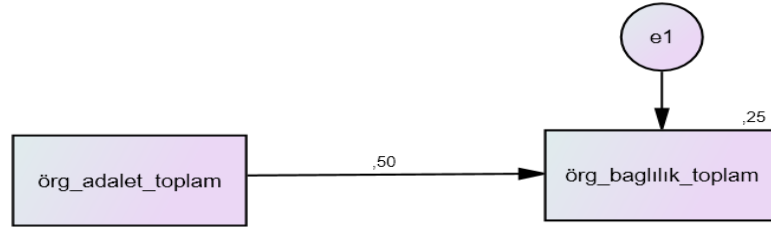
Şekil 4: Aracı Etki Modeli



Örgütsel Adaletin Örgütsel Bağlılık Üzerindeki Etkisinde Örgütsel İtaatin Aracı Rolü: Bir Kamu Üniversitesi Örneği

Üçüncü adımda ise ilk adımdaki örgütsel adalet ve örgütsel bağlılık modeline aracı değişken olan örgütsel itaat değişkeninin eklenmesiyle birlikte birinci adımda örgütsel adaletin örgütsel bağlılık üzerindeki etkisinin düşmesi beklenmektedir. Bunun yanı sıra dördüncü adım olarak Baron ve Kenny (1986) aracı değişken olan örgütsel itaatin bağımlı değişken olan örgütsel bağlılığı anlamlı olarak etkilemesini gerektiğini belirtmektedir. Şartların sağlanması durumunda üçüncü adımda bağımsız değişkenin bağımlı değişken üzerindeki etkisi azalmış fakat etki hala anlamlı ise kısmi aracılıktan bahsedilmektedir. Eğer etki anlamsız hale gelmişse tam aracılıktan bahsedilebilir (Gürbüz ve Bayık, 2021, s. 4). Sözü edilen durum Şekil 4'te gösterilen X, Y, M yolları ile açıklanabilir.

Şekil 5: Örgütsel Adaletin Örgütsel Bağlılık Üzerindeki Etkisini Gösteren AMOS Diyagramı



Araştırmada ilk olarak H1 hipotezini (örgütsel adalet-örgütsel bağlılık) gözden geçirmek amacıyla araştırmanın bağımsız değişkeni olan örgütsel adaletin dışsal, bağımlı değişken olan örgütsel bağlılığın ise içsel değişken olduğu yapısal model incelenmiştir (Şekil 5). Yapısal Eşitlik Modeli (YEM) sonuçlarına bakıldığında, örgütsel adalet ile örgütsel bağlılık arasında pozitif yönde anlamlı düzeyde ilişki bulunmuştur (Beta=0,503, $p<0,01$).

Tablo 9: Örgütsel Adaletin Örgütsel Bağlılık Üzerindeki Etkisini Gösteren Katsayılar

| | | | Std β | β | Std Hata | t | p | R ² |
|-------------------|---|-----------------|-------------|---------|----------|--------|-----|----------------|
| Örgütsel Bağlılık | ← | Örgütsel Adalet | 0,503 | 0,249 | 0,0221 | 11,983 | *** | 0,253 |
| Örgütsel İtaat | ← | Örgütsel Adalet | 0,277 | 0,318 | 0,054 | 5,935 | *** | 0,077 |
| Örgütsel Bağlılık | ← | Örgütsel İtaat | 0,299 | 0,129 | 0,020 | 6,456 | *** | 0,090 |

Not: * $p<0,01$

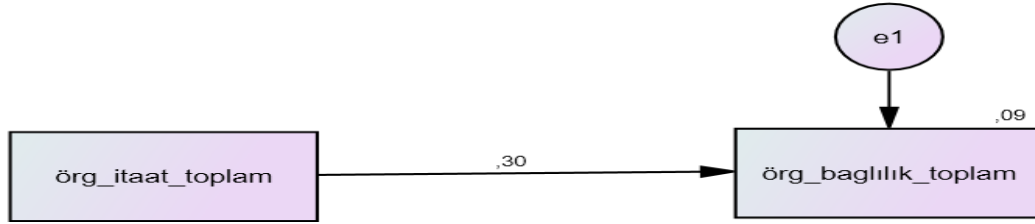
Ayrıca örgütsel adalet değişkeninin örgütsel bağlılık değişkenindeki toplam varyansın % 25,3'lük kısmını açıkladığı görülmektedir ($R^2= 0,253$, $p<0,01$). Bu analiz sonucunda (Tablo 9) “Örgütsel adaletin örgütsel bağlılık üzerinde anlamlı etkisi vardır.” şeklinde oluşturulan hipotez 1 kabul edilmiştir. Elde edilen bu sonuç literatürdeki benzer çalışmalarla paralel olarak gözükmemektedir (Bağcı, 2013; Jameel, 2020; Poussard, 2017; Şahin ve Kavas, 2016).

Şekil 6: Örgütsel Adaletin Örgütsel İtaat Üzerindeki Etkisini Gösteren AMOS Diyagramı



Araştırmanın H2 hipotezinin sınanabilmesi için örgütsel adalet ile örgütsel itaat arasındaki yol incelenmiştir (Şekil 6). Yapısal modelin ikinci aşaması olarak H2 (örgütsel adalet-örgütsel itaat) hipotezini test etmek amacıyla örgütsel adalet dışsal, aracı değişken olan örgütsel itaat ise içsel değişken olarak yapısal modelde yer almıştır. YEM sonuçlarına göre örgütsel adalet ile örgütsel itaat arasında (Beta= 0,277, $p<0,01$) pozitif yönde anlamlı ilişkinin varlığı anlaşılmıştır. Bu sonuçla birlikte araştırmanın 2. Hipotezi olan “*Örgütsel adaletin örgütsel itaat üzerinde anlamlı etkisi vardır.*” kabul edilerek, örgütsel adaletin örgütsel itaati açıklama gücü olan R kare değeri de 0,077 olarak elde edilmiştir.

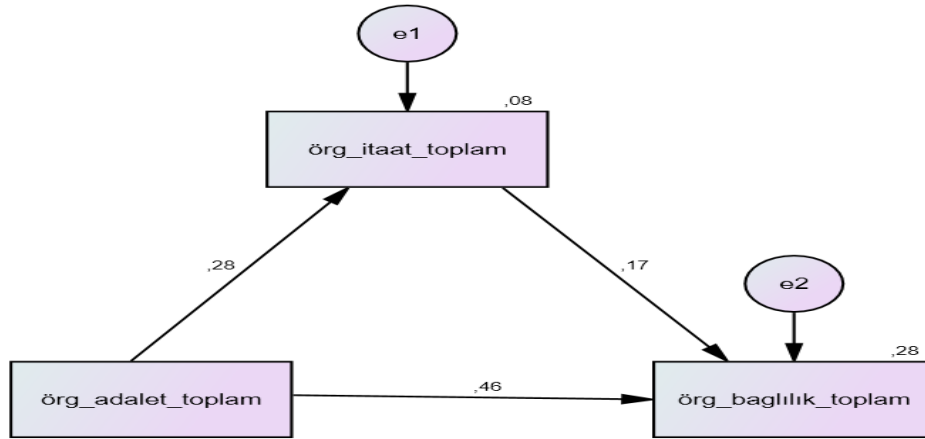
Şekil 7: Örgütsel İtaatin Örgütsel Bağlılık Üzerindeki Etkisini Gösteren AMOS Diyagramı



H3 hipotezinin sınanabilmesi için örgütsel itaat ile örgütsel bağlılık arasındaki yol incelenmiştir (Şekil 7). Yapısal modelin üçüncü adımı olarak H3 (örgütsel itaat-örgütsel bağlılık) hipotezini test etmek amacıyla aracı değişken olan örgütsel itaat dışsal, bağımlı değişken olan örgütsel bağlılık içsel değişken olarak yapısal modelde yer almıştır. YEM sonuçlarına göre örgütsel itaat ile örgütsel bağlılık arasında (Beta=0,299, $p<0,01$) pozitif yönde anlamlı ilişkinin varlığı görülmüştür. Bu sonuçla birlikte araştırmanın 3. Hipotezi olan “*Örgütsel itaatin örgütsel bağlılık üzerinde anlamlı etkisi vardır.*” kabul edilerek, örgütsel itaat örgütsel bağlılığı açıklama gücü olan R kare değeri de 0,090 olarak elde edilmiştir.

Örgütsel Adaletin Örgütsel Bağlılık Üzerindeki Etkisinde Örgütsel İtaatın Aracı Rolü: Bir Kamu Üniversitesi Örneği

Şekil 8: Örgütsel Adaletin Örgütsel Bağlılık Üzerindeki Etkisinde Örgütsel İtaatın Aracılık Rolünü Gösteren AMOS Diyagramı



Araştırmada modelinin H4 hipotezini (örgütsel adalet-örgütsel itaat-örgütsel bağlılık) test etmek amacıyla bağımsız değişkenin örgütsel adalet, bağımlı değişkenin örgütsel bağlılık ve aracı değişkenin örgütsel itaat olduğu aracılı yapısal model gözden geçirilmiştir. Modele eklenen örgütsel itaat boyutu örgütsel adalet ile örgütsel bağlılık arasındaki yolu gösteren beta katsayı değerini 0,50'den 0,455'e indirmiştir ancak bu yoldaki anlamlılık devam etmektedir.

Tablo 10: Örgütsel Adaletin Örgütsel Bağlılık Üzerindeki Etkisinde Örgütsel İtaatın Aracılık Rolünü Gösteren Katsayılar

| | | | Std β | β | Std Hata | t | p | R ² |
|-------------------|---|-----------------|-------------|---------|----------|--------|-----|----------------|
| Örgütsel İtaat | ← | Örgütsel Adalet | 0,277 | 0,318 | 0,054 | 5,935 | *** | 0,077 |
| Örgütsel Bağlılık | ← | Örgütsel İtaat | 0,173 | 0,075 | 0,018 | 4,040 | *** | 0,090 |
| Örgütsel Bağlılık | ← | Örgütsel Adalet | 0,455 | 0,226 | 0,021 | 10,615 | *** | 0,281 |

Not: *p<0.01

Ek olarak toplam varyansın açıklanma oranını ifade eden R² değeri de modele örgütsel itaat değişkeninin eklenmesiyle birlikte artmıştır. Örgütsel adalet ve örgütsel itaat puanlarının bir bütün olarak örgütsel bağlılık puanlarındaki toplam varyansın %28,1'ini açıkladığı görülmektedir (R²=0,281, p<0,01). Katsayıdaki azalma bize aracılık etkisinin varlığını göstermektedir, anlamlılıkta bir değişme olmamış fakat katsayı düşüşü meydana gelmiştir, bu da bize aracılık etkisinin kısmi olabileceğini göstermektedir. Bu kısmi aracılık etkisi Sobel testi ile gözden geçirilmiştir. Sobel testi sonuçlarına göre z=3,339 ve p=0,0008 olarak elde edilmiş ve kısmi aracılık etkisi doğrulanmıştır.

Tablo 11'de araştırma hipotezlerine ilişkin yukarıda yapılan test sonuçlarına ilişkin değerlendirmeye yer verilmiştir. Buna göre Tablo 11 incelendiğinde, araştırma kapsamında oluşturulan tüm hipotezlerin kabul edildiği görülmektedir.

Tablo 11: Araştırma Hipotezlerinin Test Sonuçları

| Hipotezler | Sonuç |
|---|--------------|
| Hipotez 1: Örgütsel adaletin örgütsel bağlılık üzerinde anlamlı etkisi vardır. | Kabul Edildi |
| Hipotez 2: Örgütsel adaletin örgütsel itaat üzerinde anlamlı etkisi vardır. | Kabul Edildi |
| Hipotez 3: Örgütsel itaatin örgütsel bağlılık üzerinde anlamlı etkisi vardır. | Kabul Edildi |
| Hipotez 4: Örgütsel itaat, örgütsel adalet ile örgütsel bağlılık arasındaki ilişkinin yönünü veya boyutunu değiştirmektedir. | Kabul Edildi |

5. TARTIŞMA VE SONUÇ

Örgütsel adaletin örgütsel bağlılık üzerindeki etkisinde örgütsel itaatin aracılık rolünü belirlemeye yönelik tasarlanan bu çalışmada, ilgili değişkenlere yönelik kurulan hipotezler, yapılan testler sonucunda kabul edilmiştir. Ancak örgütsel adaletin örgütsel bağlılık üzerindeki etkisinde örgütsel itaatin aracılık rolünün kısmi olduğu belirlenmiştir.

Araştırma sonuçlarından ilki olan örgütsel adaletin örgütsel bağlılık üzerinde anlamlı etkisinin varlığı literatürde bazı çalışmaların sonuçları ile benzerlik göstermektedir. Bunlardan biri olan Bağcı (2013) tarafından gerçekleştirilen araştırmada belirli adalet şekillerinin bazı bağlılık boyutları üzerinde etkisinin olduğu belirlenmiştir. Benzer şekilde, Öz ve Sağlam'ın (2019) çalışmasında ise örgütsel adalet ve örgütsel bağlılık kavramlarının alt boyutları arasında ilişki belirlenmeye çalışılmıştır. İlgili araştırmada etkileşimsel adalet, işlemsel adalet, genel örgütsel adalet ve duygusal bağlılık düzeylerinin düşük olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Öte yandan ise dağıtımsal adalet, genel örgütsel bağlılık, devam bağlılığı ve normatif bağlılık düzeylerinin ise orta düzeyde olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca sosyo-demografik değişkenler ile adalet ve bağlılık kavramları arasında anlamlı farklılıklar belirlenmiştir. Şahin ve Kavas (2016) öğretmenler üzerinde yaptığı araştırmada öğretmenlerin örgütsel adalet ve örgütsel bağlılık algılarının yüksek olduğu bulgulanmıştır. Bal (2014) tarafından gerçekleştirilen çalışmada ise örgütsel adalet algısı ile örgütsel bağlılığın alt boyutları olan duygusal bağlılık ve normatif bağlılık boyutlarının anlamlı bir ilişki sergilediği bulgulanmıştır.

Araştırmanın sonuçlarından biri de örgütsel adaletin örgütsel itaat üzerinde anlamlı etkisi olduğudur. İtaat davranışı, sinizm, sessizlik vb. diğer bazı istenmeyen örgütsel davranışların uzantısı olarak da karşımıza çıkabileceği düşünüldüğünde örgütsel adalet algısının olumlu olarak geliştirilmesinin önemi daha da artmaktadır. Zira literatürde örgütsel adaletin, sinizmin olumsuz etkilerini azalttığı (Mert vd., 2022) sosyal cesareti artırdığı belirtilmektedir. Dolayısıyla örgütsel adalet, bazı örgütsel çıktıları nasıl olumlu yönde etkileyebileceğimizi düşünmek için iyi bir başlangıç noktası olarak karşımıza çıkmaktadır (Mert vd., 2022).

Araştırmada elde edilen bir diğer sonuç ise örgütsel itaatin, örgütsel adalet ile örgütsel bağlılık arasındaki ilişkinin yönünü veya boyutunu değiştirmesidir. Bu bağlamda Hume'un (2017) yöneticilere öğüdü olan "*adaleti desteklemek için icat edilmesi gereken yeni görev itaattir ve eşitlik bağları sadakat bağıyla güçlendirilmelidir.*" cümlesini tekrar düşünmek gerekmektedir. Hume'a (2017) göre liderin adil ve sağduyulu olması süreç içerisinde otoritesini pekiştirecek ve itaati doğuracaktır. Nihayetinde bir kez itaate alışan insanlar asla bu yoldan ayrılmayı düşünmezler. Belki modern dönem filozofunun söylediklerini bugünkü koşullarda test etmek ve yorumlamak sorunlu görünse de adalet, itaat ve sadakat olguları insanlığın evrensel ve kadim sorunsallarındandır. Bu çalışmada da adalet ve itaat arasında pozitif ilişki bulunmuş olması ve bağlılığa da aracılık etmesi bunu bir kez daha göstermektedir.

Örgütsel Adaletin Örgütsel Bağlılık Üzerindeki Etkisinde Örgütsel İtaatin Aracı Rolü: Bir Kamu Üniversitesi Örneği

5.1. Araştırmanın Teoriye ve Uygulamaya Katkısı

Adil bir örgüt kültürü algısının tüm çalışanlarca içselleştirmiş olduğunun göstergelerinden biri çalışanların bağlılığıdır. Ancak bağlılıkta bireyin herhangi bir baskıya tabi olmadan örgüte karşı olumlu bir tutum sergilemesi söz konusudur. Bireyin örgüte ait olduğuna ilişkin dışardan bir güç ya da yaptırım yoktur (Şener, 2019). Buna karşılık bağlılığın boyutlarından biri olan normatif bağlılıkta ise birey örgüte ait olmayı bir zorunluluk olarak algılar. Tam bu noktada örgütsel itaat ve bağlılık üzerindeki etkisinden söz edilebilir. Çünkü itaat davranışı uyma, kabullenme, benimseme gibi kavramları içerisinde barındırır, bireyin itaat altında içsel değerlendirmesinin ne olduğu ancak eylemsel tarafı ortaya çıktığında görülebilir. Örgütlerde de birçok rol ve davranış şekilleri dayatılmaktadır, bu roller ise çoğu zaman bireylerce yerine getirilmektedir. Bu da itaatın bir uzantısı olarak bağlılığın ortaya çıkmasına neden olmaktadır. Bu sayede de iş ortamlarında verimlilik, performans artışı, sürdürülebilirlik gibi olumlu sonuçlar ortaya çıkmaktadır. Ancak itaatın bir örgütte nasıl oluşturulduğu ya da görünümünün nasıl olduğunun anlaşılması önem arz etmektedir. İtaati ortaya çıkaran durum ortadan kalktığında ilişki ve sürecin nasıl işleyeceği önemlidir. Çünkü literatürde bahsedilen şekliyle itaat kavramı zaman içerisinde kişilerin pasifleştiği, bireyselliklerinin azaldığı durumlara neden olabilmektedir, bu da kavramın etkisinin olumludan olumsuzla geçebileceği bir durum yaratabilecektir. Yani kişinin duygu ve düşüncelerini tam olarak ifade edememesi durumunda başlangıçta belki bir sorun ortaya çıkmayacaktır ancak ileriki süreç hem birey hem de örgüt için istenmeyen durumlar ortaya çıkarabilecektir. Varoğlu (1993) “itaat olmaksızın duyulan bağlılık anarşi yaratmaktadır. Bağlılık olmadan gösterilen itaat ise örgütün ilerlemesini hızlandıracak önemli adımların atılmasını sağlamakta yetersiz kalacaktır.” demektedir. Çünkü çalışanların sadece itaat davranışı sergilemesi uzun vadede örgütsel yenilikçilik ve yaratıcılık için tehdit unsurudur.

Uzun vadede yöneticilerin, çalışanların itaat davranışına ihtiyaç duyduğu söylenebilir. Bu davranışın ortaya çıkmasını sağlayacak bir öncül olarak örgütsel adaletin göz ardı edilmemesi gerekmektedir. Aynı perspektiften yöneticilerin çalışanların bağlılığını kazanmasının yolu olarak onların itaat etmesine zemin hazırlayacak adil bir iş ortamı tasarlaması kaçınılmazdır. Burada sözü edilen şekliyle itaat adil bir örgüt tasarısının kaçınılmaz sonucu olacaktır. Kavramsal olarak sosyal etkinin en çok olumsuzlanan sonuçlarından biri olan itaat asırlardır her yönetim kademesinin arzuladığı bir tutum olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu çalışmanın sonucu olan örgütsel adaletin örgütsel bağlılığa etkisinde oynadığı kısmi aracılık rolü hâlâ itaat olgusunu dikkatlice yaklaşmamız gerektiğini göstermektedir.

5.2. Sınırlılıklar ve Gelecek Çalışmalar İçin Öneriler

Aracı değişken konusu birbiriyle ilişkili değişkenler arasında başlangıçta fark edilemeyen ilişkileri ortaya çıkarabilmek için önemli görülmektedir. Yapılan bu çalışma teorik olarak yapılacak olan yeni çalışmalarla daha farklı aşamaya taşınabilir. Örneğin çalışmada ulaşılan kısmi aracılık etkisi, farklı örneklem grupları, farklı ölçüm teknikleri kullanılarak belki de örgütsel adalet ile örgütsel bağlılık arasında itaat kavramının tam aracılık etkisinin olduğu sonuçlara da ulaşılmasını sağlayabilir. Bu çalışmada ortaya çıkan sonuç itaat olgusu her ne kadar olumsuz olarak algılsa da bağımlı ve bağımsız değişkenler olan örgütsel adalet ve örgütsel bağlılık arasındaki ilişkiyi kuvvetlendiren bir rol oynamaktadır. Ancak bunun normatif bağlılık boyutuyla ilişkili olabileceği göz ardı edilmemelidir. Çünkü bu tablo olumlu örgütsel davranış

sergilenmesinin önünde bir engeldir. Öyle ki normatif uyumun bağlılığın önünde bir engel olduğu bir gerçektir.

Örgütsel düzeyde bağlılık çalışanların performansını artırıp olumsuz örgütsel algı ve tutumlarını azaltmaktadır. Bu nedenle yöneticiler için üzerinde durulması gereken bir olgudur. Çalışanların itaat davranışının bağlılığa dönüşebilmesi adına örgütsel güven, motivasyon ve katılım konularına önem verilmeli ve çalışanların sesliliği özendirilmelidir. Çalışanların olumlu örgütsel adalet algısı sergilemelerini sağlamak amacıyla örgütsel düzeyde dağıtım, etkileşim, işlem adaleti boyutları titizlikle ele alınmalı ve yöneticinin düzenleyici adalet yaklaşımını benimsemesi sağlanmalıdır.

KAYNAKÇA

- Allen, N. J. ve Meyer, J. P. (1990). The measurement and antecedents of affective, continuance, and normative commitment to the organization. *Journal of Occupational Psychology*, 63, 1-18. <https://doi: 10.1111/j.2044-8325.1990.tb00506.x>
- Altıntaş, M. ve Şener, E. (2020). Daire-i adaletten örgütsel adalete: lisansüstü tezlere ilişkin bibliyometrik bir çalışma. *Aksaray Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 12(3), 1-14.
- Annakili, P. ve Jayam, R. (2018). How to increase organizational commitment through employees participation. *Eurasian Journal of Analytical Chemistry*, 13, 18-22.
- Bağcı, Z. (2013). Çalışanların örgütsel adalet algılarının örgütsel bağlılıkları üzerindeki etkisi: Tekstil sektöründe bir inceleme. *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, 9(19), 163-184.
- Bal, V. (2014). Örgütsel adalet ve örgütsel bağlılık ilişkisi: Manisa'daki eğitim kurumlarında bir araştırma. *Aksaray Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 6(1), 1-9.
- Baron, R. M. ve Kenny, D. A. (1986). The moderator–mediator variable distinction in social psychological research: Conceptual, strategic, and statistical considerations. *Journal of Personality and Social Psychology*, 51(6), 1173-1182.
- Bauer, T. ve Erdoğan, B. (2012). *An Introduction to organizational behavior*. Creative Commons. 106.
- Bocchiaro, P., ve Zamperini, A. (2012). Conformity, obedience, disobedience: The power of the situation. *In Psychology-Selected Papers. IntechOpen*. 275-294.
- Bozbayır, O., Özata, M. ve Altıntaş, M. (2023). Yükseköğretim kurumlarındaki toksik liderlik davranışlarının akademik personelin örgütsel bağlılıkları üzerine etkisi. *Yükseköğretim Dergisi*, 13(1), 19-31. <https://doi: 10.2399/yod.23.1162964>.
- Brockner, J., Wiesenfeld, B. M., Siegel, P. A., Bobocel, D. R. ve Liv, Z. (2015). Riding the fifth wave. organizational justice as dependent variable. *Research in Organizational Behavior*, 35, 103-121.
- Büyüköztürk, Ş., Çokluk-Bökeoğlu, Ö. ve Köklü, N. (2009). *Sosyal bilimler için istatistik*. Pegem Akademi.
- Ceylan, A. K. (2016). İşgörenlerin örgütsel adalet algısının iş tatmini ve performans üzerine etkisi: güneydoğu anadolu bölgesi gıda sektörü örneği. [Yayınlanmamış Doktora Tezi]. Dicle Üniversitesi.
- Cochran, W. G. (2007). *Sampling Techniques*. John Wiley&Sons.

Örgütsel Adaletin Örgütsel Bağlılık Üzerindeki Etkisinde Örgütsel İtaatin Aracı Rolü: Bir Kamu Üniversitesi Örneği

- Çavuşoğlu, S. ve Durmaz, Y. (2019). Yeşil davranışlara karşı tutumun ziyaret niyetine etkisinde yeşil imajın düzenleyicilik rolü: Yeşil oteller örneği. *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 29(2), 303-315.
- Çetinkaya, F. F. ve Altıntaş, M. (2021). Whistleblowing (erdemli raporlama) ve mantar yönetim arasındaki ilişki. *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 31(2), 781-793. [https://doi: 10.18069/firatsbed.815157](https://doi.org/10.18069/firatsbed.815157).
- Dede, N. P. (2019). Dönüşümcü liderlik ve örgütsel bağlılık ilişkisinde lidere güvenin aracı rolü üzerine bir araştırma. *BMIJ*, 7(4), 1923-1943. <http://doi.org/10.15295/bmij.v7i4.1250>
- Erkorkmaz, Ü., Etikan, İ., Demir, O., Özdamar, K. ve Sanisoğlu, S. Y. (2012). Doğrulayıcı faktör analizi ve uyum indeksleri. *Türkiye Klinikleri*, 33(1), 210-223.
- Ertaş, G. (2019). *Örgütsel itaate paradoksal yaklaşım: Bir ölçek geliştirme çalışması* [Yayımlanmamış Doktora Tezi]. Beykent Üniversitesi.
- Evans, J. D. (1996). *Straightforward Statistics for the Behavioral Sciences*. Pacific Grove, Brooks/Cole Publishing.
- Fornell, C. ve Larcker, D. F. (1981). Evaluating Structural Equation Models with Unobservable Variables and Measurement Error. *Journal of Marketing Research*, 18(1), 39-50.
- Gautam, T., Dick, R. V. ve Wagner, U. (2001). Organizational commitment in Nepalese settings. *Asian Journal of Social Psychology*, 4, 239-248.
- Ghaderi, Z., Tabatabaei, F., Khoshkam, M. ve Abadi, R. S. (2021). Exploring the role of perceived organizational justice and organizational commitment as predictors of job satisfaction among employees in the hospitality industry. *International Journal of Hospitality&Tourism Administration*, 24(3), 415-444.
- Güldü, Ö. (2011). Sağ kanat yetkeçiliği ölçeği: Uyarlama çalışması. *Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 2(2), 27-51.
- Gürbüz, S. ve Bayık, M. E. (2021). Aracılık modellerinin analizinde yeni yaklaşım: Baron ve Kenny'nin yöntemi hala geçerli mi? *Türk Psikoloji Dergisi*, 37(88),1-14.
- Hayashi, T., Odagiri, Y., Ohya, Y., Tanaka, K. ve Shimomitsu, T. (2011). Organizational justice, willingness to work, and psychological distress: Results from a private Japanese company. *Lippincott Williams&Wilkins*, 53(2), 174-180.
- Henkin, A. B. ve Marchiori, D. M. (2003). Empowerment and organizational commitment of chiropractic faculty. *Journal of Manipulative and Physiological Therapeutics*, 26(5), 275-281.
- Hume, D. (2017). *Siyasi denemeler*. Pinhan Yayıncılık.
- İlerler, T. G. ve Gülova, A. A. (2020). Örgütsel kurallar ve normlara uyma davranışına örgüt kültürü bağlamında kavramsal bir bakış. *İzmir Democracy University Social Sciences Journal*, 3(2), 104-129.
- Jameel, A. S., Mahmood, Y. N. ve Jwmaa, S. J. (2020). Organizational justice and organizational commitment among secondary school teachers. *Cihan University-Erbil Journal of Humanities and Social Sciences*, 4(1), 1-6.
- Jang, J., Lee, D. W. ve Kwon, G. (2021). An analysis of the influence of organizational justice on organizational commitment. *International Journal of Public Administration*, 44(2), 146-154. <https://doi.org/10.1080/01900692.2019.1672185>
- Jepsen, D. M. ve Rodwell, J. (2012). Female perceptions of organizational justice. *Gender, Work and Organization*, 19(6), 723-740.

- Jimenez, C. R., Martos, M. C. V. ve Jimenez, R. M. (2015). Organizational harmony as a value in family businesses and its influence on performance. *Journal Business Ethics*, 126, 259-272.
- Karagöz, Y. (2019). *SPSS AMOS meta uygulamalı istatistiksel analizler*. Nobel Yayınları.
- Lambert, E. (2003). The impact of organizational justice on correctional staff. *Journal of Criminal Justice*, 31, 155-168.
- Le, H. ve Pan, L. (2021). Examining the empirical redundancy of organizational justice constructs. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 165, 21-44. <https://doi.org/10.1016/j.obhdp.2021.03.004>
- Manion, J. (2004). Strengthening organizational commitment. *The Health Care Manager*. 23(2), 167-176.
- Markovits, Y., Ullrich, J., Dick, R. V. ve Davis, A. J. (2008). Regulatory foci and organizational commitment. *Journal of Vocational Behavior*, 73, 485-489.
- Maruf, M. ve Altıntaş, M. (2021). Örgütsel Demokrasinin Örgütsel Mutluluğa Etkisi: Bir Kamu Üniversitesi Örneği. *ESAM Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi* 2(1), 129-155.
- McDermott, Laschinger, H. K. ve Shamion, J. (1996). Work empowerment and organizational commitment. *Nursing Management*, 27(5), 44-47.
- Mert, İ. S. ve Cem, Ş. E. N. (2019). Örgütsel destek, örgütsel adalet ve öz kendilik değerlendirmesinin psikolojik sermaye üzerindeki etkisi. *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (36), 213-231.
- Mert, I. S., Sen, C. ve B Alzghoul, A. (2022). Organizational justice, life satisfaction, and happiness: the mediating role of workplace social courage. *Kybernetes*, 51(7), 2215-2232. <https://doi.org/10.1108/K-02-2021-0116>
- Merton, R. K. (1940). Bureaucratic structure and personality. *University of North Carolina Press*, 18(4), 560-568.
- Meyer, J. P., Stanley, D. J., Herscovitch, L. ve Topolnytsky, L. (2002). Affective, continuance, and normative commitment to the organization: A meta analysis of antecedents, correlates and consequences. *Journal of Vocational Behavior*, 61, 20-52.
- Meyer, J. W. ve Rowan, B. (1977). Institutionalized organizations: formal structure as myth and ceremony. *Chicago Journals*. 83(2). 340-363.
- Milgram, S. (1973). *Obedience to Authority. An Experimental View*. Tavistock.
- Moç, T. (2018). *Örgütsel adalet algısının çalışanların işte yabancılaşmaya etkisinde tükenmişliğin ve presenteizmin rolü*. [Yayınlanmamış Doktora Tezi]. Atatürk Üniversitesi.
- Morrow, P. C., McElroy, J. C. ve Scheibe, K. P. (2012). Influencing organizational commitment through office redesign. *Journal of Vocational Behavior*, 81, 99-111.
- Öz, C. S. ve Sağlam, T. (2019). Örgütsel adalet ile örgütsel bağlılık arasındaki ilişki: Gıda sektöründe bir araştırma. *International Journal of Economics, Business and Politics*, 3(2), 131-150.
- Özata, M., ve Çetinkaya, F. F. (2020). Algılanan örgütsel ayrımcılık ile örgütsel bağlılık arasındaki ilişkinin incelenmesi: bir kamu üniversitesi örneği, *Üçüncü Sektör Sosyal Ekonomi Dergisi*, 55(4), 2225-2241. <https://doi.org/10.15659/3.sektor-sosyal-ekonomi.20.10.1477>
- Özkan, R. ve Polat, B. (2016). İtaat kültürü ve din. *ZfW*, 8(3). 139-149.

Örgütsel Adaletin Örgütsel Bağlılık Üzerindeki Etkisinde Örgütsel İtaatin Aracı Rolü: Bir Kamu Üniversitesi Örneği

- Özmen Ö. N. T., Arbak, Y. ve Özer, P. S. (2007). Adalete verilen değerler adalet algıları üzerindeki etkisinin sorgulanmasına ilişkin bir araştırma, *Ege Akademik Bakış*, 7, 17-33.
- Porter, L. W., Steers, R. M. ve Boulian, P. V. (1973). Organizational commitment, job satisfaction and turnover among psychiatric technicians. *Individual Organizational Linkages*, 16, 1-21.
- Poussard, J. M., Roy, J. L. ve Erkmen, T. (2017). The moderating role of individual variables in the relationship between organizational justice and organizational commitment. *Personnel Review-Emerald Publishing*, 46(8),1635-1650.
- Quinton P, Myhill A, Bradford B, et al. (2015). Fair Cop 2: Organisational justice, behaviour and ethical policing. Ryton-on-Dunsmore: College of Policing. Available at: https://whatworks.college.police.uk/Research/Documents/150317_Fair_cop%202_FIN_AL_REPORT.pdf.
- Richebe, N. ve Bensaid, M. (2002). Organization rules, knowledge management and organizational learning. *Academic Tracks* .1-14.
- Scandura, T. A. (1999). Rethinking leader-member exchange: An organizational justice perspective. *Leadership Quarterly*, 10(1), 25-40.
- Seifert, D. L., Sweeney, J. T., Joireman, J. ve Thornton, J. M. (2010). The influence of organizational justice on accountant whistleblowing. *Accounting, Organizations and Society*, 35, 707-717.
- Sen, C., Mert, I. S. ve Abubakar, A. M. (2022). The nexus among perceived organizational support, organizational justice and cynicism. *International Journal of Organizational Analysis*, 30(6), 1379-1379. <https://doi.org/10.1108/IJOA-11-2020-2488>
- Şahin, R. ve Kavas, E. (2016). Örgütsel adalet ile örgütsel bağlılık arasındaki ilişkinin belirlenmesinde öğretmenlere yönelik bir araştırma: Bayat örneği. *Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi*, 7(14), 119-140.
- Şener, E. (2019). *Sivil Erdemin Peşinde Bir Üçleme. Uyum, Ahlak, Sessizlik*. Efe Akademi Yayınları.
- Tenderis, A. ve Uzunçarşılı, Ü. (2022). Toksik liderliğin örgütsel itaat aracılığıyla üretkenlik karşıtı iş davranışı ve işten ayrılma niyeti üzerine etkileri. *KOSBED*, 44, 25-53. <https://doi.org/10.35343/kosbed.1128175>
- Tumulty, G., Jernigan, L. E. ve Kohut, G. (1995). Reconceptualizing organizational commitment. *Journal of Nursing Administration*, 25(1), 61-65.
- Turkoz, G., Aksay, B. ve Gugercin, U. (2020). Örgüt otoritesine itaat: Dezoort ve Roskos-Ewoldsen'in itaat ölçeğinin uyarlanması. *Business and Economics Research Journal*, 11(3), 841-854. <https://doi.org/10.20409/berj.2020.285>
- Warner, J. C., Culatta, E. ve James, K. R. (2013). Gender and organizational justice preferences. *Sociology Compass*, 7(12), 1074-1084.
- Varoğlu, D. (1993). *Kamu sektörü çalışanlarının işlerine ve kuruluşlarına karşı tutumları, bağlılıkları ve değerleri*. [Yayınlanmamış Doktora Tezi]. Ankara Üniversitesi.
- Zangaro, G. A. (2001). Organizational commitment: A concept analysis. *Nursing Forum*, 36(2), 14-22.

Atıf/Citation:

Deveci, F. G. and Yıldız, T. (2024). A Research on the Evaluation of Hotel Customers' Citizenship Behaviors in the Experiencescape. *Dokuz Eylül University Journal of Faculty of Business*, 25(1): 41-70. <https://doi.org/10.24889/ifede.1354888>

A RESEARCH ON THE EVALUATION OF HOTEL CUSTOMERS' CITIZENSHIP BEHAVIORS IN THE EXPERIENCESCAPE*

F. Görgün DEVECİ and Tuğba YILDIZ*****

ABSTRACT

Customer citizenship behavior provides many advantages to businesses in the service sector. In order to obtain these advantages, the antecedents of the variable must be determined. Therefore, this research aims to determine the direct, indirect, and mediating effects for customer citizenship behavior within the scope of Experiencescape from a marketing perspective in the hospitality industry. For this reason, in addition to customer citizenship behavior, Experiencescape, memorable tourism experience, and customer satisfaction variables were included in the research model. The research sample consisted of 258 local and foreign tourists who were at least 18 years old, came to Erzurum between January and May 2023, and stayed in Mountain Hotels in Erzurum. According to the findings, "localness," and "escapism" dimensions of Experiencescape effect on memorable tourism experiences. Memorable tourism experiences also effect on customer satisfaction and "tolerance", "advocacy", "helping" and "feedback" dimensions of customer citizenship behavior. Besides this, customer satisfaction is effect on the "advocacy", "helping" and "feedback" dimensions of customer citizenship behavior. Lastly, customer satisfaction has a partial mediating role in the relationship between memorable tourism experiences and the helping dimension of customer citizenship behavior. The obtained results were discussed from a marketing perspective. With this point of view, recommendations have been developed.

Keywords: Experiencescape, Memorable Tourism Experiences, Customer Satisfaction, Customer Citizenship Behavior, Hotel Customer.

JEL Classification: M30, M31 M39.

OTEL MÜŞTERİLERİNİN VATANDAŞLIK DAVRANIŞLARININ DENEYİM ALANI KAPSAMINDA DEĞERLENDİRİLMESİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

ÖZ

Müşteri vatandaşlık davranışı hizmet sektöründeki işletmelere birçok avantaj sağlamaktadır. Bu avantajların elde edilebilmesi için değişkenin öncüllerinin belirlenmesi gerekmektedir. Dolayısıyla bu çalışmanın amacı konaklama sektöründe, pazarlama bakış açısıyla "deneyim alanı" kapsamında müşteri vatandaşlık davranışı açısından doğrudan, dolaylı ve aracı etkileri ortaya çıkarmaktır. Bu sebeple araştırma modelinde müşteri vatandaşlık davranışının yanı sıra, deneyim alanı, unutulmaz turizm deneyimleri ve müşteri memnuniyeti değişkenlerine yer verilmiştir. Araştırmanın örneklemini, 18 yaş ve üzeri, Ocak-Mayıs 2023 tarihleri arasında Erzurum'a gelen ve Erzurum'daki dağ otellerinde konaklayan 258 yerli ve yabancı turist oluşturmuştur. Bulgulara göre deneyim alanının "yerellik" ve "gerçekten kaçış" boyutları unutulmaz turizm deneyimleri üzerinde etkilidir. Aynı zamanda, unutulmaz turizm deneyimleri müşteri memnuniyeti ile müşteri vatandaşlık davranışının "hoşgörü", "savunuculuk", "yardım etme" ve "geri bildirim" boyutları üzerinde etkilidir. Bunun yanı sıra, müşteri memnuniyet ise müşteri vatandaşlık davranışının "savunuculuk", "yardım etme" ve "geri bildirim" boyutları üzerinde etkilidir. Son olarak, unutulmaz turizm deneyimleri ile müşteri vatandaşlık davranışının "yardım etme" boyutu arasındaki ilişkide müşteri memnuniyeti kısmi aracılık rolüne sahiptir. Elde edilen sonuçlar pazarlama perspektifinden tartışılmıştır. Bu bakış açısıyla öneriler geliştirilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Deneyim Alanı, Unutulmaz Turizm Deneyimleri, Müşteri Memnuniyeti, Müşteri Vatandaşlık Davranışı, Otel Müşterisi.

JEL Sınıflandırması: M30, M31, M39.

*The compliance of this research with the Ethical Standards of the Humanities Sciences was evaluated by the Atatürk University Humanities and Social Research Ethics Committee and approved at the meeting dated 24.01.2023 and numbered E.88656144-000-2300029083.

** Asst. Prof., Atatürk University, Faculty of Economics and Administrative Sciences, Department of Business Administration, Production Management and Marketing, Erzurum, Türkiye. E-mail: gorgun.deveci@atauni.edu.tr, <https://orcid.org/0000-0001-8987-2478>

*** Corresponding author. Asst. Prof., Bayburt University, Demirözü Vocational School, Department of Transport Services, Civil Air Transport Management, Bayburt, Türkiye. E-mail: tugbayildiz@bayburt.edu.tr, <https://orcid.org/0000-0003-0260-0555>

1. INTRODUCTION

The hospitality industry is one of the pure service industries. Services have a labor-intensive and human interaction-oriented structure. Regarding services, customers are directly involved in service delivery processes. For this reason, services are basically experiences. Therefore, the management of customer experience is important in terms of service markets and marketing strategies related to services. The value created for the customer is experience-oriented (Grönroos & Gummerus, 2014). When this situation is considered in terms of the hospitality industry, experience is an indispensable element (Mody et al., 2017). Given consumer behaviors, they differ from consumer to consumer. Then the interpretation of the experience also differs, and this creates a perception of service quality. In this respect, a well-developed, well-defined, and strong service product is important for companies to obtain the right feedback. How consumers experience products/services/brands in terms of marketing products and services, and accordingly, how marketers can create more compelling experiences for their customers, is critical for positioning and differentiation. This gave rise to the concept of experiential marketing (Schmitt & Zarantonello, 2013). The hospitality industry requires high interactions with customers. The inputs provided by customers are essential in terms of service delivery processes. Also, direct service encounters are seen and the concept of co-creation comes to the fore. Therefore, understanding experiential consumption in all its aspect is essential to comprehensively analyzing consumer behavior (Carù & Cova, 2003). Experiencescape attracts attention since it provides a strategic experience design in the sense of service marketing (Mody et al., 2017). Experiencescape, in its simplest definition, is the entire experiential environment in which consumers experience both production and consumption (O'Dell, 2005). Expanding the Servicescape framework that Bitner (1992) puts forward, Experiencescape aims to comprehensively understand not only the physical dimension but also the consumption environment with its other dimensions (i.e., social, natural, and cultural) (Pizam & Taşçı, 2019; Kandampully et al., 2023). Not each of the tourism, travel, and/or accommodation experience is memorable for consumers. To be a memorable tourism experience, it should be interpreted as “selectively recalled.” In this respect, memorable tourism experiences (herein after referred to as MTEs) are;

“Tourism experiences positively remembered and recalled after the event has occurred.” (Kim et al., 2012, p. 13).

Therefore, the right organization with all aspects of the experience environment will reveal MTEs. MTEs can be a reference point in consumer decision-making and effect on the decision process (Chandralal & Valenzuela, 2013). MTEs will effect on customer satisfaction (herein after referred to as CS). Regarding consumer behavior, satisfaction is a customer's fulfillment response (Kim, 2018). In other words, satisfaction will occur when the expected service and the perceived service are compatible with each other or when the perceived service positively exceeds the expected service. MTEs have many behavioral consequences. Within the context of, citizenship behavior has been examined as the behavioral output that customers will show. The reason for this is to design a sustainable competitive advantage within the framework of the experience economy as Pine and Gilmore (1999) mention. At this point, customer citizenship behavior (herein after referred to as CCB) refers to the extra-role behaviors that customers voluntarily undertake to support the firm during or after service delivery (Groth, 2005; Nguyen et al., 2014). Therefore, any extra role that the customer will positively undertake

on behalf of the business will also contribute to increasing the competitive advantage (Bove et al., 2009). CCB can be viewed in the context of positive experience sharing in the hospitality industry (Assiouras et al., 2019). Regarding service sectors, customers can be defined as part-time employees and marketing channels. In terms of high interaction and engagement service industries, active customer involvement plays a crucial role in creating a memorable tourism experience to attract and retain new and potential customers (Su & Huang, 2011; Liu et al., 2021). In line with all these assumptions, the current research examines the effect of the Experiencescape on the MTEs in terms of the hospitality industry and the effect of the MTEs on CCB. In addition, the mediator role of CS in the relationship between the MTEs and CCB has been examined. One of the starting points of this study is the research that Piramanayagam et al. (2020) carried out. The different and original features of the designed research model as well as the current study can be listed as follows:

The model and the variables are employed in the studies of tourism science. However, this study evaluates the hospitality industry from a marketing perspective. Although there are studies in the literature in which the variables of Servicescape and CCB coexist in a research model, the current study depends on the Experiencescape framework. The limited number of studies that investigate the CCB variable as the behavioral output of the MTEs also makes the current study unique. Although the CS variable, which is also included in the research model, has been studied with the MTEs, examining its mediator role in the relationship with CCB makes the current research important too. Meanwhile, although “employee citizenship behavior” has been studied in the relevant literature, this study has focused on CCB. Therefore, in line with the proposed research model, it is important to determine the direct, indirect, and mediating effects for CCB from a marketing perspective in the hospitality industry. By doing this, within the framework of Experiencescape, it is thought that examining the variables of CCB, MTEs, and CS and the relationships between these variables will contribute to the literature. In other words, the current research model is customer-oriented and aims to contribute to the businesses in terms of consumer behaviors, to the practitioners for their marketing strategies, and finally, to the literature in terms of the gaps mentioned above.

2. LITERATURE REVIEW

2.1. Experiencescape

Experience plays a significant role in the service industry. Therefore, for a tourism service provider to be successful, companies must know how to provide conditions that improve customers' experiences (Fossgard & Fredman, 2019; Mossberg, 2007). While the Servicescape is conceptualized specifically in-store environment, the Experiencescape encompasses a much broader field. In other words, while usually a short time is spent in a particular store, traveling to a destination can take a relatively longer time. If the hospitality industry can capture the changes in the Experiencescape from the customers' point of view, customer demands by redesigning experiential elements can be met (Lin et al., 2022). Experience is a psychological and mental process that occurs as a reaction to internal and external stimuli or in interactions with the environment (Mei et al., 2018). Experience is an individual, interactive, and complex concept that is related to but different from service (Jernsand et al., 2015). The concept of Experiencescape, on the other hand, emphasizes the important aspects expressed from the viewpoint of the place where the consumption takes place and marketing (Mossberg, 2007). Oh

A Research on the Evaluation of Hotel Customers' Citizenship Behaviors in the Experiencescape

et al. (2007) developed a scale focusing on four Experiencescape based on the work of Pine and Gilmore (1999). The scale consists of four dimensions; education, entertainment, esthetics, and escapism. Mody et al. (2017), based on the studies, added four more dimensions to the Experiencescape, stating that the dimensions of serendipity, localness, communities, and personalization contributed to the original experience economy construct of Pine and Gilmore. In this study, relying on the studies of Oh et al. (2007) and Mody et al. (2017) Experiencescape was examined in eight dimensions encompassing education, entertainment, esthetics, escapism, serendipity, localness, communities, and personalization. The description of the relevant dimensions is explained below:

Education: It refers to getting information about the places visited. The interaction formed by learning new information reflects the educational dimension (Hwang & Lee, 2018). Learning is assisted and learning opportunities are provided through educational experiences (Oh et al., 2007).

Entertainment: It expresses having a pleasant time at the destination (Hwang & Lee, 2018). An entertainment experience arises when an individual passively observes the activities and/or performances of others (Oh et al., 2007; Hosany & Witham, 2010; Stamboulisa & Skayannis, 2003).

Esthetics: The fact that individuals like or admire the places visited explains the esthetics dimension (Hwang & Lee, 2018). The attractiveness and beauty of the visited place are expressed as esthetics (Oh et al., 2007).

Escapism: It refers to the situation of tourists feeling themselves in a different place (Hwang & Lee, 2018). Being away from daily life and feeling themselves in a distinct time and place indicates a real escape experience (Oh et al., 2007).

Serendipity: Experiencing positive, unexpected, and new experiences, including time, place, people, and content (Liang, 2012). In other words, some actions can be done, or some situations can happen spontaneously without thinking (Mody et al., 2017). These experiences, which can be described as surprises, are remembered (Piramanayagam et al., 2020).

Localness: It describes communicating with the local people in the visited place and experiencing what is done there. They are the characteristics that reflect the culture, traditions, and lifestyles of the destination and are the experiences that an individual obtains as a result of interaction with the local culture and people (Mody et al., 2017; Piramanayagam et al., 2020).

Communities: The individual's socializing with strangers and friends and communicating with them explains the community experience (Mody et al., 2017).

Personalization: It reflects the presentation of customized experiential spaces to meet personal needs (Mody et al., 2017). According to Ball et al. (2006), services that are more suitable for customer needs will satisfy them more. Therefore, customizing a service for the customers will ensure CS and, subsequently, their loyalty (Lugosi, 2008). This will also effect the perception of service quality (Mittal & Lassar, 1996).

2.2. Memorable Tourism Experience-MTEs

Creating positive customer experiences is substantial in the hospitality and tourism industries (Kim & So, 2022).

Memorable experiences reflect "*experiences that the individual remembers better in the recalling process*" (Kim, 2010, p. 783).

By placing the tourism experience at the center of services, tourism businesses pay more attention to creating and managing quality experiences for tourists. From a marketing perspective, it seems that the essential to survival and excellence in the progressively competitive tourism industry is to offer unique, differentiated products and services that lead to memorable experiences adding value for visitors (Tussyadiah, 2014). In recent years, as a result of the increase in destination competition, studies on MTEs have gained importance. While developing tourism programs and supporting marketing strategies, managers should focus all their efforts on MTEs and allocate their resources effectively (Kim & Ritchie, 2014). Tourists' recall of positive experiences influences their intention to revisit and recommend them to others. Therefore, if tourists are seeking to come back and use positive word of mouth, it is necessary to create MTEs (Chen & Rahman, 2018). Besides to positive comments and revisiting intentions, memorable customer experiences also effect on the image of the place and the satisfaction of tourists (Sharma & Nayak, 2019).

2.3. Customer Satisfaction-CS

CS refers to serving according to customer expectations (Torres & Kline, 2006). The achievement of a hotel business depends on understanding its customers' satisfaction and its premises (Mohammed & Rashid, 2018). Increasing competition causes every company to focus on CS. Today, the way to obtain a sustainable competitive advantage is to provide value and satisfaction to customers by providing quality products and services (Hairuzzaman, 2019).

With the change in marketing, the focus is on the interesting experiences that consumers can have. Through experience, customers are expected to be loyal (Nadya, 2020). In terms of tourism, satisfaction is a variable that effects the behavior and intentions of tourists (Chang, 2014; Haji et al., 2021). In addition, tourist satisfaction as a mediator is examined to obtain an idea about the behavior of tourists (Chaudhary & Islam, 2021). As a result, satisfied customers will recommend the hotel to others (Omar & Mahmmod, 2013).

2.4. Customer Citizenship Behavior-CCB

Research on CCB has significantly improved in recent years (Gong & Yi, 2021).

CCB can be defined as "*behaviors realized by customers at the point of helping the company that is not mandatory for the successful delivery of the service*" (Groth, 2005, p. 11).

CCB is related to extra-role behaviors that include actions against other customers, employees, and/or firms (Assiouras et al., 2019). CCB refers to the provision of the customer's feedback about the services they receive and offering ideas to enhance the service (Choi & Lotz, 2016). Yi and Gong (2013) suggested that CCB has four dimensions. These dimensions are feedback, advocacy, helping, and tolerance. The feedback dimension reflects the information exchange between the customer and the employee. Another dimension, advocacy, describes recommending the business to others. Helping refers to the assistance provided from one customer to another. Finally, tolerance means that the customer is ready to show patience in case of a negative experience with the service provided. CCB provides benefits for companies. Customers' willingly making positive statements about companies, helping, being tolerant of any inconvenience, and giving feedback are related to their experiences (Assiouras et al., 2019).

2.5. Hypotheses Development

Experiencescape, MTEs, CS, and CCB, which are variables in the research model, have been studied with different methodological approaches in different studies in the literature. However, researches, which are examining these variables together, are limited. Accordingly, researches, that can be associated with the research model, has been handled and hypotheses have been explained to provide literature support.

Hwang and Lee (2018), in their study, found that the education, entertainment, esthetics, and escapism experiences of tourists positively effect on their perception of well-being. Piramanayagam et al. (2020) concluded that the Experiencescape has a positive effect on memorable experiences. Meng and Chui (2020) stated that the Experiencescape has a positive effect on memorability. Soonsan and Somkai (2021) found that education, entertainment, esthetics, and escapism, which are gastronomy experiences' dimensions, effect on the sharing experience. Sthapit et al. (2022) found in their study that the Experiencescape affects the natural-based experience. In line with the results above, H1 and its sub-hypotheses have been developed based on the assumption that Experiencescape will effect on the MTEs in terms of the current study.

H1: Experiencescape ((a) Entertainment, (b) Education, (c) Escapism, (d) Esthetics, (e) Serendipity, (f) Localness, (g) Communities, and (h) Personalization) has a positive effect on MTEs

Sharma and Nayak (2018) revealed that the direct and indirect effects of MTEs on revisit intention and recommendation intention, which are behavioral intention. According to their research results, in terms of satisfaction, which is the research model variable MTEs have an effect on satisfaction. Melón et al. (2021) evaluated that the antecedents and consequences in terms of MTE. They revealed the effect of memorable tourist experience on tourist satisfaction, which is a consequence variable. Similarly, Stavrianea and Kamenidou (2020) revealed that the effect of MTE on satisfaction in their research model, which is examined that the relationships between MTEs, satisfaction, destination image, and loyalty. Kim (2018) concluded that the MTEs effected both overall satisfaction and WOM intention. Rasoolimanesh at al. (2021) stated in their study that MTEs have a positive effect on revisit intention and E-WOM intention. Further, Tsai's (2016) study within the scope of consuming local food in Taiwan revealed that MTEs have a positive effect on behavior intention. In the direction of the research findings mentioned above, H2, H3 and its sub-hypotheses have been developed based on the assumption that MTEs will effect on CCB.

H2: MTEs have a positive effect on CS.

H3: MTEs have a positive effect on CCB ((a) Feedback, (b) Advocacy, (c) Helping, and (d) Tolerance).

Zhu et al. (2016) stated that CCB includes providing feedback to the company, making recommendations, and helping other customers. CS is positively related to feedback, recommendation, and helping others. Chiu et al. (2015) stated that CS positively influences CCBs' feedback, advocacy, and helping dimensions. Ali et al. (2016) stated in their study that satisfaction is a partial mediator in the relationship between experience and behavioral intentions. Hossain et al. (2023) found that tourist satisfaction has mediating effects between gastronomic experience quality and revisiting intentions. They also stated that tourist satisfaction has a mediating effect between accommodation experience and WOM marketing

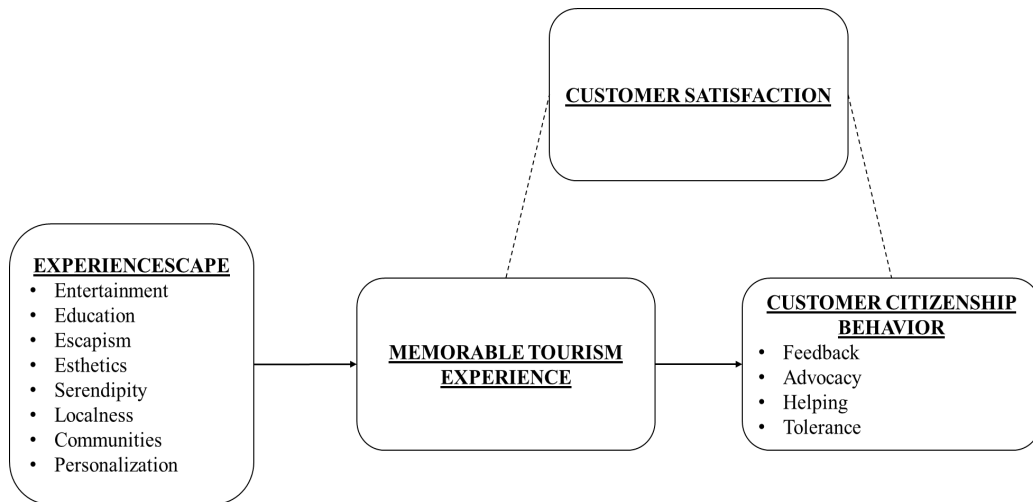
intention. In the direction of the results of the research into CS, H4 and its sub-hypotheses, H5, and its sub-hypotheses have been developed based on the assumption that the variable of CS will have a mediating role between MTEs and CCB.

H4: CS has a positive effect on CCB((a) Feedback, (b) Advocacy, (c) Helping, and (d) Tolerance).

H5: CS has a mediating effect on the relationship between MTEs and CCB ((a) Feedback, (b) Advocacy, (c) Helping, and (d) Tolerance).

In line with the literature above and developed hypotheses; it is thought that addressing the effect of Experiencescape on MTEs, and the effect of this variable on CCB, as a whole and with its direct and indirect effects, will contribute the literature. In addition, this contribution will be able to increase by including CS as a mediating variable in the research model. When the research model is evaluated in general, it is assumed that this will benefit in respect of marketing perspective. The research model shown in Figure 1.

Figure 1: Research Model



Source: Author's Proposed Model

3. METHODOLOGY

3.1. Sampling and Data Collection Method

The sample of this study consisted of local and foreign tourists who were at least aged 18, came to Erzurum between January and May 2023, and stayed in Mountain Hotels in Erzurum province. This quantitative study was conducted with a 95% confidence interval and a 5% margin of error. A convenience sampling method was performed, and face to face survey method was applied.

Between these dates, though 600 surveys were used, 258 responses were evaluated due to the elimination of incomplete, incorrect, and could not receive feedback.

The survey form was created in Turkish for Turkish customers and in English for foreign customers of other nationalities. In order to avoid any differences, the survey form was first translated into Turkish by a language expert and then translated into English by the same expert. Thus, by using the translation-back translation method were tried to be differences minimized.

A Research on the Evaluation of Hotel Customers' Citizenship Behaviors in the Experiencescape

The survey form consists of two main groups. The first question (i.e., Do you approve participation in the survey?) is survey participation approval. The survey participants, who replied “Yes, I approve participation in the survey,” to this question were employed in the study. The first group of questions consisted of the research variables. Research scales were adapted from the relevant literature. The Experiencescape scale was adapted from Mody et al. (2017). This scale has 24 items and 8 dimensions. Each dimension consists of three items. The MTEs scale was adapted from Kim (2018), in addition to this, the CS scale was adapted from El-Adly (2019). When the MTEs scale has 5 items, the CS scale has 3 items. Finally, the CCB scale was adapted from Yi and Gong (2013). This scale has 13 items and 3 dimensions. Feedback, advocacy, and tolerance dimensions have 3 items while helping dimension has 4 items.

The second group included demographic questions. For the organization of the “period of stayed at hotel” question, which is one of the demographic questions, Serra-Cantalops et al. (2020)’s study was used. A 5-point Likert-type scale was utilized as the measurement method. While 1= “strongly disagree” represented, 5= “strongly agree” represented. SPSS and AMOS statistical programs were employed to analyze the data.

4. RESULTS

4.1. Participants' Demographics

Participants' demographic characteristics and descriptive statistics are presented in Table 1.

Table 1: Participants' Demographics and Descriptive Statistics

| | Frequency | Percent | | Frequency | Percent |
|--------------------------------------|-----------|---------|------------------------------|-----------|---------|
| Nationality | | | Educational Status | | |
| Turkish | 246 | 95.3 | Primary and Secondary School | 16 | 6.2 |
| Other | 12 | 4.7 | High School | 93 | 36.0 |
| Period of stay at hotel | | | Bachelor's Degree | 110 | 42.6 |
| Up to 3 nights (3rd night included.) | 109 | 42.2 | Postgraduate | 39 | 15.1 |
| Between 4-7 night | 107 | 41.5 | Occupations | | |
| More than 1 week | 42 | 16.3 | Unemployed | 27 | 10.5 |
| Gender | | | Student | 32 | 12.4 |
| Female | 109 | 42.2 | Self-Employed | 48 | 18.6 |
| Male | 149 | 57.8 | Public Servant | 37 | 14.3 |
| Age | | | Housewife | 12 | 4.7 |
| 18-25 | 38 | 14.7 | Retired | 21 | 8.1 |
| 26-33 | 66 | 25.6 | Private Sector | 74 | 28.7 |

F. Görgün DEVECİ and Tuğba YILDIZ

| | | | | | |
|-----------------------|-----|------|---------------------------------|-----|------|
| | | | Employee | | |
| 34-41 | 62 | 24 | Other | 7 | 2.7 |
| 42-49 | 39 | 15.1 | Monthly Household Income | | |
| 50-57 | 29 | 11.2 | 20.000 TL and below | 91 | 35.3 |
| 58-65 | 17 | 6.6 | 20.001-30.000 TL | 68 | 26.4 |
| 66 years and older | 7 | 2.7 | 30.001-40.000 TL | 52 | 20.2 |
| Marital Status | | | 40.001-50.000 TL | 21 | 8.1 |
| Married | 119 | 46.1 | 50.001-60.000 TL | 16 | 6.2 |
| Single | 139 | 53.9 | 60.001 TL and above | 10 | 3.9 |
| TOTAL | 258 | 100 | TOTAL | 258 | 100 |

Notes: For foreign participants, the monthly household income question was asked based on the dollar exchange rate on the dates of the survey.

Most of the participants were Turkish (95.3%), up to 3 nights (3rd night included) stayed at hotel (42.2%), male (57.8%), between 26 to 33 age range (25.6%) and 34 to 41 age range (24%), single (53.9%), with a bachelor's degree (42.6%), private sector employees (28.7%), and a monthly income of 20.000 and below Turkish Lira (35.3%).

Reliability

To determine the internal consistency, a scale-based reliability analysis was performed. According to the reliability analysis, Experiencescape Cronbach's Alpha (herein after referred to as (α)) value is 0.957 and no item was eliminated. MTEs (α) value is 0.901 and one item was eliminated. CS (α) value is 0.917 and no item was eliminated. Finally, CCB (α) value is 0.951 and no item was eliminated. Since (α) Value (α) is higher than 0.70, it is seen that the research scales have internal consistency Nunnally (1978).

4.2. Exploratory Factor Analysis

Exploratory factor analysis was applied for Experiencescape and CCB variables, which have a multidimensional structure. Exploratory factor analysis is a statistical approach that can be used to analyze the interrelationships between many variables and to explain these variables in terms of their common underlying factors (Hair et al., 2019). The purpose of factor analysis is to gather the original data under as few factors as possible. Therefore, items related to one factor may come together under the relevant factor (Gorsuch, 1997).

Moreover, the Harman single-factor test was applied for CS and MTEs variables, which have a unidimensional structure. The test was conducted to determine whether a single factor explains most of the variance (Homburg et al., 2011; Eichhorn, 2014). Factor loadings were taken as 0.30 and above (Stevens, 2009). Findings are displayed in Table 2:

Table 2: Exploratory Factor Analysis and Harman's Single-Factor Test Results

| <i>Exploratory Factor Analysis</i> | | | | |
|--|----------------|---------------------------|--------------------|------------------------------|
| | Loading | Explained variance | Eigenvalues | (α) |
| <i>Experiencescape</i> | | | | |
| Factor 1: Personalization and Communities | | 18.483 | 3.881 | 0.925 |
| PE2: I believe that the communications established by this hotel is customized for my needs | 0.831 | | | |
| PE1: Personalized communication established by this hotel makes me feel that I am a unique customer. | 0.828 | | | |
| CO3: Staying at this hotel, made me feel like I was in a special community | 0.754 | | | |
| PE3: This hotel offers tailor-made product and service recommendations by it is communications. | 0.750 | | | |
| CO2: Staying at this hotel, made me feel being a part of the local community. | 0.681 | | | |
| Factor 2: Localness | | 13.267 | 2.786 | 0.905 |
| LO1: My experience at this hotel allowed me to engage with local people and the local culture. | 0.817 | | | |
| LO2: Staying at this hotel allowed me to experience what the locals do. | 0.798 | | | |
| LO3: Staying at this hotel allowed me to discover local center of attractions and offerings. | 0.731 | | | |
| Factor 3: Escapism | | 13.160 | 2.764 | 0.883 |
| ES2: Staying at this hotel made me feel like living in a different time and/or place. | 0.787 | | | |

F. Görgün DEVECİ and Tuğba YILDIZ

| | | | | |
|--|-------|---------------|--------------|--------------|
| ES3: I completely escaped from reality during my experience at this hotel. | 0.780 | | | |
| ES1: Staying at this hotel made me feel like I was in a different world. | 0.718 | | | |
| Factor 4: Entertainment | | 10.923 | 2.294 | 0.921 |
| EN1: My experiences at this hotel were enjoyable. | 0.877 | | | |
| EN2: My experiences at this hotel were entertaining. | 0.855 | | | |
| Factor 5: Serendipity | | 10.878 | 2.284 | 0.855 |
| SE2: By staying at this hotel, I had spontaneously experienced things I never thought before. | 0.722 | | | |
| SE1: During my stay in this hotel, I enjoyed getting to do things on the “spur-of-the-moment”. | 0.664 | | | |
| SE3: I had pleasant surprises during my stay at this hotel. | 0.651 | | | |
| Factor 6: Education | | 10.141 | 2.130 | 0.884 |
| ED2: My experience at this hotel stimulated my curiosity to learn new things. | 0.752 | | | |
| ED1: I learned a lot through my experience at this hotel. | 0.694 | | | |
| ED3: Staying at this hotel was a real learning experience. | 0.668 | | | |
| Factor 7: Esthetics | | 6.827 | 1.434 | 0.785 |
| EST3: The design of this hotel is the indicator of being detail oriented. | 0.841 | | | |
| EST2: The condition/features of this hotel provided me positive feelings. | 0.546 | | | |
| CCB | | | | |

A Research on the Evaluation of Hotel Customers' Citizenship Behaviors in the Experiencescape

| | | | | |
|---|-------|---------------|--------------|--------------|
| Factor 1: Tolerance | | 24.394 | 2.927 | 0.929 |
| TO2: If the service provider/hotel employee makes a mistake during service delivery, I can patient. | 0.902 | | | |
| TO3: If I have to wait longer than the usual time of service, I can adapt this situation. | 0.881 | | | |
| TO1: If the service is not offered as expected, I will tolerate it. | 0.788 | | | |
| Factor 2: Advocacy | | 23.917 | 2.870 | 0.930 |
| AD2: I will recommend this hotel and the employees to other people. | 0.845 | | | |
| AD1: I will mention positively to other people about this hotel and its employees. | 0.808 | | | |
| AD3: I will encourage my friends and relatives to stay in this hotel. | 0.752 | | | |
| Factor 3: Helping | | 23.392 | 2.807 | 0.931 |
| HE3: I teach other customers the correct use of services offered in this hotel. | 0.796 | | | |
| HE2: I help other customers if they seem to have problems. | 0.782 | | | |
| HE4: I recommend to other customers about this hotel. | 0.668 | | | |
| HE1: I assist other customers if they need my help. | 0.650 | | | |
| Factor 4: Feedback | | 17.102 | 2.052 | 0.939 |
| FB1: I inform the service provider/employees if I have an idea in terms of the improvement of the service | 0.872 | | | |
| FB2: When I get a good | 0.855 | | | |

F. Görgün DEVECİ and Tuğba YILDIZ

| | | | | |
|---|-------|---------------|--------------|--------------|
| service from the service provider/employee at this hotel, I comment about it. | | | | |
| Harman's Single-Factor Test | | | | |
| MTEs | | 69.745 | 2.790 | 0.901 |
| MTE4: I had a chance to know the local culture of the city closely by this experience | 0.891 | | | |
| MTE3: I learned something about myself from this experience. | 0.864 | | | |
| MTE2: I revitalized through this experience. | 0.798 | | | |
| MTE5: I experienced something new (e.g., food, inner city activity, etc.) during this experience. | 0.782 | | | |
| CS | | 79.170 | 2.375 | 0.917 |
| CS2: My choice to stay at this hotel was a wise one. | 0.955 | | | |
| CS1: The staying experience at this hotel made me satisfied. | 0.867 | | | |
| CS3: Overall, I feel satisfied about this hotel. | 0.843 | | | |

Notes: PE= Personalization, CO= Communities, LO= Localness, ES= Escapism, EN= Entertainment, SE= Serendipity, ED= Education, EST= Esthetics, CCB= Customer Citizenship Behavior, TO= Tolerance, AD= Advocacy, HE= Helping, FB= Feedback, MTE/MTEs= Memorable Tourism Experience, CS= Customer Satisfaction

According to exploratory factor analysis results, Experiencescape was grouped under seven factors differently from the original factor structure (explained variance 83.679%). The original factor structure consists of eight dimensions. Personalization and Communities dimensions came together under one factor. During the analysis, 3 items were eliminated. Hypothesis 1 was updated as

H1: Experiencescape (a) Personalization and Communities, (b) Localness, (c) Escapism, (d) Entertainment, (e) Serendipity, (f) Education, (g) Esthetics) has a positive effect on MTEs.

CCB was grouped under four factors and the original factor structure was preserved (explained variance 88.805%). In the analysis, one item was eliminated. Hypothesis 3, Hypothesis H4 and Hypothesis H5 were revised as;

H3: MTEs have a positive effect on CCB ((a) Tolerance, (b) Advocacy, (c) Helping, and (d) Feedback);

A Research on the Evaluation of Hotel Customers' Citizenship Behaviors in the Experiencescape

H4: CS has a positive effect on CCB ((a) Tolerance, (b) Advocacy, (c) Helping, and (d) Feedback);

H5: CS has a mediating effect on the relationship between MTEs and CCB ((a) Tolerance, (b) Advocacy, (c) Helping, and (d) Feedback);

According to Harman's Single-Factor Test results, for MTEs variables explained 69.745% of the total variance. Besides this CS explained 79.170% of the total variance. The single-factor structures were preserved after Harman's single-factor test for two variables. In the analysis, one item was eliminated from a MTEs and no item was eliminated from the CS.

4.3. Confirmatory Factor Analysis

To test the validity of the indicator variables, confirmatory factor analysis was conducted (Byrne, 2010).

According to the confirmatory factor analysis, the goodness of fit values of the scales were not at an acceptable level and the suggested modifications were made.

Table 3: Estimate Values of Constructs

| | | | S.R.W. | Estimate | S.E. | C.R. | P |
|------|------|---------------|--------|----------|-------|--------|-----|
| CO3 | <--- | Communities | 0.879 | 1.000 | | | |
| CO2 | <--- | Communities | 0.869 | 0.958 | 0.060 | 15.990 | *** |
| LO2 | <--- | Localness | 0.897 | 1.000 | | | |
| LO1 | <--- | Localness | 0.866 | 0.919 | 0.055 | 16.717 | *** |
| ES3 | <--- | Escapism | 0.860 | 1.000 | | | |
| ES2 | <--- | Escapism | 0.860 | 0.906 | 0.054 | 16.636 | *** |
| EN2 | <--- | Entertainment | 0.944 | 1.000 | | | |
| EN1 | <--- | Entertainment | 0.915 | 1.117 | 0.061 | 18.300 | *** |
| SE3 | <--- | Serendipity | 0.831 | 1.000 | | | |
| SE2 | <--- | Serendipity | 0.852 | 1.024 | 0.067 | 15.388 | *** |
| ED3 | <--- | Education | 0.854 | 1.000 | | | |
| ED2 | <--- | Education | 0.833 | 0.956 | 0.063 | 15.180 | *** |
| EST3 | <--- | Esthetics | 0.711 | 1.000 | | | |
| EST2 | <--- | Esthetics | 0.910 | 1.351 | 0.113 | 11.919 | *** |
| MTE2 | <--- | MTEs | 0.919 | 1.000 | | | |
| MTE3 | <--- | MTEs | 0.884 | 0.922 | 0.049 | 18.887 | *** |
| CS1 | <--- | CS | 0.878 | 1.000 | | | |
| CS2 | <--- | CS | 0.944 | 1.063 | 0.053 | 19.995 | *** |
| TO2 | <--- | Tolerance | 0.960 | 1.000 | | | |
| TO3 | <--- | Tolerance | 0.889 | 0.988 | 0.052 | 18.978 | *** |
| HE3 | <--- | Helping | 0.888 | 1.000 | | | |
| HE4 | <--- | Helping | 0.907 | 1.090 | 0.055 | 19.936 | *** |
| AD2 | <--- | Advocacy | 0.903 | 1.000 | | | |
| AD3 | <--- | Advocacy | 0.944 | 1.073 | 0.047 | 22.765 | *** |
| FB1 | <--- | Feedback | 0.932 | 1.000 | | | |
| FB2 | <--- | Feedback | 0.951 | 1.050 | 0.042 | 25.064 | *** |

Notes: S.R.W.=standardized regression weights, S.E.= standart error, C.R.= t values, p<0,001.

F. Görgün DEVECİ and Tuğba YILDIZ

As to the “Experiencescape” variable, 3 items in the “personalization and communities” dimension were eliminated. Because of the eliminated items in the “personalization” variables, this dimension was renamed. The name of the dimension was revised to “communities”. In addition to this, one item was eliminated from the localness, escapism, serendipity, and education dimensions. No item was eliminated in the dimensions of entertainment and esthetics. After the confirmatory factor analysis, hypothesis 1 was revised as;

H1: Experiencescape (a) Communities, (b) Localness, (c) Escapism, (d) Entertainment, (e) Serendipity, (f) Education, (g) Esthetics) has a positive effect on MTEs.

Two items were eliminated in MTEs and one item was eliminated in CS. Lastly, for the CCB research variable, one item was eliminated from the tolerance and advocacy dimensions. Two items were eliminated in the helping dimension and no item was eliminated in the dimension of feedback.

After the suggested modifications, acceptable fit values have been reached. The values are as follows: X²/df: 1.639, RMSEA: 0.050, RMSR: 0.028, NFI: 0.937, NNFI: 0.961, CFI: 0.974, GFI: 0.907, AGFI: 0.852.

Findings of the validity and reliability of the constructs are presented in Table 4:

Table 4: Validity and Reliability

| | CR | AVE | (α) | Advocacy (1) | Communities (2) | Localness (3) | Escapism (4) | Entertainment (5) | Serendipity (6) | Education (7) | Esthetics (8) | MTE (9) | CS (10) | Tolerance (11) | Helping (12) | Feedback (13) |
|------|-------|-------|--------------|--------------|-----------------|---------------|--------------|-------------------|-----------------|---------------|---------------|--------------|--------------|----------------|--------------|---------------|
| (1) | 0.921 | 0.853 | 0.920 | <u>0.924</u> | | | | | | | | | | | | |
| (2) | 0.866 | 0.764 | 0.866 | 0.311 | <u>0.874</u> | | | | | | | | | | | |
| (3) | 0.875 | 0.777 | 0.874 | 0.277 | 0.781 | <u>0.882</u> | | | | | | | | | | |
| (4) | 0.850 | 0.740 | 0.848 | 0.371 | 0.521 | 0.540 | <u>0.860</u> | | | | | | | | | |
| (5) | 0.927 | 0.864 | 0.921 | 0.264 | 0.362 | 0.381 | 0.567 | <u>0.930</u> | | | | | | | | |
| (6) | 0.829 | 0.708 | 0.829 | 0.380 | 0.625 | 0.667 | 0.772 | 0.524 | <u>0.842</u> | | | | | | | |
| (7) | 0.831 | 0.712 | 0.831 | 0.413 | 0.600 | 0.556 | 0.826 | 0.567 | 0.755 | <u>0.844</u> | | | | | | |
| (8) | 0.798 | 0.667 | 0.785 | 0.314 | 0.438 | 0.465 | 0.697 | 0.603 | 0.770 | 0.639 | <u>0.817</u> | | | | | |
| (9) | 0.897 | 0.813 | 0.896 | 0.546 | 0.375 | 0.456 | 0.597 | 0.437 | 0.540 | 0.492 | 0.404 | <u>0.902</u> | | | | |
| (10) | 0.908 | 0.831 | 0.906 | 0.693 | 0.313 | 0.321 | 0.381 | 0.376 | 0.441 | 0.448 | 0.451 | 0.691 | <u>0.912</u> | | | |
| (11) | 0.922 | 0.856 | 0.920 | 0.495 | 0.263 | 0.230 | 0.184 | 0.119 | 0.276 | 0.116 | 0.199 | 0.415 | 0.351 | <u>0.925</u> | | |
| (12) | 0.892 | 0.806 | 0.891 | 0.747 | 0.413 | 0.401 | 0.370 | 0.248 | 0.334 | 0.283 | 0.319 | 0.566 | 0.535 | 0.718 | <u>0.898</u> | |
| (13) | 0.940 | 0.887 | 0.939 | 0.716 | 0.281 | 0.328 | 0.265 | 0.316 | 0.367 | 0.286 | 0.399 | 0.583 | 0.689 | 0.445 | 0.646 | <u>0.942</u> |

Since the AVE (average variance extracted) value is higher than 0.50, besides this AVE values are higher than these constructs’ squared correlations and lastly the CR (composite reliability) value is higher than 0.70. (Fornell & Larcker, 1981; Hair et al., 2019). Accordingly, the constructs have internal consistency, convergent, and discriminant validity.

4.4. Common Method Bias-CMB

Common method bias (herein after referred to as CMB) can occur when dependent (endogenous) and independent (exogenous) variables are measured in the same survey using the same response technique (Kock et al., 2021). CMB, which is performed after the construct validity is established, can be detected by different techniques (Lowry & Gaskin, 2014).

One of these techniques is Harman's Single Factor Test. In terms of CMB, the purpose of the test is to determine whether a single factor emerges that explains the majority of the variance in the model (Podsakoff et al., 2003).

According to Harman's Single Factor Test; to avoid CMB, a single factor should not explain more than 50% of the variance between variables (Podsakoff & Organ, 1986).

In terms of the study, after Harman's Single Factor Test, it was determined that 38.224% of the total variance was explained and common method bias did not exist.

In addition to Harman's Single Factor Test, it was applied that the Common Latent Factor (herein after referred to as CLF) Method.

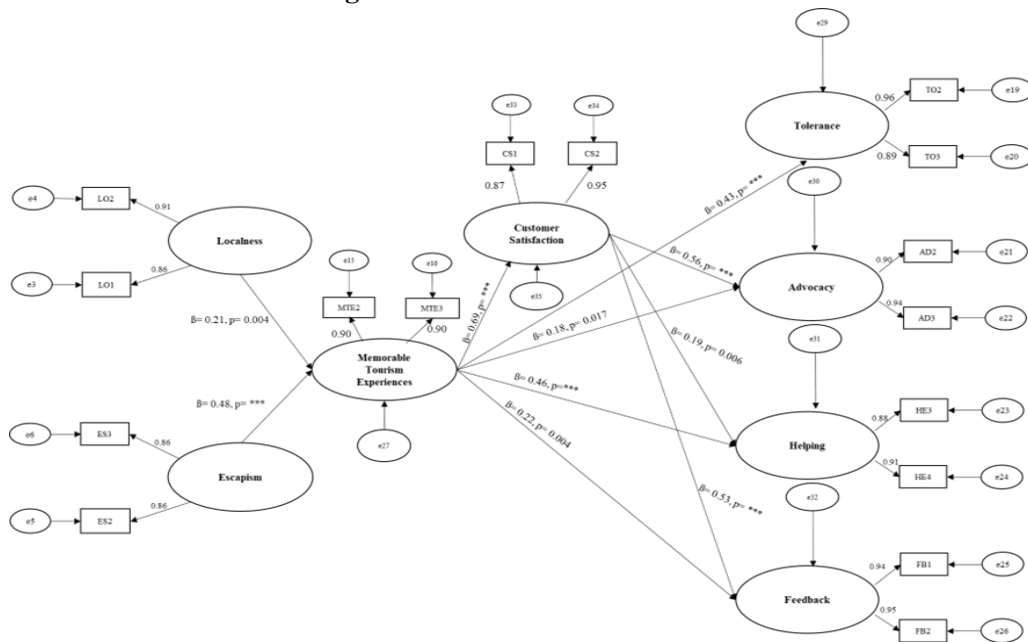
In the CLF structure, a new latent variable is presented in which all variables are related to this new latent variable, paths are equal, and the common factor variance is limited to 1. Common method variance is the square of common variance of each path and common method variance is compared with the threshold value. Threshold value is 50% (Eichhorn, 2014). In the present study, the common variance of each path estimates is 0.509, p value of each path is significant and t value of each path is 10.508. Accordingly, square of the common method variance is 0.259 (%25.9) and this value is less than threshold value. Therefore, it can be stated that generally there is no Common method variance.

4.5. Model Testing

Structural equation modeling enables to simultaneously model and predict relationships between multiple dependent and independent variables (Hair et al., 2021). The research model is a customer-focused cause-effect model. SEM was preferred to reveal the relationships between variables in this context.

The research model testing result is presented in Figure 2. Insignificant paths were removed from this model and hypotheses for insignificant paths were not supported.

Figure 2: Research Model Testing Results



Notes: β = standardized regression weight, *** = $p < 0.001$.

Fit index values for research model: X^2/df : 1.564, RMSEA: 0.047, RMSR: 0.038, NFI: 0.961, NNFI: 0.980, CFI: 0.985, GFI: 0.939, AGFI: 0.905. Research model testing results are as follows.

Table 5: Research Model Testing Results

| | | | β | S.E. | C.R. | P |
|-----------|------|-----------|---------|-------|--------|-------|
| MTEs | <--- | Localness | 0.211 | 0.076 | 2.848 | 0.004 |
| MTEs | <--- | Escapism | 0.476 | 0.080 | 6.047 | *** |
| CS | <--- | MTEs | 0.689 | 0.055 | 10.950 | *** |
| Tolerance | <--- | MTEs | 0.432 | 0.077 | 6.775 | *** |
| Helping | <--- | MTEs | 0.457 | 0.083 | 5.682 | *** |
| Advocacy | <--- | MTEs | 0.182 | 0.073 | 2.382 | 0.017 |
| Feedback | <--- | MTEs | 0.219 | 0.075 | 2.890 | 0.004 |
| Advocacy | <--- | CS | 0.556 | 0.084 | 7.249 | *** |
| Feedback | <--- | CS | 0.531 | 0.086 | 7.009 | *** |
| Helping | <--- | CS | 0.193 | 0.084 | 2.759 | 0.006 |

Notes: β = Standardized Regression Weight. S.E. = Standard Error. C.R. = t Values. *** = $p < 0.001$.

As to research model testing results, H1b was supported. As to the hotel customers, it can be said that establishing relations with local people, cultures and getting to know the local people are effective in the MTEs. Given that this effect is positive, the local and cultural experiences are more memorable for customers.

A Research on the Evaluation of Hotel Customers' Citizenship Behaviors in the Experiencescape

The H1c hypothesis was also supported. To feel that customers are in a different position in terms of place and time during their stay at the hotel, and being far from their daily and real lives in this period becomes more positive, and memorable for the customers. The hypotheses H1a, H1d, H1e, H1f and H1g were not supported.

In terms of H2 hypothesis, MTEs have a positive effect on CS. Customers who describe their staying experience at this hotel as a MTEs have been satisfied with their experience. They have been finding their choices wise.

In terms of the H3 hypothesis, all sub-dimensions were supported. In other words, customers with positively memorable experiences demonstrate CCB in all dimensions.

H3a was supported. Positive and memorable experiences of consumers regarding the hotel they stay in effect their behavior towards inconveniences and mistakes in service delivery. When consumers with positive experiences do not find the expected service delivery, when they encounter a service inconvenience, they can tolerate this situation and agree to wait longer to receive the service they expect.

H3b was supported. The positive and memorable experiences of the consumers as to the hotel they stay in enable them to display the behavior of defending the relevant service business. Consumers with positive experiences recommend the hotel to their relatives and other people, in other words, they make positive WOM communication and encourage other individuals to stay in the relevant service business.

H3c was supported. Consumers who comment on their service experience positively turn this situation into a behavioral result in helping other consumers. Consumers who direct their existing positive experiences at the point of communication with other consumers are open to information sharing related to service, service environment, and usage. They also direct other consumers regarding the correct service experience.

H3d was supported. Positive and memorable experiences of consumers regarding the hotel they stay in also generate positive feedback. Consumers who have positive experiences share their positive comments with other consumers through both conventional and new communication channels, namely, both offline and online. Meanwhile, feedback can also occur in terms of improving the service offered, and consumers share their ideas with the service provider and the employee. This, in turn, helps service businesses obtain more accurate feedback since service errors are eliminated, the customer is more involved, and a high level of interaction is ensured.

In terms of H4 hypothesis, CS has a positive effect on three dimensions of CCBs' which are, advocacy, helping, and feedback, and has no effect on tolerance. The hypotheses H4a was not supported.

H4b was supported. Satisfied customers share their satisfaction with their friends and relatives in a positive word of mouth and they tend to become brand advocates.

H4c was supported. Satisfied customers show their satisfaction by giving positive advice and recommendations to other customers. They are also open to helping other customers on how to benefit from the service.

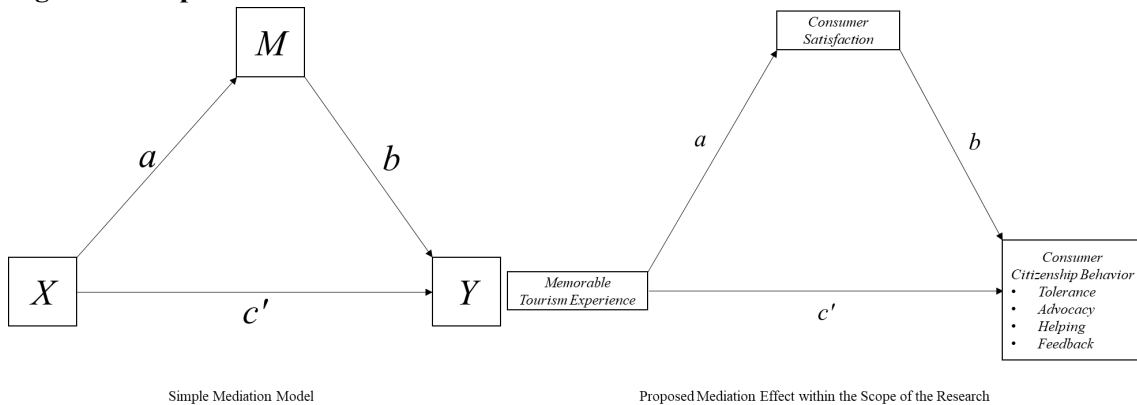
H4d was supported. Satisfied customers give feedback to the service provider/employee in order to improve the service provided. They express their satisfaction.

4.6. Mediation Analysis

The mediating effect of CS on the relationship between the MTEs and CCB is another factor examined in the current research.

Within the scope of the study, the Hayes Mediation Model was followed (Hayes, 2009; Hayes, 2013) and the data were analyzed with the SPSS Process Macro plugin.

Figure 3: Simple Mediation Model



CCB has four sub-dimensions. Therefore, the mediation analysis was separately carried out for the four sub-dimensions. To reveal the partial or full mediation effect in terms of Hayes' Mediation Model, the H5 hypothesis was expanded as follows: In the Hayes Mediation Model, the conditions were evaluated to interpret the mediation effect.

H5: CS has a mediating effect on the relationship between MTEs and CCB ((b) Advocacy, (c) Helping, (d) Feedback).

H5.1: MTEs have a direct effect on CS. (Condition 1)

H5.2: MTEs have a direct effect on consumer CCB ((b) Advocacy, (c) Helping, (d) Feedback). (Condition 2)

H5.3: MTEs have an indirect effect on CCB ((b) Advocacy, (c) Helping, (d) Feedback). (Condition 3). The findings are shown in Table 6:

Table 6: Mediation Analysis Findings

| | Condition 1 | Condition 2 | Condition 3 | Supported/Not Supported |
|-----------------|---|--|---|-------------------------|
| Advocacy | $\beta= 0.355$ $p=0.000$ CI= 0.261 to 0.512 | $\beta= 0.500$ $p= 0.000$ CI=0.394-0.607 | $\beta= 0.079$ $p= 0.173$ CI= -0.032 to 0.177 | Not Supported |
| Helping | $\beta= 0.355$ $p=0.000$ CI= 0.261 to 0.512 | $\beta= 0.513$ $p= 0.000$ CI= 0.455 to 0.691 | $\beta= 0.199$ $p= 0.000$ CI= 0.090 to 0.317 | Supported |
| Feedback | $\beta= 0.355$ $p=0.000$ CI= 0.261 to 0.512 | $\beta= 0.535$ $p= 0.000$ CI= 0.434 to 0.643 | $\beta= 0.070$ $p= 0.216$ CI= -0.038 to 0.168 | Not Supported |

Notes: β = Standardized Coefficient, p = significance level, CI= Confidence Interval

A Research on the Evaluation of Hotel Customers' Citizenship Behaviors in the Experiencescape

As seen in Table 6, the advocacy and feedback dimensions unconfirmed the third condition, which is related to the indirect effect. Therefore, there is no mediation effect for all three dimensions and the relevant hypotheses are not supported.

In terms of the “helping” dimension, all three conditions were confirmed, and the relevant hypothesis was supported. Considering the second condition for this dimension, it is seen that the effect of the MTEs on “helping” was insignificant with the addition of the mediator variable CS to the model, but this effect weakened ($\beta = 0.442$). Therefore, CS has a partial mediation effect on the relationship between MTEs and the helping dimension. The lower and upper limit values for the indirect effect of the MTEs on the helping dimension are $BootLLCI = 0.024$ and $BootULCI = 0.131$.

5. DISCUSSION AND CONCLUSION

The first main hypothesis of this study is that Experiencescape has a positive effect on MTEs in terms of the hospitality industry. The results show that the sub-dimensions of Experiencescape, “localness,” and “escapism” have a positive effect on the MTEs. The results obtained in terms of the supported dimensions in the literature coincide with Piramanayagam et al.'s study (2020), Mody et al. (2017)'s study, with the studies of Soonsan and Somkai (2021) into the gastronomic experiences in the sense of escapism and Ali et al. (2014)'s study regarding escapism and Chen et al. (2023) rural-based tourism experiences. As to the obtained results in this study, the dimension of localness was found to be effective in the MTEs. This finding reveals the importance of local culture and people in terms of MTEs. When the effect is considered positive, then the positive local and cultural experiences become more memorable for customers. Regarding destination marketing, it is seen that creating the right experience in the hospitality industry is not limited to the physical evidence of the hotel “related to the facility.” It can be said that the local texture of the destination city and country also constitutes the “customer contact points.”

Another effective dimension in the MTEs regarding the hospitality industry is escapism. The interpretation to be developed in terms of this dimension should be on the evaluation of the customer in terms of the “customer journey.” During their stay at the hotel, customers have the feeling that they are in a different location in terms of place and time, and they have the perception that they are away from their daily and real lives in this period. In the service environment that can create this feeling, more positive, and memorable experiences emerge. Therefore, the uninterrupted continuation of the “customer journey” and the flow, and the absence of an error and/or gap in the service received will be important for the interpretability of the experience and service quality, since the customer is active in the process.

The second main hypothesis of the study is that the MTEs have a positive effect on CS. This result coincides with Chen et al. (2021), Melón et al. (2021), Sharma and Nayak (2018), Stavrianea and Kamenidou's (2021) research in the literature. An essential element of the service sector is the organization and management of the positive experience. In terms of the hospitality sector, the service encounters, which are experienced during the stay at the hotel, create the customer experience. The interpretation of these experiences in the customer's mind is that they are memorable. Customers, who have memorable experiences, are those who are satisfied with the service.

The third main hypothesis of the study is that the MTEs in terms of the hospitality industry have an effect on CCB. Within the scope of the study, CCB has been studied over four sub-dimensions. The findings show that the MTEs are effect on four sub-dimensions tolerance, advocacy, helping, and feedback. In this direction, given the effect of the MTEs on the tolerance dimension, the positive and memorable experiences of the customers in terms of the hotel they stay in effect their behavior towards service errors. When consumers with positive experiences do not confront the expected service delivery, they can show patience against this situation and meanwhile accept to wait longer to receive the service.

Secondly, considering the effect of the MTEs on the advocacy dimension, consumers who have positive memorable experiences recommend the hotel to their relatives and other people, in other words, they make positive WOM communication and encourage other individuals to stay in the relevant service business. Service markets are those that are particularly open to interpersonal communications due to the characteristics of services. Recommendations to potential customers from reference groups they trust mean "assuring" concerning the relevant service business at some point. When this situation is interpreted in terms of consumer behavior, reference groups effect consumer behavior. An individual will accept the suggestions that will come to be able to comment on services that have an intangible nature. While positive recommendations will enable the consumer to positively organize the "expected service", negative recommendations will affect the evaluation criteria of the customer. Therefore, advocacy can be seen as an important WOM.

The third dimension in terms of CCB is helping. MTEs can have different behavioral consequences for customers. Another finding obtained from the study is that "helping" behavior is shown among the behaviors concerned. Customers who have positive and memorable experiences will tend to help other consumers through the service or the use of the service. Sharing of existing positive experiences directs the service experience of other consumers in terms of service, service environment, and usage. When this situation is interpreted in terms of service marketing, the title "human" is included in the 7P elements.

Other customers in the service environment, such as service employees and the customer receiving the service, are also an important party, since other customers in the environment and the features they have affect the customer who will receive the service. Therefore, directing the customers about the service by the customers who have positive experiences can assist in the emergence of positive gains for the business. Because the customer will receive information within the scope of "unplanned marketing messages" from another customer that he sees as himself.

The final dimension regarding CCB is feedback. Positive and memorable experiences of consumers also generate positive feedback. Consumers who have positive experiences share their positive comments with other consumers through conventional and new communication channels, in other words, both offline and online. Meanwhile, feedback can also arise to improve the service offered, and consumers share their ideas with both the service provider and the employee. This, in turn, assists service businesses to get more accurate feedback, since service errors are eliminated, the customer is more involved in the process, and provides a high level of interaction. Feedback received from customers will provide a sustainable competitive advantage since it can eliminate the inconveniences regarding the service delivery process and become innovative.

A Research on the Evaluation of Hotel Customers' Citizenship Behaviors in the Experiencescape

The fourth main hypothesis of the study is that the CS has a positive effect on CCB. This result matches up with Anaza (2014) research in terms of recommendation dimension, Assiouras et al. (2019), Chiu et al. (2015), and Zhu et al. (2016) studies. Since services have an intangible nature, comments from other customers are important. In particular, the reference group effect, which is trusted and thought to have no commercial concerns, can be the main factor in developing a positive attitude towards the service. The effect of CS on advocacy dimension reveals this result. Satisfied customers share positive and memorable experiences with their friends and relatives. Customer engagement is important for service sectors, which require high interaction. The customer's involvement in the process and feedback on the service; strengthens the service, fills the deficiency, and increases the service quality. The effect of CS on helping dimension reveals this result. Satisfied customers are also involvement in the process by helping other customers. The effect of CS on feedback dimension reveals this result. Satisfied customers are providing feedback on the service and co-creation of the service. One of the service quality dimensions is empathy. Customers, who have a service experience, guide other customers in line with their own experiences. They help other customers in terms of how benefit from the service.

Finally, the mediating role of CS in the relationship between MTEs and CCB was examined. According to the results, CS only has a partial mediating role in the relationship between the MTEs and the "helping" dimensions of CCB. In line with this result, it can be stated that CS displays itself in helping other individuals. Customers who receive the service and become satisfied are the individuals who can share accurate information about this service. Positive and memorable experiences become particularly helpful in situations where special service-related assistance may be needed (Torres-Moraga et al., 2021). Individuals who obtain the necessary satisfaction from the service, sharing their experiences with other customers, and showing the behavior of helping them may depend on internal or external motivations. Customers who are part-time marketers may be rewarded by businesses, or their helping behavior may depend on the customer's intrinsic motives (Assiouras et al., 2019).

In addition to these results, firstly it seems that the communities dimension has no effect on MTEs. At this point, the customer did not feel a sense of belonging during their stay at the hotel. In other words, it can be stated that the customer did not have a memorable experience in this regard because they could not identify themselves with the community and the local people. Secondly, it seems that the entertainment dimension has no effect on MTEs. At this point, it can be stated that customers may view the hotel experience as enjoyable, but they did not interpret it as a memorable experience. Thirdly, it seems that the serendipity dimension has no effect on MTEs. At this point, it can be stated that customer did not interpret their spontaneous and surprising experiences during their stay at the hotel as memorable experiences. Fourthly, it seems that the education dimension has no effect on MTEs. At this point, the customer did not express their learning experiences during their stay at the hotel as memorable experiences. Fifthly, it seems that the esthetics dimension has no effect on MTEs. At this point, it can be stated that a difference, in terms of design features, did not expand a memorable experience in the minds of customers. In addition to this, CS has no effect tolerance dimension. Satisfied customers want their expectations to be met. Failure to meet expectations leads to dissatisfaction. Finally, it seems that CS has not a mediating role in the relationship between MTE and CCB in terms of advocacy and feedback, which are CCB dimensions. Accordingly,

although customers interpret their experiences as memorable and consider this within the scope of CCB, CS has not a strengthening effect on this relationship.

Consequently, this research aimed to determine the direct, indirect, and mediating effects for CCB within the scope of Experiencescape from a marketing perspective in the hospitality industry. The results, with the difference of other studies, confirmed these effects in various dimensions. This is thought to offer a useful suggestion for new research involving these variables.

Based on the obtained results the following suggestions can be offered;

Regarding localness-MTEs, city branding can be important. The products that have become symbols for the relevant place, the people of the city in contact with, the transfer and expression of the culture, “storytelling,” for example, the marketing of gastronomy, will strengthen the “localness” dimension and memorable positive experiences. Sensory marketing applications can be employed so that the customers can experience the local texture. With “city-specificity,” positioning can be made in the mind of the customer, and marketing strategies can be built on these phenomena. Proper use of physical evidence may be another recommendation. Particularly, physical evidence will ensure memorability when customers can leave with some products that will remind them of the city or the hotel, they have stayed in. It should be kept in mind that physical evidence assumes the task of packaging in terms of service sectors.

Regarding escapism-MTEs, given that the customer is actively involved in the process, customer connection, participation, and engagement become important. Customers, in this case, move to a different lifestyle for a certain period. Given that the hospitality industry requires a high level of interaction, the management of service provision also gains importance. Since direct service encounters will take place, positive results such as CS, creation of the right service quality perception, repurchase intention as an output of these, positive WOM communication, and customer loyalty will occur. Since the customer is directly in the process, the experience will depend on both the service environment and communication, and as a result, co-creative experiences can be created (Chirakranont & Sakdiyakorn, 2022).

Regarding MTEs-tolerance; each service encounter represents “real moments.” Therefore, real-time marketing activities are performed at each service encounter. At this point, the detailed service plans to be developed by the enterprises can also contribute to proceeding with a “minimum error” policy and to determining the tolerance criteria for the customer. What is important is to design the service process to satisfy the customer. In this direction, “the first effect” and “halo effect” gain importance. If the first experiences of the customers are positively memorable, and the customers create a reference point in this respect, they will tolerate the negativity afterward. However, if the initial experience is negative, then the customers may not tolerate a subsequent inconvenience. Another element “queue management” is the management of the waiting process. If the customers positively remember the service and their experience is positive in this respect, they may agree to wait longer to receive the expected service.

Regarding MTEs-advocacy, advocacy can be thought of as an engagement and WOM. Consumers who have positive and memorable experiences will plead, support, and recommend (cited from Seiling, 2008, Saini & Arasanmi, 2021). What matters is that customers should recommend and encourage potential customers without a commercial purpose. WOM communication can be conducted offline by opinion leaders and online by influencers, particularly by travel bloggers. At this point, support can be obtained from the “service stories”

A Research on the Evaluation of Hotel Customers' Citizenship Behaviors in the Experiencescape

that travel bloggers create. Meanwhile, customer comments, scores, and ratings can be used as a tool. Value co-creation occurs. Therefore, customer engagement should be provided. Another suggestion might be the use of the power of digital. In this sense, the visibility of the business brand can be increased with "collaborations" and "sponsorships." Promotion strategies are considerably important. Thus, it will be important to take advantage of "brand testimony", and to establish partnerships with other brands for a certain period. Social responsibility activities will also assist businesses in "creating assurance and trust."

Regarding MTEs-helping; other customers in the service environment can direct the satisfaction and quality perception of the customers and improve the service experience. Thus, communicating with other customers and conveying their positive and unique experiences will be important since customers share their positive individual experiences to help other individuals. Compliance management can be considered as another suggestion for customers with similar characteristics.

Regarding MTEs-feedback, customer feedback can be seen as proactive behavior. Sharing the feedback of a customer about the service to be received with the business can eliminate the dissatisfied customer profile and prevent complaints and lost customers. Therefore, businesses can conduct satisfaction surveys within the scope of relationship marketing activities after their service experience to their customers, and customers can be requested to evaluate the service received both online and offline.

When an evaluation is made in terms of the roles of CS in the research model; a satisfied consumer can take on the role of "part-time employee" on behalf of the business. The direct user of the service and, accordingly, the satisfied customer will be able to share their positive experiences with other customers and ensure that the service is experienced most accurately. Active participation of customers will be able to return to businesses in terms of efficiency and profitability.

Unique and memorable experiences create brand reputation and brand equity. Brand and brand value will be complementary elements for sustainable competitive advantage. The individuals who interpret the brand best will be the users. Therefore, businesses should attribute to customer experiences in every step they take. It will be particularly beneficial to transform these applications into marketing messages, particularly through real customers, and to announce this via both traditional media and online social media. The content that each customer sends by pretending to be an influencer can make the relevant business viral, starting from a close circle.

6. LIMITATIONS AND RECOMMENDATIONS FOR FUTURE STUDIES

This study depends on a certain place and time can be considered a limitation of the study. In addition, this focus on a single service market can be considered as another limitation of the study. The research model was designed as customer-oriented with a marketing perspective. For future research, employees, as another important party in service sectors, and the citizenship behaviors of employees can be examined. Comparisons of the customers, employees, and businesses in terms of the development of marketing strategies can be conducted in the model. With regards to MTEs, different behavioral outputs such as consumption types and re-purchase can be examined, as well as the input variables such as psychological, psychographic, socio-cultural, and demographic factors can be discussed. Image

is another significant variable. As the destination image can also be studied. In addition, this study has been quantitatively designed. In terms of the interpretability of the customer experiences, a qualitative research design can also be carried out.

REFERENCES

- Ali, F., Hussain, K., & Ragavan, N. A. (2014). Memorable customer experience: Examining the effects of customers experience on memories and loyalty in Malaysian resort hotels. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 144, 273-279. Doi: 10.1016/j.sbspro.2014.07.296.
- Ali, F., Ryu, K., & Hussain, K. (2016). Influence of experiences on memories, satisfaction and behavioral intentions: A study of creative tourism. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 33(1), 85-100. <https://doi.org/10.1080/10548408.2015.1038418>.
- Anaza, N.A., & Zhao, J. (2013). Encounter-based antecedents of e-customer citizenship behaviors. *Journal of Services Marketing*, 27(2), 130-140. DOI 10.1108/08876041311309252.
- Assiouras, I., Skourtis, G., Giannopoulos, A., Buhalis, D., & Koniordos, M. (2019). Value co-creation and customer citizenship behavior. *Annals of Tourism Research*, 78, 102742, 1-11. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2019.102742>.
- Ball, D., Coelho, P. S., & Vilares, M. J. (2006). Service personalization and loyalty. *Journal of Services Marketing*, 20(6), 391-403.
- Bitner, M. J. (1992). Servicescapes: The impact of physical surroundings on customers and employees. *Journal of Marketing*, 56(2), 57-71.
- Bove, L.L., Pervan, S.J., Beatty, S.E. & Shiu, E. (2009). Service worker role in encouraging customer organizational citizenship behaviors. *Journal of Business Research*, 62(7), 698-705. <http://dx.doi.org/10.1016/j.jbusres.2008.07.003>.
- Byrne, B. M. (2010). *Structural equation modeling with AMOS. Basic concepts, applications, and programming*. New York: Routledge.
- Carù, A., & Cova, B. (2003). Revisiting consumption experience: A more humble but complete view of the concept. *Marketing Theory*, 3(2), 267-286.
- Chandralal, L., & Valenzuela, F. R. (2013). Exploring memorable tourism experiences: Antecedents and behavioural outcomes. *Journal of Economics, Business and Management*, 1(2), 177-181. DOI: 10.7763/JOEBM.2013.V1.38.
- Chang, K. C. (2014). Examining the effect of tour guide performance, tourist trust, tourist satisfaction, and flow experience on tourists' shopping behavior. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 19(2), 219-247. <https://doi.org/10.1080/10941665.2012.739189>.
- Chaudhary, M., & Islam, N. U. (2021). Impact of perceived risk on tourist satisfaction and future travel intentions: A mediation–moderation analysis. *Global Business Review*, 1–18. DOI: 10.1177/09721509211036270.
- Chen, H., & Rahman, I. (2018). Cultural tourism: An analysis of engagement, cultural contact, memorable tourism experience and destination loyalty. *Tourism Management Perspectives*, 26, 153-163. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2017.10.006>.
- Chen, L. H., Wang, M. J. S., & Morrison, A. M. (2021). Extending the memorable tourism experience model: a study of coffee tourism in Vietnam. *British Food Journal*, 123(6), 2235-2257. <https://doi.org/10.1108/BFJ-08-2020-0748>

A Research on the Evaluation of Hotel Customers' Citizenship Behaviors in the Experiencescape

- Chen, J., Huang, Y., Wu, E. Q., Ip, R., & Wang, K. (2023). How does rural tourism experience affect green consumption in terms of memorable rural-based tourism experiences, connectedness to nature and environmental awareness?. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, *54*, 166-177. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2022.12.006>.
- Chirakranont, R., & Sakdiyakorn, M. (2022). Conceptualizing meaningful tourism experiences: Case study of a small craft beer brewery in Thailand. *Journal of Destination Marketing & Management*, *23*, 100691, 1-11. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2022.100691>.
- Chiu, W., Kwag, M. S., & Bae, J. S. (2015). Customers as partial employees: The influences of satisfaction and commitment on customer citizenship behavior in fitness centers. *Journal of Physical Education and Sport*, *15*(4), 627 – 633. DOI:10.7752/jpes.2015.04095
- Choi, L., & Lotz, S. (2016). Motivations leading to customer citizenship behavior in services: scale development and validation. *Journal of Consumer Marketing*, *33*(7), 539-551. <http://dx.doi.org/10.1108/JCM-01-2016-1683>.
- Eichhorn, B. R. (2014). Common method variance techniques. *Cleveland State University, Department of Operations & Supply Chain Management*. Cleveland, OH. SAS Institute Inc.
- El-Adly, M. I. (2019). Modelling the relationship between hotel perceived value, customer satisfaction, and customer loyalty. *Journal of Retailing and Consumer Services*, *50*, 322-332. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2018.07.007>.
- Fornell, C., & Larcker, D. F. (1981). Structural equation models with unobservable variables and measurement error. *Journal of Marketing Research*, *18*(1), 39-50.
- Fossgard, K., & Fredman, P. (2019). Dimensions in the nature-based tourism Experiencescape: An explorative analysis. *Journal of Outdoor Recreation and Tourism*, *28*, 100219, 1-12. <https://doi.org/10.1016/j.jort.2019.04.001>
- Gong, T., & Yi, Y. (2021). A review of customer citizenship behaviors in the service context. *The Service Industries Journal*, *41*(3-4), 169-199. <https://doi.org/10.1080/02642069.2019.1680641>.
- Gorsuch, R. L. (1997). Exploratory factor analysis: Its role in item analysis. *Journal of Personality Assessment*, *68*(3), 532-560.
- Groth, M. (2005). Customers as good soldiers: Examining citizenship behaviors in internet service deliveries. *Journal of Management*, *31*(1), 7-27. DOI: 10.1177/0149206304271375.
- Grönroos, C., & Gummerus, J. (2014). The service revolution and its marketing: Service logic vs. service-dominant logic. *Managing Service Quality*, *24*, 206–229. DOI 10.1108/MSQ-03-2014-0042.
- Hair Jr., J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2019). *Multivariate data analysis*. United Kingdom: Cengage Learning.
- Hair, Jr., J. F., Hult, G.T. M., Ringle, C.M., Sarstedt, M., Danks, N.P., & Ray, S. (2021). *Partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM) using R: A workbook*, Cham, Switzerland: Springer.
- Hairuzzaman, H. (2019). Impact of service quality and customer satisfaction on financial performance with customer satisfaction as moderation in BPD Kaltim

- Kaltara. *European Journal of Business and Management*, 120-129. DOI: 10.7176/EJBM.
- Haji, S., Surachman, S., Ratnawati, K., & MintartiRahayu, M. (2021). The effect of experience quality, perceived value, happiness and tourist satisfaction on behavioral intention. *Management Science Letters*, 11(3), 1023-1032. doi: 10.5267/j.msl.2020.9.040.
- Hayes, A. F. (2009). Beyond Baron and Kenny: Statistical mediation analysis in the new millennium. *Communication Monographs*, 76(4), 408-420. <https://doi.org/10.1080/03637750903310360>.
- Hayes, A. F. (2013). *Introduction to mediation, moderation, and conditional process analysis: A regression-based approach*. New York: The Guilford Press.
- Homburg, C., Müller, M., & Klarmann, M. (2011). When should the customer really be king? On the optimum level of salesperson customer orientation in sales encounters. *Journal of Marketing*, 75(2), 55-74. <https://doi.org/10.1509/jm.75.2.55>
- Hosany, S., & Witham, M. (2010). Dimensions of cruisers' experiences, satisfaction, and intention to recommend. *Journal of Travel Research*, 49(3), 351-364. DOI: 10.1177/0047287509346859.
- Hossain, M. S., Hossain, M. A., Al Masud, A., Islam, K. Z., Mostafa, M. G., & Hossain, M. T. (2023). The integrated power of gastronomic experience quality and accommodation experience to build tourists' satisfaction, revisit intention, and word-of-mouth intention. *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, 1-27. <https://doi.org/10.1080/1528008X.2023.2173710>.
- Hwang, J., & Lee, J. (2018). A strategy for enhancing senior tourists' well-being perception: Focusing on the experience economy. *Journal of Travel & Tourism Marketing*. 36(3), 314–329. <https://doi.org/10.1080/10548408.2018.1541776>.
- Jernsand, E., Kraff, H., & Mossberg, L. (2015). Tourism experience innovation through design. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 15(15), 98–119. <https://doi.org/10.1080/15022250.2015.1062269>.
- Kandampully, J., Bilgihan, A., & Amer, S. M. (2023). Linking servicescape and experiencescape: creating a collective focus for the service industry. *Journal of Service Management*, 34(2), 316-340. DOI 10.1108/JOSM-08-2021-0301.
- Kim, J. H. (2010). Determining the factors affecting the memorable nature of travel experiences. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 27(8), 780-796. <https://doi.org/10.1080/10548408.2010.526897>.
- Kim, J. H. (2018). The impact of memorable tourism experiences on loyalty behaviors: The mediating effects of destination image and satisfaction. *Journal of Travel Research*, 57(7), 856-870. <https://doi.org/10.1177/0047287517721369>.
- Kim, J. H., & Ritchie, J. B. (2014). Cross-cultural validation of a memorable tourism experience scale (MTEs). *Journal of Travel Research*, 53(3), 323-335. <https://doi.org/10.1177/0047287513496468>
- Kim, H., & So, K. K. F. (2022). Two decades of customer experience research in hospitality and tourism: A bibliometric analysis and thematic content analysis. *International Journal of Hospitality Management*, 100, 103082, 1-15. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2021.103082>.

A Research on the Evaluation of Hotel Customers' Citizenship Behaviors in the Experiencescape

- Kim, J. H., Ritchie, J. B., & McCormick, B. (2012). Development of a scale to measure memorable tourism experiences. *Journal of Travel Research*, 51(1), 12-25. <https://doi.org/10.1177/0047287510385467>
- Kock, F., Berbekova, A., & Assaf, A. G. (2021). Understanding and managing the threat of common method bias: Detection, prevention and control. *Tourism Management*, 86, 104330. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2021.104330>
- Liang, R. (2012). Designing for unexpected encounters with digital products: Case studies of serendipity as felt experience. *International Journal of Design*, 6(1), 41–58.
- Lin, H., Shi, S., & Gursoy, D. (2022). Destination experiencescape: conceptualization and scale development amid COVID-19 pandemic. *Current Issues in Tourism*, 25(24), 4047-4074. <https://doi.org/10.1080/13683500.2022.2075716>.
- Liu, L., Cui, T., Wu, J., Cao, R., & Ye, Y. (2021). Encouraging tourist citizenship behavior through resource uniqueness and service quality: The mediating role of emotions. *Journal of Vacation Marketing*, 27(1), 45-60. <https://doi.org/10.1177/1356766720952101>.
- Lowry, P. B., & Gaskin, J. (2014). Partial least squares (PLS) structural equation modeling (SEM) for building and testing behavioral causal theory: When to choose it and how to use it. *IEEE Transactions on Professional Communication*, 57(2), 123-146.
- Lugosi, P. (2008). Hospitality spaces, hospitable moments: Consumer encounters and affective experiences in commercial settings. *Journal of Foodservice*, 19(2), 139-149. <https://doi.org/10.1111/j.1745-4506.2008.00092.x>.
- Mei, X., Hagensen, A., & Kristiansen, H. (2018). Storytelling through experiencescape: Creating unique stories and extraordinary experiences in farm tourism. *Tourism and Hospitality Research*, 20(1), 93–104. <http://dx.doi.org/10.1177/1467358418813410>.
- Meng, B., & Cui, M. (2020). The role of co-creation experience in forming tourists' revisit intention to home-based accommodation: Extending the theory of planned behavior. *Tourism Management Perspectives*, 33, 100581, 1-13. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2019.100581>.
- Melón, M. P. A., Fandos-Herrera, C., & Sarasa, R. G. (2021). Analysis of antecedents and consequences of memorable tourist experiences (MTEs): A Spanish case study. *Journal of Vacation Marketing*, 27(3), 346-360. <https://doi.org/10.1177/1356766720987879>
- Mittal, B., & Lassar, W. M. (1996). The role of personalization in service encounters. *Journal of Retailing*, 72(1), 95-109. [https://doi.org/10.1016/S0022-4359\(96\)90007-X](https://doi.org/10.1016/S0022-4359(96)90007-X)
- Mody, M. A., Suess, C., & Lehto, X. (2017). The accommodation experiencescape: A comparative assessment of hotels and Airbnb. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 29(9), 2377-2404. DOI 10.1108/IJCHM-09-2016-0501.
- Mohammed, A., & Rashid, B. (2018). A conceptual model of corporate social responsibility dimensions, brand image, and customer satisfaction in Malaysian hotel industry. *Kasetsart Journal of Social Sciences*, 39(2), 358-364. <https://doi.org/10.1016/j.kjss.2018.04.001>.
- Mossberg, L. (2007). A marketing approach to the tourist experience. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 7(1), 59-74. <https://doi.org/10.1080/15022250701231915>.

- Nadya, N. A. (2020). The effect of experiential marketing on customer loyalty: The role of customer satisfaction as a mediator. *Journal of Business Studies and Management Review*, 4(1), 27-33. <https://doi.org/10.22437/jbsmr.v4i1.11909>.
- Nguyen, H., Groth, M., Walsh, G., & Hennig-Thurau, T. (2014). The impact of service scripts on customer citizenship behavior and the moderating role of employee customer orientation. *Psychology & Marketing*, 31(12), 1096-1109. DOI: 10.1002/mar.20756.
- Nunnally, J. C. (1978). *Psychometric Theory*. New York: McGraw-Hill Book Company.
- O'Dell, T. (2005). Experiencescapes: Blurring borders and testing connections. In O'Dell, T. & Billing, P. (Eds). *Experiencescapes: Tourism, culture, and economy*, pp. (11-33). Denmark: Copenhagen Business School Press.
- Oh, H., Fiore, A. M., & Jeoung, M. (2007). Measuring experience economy concepts: Tourism applications. *Journal of Travel Research*, 46(2), 119–132. <https://doi.org/10.1177/0047287507304039>
- Omar, K., & Mahmmod, A. R. (2013). Tourist satisfaction in Malaysia. *International Journal of Business and Social Science*, 4(5), 221–226.
- Pine, B. J. II., & H. J. Gilmore (1999). *The experience economy: Work is theatre & every business a stage*. Boston, MA: Harvard Business School Press.
- Piramanayagam, S., Sud, S., & Seal, P. P. (2020). Relationship between tourists' local food experiencescape, satisfaction and behavioural intention. *Anatolia*, 31(2), 316-330. <https://doi.org/10.1080/13032917.2020.1747232>.
- Pizam, A., & Tasci, A. D. (2019). Experiencescape: expanding the concept of servicescape with a multi-stakeholder and multi-disciplinary approach (invited paper for 'luminaries' special issue of International Journal of Hospitality Management). *International Journal of Hospitality Management*, 76, 25-37. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2018.06.010>.
- Podsakoff, P.M., & Organ, D.W. (1986). Self-reports in organizational research: Problems and prospects. *Journal of Management*, 12, 69–82.
- Podsakoff, P. M., MacKenzie, S. B., Lee, J. Y., & Podsakoff, N. P. (2003). Common method biases in behavioral research: a critical review of the literature and recommended remedies. *Journal of applied psychology*, 88(5), 879.
- Rasoolimanesh, S. M., Seyfi, S., Hall, C. M., & Hatamifar, P. (2021). Understanding memorable tourism experiences and behavioural intentions of heritage tourists. *Journal of Destination Marketing & Management*, 21, 100621, 1-14. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2021.100621>.
- Saini, S., & Arasanmi, C. N. (2021). Attaining digital advocacy behaviour through destination image and satisfaction. *International Journal of Tourism Cities*, 7(1), 119-134. <http://dx.doi.org/10.1108/IJTC-07-2019-0108>.
- Schmitt, B., & Zarantonello, L. (2013). Consumer experience and experiential marketing: A critical review. *Review of Marketing Research*, 10, 25-61. [https://doi.org/10.1108/S1548-6435\(2013\)0000010006](https://doi.org/10.1108/S1548-6435(2013)0000010006).
- Serra-Cantalops, A., Ramón Cardona, J., & Salvi, F. (2020). Antecedents of positive eWOM in hotels. Exploring the relative role of satisfaction, quality and positive emotional experiences. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 32(11), 3457-3477. <http://dx.doi.org/10.1108/IJCHM-02-2020-0113>.

A Research on the Evaluation of Hotel Customers' Citizenship Behaviors in the Experiencescape

- Sharma, P., & Nayak, J. K. (2019). Understanding memorable tourism experiences as the determinants of tourists' behaviour. *International Journal of Tourism Research*, 21(4), 504-518. <https://doi.org/10.1002/jtr.2278>.
- Soonsan, N., & Somkai, U. (2023). Dimensions of gastronomic experience affecting on sharing experience: Place attachment as a mediator and length of stay as a moderator. *Journal of Hospitality and Tourism Insights*, 6(1), 344-361. <https://doi.org/10.1108/JHTI-07-2021-0171>
- Stamboulis, Y., & Skayannis, P. (2003). Innovation strategies and technology for experience-based tourism. *Tourism Management*, 24(1), 35-43. [https://doi.org/10.1016/S0261-5177\(02\)00047-X](https://doi.org/10.1016/S0261-5177(02)00047-X)
- Stavrianea, A., & Kamenidou, I. E. (2021). Memorable tourism experiences, destination image, satisfaction, and loyalty: an empirical study of Santorini Island. *EuroMed Journal of Business*, 17(1), 1-20. <https://doi.org/10.1108/EMJB-10-2020-0106>
- Stevens, J. P. (2009). *Applied multivariate statistics for the social sciences*. New York: Routledge.
- Sthapit, E., Björk, P., & Coudounaris, D. N. (2022). Memorable nature-based tourism experience, place attachment and tourists' environmentally responsible behaviour. *Journal of Ecotourism*, 1-24. <https://doi.org/10.1080/14724049.2022.2091581>.
- Su, L., & Huang, F. C. (2011). A study on the relationships of service fairness, consumption emotions and tourist loyalty: A case study of rural tourists. *Geographical Research* 30(3), 463-476.
- Torres, E. N., & Kline, S. (2006). From satisfaction to delight: a model for the hotel industry. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 18(4), 290-301. DOI 10.1108/09596110610665302
- Torres-Moraga, E. I., Alonso-Dos-Santos, M., Arboleda, D. Q., & Carvajal-Trujillo, E. (2021). The role of experience and trustworthiness on perception sustainable touristic destinations. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 49, 471-480. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2021.11.002>.
- Tsai, C. T. (2016). Memorable tourist experiences and place attachment when consuming local food. *International Journal of Tourism Research*, 18(6), 536-548. <https://doi.org/10.1002/jtr.2070>
- Tussyadiah, I. P. (2014). Toward a theoretical foundation for experience design in tourism. *Journal of Travel Research*, 53(5), 543-564. <https://doi.org/10.1177/0047287513513172>
- Yi, Y., & Gong, T. (2013). Customer value co-creation behavior: Scale development and validation. *Journal of Business Research*, 66(9), 1279-1284. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2012.02.026>
- Zhu, D. H., Sun, H., & Chang, Y. P. (2016). Effect of social support on customer satisfaction and citizenship behavior in online brand communities: The moderating role of support source. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 31, 287-293. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2016.04.013>

Atıf/Citation:

Erdem, N. and Kavanoz, S. E. (2024). City Diplomacy to Tackle Wicked Problems: Metropolitan Municipality of Izmir. *Dokuz Eylül University Journal of Faculty of Business*, 25(1): 71-88.
<https://doi.org/10.24889/ifede.1363154>

CITY DIPLOMACY TO TACKLE WICKED PROBLEMS: METROPOLITAN MUNICIPALITY OF İZMİR*

Nisa ERDEM ** and Suna ERSAVAŞ KAVANOZ ***

ABSTRACT

Municipalities/local governments are both an important actor in tackling wicked problems and the place where these problems are concretely experienced. One approach that local governments can use to address wicked problems is networked service delivery. City diplomacy brings many cities together with other cities and actors; it provides a platform for sharing different knowledge, practices and resources on issues; it offers a more flexible form of governance that allows for a shift from hierarchy to networks in the delivery of public services. It is therefore an effective tool for addressing wicked problems. The aim of this study is to identify the impact of city diplomacy on the managing of wicked problems faced by cities. The study covers the activities of Izmir Metropolitan Municipality between 2010 and 2022. The hypotheses of the study: (1) city diplomacy is an alternative service delivery tool in managing wicked problems. (2) city diplomacy is an effective service delivery tool in managing the Covid-19 pandemic. In the study, content analysis was conducted for the activities in 2010-2022 within the scope of the first hypothesis and 2020-2022 within the scope of the second hypothesis. The study determines the relationship between city diplomacy activities and a number of areas within the scope of wicked problems, determines the impact of city diplomacy activities on local government service areas, and reveals the importance of city diplomacy activities in the management of Covid-19 outbreak, which is considered a wicked problem.

Keywords: City Diplomacy, Izmir Metropolitan Municipality, Wicked Problems, Covid-19 Outbreak, Content Analysis.

JEL Classification: F53, R0, Z0.

KARMAŞIK SORUNLARLA MÜCADELEDE YEREL DİPLOMASI: İZMİR BÜYÜKŞEHİR BELEDİYESİ

ÖZ

Kent yönetimleri/yerel yönetimler, hem karmaşık sorunların yönetiminde önemli aktörlerden biri hem de bu sorunların somut olarak yaşandığı mekânlardır. Karmaşık sorunlarla mücadelede yerel yönetimler için uygun yöntemlerden biri ağ bağlantılı hizmet sunma yöntemidir. Karmaşık sorunların yönetiminde yerel diplomasi, birçok kenti diğer kent ve aktörleriyle bir araya getirmekte, sorunlara ilişkin çeşitli bilgi, uygulama ve kaynakların paylaşıldığı uygun bir platform sunmakta, kamusal hizmetlerin sunumunda hiyerarşiden ağlara geçişe izin veren daha esnek bir yönetim formu sağlamaktadır. Bu nedenle yerel diplomasi karmaşık sorunların yönetiminde etkili bir araç olarak karşımıza çıkmaktadır. Çalışmanın amacı, yerel diplomasinin kentlerin karşı karşıya olduğu karmaşık sorunların yönetimi üzerindeki etkilerini tespit etmektir. Çalışma, İzmir Büyükşehir Belediyesinin 2010-2022 yılları arasındaki faaliyetlerini kapsamaktadır. Çalışmada hipotezleri: (1) yerel diplomasi karmaşık sorunların yönetiminde alternatif bir hizmet sunma aracıdır. (2) yerel diplomasi Covid-19 salgını yönetiminde etkili bir hizmet sunma aracıdır. Çalışmada ilk hipotez kapsamında 2010-2022, ikinci hipotez kapsamında 2020-2022 yıllarındaki faaliyetler için içerik analizi yapılmıştır. Çalışmada, yerel yönetimlerin diplomasi faaliyetlerinin karmaşık sorunlar kapsamına giren birçok alanla ilişkisi tespit edilmiş, yerel diplomasi faaliyetlerinin yerel yönetimlerin hizmet alanı üzerindeki etkileri saptanmış ve bir karmaşık sorun olarak ele alınan Covid-19 salgınının yönetiminde yerel diplomasi faaliyetlerinin önemi ortaya konulmuştur.

* This study is derived from a doctoral thesis entitled "The Diplomacy Activities in Local Governments and its Reflection on Local Services: The Sample of Izmir Metropolitan Municipality", which was completed and defended in 2021.

** Corresponding author. Res. Asst. Dr., Karadeniz Technical University, Faculty of Economics and Administrative Sciences, Department of Public Administration, Management Sciences, Trabzon, Türkiye. E-mail: nisaerdem@ktu.edu.tr, <https://orcid.org/0000-0001-8258-9338>

*** Asst. Prof., Karadeniz Technical University, Faculty of Economics and Administrative Sciences, Department of Public Administration, Urbanization and Environmental Problems, Trabzon, Türkiye. E-mail: suna.ersavaskavanoz@ktu.edu.tr, <https://orcid.org/0000-0003-1162-2537>

City Diplomacy to Tackle Wicked Problems: Metropolitan Municipality of Izmir

Anahtar Kelimeler: Yerel Diplomasi, İzmir Büyükşehir Belediyesi, Karmaşık Sorunlar, Covid-19, İçerik Analizi.

JEL Sınıflandırması: F53, R0, Z0.

1. INTRODUCTION

While in the 1950s the majority of the world's population lived in rural areas, in the 2000s the population began to move increasingly to cities. According to the United Nations (UN), the world's urban population grew rapidly from 751 million in 1950 to 4.2 billion in 2018. A world system with fewer time and space constraints and increased interdependence has given cities a new dimension. The governance of cities affects not only their own residential areas, but also a much wider area beyond these areas on a regional or international scale. Having devolved some public services from central to local government, the role of local government has expanded. This has also led to the development of global linkages between local governments in what has been called 'diplomatic' or 'inter-local' politics (Duchacek, 1984). According to Van der Plujim & Melissen (2007), city diplomacy has reframed the characteristics of traditional intergovernmental diplomacy for cities and local governments, rather than representing a new, different kind of inter-local or trans-local diplomacy. The scope of city diplomacy is not to replace traditional intergovernmental diplomacy. City diplomacy is about using traditional diplomatic models and practices to implement economic, political and cultural cooperation between regional communities at the "micro" level (Leonardi, 2021, p. 404). The international policy agendas in which local governments are involved relate to global issues such as human rights, climate change, pandemics and the environment, as well as peace-building and security issues. As international relations become an inescapable field for local governments, local governance approaches are changing. In the face of increasingly wicked problems, interdependence, limited resources and growing needs, city diplomacy is becoming not only a goal within the field of international relations, but also a part of local service delivery policy. Given the nature of wicked problems and the increasingly fragmented nature of the globalized and interdependent world and services, it does not seem possible for local governments to tackle these problems alone and within their own capacities. Therefore, the increasing complexity of the system forces local governments to look for new ways within the logic of globalization. City diplomacy is not only developing in response to national and global needs, but is also being used to serve the interests of local governments themselves and their communities. In this context, the study sought to identify the relationship between wicked problems and city diplomacy, and two hypotheses developed in this direction were presented as the main themes of the study. The study identified several areas where wicked problems and city diplomacy intersect and the role of city diplomacy activities in addressing wicked problems was examined. Reflecting the renewed importance of city diplomacy in recent years, the Covid-19 problem was treated as a wicked problem and the role of city diplomacy in this process was identified.

2. THE LITERATURE

The wicked problem was introduced by Rittel and Webber in 1973 with the following characteristics: "lacks a clear definition", "has no end point", "lacks accurate or inaccurate assessments of solutions to problems", "involves uncertainty about the nature of the problems and the ways to solve them", "solutions are one-off", "problems develop as a symptom of other problems at the same time", and "the effects of problems have significant consequences for human

life". The nature and dimensions of wicked problems, which affect individuals and society as a whole, are unclear. The causal relationships of wicked problems are diverse, interconnected and difficult to identify (Bueren et al., 2003, p. 193). Wicked problems are unstructured, consist of interrelated sub-problems and are intractable (Weber & Khademian, 2008, p. 336). Wicked problems can be redefined and solved in different ways over time. Solutions to wicked problems depend on the perspective of those presenting them (Coyne, 2005, p. 6). Today, different approaches to understanding the nature of wicked problems are being developed. Head (2008, p. 104, 113-114) assessed the elements describing the structural characteristics of wicked problems under three headings: difficulty, uncertainty and disjuncture. To understand the nature of wicked problems, Roberts (2000, p. 1-2) discussed the aspects of these problems that distinguish them from other problems. According to Roberts, unlike both 'simple problems' and 'complex problems', wicked problems involve uncertainty about the diagnosis and solution of the problem.

Traditional sectors\actors, hierarchical structures and relationships are not sufficient to address the challenges of wicked problems. At this point, relationships based on cooperation, partnership and coordination, both among public institutions and between public institutions and other actors such as the private sector, civil society organizations, voluntary organizations, etc., are of great importance in reaching a common solution (Uzun, 2020a, p. 669). The standard responses of public management to complexity and uncertainty, such as markets and outsourcing, appear to be inadequate. New responses, such as cross-sectoral cooperation and conflict mitigation processes, are becoming more prominent. Some new approaches are needed to address the multiple causes of problems, to gain new insights into efficient ways of achieving better solutions, and to ensure that common strategies are accepted by a wide range of stakeholders (Head, 2008, p. 101). Wicked problems cut across multiple policy areas and multiple, overlapping, interconnected sub-sets of problems. The social and political complexity of such problems can be enormous. The participants/stakeholders in the problem are numerous. Stakeholders have different world views, political agendas, educational and professional backgrounds, programmatic responsibilities and cultural traditions. Participants, on the other hand, come and go depending on how a wicked problem affects individuals, organizations/groups of people at any given time (Weber & Khademian, 2008, p. 336). In networks, even if it takes more effort, there are more people to communicate and build consensus (Roberts, 2000, p. 7). Stakeholder engagement is valuable for sharing information on risks and exploring the implications of various policy options. This is in line with Rittel and Webber's argument that there is no 'best' solution to a wicked problem, only interim responses that can be negotiated between relevant stakeholders (Head, 2022, p. 55-56).

In this regard, network forms are seen as particularly suitable for tackling wicked problems (Ferlie et al., 2011, p. 307). Networks are important actors in international politics and represent a particular form of international interaction and governance (Hafner et al., 2009, p. 561). Networks have the potential to create value and accumulate vital resources, and innovative hybrid organizations, especially those that are flexible, effective and participatory, make it possible to achieve collectively what cannot be achieved individually (Weber & Khademian, 2008, p. 334). Lack of information causes the ambiguity of wicked problems (Bueren et al., 2003, p. 193). Networks act as umbrella organizations that bring cities together. By joining networks, municipalities can share information with other members. In this sense, networks serve both as a repository of information and as an organization through which it is disseminated to

City Diplomacy to Tackle Wicked Problems: Metropolitan Municipality of Izmir

municipalities. International networks also aim to improve city government capacity in information and technical expertise, policy implementation, policy development and decision making, management, and leveraging external support, institutional strengthening and change (Berse, 2019, p. 5).

In the context of the relationship between local governments and network governance, Chan (2016, p. 141) defines city diplomacy as the international relations of city governments that seek to build mutual ties to overcome specific challenges. Given its functional characteristics, city diplomacy is gaining importance as a viable alternative or complement to the limitations of traditional diplomacy between states (Pipa & Bouchet, 2020b, p. 604). The international efforts of cities have been described as more pragmatic, less political, highly innovative, and ultimately more effective than those of central governments (Rudakowska & Simon, 2020, p. 1). As Curtis & Acuto (2018, p. 13) argue, not only does city diplomacy empower cities, but it also offers a potential way out of the impasse that state diplomacy often finds itself in when it comes to collective action and global needs.

Local governments can bring together appropriate partners for cooperation in the production and delivery of local services through other partnerships and other network linkages with neighboring countries. Formal and informal cooperation at the international level is a tool for integrated delivery of local services in the context of multi-level governance. In this context, local governments can work with one or more actors from foreign institutions, organizations or countries to pursue a common goal while preserving their own interests. Through city diplomacy activities, it is also possible to benefit from resource savings and economies of scale in service delivery.

Many problems are transnational in nature and therefore require transnational cooperation and networks to solve. The fact that cities are at the center of these problems is a result of the density of urban populations and the articulation of urban policies with global policies. Multilevel governance, which focuses on enabling interactions between different levels, is seen as having greater potential to address wicked, multiscale problems (Termeer et al., 2010). In the last 20 years, the importance of international relations between cities has become even more evident, especially in the face of social, humanitarian and environmental challenges of global dimensions (Pipa & Bouchet, 2020b, p. 600). A comprehensive study of city networks by Acuto & Rayner (2016, p. 1156) highlights that “24% of all networks emerged in the past decade, and at least eight new international and regional networks expanded in the three years 2013-2015”. When categorizing policy areas, the study found that the environment was an important motivator for the formation of city networks. About 30% of the networks focused on environmental issues. Multilevel forms of environmental governance are taking shape, such as the numerous hybrid governance arrangements that are already taking shape through various new coalitions, such as The Climate Group, a global coalition of cities, states, governments, and businesses committed to working together to reduce greenhouse gas emissions (Fairbrass & Jordan 2001, p. cited in Bulkeley, 2005, p. 898). In addition to the environment, poverty, gender, energy, and peace-building have also been important issues for city networks. Cities and city networks have been particularly prominent in multilateral agendas on climate change. In 1992, the “UN’s Rio Declaration on Environment and Development” recognized cities as relevant actors in climate-related policy debates (Swiney, 2020, p. 254). Similarly, if we look at the activities and actions of international networks in which municipalities in Türkiye are members, we can see that they

jointly carry out many activities such as environment, health, transportation, economy, culture, food, rural management. The fields of activity of the networks are directly or indirectly related to a variety of wicked problems, especially the uncertainty of defining the nature of the problems (Erdem & Ersavaş Kavanoz, 2021).

Recently, Covid-19, which is known to have emerged in Wuhan (China’s Hubei region), on December 29, 2019, and was declared a “pandemic” by the “World Health Organization” (WHO) on March 11, 2020, can be seen as a phenomenon that reveals the importance of city diplomacy in the context of wicked problems. In the context of its characteristics, the Covid-19 pandemic can also be considered from the perspective of a wicked problem (Uzun, 2020b, p. 1198). It is a fact that Covid-19 is a wicked problem that knows no borders and is related not only to health, but also to many other areas such as livable environment, housing, migration and inequality. In the last two years or so, scholars in the field of city diplomacy have intensified their research on the link between Covid-19 and urban diplomacy (Rudakowska & Simon, 2020; Acuto et al. 2021; Pipa & Bouchet, 2020a; Pipa & Bouchet, 2020b). The study by Pipa & Bouchet (2020a), based on interviews with cities, found that economic and material benefits, exchange of experience and expertise, and advocacy were the most frequently cited reasons for cities to engage in international cooperation in response to the pandemic. C40 is just one network cited in academic studies as an effective effort to support the local response to Covid-19. In addition, the medical supplies such as masks, etc. provided by cities in international bilateral cooperation (Solarczyk, 2020), the rapid communication network and the learning process they have developed reveal important results regarding the role of cities in the field of global policy during the Covid-19 pandemic process. According to Acuto et al. (2021, p. 7), such practical actions provide an opportunity for Covid-19 to test the ability of cities to rapidly reorient their policy focus and mobilize collectively in response to a problem that affects the whole world.

3. DATA AND METHODOLOGY

In the study, there are two hypotheses in the context of revealing the place and importance of city diplomacy activities in the management of wicked problems.

Hypothesis 1: City diplomacy activities are an alternative to service delivery management in local services provided by city governments in the context of wicked problems. Period covered: 2010-2022

Hypothesis 2: City diplomacy activities provide a facilitating effect on the services to be provided in managing the Covid-19 pandemic process. Period covered: 2020-2022 (Years of the COVID-19 pandemic).

Table 1: Classification of City Diplomacy Activities

| | |
|------------------------|--|
| Bilateral relations | Sister city agreements |
| | Cross-border cooperation |
| Multilateral relations | International networks and organizations |
| | International project partnerships |
| Continuous activities | International events |
| | International visits |
| Other activities | |

Source: Prepared by the authors of the study.

City Diplomacy to Tackle Wicked Problems: Metropolitan Municipality of Izmir

The scope of the study is the city diplomacy activities of Izmir Metropolitan Municipality (IBB) in Türkiye between 2010 and 2022. In the study, city diplomacy activities consist of “bilateral relations”, “multilateral relations”, “continuous activities” and “other activities”. The most common type of bilateral relationships between local governments is cooperation agreements between two cities in different countries. These agreements are usually sister cities and cross-border cooperation. In multilateral relationships, the duration of city diplomacy relationships varies depending on whether they are long or short term, permanent or indefinite. Cities develop multilateral relationships through membership/participation in international networks or organizations and through international project partnerships. Continuous activities, unlike other types of city diplomacy activities, usually take place annually and are more flexible. These activities include international events and visits.

First, the strategic goals and objectives of IMM between 2010 and 2022 were analyzed in order to see how the services provided by local governments relate to wicked problems and in which service areas city diplomacy is actively used. In this way, it was possible to arrive at themes that show the purpose set by strategic plans of the Municipality and the activities carried out in line with this purpose (Table 2). The strategic plans, prepared three times for the periods 2010-2017, 2015-2019 and 2020-2024, were examined as a whole and objectives were identified under separate headings. Under each goal, the strategic objectives created by the Municipality were divided into main themes/components through content analysis.

Secondly, the annual reports of IMM for the years 2010-2022 were examined so that the actions, practices and policies carried out within the framework of city diplomacy activities were identified and analyzed through content analysis.

Finally, the activity reports of the Municipality for the years 2010-2022 were analyzed in order to evaluate the place of city diplomacy activities in tackling the Covid-19 pandemic as a wicked problem of city governments. Disruptions in the service areas of the Municipality due to the Covid-19 pandemic were identified and the role of city diplomacy activities in this process was discussed.

In this study, content analysis was conducted on the strategic plans and activity reports of Izmir Metropolitan Municipality for the years 2010-2022. The content analysis was done manually by the authors. The coding was done according to the main headings in the strategic goals of the municipality. In the sub-objectives under the strategic goals, the prominent concepts were coded according to the top heading. When searching for city diplomacy activities in the community activity reports, some keywords were used: international, global, sister city, grant/fund, Europe, EU, foreign relations, diplomacy. Similarly, when searching for Covid-19 related activities in the community activity reports, some keywords were used: Covid, pandemic, outbreak.

3. FINDINGS

3.1. The Role of City Diplomacy Activities in The Context of Tackling Wicked Problems

Many public issues such as disasters, water management, food, poverty, environment, migration, etc. are wicked problems with different characteristics. Collaborative processes are coming to the forefront in terms of how to address wicked problems in an effective way. Who are the actors involved in the cooperation and what are their roles in the cooperation process are also gaining importance (Ersavaş Kavanoz, 2021, p. 35). Local governments are part of the problem.

They are also the places where these problems are concretely felt. The wicked problems of local governments do not only concern the local authorities in this settlement, but the need for cooperation in the framework of combating the problems is also increasing. City diplomacy activities provide an appropriate platform for many cities to come together with other cities and actors in the process of managing wicked problem areas, sharing a variety of knowledge, practices and resources related to the problems.

Table 2: Intersection of City Diplomacy Activities with Local Service Delivery in IMM

| Heading 1. What are the themes of local services provided by the IMM? |
|--|
| Management: effective organizational structure, managerial efficiency, public relations, organizational promotion, media, technology. Environment: clean gulf, eco-friendly business, protection against harmful pests, intelligent management systems, hygiene, food, integrated waste management. Urban protection, planning and aesthetics: architecture, planned and healthy city, urban fabric. Urban Infrastructure: easy access , coordination of infrastructure services. Transportation: transportation integration, alternative public transport , urban traffic, eco-friendly transportation. Social solidarity and assistance: health care, capacity of health care. Culture, arts and sports: development. Diaster management and security: fire, natural disaster, fire service, public health, protection, security. Information and communication technologies: information technologies. |
| Heading 2. What are the service themes in which the city diplomacy activities are carried out? |
| Management: participation, transparency, strong financial structure, belonging, disadvantaged groups, innovation and learning, institutional capacity. Environment: life quality, prevention of environmental pollution, environmental protection, green consciousness, green field, ecosystem, renewable energy resources, agrihood. Urban protection, planning and aesthetics: Historical value, Urban renewal. Urban Infrastructure: sustainable infrastructure. Social solidarity and assistance: Social service, Donation, Accessibility. Culture, arts and sports: Attraction centre, Cultural services, Art service, Sport activities, Sports opportunities. Transportation: alternative public transport |

IMM's strategic objectives (and the local services it provides in line with these objectives) for the period 2010-2022 are assessed under 10 main headings in the Municipality's strategic plan: management, environment, urban protection-planning-urban aesthetics, urban infrastructure, transportation, social solidarity-health, culture-arts-sports, disaster management-security, and information-communication technologies (Table 2 and heading 1 and heading 2). Table 2 contains two 2 headings. heading 1 also covers heading 2). The management and environment headings cover a much wider range of issues in terms of strategic objectives, while the other headings cover a more limited range of objectives. When investigating the city diplomacy activities carried out by the Municipality for each goal and objective (theme), heading 2 emerged. As a result, the Municipality provided services within the framework of the 2010-2022 goals and objectives using the city diplomacy activities listed in Table 2. City diplomacy activities were carried out in 9 out of 10 local service areas, with the exception of information and communication technologies. Within the intersection area, environmental themes such as green consciousness, urban pollution prevention, ecosystem, agricultural areas, quality of life, environmental protection, integrated waste management, green spaces, energy are intensively

City Diplomacy to Tackle Wicked Problems: Metropolitan Municipality of Izmir

covered. It is also likely that a similar study for different city administrations would reveal different points of intersection. For example, information and governance technologies, which have grown rapidly in importance in recent years, occupy an important position in the field of city diplomacy and are critical in the competition between cities, especially at the global level. It has been observed that the increasing digitalization and use of information and communication technologies in city diplomacy activities has a significant impact on the city's relations with other actors. Technology has become a much easier and less costly way to create communication tools that bring the city together with the outside world. This indicates the impact of city diplomacy activities on local services for the Municipality. In other words, the Municipality benefits from city diplomacy activities in particular, but not all, fields of local services.

As can be seen, the municipality carries out city diplomacy activities in the areas of governance, environment, urban protection, planning and aesthetics, urban infrastructure, social solidarity and solidarity, culture, arts and sports. The problems in these areas are characterized in the literature as wicked problems in many aspects. In Africa, for example, transparency is seen as a wicked problem due to years of widespread government corruption (Yeboah-Assiamah et al., 2021, p. 608). The informal housing problem in Delhi is characterized by conflicting and irreconcilable objectives of stakeholders such as beneficiaries, central and local governments, interest groups, think tanks, etc., and insufficient information and uncertainties. This “unstructured” nature of the problem has led to the study of informal housing as a wicked problem (Mahdi & Mazumder, 2023, p. 2). Explaining the foundational study of Rittel & Webber (1973) in the context of infrastructure, Chester & Allenby (2019, p. 5) argue that infrastructure solutions are not right or wrong, but good or bad, and that each stakeholder has a different assessment of what these terms mean in a given situation. Sam (2009, p. 500) argues that sport development has characteristics that are often attributed to wicked problems. Environmental, health and safety issues create serious technical problems, although significant efforts are being made to solve them (Bueren et al., 2003, p. 193).

Figure 1: All of IMM's City Diplomacy Activities Between 2010 and 2022

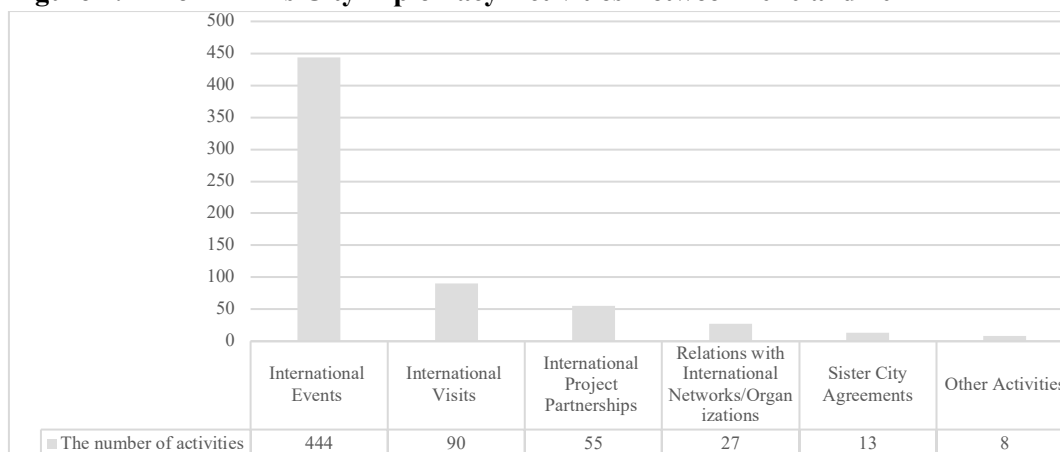
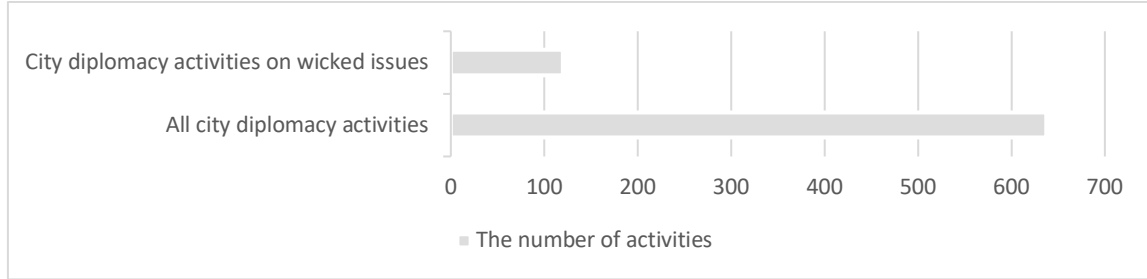


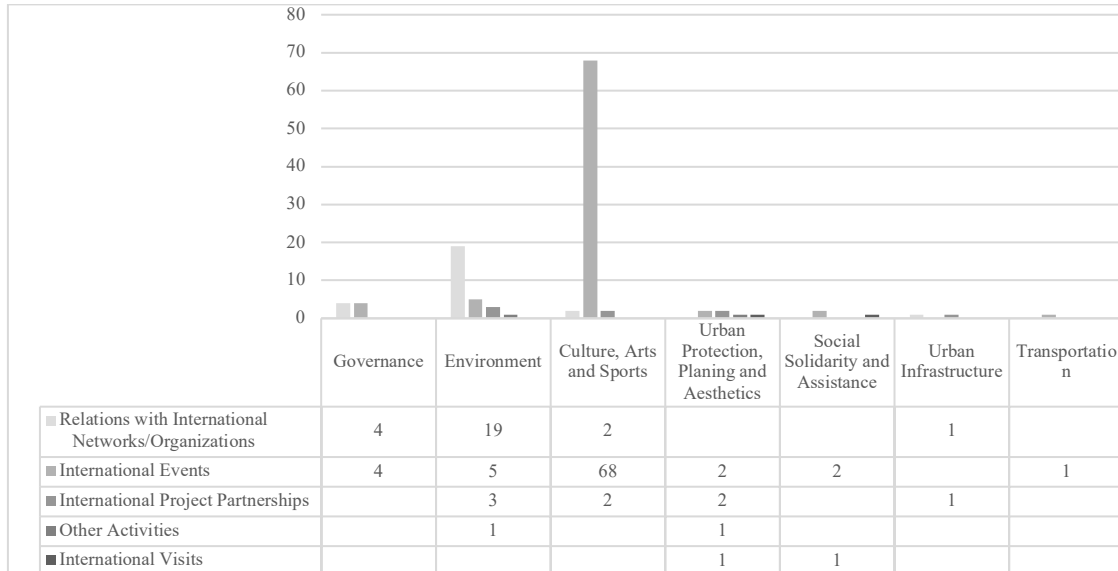
Figure 1 shows all city diplomacy activities of the municipality between 2010 and 2022. The total number of city diplomacy activities is 637. The most common type of city diplomacy activity of the municipality is international events.

Figure 2: Comparison of Number of all City Diplomacy Activities and Number of City Diplomacy Activities on Wicked Problems



Out of all IMM city diplomacy activities (637), 120 are related to the management of wicked problems. Proportionally, the share of city diplomacy activities related to wicked problems is about 20%. There are several reasons for this: (1) Not all city diplomacy activities are directly linked to a service stream identified in the study. City diplomacy activities are also carried out to improve the city’s external relations. IMM has a separate foreign relations unit within its organizational structure. The activities carried out under this unit are mostly related to the promotion and visibility of the city in the international arena. (2) The content of city diplomacy activities is not always clearly and explicitly included in the municipality’s strategic plans and activity reports. This leads to a lack of linkage of city diplomacy activities with other service areas (and wicked problems) of the municipality.

Figure 3: City Diplomacy Activities and Types of Activities Performed by IMM in Accordance with its Strategic Goals and Objectives between 2010-2022



In Figure 3, the activities that IMM has contributed to the management of wicked problems between 2010-2022 within the framework of city diplomacy and its importance in this context have been revealed. Figure 3 provides a clear list of all city diplomacy activities carried out by IMM between 2010 and 2022. In total, the Municipality has carried out 121 city diplomacy

City Diplomacy to Tackle Wicked Problems: Metropolitan Municipality of Izmir

activities for the management of wicked issues between these years. Figure 3 shows two important findings regarding the topics and types of city diplomacy activities. First, city diplomacy activities were mostly concentrated in the areas of “environment” and “culture, arts and sports”. Second, some types of city diplomacy activities were used by the Municipality more than others.

First, environmental goals are related to the sustainability of urban development, the availability of adequate infrastructure and natural resources, and are a key wicked issue area. Building environmental resilience requires preparation at the local level to understand how climate change will affect local communities and to take action to protect human well-being and the assets of diverse communities (OECD Regional Development Working Papers, 2018, p. 18). International networks and organizations are particularly prominent in the multilateral agenda on climate change. In 1992, cities were recognized as relevant stakeholders in climate-related policy debates in the “UN’s Rio Declaration on Environment and Development” (Swiney, 2020, p. 254). Climate problems have both local and global causes and impacts and therefore need to be addressed in the interaction between local and global authorities. Multilevel governance that focuses on enabling interactions between relevant levels is considered to have more potential to tackle wicked multi-scale problems (Termeer et al., 2010). Figure 3 shows that most city diplomacy activities related to the environment are carried out through relations with international networks and organizations. Apart from this, international project partnerships are effective in terms of bringing the Municipality together with various stakeholders on environmental issues, ensuring/protecting the dynamic economic structure of the city, improving management and decision-making processes and institutional capacities. International events are important in the context of policies to protect a healthy and diverse ecosystem structure, various environmental activities, and the realization of environmental information activities.

Culture, arts and sports as a wicked problem area (McKenzie, 2018; Sam, 2019) is a wicked problem area in which IMM engages in city diplomacy activities. Unlike the environment, where relationships with international networks and organizations are strong, the Municipality’s city diplomacy activities in culture, arts and sports are almost entirely international. Efforts are being made to ensure that Izmir occupies an important place on the world stage in the social, cultural and tourism fields. To this end, activities are carried out that contribute to the development of tourism, increase the number of world-class events, make the city a center of attraction, continue efforts to promote the city, and increase the number of national and international events and organizations. City diplomacy activities provide opportunities to improve relations of local governments with representatives of different countries at the international level, as well as to mobilize participation mechanisms to bring together local government units with local people and other important actors in the city. Cultural events at the international level are important organizations for foreigners in neighboring regions to get to know and mix with different cultures or to improve the city’s dialogue with its fellow citizens abroad. Izmir is a multicultural city with strong immigrant presence (Ünal, 2020). One reflection of the dynamic structure of the municipality's international relations is the strong ties between the immigrant communities and the city. The “Balkan Folk Dances Festival”, initiated by Mustafa Kemal Atatürk in 1935-1936 and reorganized by IMM in 2007, is among the municipality's most important events for the city’s immigrant population.

Besides environment, culture, arts and sports, IBB’s other areas of city diplomacy activities include urban protection, planning and urban aesthetics, social assistance and solidarity,

and urban infrastructure. Governance is related to leadership, mission, vision, adequate institutional resources, relations with institutions and organizations at different levels, participation and transparency. IMM is engaged in urban diplomacy activities in the field of governance, particularly by obtaining ratings from international rating agencies, thus providing an alternative service approach to the issue of resources in the field of governance. Urban conservation, planning and aesthetics is an area where the Municipality is further supported by international project partnerships. One of the most important city diplomacy activities in this context is the “Trilateral Cooperation in the Development of Urban Museology Project”. As a result of the project, workshops have been held in Izmir, Bologna and Lisbon, as well as other visits and observations. As a result of the project, an analysis of the current situation of the “Ahmet Pirıştina City Archive and Museum” (APIKAM) of IMM and other museums in Türkiye was carried out. The understanding of museology in Europe was compared with the understanding of museology in Türkiye and APIKAM, and different approaches for the development of urban museology were proposed with the new information obtained. The Municipality has an important activity in the field of social aid and assistance within the framework of international events: ENGELSIZMIR. Through the international ENGELSIZMIR congresses, which were organized for the first time by Izmir Metropolitan Municipality in 2013, scientific discussions on the inclusion of disabled citizens in urban life have become an incentive for the Municipality to put new ideas into practice and have been implemented through various projects (www.engelsizmir.org). In the field of urban infrastructure, the Municipality is a member of the international network “The European Association of Zoos and Aquaria” (EAZA). The relationship with EAZA is supported by advocacy activities in the field of urban infrastructure. In the context of local advocacy, networks contribute to the strengthening of city governments and highlight the struggle of cities to have a voice against other organizations. In this context, a strong city administration is gaining importance in the resilience of cities with the power to influence decisions.

Second, the types of activities most intensively undertaken by the Municipality are international networks and international events. International networks/organizations are a system of relationships through which cities can work together to address the economic, social and other challenges they face (Fontana, 2017, p. 17). International events include scientific, cultural and sporting activities at the international level, which may involve various foreign individuals and organizations. International project partnerships are an important source of investment for local government units to access international resources through partners that are difficult to access alone (Özcan, 2006, p. 15, 45). International visits allow local government representatives to get to know each other's environment and team and provide them with the opportunity to consider other opportunities (Jones & Blunt, 1999, p. 387).

Sister city relationships (and cross-border cooperation) are generally long-term strategic alliances between two cities (De Villers, 2009, p. 150) and are not included in Figure 3. The Municipality's activities within the framework of sister city agreements are included under the theme “tourism, fairs, foreign relations and local economy”, which represents the Municipality's performance in developing the field of international relations. There is no connection with other strategic goals and objectives in the Municipality's annual reports. Sister city agreements in particular are the most intensive type of city diplomacy activities. Since the 1950s, the number of sister city agreements between cities and other cities has generally increased rapidly (Zelinsky,

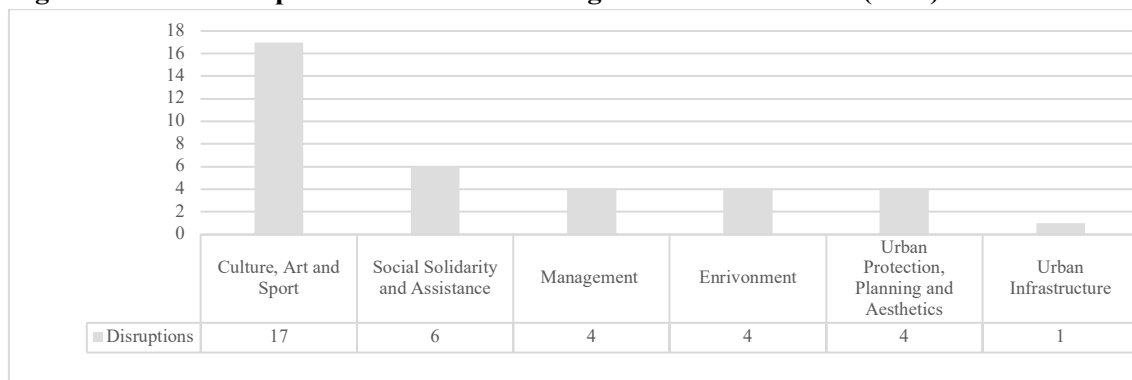
City Diplomacy to Tackle Wicked Problems: Metropolitan Municipality of Izmir

1991, p. 9). IMM has 31 twinned cities, 18 of which it has active relations with. However, the activities of the Metropolitan Municipality with the sister cities between 2010 and 2022 have mainly consisted of mutual visits and efforts to bring the cities together for various events. Regarding the Municipality's Sister Cities Agreements, although it is possible that various factors may disrupt relations with international partners depending on developments during the year (such as the Covid-19 pandemic process), the lack of prior definition of mutual goals and interests in building relations between partners is a major obstacle to an effective international cooperation strategy.

3.2. City Diplomacy Activities to Tackle the Covid-19 as a Wicked Problems

Cities are trying to address the global problem at different stages of the pandemic process. In the face of this process, in addition to their own domestic policies, one of the most important issues is their relations and cooperation efforts with various actors at the global level. The pandemic process reemphasizes the importance of these relationships. When the 2020 Annual Report of IMM was examined, it was found that many services and activities could not be realized or were suspended due to the pandemic process and the restrictions it imposed.

Figure 4: IMM Disrupted Service Areas during Covid-19 Pandemic (2022)



According to Figure 4, the disruptions experienced by IMM during the Covid-19 pandemic in 2022 were most intense in culture, arts and sports, second in social solidarity and assistance, third in management, in environment, in urban protection, planning, urban aesthetics and fourth in urban infrastructure.

The Covid-19 pandemic has affected many areas of IMM, from infrastructure to economy, from management to culture. Therefore, the Metropolitan Municipality of Izmir has carried out various activities in social, technical and many other fields in the last two years in its fight against the Covid-19 pandemic. One area that stands out among these activities is important within the framework of city diplomacy, which once again brings the role of city diplomacy activities to the forefront. IMM considers city diplomacy activities as an alternative service tool in tackling a wicked problem such as Covid-19, which has an impact in many areas. IMM's gains through city diplomacy activities in the face of the Covid-19 pandemic are threefold: "Exchange of knowledge, experience and expertise", "Provision of material and economic benefits", and "Participation in advocacy and influencing efforts". These are sharing knowledge, experience and expertise, providing economic and material benefits, and gaining a place on global agendas.

First, important global cooperation and international events that IMM organized or participated in during the pandemic have enabled the exchange of knowledge, experience and expertise among cities of different countries. Within the framework of the 6th International Izmir Business Days, while assessing the post-pandemic conditions, the Metropolitan Municipality is also working on the management of other problem areas affected by the pandemic, such as environment, health and economy, through international events such as the World Pandemic Conference, the Urban20 (U20) Mayors Summit and the UCLG Culture Summit. Taking advantage of learning opportunities, such as the exchange of information and best practices, facilitates the strengthening of the capacity to plan and address wicked problems. In addition, the exchange of knowledge, experience and expertise enables the rapid implementation and dissemination of measures to combat Covid-19. Shortly after the detection of Covid-19 in Türkiye in March 2020, IMM launched the Maskematik¹ application. Some time after the implementation of the Maskematik, EUROCITIES started to show this practice among the best practices in Europe on the “Covid News” page. Thus, in a short period of time, Izmir became an example for other cities in terms of actions that could be taken regarding the use of masks. On the other hand, a management model called “Crisis Municipalism” was developed in Izmir to provide solutions to the problems caused by the Covid-19 pandemic. In this context, a report called “Covid-19 Resilience Action Plan²” has been published, which includes measures taken to combat Covid-19. It is stated that İzmir Metropolitan Municipality aims to contribute to the fight against the global pandemic by presenting its action plan to the national and international public opinion with the Crisis Municipality and Action Plan, which is presented as an example practice on the EUROCITIES site (İzmir Metropolitan Municipality News Archive: 2020-2021; covidnews.eurocities.eu).

Second, within the framework of economic and material benefits, bilateral relationships have been realized for the supply of masks in various cities. It is known that many cities in many countries helped each other with masks during the pandemic. Izmir received financial support from the People’s Republic of China during the pandemic, which further strengthened the relations between China and Izmir (Izmir Metropolitan Municipality News Archive, 2020).

Third, city diplomacy, especially through international networks and events, draws attention to the problems facing cities and puts local issues on the global policy agenda. Culture 2030 has been an important city diplomacy activity initiated by Izmir Metropolitan Municipality to produce, develop and improve strong cultural policies in the pandemic. Culture 2030 is an international campaign led by international cultural institutions such as the International Council on Monuments and Sites (ICOMOS), UCLG, Culture Committee and Culture Action Europe (CAE), supported by the UN and signed by cultural producers from many countries. In this way, the municipality begins to concretize these discourses in their material form and envisages shaping both its agenda and itself in the process.

¹ “IMM has installed Maskematik in metro stations to facilitate citizens’ access to medical masks after the use of masks in public spaces became mandatory. After paying the fare with their Izmirim card, metro passengers can present their Izmirim cards at the Maskematik machines inside the station and receive their hygiene packs. No fee will be deducted from the Izmirim Card. The pack contains 5 masks or 4 masks with 100 milliliters of disinfectant (www.izmir.bel.tr)”.

4. CONCLUSION

Wicked problems can be managed, not solved. In this context, one of the most important strategies for managing wicked problems is collaborative approaches. With its multi-actor and multi-level structure, collaborative approaches offer a broad perspective in managing problems. City diplomacy activities can be seen as a multi-actor and multi-level approach at the micro level of local governments.

The city diplomacy activities carried out by Izmir Metropolitan Municipality over the years are not only a part of the city's promotion and marketing strategy, but also an alternative service delivery tool in the realization of the local services. The areas in which the municipality's city diplomacy activities are carried out include many issues that are considered wicked problems today, such as the environment, climate change and migration. Through its city diplomacy activities, the municipality engages in linkages that bring together different views on wicked problem areas. International project partnerships and memberships in international organizations are an important part of this. These citydiplomacy activities bring together local, regional and international actors who have an impact on city government. International project partnerships provide important sources of funding to address wicked issues. Membership in international organizations provides the municipality with links to world cities and allows cities to share their experiences quickly and easily. Izmir Metropolitan Municipality has the opportunity to come together with cities and other actors that share similar problems or characteristics to collaborate in these areas. Izmir Metropolitan Municipality's strategic goals and objectives for each period also include issues that can be considered as wicked problems. The Municipality's annual reports show that international relations are important for the Municipality not only in terms of recognition, but also as a service delivery method to address wicked local policy areas. In the municipality's wicked problem areas, city diplomacy contributes to the development of collaborative solutions. On the other hand, the recent Covid-19 pandemic is a difficult area for local governments to define. Izmir Metropolitan Municipality, like other world cities, faced these problems suddenly and unexpectedly. As a result, disruptions occurred in various service areas of the municipality. Izmir Metropolitan Municipality's city diplomacy activities have been effective in developing the city government's ability to act practically and quickly with other relevant actors in the face of sudden and unexpected problems such as Covid-19.

As can be seen, there are several reasons why city diplomacy activities can be described as an effective tool in addressing wicked problems. The effective use of city diplomacy depends on how municipalities evaluate this area. It is an effective way for municipalities to carry out city diplomacy activities in a well-planned and organized manner. It is important for municipalities to determine their goals in advance when carrying out city diplomacy activities. When dealing with a wicked problem like climate change and migration, a cost-benefit analysis should be made when choosing the type of cooperation the municipality will establish and the partner(s) it will engage with.

REFERENCES

- Acuto, M., Kosovac, A., & Hartley, K. (2021). City diplomacy: another generational shift?. *Diplomatica*, 3(1), 137-146.
- Acuto, M. & Rayner, S. (2016). City networks: breaking gridlocks on forging (new) lock ins?. *International Affairs*, 92(5), 1147-1166.

- Berse, K. (2019). International local cooperation. *Global Encyclopedia of Public Administration Public Policy and Governance*, 1-7.
- Bueren, E. M., Klijn, E. H. & Koppenjan, J. F. M. (2003). Dealing with problems in networks: analyzing an environmental debate from a network perspective. *Journal of Public Administration Research and Theory*, 13(2), 193-212.
- Bulkeley, H. (2005). Reconfiguring environmental governance: towards a politics of scales and networks. *Political Geography*, 24, 875-902.
- Coyne, R. (2005). Wicked problems revisited. *Design Studies*, 26(1), 5-17.
- Curtis, S. & Acuto, M. (2018). The foreign policy of cities. *The RUSI Journal*, 163(6), 8- 17.
- Chan, D. K. H. (2016). City diplomacy and “glocal” governance: revitalizing cosmopolitan democracy. *Innovation: The European Journal of Social Science Research*, 29(2), 134-160.
- Chester, M. V., & Allenby, B. (2019). Infrastructure as a wicked complex process. *Elem Sci Anth*, 7, 21.
- De Villers, J. C. (2009). Success factors and the city to city partnership management process - from strategy to alliance capability. *Habitat International*, 33(2), 149-156.
- Duchacek, I. D. (1984). The international dimension of subnational self government. *Publius: The Journal of Federalism*, 14(4), 15-31.
- ENGELSİZMİR (n.d.). Retrieved September 13, 2021 from <http://www.engelsizmir.org-tr-bahceterapicalistayhaber-3070-3125>.
- Erdem, N. & Ersavaş Kavanoz, S. (2021). Türkiye’de yerel diplomasi yönetiminin gelişimi üzerine bir araştırma. *Kent ve Çevre Araştırmaları Dergisi*, 3(1), 28-49.
- Ersavaş Kavanoz, S. (2021). Karmaşık sorunlarla mücadelede iş birlikçi yönetim ve aktörler, S. Ersavaş Kavanoz, A. Uzun & H. Şengün (Eds.), *karmaşık sorunlar ve kent* (pp. 35-50). Ankara: Astana Yayınları.
- EUROCITIES (n.d.). Live Updates COVID-19 European Cities Respond to the Coronavirus Crisis. Retrieved September 13, 2021 from <https://covidnews.eurocities.eu->
- Fairbrass, J., & Jordan, A. (2001). Protecting biodiversity in the European Union: National barriers and European opportunities?. *Journal of European Public Policy*, 8(4), 499-518.
- Ferlie, E., Fitzgerald, L., McGivern, G., Dopson, S., & Bennett, C. (2011). Public policy networks and ‘wicked problems’: a nascent solution?. *Public Administration*, 89(2), 307-324.
- Fontana, F. (2017). *City networking in urban strategic planning, city networks*. Springer: Cham.
- Hafner-Burton, E. M., Kahler, M., & Montgomery, A. H. (2009). *Network analysis for international relations*. *International Organization*, 63(3), 559-592.
- Head, B. W. (2008). Wicked problems in public policy. *Public Policy*, 3(2), 101-118.
- Head, B. W. (2022). *Wicked problems in public policy: understanding and responding to complex challenges*. Springer Nature.
- İzmir Büyükşehir Belediyesi (2010). İzmir Büyükşehir Belediyesi Faaliyet Raporu Retrieved September 13, 2021 from [file:///C:/Users/Nisa/Downloads/24.12.2013%2013_50_13_2010-FAALİYET-RAPORU%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/Nisa/Downloads/24.12.2013%2013_50_13_2010-FAALİYET-RAPORU%20(1).pdf).
- İzmir Büyükşehir Belediyesi (2011). İzmir Büyükşehir Belediyesi Faaliyet Raporu Retrieved September 13, 2021 from <file:///C:/Users/Nisa/Downloads/2011FaaliyetRaporu.pdf>.

City Diplomacy to Tackle Wicked Problems: Metropolitan Municipality of Izmir

- İzmir Büyükşehir Belediyesi (2012). İzmir Büyükşehir Belediyesi Faaliyet Raporu Retrieved September 13, 2021 from file:///C:/Users/Nisa/Downloads/2012FAALİYETRAPORU%20(1).pdf.
- İzmir Büyükşehir Belediyesi (2013). İzmir Büyükşehir Belediyesi Faaliyet Raporu Retrieved September 13, 2021 from file:///C:/Users/Nisa/Downloads/14.5.2014%2015_57_34_2013_FaaliyetRaporu.pdf.
- İzmir Büyükşehir Belediyesi (2014). İzmir Büyükşehir Belediyesi Faaliyet Raporu Retrieved September 13, 2021 from file:///C:/Users/Nisa/Downloads/14.5.2014%2015_57_34_2013_FaaliyetRaporu.pdf.
- İzmir Büyükşehir Belediyesi (2015). İzmir Büyükşehir Belediyesi Faaliyet Raporu Retrieved September 13, 2021 from file:///C:/Users/Nisa/Downloads/14.5.2014%2015_57_34_2013_FaaliyetRaporu.pdf.
- İzmir Büyükşehir Belediyesi (2016). İzmir Büyükşehir Belediyesi Faaliyet Raporu Retrieved September 13, 2021 from file:///C:/Users/Nisa/Downloads/FaaliyetRaporu_2016.pdf.
- İzmir Büyükşehir Belediyesi (2017). İzmir Büyükşehir Belediyesi Faaliyet Raporu Retrieved September 13, 2021 from file:///C:/Users/Nisa/Downloads/43_24042018_032740_2017-yili-faaliyet-raporu.pdf.
- İzmir Büyükşehir Belediyesi (2018). İzmir Büyükşehir Belediyesi Faaliyet Raporu Retrieved September 13, 2021 from file:///C:/Users/Nisa/Downloads/43_03052019_022539_2018-yili-faaliyet-raporu%20(2).pdf.
- İzmir Büyükşehir Belediyesi (2019). İzmir Büyükşehir Belediyesi Faaliyet Raporu Retrieved September 13, 2021 from file:///C:/Users/Nisa/Downloads/2019FaaliyetRaporu_web.pdf.
- İzmir Büyükşehir Belediyesi (2020). İzmir Büyükşehir Belediyesi Faaliyet Raporu Retrieved September 13, 2021 from file:///C:/Users/Nisa/Downloads/43_30042021_044242_2020_faaliyet-raporu.pdf%20(2).pdf.
- İzmir Büyükşehir Belediyesi (2021). İzmir Büyükşehir Belediyesi Faaliyet Raporu Retrieved February 13, 2021 from file:///C:/Users/acer/Downloads/43_29042022_120114_29042022111147186_1.pdf.pdf.
- İzmir Büyükşehir Belediyesi (2022). İzmir Büyükşehir Belediyesi Faaliyet Raporu Retrieved February 13, 2021 from file:///C:/Users/acer/Downloads/43_24052023_111140_%20(3).pdf.
- İzmir Büyükşehir Belediyesi (2020-2021). İzmir Büyükşehir Belediyesi Haber Arşivi. Retrieved September 13, 2021 from <https://www.izmir.bel.tr/tr/HaberArsivi/157>.
- İzmir Büyükşehir Belediyesi (2006-2017). İzmir Büyükşehir Belediyesi Stratejik Planı. Retrieved September 13, 2021 from https://www.izmir.bel.tr/CKYuklenen/eskisite/file/23_12_2013%2016_23_16_ibt_strat_ejik_plan.pdf.
- İzmir Büyükşehir Belediyesi (2010-2017). İzmir Büyükşehir Belediyesi Stratejik Planı. Retrieved September 13, 2021 from https://www.izmir.bel.tr/CKYuklenen/eskisite/file/23_12_2013%2016_30_30_2010-2017straplanMyeni.pdf.

- İzmir Büyükşehir Belediyesi (2015-2019). İzmir Büyükşehir Belediyesi Stratejik Planı. Retrieved September 13, 2021 from https://www.izmir.bel.tr/CKYuklenen/eskisite/file/MALI_HIZMETLER/2015_19StratejikPlan_web.pdf.
- İzmir Büyükşehir Belediyesi (2020-2024). İzmir Büyükşehir Belediyesi Stratejik Planı. Retrieved September 13, 2021 from https://www.izmir.bel.tr/CKYuklenen/Dokumanlar_2020/Stratejik%20Plan2024.pdf.
- Jones M. L. & Blunt, P. (1999). Twinning' as a method of sustainable institutional capacity building. *Public Administration and Development*, 19(4), 381-402.
- Leonardi, A. P. (2021). Local governments on the global stage. Territorial non-state actors, city diplomacy and international legal order (s). *Ordine Internazionale e Diritti Umani*, (2), 400-421.
- Mahdi, Z., & Mazumder, T. N. (2023). Re-examining the informal housing problem in Delhi: A wicked problem perspective. *Cities*, 140, 104419.
- McKenzie, P. (2018). Culture as a wicked problem. Retrieved September 13, 2021 from <https://medium.com/@PhilipLeslie/culture-as-a-wicked-problem-677042c7996e>.
- OECD (n.d). Regional development working papers indicators for resilient cities. Retrieved September 13, 2021 from <https://www.oecd-ilibrary.org/docserver/6f1f6065-en.pdf?expires=1642592339&id=id&accname=guest&checksum=7E32C6313C21F1F63C1888CFC210C327>.
- Özcan, Ü. (2006). Yerel yönetimler arasında ortaklıklar ve kardeş şehir ilişkileri el kitabı. Retrieved September 13, 2021 from http://www.daturk.com/docs/siyasi/Kardes_Sehir_El_Kitabi_Son_Hali.pdf.
- Pipa, A. F. & Bouchet, M. (2020a). How to make the most of city diplomacy in the covid-19 era. Retrieved September 13, 2021 from <https://www.brookings.edu/blog-up-front-2020-08-06-how-to-make-the-most-of-city-diplomacy-in-the-covid-19-era/>.
- Pipa, Anthony, F. & Bouchet, Max (2020b). Multilateralism restored? city diplomacy in the covid-19 er. *The Hague Journal of Diplomacy*, 15, 599-610.
- Rittel, H. W. J. & Webber, M. (1973). Dilemmas in a general theory of planning. *Political Sciences*, 4, 155-169.
- Roberts, N. (2000). Wicked problems and network approaches to resolution. *International Public Management Review*, 1(1), 1-19.
- Rudakowska, A. & Simon, C. (2020). International city cooperation in the fight against covid-19: behind the scenes security providers. *Global Policy*, 1-14.
- Sam, M. P. (2009). The public management of sport wicked problems, challenges and dilemmas. *Public Management Review*, 11(4).
- Solarczyk, A. (2020). Chinese sister city sending masks to fort wayne. Retrieved September 13, 2021 from <https://www.wane.com/news/localnews/chinese/sister/city/sending/masksto/fort/wayne/>.
- Swiney, C. (2020). The urbanization of international law and international relations. *The Rising Soft Power of Cities in Global Governance*, 41, 227-278.
- Termeer, C.J.A.M., Dewulf, A. & Lieshout, M.V. (2010). Disentangling scale approaches in governance research: comparing monocentric, multilevel, and adaptive governance. *Ecology and Society*, 15(4), 29.

City Diplomacy to Tackle Wicked Problems: Metropolitan Municipality of Izmir

- Uzun, A. (2020a). Bir araştırma nesnesi olarak habit sorunlar ve kamu yönetimi disiplini. *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 15(2), 663-676.
- Uzun, A. (2020b). Kötü huylu problem perspektifinden covid-19 pandemisi ile mücadele stratejileri: teorik ve pratik bir analiz. *Electronic Turkish Studies*, 15(4).
- Ünal, Ç. (2020). İzmir'in göç analizi (2008-2018). *Doğu Coğrafya Dergisi*, 25(43), 195-208.
- Van der Pluijm, R. & Melissen, J. (2007). City diplomacy: the expanding role of cities in international relations. *The Netherlands Institute of International Relations Clingendael*. http://www.clingendael.nl/publications/2007/20070400_cdsp_paper_pluijm.pdf.
- Visitİzmir (n.d.). Retrieved September 13, 2021 from <https://www.visitizmir.org/>.
- Weber E. P. & Khademian, A. M. (2008). Wicked problems, knowledge, challenge and collaborative capacity builders in network settings. *Public Administration Review*, 334-349.
- Yeboah-Assiamah, E., Damoah, C. M., & Bawole, J. N. (2021). Open innovation systems and public policy in Africa: setting new boundaries against wicked problems. Routledge: Handbook of Public Policy in Africa.
- Zelinsky, W. (1991). The twinning of the world: sister cities in geographic and historical perspective. *Annals of Association of American Geographers*, 81(11), 1-31.

Atıf/Citation:

Dağdeviren, A. (2024). İstanbul'da Faaliyet Gösteren Dört ve Beş Yıldızlı Otellerin Mutfak Çalışanlarının Hijyen Algıları. *Dokuz Eylül Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi*, 25(1): 89-110.
<https://doi.org/10.24889/ife.1415672>

İSTANBUL'DA FAALİYET GÖSTEREN DÖRT VE BEŞ YILDIZLI OTELLERİN MUTFAK ÇALIŞANLARININ HİJYEN ALGILARI*

Ayhan DAĞDEVİREN**

ÖZ

Bu araştırmanın amacı, İstanbul'da faaliyet gösteren dört ve beş yıldızlı otellerin mutfak çalışanlarının hijyen algılarını belirlemek ve sosyodemografik özelliklerine göre hijyen algılarının istatistiki olarak anlamlı farklılık gösterip göstermediğini incelemektir. Bu kapsamda İstanbul'da faaliyet gösteren ikisi dört yıldızlı ve üçü beş yıldızlı olmak üzere toplam beş otelin 150 mutfak çalışanına 09-30 Haziran 2023 tarihleri arasında yüz yüze anket uygulanmıştır. Anketlerden elde edilen verilerin analiz edilmesinde istatistiksel paket programdan yararlanılmıştır. Ölçeğin güvenilirliğinin test edilmesinin ardından tanımlayıcı istatistiklerle sosyodemografik özelliklerin frekans ve yüzde değerleri ile ifadelerin Likert ölçeğine göre ortalamaları belirlenmiştir. İki bağımsız grup arasında farklılık olup olmadığı bağımsız örneklem t testi, ikiden fazla bağımsız grup arasında farklılık olup olmadığı ise bağımsız örneklem tek yönlü varyans analizi (tek yönlü ANOVA) ile incelenmiştir. Araştırma sonucunda otel mutfak çalışanlarının cinsiyetlerine göre kişisel hijyen, mutfak ve ekipman hijyeni ve genel hijyen algılarının, yaş gruplarına göre sadece kişisel hijyen algısının, eğitim durumlarına göre hijyen algılarının tümünün, iş tecrübelerine göre gıda hijyeni, kişisel hijyen ve genel hijyen algılarının istatistiki olarak anlamlı farklılık gösterdiği görülmüştür. Diğer taraftan araştırma sonucunda otel mutfak çalışanlarının medeni durumlarına göre hijyen algılarının hiçbirinin istatistiki olarak anlamlı farklılık göstermediği tespit edilmiştir. Odağında hijyen bulunan bu araştırma, İstanbul ilinde bulunan otelleri kapsamına alması ve Covid-19 pandemisini tecrübe edinen, müşteri memnuniyeti ve sadakati oluşturmada önemli bir görev üstlenen otel mutfak çalışanları üzerinde yapılması ile turizm literatürüne önemli bir katkı sunmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Otel Mutfağı, Mutfak Çalışanları, Hijyen Algısı, İstanbul Otelleri.
JEL Sınıflandırması: L83, L84.

HYGIENE PERCEPTIONS OF KITCHEN EMPLOYEES OF FOUR AND FIVE STAR HOTELS OPERATING IN ISTANBUL

ABSTRACT

The aim of this research is to determine the hygiene perceptions of kitchen employees of four and five-star hotels operating in Istanbul and to examine whether hygiene perceptions show statistically significant differences according to their sociodemographic characteristics. In this context, a face-to-face questionnaire was administered to 150 kitchen employees of a total of five hotels operating in Istanbul, two four-star and three five-star hotels, between June 09-30, 2023. Statistical package program was used to analyze the data obtained from the questionnaires. After testing the reliability of the scale, the frequency and percentage values of sociodemographic characteristics and the means of the statements according to the Likert scale were determined with descriptive statistics. The difference between two independent groups was analyzed by independent samples t-test, and the difference between more than two independent groups was analyzed by independent samples one-way analysis of variance (one-way ANOVA). As a result of the research, it was seen that the perceptions of personal hygiene, kitchen and equipment hygiene and general hygiene of hotel kitchen employees according to their gender, only personal hygiene perception according to their age groups, all hygiene perceptions according to their educational status, food hygiene, personal hygiene and general hygiene perceptions according to their work experience showed statistically significant differences. On the other hand, as a result of the research, it was determined that none of the hygiene perceptions of hotel kitchen employees according to their marital status showed a statistically significant difference. This research, which focuses on hygiene, makes a significant contribution to the tourism literature by including hotels in Istanbul and being

* Bu çalışmanın Beşerî Bilimler Etik Standartlarına uygunluğu Çankırı Karatekin Üniversitesi Fen, Matematik ve Sosyal Bilimler Etik Kurulu tarafından değerlendirilmiş ve 16.04.2020 tarih ve 14 nolu toplantı ile onaylanmıştır.

** Doç. Dr., Çankırı Karatekin Üniversitesi, İlgaz Turizm ve Otelcilik Yüksekokulu, Turizm İşletmeciliği Bölümü, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, Çankırı, Türkiye. E-posta: ayhandagdeviren@karatekin.edu.tr, <https://orcid.org/0000-0003-0004-8007>

İstanbul'da Faaliyet Gösteren Dört ve Beş Yıldızlı Otellerin Mutfak Çalışanlarının Hijyen Algıları

conducted on hotel kitchen employees who have experienced the Covid-19 pandemic and have an important role in creating customer satisfaction and loyalty.

Keywords: Hotel Kitchen, Kitchen Employees, Hygiene Perception, Istanbul Hotels.

JEL Classification: L83, L84.

1. GİRİŞ

Yeterli miktarda güvenli ve besleyici gıdaya erişim, yaşamı sürdürmenin ve sağlığı geliştirmenin anahtarıdır. Zararlı bakteriler, virüsler, parazitler veya kimyasal maddeler içeren güvenli olmayan gıdalar, ishalden kansere kadar 200'den fazla hastalığa neden olmaktadır. Dünya çapında tahminen 600 milyon kişi (neredeyse 10 kişiden 1'i) kirlenmiş gıdaları yedikten sonra hastalanmaktadır. Bu durum, 420.000 ölüm ve 33 milyon sağlıklı yaşam yılı kaybı demektir. Gıda kaynaklı hastalık yükünün %40'ını ise 5 yaşın altındaki çocuklar taşımakta ve her yıl 125.000 kişi hayatını kaybetmektedir (Dünya Sağlık Örgütü, 2022). Avrupa Gıda Güvenliği Otoritesi (2023) verilerine göre Avrupa Birliği ülkelerinde 2022 yılında gıda kaynaklı toplam 5.763 salgın meydana gelmiştir ve bu, bir önceki yıla kıyasla salgınların %44 oranında arttığını göstermektedir. Hastalık Kontrol ve Önleme Merkezleri (2023) verileri ise gıda kaynaklı hastalıkların her yıl 6 Amerikalıdan 1'ini (veya yaklaşık 48 milyon kişiyi) etkileyerek 128.000 hastaneye yatış ve 3.000 ölümle sonuçlandığını ortaya koymaktadır.

Birçok farklı faktör, gıda kaynaklı enfeksiyonlara ve salgınlara neden olabilmektedir. Gıda kaynaklı hastalıklar için yüksek risk faktörleri; güvenli olmayan kaynaklardan gelen gıdalar, kötü kişisel hijyen, yetersiz pişirme, uygun olmayan bekletme süreleri ve sıcaklıklar ile çapraz bulaşmadır. Mutfak çalışanlarının gıda güvenliğine ilişkin bilgi eksikliği, gıda hazırlama sırasında gıda kaynaklı patojenlerin halka bulaşmasına yol açabilmektedir (DeBess, Pippert, Angulo ve Cieslak, 2009, s. 329; Pichler, Ziegler, Aldrian ve Allerberger, 2014, s. 33-34). Bunun yanında kentleşme ve tüketici alışkanlıklarındaki değişiklikler, halka açık yerlerde hazırlanan yiyecekleri satın alan ve yiyen insanların sayısını artırmıştır. Küreselleşme, daha geniş çeşitlilikte gıdalara yönelik artan tüketici talebini tetiklemiş, bu da giderek daha karmaşık ve daha uzun bir küresel gıda zincirine yol açmıştır. Ayrıca iklim değişikliğinin gıda güvenliğini etkileyeceği tahmin edilmektedir. Bu zorluklar, gıda güvenliğini sağlama konusunda gıda üreticilerine / çalışanlarına daha fazla sorumluluk yüklemektedir (Dünya Sağlık Örgütü, 2022).

Hijyen ve sanitasyon koşulları, konukların yiyecek ve içecek hizmeti veren işletmeleri tercih etmelerinde önemli bir etkiye sahiptir (Buyruk ve Şahin, 2002, s. 78). Şöyle ki yapılan araştırmalar, konukların yiyecek ve içecek hizmeti veren işletmeleri tercih ederken bu koşullara özellikle dikkat ettiklerini göstermektedir. Örneğin; Fatimah, Boo, Sambasivan ve Salleh'in (2011, s. 38) yaptığı araştırma sonuçları, gıda hijyeninin tüketicilerin bir yemek mekânını seçerken göz önünde bulundurdıkları ilk üç husustan biri olduğunu ortaya koymuştur. Bunun yanında Aksoydan (2007), akademik personel üzerinde yaptığı araştırma sonucunda personelin dışarıdaki yemek ünitelerini tercih etmelerinde başta temizlik olmak üzere restorani, yiyecekleri, yemek pişirme ve servis takımlarını, servis personelini, tuvaleti, lavaboyu ve mutfağı içine alan hijyen koşullarının etkili olduğunu tespit etmiştir. Öyleyse yiyecek-içecek departmanlarında çalışanların hijyeni sağlama yolunda bilgili ve dikkatli olması bir gerekliliktir. Hijyeni sağlama yolunda üzerinde asıl durulması gereken konulardan birisi de yiyecek-içecek departmanlarında çalışanların hijyeni nasıl algıladıklarıdır (Buyruk ve Şahin, 2002, s. 78). Diğer taraftan hijyen ve gıda güvenliği, günümüzde oteller açısından en önemli konuların başında gelmektedir.

Gıdaların görüntüsü, lezzeti ve sunumu ne kadar iyi olursa olsun, eğer müşteriye gıda güvenliğinden yoksun ürünler sunuluyorsa verilen hizmet, kalite yönünden eksiktir. Hijyen bakımından sorunlu gıdaların otel müşterilerine sunulması onların sağlıklarının tehlikeye sokulmasının memnuniyetlerini olumsuz yönde etkileyeceği açıktır (Hacıoğlu ve Girgin, 2008, s. 295).

Literatür incelendiğinde Türkiye'nin farklı illerinde hijyen ve gıda güvenliği ile ilgili otel mutfak çalışanları üzerinde çeşitli araştırmalar (örneğin; Buyruk ve Şahin, 2002; Sanlier, Cömert ve Durlu-Özkaya, 2010; Ünlüönen ve Cömert, 2013; Onurlar, 2020; Gün ve Kendirci, 2021; Aydoğan ve Erol, 2023) yapıldığı görülmektedir. Bununla birlikte literatürde İstanbul ilini kapsamına alan az sayıda araştırmaya (örneğin; Bayram ve Ersoy, 2020; Tuncer ve Akoğlu, 2020) rastlanmaktadır. Bu bağlamda araştırmada İstanbul'da faaliyet gösteren dört ve beş yıldızlı otellerin mutfak çalışanlarının hijyen algılarını belirlemek ve sosyodemografik özelliklerine göre hijyen algılarının istatistiki olarak anlamlı farklılık gösterip göstermediğini ortaya koymak amaçlanmaktadır. Bu amaç çerçevesinde araştırmada şu sorulara yanıt aranmıştır:

1. Mutfak çalışanlarının cinsiyetlerine göre hijyen (gıda hijyeni, kişisel hijyen, mutfak ve ekipman hijyeni, genel hijyen) algıları istatistiki olarak anlamlı farklılık göstermekte midir?
2. Mutfak çalışanlarının yaş gruplarına göre hijyen (gıda hijyeni, kişisel hijyen, mutfak ve ekipman hijyeni, genel hijyen) algıları istatistiki olarak anlamlı farklılık göstermekte midir?
3. Mutfak çalışanlarının medeni durumlarına göre hijyen (gıda hijyeni, kişisel hijyen, mutfak ve ekipman hijyeni, genel hijyen) algıları istatistiki olarak anlamlı farklılık göstermekte midir?
4. Mutfak çalışanlarının eğitim durumlarına göre hijyen (gıda hijyeni, kişisel hijyen, mutfak ve ekipman hijyeni, genel hijyen) algıları istatistiki olarak anlamlı farklılık göstermekte midir?
5. Mutfak çalışanlarının iş tecrübesine göre hijyen (gıda hijyeni, kişisel hijyen, mutfak ve ekipman hijyeni, genel hijyen) algıları istatistiki olarak anlamlı farklılık göstermekte midir?

Odağında hijyen bulunan bu araştırma, İstanbul ilinde bulunan otelleri kapsamına alması ve Covid-19 pandemisini tecrübe edinen, müşteri memnuniyeti ve sadakati oluşturmada önemli bir görev üstlenen otel mutfak çalışanları üzerinde yapılması ile turizm literatürüne önemli bir katkı sunacaktır.

2. LİTERATÜR İNCELEMESİ

2.1. Hijyen Kavramı ve Otel Mutfaklarında Hijyen

Yunan mitolojisinde tıp tanrısı olan Aesklepios'un sağlığın korunması ve hastalıkların önlenmesinden sorumlu kızı Hygieia'dan gelen hijyen (Harris, 1997, s. 176), sağlığın korunmasına ve hastalıkların yayılmasının önlenmesine yardımcı olan koşullar ve uygulamalardır (Dünya Sağlık Örgütü, 2023). Hijyen, müşterinin bir firma hakkındaki ilk izleniminin önemli sonuçlar doğurduğu hizmet ortamında özellikle önemlidir. Özellikle otel müşterileri, otelin mal ve hizmetleriyle ilgili kısa süreli deneyimler yaşadıkları ve bu mal ve hizmetlere karşı anlık tepkiler geliştirdikleri için otel mal ve hizmetlerine ilişkin hijyenin

İstanbul'da Faaliyet Gösteren Dört ve Beş Yıldızlı Otellerin Mutfak Çalışanlarının Hijyen Algıları

müşteri memnuniyeti, algılanan hizmet kalitesi ve tekrar ziyaret niyeti gibi otel merkezli müşteri davranışlarını belirlemede kilit bir faktör olduğu söylenebilir (Yu, Seo ve Hyun, 2021, s. 2).

Oteller, barındırdıkları insan sayısı çokluğu nedeniyle enfeksiyon riskiyle karşı karşıya kalınan yerlerdendir. Bu nedenle patojen mikroorganizmalar otellerde tüm yüzeylerde değişik risk oranlarında bulunabilir. Eğer gerekli hijyen önlemleri alınmazsa oteller, insanlar arasında hastalık iletimi için bir merkez haline gelebilir. Otellerde sunulan hizmetlerin önemli bir parçasını hiç kuşkusuz, mutfak hizmetleri oluşturmaktadır (Duranoğlu, Yıldırım ve Koyuncu, 2008, s. 1075-1076). Otel mutfakları açısından değerlendirildiğinde hijyen; gıdaların satın alınması, teslim alınması, depolanması, üretime hazırlanması, pişirilmesi ve servis edilmesi sırasında konukların sağlıklarının düşünülerek gıda güvenliğinin sağlanmasıdır. Otel mutfaklarında hijyen; “mutfak çalışanlarının kişisel hijyeni”, “mutfak araç gereci ve çalışma alanlarının hijyeni” ve “gıda hijyeni” olmak üzere üç ana başlık altında toplanabilir (Aktaş ve Özdemir, 2012, s. 243, 249).

Mutfak çalışanlarının kişisel hijyeni, gıda güvenliğini sağlamaya yönelik herhangi bir önleme programının esas parçasını oluşturur (Başer, Abubakirova, Şanlıer ve Çil, 2016, s. 25). Kişisel temizliğini iyi bir şekilde devam ettirmeyen, belirli hastalıklara veya durumlara sahip olan veya uygunsuz davranan kişiler, gıdaları kirletebilir ve gıda yoluyla tüketicilere hastalık bulaştırabilir. Mutfakta kişisel hijyen ile gıdayla doğrudan veya dolaylı olarak temas eden kişilerin uygun bir şekilde kişisel sağlığını muhafaza etmesini, kişisel temizliğini devam ettirmesini ve davranmasını / iş görmesini sağlamak amaçlanır (Birleşmiş Milletler Gıda ve Tarım Örgütü ve Dünya Sağlık Örgütü, 2023, s. 21). Kişisel hijyen uygulamalarının başında el hijyeni gelmektedir. El hijyenini sağlamada en önemli faktör, ellerin doğru ve düzenli bir şekilde yıkanmasıdır. Birçok araştırma, elleri bu şekilde yıkamanın pek çok hastalığın yayılmasını önlemede en önemli yöntem olduğu üzerinde durmaktadır (Kınacı ve Çetiner, 2013, s. 22). Mutfak personelinin insan sağlığı açısından önemli sorumlulukları vardır. Personelin sağlıklı olması kadar besinle uğraşırken oluşabilecek tehlikeleri de bilmesi gerekmektedir. Personel hijyeninde kaliteyi sağlamak, personelin eğitimi ile personele sağlanan koşulların yeterli olmasıyla ilişkilidir (Şanlıer ve Tunç Hussein, 2008, s. 462).

Otel mutfaklarında çalışanların kişisel hijyeni kadar mutfak alanı ile araç gereç hijyeni de bir gerekliliktir. Ancak bu hijyen, sanitasyon kurallarına uygun şekilde yapılmalıdır (Aktaş ve Özdemir, 2012, s. 255). Diğer bir ifade ile bu hijyenin sağlanmasında araç ve gereç üzerinde bulunan sağlığa zararlı mikroorganizmaların güvenli bir düzeye düşürülmesi için ısı veya kimyasal madde kullanımını gerektiren süreç kurallarına uygun hareket edilmelidir (Sökmen, 2011, s. 51).

Otel mutfaklarında personel hijyeni ve mutfak hijyeni sağlanmış olsa da gıdaların mikroorganizmalarla kirlenme riski hâlâ devam etmektedir. Gıda hijyeni, gıda zincirinin tüm aşamalarında gıdanın güvenliğini ve uygunluğunu sağlamak için gerekli tüm koşullar ve önlemleri ifade etmektedir. Gıda malzemelerinin mutfakta bulunduğu süreler içerisinde yapılan gıda hijyeninin mikroorganizmaların mutfaka girmesini engellemek, mikroorganizmaların yayılmalarını engellemek, mikroorganizmaların çoğalmalarını engellemek ve mikroorganizmaları yok etmek şeklinde dört temel amacı bulunmaktadır (Aktaş ve Özdemir: 2012, s. 259; Birleşmiş Milletler Gıda ve Tarım Örgütü ve Dünya Sağlık Örgütü, 2023, s. 7).

2.2. Konuyla İlgili Yapılan Araştırmalar

Literatürde konuyla ilgili yapılmış birçok araştırmaya rastlamak mümkündür; ancak aşağıda bu araştırmada kullanılan değişkenler dikkate alınarak bazı araştırmalara yer verilecektir.

Buyruk ve Şahin (2002), yiyecek içecek departmanlarında çalışan personelin hijyen algıları arasında fark olup olmadığını belirlemek amacıyla Nevşehir'deki 4 ve 5 yıldızlı 10 otelin yiyecek içecek departmanında görev yapan 90 kişiden geçerli veri elde ettikleri araştırmalarının sonucunda genel eğitim durumuna ve sektörde çalışılan yıla göre personelin hijyen algıları arasında istatistiki olarak anlamlı farklılık olmadığını tespit etmişlerdir.

Sanlier vd. (2010), Türkiye'deki otellerin yiyecek ve içecek departmanlarında çalışan personelin gıda güvenliği konusundaki algılarını belirlemek amacıyla Ankara'daki yedi otelin 522 mutfak çalışanı üzerinde "mutfak ve ekipman hijyeni", "kişisel hijyen", "gıda hijyeni" ve "genel hijyen" değişkenlerini kullanarak bir araştırma yapmışlardır. Yaptıkları araştırmalarının sonucunda araştırmacılar; eğitim durumlarına göre personelin mutfak ve ekipman hijyeni, kişisel hijyeni, gıda hijyeni ve genel hijyen algı puanlarında; iş tecrübesine göre mutfak ve ekipman hijyeni, gıda hijyeni ve genel hijyen algı puanlarında istatistiki olarak anlamlı farklılık tespit etmişlerdir ($p < 0,05$). Öte yandan, cinsiyet ve yaş gruplarına göre personelin hijyen algı puanlarında istatistiki olarak anlamlı farklılık tespit edememişlerdir ($p > 0,05$).

Ünlüönen ve Cömert (2013), Ankara'da bulunan dört ve beş yıldızlı otel mutfak çalışanlarının personel hijyeni ile ilgili bilgi düzeylerini ve uygulamalarını ortaya koymak amacıyla toplam 17 oteldeki 301 mutfak çalışanı üzerinde yaptıkları araştırmalarının sonucunda personel hijyen algı puanlarının yaş grubuna, cinsiyete, eğitim düzeyine göre istatistiki olarak anlamlı farklılık göstermediğini ($p > 0,05$), çalışma süresine göre istatistiki olarak anlamlı farklılık gösterdiğini ($p < 0,05$) saptamışlardır.

Pichler vd. (2014), Avusturya'nın Viyana kentindeki gıda işleyicilerinin gıda güvenliği konusundaki en önemli bilgi eksikliklerini tespit etmek ve restoranlar ile catering işletmelerinde çalışan gıda işleyicileri arasındaki bilgi düzeyleri arasındaki olası farklılıkları belirlemek için 234 gıda işleyicisi üzerinde bir araştırma yapmışlardır. Yaptıkları bu araştırmanın sonucunda araştırmacılar; restoran işletmelerinde cinsiyet, yaş ve iş tecrübesine göre istatistiki olarak anlamlı farklılık olmadığını ($p > 0,05$), eğitime göre istatistiki olarak anlamlı farklılık olduğunu ($p < 0,05$), catering işletmelerinde cinsiyete göre istatistiki olarak anlamlı farklılık olmadığını ($p > 0,05$), yaş, eğitim ve iş tecrübesine göre istatistiki olarak anlamlı farklılık olduğunu ($p < 0,05$). Ayrıca araştırmada her iki işletmeden elde edilen verilerin toplamı dikkate alındığında cinsiyete ve iş tecrübesine göre istatistiki olarak anlamlı farklılık olmadığı ($p > 0,05$), yaşa ve eğitime göre istatistiki olarak anlamlı farklılık olduğu ($p < 0,05$) sonucuna ulaşılmıştır.

Cömert ve Özel (2015), Ankara'da bulunan beş yıldızlı otel mutfak çalışanlarının hijyen ve sanitasyon konusundaki bilgi ve uygulama düzeylerini ölçmek amacıyla toplam altı oteldeki 125 mutfak çalışanı üzerinde yaptıkları araştırmalarının sonucunda hijyen ve sanitasyona yönelik algı puanlarının cinsiyete ve eğitim düzeyine göre istatistiki olarak anlamlı farklılık göstermediğini ($p > 0,05$), yaşa göre ise istatistiki olarak anlamlı farklılık gösterdiğini ($p < 0,05$) saptamışlardır.

Köksal, Soysal, Ergör ve Kaner (2016), İzmir'de faaliyet gösteren bir yemek firmasının çalışanlarının gıda hijyeni ve kişisel hijyen ile ilgili bilgi ve davranışlarını araştırmak, bilgi ve davranışlarına etki eden etmenleri belirlemek amacıyla 59 kişi üzerinde yaptıkları

İstanbul'da Faaliyet Gösteren Dört ve Beş Yıldızlı Otellerin Mutfak Çalışanlarının Hijyen Algıları

araştırmalarının sonucunda çalışanların yarısından fazlasının (%52,5) hijyen bilgi puanının yetersiz olduğunu ve gıda hijyenine yönelik davranışlarının (%58,8) uygun olmadığını; cinsiyet, öğrenim durumu, çalışma süresi ve medeni durum değişkenlerinden sadece öğrenim durumunun gıda hijyeni bilgi düzeylerine anlamlı etkisinin olduğunu ($p<0,05$), buna karşın bu değişkenlerden hiçbirinin gıda hijyenine yönelik davranışlara anlamlı etkisinin olmadığını ($p>0,05$) tespit etmişlerdir.

Eren, Nebioğlu ve Şık (2017), Antalya'nın Alanya ilçesindeki beş yıldızlı otel mutfak çalışanlarının gıda güvenliği konusundaki bilgi düzeylerini ölçmek amacıyla 140 mutfak çalışanından geçerli veri elde ettikleri araştırmalarının sonucunda iş deneyimi ile gerek HACCP kavramını bilme gerekse çalışma ortamını gıda güvenliği bakımından güvenli bulma konuları arasında anlamlı bir ilişki olduğunu ($p<0,05$), diğer taraftan eğitim düzeyi ile gerek HACCP kavramını bilme gerekse çalışma ortamını gıda güvenliği bakımından güvenli bulma konuları arasında anlamlı bir ilişki olmadığını ($p>0,05$) saptamışlardır.

Bayram ve Ersoy (2020), Türkiye'nin İstanbul, Ankara ve Antalya, İspanya'nın Sevilla, Birleşik Arap Emirlikleri'nin Dubai, Almanya'nın Dusseldorf şehirlerindeki dört ve beş yıldızlı otel mutfak çalışanlarının gıda güvenliği konusundaki bilgi düzeylerini belirlemek amacıyla 473 mutfak çalışanına yaptıkları araştırmalarının sonucunda gıda güvenliği bilgi puanlarının eğitim seviyelerine göre istatistiki olarak anlamlı farklılık gösterdiğini ($p<0,01$) ve eğitim seviyesi arttıkça buna paralel olarak gıda güvenliği bilgi puanlarının da arttığını tespit etmişlerdir.

Mulat, Desta ve Birri (2020), Etiyopya'nın Addis Ababa kentindeki Yeka'da halka açık gıda işletmelerinde çalışan gıda işleyicilerinin gıda güvenliği bilgi ve uygulamalarını değerlendirmek amacıyla 384 kişi üzerinde yaptıkları araştırmalarının sonucunda gıda güvenliği bilgisinin gıda çalışanlarının yaşı ($p=0,001$), medeni durumu ($p=0,000$), eğitim düzeyi ($p=0,000$) ve iş deneyimi ($p=0,002$) ile; gıda güvenliği uygulamasının ise gıda çalışanlarının yaşı ($p=0,000$) ile anlamlı düzeyde ilişkili olduğunu bulmuşlardır.

Onurlar (2020), yiyecek içecek işletmelerinde görev yapan personelin gıda güvenliğine ilişkin algılarını belirlemek ve tanımlayıcı özelliklerine göre gıda güvenliği algıları arasındaki farklılığı ortaya koymak amacıyla Ankara'nın Gölbaşı ilçesinde faaliyet gösteren 34 restoranın 198 personeli üzerinde yaptığı araştırmanın sonucunda cinsiyete göre gıda, personel, ekipman / araç gereç hijyeni ve genel hijyen algılarının istatistiki olarak anlamlı farklılık gösterdiğini ($p<0,05$) ve erkeklerin bilgi düzeyinin her bir hijyen alanında kadınlara göre daha fazla olduğunu; yaş gruplarına göre gıda hijyeni, ekipman / araç gereç hijyeni ve genel hijyen algılarının istatistiki olarak anlamlı farklılık göstermediğini ($p>0,05$), personel hijyeni algılarının istatistiki olarak anlamlı farklılık gösterdiğini ($p<0,05$); eğitim düzeyine göre gıda hijyeni, ekipman / araç gereç hijyeni ve genel hijyen algılarının istatistiki olarak anlamlı farklılık göstermediğini ($p>0,05$), personel hijyeni algılarının istatistiki olarak anlamlı farklılık gösterdiğini ($p<0,05$); sektörde çalışma süresine göre personel hijyeni algılarının istatistiki olarak anlamlı farklılık gösterdiğini ($p<0,05$), gıda, ekipman / araç gereç hijyeni ve genel hijyen algılarının ise istatistiki olarak anlamlı farklılık göstermediğini ($p>0,05$) tespit etmiştir.

Taha, Osaili, Saddal, Al-Nabulsi, Ayyash ve Obaid (2020), Birleşik Arap Emirlikleri'nin Dubai ve Sharjah şehirlerindeki 88 yiyecek ve içecek hizmeti veren işletmede çalışan 646 gıda işleyicisinin gıda güvenliği bilgisini belirlemek amacıyla yaptıkları araştırmalarının sonucunda katılımcıların toplam gıda güvenliği bilgisinin iyi düzeyde (%70) olduğunu, yarısının gıda ile temas eden yüzeylerin temizlenmesi ve sterilize edilmesine ilişkin doğru prosedürleri

bildiklerini ve yaklaşık yarısının gıda zehirlenmesi semptomlarını yanlış tanımladıklarını tespit etmişlerdir. Ayrıca yazarlar, toplam gıda güvenliği bilgisi ile gıda işleyicilerinin yaşı, deneyimi ve eğitimi arasında anlamlı bir ilişki olduğunu ($p<0,05$) tespit etmişlerdir.

Tuncer ve Akoğlu (2020), Türkiye’de altı farklı ilde (Ankara, Diyarbakır, Hatay, İstanbul, Muğla ve Nevşehir) bulunan 4 ve 5 yıldızlı otellerdeki 378 mutfak çalışanın gıda güvenliği bilgilerini incelemek, gıda güvenliği konusundaki bilgi eksikliklerini tespit etmek ve gıda güvenliği bilgisi ile bazı sosyodemografik özellikleri arasındaki ilişkiyi incelemek için yaptıkları araştırmalarının sonucunda katılımcıların kişisel hijyeni (%53,60) ve gıda hijyeni (%53,91) bilgi puanlarının ortalama düzeyde olduğunu tespit etmişlerdir. Bunun yanında erkek katılımcıların gıda güvenliği bilgi puanının kadınlarınkinden anlamlı derecede yüksek olduğunu bulmuşlardır ($p<0,05$). Yazarlar, eğitim düzeyleri açısından bilgi puanları arasındaki farkın önemsiz ($p>0,05$) olduğunu saptasalar da katılımcıların neredeyse yarısını oluşturan lise mezunlarının bilgi puanının diğerlerine göre biraz daha yüksek olduğunu saptamışlardır. Ayrıca 40 yaş ve üzerinde olan mutfak çalışanlarının diğer yaş gruplarına göre, mesleki tecrübesi 7 yıl ve üzerinde olan mutfak çalışanlarının diğer tecrübe gruplarına göre gıda güvenliği bilgi puanının anlamlı şekilde daha yüksek olduğunu saptamışlardır ($p<0,05$).

Ünsal ve Coşkun (2020), Tekirdağ’ın Hayrabolu ilçesinde faaliyet gösteren toplu tüketim işletmeleri ve hazır yemek üretimi yapan 71 işletmede çalışan toplam 121 personelin gıda güvenliği ve hijyen bilgilerini inceledikleri araştırmalarının sonucunda cinsiyete, yaşa, eğitim durumuna, çalışma süresine göre istatistiki olarak anlamlı farklılık olmadığını tespit etmişlerdir ($p>0,05$).

Gün ve Kendirci (2021), Tokat ilinde bulunan üç ve dört yıldızlı otel mutfak çalışanlarının gıda güvenliği ve hijyen konusundaki bilgi düzeylerini incelemek amacıyla dokuz otelde görev yapan 114 mutfak çalışanına yaptıkları araştırmalarının sonucunda personelin gıda güvenliği ile hijyen konusunda yüksek düzeyde bilgi sahibi olduğunu ve bu bilgi düzeyinin (gıda hijyeni, personel hijyeni, ekipman / araç gereç hijyeni, gıda güvenliği ve hijyen bilgisi) cinsiyete göre anlamlı farklılık göstermediğini ($p>0,05$); yaş, öğrenim düzeyi ve meslekteki çalışma süresine göre anlamlı farklılık gösterdiğini ($p<0,05$) saptamışlardır.

Uçar, Ülger ve Çakıroğlu (2021), gıda işleyicilerinin gıda güvenliği konusundaki algılarını değerlendirmek ve son 12 yılda bu konuda bir değişiklik olup olmadığını belirlemek amacıyla Ankara Ticaret Odasına kayıtlı dokuz toplu yemek firmasında çalışan toplam 500 kişi üzerinde yaptıkları araştırmalarının sonucunda mutfak ve ekipman hijyeni, kişisel hijyen, gıda hijyeni ve genel hijyen olmak üzere dört hijyen algı boyutundan kadınların erkeklere göre mutfak ve ekipman hijyeni ($p<0,01$), kişisel hijyen ($p<0,05$) ve genel hijyen algılarının ($p<0,05$) anlamlı şekilde yüksek olduğunu, yaş gruplarına göre hijyen algılarının anlamlı farklılık göstermediğini, eğitim durumuna göre tüm hijyen algılarının anlamlı farklılık gösterdiğini ($p<0,01$), iş tecrübesine göre kişisel hijyen ($p<0,05$) ve genel hijyen ($p<0,01$) algılarının anlamlı farklılık gösterdiğini tespit etmişlerdir. Ayrıca araştırma sonucunda yazarlar, çalışanların hijyen algı puanlarının 12 yıl önce elde edilen sonuçlara kıyasla daha yüksek olduğunu tespit etmişlerdir.

Aydoğan ve Erol (2023), otel mutfak çalışanlarının gıda güvenliği ve hijyene ilişkin bilgi ve uygulama düzeylerini belirlemek amacıyla yaptıkları ve Balıkesir’in Ayvalık ilçesindeki otellerin 336 mutfak çalışanından geçerli veri elde ettikleri araştırmalarının sonucunda mutfak çalışanlarının gıda güvenliği ve hijyene yönelik bilgisinin iyi düzeyde olduğunu, cinsiyete göre

İstanbul'da Faaliyet Gösteren Dört ve Beş Yıldızlı Otellerin Mutfak Çalışanlarının Hijyen Algıları

gıda güvenliği ve kişisel hijyen uygulamalarının anlamlı farklılık göstermediğini ($p>0,05$), buna karşın yaş, eğitim durumu, meslekte çalışma süresine göre gıda güvenliği uygulamalarının; yaş, meslekte çalışma süresine göre kişisel hijyen uygulamalarının anlamlı farklılık gösterdiğini ($p<0,05$) saptamışlardır.

Yukarıda verilen araştırma bulguları incelendiğinde bulgularda benzerliklerin ve farklılıkların olduğu görülmektedir. Ancak benzerlikleri ve farklılıkları, bu çalışmada kullanılan hijyen değişkenine veya değişkenlerine araştırmalarında yer veren araştırmacıların bulguları çerçevesinden değerlendirmek isabetli olacaktır. Şöyle ki araştırmalarında bu değişkenleri kullanan Sanlier vd. (2010), eğitim durumuna göre personelin mutfak ve ekipman hijyeni, kişisel hijyeni, gıda hijyeni ve genel hijyen algı puanlarında; iş tecrübesine göre mutfak ve ekipman hijyeni, gıda hijyeni ve genel hijyen algı puanlarında istatistiki olarak anlamlı farklılık tespit etmişlerdir. Bunun yanında bu çalışmadaki hijyen değişkenlerinden personel hijyenini kullanan Ünlüöner ve Cömert (2013); personel hijyeni algı puanlarının yaş grubuna, cinsiyete, eğitim düzeyine göre istatistiki olarak anlamlı farklılık göstermediğini, çalışma süresine göre istatistiki olarak anlamlı farklılık gösterdiğini saptamışlardır. Onurlar (2020), cinsiyete göre gıda hijyeni, personel hijyeni, ekipman / araç gereç hijyeni ile genel hijyen algı puanlarında, yaş gruplarına, eğitim düzeyine ve sektörde çalışma süresine göre personel hijyeni algılarında istatistiki olarak anlamlı farklılık olduğunu tespit etmiştir. Diğer taraftan Gün ve Kendirci (2021); cinsiyete göre gıda hijyeni, personel hijyeni, ekipman / araç gereç hijyeni ile gıda güvenliği ve hijyen bilgisinde anlamlı farklılık olmadığı; yaş, öğrenim düzeyi ve meslekteki çalışma süresine göre bu değişkenlerde anlamlı farklılık olduğu bulgusuna ulaşmışlardır.

3. YÖNTEM

3.1. Evren ve Örneklem

Araştırmanın evrenini İstanbul ilinde faaliyet gösteren dört ve beş yıldızlı otellerin mutfak çalışanları oluşturmaktadır. Araştırmanın örneklemini İstanbul ilinde faaliyet gösteren dört ve beş yıldızlı otellerin 150 mutfak çalışanı oluşturmaktadır. Örneklem grubunun dağılımı ise şu şekildedir:

- Birinci dört yıldızlı otel (15 kişi)
- İkinci dört yıldızlı otel (25 kişi)
- Birinci beş yıldızlı otel (30 kişi)
- İkinci beş yıldızlı otel (30 kişi)
- Üçüncü beş yıldızlı otel (50 kişi)

3.2. Verilerin Toplanması

Araştırma verilerinin toplanmasında anket tekniğinden yararlanılmıştır. Anket formu “Sosyodemografik Özellikler” ve “Hijyen Algısı” olmak üzere iki bölümden oluşmuştur. Anket formunun “Sosyodemografik Özellikler” bölümünde üçü kapalı uçlu (cinsiyet, medeni durum, eğitim durumu), ikisi açık uçlu (yaş, iş tecrübesi) olmak üzere dört soru yer almıştır. Anket formunun “Hijyen Algısı” bölümünde 15’i gıda hijyeni, 10’u kişisel hijyen, 10’u mutfak ve ekipman hijyenine ait olmak üzere 35 ifade yer almıştır. İfadelerin 32’si Buyruk ve Şahin’in (2002) ölçeğinden ve onların ölçeğini çalışmalarında kullanan Sanlier vd.’nin (2010) uyarlama çalışmasından yararlanılarak oluşturulmuştur. Ayrıca gıda hijyeni ifadelerinden ikisi Başer

vd.'nin (2016), kişisel hijyen ifadelerinden biri Sanlier ve Konaklioglu'nun (2012) yapmış olduğu araştırmadan uyarlanmıştır (Bakınız Ek 1). Ölçekte olumlu ifadelerin yanı sıra olumsuz ifadeler de bulunmaktadır. Gıda hijyeninde 3, 4, 16, 33, 35. ifadeler; mutfak ve ekipman hijyeninde 11, 14, 25, 26, 32. ifadeler olumsuzdur. Ölçeğin yanıt seçenekleri, beşli Likert tipinde (1: Kesinlikle Katılmıyorum, 2: Katılmıyorum, 3: Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum, 4: Katılıyorum, 5: Kesinlikle Katılıyorum) hazırlanmıştır. İfadelere yanıt verildiğinde gıda hijyeni bölümünün puan aralığı 15-75, kişisel hijyen bölümünün puan aralığı 10-50, mutfak ve ekipman hijyeni bölümünün puan aralığı 10-50 olmak üzere toplam puan aralığı 35-175'tir. Genel hijyen; gıda hijyeni algısı, kişisel hijyen algısı ve mutfak ve ekipman hijyeni algısının ortalamasını ifade etmektedir. Anket verilerinin toplanabilmesi için Çankırı Karatekin Üniversitesi Etik Kuruluna başvuru yapılmış ve ilgili kurul, 16.04.2020 tarih, 14 numaralı toplantısında araştırmamanın uygulanabilirliği konusunda bir sakınca olmadığına karar vermiştir. Hazırlanan anket, araştırmaya katılmayı kabul eden gönüllü bireyler üzerinde 09-30 Haziran 2023 tarihleri arasında yüz yüze görüşülerek uygulanmıştır.

3.3. Verilerin Analizi

Anketlerden elde edilen verilerin analiz edilmesinde istatistiksel paket programdan yararlanılmıştır. Anketin güvenilirliğini saptamak için güvenilirlik analizi yapılmıştır. Ölçmelerde güvenilirlik, benzer süreçlerin izlenmesi halinde benzer sonuçların alınabilme derecesidir (Karasar, 2019, s. 190). Uygulanan güvenilirlik analizi sonucunda 35 maddeden oluşan hijyen algı ölçeğinin yüksek derecede güvenilir ($\alpha=0,884$) olduğu saptanmıştır. Ayrıca "gıda hijyeni" ($\alpha=0,819$), "kişisel hijyen" ($\alpha=0,894$) ve "mutfak ve ekipman hijyeni" ($\alpha=0,850$) boyutlarının da yüksek derecede güvenilir olduğu görülmüştür. Geçerlilik ise ölçülmek istenen şeyin doğru bir şekilde ölçülebilme derecesidir. Ölçme aracının içerik geçerliliğini belirlemek için ifadeler, bir uzman gruba inceletirilir ve grubun önerileri doğrultusunda ifadelerde değişiklik yapıldıktan sonra ölçme aracı kullanılabilir (Karasar, 2019, s. 194-196). Bu bağlamda anket, 10 kişiden oluşan bir uzman gruba inceletirilmiş ve grubun önerileri doğrultusunda ifadeler son şekli verilmiştir. Ankette yer alan olumsuz ifadeler için ters kodlama yapılmıştır. Araştırmada tanımlayıcı istatistiklerden yararlanılarak sosyodemografik özelliklerin frekans ve yüzde değerleri ile ifadelerin Likert ölçeğine göre ortalamaları belirlenmiştir. Cinsiyet ve medeni duruma göre hijyen algısının farklılık gösterip göstermediğine bağımsız örneklem t testi; yaş, eğitim durumu ve iş tecrübesine göre hijyen algısının farklılık gösterip göstermediğine ise bağımsız örneklem tek yönlü varyans analizi (tek yönlü ANOVA) ile bakılmıştır. İstatistiksel anlamlılık için p değeri $<0,01$ olarak belirlenmiştir. Analizlerde grup sayısı 30'un altında olanların birleştirilmesi yoluna gidilmiştir. Varyans analizinde anlamlı farklılık çıkmasının ardından farkın kaynağının belirlenmesi için post-hoc test olarak varyanslar eşit olmadığında Games-Howell testi, varyanslar eşit olduğunda Bonferroni testi yapılmıştır.

4. BULGULAR

4.1. Mutfak Çalışanlarının Sosyodemografik Özellikleri

Tablo 1'de mutfak çalışanlarının sosyodemografik özellikleri verilmiştir. Tabloda görüldüğü gibi mutfak çalışanlarının çoğu kadın (%54,0), 27-35 yaş aralığında olan (%27,3), evli (%59,3), lise mezunu (%40,0), 2 yıl ve daha az süreli iş tecrübesine sahip (%28,0) kişilerden oluşmaktadır.

Tablo 1: Mutfak Çalışanlarının Sosyodemografik Özellikleri (n=150)

| Değişken | f | % |
|----------------------|----|------|
| Cinsiyet | | |
| Erkek | 69 | 46,0 |
| Kadın | 81 | 54,0 |
| Yaş | | |
| 18-26 | 31 | 20,7 |
| 27-35 | 41 | 27,3 |
| 36-44 | 40 | 26,7 |
| ≥45 | 38 | 25,3 |
| Medeni durum | | |
| Bekâr | 61 | 40,7 |
| Evli | 89 | 59,3 |
| Eğitim durumu | | |
| İlkokul | 28 | 18,7 |
| Ortaokul | 24 | 16,0 |
| Lise | 60 | 40,0 |
| Ön lisans | 9 | 6,0 |
| Lisans | 28 | 18,7 |
| Lisansüstü | 1 | 0,7 |
| İş tecrübesi | | |
| ≤2 yıl | 42 | 28,0 |
| 3-4 yıl | 37 | 24,7 |
| 5-6 yıl | 32 | 21,3 |
| ≥7 yıl | 39 | 26,0 |

4.2. İfadelerin Likert Ölçeğine Göre Ortalamaları

Tablo 2'de araştırmada kullanılan ifadelerin Likert ölçeği ortalamaları verilmiştir. Tabloda görüldüğü gibi bir numarada bulunan ifade (Gıda hijyeni, gıdanın hastalığa yol açan etmenlerden arındırılmış olmasıdır.) 4,75 ile en yüksek ortalamaya sahipken 27 numarada bulunan ifade (Sıcak yiyecekler, küçük ve derin olmayan kaplarda soğutulmalı ve saklanmalıdır.) 3,83 ile en düşük ortalamaya sahiptir.

Tablo 2: İfadelerin Likert Ölçeğine Göre Ortalamaları

| İfade | Likert Ölçeğine Göre Ortalama |
|---|-------------------------------|
| 1. Gıda hijyeni, gıdanın hastalığa yol açan etmenlerden arındırılmış olmasıdır. | 4,75 |
| 2. Her personel, bir bakteri taşıyıcısıdır ve onu bulaştırabilir. | 4,55 |
| 3. Mutfakta çöp ve yiyeceklerin bir arada bulundurulmasında bir sakınca yoktur. (-) | 4,61 |
| 4. Yemek hizmetinden sorumlu olan personel, yemeğe çıplak elle dokunabilir. (-) | 4,56 |
| 5. Çiğ ve pişmiş yiyecekler, ayrı tezgâhlarda hazırlanmalıdır. | 4,39 |
| 6. Gıda zehirlenmesinin ortaya çıkması, bir otelin imajına zarar verir. | 4,66 |

Ayhan DAĞDEVİREN

| | |
|---|------|
| 7. Mikroorganizmalar, vücutta en çok ellerde bulunur. | 4,38 |
| 8. Bakteriler, açık yaralar ve sindirim sistemi yoluyla bulaşabilir. | 4,50 |
| 9. Personelin genel sağlık taraması, her altı ayda bir yapılmalıdır. | 4,41 |
| 10. Sıcak yemekler servis edilene kadar 60°C veya daha yüksek sıcaklıkta tutulmalıdır. | 3,94 |
| 11. Personelin mutfağa dışarıda giydiği ayakkabılar veya kıyafetlerle girmesinde bir sakınca yoktur. (-) | 4,49 |
| 12. Personel, temiz ve ütülü kepe veya bone giymelidir. | 4,61 |
| 13. Soğuk hava depolarının ve buzdolaplarının içi temiz ve bakımlı olmalıdır. | 4,38 |
| 14. Güneş ışığının depoya veya kilere girmesinde bir sakınca yoktur. (-) | 4,39 |
| 15. Gıda üretim ve servis alanlarının zeminleri bakımlı ve kuru olmalıdır. | 4,49 |
| 16. Süt, yumurta ve et içeren ürünlerin yüksek sıcaklıkta tutulmasında bir sakınca yoktur. (-) | 4,60 |
| 17. Et satın alırken etiketinin olmasına dikkat edilmelidir. | 4,49 |
| 18. Personel için yeterince duş ve banyo olmalıdır. | 4,42 |
| 19. Personel nezle, grip, ishal vb. durumlarda çalışmamalı veya geri hizmette çalışmalıdır. | 4,38 |
| 20. Mutfakta, laboratuvarında analiz edilen temiz ve sağlıklı su kullanılmalıdır. | 4,66 |
| 21. Çiğ yiyeceklerle pişmiş yiyecekler ayrı yerde saklanmalıdır. | 4,42 |
| 22. Elleri hijyenik olarak yıkamak, bileklerden ovalayarak ve tırnakları fırçalayarak sıcak su ve sabunla yıkamak anlamına gelir. | 4,49 |
| 23. Eller yıkandıktan sonra kâğıt havlularla kurutulmalıdır. | 4,31 |
| 24. Yiyeceklerin hazırlandığı alanların temizliği, yiyecekler kaldırıldıktan sonra yapılmalıdır. | 4,39 |
| 25. Mutfakta sigara içilmesinde bir sakınca yoktur. (-) | 4,50 |
| 26. Kullanılan temizlik bezlerinin her zaman yıkanması ve kurutulması gerekmez. (-) | 4,27 |
| 27. Sıcak yiyecekler, küçük ve derin olmayan kaplarda soğutulmalı ve saklanmalıdır. | 3,83 |
| 28. Bulaşıkların yıkanması, durulanması ve sterilize edilmesi sırasında titiz olunmalıdır. | 4,43 |
| 29. Artıklar, öğütülerek veya çöp sepetlerine konarak mutfaktan çıkartılmalıdır. | 4,17 |
| 30. Pişmiş gıda, oda sıcaklığında 2 saatten fazla tutulmamalıdır. | 4,17 |
| 31. Personelin elindeki yaralar, su geçirmez bandajlarla kapatılmalıdır. | 4,47 |
| 32. Tüm ekipman; yıkama, durulama ve sanitasyon sonrası açık havada kurutulmalıdır. (-) | 4,10 |
| 33. Gıdalar, çözdürüldükten sonra tekrar dondurulabilir. (-) | 4,37 |
| 34. Yiyeceklerin tadına, karıştırmak için kullanılan kaşıktan farklı bir kaşıkla bakılmalıdır. | 4,21 |
| 35. Dondurulmuş gıdalar, sıcak bir ortamda (mutfakta, radyatörde vb.) çözdürülmelidir. (-) | 4,49 |

Notlar: 1, 3, 4, 5, 6, 10, 16, 17, 20, 21, 27, 30, 33, 34, 35 numaralı ifadeler, Gıda Hijyeni; 2, 7, 8, 9, 12, 18, 19, 22, 23, 31 numaralı ifadeler, Kişisel Hijyen; 11, 13, 14, 15, 24, 25, 26, 28, 29, 32 numaralı ifadeler, Mutfak ve Ekipman Hijyeni ile ilgilidir. Gıda hijyeninde 3, 4, 16, 33, 35. ifadeler, mutfak ve ekipman hijyeninde 11, 14, 25, 26, 32. ifadeler, olumsuz olduğu için ters kodlanmıştır.

4.3. Bağımsız Örneklemeler T Testi ve Tek Yönlü ANOVA Bulguları

Tablo 3'te mutfak çalışanlarının cinsiyetlerine göre hijyen algılarına ilişkin bağımsız örneklemeler t testi bulguları verilmiştir. Tablodaki görüldüğü gibi gıda hijyeni algısı ortalama puanı erkek çalışanların 66,99, kadın çalışanların 65,42; kişisel hijyen algısı ortalama puanı erkek çalışanların 45,83, kadın çalışanların 43,41; mutfak ve ekipman hijyeni algısı ortalama puanı erkek çalışanların 45,09, kadın çalışanların 42,36'dır. Genel hijyen algısı ortalama puanı ise erkek çalışanların 157,90, kadın çalışanların 151,19'dur. Ayrıca çalışanların cinsiyetlerine göre gıda hijyeni algıları istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermezken ($p>0,01$) erkek

İstanbul'da Faaliyet Gösteren Dört ve Beş Yıldızlı Otellerin Mutfak Çalışanlarının Hijyen Algıları

çalışanların kişisel hijyeni, mutfak ve ekipman hijyeni ve genel hijyen algı puanları kadın çalışanlardan anlamlı derecede yüksektir ($p<0,01$).

Tablo 3. Mutfak Çalışanlarının Cinsiyetlerine Göre Hijyen Algularına İlişkin Bağımsız Örneklem T Testi Bulguları

| Değişken | Erkek | | Kadın | | t | p |
|---------------------------|-----------|------|-----------|-------|-------|--------|
| | \bar{X} | S | \bar{X} | S | | |
| Gıda hijyeni | 66,99 | 4,42 | 65,42 | 6,85 | 1,630 | 0,105 |
| Kişisel hijyen | 45,83 | 2,93 | 43,41 | 6,65 | 2,954 | 0,004* |
| Mutfak ve ekipman hijyeni | 45,09 | 4,45 | 42,36 | 5,59 | 3,329 | 0,001* |
| Genel hijyen | 157,90 | 8,84 | 151,19 | 13,47 | 3,540 | 0,001* |

Not: * $p<0,01$

Tablo 4'te mutfak çalışanlarının yaş gruplarına göre hijyen algularına ilişkin tek yönlü ANOVA bulguları verilmiştir. Tabloda görüldüğü gibi gıda hijyeni algısı ortalama puanı 18-26 yaş grubundaki çalışanların 67,16, 27-35 yaş grubundaki çalışanların 64,93, 36-44 yaş grubundaki çalışanların 66,48, 45 yaş ve üstü gruptaki çalışanların 66,26'dır. Kişisel hijyen algısı ortalama puanı 18-26 yaş grubundaki çalışanların 41,81, 27-35 yaş grubundaki çalışanların 43,24, 36-44 yaş grubundaki çalışanların 45,90, 45 yaş ve üstü gruptaki çalışanların 46,66'dır. Mutfak ve ekipman hijyeni algısı ortalama puanı 18-26 yaş grubundaki çalışanların 43,39, 27-35 yaş grubundaki çalışanların 44,44, 36-44 yaş grubundaki çalışanların 44,08, 45 yaş ve üstü gruptaki çalışanların 42,42'dir. Genel hijyen algısı ortalama puanı ise 18-26 yaş grubundaki çalışanların 152,35, 27-35 yaş grubundaki çalışanların 152,61, 36-44 yaş grubundaki çalışanların 156,45, 45 yaş ve üstü gruptaki çalışanların 155,34'dir. Ayrıca çalışanların yaş gruplarına göre gıda hijyeni, mutfak ve ekipman hijyeni ve genel hijyen algularında istatistiki olarak anlamlı farklılık bulunmazken ($p>0,01$) 36-44 yaş grubundaki çalışanların kişisel hijyen algı puanları 18-26 yaş grubundaki çalışanlara göre, 45 yaş ve üstü gruptaki çalışanların kişisel hijyen algı puanları ise 18-26 ve 27-35 yaş grubundaki çalışanlara göre anlamlı derecede yüksek bulunmuştur ($p<0,01$).

Tablo 4. Mutfak Çalışanlarının Yaş Gruplarına Göre Hijyen Algularına İlişkin Tek Yönlü ANOVA Bulguları

| Değişken | 18-26 (1) | | 27-35 (2) | | 36-44 (3) | | ≥45 (4) | | F | p | Anlamlı Farklılık |
|----------------|-----------|------|-----------|------|-----------|------|-----------|------|-------|--------|-------------------|
| | \bar{X} | S | \bar{X} | S | \bar{X} | S | \bar{X} | S | | | |
| Gıda hijyeni | 67,16 | 4,55 | 64,93 | 7,94 | 66,48 | 4,61 | 66,26 | 5,48 | 0,936 | 0,425 | - |
| Kişisel hijyen | 41,81 | 8,05 | 43,24 | 6,24 | 45,90 | 1,89 | 46,66 | 2,02 | 6,988 | 0,000* | 1-3, 1-4, 2-4** |

Ayhan DAĞDEVİREN

| | | | | | | | | | | | |
|---------------------------|--------|-------|--------|-------|--------|------|--------|------|-------|-------|---|
| Mutfak ve ekipman hijyeni | 43,39 | 6,01 | 44,44 | 5,42 | 44,08 | 4,42 | 42,42 | 5,22 | 1,113 | 0,346 | - |
| Genel hijyen | 152,35 | 12,94 | 152,61 | 15,94 | 156,45 | 7,68 | 155,34 | 9,81 | 1,064 | 0,366 | - |

Notlar: * p<0,01. ** Games-Howell testi yapılmıştır.

Tablo 5'te mutfak çalışanlarının medeni durumlarına göre hijyen algılarına ilişkin bağımsız örneklem t testi bulguları verilmiştir. Tabloda görüldüğü gibi gıda hijyeni algısı ortalama puanı bekâr çalışanların 65,48, evli çalışanların 66,60; kişisel hijyen algısı ortalama puanı bekâr çalışanların 43,43, evli çalışanların 45,27; mutfak ve ekipman hijyeni algısı ortalama puanı bekâr çalışanların 44,07, evli çalışanların 43,30'dur. Genel hijyen algısı ortalama puanı ise bekâr çalışanların 152,97, evli çalışanların 155,17'dir. Ayrıca çalışanların medeni durumlarına göre hijyen algılarının hiçbirinde istatistiki olarak anlamlı farklılık bulunmamıştır (p>0,01).

Tablo 5. Mutfak Çalışanlarının Medeni Durumlarına Göre Hijyen Algularına İlişkin Bağımsız Örneklem T Testi Bulguları

| Değişken | Bekâr | | Evli | | t | p |
|---------------------------|-----------|-------|-----------|-------|--------|-------|
| | \bar{X} | S | \bar{X} | S | | |
| Gıda hijyeni | 65,48 | 6,90 | 66,60 | 5,09 | -1,144 | 0,254 |
| Kişisel hijyen | 43,43 | 6,69 | 45,27 | 4,17 | -1,912 | 0,059 |
| Mutfak ve ekipman hijyeni | 44,07 | 5,68 | 43,30 | 4,96 | 0,871 | 0,385 |
| Genel hijyen | 152,97 | 14,01 | 155,17 | 10,42 | -1,103 | 0,272 |

Tablo 6'da mutfak çalışanlarının eğitim durumlarına göre hijyen algularına ilişkin tek yönlü ANOVA bulguları verilmiştir. Tabloda görüldüğü gibi gıda hijyeni algısı ortalama puanı ilköğretim mezunu çalışanların 64,54, lise mezunu çalışanların 65,72, üniversite mezunu çalışanların 69,00'dir. Kişisel hijyen algısı ortalama puanı ilköğretim mezunu çalışanların 44,08, lise mezunu çalışanların 43,28, üniversite mezunu çalışanların 47,08'dir. Mutfak ve ekipman hijyeni algısı ortalama puanı ilköğretim mezunu çalışanların 41,27, lise mezunu çalışanların 43,23, üniversite mezunu çalışanların 47,42'dir. Genel hijyen algısı ortalama puanı ise ilköğretim mezunu çalışanların 149,88, lise mezunu çalışanların 152,23, üniversite mezunu çalışanların 163,50'dir. Kısaca üniversite mezunlarının hijyen algı puanları diğer mezunlara göre yüksektir. Ayrıca çalışanların eğitim durumlarına göre hijyen algılarının tümünde istatistiki olarak anlamlı farklılık tespit edilmiştir ve üniversite mezunlarının hijyen algıları, ilköğretim ve lise mezunlarına göre anlamlı derecede yüksektir (p<0,01).

Tablo 6. Mutfak Çalışanlarının Eğitim Durumlarına Göre Hijyen Algılarına İlişkin Tek Yönlü ANOVA Bulguları

| Değişken | İlköğretim (1) | | Lise (2) | | Üniversite (3) | | F | p | Anlamlı Farklılık |
|---------------------------|----------------|-------|-----------|------|----------------|------|--------|--------|-------------------|
| | \bar{X} | S | \bar{X} | S | \bar{X} | S | | | |
| Gıda hijyeni | 64,54 | 7,64 | 65,72 | 4,38 | 69,00 | 4,08 | 7,077 | 0,001* | 1-3, 2-3** |
| Kişisel hijyen | 44,08 | 6,50 | 43,28 | 5,29 | 47,08 | 2,25 | 6,464 | 0,002* | 1-3, 2-3*** |
| Mutfak ve ekipman hijyeni | 41,27 | 5,15 | 43,23 | 5,22 | 47,42 | 2,93 | 18,976 | 0,000* | 1-3, 2-3*** |
| Genel hijyen | 149,88 | 14,19 | 152,23 | 9,24 | 163,50 | 6,82 | 19,365 | 0,000* | 1-3, 2-3** |

Notlar: * $p < 0,01$. ** Bonferroni testi yapılmıştır. * Games-Howell testi yapılmıştır.**

Tablo 7'de mutfak çalışanlarının iş tecrübelerine göre hijyen algılarına ilişkin tek yönlü ANOVA bulguları verilmiştir. Tabloda görüldüğü gibi gıda hijyeni algısı ortalama puanı 2 yıl ve daha az süre iş tecrübesi olan çalışanların 63,55, 3-4 yıl iş tecrübesi olan çalışanların 66,78, 5-6 yıl iş tecrübesi olan çalışanların 65,94, 7 yıl ve daha fazla süre iş tecrübesi olan çalışanların 68,49'dur. Kişisel hijyen algısı ortalama puanı 2 yıl ve daha az süre iş tecrübesi olan çalışanların 42,52, 3-4 yıl iş tecrübesi olan çalışanların 43,78, 5-6 yıl iş tecrübesi olan çalışanların 45,94, 7 yıl ve daha fazla süre iş tecrübesi olan çalışanların 46,21'dir. Mutfak ve ekipman hijyeni algısı ortalama puanı 2 yıl ve daha az süre iş tecrübesi olan çalışanların 42,43, 3-4 yıl iş tecrübesi olan çalışanların 45,30, 5-6 yıl iş tecrübesi olan çalışanların 42,91, 7 yıl ve daha fazla süre iş tecrübesi olan çalışanların 43,87'dir. Genel hijyen algısı ortalama puanı ise 2 yıl ve daha az süre iş tecrübesi olan çalışanların 148,50, 3-4 yıl tecrübesi olan çalışanların 155,86, 5-6 yıl iş tecrübesi olan çalışanların 154,78, 7 yıl ve daha fazla süre iş tecrübesi olan çalışanların 158,56'dır. Çalışanların iş tecrübelerine göre hijyen algılarından sadece mutfak ve ekipman hijyeni algısında istatistiki olarak anlamlı farklılık bulunmamıştır ($p > 0,01$). 7 yıl ve daha fazla süre iş tecrübesi olan çalışanların gıda hijyeni, kişisel hijyen ve genel hijyen algı puanı, 2 yıl ve daha az süre tecrübesi olan çalışanlardan anlamlı derecede yüksektir. Bunun yanında 5-6 yıl iş tecrübesi olan çalışanların kişisel hijyen algı puanı, 2 yıl ve daha az süre iş tecrübesi olan çalışanlardan anlamlı derecede yüksektir ($p < 0,01$).

Tablo 7. Mutfak Çalışanlarının İş Tecrübelerine Göre Hijyen Algılarına İlişkin Tek Yönlü ANOVA Bulguları

| Değişken | ≤2 yıl (1) | | 3-4 yıl (2) | | 5-6 yıl (3) | | ≥7 yıl (4) | | F | p | Anamlı Farklılık |
|---------------------------|------------|-------|-------------|-------|-------------|------|------------|------|-------|--------|------------------|
| | \bar{X} | S | \bar{X} | S | \bar{X} | S | \bar{X} | S | | | |
| Gıda hijyeni | 63,55 | 7,73 | 66,78 | 5,04 | 65,94 | 4,38 | 68,49 | 4,30 | 5,358 | 0,002* | 1-4** |
| Kişisel hijyen | 42,52 | 7,61 | 43,78 | 5,96 | 45,94 | 2,18 | 46,21 | 2,13 | 4,435 | 0,005* | 1-3, 1-4*** |
| Mutfak ve ekipman hijyeni | 42,43 | 6,07 | 45,30 | 4,74 | 42,91 | 4,99 | 43,87 | 4,71 | 2,256 | 0,084 | - |
| Genel hijyen | 148,50 | 15,86 | 155,86 | 11,17 | 154,78 | 7,54 | 158,56 | 8,48 | 5,599 | 0,001* | 1-4*** |

Notlar: * $p < 0,01$. ** Bonferroni testi yapılmıştır. *** Games-Howell testi yapılmıştır.

5. SONUÇ VE ÖNERİLER

Bu araştırmada İstanbul'da faaliyet gösteren dört ve beş yıldızlı otellerin mutfak çalışanlarının hijyen algılarının belirlenerek sosyodemografik özelliklerine göre hijyen algılarının istatistiki olarak anlamlı farklılık gösterip göstermediği incelenmiştir. Bu kapsamda öncelikle çalışanların ifadelerine katılım düzeyleri belirlenmiş ve hijyen algılarının “gıda hijyeni”, “kişisel hijyen”, “mutfak ve ekipman hijyeni” ile bunların toplamını içeren “genel hijyen” değişkenleri açısından farklılık gösterip göstermediği değerlendirilmiştir. Araştırmanın önemli sonuçları, benzer değişkenleri kullanan araştırmaların sonuçları ile karşılaştırıldığında şu şekilde özetlenebilir:

- Sanlier vd. (2010), “Gıda zehirlenmesinin ortaya çıkması, bir otelin imajına zarar verir.” ifadesinin en yüksek ortalama (4,56), “Tüm ekipman; yıkama, durulama ve sanitasyon sonrası açık havada kurutulmalıdır.” ifadesinin ise en düşük ortalama (2,90) sahip olduğunu tespit etmişlerdir. Oysa bu araştırmada “Gıda hijyeni, gıdanın hastalığa yol açan etmenlerden arındırılmış olmasıdır.” ifadesinin en yüksek ortalama (4,75), “Sıcak yiyecekler, küçük ve derin olmayan kaplarda soğutulmalı ve saklanmalıdır.” ifadesinin ise en düşük ortalama (3,83) sahip olduğu ortaya çıkmıştır.
- Çalışanların cinsiyetlerine göre hijyen algıları incelendiğinde erkek çalışanların hijyen (gıda hijyeni, kişisel hijyen, mutfak ve ekipman hijyeni, genel hijyen) algı puanının kadın çalışanlardan daha yüksek olduğu, sadece gıda hijyeni algısında istatistiki olarak anlamlı farklılık olmadığı, erkek çalışanların kişisel hijyen, mutfak ve ekipman hijyeni ve genel hijyen algı puanının kadın çalışanlardan anlamlı derecede yüksek olduğu görülmüştür. Onurlar (2020), araştırmasının sonucunda cinsiyete göre gıda, personel, ekipman / araç gereç hijyeni ve genel hijyen algılarının anlamlı farklılık gösterdiğini ve erkeklerin bilgi düzeyinin her bir hijyen alanında kadınlara göre daha fazla olduğunu tespit etmiştir. Uçar vd. (2021), araştırmalarının sonucunda çalışanların cinsiyetlerine göre sadece gıda hijyeni algılarının istatistiki olarak anlamlı farklılık göstermediğini saptarlarken istatistiki olarak

İstanbul'da Faaliyet Gösteren Dört ve Beş Yıldızlı Otellerin Mutfak Çalışanlarının Hijyen Algıları

anlamli farklılığın olduğu kişisel hijyen, mutfak ve ekipman hijyeni ve genel hijyen algılarında ise bu araştırma sonuçlarının aksine kadın çalışanların algı puanlarının erkek çalışanlardan anlamli derecede yüksek olduğunu saptamışlardır. Diğer taraftan Sanlier vd. (2010) ile Gün ve Kendirci (2021), araştırmalarının sonucunda cinsiyete göre hiçbir değişkende istatistiki olarak anlamli farklılık tespit edememişlerdir. Ünlüöner ve Cömert (2013) ise bu değişkenlerden sadece personel hijyenini araştırmalarında kullanmışlardır ve algı puanlarının cinsiyete göre istatistiki olarak anlamli farklılık göstermediğini tespit etmişlerdir.

- Çalışanların yaş gruplarına göre gıda hijyeni, mutfak ve ekipman hijyeni ve genel hijyen algılarının istatistiki olarak anlamli farklılık göstermediği; 36-44 yaş grubundaki çalışanların kişisel hijyen algı puanları 18-26 yaş grubundaki çalışanlara göre, 45 yaş ve üstü gruptaki çalışanların kişisel hijyen algı puanları ise 18-26 ve 27-35 yaş grubundaki çalışanlara göre anlamli derecede daha yüksek çıkmıştır. Onurlar (2020), yaş gruplarına göre gıda hijyeni, ekipman / araç gereç hijyeni ve genel hijyen algılarının istatistiki olarak anlamli farklılık göstermediğini, personel hijyeni algılarının istatistiki olarak anlamli farklılık göstermediğini ve farklılığın 18-24 ile 35-44 yaş grupları ve 35-44 ile 45-54 yaş grupları arasında olduğunu tespit etmiştir. Gün ve Kendirci (2021), yaş gruplarına göre tüm değişkenlerde istatistiki olarak anlamli farklılık olduğunu ve 40-49 yaş grubu katılımcıların hijyen bilgisinin 39 yaş ve altı katılımcılara göre anlamli şekilde daha yüksek olduğunu saptamışlardır. Diğer taraftan araştırmada kullanılan tüm değişkenleri araştırmalarında kullanan Sanlier vd. (2010) ile Uçar vd. (2021), yaş gruplarına göre hijyen algılarının anlamli farklılık göstermediğini, bu değişkenlerden sadece personel hijyenini araştırmalarında kullanan Ünlüöner ve Cömert (2013) de algı puanlarının yaş gruplarına göre istatistiki olarak anlamli farklılık göstermediğini tespit etmişlerdir.
- Çalışanların medeni durumlarına göre hijyen algılarının hiçbirinde istatistiki olarak anlamli farklılık bulunmazken eğitim durumlarına göre hijyen algıları incelendiğinde hijyen algı değişkenlerinin tümünde üniversite mezunlarının hijyen algı puanlarının ilköğretim mezunları ile lise mezunlarına göre istatistiki olarak anlamli farklılık gösterdiği ortaya çıkmıştır. Sanlier vd. (2010), çalışanların mutfak ve ekipman hijyeni, kişisel hijyen, gıda hijyeni ve genel hijyen algı puanlarının diğer mezunlara göre üniversite mezunlarında daha yüksek olduğunu ve bu değişkenlerin tümünde istatistiki olarak anlamli farklılık olduğunu saptamışlardır. Onurlar (2020), eğitim düzeyine göre sadece personel hijyeni algılarında istatistiki olarak anlamli farklılık olduğunu ve Yüksekokul / Fakülte mezunlarının algı puanlarının lise, ortaokul ve ilkokul mezunlarına göre istatistiki olarak anlamli şekilde daha yüksek olduğunu tespit etmiştir. Gün ve Kendirci (2021), öğrenim düzeyine göre (1: İlkokul, 2: Ortaokul, 3: Lise, 4: Üniversite) gıda hijyeni (4 > 1, 2, 3; 3 > 1), personel hijyeni, ekipman / araç gereç hijyeni, gıda güvenliği ve hijyen bilgisi (4 > 1, 2, 3; 3 > 1, 2) değişkenlerinde istatistikselsel olarak anlamli farklılık olduğunu saptamışlardır. Uçar vd. (2021), eğitim durumuna göre (1: İlkokul, 2: Ortaokul, 3: Lise, 4: Üniversite) gıda hijyeni (1-3, 1-4, 2-3, 2-4), kişisel hijyen (1-4, 2-3, 2-4, 3-4), mutfak ve ekipman hijyeni (1-3, 1-4, 2-3, 2-4, 3-4) ve genel hijyende (1-3, 1-4, 2-3, 2-4, 3-4) istatistikselsel olarak anlamli farklılık olduğunu saptamışlardır. Diğer taraftan sadece personel hijyenini araştırmalarında kullanan Ünlüöner ve Cömert

(2013), algı puanlarının eğitim durumuna göre istatistiki olarak anlamlı farklılık göstermediğini tespit etmişlerdir.

- Çalışanların iş tecrübelerine göre sadece mutfak ve ekipman hijyeni algısında istatistiki olarak anlamlı farklılık saptanamamıştır. 7 yıl ve daha fazla süre iş tecrübesi olan çalışanların gıda hijyeni, kişisel hijyen ve genel hijyen algı puanı, 2 yıl ve daha az süre tecrübesi olan çalışanlardan, 5-6 yıl iş tecrübesi olan çalışanların kişisel hijyen algı puanı, 2 yıl ve daha az süre iş tecrübesi olan çalışanlardan anlamlı derecede yüksek çıkmıştır. Sanlier vd. (2010), mutfak ve ekipman hijyeni, kişisel hijyen, gıda hijyeni ve genel hijyen konusunda 16 yıl ve üzeri iş tecrübesine sahip çalışanların yüksek algı düzeyine, 5 yıl ve altı iş tecrübesine sahip çalışanların ise düşük algı düzeyine sahip olduğunu tespit etmişlerdir. Ayrıca araştırmacılar, araştırma sonucunda kişisel hijyen algısı dışında 16 yıl ve üzeri iş tecrübesine sahip çalışanların 5 yıl ve altı iş tecrübesine sahip çalışanlara göre algı düzeylerinin istatistiki olarak anlamlı derece yüksek olduğunu tespit etmişlerdir. Ünlüöner ve Cömert (2013), 20 yıl ve daha uzun süredir bu alanda çalışanların personel hijyeni puanının 10 yıldan az süredir bu alanda çalışanların puanından istatistiki olarak anlamlı şekilde daha yüksek olduğunu saptamışlardır. Onurlar (2020), sektörde çalışma süresine göre hijyen algılarından personel hijyeni algısı dışında istatistiki olarak anlamlı farklılık tespit edemediği araştırmasında 1-5 yıl arasında sektör tecrübesi olan çalışanların 11-15 yıl arasında sektör tecrübesi olan çalışanlara göre personel hijyeni algı düzeylerinin anlamlı derece yüksek olduğunu tespit etmiştir. Gün ve Kendirci (2021), meslekteki çalışma süresine göre (A: ≤ 3 , B: 4-7, C: 8-11, D: 12-15, E: ≥ 16) gıda hijyeni (B, C, D, E > A), personel hijyeni (D, E > A, B, C), ekipman / araç gereç hijyeni, gıda güvenliği ve hijyen bilgisi (D, E > A, B) değişkenlerinde istatistiksel olarak anlamlı farklılık olduğunu saptamışlardır. Uçar vd. (2021), 3-6 yıldır çalışanlar ile 7-10 yıldır çalışanların 11 yıl ve üstü süredir çalışanlara göre personel hijyeni algı puanlarının, 2 yıl ve altı süredir çalışanlar ile 11 yıl ve üstü süredir çalışanların 3-6 yıldır çalışanlara göre genel hijyen algı puanlarının istatistiki olarak anlamlı şekilde daha yüksek olduğunu tespit etmişlerdir.

Mutfak çalışanları, gıda maddeleri ile doğrudan temas halinde oldukları için gıda güvenliğine önemli katkıda bulunmaktadır. Önlenabilir hastalık olarak bilinen gıda kaynaklı hastalıkların görülme sıklığını azaltmak için otel işletmeleri; gıda güvenliğine yönelik en iyi uygulamaları tanımalı, benimsemeli ve uygulamalıdır. Diğer taraftan personelin kişisel temizliğe daha fazla dikkat etmesi için yeniden eğitilmeleri ve yetiştirilmeleri ihtiyacını ciddiye almak önemlidir (Oladeji, Arogundade, Alabi ve Ijose, 2023, s. 12). Al-Marzouqi ve Yahia'nın (2022) yapmış olduğu araştırma sonuçları, Covid-19 salgınının küresel olarak yayılmasının müşterilerin hizmet kalite performansının diğer boyutlarına göre hijyen ve temizliği daha fazla ön planda tuttuklarını göstermiştir. Dolayısıyla müşterilerin hijyen ve temizliğe verdikleri önem ve salgınların hayatın bir parçası olduğu gerçeği de düşünüldüğünde personelin hijyen konusunda sürekli olarak eğitilmesinin gerekliliği çok daha iyi anlaşılmaktadır.

İstanbul'daki otel mutfak çalışanları üzerinde yapılan bu araştırma sonucunda her ne kadar erkek çalışanların kadın çalışanlara göre hijyen (gıda hijyeni, kişisel hijyen, mutfak ve ekipman hijyeni, genel hijyen) algı puanları daha yüksek çıkmış olsa da daha iyi performans göstermelerini sağlamak için periyodik olarak tüm mutfak çalışanlarının hijyen konusunda bilinç düzeyleri geliştirilmelidir. Bu konuda özellikle verilen eğitimlerin profesyonel kişiler tarafından, güncel mevzuata göre ve değişimin hızlı yaşandığı günümüz iş dünyasına yakışır

İstanbul'da Faaliyet Gösteren Dört ve Beş Yıldızlı Otellerin Mutfak Çalışanlarının Hijyen Algıları

materyallerle yapılması önemlidir. Sadece kişisel hijyende lise mezunlarının algı puanının ilköğretim mezunlarına göre düşük olması dışında eğitim seviyesi yükseldikçe hijyen algı puanlarının arttığı ve üniversite mezunlarının hijyen algı puanlarının diğer mezunlara göre yüksek olduğu gerçeğinden hareketle mutfakta diğer mezunlara göre hijyen konusunda daha duyarlı olan üniversite mezunlarının istihdamdaki payının artırılması isabetli olacaktır. Bunun yanında iş tecrübesinin birçok zorluğun üstesinden gelme konusunda katkısı bilinmektedir. Bu araştırma sonuçları, iş tecrübesinin önemini bir kez daha ortaya koymuştur. Çalışanların sahip olduğu bilginin her zaman gıda ile ilgili hijyen davranışlarında olumlu bir etki yarattığı da söylenemez. Ancak etkin ve sürekli yapılacak eğitim programlarıyla farklı profillere sahip çalışanların gıda hijyeni, kişisel hijyen, mutfak ve ekipman hijyeni konularında bilinç düzeyleri artırılarak hijyen davranışlarında olumlu dönüşümleri yaşamaları sağlanabilecektir (Başer vd., 2016, s. 35; Şanlıer ve Tunç Hussein, 2008, s. 466).

Bu araştırma, İstanbul'da bulunan dört ve beş yıldızlı otellerin mutfak çalışanlarından oluşan sınırlı bir örneklem grubu üzerinde yapılmıştır. Gelecekteki araştırmalar; İstanbul'da daha büyük örneklem grubuna yapılabileceği gibi Türkiye'deki farklı turizm destinasyonlarının (özellikle turist sayısının yoğun olduğu turizm destinasyonlarının) mutfak çalışanlarına da yapılabilir. Ayrıca gelecekteki araştırmalarda mutfak çalışanlarının hijyen algıları üzerinde farklı değişkenlerin (hijyen eğitimi alma durumu, çalışılan tesis türü gibi) nasıl bir etki yarattığına ve hijyen algıları ile uygulamaları arasındaki nasıl bir ilişki olduğuna da bakılabilir.

KAYNAKÇA

- Aksoydan, E. (2007). Hygiene factors influencing customers' choice of dining-out units: findings from a study of university academic staff. *Journal of Food Safety*, 27(3), 300-316.
- Aktaş, A., & Özdemir, B. (2012). *Otel işletmelerinde mutfak yönetimi* (3. baskı). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Al-Marzouqi, A., & Ben Yahia, I. (2022). Impact of covid-19 pandemic on food and beverage service performance and behavioral intents: Importance of sanitary measures. *Journal of Foodservice Business Research*, 25(2), 209-232. DOI: 10.1080/15378020.2021.1936871
- Avrupa Gıda Güvenliği Otoritesi. (2023). *Monitoring of foodborne diseases*. Erişim adresi: <https://www.efsa.europa.eu/en/topics/topic/monitoring-foodborne-diseases>, Erişim tarihi: 06.11.2023
- Aydoğan, M. S., & Erol, G. (2023). Otel mutfağı çalışanlarının gıda güvenliği ve hijyene yönelik bilgi ve uygulama düzeylerinin belirlenmesi: Ayvalık örneği. *Journal of Tourism & Gastronomy Studies*, 11(2), 1333-1356. DOI: 10.21325/jotags.2023.1246
- Başer, F., Abubakirova, A., Şanlıer, N., & Çil, B. (2016). 4-5 yıldızlı otellerdeki servis ve mutfak personellerinin gıda güvenliğine ilişkin bilgi, tutum ve davranışları: Türkiye ve Kazakistan karşılaştırması. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 13(3), 23-37.
- Bayram, F., & Ersoy, Y. (2020). Otel mutfaklarında çalışan mutfak personelinin gıda güvenliği konusundaki bilgi düzeyleri (Türkiye, Almanya, İspanya ve Dubai örneği). *Journal of Tourism & Gastronomy Studies, Special Issue*(4), 565-580. DOI: 10.21325/jotags.2020.705

- Birleşmiş Milletler Gıda ve Tarım Örgütü, & Dünya Sağlık Örgütü. (2023). *General principles of food hygiene*. Codex alimentarius code of practice, No.CXC 1-1969. Codex Alimentarius Commission. Rome. DOI: 10.4060/cc6125en
- Buyruk, L., & Şahin, N. (2002). Otel yiyecek-içecek departmanında çalışan işgörenlerin hijyen algılamaları konusunda bir araştırma. A. Halıcı (Ed.), *Turizmde sağlık ve beslenme; sorunlar ve çözümler sempozyumu: Bildiriler kitabı* (s. 77-90) içinde. Alanya, Antalya: Haberal Eğitim Vakfı.
- Cömert, M., & Özel, K. (2015). Otel işletmelerinde hijyen ve sanitasyon kurallarının mutfak personeli tarafından bilinirlik ve uygulanma düzeyi. *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 3(16), 310-322.
- DeBess, E. E., Pippert, E., Angulo, F. J., & Cieslak, P. R. (2009). Food handler assessment in Oregon. *Foodborne Pathogens and Disease*, 6(3), 329-335. DOI: 10.1089=fpd.2008.0102
- Duranoğlu, S., Yıldırım, İ., & Koyuncu, İ. (2008, 21-23 Mayıs). *Antalya'daki çeşitli turistik işletmelerinin mutfaklarının hijyen yönünden değerlendirilmesi*. Türkiye 10. Gıda Kongresi, Erzurum. Erişim adresi: <https://www.gidadernegi.org/TR/Genel/2409349509a37.pdf?DIL=1&BELGEANAH=1612&DOSYASIM=240934950.pdf>, Erişim tarihi: 10.11.2023
- Dünya Sağlık Örgütü. (2022). *Food safety*. Erişim adresi: <https://www.who.int/news-room/fact-sheets/detail/food-safety>, Erişim tarihi: 06.11.2023
- Dünya Sağlık Örgütü. (2023). *Overview (Hygiene)*. Erişim adresi: <https://www.afro.who.int/node/5610>, Erişim tarihi: 06.11.2023
- Eren, R., Nebioğlu, O., & Şık, A. (2017). Otel işletmeleri mutfak çalışanlarının gıda güvenliği konusunda bilgi düzeyleri: Alanya örneği. *Disiplinlerarası Akademik Turizm Dergisi*, 1(2), 47-64.
- Fatimah, U. Z. A. U., Boo, H. C., Sambasivan, M., & Salleh, R. (2011). Foodservice hygiene factors—The consumer perspective. *International Journal of Hospitality Management*, 30(1), 38-45. DOI: 10.1016/j.ijhm.2010.04.001
- Gün, S., & Kendirci, P. (2021). Tokat'ta bulunan 3 ve 4 yıldızlı otellerde çalışan mutfak personelinin gıda güvenliği ve hijyen bilgi düzeylerinin incelenmesi. *Ege Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi*, 58(3), 335-346. DOI: 10.20289/zfdergi.823473
- Hacıoğlu, N., & Girgin, G. K. (2008). HACCP sisteminin otellerin mutfak çalışanları tarafından değerlendirilmesi: 5 yıldızlı otel işletmelerinde bir araştırma. *İşletme Fakültesi Dergisi*, 9(2), 281-301.
- Harris, R. L. (1997). PCIH presentation: The public health roots of industrial hygiene. *American Industrial Hygiene Association Journal*, 58(3), 176-179. DOI:10.1080/00028894.1997.10399234
- Hastalık Kontrol ve Önleme Merkezleri. (2023). *Foodborne diseases centers for outbreak response enhancement*. Erişim adresi: <https://www.cdc.gov/foodcore/index.html>, Erişim tarihi: 06.11.2023
- Karasar, N. (2019). *Bilimsel araştırma yöntemi: Kavramlar ilkeler teknikler* (34. baskı). Ankara: Nobel Yayıncılık.

İstanbul'da Faaliyet Gösteren Dört ve Beş Yıldızlı Otellerin Mutfak Çalışanlarının Hijyen Algıları

- Kınacı, B., & Çetiner, H. (2013). Gaziantep'te dört ve beş yıldızlı otellerin restoranlarında çalışan personelin kişisel hijyen uygulamaları üzerine bir alan araştırması. *Journal of Tourism & Gastronomy Studies*, 1(1), 21-28.
- Köksal, Ş., Soysal, A., Ergör, G., & Kaner, G. (2016). İzmir de sağlık kurumlarına yemek üretim ve dağıtım hizmeti veren bir firmada çalışanların gıda hijyeni ile ilgili bilgi ve davranışları. *Türk Hijyen ve Deneysel Biyoloji Dergisi*, 73(2), 139-148. DOI: 10.5505/TurkHijyen.2016.39129
- Mulat, M., Desta, T., & Birri, D. (2020). Food safety knowledge and practice among food handlers in Yeka Subcity, Addis Ababa, Ethiopia. *International Journal of Infectious Diseases*, 101(1), 418. DOI: 10.1016/j.ijid.2020.09.1097
- Oladeji, S. O., Arogundade, C., Alabi, A. O., & Ijose, O. A. (2023). Food safety and hygiene practices in medium size hotel in Ondo State, Nigeria. *Asian Journal of Advanced Research and Reports*, 17(10), 1-16. DOI: 10.9734/AJARR/2023/v17i10528
- Onurlar, B. (2020). Yiyecek-İçecek işletmelerinde çalışan personelin gıda güvenliği hakkında hijyen bilgi düzeylerinin belirlenmesi: Ankara-Gölbaşı örneği. *Journal of Tourism & Gastronomy Studies, Special Issue*(4), 396-410. DOI: 10.21325/jotags.2020.693
- Pichler, J., Ziegler, J., Aldrian, U., & Allerberger, F. (2014). Evaluating levels of knowledge on food safety among food handlers from restaurants and various catering businesses in Vienna, Austria 2011/2012. *Food Control*, 35(1), 33-40. DOI: 10.1016/j.foodcont.2013.06.034
- Sanlier, N., Cömert, M., & Durlu-Özkaya, F. (2010). Hygiene perception: Condition of hotel kitchen staffs in Ankara, Turkey. *Journal of Food Safety*, 30(2), 415-431. DOI: 10.1111/j.1745-4565.2010.00216.x
- Sanlier, N., & Konaklioglu, E. (2012). Food safety knowledge, attitude and food handling practices of students. *British Food Journal*, 114(4), 469-480. DOI: 10.1108/00070701211219504
- Sökmen, A. (2011). *Yiyecek ve içecek servisi* (3. baskı). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Şanlıer, N., & Tunç Hussein, A. (2008). Yiyecek-içecek hizmeti veren otel mutfakları ve personelinin hijyen yönünden değerlendirilmesi: Ankara ili örneği. *Kastamonu Eğitim Dergisi*, 16(2), 461-468.
- Taha, S., Osaili, T. M., Saddal, N. K., Al-Nabulsi, A. A., Ayyash, M. M., & Obaid, R. S. (2020). Food safety knowledge among food handlers in food service establishments in United Arab Emirates. *Food Control*, 110, 106968. DOI: 10.1016/j.foodcont.2019.106968
- Tuncer, T., & Akoğlu, A. (2020). Food safety knowledge of food handlers working in hotel kitchens in Turkey. *Food and Health*, 6(2), 77-89. DOI: 10.3153/FH20009
- Uçar, A., Ülger, T. G., & Çakıroğlu, F. P. (2021). What changed between 2008-2020 about Employees' perception of hygiene in the catering industry in Ankara (Turkey)?. *AIMS Public Health*, 8(2), 275-284. DOI: 10.3934/publichealth.2021021
- Ünlüöner, K., & Cömert, M. (2013). Otel işletmeleri mutfak çalışanlarının personel hijyeni bilgi düzeylerinin belirlenmesi. *Journal of Tourism & Gastronomy Studies*, 1(1), 3-12.
- Ünsal, C., & Çoşkun, F. (2020). Hazır yemek üretim ve toplu tüketim sektöründe çalışanların gıda hijyeni bilgi düzeylerinin ölçülmesi: Tekirdağ / Hayrabolu örneği. *Trakya Üniversitesi Mühendislik Bilimleri Dergisi*, 21(1), 15-37.

Yu, J., Seo, J., & Hyun, S. S. (2021). Perceived hygiene attributes in the hotel industry: customer retention amid the COVID-19 crisis. *International Journal of Hospitality Management*, 93, 102768. DOI: 10.1016/j.ijhm.2020.102768

EKLER

Ek 1: Araştırmada Kullanılan İfadeler ve İfadelerin Oluşturulmasında Yararlanılan Kaynaklar

| İfade | Kaynak |
|--|--|
| 1. Gıda hijyeni, gıdanın hastalığa yol açan etmenlerden arındırılmış olmasıdır. | Buyruk ve Şahin (2002), Sanlier vd. (2010) |
| 2. Her personel, bir bakteri taşıyıcısıdır ve onu bulaştırabilir. | Buyruk ve Şahin (2002), Sanlier vd. (2010) |
| 3. Mutfakta çöp ve yiyeceklerin bir arada bulundurulmasında bir sakınca yoktur. (-) | Buyruk ve Şahin (2002), Sanlier vd. (2010) |
| 4. Yemek hizmetinden sorumlu olan personel, yemeğe çıplak elle dokunabilir. (-) | Buyruk ve Şahin (2002), Sanlier vd. (2010) |
| 5. Çiğ ve pişmiş yiyecekler, ayrı tezgâhlarda hazırlanmalıdır. | Buyruk ve Şahin (2002), Sanlier vd. (2010) |
| 6. Gıda zehirlenmesinin ortaya çıkması, bir otelin imajına zarar verir. | Buyruk ve Şahin (2002), Sanlier vd. (2010) |
| 7. Mikroorganizmalar, vücutta en çok ellerde bulunur. | Buyruk ve Şahin (2002), Sanlier vd. (2010) |
| 8. Bakteriler, açık yaralar ve sindirim sistemi yoluyla bulaşabilir. | Buyruk ve Şahin (2002), Sanlier vd. (2010) |
| 9. Personelin genel sağlık taraması, her altı ayda bir yapılmalıdır. | Buyruk ve Şahin (2002), Sanlier vd. (2010) |
| 10. Sıcak yemekler servis edilene kadar 60°C veya daha yüksek sıcaklıkta tutulmalıdır. | Buyruk ve Şahin (2002), Sanlier vd. (2010) |
| 11. Personelin mutfağa dışarıda giydiği ayakkabılar veya kıyafetlerle girmesinde bir sakınca yoktur. (-) | Buyruk ve Şahin (2002), Sanlier vd. (2010) |
| 12. Personel, temiz ve ütülü kepe veya bone giymelidir. | Buyruk ve Şahin (2002), Sanlier vd. (2010) |
| 13. Soğuk hava depolarının ve buzdolaplarının içi temiz ve bakımlı olmalıdır. | Buyruk ve Şahin (2002), Sanlier vd. (2010) |
| 14. Güneş ışığının depoya veya kilere girmesinde bir sakınca yoktur. (-) | Buyruk ve Şahin (2002), Sanlier vd. (2010) |
| 15. Gıda üretim ve servis alanlarının zeminleri bakımlı ve kuru olmalıdır. | Buyruk ve Şahin (2002), Sanlier vd. (2010) |
| 16. Süt, yumurta ve et içeren ürünlerin yüksek sıcaklıkta tutulmasında bir sakınca yoktur. (-) | Buyruk ve Şahin (2002), Sanlier vd. (2010) |
| 17. Et satın alırken etiketinin olmasına dikkat edilmelidir. | Buyruk ve Şahin (2002), Sanlier vd. (2010) |
| 18. Personel için yeterince duş ve banyo olmalıdır. | Buyruk ve Şahin (2002), Sanlier vd. (2010) |
| 19. Personel nezle, grip, ishal vb. durumlarda çalışmamalı veya geri hizmette çalışmalıdır. | Buyruk ve Şahin (2002), Sanlier vd. (2010) |

İstanbul'da Faaliyet Gösteren Dört ve Beş Yıldızlı Otellerin Mutfak Çalışanlarının Hijyen Algıları

- | | |
|---|--|
| 20. Mutfakta, laboratuvarında analiz edilen temiz ve sağlıklı su kullanılmalıdır. | Buyruk ve Şahin (2002), Sanlier vd. (2010) |
| 21. Çiğ yiyeceklerle pişmiş yiyecekler ayrı yerde saklanmalıdır. | Başer vd. (2016) |
| 22. Elleri hijyenik olarak yıkamak, bileklerden ovalayarak ve tırnakları fırçalayarak sıcak su ve sabunla yıkamak anlamına gelir. | Buyruk ve Şahin (2002), Sanlier vd. (2010) |
| 23. Eller yıkandıktan sonra kâğıt havlularla kurutulmalıdır. | Sanlier ve Konaklıoğlu (2012) |
| 24. Yiyeceklerin hazırlandığı alanların temizliği, yiyecekler kaldırıldıktan sonra yapılmalıdır. | Buyruk ve Şahin (2002), Sanlier vd. (2010) |
| 25. Mutfakta sigara içilmesinde bir sakınca yoktur. (-) | Buyruk ve Şahin (2002), Sanlier vd. (2010) |
| 26. Kullanılan temizlik bezlerinin her zaman yıkanması ve kurutulması gerekmez. (-) | Buyruk ve Şahin (2002), Sanlier vd. (2010) |
| 27. Sıcak yiyecekler, küçük ve derin olmayan kaplarda soğutulmalı ve saklanmalıdır. | Buyruk ve Şahin (2002), Sanlier vd. (2010) |
| 28. Bulaşıkların yıkanması, durulanması ve sterilize edilmesi sırasında titiz olunmalıdır. | Buyruk ve Şahin (2002), Sanlier vd. (2010) |
| 29. Artıklar, öğütülerek veya çöp sepetlerine konarak mutfaktan çıkartılmalıdır. | Buyruk ve Şahin (2002), Sanlier vd. (2010) |
| 30. Pişmiş gıda, oda sıcaklığında 2 saatten fazla tutulmamalıdır. | Başer vd. (2016) |
| 31. Personelin elindeki yaralar, su geçirmez bandajlarla kapatılmalıdır. | Buyruk ve Şahin (2002), Sanlier vd. (2010) |
| 32. Tüm ekipman; yıkama, durulama ve sanitasyon sonrası açık havada kurutulmalıdır. (-) | Buyruk ve Şahin (2002), Sanlier vd. (2010) |
| 33. Gıdalar, çözdürüldükten sonra tekrar dondurulabilir. (-) | Buyruk ve Şahin (2002), Sanlier vd. (2010) |
| 34. Yiyeceklerin tadına, karıştırmak için kullanılan kaşıktan farklı bir kaşıkla bakılmalıdır. | Buyruk ve Şahin (2002), Sanlier vd. (2010) |
| 35. Dondurulmuş gıdalar, sıcak bir ortamda (mutfakta, radyatörde vb.) çözdürülmelidir. (-) | Buyruk ve Şahin (2002), Sanlier vd. (2010) |
-

Atıf/Citation:

Özdemir, K., Çelebi O. F. and Nacar, R. (2024). Consumer Security and Privacy In The Metaverse: A Bibliometric Analysis. *Dokuz Eylül University Journal of Faculty of Business*, 25(1): 111-130.
<https://doi.org/10.24889/ifede.1445367>

CONSUMER SECURITY AND PRIVACY IN THE METAVERSE: A BIBLIOMETRIC ANALYSIS

Kadir ÖZDEMİR*, Ömer Faruk ÇELEBİ and Ramazan NACAR*****

ABSTRACT

The metaverse, one of today's most groundbreaking innovations, offers important opportunities for our future in many areas. However, these opportunities bring with them some critical threats. Security and privacy in the metaverse are among the most current threats that researchers focus on. Current studies that comprehensively analyze existing studies and develop solution suggestions for service providers and consumers in line with these analyses are pretty fragmented. Therefore, this study aims to provide a more concrete view and combine fragmented literature by using bibliometric techniques on security and privacy research in the metaverse in the WOS and SCOPUS databases. In addition, this study assesses the effects of the existing literature and offers a series of suggestions regarding measures that can be taken to protect consumer privacy and security. In the study, 86 studies published in 64 different sources between 2018 and 2024 are analyzed in terms of scientific performance with different bibliometric techniques. According to the prominent findings of the study, it is understood that the highest number of scientific publications were published in 2023; each publication received an average of 17 citations; single-author studies constitute 25% of all studies; and the most publications were published in the Journal of Metaverse. It is thought that the results revealed in this study and the suggested coping strategies regarding privacy and security will contribute to future studies. However, our proposed strategies for addressing privacy and security threats in the metaverse will provide guidance to service providers and consumers.

Keywords: Metaverse, Consumer Security, Consumer Privacy, Bibliometric Analysis, SPAR-4-SLR Protocol

JEL Classification: M10, M31, N7

METAVERSE’TE TÜKETİCİ GÜVENLİĞİ VE GİZLİLİĞİ: BİBLİYOMETRİK BİR ANALİZ

ÖZ

Günümüzün en çığır açıcı yeniliklerinden Metaverse, geleceğimiz için pek çok alanda önemli fırsatlar sunmaktadır. Ancak bu fırsatlar bazı kritik tehditleri de beraberinde getirmektedir. Metaverse’te güvenlik ve gizlilik araştırmacıların odaklandığı en güncel tehditler arasındadır. Mevcut çalışmaların kapsamlı bir analizini yapan ve bu analizler doğrultusunda hizmet sağlayıcılara ve tüketicilere yönelik çözüm önerileri geliştiren çalışmalar oldukça dağınıktır. Bu nedenle bu çalışma, WOS ve SCOPUS veri tabanlarında Metaverse’de güvenlik ve gizlilik araştırmaları üzerine bibliyometrik teknikler kullanarak daha somut bir görünüm sunmayı ve dağınık literatürü birleştirmeyi amaçlamaktadır. Ayrıca bu çalışma bir yandan mevcut literatürün etkinliğini değerlendirirken diğer yandan tüketici gizliliği ve güvenliğine karşı alınabilecek önlemlere ilişkin bir dizi öneriler sunmaktadır. Çalışmada 2018-2024 yılları arasında 64 farklı kaynaktan yayınlanan 86 çalışma farklı bibliyometrik teknikler ile bilimsel performans bakımından analiz edilmektedir. Çalışmanın öne çıkan sonuçlarına göre en fazla bilimsel yayının 2023 yılında

* Research Assistant, Bursa Technical University, Faculty of Humanities and Social Sciences, Department of Business Administration, Bursa, Türkiye. E-mail: kadirozdemir3@gmail.com, <https://orcid.org/0000-0002-2034-4797>

** Research Assistant, Bursa Technical University, Faculty of Humanities and Social Sciences, Department of Business Administration, Bursa, Türkiye. E-mail: omer.celebi@btu.edu.tr, <https://orcid.org/0000-0002-9462-6279>

*** Prof., Bursa Technical University, Faculty of Humanities and Social Sciences, Department of Business Administration, Bursa, Türkiye. E-mail: ramazan.nacar@btu.edu.tr, <https://orcid.org/0000-0002-4443-974X>

Consumer Security and Privacy in the Metaverse: A Bibliometric Analysis

üretildiği, her bir yayının ortalama 17 atıf aldığı, tek yazarlı çalışmaların tüm çalışmaların %25'ini oluşturduğu ve en fazla yayının Journal of Metaverse dergisinde yayımlandığı görülmektedir. Bu çalışmada ortaya çıkan sonuçlar ve gizlilik ile güvenliğe ilişkin önerilen stratejiler gelecek çalışmalara katkı sağlayacaktır. Bununla birlikte Metavers'te gizlilik ve güvenlik tehditlerine yönelik önerdiğimiz stratejilerin hizmet sağlayıcılar ve tüketicilere rehberlik edeceği düşünülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Metaverse, Güvenlik, Gizlilik, Bibliyometrik Analiz, SPAR-4-SLR Protokolü

JEL Kodu: M10, M31, N7

1. INTRODUCTION

Innovative technologies transform and enrich our basic life practices, such as interaction and communication, day by day. Three significant transformations we have experienced have occurred through personal computers, internet access, and mobile phones, respectively (Mystakidis, 2022). Metaverse, representing the fourth wave of this transformation process, is seen as a new paradigm where individuals could experience the virtual world. It progresses depending on immersive technologies such as virtual reality (VR), augmented reality (AR) and emerging technologies like artificial intelligence (AI) and blockchain (Wang et al., 2022). Using AR and VR technology, Metaverse enables users to communicate and create value in virtual environments where the physical environment is simulated through avatars and holograms (Gursoy et al., 2022). The best-known examples of these environments are SecondLife, Fortnite, Roblox, and VR Chat (Dwivedi et al., 2023). Metaverse's utilization areas are not limited to gaming and communication platforms. On blockchain-supported metaverse platforms, users can freely carry out their financial activities according to the currency on the platform (Jeon et al., 2022). In addition, AI-supported metaverse is rapidly integrated into tourism (Buhalis et al., 2023) health, production, and smart cities (Huynh-The et al., 2023). On that sense, Metaverse is predicted to revolutionize many fields, from health to entertainment, marketing to tourism eventually (Hollensen & Opresnik, 2022).

According to Gartner, Metaverse is among the ten most strategic technology trends (Gartner, 2023). Aware of this trend, companies such as Facebook, Tencent, NVIDIA, and Microsoft have recently noticed their investments. The market is expected to enlarge further soon. It is estimated that the metaverse market, which has a global value of 47.8 billion dollars in 2022, will reach approximately 678 billion dollars in 2030 (Strategic Market Research, 2022). Since it is a newly adopted technology and is carried out with other technologies, the Metaverse must solve some problems to achieve its anticipated development (Chow et al., 2022). Security and privacy concerns of consumers are among the most critical problems hindering the development of the industry (Wang et al., 2022). Most of the security and privacy risks in Metaverse are similar to the threat's internet users are exposed to, such as malware, hacking attacks, identity theft and fraud, social engineering, phishing, surveillance, and tracking. However, due to its new structure, the Metaverse creates new threats, such as the exploitation of virtual assets and economies (Pooyandeh et al., 2022). Considering that Metaverse will gradually expand its sphere of influence, it is crucial for discuss both the current security-privacy risks and potential risks. In parallel with these developments, academic interest in the topic is growing. Previous studies, such as Wang et al. (2022), have explained the fundamentals of privacy and security threats in the metaverse, as well as the precautions that can be taken. According to Huang et al. (2023), the metaverse possesses four essential

characteristics: socialization, real-world building, extensibility, and immersive interaction. Far and Rad (2022) described metaverse digital twin applications and security-privacy challenges, while Aks et al. (2022) discussed the use of blockchain for metaverse security. Kang et al. (2023) outlined the recommended security and privacy specifications for safe metaverse apps. Therefore, this study investigates all the current and potential security and privacy risks consumers face in Metaverse. In addition, the study aims to measure the effectiveness of publications in the current literature and identify research trends in related studies. Although these studies make unique contributions to the understanding of the subject, they indicate the need for a comprehensive study on privacy and security threats.

This study examined the current and potential security and risks of privacy that consumers face in the metaverse. Additionally, the study aims to assess the efficacy of publications in the current literature and to identify research trends in related studies through bibliometric findings. Existing research (e.g. Abbate et al., 2022; Wider et al., 2023; Rejeb et al., 2023; Feng et al., 2022; Shen et al., 2023; Chen & Zhang, 2022; Albahri & AlAmoudi, 2023; Bizel, 2023) have conducted bibliometric analyses of the metaverse. To our knowledge, no bibliometric research conducted on security and privacy issues in the metaverse. This study conducts bibliometric analysis according to the SPAR-4-SLR Protocol. Social science researchers frequently use the SPAR-4-SLR protocol in bibliometric analyses, systematic literature reviews, and meta-analyses. The most important contribution of this protocol to related methods is that it facilitates a repeatable, consistent, and transparent examination. Inconsistencies that may arise during the review process can be prevented through this protocol (Paul et al., 2021).

The following research questions will be addressed in this study to fill in any gaps in the literature:

RQ1: How have privacy and security issues in the metaverse evolved for academic researchers?

RQ2: What are the significant publications and authors that have contributed to research?

RQ3: Which areas of privacy and security in the metaverse are being researched currently and in the future?

The article is arranged as follows: General information about the metaverse's features and possible drawbacks is given in Section 2, while research design and methodology are covered in Section 3. Section 4 provides information on the findings and Section 5 discusses strategies for security in Metaverse, presents the popular examples of security risks in Metaverse and suggests general implications for individuals, institutions, and policymakers. It also provides suggestions for future research directions for interested researchers.

2. CONCEPTUAL BACKGROUND

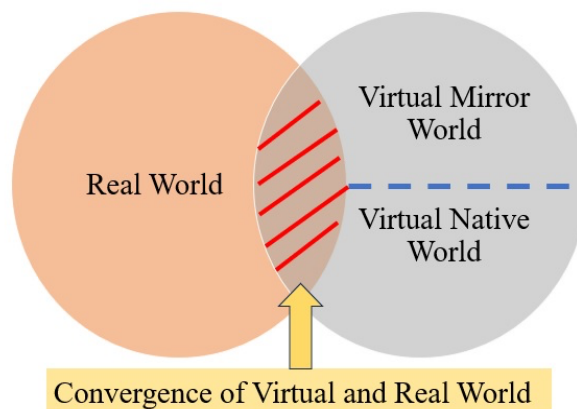
2.1. The Metaverse: Overview and Challenges

The roots of the Metaverse term trace back to the dystopic novel "Snow Crash" by Stephenson, N. in 1992. However, it gained popularity when Zuckerberg introduced "Meta" as a new brand instead of Facebook in 2021 (Damar, 2021). Even though scholarly research has significantly increased, more consensus has yet to be reached on the definition of the Metaverse in the literature (Weinberger, 2022). Mystakidis (2022) describes the metaverse is a virtual world beyond reality that consists of digital virtuality and physical reality and includes many

users. Otherwise, Huang et al. (2023) prefer a more straightforward definition: “the next-generation social world that everyone can access via the Internet.”

Deloitte (2022) puts forward that this new-generation world consists of four elements: virtual mirror world, virtual native world, real world, and convergence of the real and virtual world. The connection among the elements of the Metaverse is presented in Figure 1. The first element of the Metaverse is the virtual mirror world, where business life, private life, and almost everything in the real world is simulated. The second element of the Metaverse is the virtual native world, which defines a space with different rules and possibilities from the real world. Bending some physical and spatial regulations in the real world offers significant opportunities (e.g., user creativity, free movement) for the virtual native world. That’s why this space is critical in improving user skills in Metaverse. The real world is the third and most significant element of the Metaverse. Because the virtual world simulates the real world, and its value depends on interactions with the real world. The last element is the convergence of the virtual and real world. Soon, Metaverse will converge the real and virtual world. Thus, it is expected that interactions among the real and virtual world to increase (Deloitte, 2022) and this situation will create a kind of hybrid world eventually.

Figure 1: The Components of The Metaverse



Source: (Weinberger, 2022).

Metaverse is integrated with various technologies such as Edge Computing, Cloud Computing, Digital Twin, Network 5G, and 6G (Vladimirov et al., 2022). However, it progresses in its virtual adventure more through innovative AR, VR, AI, and Blockchain Technologies (Pooyandeh et al., 2022). Because these technologies get involved in Metaverse, many initiatives have emerged, from gaming to real estate and social interaction to healthcare (Huynh-The et al., 2023). Figure 2 shows Metaverse projects supported by these technologies. As seen in Figure 2, some projects (e.g., Decentraland, Sandbox, Star Atlas) include more than one technology. In addition, there are more examples of the gaming industry than other industries. Similarly, according to the last report by Strategic Market Research (2022), the gaming industry leads in the number of users adopting Metaverse.

Figure 2: Metaverse Projects Supported by Innovative Technologies



Source: Adapted from: (Dwivedi et al., 2023; Huynh-The et al., 2023).

Metaverse provides various opportunities for users. Its technology that allows virtual interaction can provide users with immersion and enhance their experience. For example, immersion offers a chance for a migrant living away from his family to feel the same emotional connection with his family in a virtual environment (Smali & Rancourt-Raymond, 2022). In addition, it offers the opportunity to participate in concerts, touristic trips, and sports and art events via immersive technologies (Di Pietro & Cresci, 2021). Moreover, unique options are offered to users in finance, education, health, smart cities, and many other fields. Even though it expands in almost every area, serious security and privacy risks are barriers to users' adoption of it widely (Wang et al., 2022; Far & Rad, 2022). Because including various technologies in the Metaverse boosts novel threats that take time to resolve (Chow et al., 2022).

The Internet has introduced the terms security and privacy. However, in Metaverse, risks are more complex than on the Internet because Metaverse can process data in more detail than the Internet (Park & Kim, 2022). As with the Internet and other software systems, Metaverse has many security threats, such as malware and hacking attacks, identity theft and fraud, social engineering and phishing, exploitation of virtual assets and economies, surveillance, and tracking (Dwivedi et al., 2022; Chow et al., 2022; Awadallah et al., 2023). These threats will likely be in Metaverse as they can save all digital and virtual data (Benjamins et al., 2023).

2.2. Threats To Consumer Security in The Metaverse

One of the new concepts that emerged with the development of Metaverse is “Darkverse.” Dwivedi et al. (2022) describe this term as the disadvantage of Metaverse and express that security threats are crucial among the disadvantages that must be considered. Metaverse users can be exposed to security threats in a variety of ways.

Malware and hacking attacks are one of the most common threats. Malware causes users' data to be obtained without their permission. So, there are risks that underage users could be forced to watch hazardous content (e.g., violence and pornography). Also, ransomware can cause economic exploitation of users. For example, there was a hacking attack on Roblox, and hackers demanded the game's virtual currency (Robux) as a ransom using ransomware (Dwivedi et al., 2023). Another threat that users are exposed to is identity theft and fraud. Data is more

accessible to steal since users communicate in Metaverse via the avatar (Chow et al., 2022). In addition, with the recently developed Deepfake technology, users' biometric data can be counterfeited (Awadallah et al., 2023). Therefore, identity theft and fraud are critical threats that worry users and must be resolved.

Social engineering and phishing are other security threats to consider. Because there is so much social communication in the Metaverse, attacks of social engineering are possible to occur more intensely and frequently. These attacks are mainly carried out by manipulating the users' emotions, such as fear, curiosity, and panic. These manipulations cause victims' private information to be exploited for dangerous purposes (e.g., disclosure, exploitation of virtual assets and economies) (Di Pietro & Cresci, 2021; Huang et al., 2023).

Surveillance and tracking that makes users suspicious are among the potential threats on the dark sides. VR headsets and IoT devices mainly used in immersive technologies like AR and VR, have front-facing cameras. Although these are added to track the movement, they can capture many private data (e.g., biometric data, fields in the user's room). When attackers obtain these, they create surveillance and tracking threats for users (Chow et al., 2022; Dwivedi et al., 2022).

2.3. Safeguarding Privacy in The Metaverse

One of the most important topics of discussion in Metaverse is privacy. Protecting user's privacy is a fundamental human right. Thus, users' privacy expectations must be provided by laws, policies, particular details, and punishment-reward systems (Vladimirov et al., 2022; Gupta et al., 2023). Users may encounter unintended risks and dangers related to the privacy of individuals and businesses that desire to operate in it (Di Pietro & Cresci, 2021).

As in the internet environment users leave the digital crumbs behind that already tell a lot about tastes, habits, attitudes, emotions, personalities, and political and sexual orientations (Kosinski et al., 2013; Di Pietro & Cresci, 2021). For this reason, users are greatly concerned about this personal information and data collected. Users' privacy can be jeopardized unexpectedly (Falchuk et al., 2018). Indeed, data collection and analysis techniques in Metaverse are still in development. The platform can record the user's brainwaves, physiological responses, virtual and genuine environment interactions, and body movements. Especially, sensitive personal information that may leak through the Metaverse can include much real-world data about users (Di Pietro & Cresci, 2021). This phenomenon causes users to perceive risks and concerns about privacy. In this context, Metaverse can furnish undesirable odds for online deception, robbery, fraud, trickery, -stalking, and -bullying with the suffering of -attacks (Salahdine & Kaabouch, 2019; Vladimirov et al., 2022; Gupta et al., 2023).

Additionally, the identities of users/avatars may be illegally impersonated and stolen. In this situation, users' avatars, digital life and digital assets can be damaged, discredited, and even lost. With the -attacks in Metaverse, hackers may purloin banking details and full names (Zhao et al., 2022; Wang et al., 2022). For instance, in the Opensea NFT marketplace, the accounts of 17 users were hacked because of authentication loopholes, phishing attacks, and intelligent contract errors, which caused a loss of \$1.7 million (Wang et al., 2022). To prevent such adverse and unpleasant events in Metaverse, laws or regulations are substantial to regulate users' behavior and adjust social relations. In this case, the literature highlighted three prominent

principles that are briefly listed below (Almeida et al., 2021; Wang et al., 2022); respect human rights, being open, transparent, and consensus-driven, being publicly accountable.

Furthermore, although fundamental user privacy protection tools increase in Metaverse, users must learn or fully realize them (Fernandez & Hui, 2022). Examples of these tools are the Virginia Consumer Data Privacy Act, General Data Regulation Protection, Colorado Privacy Act, and the California Consumer Privacy Act which targets the preservation of individuals' data in virtual environments. These laws and regulations allow users to provide a homogeneous policy to protect their privacy (Fernandez & Hui, 2022; Nelson, 2023; De Haas et al., 2023).

3. METHODOLOGY AND RESEARCH DESIGN

This article applies bibliometric analysis techniques to the related literature to examine studies. This analysis is a quantitative method for obtaining measurable, repeatable and objective information from large amounts of bibliometric datasets (Ellegaard & Wallin, 2015). This method of analysis has become popular with the advent of scientific, which make it relatively easy to obtain large amounts of bibliometric data. Bibliometric analysis makes it possible to examine the development of an essential field of research, summarizing large amount of bibliometric data, revealing the intellectual structure of a research field and the status of emerging trends. It can also indicate future directions (Donthu et al., 2021).

In the literature, the SPAR-4-SLR protocol is frequently used for bibliometric analyses. Therefore, the methodological design of this study is based on the SPAR-4-SLR protocol. The protocol ensures accurate planning, consistency in execution and transparency to enable replication. The protocol also helps researchers to prevent problems and retain research integrity. The SPAR-4-SLR protocol consist of three main stages and six sub-stages. The steps of this research methodology and the phases of the SPAR-4-SLR protocol (Paul et al., 2021) are presented briefly in Table 1.

Table 1: SPAR-4-SLR Protocols

| | Identification |
|-------------------|---|
| Assembling | Domain: Security and privacy in the Metaverse Research Questions: See in introduction Source Type: Journal articles published and early access Source Quality: WOS and SCOPUS |
| | Acquisition |
| | Database: WOS and SCOPUS Search Period: Up to 17 th January 2024 Search Keywords: (Privacy and Security) AND Metaverse Total Number of Articles Returned from the research: 288 WOS and 657 SCOPUS |
| Arranging | Organization |
| | Organizing Codes: Authors name, journal title, article title, countries, keywords, citation, coupling, networks |

Consumer Security and Privacy in the Metaverse: A Bibliometric Analysis

| | |
|------------------|---|
| | Purification |
| | Document Type: Article Subject Areas: Social Sciences, Psychology, Business Management and Accounting |
| Assessing | Evaluation |
| | Analysis Method: Bibliometric analysis Agenda Proposal Method: Current research areas, keyword analysis, and recommendations for managing security and privacy threats in the Metaverse. |
| | Reporting |
| | Reporting Conventions: Tables, figures and words Findings and Conclusion: Theoretical and managerial implications Limitation: Database (WOS and SCOPUS), only English language |

Many different software is used for bibliometric analysis, such as ScientoPyUI, Bibexcel, VOSviewer, CiteSpace, SciMAT and BiblioMaps. However, in this article, the bibliometric analysis was performed using Bibliometrix R, which is a valuable and efficient tool for visualization (Donthu et al., 2021).

4. FINDINGS

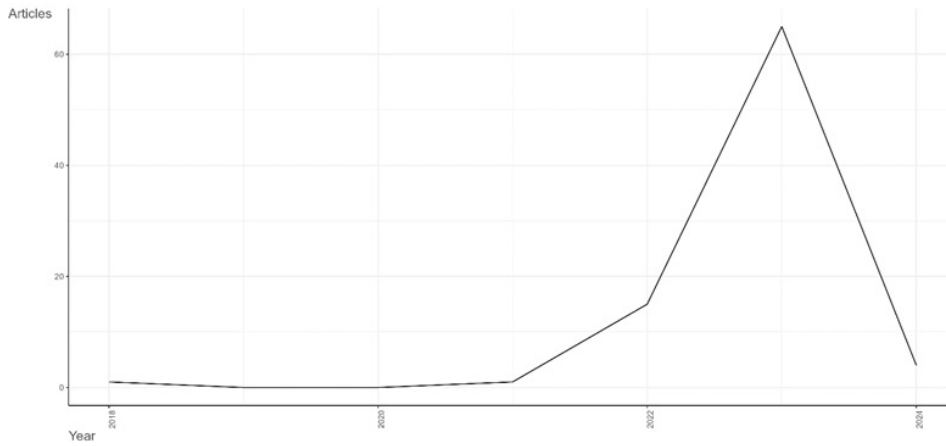
The following tables and figures illustrate the findings of the study.

Figure 3: Literature Overview



Figure 3 shows that the literature on privacy and security in the Metaverse is a relatively new field, with only 6 years of research resulting in 84 studies across 64 different sources. On average, each publication has around 17 citations. Approximately 25% of the studies were produced by a single author and international collaboration between authors was limited to about 13%.

Figure 4: Annual Scientific Production



There has been increasing interest in privacy and security in the metaverse since the first groundbreaking study on the subject was published in 2018 (Falchuk et al., 2018). 65 articles published in 2023 indicate that academic interest in this field will gradually increase.

Figure 5: Annual Citation Per Year

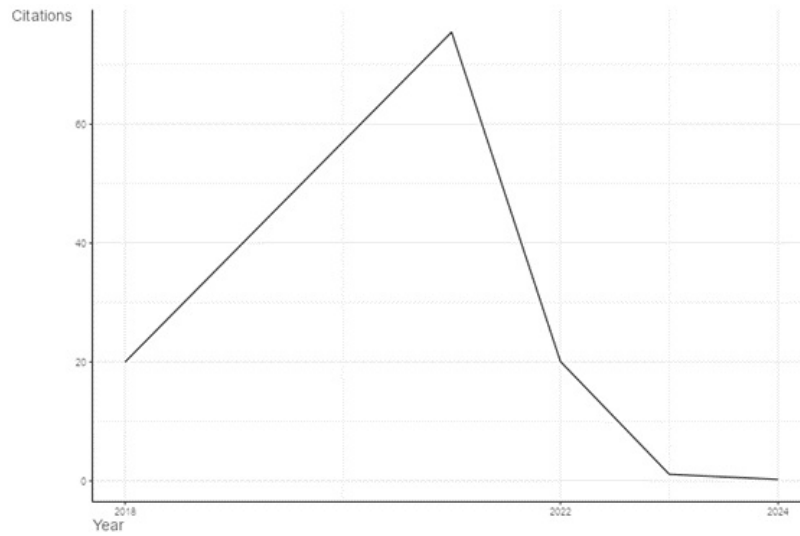


Figure 5 visualizes the annual citations per year. According to the Figure 5 the annual number of citations was approximately 20 in 2018, about tripled after 2020 and exceeded 60. As the number of studies increases, the number of citations is expected to increase.

Figure 6: Most Relevant Sources

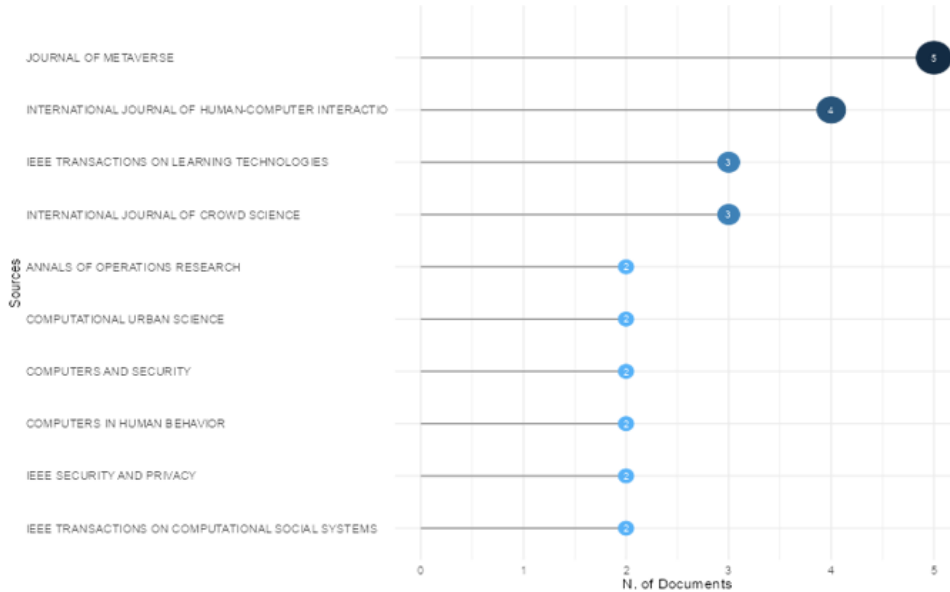


Figure 6 includes journals in which more than one study has been published. Accordingly, most studies published in the Journal of Metaverse. Although the journal only started publication in 2021, Metaverse has captured current and groundbreaking studies. The International Journal of Human-Computer-Interaction four, IEEE Transactions on Learning Technologies, and the International Journal of Crowd Science contributed to the literature by publishing three studies.

Figure 7: Most Relevant Authors

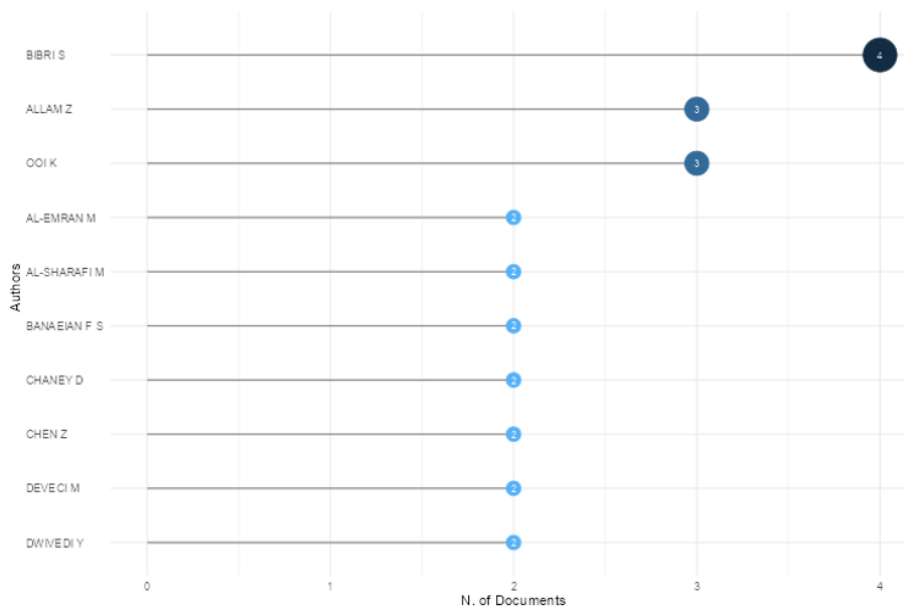
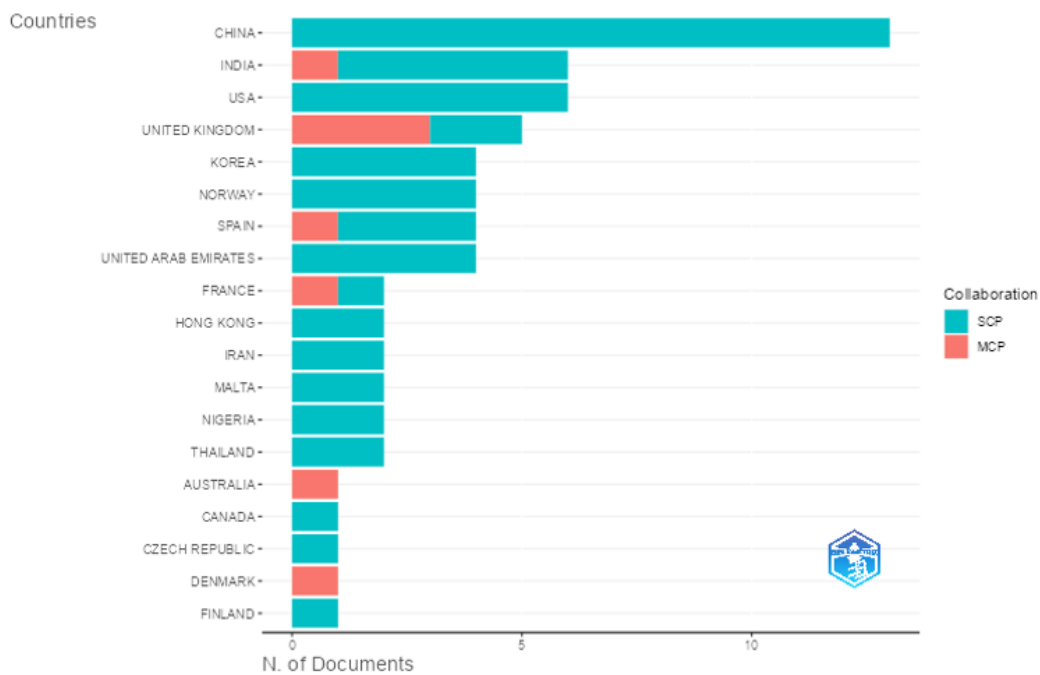


Figure 7 shares the information from the most relevant authors about the topic. The most contributing author is Simon Elias Bibri from École Polytechnique Fédérale de Lausanne. In his studies, Bibri emphasizes that the metaverse is an essential advantage for intelligent cities and discusses the measures to be taken against privacy and security threats (Bibri et al., 2022; Bibri & Allam, 2022). Another author who contributed the most to the subject is Zaheer Allam from Deakin University. Allam is also the co-author of many works by the most prolific writer, Bibri.

Figure 8: Corresponding Author’s Countries



Note: SCP: Single Country Publication, MCP: Multiple Country Publication

Figure 8 shows the countries where the responsible authors publish in the field of metaverse security and privacy. China, India and the USA are the top countries for publishing. Although China is the leading country for publishing, there are no international collaborations. The UK leads in international collaborations. Given the dynamic nature of the topic, more international author collaborations are needed.

Figure 9: Co-occurrence Network

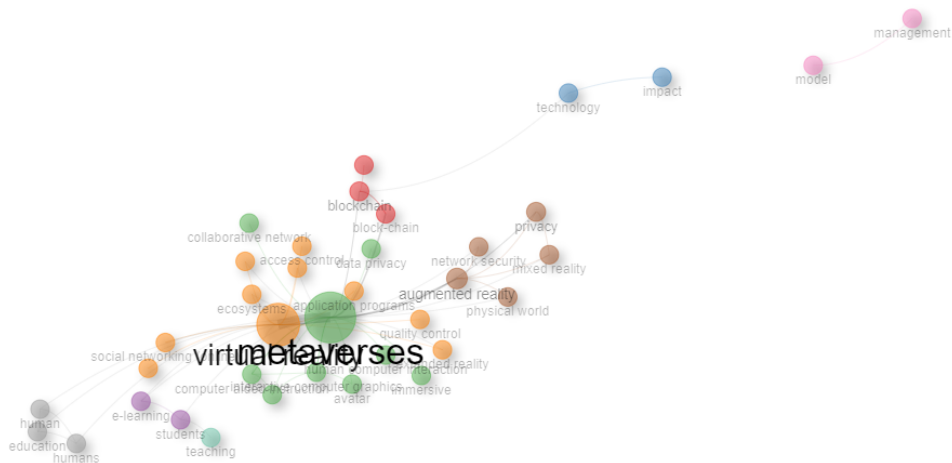
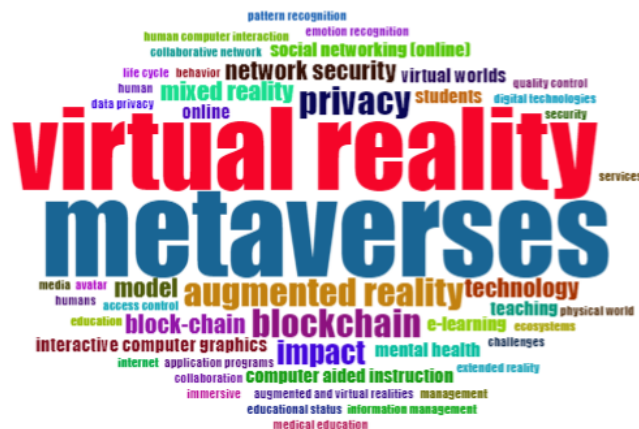


Figure 10: Word Cloud



Co-occurrence analysis is usually extracted from author keywords. This analysis assumes that there is a thematic correlation between words that appear together frequently. To predict and infer future research with noteworthy keywords, co-occurrence analysis of author keywords is used (Donthu et al., 2021). As shown in the Figure 9 and, Figure 10, the most common keywords are “metaverse”, “virtuality”, “augmented reality”, “data privacy”, “access control”, “physical world”, “privacy”, “network security”, “mixed reality”, “blockchain”, “collaborative network”, “technology”, “quality control”.

5. CONCLUSION AND DISCUSSION

The purpose of this study is to analyze the study of privacy and security in the metaverse by utilizing bibliometric analysis methods. We investigate current and potential security and

privacy risks faced by consumers. Furthermore, we assess the effectiveness of current literature publications and identify research trends. The research comprises 84 studies from 64 diverse sources conducted over a period of six years. On average, each publication includes 17 citations. Single-authored studies account for 25% of the total, and international collaboration between authors was limited to approximately 13%. According to the results, most of the articles published in the Journal of Metaverse. This journal captured recent and groundbreaking studies, even though it only started publishing in 2021. Simon Elias Bibri from École Polytechnique Fédérale de Lausanne is the most contributing author. Another author who contributed significantly to the subject is Zaheer Allam from Deakin University. Allam has also co-authored many works with the prolific writer, Bibri. China is the leading country for publishing, however, there are no international collaborations. The highest number of international collaborations is in the UK. The co-occurrence analysis results indicate that ‘metaverse’, ‘virtuality’, ‘augmented reality’, ‘data privacy’, ‘access control’, ‘physical world’, ‘privacy’, ‘network security’, ‘mixed reality’, ‘blockchain’, ‘collaborative network’, ‘technology’, and ‘quality control’ are the most utilized keywords.

In conclusion, the emergence of the Metaverse brings forth a new wave of technological transformation, promising immersive experiences, and opportunities across various domains. However, the advancement and adoption of the Metaverse face crucial challenges, especially in the realms of consumer security and privacy. The potential risks and threats faced by users in the Metaverse are reminiscent of those encountered in traditional internet usage but are amplified due to the immersive nature and extensive collection of personal data in virtual environment. The evolving landscape of security and privacy in the Metaverse demands attention and proactive measures from stakeholders to safeguard user interests.

Various studies have highlighted the security threats in the Metaverse, including malware and hacking attacks, identity theft and fraud, social engineering and phishing, and surveillance and tracking. These threats can lead to the unauthorized access of personal information, economic exploitation, and manipulation of user experiences. (Dwivedi et al., 2023; Chow et al., 2022; Awadallah et al., 2023). Moreover, metaverse’s extensive data collection capabilities also raise privacy concerns, users leave digital footprints that reveal personal information and preferences. The potential for online deception, fraud, -stalking, and -bullying raises concerns regarding users’ safety and privacy (Salahdine & Kaabouch, 2019; Vladimirov et al., 2022; Gupta et al., 2023).

To address these challenges, stakeholders in the Metaverse ecosystem need to implement effective strategies for consumer security. One such strategy is the acceptance of a Zero Trust Architecture model, which emphasizes authentication, identity verification, data validation, access controls, and traffic validation (Gupta et al., 2023). By implementing the ZTA model, platform developers, service vendors, and device manufacturers can enhance the security of the Metaverse environment and protect user data.

Additionally, regulatory frameworks and privacy laws such as the Virginia Consumer Data Privacy Act, General Data Regulation Protection, Colorado Privacy Act, and the California Consumer Privacy Act play a crucial role in safeguarding user privacy in virtual environments (Fernandez & Hui, 2022; Nelson, 2023; De Haas et al., 2023). These regulations provide a standardized approach to privacy protection and give users with control over their personal information.

Consumer Security and Privacy in the Metaverse: A Bibliometric Analysis

In summary, the Metaverse provide massive opportunities for users but also brings inherent risks to consumer security and privacy. It is essential for stakeholders to prioritize user protection, implement robust security measures like the ZTA model, and comply with relevant privacy regulations. By addressing these challenges and ensuring a safe and secure environment, the Metaverse can truly fulfill its potential as a transformative technological paradigm.

Future research in the marketing with a focus on consumer security and privacy within the Metaverse is crucial to provide the safeguard users' data and maintain trust in virtual environments. One key area for investigation is the development of effective privacy protection mechanisms within the Metaverse. Research could explore innovative approaches such as encryption, user authentication, and data anonymization techniques to safeguard personal information and mitigate privacy risks. Another important direction for future research is understanding consumers' perceptions and concerns regarding security and privacy in the Metaverse. Studying the factors that influence users' trust in virtual environments, their awareness of potential risks, and their willingness to engage in secure behaviors can provide valuable insights. This research could help marketers design strategies to communicate privacy practices effectively and build consumer confidence in the Metaverse. Moreover, exploring the impact of data breaches and security incidents on consumer trust and behavior within the Metaverse would be beneficial. Understanding how users react to such incidents, their expectations regarding transparency and accountability from companies, and their willingness to continue using virtual platforms can inform marketers' crisis management strategies and improve security measures. Lastly, considering the regulatory landscape surrounding security and privacy in the Metaverse is crucial. Future research could explore the implications of existing and emerging regulations on marketing practices, consumer protection, and data governance within virtual environments. Understanding the legal and ethical dimensions of marketing in the Metaverse will enable marketers to navigate potential challenges and ensure compliance with relevant laws and regulations. By addressing these future research directions, marketers can contribute to enhancing security and privacy measures in the Metaverse, fostering consumer trust, and promoting responsible marketing practices in virtual environments.

However, the findings of our study indicate that existing research is generally conducted in China, and international author collaborations remain limited. Therefore, future studies can consider different countries' contexts and turn to international author collaborations. Additionally, consumers' reactions in developed and developing country contexts to privacy and security threats in the metaverse can be examined comparatively.

The main contribution of this study is to reveal the scientific performance of the existing literature and coping strategies for privacy and security threats. Future studies can examine the relationships between consumer factors affecting privacy and security using the meta-analysis method. Additionally, through systematic literature reviews, consumers' responses to privacy and security threats can be addressed from theoretical, methodological, contextual, and characteristic perspectives. Finally, researchers can conduct experimental studies on consumers who experience the metaverse.

In addition to the contributions of this study, there are also some limitations. First, our study includes studies in the WOS and SCOPUS databases. This choice is because the WOS and SCOPUS databases index high-quality journals. Google Scholar and EBSCO databases, which contain studies of lower publication quality, were not included in the study. In this regard, our

review may have missed some crucial studies in Google Scholar and EBSCO. Another limitation of our review is that it focuses on articles published in English. Some valuable studies conducted in different languages may not have been considered. Finally, our review is limited to the disciplines of “Business, Management, and Accounting,” “Social Sciences,” and “Psychology” in terms of subject matter. Therefore, we may have missed consumer security and privacy studies in different disciplines.

5.1. Strategies For Consumer Security in The Metaverse

As it is emphasized that one of the most crucial features of the Metaverse is security, as well as privacy, trust, and control. Some strategies can be conducted to ensure security (Far & Rad, 2022). All stakeholders such as platform developers, service vendors, and device manufacturers are responsible for these strategies. Zero Trust Architecture, a multi-party decentralized security model suitable for collaborative open environments, is known as one of these strategies. The ZTA model is depends on the “Don’t trust, verify” logic and, is widely used to provide end-to-end security in virtual environments. Some of the substantial components in the ZTA model are authentication of everything, identity verification, data validation, access controls, traffic validation, and logs validations (Gupta et al., 2023).

Verification and user authentication are significant in the Metaverse because the face, video, and audio validation are used as digital avatars. With improved AR - VR tools and devices, hackers or attackers can easily imitate the same sounds and videos of users’ appearance (Choi et al., 2022). One of the most critical challenges of virtual environments is providing anonymity which causes security and privacy issues and the spread of fake information and news (Chukwunonso et al., 2022). User/entity verification and authentication should be prerequisites in the Metaverse. Thus, the security and privacy issue will be solved by ensuring only pre-verification and authentication (Gupta et al., 2023; Choi et al., 2022). For instance, Twitter uses the “blue tick” symbol on selected profiles to indicate identity verification and authentication (Gupta et al., 2023).

In the metaverse, users might desire their identities to be visible, or they may also want to use digital avatars or twins to obtain a range of services. Creating a digital avatar or twin for users and mapping it to an encrypted database is the task of Identity Management (Gupta et al., 2023). Besides that, users often interact with and communicate with each other through digital avatars, and they only want the content of communication to be secret. A powerful solution to this object is encryption. The transmitter utilizes the key to encrypt the knowledge, and the receiver utilizes the correct key to decrypt the knowledge and receive the message. Thus, even if attackers get the ciphertext, they cannot decrypt and access the messages without the valid key (Zhao et al., 2022).

5.2. Best Practices for Privacy in The Metaverse

Blockchain technology, ensures data transparency, integrity, and resistance to tampering (Ryu et al., 2022), is used for decentralized cross-domain identity authentication for privacy. In the Metaverse environment, identity-based encryption and anonymous authentication protocols are used through the consortium blockchain to reduce security threats such as identity theft, privacy attacks, and extortion (Li et al., 2021; Choi et al., 2022). Another critical challenge in Metaverse is data-based transaction attacks. To deal with this challenge, hash-chain-based

Consumer Security and Privacy in the Metaverse: A Bibliometric Analysis

aggregate digital signature techniques are used. Developed threat detection methods depends on multi-factor authentication and robust password techniques are also used (Choi et al., 2022).

Quantum Random Number Generation and Quantum Key Distribution techniques are used to enhance the service quality and security of the Metaverse. Quantum techniques are also used for optimization, computation, randomness, and communication in the Metaverse (Azzaoui et al., 2021). Elliptic Curve Cryptography (ECC) is also widely used as a privacy practice. ECC uses an elliptic curve over an extensive finite area, ensuring better security and privacy execution with significantly smaller key sizes than current essential cryptography techniques. Another practice used for privacy and security is Biohashing. With this method, the biometric data, such as fingerprints of the users, is used as an additional security factor. Also, the Dolev-Yao (DY) model, frequently used for private practice, is about protocol privacy and security. In addition to that, the Canetti-Krawczyk (CK) model, an advanced version of the DY model, is used (Ryu et al., 2022).

In Metaverse, big data that increases competition, productivity, innovation, and creativity and allows businesses to offer novel values is quickly collected, processed, and analyzed. The data given by Metaverse is much more worthful than the data obtained from typical 2D social media platforms. However, one of the challenges of Metaverse is user profiling depends on the large amount of data collected. For this reason, ethical considerations are extensively significant in all virtual environments and digital platforms (Anshari et al., 2022). For example, Facebook conducted a secret mood experiment called emotional contagion with researchers at Cornell University to provide insight. In this research, the private data of Facebook users were used. During the data mining process, they did not receive explicit approval about whether users desired to participate in the research. When Facebook shared the results of its investigation, it received lots of negative feedback, and this research was found unethical (Fishwick, 2014; Meyer, 2014). The platform providers are committed to guarantee the privacy and security. It is a fact that has not yet solved serious issues that must be considered. One of these issues is that attackers obtain private data without users' permission. The other problem is whether platform providers have the power to intercept it or not. It is unethical to violate an individual's private life and human rights without permission. Even if users allow their data to be used, businesses should not be allowed to use it to maximize their profits (Anshari et al., 2022).

REFERENCES

- Abbate, S., Centobelli, P., Cerchione, R., Oropallo, E., & Riccio, E. (2022). A first bibliometric literature review on Metaverse. In *2022 IEEE Technology and Engineering Management Conference (TEMSCON EUROPE)*, 254-260, IEEE.
- Aks, S. M. Y., Karmila, M., Givan, B., Hendratna, G., Setiawan, H. S., Putra, A. S., ... & Herawaty, M. T. (2022). A Review of Blockchain for Security Data Privacy with Metaverse. In *2022 International Conference on ICT for Smart Society (ICISS)*, 1-5, IEEE.
- Albahri, O. S., & AlAmoodi, A. H. (2023). Navigating the Metaverse of Big Data: A Bibliometric Journey. *Mesopotamian Journal of Big Data*, 92-106.
- Almeida, V., Filgueiras, F., & Doneda, D. (2021). The ecosystem of digital content governance. *IEEE Internet Computing*, 25(3), 13-17.

- Anshari, M., Syafrudin, M., Fitriyani, N. L., & Razzaq, A. (2022). Ethical Responsibility and Sustainability (ERS) Development in a Metaverse Business Model. *Sustainability*, 14(23), 15805.
- Awadallah, A. M., Damiani, E., Zemerly, J., & Yeun, C. Y. (2023). Identity Threats in the Metaverse and Future Research Opportunities. In *2023 International Conference on Business Analytics for Technology and Security (ICBATS)* 1-6, IEEE.
- Azzaoui, A. E., Kim, T. W., Pan, Y., & Park, J. H. (2021). A quantum approximate optimization algorithm based on blockchain heuristic approach for scalable and secure smart logistics systems. *Human-centric Computing and Information Sciences*, 11(1).
- Benjamins, R., Rubio Viñuela, Y., & Alonso, C. (2023). Social and ethical challenges of the metaverse: Opening the debate. *AI and Ethics*, 1-9.
- Bizel, G. (2023). A bibliometric analysis: Metaverse in education concept. *Journal of Metaverse*, 3(2), 133-143.
- Bibri, S. E., Allam, Z., & Krogstie, J. (2022). The Metaverse as a virtual form of data-driven smart urbanism: platformization and its underlying processes, institutional dimensions, and disruptive impacts. *Computational Urban Science*, 2(1), 24.
- Bibri, S. E., & Allam, Z. (2022). The Metaverse as a virtual form of data-driven smart cities: The ethics of the hyper-connectivity, datafication, algorithmization, and platformization of urban society. *Computational Urban Science*, 2(1), 22.
- Buhalis, D., Leung, D., & Lin, M. (2023). Metaverse as a disruptive technology revolutionising tourism management and marketing. *Tourism Management*, 97, 104724.
- Chen, D., & Zhang, R. (2022). Exploring research trends of emerging technologies in health metaverse: A bibliometric analysis. *SSRN*, 1-32.
- Choi, M., Azzaoui, A. E., Singh, S. K., Salim, M. M., Jeremiah, S. R., & Park, J. H. (2022). The Future of Metaverse: Security Issues, Requirements, and Solutions. *Human-Centric Computing and Information Sciences*, 12.
- Chow, Y. W., Susilo, W., Li, Y., Li, N., & Nguyen, C. (2022). Visualization and Cybersecurity in the Metaverse: A Survey. *Journal of Imaging*, 9(1), 11.
- Chukwunonso, A. G., Njoku, J. N., Lee, J. M., & Kim, D. S. (2022). Security in metaverse: a closer look. In *Proceedings of the Korean Telecommunications Society Conference*, Seoul, South Korea, 9-11.
- Damar, M. (2021). Metaverse shape of your life for future: A bibliometric snapshot. *Journal of Metaverse*, 1(1), 1-8.
- De Haas, E., Yiming, H., Bermejo, C., Lin, Z., Hui, P., & Lee, L. H. (2023). Towards Trustworthy Augmented Reality in The Metaverse Era: Probing Manipulative Designs in Virtual-Physical Commercial Platforms. In *2023 IEEE Conference on Virtual Reality and 3D User Interfaces Abstracts and Workshops (VRW)*, 779-780. IEEE.
- Deloitte, (2022). *The Metaverse Overview Vision, Technology, and Tactics*. <https://www2.deloitte.com/cn/en/pages/technology-media-and-telecommunications/articles/metaverse-report.html>. Date of Access: 08.12.2023.
- Di Pietro, R., & Cresci, S. (2021). Metaverse: security and privacy issues. In *2021 Third IEEE International Conference on Trust, Privacy and Security in Intelligent Systems and Applications (TPS-ISA)*, 281-288, IEEE.

Consumer Security and Privacy in the Metaverse: A Bibliometric Analysis

- 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.
- Dwivedi, Y. K., Hughes, L., Baabdullah, A. M., Ribeiro-Navarrete, S., Giannakis, M., Al-Debei, M. M., ... & Wamba, S. F. (2022). Metaverse beyond the hype: Multidisciplinary perspectives on emerging challenges, opportunities, and agenda for research, practice and policy. *International Journal of Information Management*, 66, 102542.
- Dwivedi, Y. K., Hughes, L., Wang, Y., Alalwan, A. A., Ahn, S. J., Balakrishnan, J., ... & Wirtz, J. (2023). Metaverse marketing: How the metaverse will shape the future of consumer research and practice. *Psychology & Marketing*, 40(4), 750-776.
- Ellegaard, O., & Wallin, J. A. (2015). The bibliometric analysis of scholarly production: How great is the impact?. *Scientometrics*, 105, 1809-1831.
- Falchuk, B., Loeb, S., & Neff, R. (2018). The social metaverse: Battle for privacy. *IEEE Technology and Society Magazine*, 37(2), 52-61.
- Far, S. B., & Rad, A. I. (2022). Applying digital twins in metaverse: User interface, security and privacy challenges. *Journal of Metaverse*, 2(1), 8-15.
- Feng, X., Wang, X., & Su, Y. (2022). An analysis of the current status of metaverse research based on bibliometrics. *Library Hi Tech*.
- Fernandez, C. B., & Hui, P. (2022). Life, the Metaverse and everything: An overview of privacy, ethics, and governance in Metaverse. In *2022 IEEE 42nd International Conference on Distributed Computing Systems Workshops (ICDCSW)*, 272-277, IEEE.
- Fishwick, C. (2014). *Facebook's secret mood experiment: have you lost trust in the social network?*. <https://www.theguardian.com/technology/poll/2014/jun/30/facebook-secret-mood-experiment-social-network>. Date of access: 12.06.2023.
- Gartner, (2023). *Top Strategic Technology Trends 2023*. <https://emtemp.gcom.cloud/ngw/globalassets/en/publications/documents/2023-gartner-top-strategic-technology-trends-ebook.pdf>. Date of Access: 10.12.2023.
- Gupta, A., Khan, H. U., Nazir, S., Shafiq, M., & Shabaz, M. (2023). Metaverse Security: Issues, Challenges and a Viable ZTA Model. *Electronics*, 12(2), 391.
- Gursoy, D., Malodia, S., & Dhir, A. (2022). The metaverse in the hospitality and tourism industry: An overview of current trends and future research directions. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 31(5), 527-534.
- Hollensen, S., Kotler, P., & Opresnik, M. O. (2022). Metaverse—the new marketing universe. *Journal of Business Strategy*, 44(3), 119-125.
- Huang, Y., Li, Y. J., & Cai, Z. (2023). Security and privacy in metaverse: A comprehensive survey. *Big Data Mining and Analytics*, 6(2), 234-247.
- Huynh-The, T., Pham, Q. V., Pham, X. Q., Nguyen, T. T., Han, Z., & Kim, D. S. (2023). Artificial intelligence for the metaverse: A survey. *Engineering Applications of Artificial Intelligence*, 117, 105581.
- Jeon, H. J., Youn, H. C., Ko, S. M., & Kim, T. H. (2022). Blockchain and AI Meet in the Metaverse. *Advances in the Convergence of Blockchain and Artificial Intelligence*, 73(10.5772).
- Kang, G., Koo, J., & Kim, Y. G. (2023). Security and Privacy Requirements for the Metaverse: A Metaverse Applications Perspective, *IEEE Communications Magazine*.

- Kosinski, M., Stillwell, D., & Graepel, T. (2013). Private traits and attributes are predictable from digital records of human behavior. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 110(15), 5802-5805.
- Li, M., Weng, J., Liu, J. N., Lin, X., & Obimbo, C. (2021). Toward vehicular digital forensics from decentralized trust: An accountable, privacy-preserving, and secure realization. *IEEE Internet of Things Journal*, 9(9), 7009-7024.
- Meyer, R. (2014). *Everything We Know About Facebook's Secret Mood-Manipulation Experiment*. <https://www.theatlantic.com/technology/archive/2014/06/everything-we-know-about-facebooks-secret-mood-manipulation-experiment/373648/>. Date of access: 12.06.2023.
- Mystakidis, S. (2022). Metaverse. *Encyclopedia*, 2(1), 486-497.
- Nelson, W. (2023). Navigating state data privacy laws: A guide for SEC-registered investment advisers. *Journal of Financial Compliance*, 6(3), 281-290.
- Park, S., & Kim, S. (2022). Identifying world types to deliver gameful experiences for sustainable learning in the metaverse. *Sustainability*, 14(3), 1361.
- Paul, J., Lim, W. M., O'Cass, A., Hao, A. W., & Bresciani, S. (2021). Scientific procedures and rationales for systematic literature reviews (SPAR-4-SLR). *International Journal of Consumer Studies*, 45 (4), 1-16.
- Pooyandeh, M., Han, K. J., & Sohn, I. (2022). Cybersecurity in the AI-Based Metaverse: A Survey. *Applied Sciences*, 12(24), 12993.
- Rejeb, A., Rejeb, K., & Treiblmaier, H. (2023). Mapping Metaverse Research: Identifying Future Research Areas Based on Bibliometric and Topic Modeling Techniques. *Information*, 14(7), 356.
- Ryu, J., Son, S., Lee, J., Park, Y., & Park, Y. (2022). Design of secure mutual authentication scheme for metaverse environments using blockchain. *IEEE Access*, 10, 98944-98958.
- Salahdine, F., & Kaabouch, N. (2019). Social engineering attacks: A survey. *Future Internet*, 11(4), 89.
- Shen, J., Zhou, X., Wu, W., Wang, L., & Chen, Z. (2023). Worldwide Overview and Country Differences in Metaverse Research: A Bibliometric Analysis. *Sustainability*, 15(4), 3541.
- Smaili, N., & de Rancourt-Raymond, A. (2022). Metaverse: welcome to the new fraud marketplace. *Journal of Financial Crime*, 31(1), 188-200.
- Strategic Market Research, (2022). *Metaverse: A New Digital World (Statistics & Facts)*. <https://www.strategicmarketresearch.com/blogs/metaverse-statistics>. Date of Access: 09.12.2023.
- Stephenson, N. (1992). *Snow crash*. Penguin Books.
- Vladimirov, I., Nenova, M., Nikolova, D., & Terneva, Z. (2022). Security and Privacy Protection Obstacles with 3D Reconstructed Models of People in Applications and the Metaverse: A Survey. In *2022 57th International Scientific Conference on Information, Communication and Energy Systems and Technologies (ICEST)*, 1-4, IEEE.
- Wang, Y., Su, Z., Zhang, N., Xing, R., Liu, D., Luan, T. H., & Shen, X. (2022). A survey on metaverse: Fundamentals, security, and privacy. *IEEE Communications Surveys & Tutorials*, 25(1), 319-352.

Consumer Security and Privacy in the Metaverse: A Bibliometric Analysis

- Weinberger, M. (2022). What Is Metaverse? - A Definition Based on Qualitative Meta-Synthesis. *Future Internet*, 14(11), 310.
- Wider, W., Jiang, L., Lin, J., Fauzi, M. A., Li, J., & Chan, C. K. (2023). Metaverse chronicles: a bibliometric analysis of its evolving landscape. *International Journal of Human-Computer Interaction*, 1-14.
- Zhao, R., Zhang, Y., Zhu, Y., Lan, R., & Hua, Z. (2022). Metaverse: Security and privacy concerns. *Journal of Metaverse*, 3(2), 93-99.

Atıf/Citation:

Ertan, Y. (2024). Web Of Science Veri Tabanında Yer Alan Hile Alanında Yazılmış Makalelerin Bibliyometrik Analizi. *Dokuz Eylül Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi*, 25(1): 131-147. <https://doi.org/10.24889/ifede.1433237>

**WEB OF SCIENCE VERİ TABANINDA YER ALAN HİLE ALANINDA YAZILMIŞ
MAKALELERİN BİBLİYOMETRİK ANALİZİ**

Yasemin ERTAN*

ÖZ

İnsan unsuru ile yakından ilişkili bir kavram olan hile, işletmeler ve tüm işletme paydaşları üzerinde olumsuz etkiler ortaya çıkarmaktadır. Hile kavramı birçok bilimsel çalışmada ele alınmış, hilelerin nedenleri, türleri, hileleri önleme ve ortaya çıkarma yolları ile ilgili çalışmalar yapılmıştır. Ancak, hızla gelişen teknoloji ve bu gelişmelerin iş hayatına yansması sonucunda evrilen hileler işletmeler için risk unsuru olmaya ve dolayısıyla bilim insanları için de ilgi odağı olmaya devam etmektedir. Bu çalışmanın amacı hile alanında öncü olarak tanımlanabilecek yazarları ve makaleleri tespit etmek, literatürün yapısını incelemek ve bu alandaki araştırma eğilimlerini belirlemektir. Bu amaçla çalışmada, Web of Science veri tabanında yer alan hile ile ilgili olarak yazılmış 1.815 makale incelenmiş, kaynak atf analizi, yazar atf analizi ve makale atf analizi yapılarak bu alandaki en üretken ve verimli kaynaklar, yazarlar ve makaleler belirlenmiştir. Ayrıca anahtar kelime analizi yapılarak hile konusundaki araştırma alanları ve literatürdeki eğilim analiz edilmiştir. Çalışmanın sonucunda, hile ile ilgili çalışmaların sayısında son yıllarda artış olduğu, *Journal of Corporate Finance*'ın bu alandaki en verimli dergi, Jonathan M. Karpoff'un en verimli yazar olduğu ve bu alanda yapılacak olan çalışmalarda incelenmesi gereken başlıca eserin "The cost to firms of cooking the books" olduğu görülmüştür. "Financial misconduct" ve "whistle blowing" terimleri, son zamanlarda yapılmış olan çalışmalarda öne çıkan anahtar kelimeler arasında yer almaktadır. Bu araştırma, hile konusundaki literatüre genel bir bakış sunarak, bu alanda çalışma yapmayı planlayan araştırmacıların literatürün yapısına ilişkin anlayışını derinleştirmeyi hedeflemektedir.

Anahtar Kelimeler: Hile, bibliyometrik analiz, Web of Science

JEL Sınıflandırılması: M21, M41, M42

**BIBLIOMETRIC ANALYSIS OF ARTICLES ON FRAUD IN THE WEB OF SCIENCE
DATABASE**

ABSTRACT

Fraud, a concept closely related to the human element, has negative effects on businesses and all business stakeholders. The concept of fraud has been the subject of many academic studies, and the causes, types, prevention and detection of fraud have been investigated. However, the rapid development of technology and the evolution of fraud as a result of the impact of these developments on business life continue to be a risk factor for organizations and therefore remain a focus of interest for researchers. The aim of this study is to identify the authors and articles that can be defined as pioneers in the field of fraud, to examine the structure of the literature and to identify research trends in this area. For this purpose, 1,815 articles on fraud in the Web of Science database were examined and the most productive and efficient sources, authors and articles in this field were identified by performing source citation analysis, author citation analysis and article citation analysis. In addition, keyword analysis was carried out to analyze the areas of research and trends in the literature on fraud. The results of the study show that the number of studies on fraud has increased in recent years, that the *Journal of Corporate Finance* is the most productive journal in this area, that Jonathan M. Karpoff is the most productive author, and that the most important paper to be examined in this area is "The cost to firms of cooking the books". The terms "financial misconduct" and "whistleblowing" have been used in recent studies.

Keywords: Fraud, bibliometric analysis, Web of Science

JEL Classification: M21, M41, M42

1. GİRİŞ

Başkalarını kandırmak için tasarlanmış, bir veya daha fazla sayıda mağdurun kayba uğraması ve/veya failin ya da failerin fayda elde etmesi ile sonuçlanan faaliyetler olarak tanımlanan hile kavramının (COSO & ACFE, 2023) geçmişi insanlık tarihi kadar eskidir. Öyle ki, M.Ö. 8. yüzyılda yaşamış Homeros'un "İlyada" adlı eseri, Akhalar ile Troyalılar arasındaki savaş sırasında tanrılar tarafından yapılan bir hileyi anlatmaktadır.

Günümüze kadar geçen süreçte, teknolojik gelişmelerle birlikte hilelerin gerçekleştirilme yöntemleri değişmiş, sonuçları ise küresel çapta etkili olabilecek bir hale gelmiştir. Enron'da gerçekleştirilen muhasebe ve denetim hileleri bu durumun en çok bilinen örneklerinden biridir. Enron skandalı nedeniyle Enron ve Arthur Andersen şirketlerinin çalışanlarının yanı sıra hisse senedi piyasalarında yatırım yapan ve Enron'la direkt ilgili olmayan binlerce Amerikalı olumsuz yönde etkilenmiştir (Sridharan vd., 2002). Uluslararası Hile İnceleme Uzmanları Birliği (Association of Certified Fraud Examiner- ACFE) tarafından 2022 yılında yayımlanan rapora göre hile eylemlerinin şirketlere verdiği toplam zarar 3,6 milyar dolardır ve firmalar her yıl, yıllık gelirlerinin yaklaşık %5'ini hile yüzünden kaybetmektedir (ACFE, 2022).

Hile eylemlerinin şirketlere ve tüm şirket paydaşlarına olası negatif etkileri, hilelerin türlerini, nedenlerini, hileleri önleme ve tespit etme yöntemlerini konu alan birçok bilimsel çalışmanın yapılmasına neden olmuştur. Bununla birlikte hızla gelişen teknoloji ve yanında getirdiği değişiklikler, her geçen gün hilelerin farklı şekillerde gerçekleştirilmesine olanak tanımakta, dolayısıyla işletmelerin karşı karşıya kaldıkları bu risk unsuru araştırmacılar için ilgi odağı olmaya devam etmektedir.

Bilim önceki çalışmalardan beslenmekte ve birikimli olarak ilerlemektedir. Her bir bilimsel yayın, kendinden sonra yapılacak olan çalışmalara ve yeni üretilecek bilgilere katkı sağlamaktadır. Hile alanındaki güncel sorunları ele alarak çözümler üretebilecek çalışmalar yapmak, bu konudaki literatürün incelenmesi ile mümkün olacaktır. Bu çalışmada hile alanındaki literatür niceliksel özellikleri dikkate alınarak incelenmektedir. Çalışmanın amacı hile alanında Web of Science (WoS) veri tabanında yayınlanmış olan makalelerin bibliyometrik analizinin yapılarak, bu alandaki bilimsel bilginin yapısının ve dinamiklerinin tespit edilmesidir. Çalışmada yapılan atıf analizleri vasıtasıyla bu alandaki en üretken ve verimli kaynaklar, makaleler ve yazarlar belirlenmiş, anahtar kelime analizi vasıtasıyla bu alanda yapılmış olan çalışmalar içerikleri dikkate alınarak gruplandırılmış ve bu alanda son yıllarda yazılmış olan makalelerin odaklandığı konular belirlenmiştir. Ayrıca bibliyometrik analiz sonucunda elde edilen veriler, bilim haritaları kullanılarak görselleştirilmiş, böylece bilimsel bilginin yapısı ve dinamikleri ile ilgili daha ayrıntılı bilgi sunulmaya çalışılmıştır. Bu çalışmanın bulgularının, hile alanında yapılacak yeni çalışmaları yönlendirici nitelikli bilgiler sunması ve böylece bilimsel bilgi birikimine katkı sağlaması umut edilmektedir.

2. LİTERATÜR ARAŞTIRMASI

'Bibliyometri' terimi ilk kez 1969 yılında Alan Pritchard tarafından yazılı dokümanların çeşitli yönlerini analiz etmekte kullanılan yeni bir disiplini ifade etmek için kullanılmıştır. Ancak bilimsel literatürün istatistiksel analizi bu terimin kullanılmaya başlanmasından neredeyse 50 yıl önce yapılmaya başlanmıştır. 1926 yılında Alfred J. Lodka bilimsel üretimin frekans dağılımı üzerine, bu alanda öncü kabul edilebilecek çalışmasını yayımlamıştır. 1927 yılında P. Gross ve E. M. Gross üniversite kütüphanelerine alınması gereken süreli yayınların hangileri olduğu

saptamak üzere atıf temelli bir çalışma yapmıştır. Bununla birlikte, son dönemlerde bilgisayar ve veri işleme tekniklerindeki gelişmeler, bibliyometrik analiz yöntemlerinin de gelişmesi sonucunu ortaya çıkarmış ve bibliyometrik analiz çalışmalarının sayısında artış meydana gelmiştir (Ellegard & Wallin, 2015)

Bibliyometrik analiz, yapılandırılmamış büyük hacimli verilerin işlenmesi yoluyla, kümülatif bilimsel bilgiyi ve çalışma alanlarının nüanslarını açıklamak ve haritalandırmak için kullanılan bir yöntemdir. Bu yöntem literatürde odaklanılan alanların belirlenmesi (Kayapınar & Kayapınar 2023; Liu vd., 2023, Sarı, 2022), literatürdeki boşlukların belirlenmesi (Liu vd., 2023; Ellegard & Wallin, 2015), yazarların, yayınların, kaynakların (dergi, makale, kitap, tez vs.) performans analizi (Baker vd., 2023; Liu vd., 2023; Sarı, 2022; Martinez- Lopez, 2018; Ellegard & Wallin, 2015) araştırılan konu ile ilgili işbirliklerinin (yazarlar, ülkeler, kuruluşlar arasındaki işbirlikleri) (Baker vd., 2023; Kayapınar & Kayapınar, 2023; Ellegard & Wallin, 2015) belirlenmesi gibi amaçlarla kullanılmaktadır.

Bibliyometrik analiz yöntemi bilgi teknolojileri (Ali vd., 2023), çevre bilimleri (Elçiçek, 2024), sağlık ve tıp (Seçkin & Cebeci, 2024; Koçyiğit & Koçak, 2023), sosyal bilimler gibi birçok alanda, literatürün araştırılması ve ilerleyen yıllarda yapılacak olan çalışmaların planlanması amacı ile kullanılmıştır.

Günümüze kadar, hile alanında bibliyometrik analiz yöntemi kullanılarak yapılmış olan çalışmalar Tablo 1’de yer almaktadır.

Tablo 1’de görüldüğü gibi, bu alanda yapılmış olan bibliyometrik araştırmalar hilenin tespiti, etik ve hile ilişkisi, hata hile ve iç kontrol gibi alanlara odaklanmıştır. Matei ve Aivaz tarafından 2023 yılında yapılan çalışmada Scopus veri tabanı taranmış ve muhasebe hileleri ile ilgili çalışma alanları incelenmiştir. Ratzinger ve Tiedemann 2022 yılında yaptıkları çalışmada muhasebe hileleri ve denetim konusunda WoS ve EBSCO veri tabanında yayınlanmış olan çalışmaların tarihsel gelişimini incelemiştir. Bildiğimiz kadarı ile hile alanında, WoS veri tabanındaki yayınları konu alan, son yıllarda yapılmış olan çalışmaları da kapsayan, öne çıkan yazarları, dokümanları ve kaynakları araştıran bir çalışma bulunmamaktadır. Bu araştırmanın temel amacı, WoS veri tabanında yer alan hile ile ilgili çalışmaları ve literatürdeki eğilimi inceleyerek gelecekte yapılacak çalışmalar için öneriler ortaya koymaktır. Bu doğrultuda, bu araştırma aşağıdaki sorulara yanıtlar sunmayı amaçlamaktadır?

- Hile ile ilgili literatürde zaman içinde nasıl bir eğilim olmuştur?
- Hile ile ilgili literatürde öne çıkmış olan yazarlar kimlerdir?
- Hile ile ilgili literatürde öne çıkmış olan kaynaklar nelerdir?
- Hile ile ilgili literatürde öne çıkmış olan dokümanlar hangileridir?
- Hile ile literatürde en çok kullanılan anahtar kelimeler nelerdir?

Web of Science Veri Tabanında Yer Alan Hile Alanında Yazılmış Makalelerin Bibliometrik Analizi

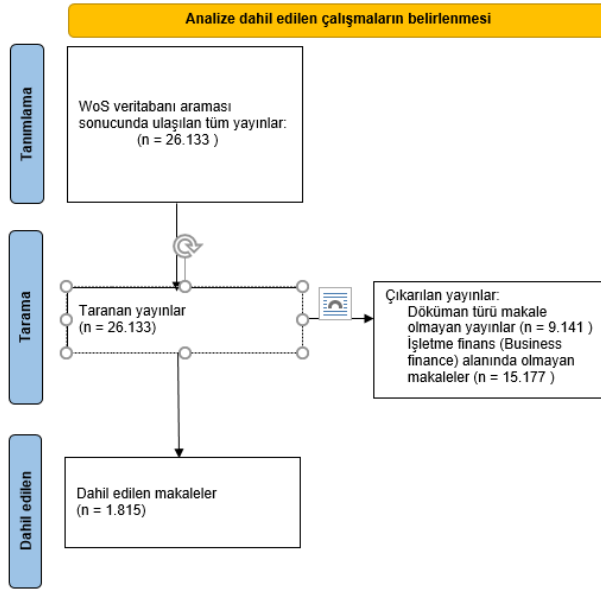
Tablo 1: Hile Alanında Bibliyometrik Analiz Yöntemi Kullanılarak Yapılmış Olan Çalışmalar

| Yazar | Çalışmanın İsmi | Yayınlanma yılı | Kapsadığı dönem | Veri tabanları | Çalışmanın amacı | Kullanılan program | Analiz edilen yayın sayısı |
|---|--|-----------------|-----------------|------------------------|--|--------------------|----------------------------|
| S. E. Ürgüp | Muhasebe alanında hata ve hile ile iç kontrol üzerine yazılmış lisansüstü tezlerin analizi (2009 – 2019) | 2020 | 2009-2019 | YÖK Ulusal Tez Merkezi | Muhasebe alanında hata ve hile ile iç kontrol konularında yazılan yüksek lisans ve doktora tezleri cinsiyet, tür, yıl, danışman unvanı, üniversiteler, anabilim dalları, ve anahtar kelimeleri baz alarak değerlendirmek | | 201 |
| A. Z. Mansour A. Ahmi O. M. J. Popoola A. Znaimat | Discovering the global landscape of fraud detection studies: a bibliometric review | 2022 | 1979-2020 | Scopus | Hile tespit çalışmalarının bibliyometrik analizini yapmak | VOSviewer | 1.133 |
| N.V.S. Ratzinger S. T. Tiedemann | Fraud in accounting and audit research (1926–2019) – a bibliometric analysis | 2022 | 1926-2019 | WoS EBSCO | Hile literatürünün tarihsel gelişimini incelemek | VOSviewer | 260 |
| A. Matei K.-A. Aivaz | A Bibliometric Analysis on Fraud in Accounting | 2023 | 2015-2023 | Scopus | Hile ile ilgili araştırma konularını ve bu konuları hangi araştırma ağına entegre olduğunu belirlemek | VOSviewer | 1.377 |
| M. Soltani A. Kythreotis A. Roshanpoor | Two decades of financial statement fraud detection literature review; combination of bibliometric analysis and topic modeling approach | 2023 | 2001-2021 | Scopus | Literatürün eğilimini, en üretken yazarları, dergileri ve gelecekteki araştırmalar için potansiyel alanları belirlemek. | VOSviewer | 1.076 |
| R. W. C. Montañez R. E. V. Egoávil P. P. Vento V. D. A. Vera J. J. Z. Urdiales A. C. O. Ferro C. C. L. Flores | Accounting ethics, financial reporting focused on financial frauds: a bibliometric analysis | 2023 | 1986-2022 | Scopus | Muhasebe etiği ile ilgili mevcut literatür hakkında bilgi sağlamak ve muhasebe etiği ile finansal raporlar ve finansal hile arasındaki ilişkiyi incelemektir. | R studio | 323 |

3. ARAŞTIRMANIN METODOLOJİSİ

Genel olarak amacı “hile ile ilgili literatürün yapısını incelemek” olarak ifade edilebilecek olan bu çalışma WoS veri tabanında yer alan makaleler üzerinde yapılmıştır. Söz konusu makalelere ulaşabilmek için hile kelimesinin İngilizce karşılığı olan “fraud” kelimesi, 15.11.2023 tarihinde WoS veri tabanında taratılmıştır. Herhangi bir kısıt olmadan arandığında “fraud” kelimesinin yer aldığı toplam 26.133 yayının bulunduğu görülmüştür. Doküman türü makale olan 16.992 yayın bulunmaktadır. Bu yayınların 1.815 tanesi işletme finans alanında yapılmış olan yayınlar ve çalışma bu yayınlara odaklanılarak gerçekleştirilmiştir. Analize dahil edilecek makalelerin belirlenmesine yönelik sürecin ayrıntıları Şekil 1’deki prisma akış şemasında görülmektedir.

Şekil 1: Analize Dahil Edilen Çalışmaların Belirlenmesine Dair Prisma Akış Şeması



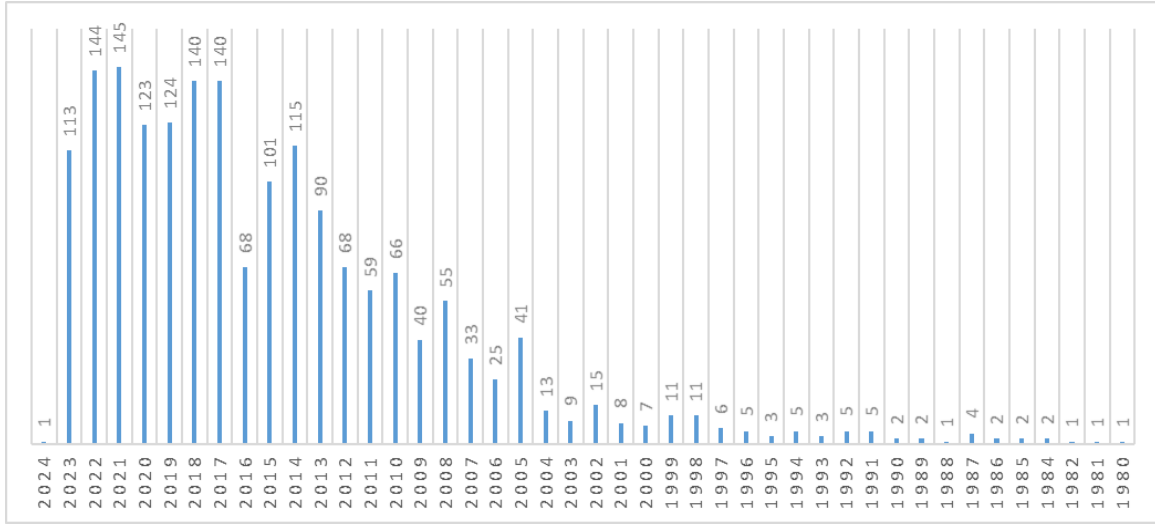
Tarama sonucunda elde edilen 1.815 makale, VOSviewer programı kullanılarak analiz edilmiştir.

4. BULGULAR

4.1. Makale sayısının yıllara göre dağılımı

WoS veri tabında yer alan, işletme finans alanında yazılmış olan ve içinde “fraud” kelimesi geçen ilk makale 1980 yılında Romney, Mb; Albrecht, Ws ve Cherrington, Dj tarafından yazılan, Journal of Accountancy’de yayınlanan “The Authors Provide a Unique Fraud-Risk-Evaluation Questionnaire” başlıklı makaledir. 1980 yılından taramanın yapıldığı tarihe kadar yayınlanmış dokümanların yıllara göre dağılımı Grafik 1’de görülmektedir.

Grafik 1: Makale Sayısını Yıllara Göre Dağılımı



Grafik 1’de görüldüğü gibi hile alanında WoS da yayınlanan makalelerin sayısı yıllar itibarı ile artış trendine sahiptir. Bununla birlikte 2014 yılından itibaren yıllık yayın sayısı genel olarak 100 makalenin üzerine çıkmıştır. 2014-2023 yılları arasındaki dönemde, yalnızca 2017 yılında yayınlanan makale sayısı 100’ün altındadır (68 makale). 2021 yılı, 145 makale ile bu alanda en çok yayının yapıldığı yıldır. Makale sayısının fazlalığı açısından 2021 yılından sonra sırasıyla 2022, 2018, 2017, 2019 ve 2020 yılları gelmektedir. 2023 yılında yayınlanmış 114 makale bulunmakla birlikte WoS veri tabanında taramanın 15.11.2023 tarihinde yapılmış olması nedeniyle 2023 yılında yayınlanan makale sayısında artış olması mümkündür. Taranan makalelerin 53 tanesi erken erişim sağlanabilen makalelerdir. Bu makalelerden 1 tanesinin yayın tarihi 2024, 52 tanesinin yayın tarihi de 2023 yılıdır. 2014 yılı dikkate alınmadığında, analizi yapılan 43 yılda (1980-2023 yılları) yayımlanan makalelerin yaklaşık olarak %67’si (1213 makale) son 10 yılda, yaklaşık olarak %36’sı (649 makale) son 5 yılda yayınlanmıştır.

4.2. Atıf Analizi

4.2.1. Kaynak Atıf Analizi

WoS veri tabanında 15.11.2023 tarihi itibarı ile işletme finans alanında hile ile ilgili 1.815 makale yayınlanmıştır. Makalelerin yayınlandıkları dergiler (toplam 284 dergi) tek tek gözden geçirildiğinde, dergi listesinde, aynı kaynakların farklı isimlerle birden fazla defa yer aldıkları görülmüştür (örneğin “advances in accounting behavioral research” dergisi, listede “advances in accounting behavioral research, vol 15” olarak ve “advances in accounting behavioral research, vol 7 olarak iki defa yer almıştır.) Bu tür tekrarlar oluşturulan Thesaurus dosyası ile tek bir isim altında toplanmıştır. Bunun sonucunda bu alanda yayınlanmış olan makalelerin toplam 277 farklı kaynaktan yayınlanmış olduğu görülmüştür. En fazla sayıda makalenin yayımlandığı ilk 10 kaynak Tablo 2’de görülmektedir. Tablo 2’de görüldüğü gibi, en üretken dergiler; Auditing: A Journal of Practice and Theory (79 makale), Accounting Review (65 makale) ve Issues in Accounting Education (65 makale) dir. Dergilerin verimliliklerinin bir göstergesi olan ortalama atıf sayıları incelendiğinde, en etkin dergilerin sırasıyla Accounting Review (80,48), Contemporary Accounting Research (47,52), Journal of Corporate Finance (46,42) olduğu görülmektedir.

Yasemin ERTAN

Bununla birlikte verimlilik değerlendirilirken, yayınlanma tarihi daha eski olan makalelerini daha fazla atıf alma eğiliminde olduğu dikkate alınmalıdır. Bu durum yayınlanma tarihleri birbirinden farklı olan makalelerin alandaki etkinliklerini karşılaştırmada sorun oluşturmaktadır. Bu olumsuz etkiyi azaltmak için ortalama normalleştirilmiş atıf sayısı ölçü olarak kullanılmaktadır (Van Eck ve Waltman, 2010). Dergilerin ortalama normalleştirilmiş atıf sayılarına bakıldığında ise en etkin olan ilk üç derginin Journal of Corporate Finance (3,35), Accounting Review (2,70) ve Contemporary Accounting Research (1,95) dergileri olduğu görülmektedir.

Tablo 2: En Fazla Makalenin Yayımlandığı İlk 10 Derginin Niceliksel Özellikleri

| Dergi adı | Yayın sayısı | Atıf Sayısı | Ortalama atıf sayısı | Normalleştirilmiş atıf sayısı | Normalleştirilmiş ortalama atıf sayısı | Ortalama yayın tarihi |
|---|--------------|-------------|----------------------|-------------------------------|--|-----------------------|
| Auditing: A Journal of Practice and Theory | 79 | 2927 | 37,05 | 109,99 | 1,39 | 2009,80 |
| Accounting Review | 65 | 5231 | 80,48 | 175,30 | 2,70 | 2010,65 |
| Issues in Accounting Education | 65 | 402 | 6,18 | 19,43 | 0,30 | 2013,45 |
| Managerial Auditing Journal | 54 | 540 | 10,00 | 29,12 | 0,54 | 2012,69 |
| Contemporary Accounting Research | 42 | 1996 | 47,52 | 81,82 | 1,95 | 2014,50 |
| Journal of Corporate Accounting and Finance | 35 | 32 | 0,91 | 1,97 | 0,06 | 2012,00 |
| Journal of Corporate Finance | 33 | 1532 | 46,42 | 110,66 | 3,35 | 2017,18 |
| Journal of Risk and Insurance | 33 | 798 | 24,18 | 33,66 | 1,02 | 2009,06 |
| Accounting Horizons | 31 | 259 | 8,35 | 20,80 | 0,67 | 2016,65 |
| Accounting Organizations and Society | 29 | 952 | 32,83 | 51,26 | 1,77 | 2011,10 |

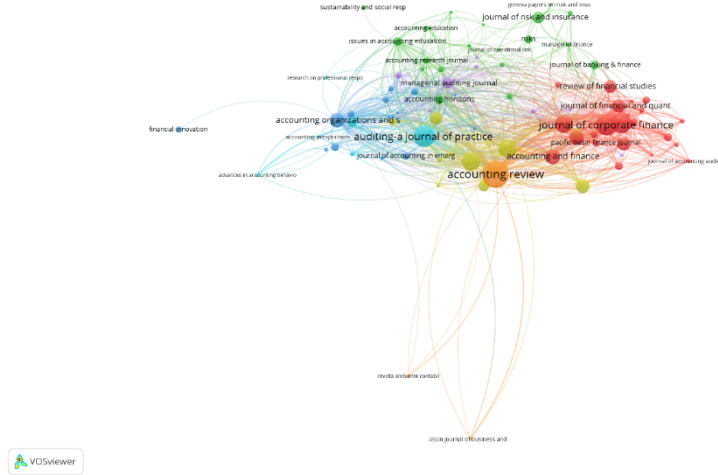
Kaynak: VOSviewer analizinden yararlanılarak oluşturulmuştur.

Ortalama atıf sayısı, alınan toplam atıf sayısının yayınlanan toplam makale sayısına bölünmesiyle hesaplanmıştır.

Normalleştirilmiş ortalama atıf sayısı, normalleştirilmiş atıf sayısının, toplam makale sayısına bölünmesiyle hesaplanmıştır.

Hile alanında en az 5 yayın yayınlamış olan (100 dergi bulunmaktadır. Bu dergiler arasında birbiri ile bağlantılı en büyük küme 84 dergi içermektedir. Şekil 2’de, bu dergiler dikkate alınarak, yapılmış olan kaynak atıf analizinin VOSviewer görseli yer almaktadır.

Şekil 2: Hile Alanında Yayın Yapan Kaynakların Ağ Haritası (Doküman sayısı baz alınarak oluşturulmuştur.)



Şekil 2’de görüldüğü gibi analiz sonucunda dergiler 7 farklı kümede gruplanmıştır. Şekildeki en büyük daire turuncu renkli ve Accounting Review’e ait olan dairedir. Turuncu renk 7. Kümeyi ifade etmektedir. Bu kümede toplam 3 dergi bulunmaktadır. “Accounting Review” dergisi tüm dergiler içinde bağlantı sayısı (65)ve gücü (936) en yüksek olan dergidir. Şekil 2’deki, 2. en büyük daire “Auditing: A Journal of Practice” dergisine aittir ve mavi rektir. Mavi renk, 6. kümeyi ifade etmektedir. Bu kümede 5 dergi bulunmaktadır. “Auditing: A Journal of Practice” dergisi, en yüksek bağlantı sayısına (62) ve gücüne (675) sahip ikinci dergidir. Her bir kümenin renkleri içerdikleri dergi sayıları, kümelerdeki en fazla yayının yapıldığı derginin adı, bağlantı sayısı ve bağlantı gücü Tablo 3’de görülmektedir.

Tablo 3: Kaynak Atf Analizinde Oluşan Kümeler ve Kümelerdeki En Fazla Yayının Yapıldığı Dergilere İlişkin Niceliksel Özellikler

| Küme No | Renk | Kümede Bulunan toplam dergi sayısı | Kümede En Fazla Sayıda Yayının Yapıldığı Dergi | Bağlantı sayısı | Bağlantı gücü |
|---------|----------|------------------------------------|--|-----------------|---------------|
| 1- | Kırmızı | 22 | Journal of Corporate Finance | 48 | 280 |
| 2 | Yeşil | 21 | Issues in Accounting Education | 36 | 116 |
| 3 | Lacivert | 15 | Accounting Organizations and Society | 49 | 332 |
| 4 | Sarı | 10 | Contemporary Accounting Research | 62 | 541 |
| 5 | Mor | 8 | Managerial Auditing Journal | 51 | 247 |
| 6 | Mavi | 5 | Auditing: A Journal of Practice | 62 | 675 |
| 7 | Turuncu | 3 | Accounting Review | 65 | 936 |

Kaynak: VOSviewer analizinden yararlanılarak oluşturulmuştur.

4.2.2. Yazar Atf Analizi

Hile ile ilgili literatürdeki öncü yazarları belirlemek için VOSviewer programı kullanılarak yazar atf analizi yapılmıştır. Analiz öncesinde yazar isimleri tek tek gözden geçirilmiş, farklı şekillerde yazılmış aynı yazara ait olan isimler tek bir isim altında birleştirilmiştir (örneğin, “bedard, jc” ve “bedard, jean c.” olarak listede yer alan ve aynı yazara ait olan isimler, “bedard,

Yasemin ERTAN

jean c.” olarak tek bir isim altında birleştirilmiştir). Sonuç olarak WoS’da bu alanda yayınlanmış olan makalelerin toplam 3.221 yazar tarafından yazılmış olduğu görülmüştür. Tablo 3’de görüldüğü gibi Frederick Feldkamp ve Cristopher Wahlen en üretken yazarlardır, her iki yazarın da 25 yayını bulunmaktadır. Bununla birlikte her iki yazarın da yayınlarına yalnızca 1 atıf yapılmıştır. Yayınlarına yapılan ortalama atıf sayıları incelendiğinde, en etkili yazarın Tina D. Carpenter olduğu (39,62) ve Mark F. Zimbelman’ın onun ardından geldiği (34,71) görülmektedir. Atıflar üzerindeki zaman etkisi elimine edildiğinde (ortalama normleştirilmiş atıf sayıları) ise en etkili yazarların Gendron Yves (2,79) ve Joseph F. Brazel (1,73) olduğu görülmektedir.

Tablo 3: En Fazla Yayın Yapan 10 Yazarın Yayınlarına İlişkin Niceliksel Özellikler

| Yazar İsmi | Yayın Sayısı | Atıf Sayısı | Ortalama Atıf Sayısı | Normleştirilmiş Atıf Sayısı | Ortalama Normleştirilmiş Atıf Sayısı | Ortalama Yayın Yılı |
|---------------------|--------------|-------------|----------------------|-----------------------------|--------------------------------------|---------------------|
| Feldkamp, Frederick | 25 | 1 | 0,04 | 0,12 | 0,00 | 2014,00 |
| Whalen, Cristopher | 25 | 1 | 0,04 | 0,12 | 0,00 | 2014,00 |
| Brazel, Joseph F. | 10 | 295 | 29,5 | 14,21 | 1,42 | 2015,10 |
| Carpenter, Tina D. | 8 | 317 | 39,62 | 13,83 | 1,73 | 2013,00 |
| Trotman, Kent T. | 8 | 129 | 16,12 | 7,27 | 0,91 | 2015,88 |
| Rose, Jacob M. | 7 | 130 | 18,57 | 6,19 | 0,88 | 2016,29 |
| Gendron, Yves | 1 | 153 | 21,86 | 19,55 | 2,79 | 2017,00 |
| Zimbelman, Mark F. | 7 | 243 | 34,71 | 8,04 | 1,15 | 2013,14 |
| Peters, Jonathan R. | 7 | 3 | 0,43 | 0,30 | 0,04 | 2017,00 |
| Petrucci, Joseph R. | 7 | 3 | 0,43 | 0,30 | 0,04 | 2017,00 |

Kaynak: VOSviewer analizinden yararlanılarak oluşturulmuştur.

Tablo 4: En Fazla Atıf Alan 11 Yazarın Yayınlarına İlişkin Niceliksel Özellikler

| Yazar İsmi | Yayın Sayısı | Atıf Sayısı | Ortalama Atıf Sayısı | Normleştirilmiş Atıf Sayısı | Ortalama Yayın Yılı |
|----------------------|--------------|-------------|----------------------|-----------------------------|---------------------|
| Ge, Weili | 2 | 981 | 490,50 | 28,94 | 2011,00 |
| Karpoff, Jonathan M. | 5 | 963 | 192,60 | 54,64 | 2014,00 |
| Palmrose, Zv | 4 | 815 | 203,75 | 11,90 | 1995,00 |
| Martin, Grald S. | 5 | 788 | 157,60 | 42,10 | 2014,00 |
| Dyck, Alexander | 2 | 770 | 385 | 36,31 | 2016,50 |
| Morse, Adair | 2 | 770 | 385 | 36,31 | 2016,50 |
| Jones, Keith I. | 6 | 459 | 76,50 | 21,18 | 2012,17 |
| Zingales, Luigi | 2 | 770 | 385 | 36,31 | 2016,50 |
| Lee, D. Scot | 3 | 738 | 246 | 36,61 | 2011,00 |
| Larson, Chad R. | 1 | 708 | 708 | 20,89 | 2011,00 |
| Sloan, Richard G. | 1 | 708 | 708 | 20,89 | 2011,00 |

Kaynak: VOSviewer analizinden yararlanılarak oluşturulmuştur.

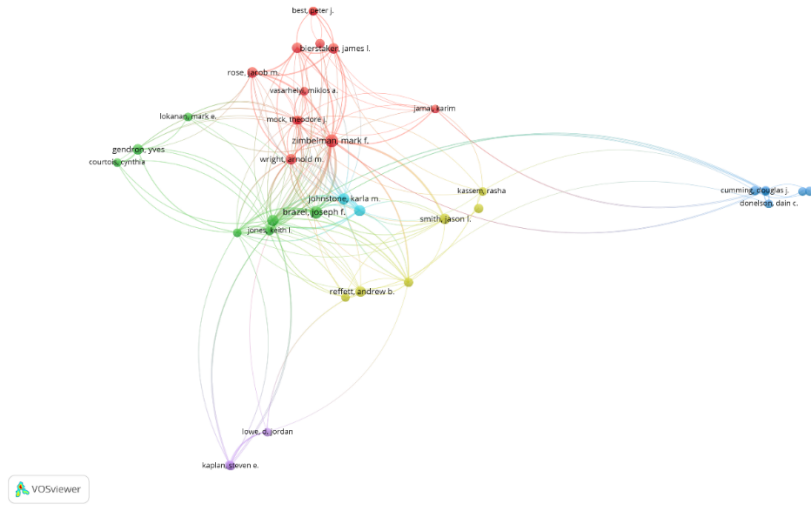
Tablo 4’de, hile konusunda yaptığı yayınlarla en fazla atıf almış olan 11 yazar görülmektedir. En fazla atıf alan yazar Weili Ge’dir (981 atıf) yazarın toplam iki yayını bulunmaktadır ve ortalama yayın yılı 2011’dir. Normleştirilmiş atıf sayısı en yüksek olan

Web of Science Veri Tabanında Yer Alan Hile Alanında Yazılmış Makalelerin Bibliometrik Analizi

yazarlar ise Jonathan M. Karpoff¹ tur (54,64), yazarın 5 yayını bulunmaktadır ve ortalama yayın yılı 2024'tür.

Bu alanda yayın yapmış yazarlardan (toplam 3.221 yazar), en az 5¹ yayını bulunan 59 yazar içinde birbiri ile bağlantısı olan 36 yazar dikkate alınarak oluşturulmuş VOSviewer görseli Şekil 2'de yer almaktadır. Söz konusu yazarlar, 6 küme altında toplanmıştır. En fazla sayıda yazarın bulunduğu küme (12 yazar) kırmızı renkle ifade edilmiştir. Bu kümede en fazla yayını olan yazar Mark F. Zimbelman'dır, yazar 1. Kümedeki en büyük daire ile ifade edilmektedir. Yeşil renkle ifade edilen 2. Kümede, 7 yazar bulunmaktadır. Bu kümedeki en fazla yayını olan yazar Joseph F. Brazel'dir.

Şekil 2: Hile Alanında Yayın Yapan Yazarların Ağ Haritası (Doküman sayısı baz alınarak oluşturulmuştur.)



4.2.3. Makale Atıf Analizi

Bu çalışmada incelenen 1.815 makaleden en fazla atıf almış olan 10 makale ve bu makalelerin niceliksel özellikleri Tablo 5'de görülmektedir. En fazla atıf almış olan makale M.S. Beasley tarafından 1996 yılında yazılmış ve Accounting Review'de yayınlanmış olan "An empirical analysis of the relation between the board of director composition and financial statement fraud" başlıklı makaledir. Bununla birlikte normalleştirilmiş atıf sayısı en yüksek olan makale (24,75), 2008 yılında J.M. Karpoff, D.S. Lee ve G.S. Martin tarafından yazılmış ve Journal of Financial and Quantitative Analysis'da yayınlanmış olan "The cost to firms of cooking the books" başlıklı makaledir.

¹ Analize dahil edilen yazarların en az 5 makale yayınlamış olması kısıtı, Vosviewer görselinin daha anlaşılabilir olmasını sağlamak amacıyla, yazar tarafından konmuştur.

Tablo 5: En Fazla Atıf Alan 10 Makale ve Atıf Sayıları

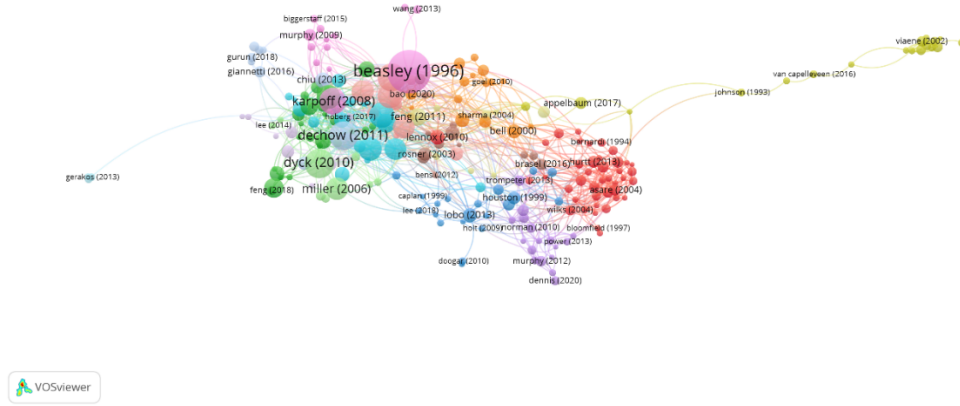
| Yazar İsmi | Makale İsmi | Yayımlandığı Dergi | Yayınlanma Yılı | Atıf Sayısı | Normalleştirilmiş atıf sayısı |
|--|---|--|-----------------|-------------|-------------------------------|
| M.S. Beasley | An empirical analysis of the relation between the board of director composition and financial statement fraud | Accounting Review | 1996 | 1660 | 4,83 |
| P.M. Dechow; W.L. Ge C.R. Larson R.G. Sloan | Predicting Material Accounting Misstatements | Contemporary Accounting Research | 2011 | 708 | 20,89 |
| J. Efendi A. Srivastava E.P. Svanson | Why do corporate managers misstate financial statements? The role of option compensation and other factors | Journal of Financial Economics | 2007 | 468 | 11,22 |
| D. B. Farber | Restoring trust after fraud: Does corporate governance matter? | Accounting Review | 2005 | 555 | 22,37 |
| C.M. Schrand S.L.C. Zechman | Executive overconfidence and the slippery slope to financial misreporting | Journal Of Accounting and Economics | 2012 | 412 | 17,41 |
| J.M. Karpoff D.S. Lee G.S. Martin | The cost to firms of cooking the books | Journal of Financial and Quantitative Analysis | 2008 | 621 | 24,75 |
| A. Dyck A. Morse L. Zingales | Who Blows the Whistle on Corporate Fraud? | Journal of Finance | 2010 | 761 | 19,75 |
| Z.V. Palmrose V.J. Richardson S. Scholz | Determinants of market reactions to restatement announcements | Journal of Accounting and Finance | 2004 | 550 | 3,91 |
| E.M. Fich A. Shivdasani | Financial fraud, director reputation, and shareholder wealth | Journal of Financial Economics | 2007 | 442 | 10,60 |
| G.S. Miller | The press as a watchdog for accounting fraud | Journal of Accounting Research | 2006 | 447 | 5,92 |
| C.S. Armstrong A.D. Jagolinzer D.F. Larcker | Chief Executive Officer Equity Incentives and Accounting Irregularities | Journal of Accounting Research | 2010 | 420 | 10,90 |

Kaynak: VOSviewer analizinden yararlanılarak oluşturulmuştur.

Analize dahil edilen makaleler arasında en az 25² atıf almış olan 250 makale bulunmaktadır. Bu makaleler arasında birbiri ile ilişkili olan 230 makale dikkate alınarak yapılan doküman atıf analizine ait görsel Şekil 3’de görülmektedir. Makaleler 15 küme altında gruplanmıştır. En fazla atıf alan ve M.S. Beasley tarafından yazılmış olan makale pembe renkle ifade edilen 9. kümenin en büyük dairesi ile gösterilmiştir. 9. Kümede toplam 13 makale bulunmaktadır. Normalleştirilmiş atıf sayısı en yüksek olan (24,75) ve J.M. Karpoff, D.S. Lee ve G.S. Martin tarafından yazılmış olan “The cost to firms of cooking the books” başlıklı makale açık mavi ile ifade edilen 5. Kümenin en büyük dairesi ile gösterilmektedir. 5. Kümede toplam 17 makale bulunmaktadır. En fazla sayıda makalenin yer aldığı küme (41 makale) kırmızı renkle ifade edilen 1. Kümedir. Bu kümedeki en fazla sayıda atıf alan makale R.K. Hurtt, H. Brown-Libur, H. Ve G. Krishnamoorthy tarafından 2013 yılında yazılmış Auditing – A Journal of Practice and Theory’de yayınlanmış olan “Research on Auditor Professional Skepticism: Literature Synthesis and Opportunities for Future Research” başlıklı makedir. Bu makale toplam 135 atıf almıştır.

² Analize dahil edilen makalelerin en az 25 atıf alması olması kısıtı, Vosviewer görselinin daha anlaşılabilir olmasını sağlamak amacıyla, yazar tarafından konmuştur.

Şekil 3: Hile Alanında Makalelerin Ağ Haritası (Atıf Sayısı Baz Alınarak Oluşturulmuştur.)



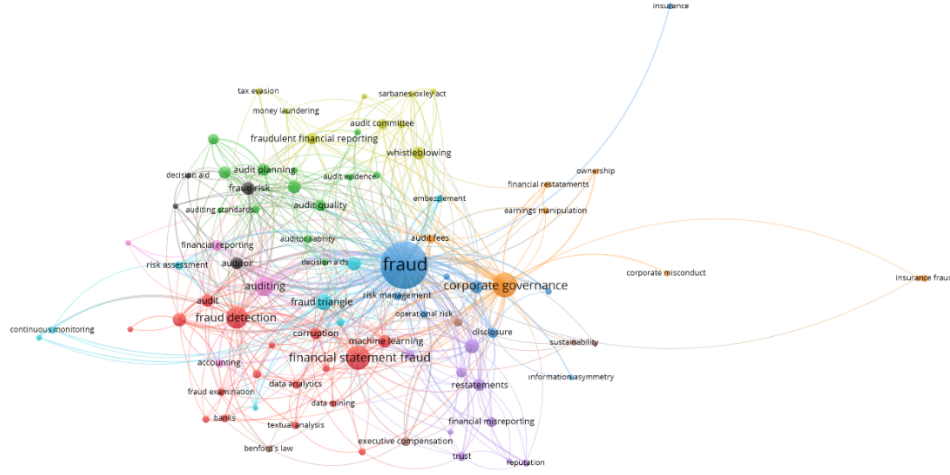
4.3. Anahtar Kelime Analizi

Bu çalışmada analiz edilen makalelerde yer alan anahtar kelimelerin incelenmesi amacıyla anahtar kelime analizi yapılmıştır. Anahtar kelime analizi yapılmadan önce tüm anahtar kelimeler gözden geçirilmiş, bu anahtar kelimeler içinde aynı anlamı ifade edenler (örneğin audit- auditors) thesaurus dosyası hazırlanarak, tek bir anahtar kelime altında toplanmıştır. Makalelerde yer alan toplam anahtar kelime sayısı 2.568'dir. Minimum görülme sayısı 5 olan 89 anahtar kelime bulunmaktadır. Ayrıca anahtar kelimeler içinde yer ifade eden ve kendi başlarına konu ile ilgisi olmayan üç kelime (China, New Zealland ve regulation) olduğu belirlenmiş ve bu kelimeler de analizden çıkarılmıştır. Geri kalan 86 anahtar kelimenin birbiri ile ilişkisini gösteren VOSviewer görseli Şekil 4'te yer almaktadır.

Şekildeki dairelerin büyüklükleri anahtar kelimelerin görülme sıklığını ile paraleldir. Fraud, "corporate governance" ve "financial statement fraud" kelimeleri şekildeki en büyük daireler ile ifade edilmektedir. Bu üç kelime sırası ile görülme sıklığı en yüksek olan kelimelerdir. Yapılan analiz sonucunda anahtar kelimeler 10 kümede toplanmıştır. Her bir küme Şekil 4'de farklı renklerle gösterilmiştir. Aynı renklerdeki dairelerle ifade edilen kelimeler, birbiri ile yakın ilişkili olan kelimelerdir. Her bir kümedeki anahtar kelime sayısı, kümede görülme sıklığı en fazla olan 3 anahtar kelime ve bu kelimelerin görülme sıklıkları, bağlantı sayıları, toplam bağlantı güçleri ve görülme sıklığı Tablo 6'da görülmektedir. Kırmızı renkle ifade edilen 1. Kümede toplam 17 anahtar kelime bulunmaktadır. Bu anahtar kelimelerden görülme sıklığı en fazla olanlar "financial statement fraud", "fraud detection" ve "forensic accounting" kelimeleridir. Bu anahtar kelimelerin kullanıldığı yayınların ortalama yayınlanma yılları incelendiğinde, 2015-2018 yılları arasında yoğun olarak kullanıldıkları görülmektedir. Tablo 6'da yer alan anahtar kelimeler içinde ortalama yayınlanma yılı en yeni olan (2020,23) anahtar kelime "financial misconduct" anahtar kelimesidir. Bu kelime mor renkle ifade edilen 5. Kümede yer almaktadır. 5. kümede toplam 9 anahtar kelime bulunmaktadır. Bu kümedeki görülme sıklığı en fazla olan diğer iki anahtar kelime "earnings management" ve "restatement" anahtar kelimeleridir. Ortalama yayınlanma yılı yeni olan diğer bir kelime de "whistle blowing" kelimesidir (2019,09). Bu kelimenin görülme sıklığı 22'dir. Kelime aynı zamanda sarı renkle ifade edilen 4. kümedeki en

sık görülen kelimedir. 4. kümede toplam 9 anahtar kelime bulunmaktadır. Bu kümede görülme sıklığı en fazla olan diğer iki anahtar kelime “fraudulent financial reporting” ve” audit committee” kelimeleridir.

Şekil 4: Anahtar Kelimelerin Ağ Haritası (Görülme sıklığı baz alınarak oluşturulmuştur.)



VOViewer

Tablo 6: Her bir kümede en fazla görülen anahtar kelimeler ve bu kelimelerin niceliksel özellikleri

| Küme No | Rengi | Kümedeki Toplam Anahtar Kelime Sayısı | En sık görülen anahtar kelimeler | Görülme sıklığı | Bağlantı sayısı | Toplam bağlantı gücü | Ortalama yayınlanma yılı |
|---------|-----------|---------------------------------------|----------------------------------|-----------------|-----------------|----------------------|--------------------------|
| 1 | Kırmızı | 17 | Financial statement fraud | 77 | 28 | 61 | 2018,42 |
| | | | Fraud detection | 65 | 33 | 78 | 2015,85 |
| | | | Forensic accounting | 24 | 17 | 40 | 2016,46 |
| 2 | Yeşil | 13 | Financial risk assessment | 22 | 13 | 25 | 2013,91 |
| | | | Audit planning | 20 | 14 | 31 | 2012,10 |
| | | | Professional skepticism | 19 | 15 | 25 | 2017,26 |
| 3 | Koyu mavi | 9 | Fraud | 300 | 78 | 355 | 2015,61 |
| | | | Ethics | 22 | 16 | 34 | 2015,77 |
| | | | Risk management | 10 | 9 | 11 | 2016,30 |
| 4 | Sarı | 9 | Whistleblowing | 22 | 13 | 24 | 2019,09 |
| | | | Fraudulent financial reporting | 17 | 18 | 27 | 2012,76 |
| | | | Audit committee | 13 | 11 | 20 | 2014,92 |
| 5 | Mor | 9 | Earnings management | 27 | 17 | 43 | 2014,56 |
| | | | Restatement | 19 | 14 | 26 | 2015,63 |
| | | | Financial misconduct | 13 | 12 | 21 | 2020,23 |
| 6 | Açık mavi | 8 | Fraud triangle | 35 | 30 | 63 | 2016,63 |
| | | | Internal control | 24 | 24 | 48 | 2014,79 |
| | | | Risk assessment | 11 | 10 | 18 | 2011,36 |

Web of Science Veri Tabanında Yer Alan Hile Alanında Yazılmış Makalelerin Bibliyometrik Analizi

| | | | | | | | |
|----|------------|---|------------------------|----|----|-----|---------|
| 7 | Turuncu | 8 | Corporate governance | 83 | 45 | 120 | 2016,10 |
| | | | Audit fees | 11 | 14 | 17 | 2016,64 |
| | | | Insurance fraud | 7 | 1 | 1 | 2011,71 |
| 8 | Kahverengi | 5 | Executive compensation | 12 | 7 | 18 | 2013,17 |
| | | | Governance | 11 | 16 | 24 | 2015,55 |
| | | | Benford Law | 7 | 6 | 8 | 2016,86 |
| 9 | Pembe | 4 | Auditing | 50 | 32 | 93 | 2014,28 |
| | | | Financial reporting | 15 | 14 | 33 | 2013,13 |
| | | | Accounting | 11 | 9 | 22 | 2018,55 |
| 10 | Siyah | 4 | Fraud risk | 23 | 17 | 26 | 2014,83 |
| | | | Auditor | 19 | 12 | 28 | 2012,37 |
| | | | Red flag | 5 | 7 | 8 | 2013,00 |

Kaynak: VOSviewer analizinden yararlanılarak oluşturulmuştur.

5. SONUÇ

Hile geçmiş dönemlerde olduğu gibi gelecek dönemlerde de işletmelerin faaliyetleri açısından olumsuz etkilere neden olabilecek bir kavramdır. İşletmeleri ve paydaşlarını hileli faaliyetlerin olumsuz etkilerinden koruyabilmek için, dünya üzerinde meydana gelen gelişmeler sonucunda farklı şekillerde karşımıza çıkabilecek hileli faaliyetlerin belirlenmesi, bu faaliyetlerin önlenmesi ve önlenemediyse de ortaya çıkartılması için yapılması gerekenlerin belirlenmesi temel bir gerekliliktir. Bu bağlamda, literatürün yapısının, gelişiminin ve odaklanması gereken alanların bilinmesi son derece önemlidir.

Bu araştırmanın temel amacı WoS veri tabanında, hile konusunda 15.11.2023 tarihine kadar yapılmış olan çalışmaların bibliyometrik analizini yaparak, bu alanda öne çıkan yazarların, makalelerin, kaynakların belirlenmesi, literatürde odaklanılan alanların tespit edilmesi ve yapılacak yeni çalışmalar için odaklanılabilecek alanlarla ilgili çıkarımların yapılmasıdır.

Araştırmada 1.815 makale incelenmiştir. Yıllar itibarı ile bu alanda yapılmış olan yayınların sayısında genel olarak artış olmakla birlikte, makalelerin %67'si son on yılda, %36'sı son 5 yılda yayınlanmıştır. Analiz edilen dönemin yaklaşık olarak 43 yıllık bir dönemdir (1980-15.11.2023), ve son yıllarda hile alanında yapılmış olan yayınların sayısında bir artış eğilimi bulunmaktadır.

Hile konusunda yayınlanmış olan 1.815 makale, 277 farklı kaynaktan yayınlanmıştır. Bu alandaki en üretken dergi 79 makalenin yayınlandığı Auditing: A Journal of Practice and Theory'dir. Hile ile ilgili yayınlanmış makaleler arasında en fazla atıf alan dergi, bu alanda 65 makale yayınlamış olan "Accounting Review" (ortalama atıf sayısı 80,48) dergisidir. Dergilerde yayınlanan makalelerin yayınlandıkları yılların birbirinden farklı olması, dergilerin verimliliklerinin karşılaştırılmasında ortalama atıf sayılarından ziyade normleştirilmiş ortalama atıf sayılarının karşılaştırılmasını daha anlamlı kılmaktadır (Van Eck ve Waltman, 2010). Dergilerin normleştirilmiş ortalama atıf sayıları incelendiğinde, bu alanda 33 makale yayınlanmış olan Journal of Corporate Finance'in (normleştirilmiş atıf sayısı 3,35'dir) en verimli dergi olduğu görülmüştür. Hile konusunda yayın yapmış olan kaynakların arasındaki ilişki atıflar dikkate alınarak incelendiğinde, dergilerin 7 küme altında gruplandıkları görülmüştür. En büyük küme 22 kaynak içermektedir. Bu kümenin lider dergisi (en fazla sayıda yayın yapılmış olan dergi) Journal of Corporate Finance'dir. "Journal of Corporate Finance" aynı zamanda normleştirilmiş ortalama atıf sayısı da en yüksek olan dergidir. Kaynak- atıf analizi sonucunda ön plana çıkan dergilerin (üretkenlik açısından Auditing: A Journal of Practice and Theory,

verimlilik açısından Accounting Review ve Journal of Corporate Finance) hile alanında yapılacak olan çalışmalarda öncelikli olarak hedeflenmesi yerinde olacaktır.

Bu çalışmada analiz edilen makaleler toplam 3.221 yazar tarafından yazılmıştır. Yazarlar arasından en üretken olanları 25 makale yayınlamış olan Frederick Feldkamp ve Cristopher Wahlen'dir. En fazla yayın yapan yazarlar, verimlilikleri açısından karşılaştırıldığında, 8 yayını bulunan Tina D. Carpenter'ın (ortalama atıf: 34,71) ortalama atıfları en yüksek yazar olduğu, ortalama normalleştirilmiş atıf sayıları dikkate alındığında ise en verimli yazarın Gendron Yves (ortalama normalleştirilmiş atıf sayısı: 2,79) olduğu ve ikinci sırada ise Tina D. Carpenter'ın (ortalama normalleştirilmiş atıf sayısı: 1,73) geldiği görülmektedir.. Bu alanda yayın yapan yazarların yayınlarına yapılan atıflar incelendiğinde, 2 yayını olan Weili Ge'nin (ortalama atıf sayısı: 490,50) ortalama atıf sayısı en yüksek yazar olduğu, 5 yayını bulunan Jonathan M. Karpoff'un normalleştirilmiş ortalama atıf sayısı en yüksek yazar olduğu görülmektedir. Bu alanda yapılacak olan çalışmalarda Weili Ge'nin ve Jonathan M. Karpoff tarafından yayımlanmış makaleler okunması gereken başlıca eserler arasındadır

Bu alanda yayımlanmış olan makaleler içinde en fazla atıf almış olan makale, M.S. Beasley tarafından 1996 yılında yazılmış ve Accounting Review'de yayımlanmış olan "An empirical analysis of the relation between the board of director composition and financial statement fraud" başlıklı makaledir. Bununla birlikte normalleştirilmiş atıf sayısı en yüksek olan (24,75) dolayısıyla en verimli makale J.M. Karpoff, D.S. Lee ve G.S. Martin tarafından yazılmış ve Journal of Financial and Quantitative Analysis'da yayımlanmış olan "The cost to firms of cooking the books" başlıklı makaledir. Bu makaleler, bu alanda yapılacak olan çalışmalarda okunması gereken başlıca eserlerdir.

Bu çalışmada incelenen makalelerde toplam 2.568 anahtar kelime bulunmaktadır. Minimum görülme sayısı 5 olan 89 anahtar kelime dikkate alınarak yapılan anahtar kelime analizi sonucunda görülme sıklığı en fazla olan anahtar kelimenin "Financial statement fraud" olduğu görülmüştür. "Financial statement fraud" aynı zamanda, 17 anahtar kelime içeren kümenin lider kelimesidir. Bu kümede görülme sıklığı en fazla olan diğer iki kelime "fraud detection" ve "forensic accounting"dir. Bu alanda yapılmış olan çalışmalarda başlıca odaklanılan konu finansal tablo hilelerinin tespit edilmesi ve adli muhasebedir. Anahtar kelimeler içinde ortalama yayınlanma yılı en yeni olan anahtar kelime "financial misconduct" (2020,23)'tir. Yasal düzenlemelere ve etik kurallara aykırı davranışları ifade eden bu kavram yapılacak olan yeni çalışmalarda odaklanılabilecek konular arasında yer almaktadır. Yapılacak yeni çalışmalarda odaklanılabilecek diğer bir kavram da, literatürde ortalama yayınlanma yılı 2019,09 olan makalelerde anahtar kelime olarak kullanılmış olan "whistle blowing" (2019,09) kavramıdır. Dilimize "ihbar" olarak çevrilebilecek olan bu kavram, yasalara, düzenlemelere etik kurallara uygun olmayan faaliyetlerin, işletme içindeki veya dışındaki ilgili mercilere bildirilmesi olarak açıklanabilir ve son zamanlarda odaklanılan konular arasında yer almaktadır.

Hile alanındaki literatüre genel bir bakış açısı sağlamak amacıyla gerçekleştirilen bu çalışma, izleyen çalışmalarda SCOPUS veri tabanında yer alan verileri de içerecek şekilde geliştirilebilir. Bununla birlikte ULAKBİM veri tabanında yer alan yayınların, bibliyometrik analiz programları ile analiz edilebilmesi için gerekli altyapı sağlandığında, çalışma ULAKBİM de yer makaleleri de içerecek şekilde geliştirilebilir.

KAYNAKÇA

- Ali, A. S., Zaaba, Z. F., & Singh, M. M. (2024). The rise of “security and privacy”: bibliometric analysis of computer privacy research. *International Journal of Information Security*, 23, 863-885. <https://doi.org/10.1007/s10207-023-00761-4>.
- Association of Certified Fraud Examiners. (2022). Occupational fraud 2022: A report to the nations. <https://legacy.acfe.com/report-to-the-nations/2022/>
- Baker, H. K., Kumar, S., Pandey, N., & Kraus, S. (2023). Contemporary Accounting Research: A retrospective between 1984 and 2021 using bibliometric analysis. *Contemporary Accounting Research*, 40(1), 196-230.
- Caballero Montañez, R. W., Vento Egoávil, R. E., Padilla Vento, P., Ataupillco Vera, V. D., Zapata Urdiales, J. J., Ordóñez Ferro, A. C., & del Carmen López Flores, C. (2023). Accounting ethics, financial reporting focused on financial frauds: A bibliometric analysis. *International Journal of Professional Business Review*, 8(7), 1–17. <https://doi.org/10.26668/businessreview/2023.v8i7.2245>
- COSO & ACFE. (2023). Fraud risk management guide, Executive summary, Second edition. <https://www.coso.org/Shared%20Documents/COSO-Fraud-Risk-Management-Executive-Summary.pdf>
- Elçiçek, H. (2024). Bibliometric analysis on hydrogen and ammonia: a comparative evaluation for achieving IMO’s decarbonization targets. *International Journal of Environmental Science and Technology*, 1–22. <https://doi.org/10.1007/s13762-023-05450-2>
- 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>
- Gross, P. L. K., & Gross, E. M. (1927, October 28). College libraries and chemical education. *Science*, 66(1713), 385–389. <https://doi.org/10.1126/science.66.1713.385>
- Hael, M., Hazaea, S. A., Zhang, H., & Mareeh, H. (2024). Mapping the literature trends of consumer behavior and sustainability: insights from a bibliometric analysis approach. *Environment, Development and Sustainability*, 1–31. <https://doi.org/10.1007/s10668-023-04382-8>
- Kayapınar, Ö., & Kayapınar, U. (2023). Sanat pazarlaması ve kültür pazarlaması çalışmalarının bilimsel haritalama yöntemi ile incelenmesi: Bibliometrik analiz (2000-2023). *Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 25(Özel Sayı), 469–488. <https://doi.org/10.26468/trakyasobed.1231037>
- Kocyigit, E., & Kocak, T. (2023). Rheumatic diseases and gut microbiota publications in 2002–2022: a Scopus-based bibliometric analysis. *Rheumatology International: Clinical and Experimental Investigations*, 43(11), 2115–2124. <https://doi.org/10.1007/s00296-023-05408-0>
- Liu, Y., Bhounik, K., Ulqinaku, A., & Grazzini, L. (2023). Social exclusion: A bibliometric analysis and future research directions in advertising. *Journal of Advertising*, 52(5), 756–773. <https://doi.org/10.1080/00913367.2023.2255250>
- Loth, A. J. (1926). The frequency distribution of scientific productivity. *Journal of the Washington Academy of Sciences*, 16, 317–323.
- Lotka, A. J. (1926). The frequency distribution of scientific productivity. *Journal of the Washington Academy of Sciences*, 16(12), 317–323. <http://www.jstor.org/stable/24529203>

- Matei, A. C., & Aivaz, K. A. (2023). A Bibliometric Analysis on Fraud in Accounting. *Ovidius University Annals, Economic Sciences Series*, 23(1), 986-995.
- Martínez-López, F.J., Merigó, J.M., Valenzuela-Fernández, L., & Nicolás, C. (2018). Fifty years of the European Journal of Marketing: a bibliometric analysis. *European Journal of Marketing*, 52(1/2), 439–468. <https://doi.org/10.1108/EJM-11-2017-0853>
- Mansour, A. A. Z., Ahmi, A., Popoola, O. M. J., & Znaimat, A. (2022). Discovering the global landscape of fraud detection studies: a bibliometric review. *Journal of Financial Crime*, 29(2), 701-720. <https://doi.org/10.1108/JFC-03-2021-0052>
- Montañez, R. W. C., Egoávil, R. E. V., Vento, P. P., Vera, V. D. A., Urdiales, J. J. Z., Ferro, A. C. O., & Flores, C. D. C. L. (2023). Accounting Ethics, Financial Reporting Focused on Financial Frauds: A Bibliometric Analysis. *International Journal of Professional Business Review*, 8(7), 38. <https://doi.org/10.26668/businessreview/2023.v8i7.2245>
- Pitchard, A. (1969). Statistical bibliography or bibliometrics. *Journal of Documentation*, 24, 348–349.
- Ratzinger-Sakel, N. V. S., and Tiedemann, T. (2022). Fraud in accounting and audit research (1926-2019): A bibliometric analysis. *Accounting History Review*, 32(2-3), 97-143. <https://doi.org/10.1080/21552851.2022.2143827>
- Sarı, T. (2022). Türkiye’de eğitim yönetimi temalı uluslararası yayınların incelenmesi: Bibliometrik analiz. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, (63), 483–508. <https://doi.org/10.21764/maeuefd.1083054>
- Seckin, D., & Cebeci, F. (2024). Bariatric surgery and weight gain: Bibliometric analysis. *Obesity Surgery: The Journal of Metabolic Surgery and Allied Care*, 1–11. <https://doi.org/10.1007/s11695-024-07055-1>
- Soltani, M., Kythreotis, A., & Roshanpoor, A. (2023). Two decades of financial statement fraud detection literature review; combination of bibliometric analysis and topic modeling approach. *Journal of Financial Crime*, 30(5), 1367–1388. <https://doi.org/10.1108/JFC-09-2022-0227>
- Sridharan, U. V., Dickes, L., & Royce Caines, W. (2002). The social impact of business failure: Enron. *American Journal of Business*, 17(2), 11-22. <https://doi.org/10.1108/19355181200200006>
- Tan, H., Mong, G. R., Wong, S. L., Wong, K. Y., Sheng, D. D. C. V., Nyakuma, B. B., Othman, M. H. D., Kek, H. Y., Razis, A. F. A., Wahab, N. H. A., Wahab, R. A., Lee, K. Q., Chiong, M. C., & Lee, C. H. (2024). Airborne microplastic/nanoplastic research: a comprehensive Web of Science (WoS) data-driven bibliometric analysis. *Environmental Science and Pollution Research*, 31(1), 109–126. <https://doi.org/10.1007/s11356-023-31228-7>
- Ürgüp, S. E. (2020). Muhasebe alanında hata ve hile ile iç kontrol üzerine yazılmış lisansüstü tezlerin analizi (2009–2019). *Cumhuriyet Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 21(2), 90-102. <https://doi.org/10.37880/cumuiibf.742616>
- Van Eck, N., & Waltman, L. (2010). Software survey: VOSviewer, a computer program for bibliometric mapping. *Scientometrics*, 84(2), 523-538. <https://doi.org/10.1007/s11192-009-0146-3>

Atıf/Citation:

Şanlıöz-Özgen, H. K. ve Küçükaltan Günlü, E. (2024). Akademisyenlerin Pandemi Dönemi Uzaktan Eğitim Deneyimleri: Turizm Programları Örneği. *Dokuz Eylül Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi*, 25(1): 148-172. <https://doi.org/10.24889/ifede.1420594>

**AKADEMİSYENLERİN PANDEMİ DÖNEMİ UZAKTAN EĞİTİM DENEYİMLERİ:
TURİZM PROGRAMLARI ÖRNEĞİ***

Hamım Kader ŞANLIOZ-ÖZGEN ve Ebru GÜNLÜ KÜÇÜKALTAN*****

ÖZ

COVID-19 salgını tüm dünyada ve Türkiye’de yükseköğretim kurumları için bir dönüm noktası olmuş, uzun yıllardır tartışılan uzaktan eğitim uygulamalarının ani ve kapsamlı olarak yaşandığı bir deneyim ortamı oluşturmuştur. Bu sürecin temel paydaşları; öğrenciler, öğretimci ve öğretim kurumlarıdır. Bu araştırmanın amacı; COVID-19 nedeniyle hızlı geçiş yapılan ve yükseköğretim açısından bir dönüm noktası olan uzaktan eğitim sürecinde, özellikle uygulamanın önemli olduğu turizm lisans programlarındaki öğretim elemanlarının deneyimlerini incelemek ve devinim halindeki eğitim-öğretim uygulamalarına çözüm önerileri sunmaktır. Nitel araştırma yöntemi ile tasarlanan araştırmanın evreni 2020-2021 akademik yılında Türkiye’deki turizm programlarında görevli öğretim elemanlarıdır; 1296 kişiye çevrim içi açık uçlu soru formu ile ulaşılmıştır. Geri dönüş sağlayan 114 kişiden elde edilen veriler nitel analiz yazılımı ile çözümlenmiştir. Araştırmada; a) yüz yüze ve uzaktan eğitim süreçlerindeki öğretim teknikleri, b) yaşanan zorluklar, c) gelişme olanakları, ç) öneriler kategorileri altında tema ve kodlar oluşturulmuştur. Araştırmanın alanyazına katkısı; öncelikle uygulamanın önemli olduğu turizm programlarını irdelemesi ile turizm alanyazımına sunduğu yeni bulgulardır. COVID-19, yükseköğretim turizm programları için hazırlıksız girilen bir uzaktan eğitim süreci yaratmasına rağmen yaklaşık iki yıla dayanan uzun bir deneyim fırsatı sunmuştur. Araştırma sonucunda, ilgili programlardaki öğretim elemanlarının bakış açısından, yaşanan zorluklar ve gelişme fırsatlarını içeren kapsamlı bulgular elde edilmiştir. Mevcut dönemde karma modellerin benimsendiği ve uzaktan eğitimin, eğitim süreçlerine entegrasyonunun yaygınlaştığı tespit edilmiştir. Bu nedenle söz konusu araştırmanın uygulamada farkındalık artırıcı olması ve uzaktan eğitim planlamalarına yol göstermesi beklenmektedir.

Anahtar sözcükler: Uzaktan eğitim, COVID-19, turizm programları, yükseköğretim kurumları, Türkiye
JEL kodları: I23, L83

**DISTANCE EDUCATION EXPERIENCES OF ACADEMICIANS DURING PANDEMIC:
CASE OF TOURISM PROGRAMS**

ABSTRACT

The COVID-19 pandemic has been a turning point for higher education institutions worldwide and in Türkiye, creating an environment where remote learning practices, long debated for years, were suddenly and comprehensively experienced. The key stakeholders in the remote learning process are students, instructors, and educational institutions. The aim of this research is to examine the experiences of instructors teaching in tourism undergraduate programs, particularly in a context where the rapid transition to “distance education” due to COVID-19 represents a crucial turning point for higher education. The research addresses at providing solutions for dynamic educational practices based on these experiences. The study, designed with a qualitative research method, identified the population as instructors in tourism programs throughout Türkiye for the academic year 2020-2021, reaching 1296 individuals through an open-ended online questionnaire. Data obtained from 114 respondents were analyzed using qualitative analysis software. The research categorized themes and codes under the following topics: a) teaching techniques in face-to-face and distance learning processes, b) challenges, c) opportunities, and d) recommendations. The contribution of the research to the literature lies in its examination of tourism programs, highlighting the significance of practical implementation. Despite the unpreparedness of tourism higher education programs for the sudden shift to distance learning

* Bu çalışmanın Beşerî Bilimler Etik Standartlarına uygunluğu Özyeğin Üniversitesi Sosyal ve Beşerî Bilimler Bilimsel Araştırma ve Yayın Etik Kurulu tarafından değerlendirilmiş ve 10.05.2021 tarih ve 2021/09/02 karar no ile onaylanmıştır.

** Dr. Öğr. Üyesi, Özyeğin Üniversitesi, Uygulamalı Bilimler Fakültesi, Otel Yöneticiliği Bölümü, İstanbul, Türkiye. E-posta: kader.sanlıoz@ozyegin.edu.tr, <https://orcid.org/0000-0002-5865-7553>

*** Prof. Dr., Dokuz Eylül Üniversitesi, İşletme Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü, İzmir, Türkiye. E-posta: ebru.gunlu@deu.edu.tr, <https://orcid.org/0000-0003-2599-0197>

caused by COVID-19, the approximately two-year-long experience has provided an opportunity for in-depth insights. As a result of the research, comprehensive findings were obtained from the perspective of instructors in relevant programs, encompassing challenges and opportunities for improvement. The current period has seen the adoption of hybrid models and the widespread integration of remote learning into educational processes. Therefore, it is expected that this research will increase awareness in practice and guide distance education planning in the current context.

Keywords: Distance education, COVID-19, tourism programs, higher education institutions, Türkiye
JEL codes: I23, L83

1. GİRİŞ

Her ne kadar pandemi döneminde yoğunluk ve yaygınlığı artmış olsa da uzaktan eğitim Bozkurt'un (2017) belirttiği üzere; dünyada geçmişi yaklaşık üç asıra dayanan, Türkiye'de ancak 20. yüzyıl başından itibaren gelişmeye başlayan bir eğitim sistemidir. Son 30 yılda internet ve bilişim temelinde hızlı ilerleme kaydederek öğrenme merkezli bir ana akım öğretim yolu haline gelmiştir. Bu yenilikçi yönüyle paralel olarak uzaktan eğitim; coğrafi çeşitlilik çerçevesinde öğretici ve öğrencilerin, internet ve iletişim teknolojilerine dayanan gerçek zamanlı toplantılar (canlı ve/veya senkron) yoluyla çevrim içi olarak bir araya geldiği bir eğitim sistemi olarak açıklanmaktadır (Simonson & Seepersaud, 2019, s. 1-3). Uzaktan eğitimin en önemli hedefi öğrencilerdir; ancak rolü en kritik olan paydaşı ise öğretmenlerdir. Çünkü öğretmenler bir yandan öğrencinin derse devam ve etkileşimini destekleyen çeşitli pedagojik yöntemler uygulamak durumundadır (Tesone, 2000). Diğer yandan ders içeriklerini doğrudan dijital ortama aktarmanın ötesinde sanal sınıf platformları oluşturup deneyimsel öğrenme ve tartışmalar yoluyla ortaklaşa bir öğrenme ortamı yaratma sorumluluğuna sahiptir (Sigala, 2002). Ayrıca öğrencilerin yaşadığı zorluklarda onları yönlendirmek, kaygı ve diğer sıkıntılarını gidermelerine destek olmak, öğrencilere hızlı geri bildirimlerde bulunmak da yükümlülükleri arasındadır (Collins & Van Hoof, 2001). Bu zorunluluklar, öğretmenlerin uzaktan eğitimin etkili yürütümündeki önemli, karmaşık ve kapsamlı rollerine işaret etmektedir. Bu bağlamda hem öğretici-öğretici hem de araştırmacı kimlikleri ile yükseköğretim kurumlarının en önemli değerleri olan akademisyenler uzaktan eğitim sürecinin de en kritik yüklenicileri olarak görev yapmışlardır.

COVID-19; uzaktan eğitim pratiklerinin aniden, hazırlıksız ve tüm dünyayı kapsayacak yaygınlıkta hayata geçirilmesine neden olmuştur. Bu döneme hazırlıksız yakalanan yükseköğretim kurumları, eğitim ve öğretimi kesintisiz sürdürme zorunluluğu kapsamında çeşitli zorluklarla karşı karşıya kalmıştır. Bu zorluklar; insan kaynakları, donanım-yazılım altyapıları, içerik geliştirme, sınav düzenleme, eğitimcilerin eğitimi gibi yeni sayılabilecek görev ve sorumluluklar yanında düşük ve yetersiz kapasite ile eğitim verme gibi konularda ortaya çıkmıştır (Babaoğlu & Kulaç, 2021; Karadağ vd., 2021). Yükseköğretim kurumları ilk aşamada senkron ve asenkron ders yürütebilmeleri için öğretim elemanı ve öğrencilere teknik destek vermiş; daha sonra da altyapı geliştirme aşamasına geçmişlerdir (Yavuz vd., 2020). Pandemi döneminin başında uzaktan eğitimde odak, derslerin etkin bir şekilde yürütülmesi olmuş; ilerleyen dönemde değerlendirme yöntemlerinin çeşitlenmesi ve esnekleştirilmesi önem kazanmıştır (Ak vd., 2020). Yükseköğretim Kurulu (YÖK) 2018 yılı kararından sonra yükseköğretimde dijital dönüşüm hazırlıklarına halihazırda başlamış olan yükseköğretim kurumları, bu zorlukları daha rahat karşılamış, pandemi döneminde uzaktan eğitime

Akademisyenlerin Pandemi Dönemi Uzaktan Eğitim Deneyimleri: Turizm Programları Örneği

daha kısa sürede uyum sağlamış ve bu süreci uzaktan eğitim yetkinliklerini geliştirdikleri bir fırsat olarak değerlendirmişlerdir (Ak vd., 2020; Işkın vd., 2022; Zeybek vd., 2022).

Deneyimlerin paylaşılması, kapasite ve yetkinliklerin güçlendirilmesiyle, yükseköğretimde iki akademik yıl boyunca devam eden uzaktan eğitime ilk geçiş sürecindeki sıkıntılar sonradan giderilmiştir. Uzaktan eğitimin yoğun ve yaygın uygulanması, YÖK'ün Haziran 2020'de ders programlarının yüzde 40 oranındaki kısmının uzaktan eğitimle verilebileceği yönündeki kararına zemin hazırlamıştır (YÖK, 2020, 04 Haziran). Ani geçiş ve çeşitli zorluklarla yürütülen uzaktan eğitim döneminden sonra Güz 2022 döneminde yüz yüze eğitime geçilmiş olsa da yaşanan bu yaygın deneyim; gelecek yıllarda yükseköğretimde dijital dönüşüm planlamaları ve yaşanacak başka kriz ortamlarına hızlıca uyumlanma çalışmalarını yönlendirme potansiyeliyle önem kazanmıştır (Çalıkoglu & Gümüş, 2020). Nitekim yükseköğretim kurumlarının pandemi sonrasında altyapı, destek ve eğitim süreçlerini geliştirerek yüz yüze eğitimi tamamlayıcı şekilde karma eğitim modeli uyguladıkları görülmüştür (Yavuz vd., 2020). Ayrıca kazanılan bu deneyim ve yetkinlikler, takip eden yılda deprem sırasında ülke çapında uzaktan eğitim sürecine geçişi kolaylaştırmıştır.

COVID-19 dünyada olduğu gibi Türkiye'de de turizm sektörü genelinde ciddi ekonomik kriz ve kayıplar yaratmış (Yavuz, 2022) ve buna bağlı olarak işletmelerin finansal performanslarında da ciddi düşümlere neden olmuştur (Karadeniz vd., 2022). COVID-19 döneminde yaşanan bu derin ve uzun süreli etkiler, sorunlar ve oluşan çok boyutlu kriz ortamı; dünyada ve Türkiye'de turizm sektörü özelinde çok sayıda araştırma yapılmasına vesile olmuştur. Büyük oranda pandeminin sektör üzerindeki etkilerine yoğunlaşan bu araştırmalarda; turist davranış ve beklentileri (Alaeddinoğlu, F. & Serkan, 2020; Aydın & Doğan, 2020), değişen alışkanlıklar (Aydın & Doğan, 2020; Kıvılcım, 2020), insan sağlığına ilişkin önlemler (Çetinkaya vd., 2020) ve çalışanlara ve/veya işletmelere sağlanan destekler (Doğancılı, 2020; Erol, 2020) gibi çeşitli konuların ele alındığı görülmektedir. Uygulamalı bir alan olan turizm eğitiminin pandemi ile ilişkilerini konu alan araştırma sayısı ise sınırlı düzeyde kalmıştır (Eker vd., 2022).

Turizm programları; başta stajlar olmak üzere sektörle bağlantılı ve pratik eğitimlerin örgün programların önemli bir kısmını oluşturduğu yapılar olarak uzaktan eğitimin araştırılabilirliği özgün bir alan sunmaktadır. Pandemi döneminde uygulamalı alanlarda gerçekleştirilen araştırmalarda öğrenciler tarafından ortaya koyulan önemli konulardan biri de uygulamalı öğretimin yetersizlikleridir (Işık, 2021; Uysal vd., 2022; Yurdakal & Kırmızı, 2021). Turizm programlarında uzaktan eğitim konusu, öğrenci yaklaşımlarının aktarıldığı çalışmalarda odağa alınmıştır (Akgün vd., 2022; Kılınç & Varol, 2021; Konak, 2021; Korkmaz vd., 2022; Köksalanlar & Çözeli, 2021; Köksalanlar & Çözeli, 2022; Şanlıöz-Özgen vd., 2023; Yıldırım, 2023). Çalışmalar aynı zamanda pandemi dönemi turizm programlarında uygulamalı derslerin gerçekleştirilememesi sorununu ortaya çıkarmıştır (Işkın vd., 2022; Konak, 2021; Korkmaz vd., 2022). Halbuki sürdürülebilir turizm gelişimi için etkili ve sektör gereksinimlerine yönelik turizm eğitimi esastır (Okumuş & Yağcı, 2006) ve insan yoğun bir alan olarak turizm eğitiminde öğrencilerin sektöre hazır olmaları için uygulamalı eğitim öncelikli gerekliliklerden biridir (Ring vd., 2009).

Pandemi dönemi uzaktan eğitim sürecinde turizm programları alanındaki öğrencilere

odaklanan çalışmalardan farklı olarak turizm öğretim elemanlarına yönelik bir çalışma bu araştırma sürecinde tespit edilmemiştir. Kurum ve teknolojik sistemler arasındaki koordinasyon ve uygulama odaklı merkezi rollerine bağlı olarak öğrencilere odaklanan çalışmalar; Türkiye’de turizmin gelişme potansiyelinin gerektirdiği etkili eğitimi turizm programlarında sunmak adına geleceğe yönelik eğitim politika ve planlamaları için de yönlendirici olacaktır. Bu araştırmanın amacı, yükseköğretim açısından bir dönüm noktası olan COVID-19 sırasında uzaktan eğitim sürecinde yükseköğretim turizm programlarında görev yapan öğretim elemanlarının deneyimlerini incelemek ve bu deneyimlerde açıklanan sorunlara yönelik çözüm önerileri sunmak olarak belirlenmiştir. Çevrim içi açık uçlu soru formu ile veri toplama temelli olarak nitel araştırma şeklinde tasarlanan bu çalışmada öğretim elemanlarının deneyimleri; yüz yüze eğitimle karşılaştırma, zorluklar, gelişme olanakları ve çözüm önerileri boyutlarında incelenmiştir. Uzaktan eğitimin kritik yürütücüleri olan öğretim elemanlarının bakış açılarını ve deneyimlerini yansıtan kapsamlı bulguların, yükseköğretimde dijital dönüşüm çalışmalarına katkıda bulunması hedeflenmektedir.

2. KURAMSAL ÇERÇEVE

Pandeminin yükseköğretimde uzaktan eğitime acil, ani ve yaygın geçişe neden olması, yarattığı tipik durum itibarıyla Türkiye’de de bu konuda akademik çalışmalar yapılmasını teşvik etmiştir. Türkiye’de yapılan çalışmalar değerlendirildiğinde, öğrencileri konu alan araştırmaların yoğunluğu dikkat çekicidir. Bu çalışmalar genel olarak; öğrencilerin uzaktan eğitim deneyim ve memnuniyetlerini (Bülbül vd., 2022; Dünya vd., 2021; Efe vd., 2022; Tüzün & Yörük-Toraman, 2021), pandemi nedeniyle yaşadıkları psikolojik durumları (Ertuğrul & Tekinyıldız, 2022), olumlu ve olumsuz yönlerle ilgili değerlendirmelerini (Bülbül vd., 2022; Dünya vd., 2021; Ertuğrul & Tekinyıldız, 2022; Tekedere vd., 2022) konu almaktadır. Ayrıca öğretime erişim olanakları (Can, 2022) ile uygulamalı öğretimin yetersizlikleri (Işık, 2021; Uysal vd., 2022; Yurdakal & Kırmızı, 2021) de öğrenciler tarafından dile getirilen diğer konulardır. Turizm programlarında öğrenim gören yükseköğretim öğrencileri odaklı çalışmalar da benzer bulguları raporlamaktadır. Bu çalışmalarda; pandeminin öğrenciler üzerindeki olumlu ve olumsuz psikolojik etkileri (Şanlıöz-Özgen vd., 2023), eğitimle ilgili yaşanan zorluklar (Konak, 2021; Korkmaz vd., 2022; Köksalanlar & Çözeli, 2021; Yıldırım, 2023), öğrencilerin bu alanda kariyer yapma niyetleri (Akgün vd., 2022; Kılınç & Varol, 2021; Köksalanlar & Çözeli, 2022; Şanlıöz-Özgen vd., 2023) konu edilmiştir.

Yükseköğretimde öğretim elemanlarının katılımı ile yapılan çalışmalar sayıca az olmakla birlikte, uzaktan eğitimdeki merkezi rollerine bağlı olarak kapsamlı bulgular sunmaktadır. Öğretim elemanlarına göre pandemi döneminde uzaktan eğitim süreci; eğitime (kaygılar, sosyal sorunlar, ders yönetimi vb.), yükseköğretim kurumunun işleyişine (sağlık sorunları, ders yönetimi, hijyen tedbirleri vb.) ve performansına (sorunlar, katılım, eşitsizlikler vb.) çeşitli etkilerde bulunmuştur (Demirdağ & Altun, 2022). Öğretim elemanlarının katılımıyla gerçekleştirilen çalışmalarda (Buyurgan & Demirel, 2022; Çobanlar & Kaptan, 2022; Kaya & Mahmutoğlu, 2022; Keskin & Şentürk, 2021; Kurnaz & Serçemeli, 2020; Kurttekin, 2022; Sekreter vd., 2021; Sezgin, 2021; Türkkkan vd., 2022) kapsamlı bulgular derlendiğinde sorunların yaşandığı boyutlar da anlaşılabilir: a) teknolojik (çok boyutlu içerik tasarımı, eğitim teknolojileri kullanımı ve onlara uyumlanma), b)

Akademisyenlerin Pandemi Dönemi Uzaktan Eğitim Deneyimleri: Turizm Programları Örneği

teknolojik (dijital alt yapı, internet erişimi), c) pedagojik (ders yürütümü, öğrenci katılımı, uygulama ve etkileşim eksikliği, ölçüm ve değerlendirme yöntemleri, öğrencilerle ilgili sorunlar, yüksek beklentiler), ç) örgütsel (teknik destek, artan iş yükü), d) ekonomik (maddi yetersizlikler), e) psikolojik (sağlık ve gelecek kaygısı, belirsizlik, düşük tolerans, yetersizlik, isteksizlik), f) fizyolojik (uykusuzluk, gerginlik) ve g) sosyal (ailevi sorunlar, sosyalleşme kısıtları).

Çeşitli yönleri ortaya çıkaran bu kapsamlı bulgular öğretim elemanlarının ders yürütümüyle sınırlı olmayan çok boyutlu bir sorun yumağı ile uğraştıklarına işaret etmektedir. Ne var ki bu süreçte yaşanan çok boyutlu zorluklarla baş etmek için öğretim elemanlarının uyguladıkları yöntemler sınırlı kalmış; kurumlarının ilgili ekiplerinden destek alarak sadece öğretim sürecini devam ettirmeye yönelik ilerleme ve düzenlenen toplantı ve eğitimlere katılma gibi çözümlere başvurulmuştur (Kurnaz & Serçemeli, 2020). Öğreticiler ayrıca öğrencilerin öğrenme süreçlerini desteklemek adına eğitsel amaç ve araçları dönüştürme, bir yandan oyunlaştırma, görselleştirme gibi teknik unsurlarla öğretim yöntemlerini geliştirme, diğer yandan bireysel ödevlerle öğrencilerin kendi kendilerine öğrenmelerini sağlayacak yaklaşımları uygulama çabasına girmişlerdir (Alangoya, 2022).

Görüldüğü gibi, öğretim elemanları öğretici olmaktan kaynaklı sorumluluklarını öncelik olarak belirlemiş; diğer pek çok sorunla baş etmek konusunda kişisel olanaklarını kullanmak ve bireysel çaba göstermek durumunda kalmışlardır. Bu durum, öğretim elemanlarının uzaktan eğitimdeki kritik rollerine karşın uğraştıkları çok boyutlu sorunlarda ne kadar desteksiz ve hatta çaresiz kaldıklarını göstermektedir. Bununla birlikte öğretim elemanları bir yandan da yoğun bir öğrenme sürecine maruz kalmışlar ve öğrenme isteği, öğrenmeyi önemseme ve öğrenmeden kaçınma gibi çeşitli tutumlar sergilemişlerdir (Çengel vd., 2022). Tutumların çeşitlilik sergilemesi; uzaktan eğitimin pek çok öğretim elemanı için yeni deneyim olmasından, vakıf ya da devlet kurumunda çalışmalarına, halihazırda çalıştıkları kurumda uzaktan eğitim alt yapısının bulunmasından, hiçbir birikim sahibi olmayan kurum ve iç paydaşlara kadar birçok nedenle açıklanabilir (Ak vd., 2020; Sekreter vd., 2021). Tüm bu sorun ve zorlukların yanında COVID-19 ile yaşama giren uzaktan eğitim sürecinde akademik ve kişisel gelişime yönelme ve zaman ayırabilme, aile ilişkilerinin güçlendirilmesi, sosyal ilişkileri düzenleme, eğitim teknolojileri ve çok boyutlu içerik tasarımı becerilerini geliştirme gibi olumlu yönleri de raporlayan az sayıda çalışma bulunmaktadır (Keskin & Şentürk, 2021; Sekreter vd., 2021; Türkkan vd., 2022).

Pandeminin etkili olduğu sektörlerden biri olan turizm, eğitiminin uygulama temelli olmasıyla da özgün bir öğretim yapısına ve içeriğine sahiptir. Ancak pandemi döneminde turizm alanındaki programlarda görevli öğretim elemanlarının uzaktan eğitim deneyimlerini konu alan herhangi bir çalışma, bu araştırmanın gerçekleştirildiği sürede tespit edilememiştir. Ağırtaş ve Çavuş'un (2022), öğretim elemanlarının pandemi dönemindeki dijitalleşme düzeylerini irdeledikleri çalışmada, turizm fakültesinde görevli öğretim elemanlarının teknolojiyi eğitim ve meslek amaçlarıyla ilgili olarak kullanım düzeylerinin diğer fakülte ve birimlerdeki öğretim elemanlarından daha yüksek olduğu belirlenmiştir.

Diğer yandan alanyazında uzaktan eğitim deneyimi ile ilgili çözüm önerilerine yoğunlaşan araştırmalar da yer almaktadır. Işkın ve arkadaşlarının (2022) uzaktan eğitime yönelik yaptıkları durum analizi bunlardan birisidir. Araştırmacılara göre uzaktan eğitimin güçlü yönleri, öğrencilerin

teknolojik yetkinlikleri ve merak düzeyi yanında zaman ve mekan bağımsızlığı nedeni ile daha sürdürülebilir olmasıdır; zayıf yönleri ise erişim ve altyapı sorunları, uygulamalı derslerin yapılamaması devam ve değerlendirme sorunları, uzaktan eğitim konusundaki bilgi ve deneyim eksikliği, öğrencilerin eğitimi ciddiye almaması ve uzaktan eğitimin etkileşime olanak vermemesidir. Fırsat ve tehditleri de mercek altına alan çalışmada fırsatlar; gelecekte yaygınlaşacak çevrim içi öğrenme, esnek çalışma ortamına talebin artması, tasarruf tedbirleri, uzaktan eğitimden üniversitelerin marka değerlerine katkı beklentisi olarak ortaya koyulmaktadır. Tehditler ise eğitim kalitesine yönelik kaygı artışı, fırsat eşitsizliği, kampüs ortamından uzaklaşmanın yarattığı izolasyon ve etik sorunlardır. Tüm bu faktörler dikkate alındığında; yüz yüze ve uzaktan eğitimin güçlü yönlerini harmanlayan, uzaktan eğitimin zayıf yönlerini iyileştirebilecek en uygun modelin, her ikisini bir potada barındıran *karma eğitim modeli* olduğu düşünülmektedir (Akıncı & Bolat, 2022; Ballı & Herdem, 2022; Hotar vd., 2021; Korkmaz vd., 2022; Kurnaz & Serçemeli, 2020; Tüzün & Yörük-Toraman, 2021).

Karma eğitim modeli; uzaktan eğitimden önceki öğretim yöntem ve alışkanlıkların değiştirilmesini ve uzaktan eğitim sayesinde edinilen uzaktan eğitim pedagojisi becerileriyle yenilikçi öğretim modeli ve tekniklerin geliştirilerek kullanılmasını gerektirecektir (Babaoğlu & Kulaç, 2021; Buyurgan & Demirel, 2022; Çalıkoğlu & Gümüş, 2020). Oyunlaştırılmış, deneyimsel ve yoğun etkileşimli eğitim ortamları yaratma, teknolojik platform ve araçları kullanma, keşfederek ve tasarlayarak bilgiyi kullanma ve tartışmaya yönlendirme gibi eğitim gereklilikleri ortaya çıkacaktır (Erkut, 2020). Ancak dijital alt yapı kullanımını gerektiren bu yenilikçi modellerin uygulanması için teknolojik altyapı, cihaz ve ücretsiz erişim sorunlarının devlet ve yükseköğretim kurumları tarafından üstlenilmesi, öğrencilerin eğitime erişim olanaklarının eşit olarak sağlanması, dijital okuryazarlığın artırılması, gençlerin daha yatkın oldukları dijital uygulama ve araçların eğitim sistemlerine eklenmesi, esnek kurumsal yapı ve süreçlerin oluşturulması gibi zorunlulukları ortaya çıkacaktır (Babaoğlu & Kulaç, 2021; Tüzün & Yörük-Toraman, 2021).

Uzaktan eğitim deneyimi aynı zamanda etik ve yasal konuları da gündeme getirmiştir. Etik sorunlar (örneğin; iletişim ve davranış sorunları, teknik sorunlar, güvensizlik), etik ihlal (örneğin; mahremiyet, kişisel hak, adalet ve doğruluk) ve etik ilkeler (örneğin; güven, doğruluk, eşitlik, sorumluluk), kişisel veri yönetimi, eğitime erişim eşitsizliği ve eğitim hakkının kısıtlanması, öğrenme etkinliğini engelleyen pedagojik eksiklikler, kampüs ve aynı ortamı paylaşmamaktan doğan sosyo-kültürel etkileşimsizlik bu konular arasında sayılmaktadır (Babaoğlu & Kulaç, 2021; Işkın vd., 2022; Kılıç, 2021; Levent & Şallı, 2022). Can (2020) buradan hareketle; karma eğitim de dahil uzaktan eğitimin kullanılacağı her sistemde; yasal ve pedagojik standartların oluşturulmasını, düzenlemelerin geliştirilmesini, eğitim kalitesinin korunmasını, kesintisiz eğitim kanallarının yaygınlaştırılmasını, planlama ve kontrol süreçlerinin takibini, senkron derslerin yaygınlaştırılmasını ve asgari düzeyde yüz yüze dersleri de içeren karma yöntemlerin planlanmasını, internet ve erişim altyapısının herkese kesintisiz hizmet verecek şekilde yaygınlaştırılmasını, içerik geliştirme birimleri kurularak kaynak zenginleştirme çalışmalarının yürütülmesini, güvenilir ve adil ölçme-değerlendirme sistemlerinin geliştirilmesini, tüm paydaşların gereksinim, sıkıntı ve eksikliklerini inceleyen araştırmaların yürütülmesiyle eğitim süreçlerinin sürekli iyileştirilmesini önermektedir.

Akademisyenlerin Pandemi Dönemi Uzaktan Eğitim Deneyimleri: Turizm Programları Örneği

Tartışılan çalışmalar kapsamında yükseköğretim kurumlarında turizm ve turizm dışı alanlardaki öğrencilerle turizm dışı alanlardaki öğrencilerin katılımıyla gerçekleştirilen uzaktan eğitim konulu incelemelerden yola çıkarak bu araştırmanın sorusu; “Uygulamanın önemli olduğu turizm eğitimi veren kurumlarda uzaktan eğitimle birlikte öğretim elemanları tarafından yaşanan sorunlar ve sorunlara yönelik geliştirdikleri çözümler nelerdir?” şeklinde belirlenmiştir.

3. YÖNTEM

Bu araştırma, COVID-19 nedeni ile hızla uygulamaya geçen uzaktan eğitim sürecinde yükseköğretim turizm programlarında görev yapan öğretim elemanlarının deneyimlerini inceleme ve bu deneyimlere dayanan çözüm önerileri sunma amacı ile nitel araştırma deseni ile tasarlanmıştır. Bu bağlamda oluşturulan araştırma sorusu doğrultusunda, öğretim elemanlarının uzaktan eğitim deneyimlerinin yüz yüze eğitimle karşılaştırılması, yaşanan zorluklar, gelişme olanakları ve çözüm önerilerinin incelenmesi planlanmıştır. Bu çerçevede veri toplama süreci Tablo 1’de görülen açık uçlu soruları içeren bir Google formun Türkiye’de turizm alanında görev yapan yükseköğretim kurumlarındaki tüm öğretim elemanlarına gönderilmesiyle gerçekleştirilmiştir.

Tablo 1: Çevrim İçi Sorular

| Soru grubu | Sorular |
|---|---|
| Yüz yüze ve uzaktan eğitimde kullanılan araç ve yöntemler | Yüz yüze eğitim için kullanılan yöntem ve teknikler nelerdir? Uzaktan eğitim için kullanılan yöntem ve teknikler nelerdir? |
| Uzaktan eğitim deneyimi | Karşılaşılan zorluklar nelerdir? Geliştirilen beceriler ve diğer özellikler nelerdir? |
| Çözüm önerileri | Yüz yüze, uzaktan ya da karma eğitim tercihiniz nedir? (Kapalı uçlu soru) Düzeltilici/önleyici/iyileştirici/geliştirici çözüm önerileriniz nelerdir? Öğreticilerin edinmeleri gereken bilgi, beceri ve yetkinlikler nelerdir? |
| Betimleyici sorular (Kapalı uçlu sorular) | Üniversite türü (devlet/vakıf), çalışma türü (tam/yarı zamanlı), görev yapılan bölüm, akademik unvan, öğretilen derslerin içeriği (kuramsal/ uygulamalı/ karma/diğer) |

Araştırmanın odağı uzaktan eğitim deneyimleri olmasına rağmen karşılaştırma yaparak çözüm önerilerini derlemek için yüz yüze eğitimde uygulanan yöntem ve teknikler konusunda da veri toplanması tercih edilmiştir. Veri toplama süreci, 2020-2021 akademik dönemi sonunda gerçekleştirilmiştir. Araştırma turizm programlarında görevli öğretim elemanlarının katılımıyla gerçekleştirildiğinden, çeşitli kıdem ve akademik düzeydeki katılımcıların deneyimlerini inceleyebilmek için, amaçlı örnekleme türlerinden maksimum çeşitlilik örnekleme tercih edilmiştir (Yıldırım & Şimşek, 2011). Bu doğrultuda, Tablo 1’de yer alan soruları içeren Google formu 61

devlet ve 19 vakıf üniversitesindeki dört yıllık turizm programlarında görev yapan toplam 1296 kişiye elektronik posta ile iletilmiştir. İlk gönderimden sonra takip eden iki haftada haftalık hatırlatmalar yapılarak, Mayıs – Haziran 2021 döneminde toplam 114 kişiden formlar doldurulmuş olarak toplanmış ve analize alınmıştır. Tablo 2’de katılımcılarla ilgili özellikler yer almaktadır.

Tablo 2: Katılımcılara Ait Bilgiler

| Soru grupları | Kategoriler | Katılımcı sayısı |
|-------------------------------------|---|---------------------|
| Üniversite türü | Devlet | 99 |
| | Vakıf | 15 |
| Çalışma türü Görev yapılan bölüm | Tam zamanlı | 114 |
| | Turizm/seyahat/konaklama işletmeciliği | 53 |
| | Gastronomi ve mutfak sanatları | 27 |
| | Turizm rehberliği | 13 |
| | Rekreasyon yönetimi | 5 |
| | Turizm Fakültesi (bölüm belirtmeyen) | 8 |
| | Turizm ve konaklama bölümlerinde ders veren diğer bölümlerde görevli (işletme, sosyal bilimler, yabancı diller) | 8 |
| | Akademik unvan | Araştırma görevlisi |
| | Doktor araştırma görevlisi | 8 |
| | Öğretim görevlisi | 12 |
| | Doktor öğretim görevlisi | 7 |
| | Doktor öğretim üyesi | 37 |
| | Doçent | 22 |
| | Profesör | 20 |
| Verilen derslerin türü | Kuramsal | 65 |
| | Uygulamalı | 2 |
| | Karma | 44 |
| | Diğer | 3 |
| Tercih edilen eğitim yöntemi | Yüz yüze | 59 |
| | Karma | 50 |
| | Uzaktan eğitim | 5 |

Araştırma verilerini kapsamlı toplayabilmek adına maksimum katılımcı çeşitliliğini sağlamak için dört yıllık turizm öğretim programlarında görevli tüm öğretim elemanlarına soru formunun

Akademisyenlerin Pandemi Dönemi Uzaktan Eğitim Deneyimleri: Turizm Programları Örneği

gönderilmesi, Tablo 2’de görüldüğü üzere hedeflenen çeşitliliği sağlamıştır. Araştırma katılımcıları, akademik unvan, görev yapılan kurum, bölüm türü ve verilen dersler açısından çeşitlilik gösterdiğinden, araştırma verileri de farklı kesimlerin deneyim ve görüşlerini yansıtmıştır.

Veri toplama sürecinden sonra elde edilen veriler; nitel veri analizi yazılımı üzerinde Corbin ve Strauss (1990) tarafından tanımlanan kodlama adımları izlenerek çözümlenmiştir. Tablo 1’de görüldüğü üzere soru grupları; kullanılan yöntem ve teknikler, uzaktan eğitim deneyimi ve çözüm önerileri olarak oluşturulduğu için, seçici kodlama bu doğrultuda gerçekleştirilmiştir. Bir başka deyişle, toplanan tüm veriler, belirlenen soru grupları çerçevesinde derlenmiş, yazılıma aktarılmış ve her bir soru grubu kapsamındaki temalar bir arada kodlanarak analiz edilmiştir. Bu süreçte her soruya verilen yanıt önce açık kodlama işlemine tabi tutulmuştur. Daha sonra sorulardaki ifadeleri derleyen alt kategorileri yaratmak için eksenel kodlama işlemi gerçekleştirilmiştir.

Nitel araştırmalarda güvenilirliği ve geçerliliği sağlamak açısından farklı yaklaşımlar ele alınmaktadır. Bu araştırmada güvenilirliği ve geçerliliği sağlamak amacıyla Guba (1981) tarafından geliştirilen aktarılabilirlik-inandırıcılık ve doğrulanabilirlik-tutarlılık modeli dikkate alınmıştır. Nitel araştırmanın inandırıcılığı, araştırmaya katılan bireylerin deneyimlerinin ne ölçüde anlaşılır ve doğru bir şekilde aktarıldığı (Thomas & Magilvy, 2011), kendilerinden beklenenin ne olduğuna dair net bilgiler verme, araştırmanın amacını açıklama gibi hususlara dikkat edilmesi ile ilişkilidir. Bu araştırmada da inandırıcılığı arttırmak amacıyla katılımcılara araştırmanın amacı ve elde edilen verilerin ne şekilde kullanılacağı açıklanarak, sorulara verilecek net ve doğru yanıtların uzaktan eğitim sürecini yürütme sorumluluğu taşıyan öğretim elemanlarının sorunlarının, bakış açılarının ve çözüm önerilerinin anlaşılmasına katkı sunacağı belirtilmiştir.

Nitel araştırmada aktarılabilirlik elde edilen bulguların benzer özellikler taşıyan olay ve olgular olması ile ilişkilidir (Erlandson vd., 1993). Bu bağlamda yöneltilen soruların her biri tematik çerçevenin oluşturulmasında dikkate alınmıştır. Katılımcılardan elde edilen veriler katılımcı deneyimlerine göre çeşitlenmekle birlikte genel bir çerçeve çizildiğinde elde edilen verilerin birbirini desteklediği ve tutarlılık gösterdiği görülmüş, araştırmanın bu bağlamda tutarlılık içinde olduğu kabul edilmiştir (Lincoln & Guba, 1985). Araştırmanın tartışma ve sonuç bölümünde alanyazın karşılaştırmaları araştırmanın tutarlılık düzeyini de yansıtmaktadır. Nitel araştırmanın doğrulanabilirliği, araştırmacının tarafsız olması ile ilişkilidir (Erlandson vd., 1993). Tarafsızlık, araştırma sonucunda ulaşılan bulguların araştırmacının bakış açısından bağımsız olarak toplanmasını ve analiz edilmesini ifade etmektedir (Guba, 1981). Bu araştırmanın tarafsızlık ilkesi elde edilen verilerin her bir araştırmacı tarafından ayrı ayrı incelenmesi, açık kodlama sonrası ortaya çıkan kodlar üzerinden ortak bir görüşe varılarak kodlamalara son şeklinin verilmesi yoluyla sağlanmıştır. Açık kodlama işlemi bir yazar tarafından gerçekleştirildikten sonra diğer yazar tarafından kontrol edilmiştir. Eksenel kodlama, araştırmayı yürüten yazarlar tarafından birlikte yapılmış; kodlar ve kategoriler üzerinde tartışılarak bulgular kesinleştirilmiştir.

4. BULGULAR

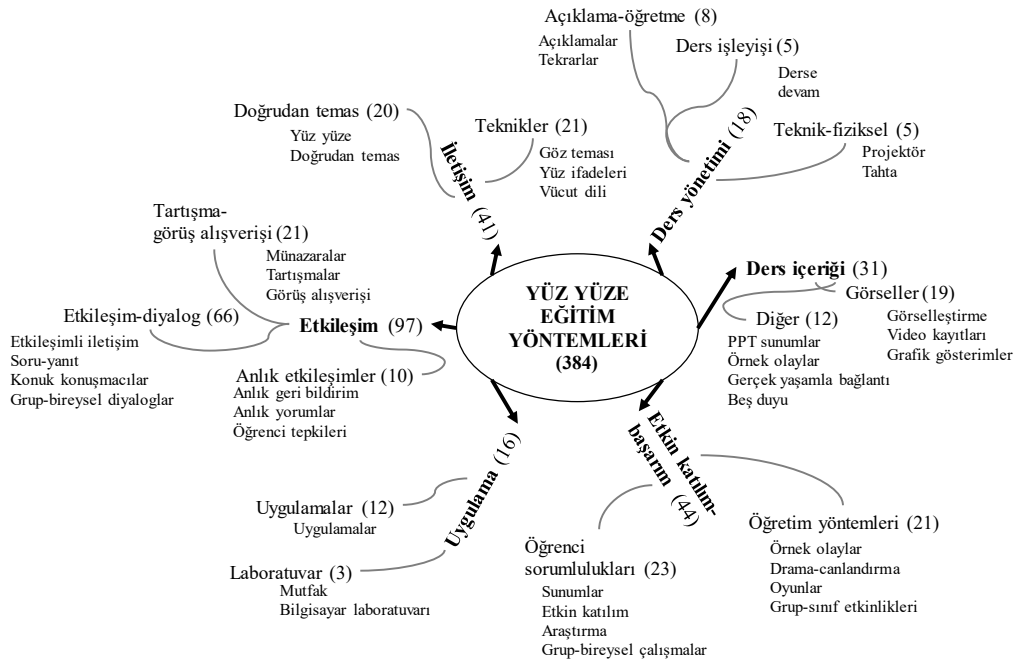
Tablo 1’de görüldüğü üzere sorular açık uçlu olduğundan, katılımcıların deneyimlerini detaylı olarak aktarabildikleri geniş bir veri kümesi ve uzaktan eğitimle ilgili kapsamlı bulgular elde

edilmiştir. Analiz sonucunda elde edilen kodlar ve kategorilerle ilgili elde edilen bulgular soru grupları çerçevesinde sırayla takip eden kısımlarda detaylı olarak açıklanmaktadır.

4.1. Yüz Yüze ve Uzaktan Eğitimde Kullanılan Araç ve Yöntemler

Araştırmaya katılan öğretim elemanları, akademik unvan ve konularından da anlaşıldığı üzere, yükseköğretim kurumlarında bir süredir görev yapan kişiler olduklarından yüz yüze ve uzaktan eğitimi deneyimlemiş bireylerdir. Bu nedenle, her iki öğretim yöntemini karşılaştırma olanakları olmuştur. Eğitim yöntem ve araçlarıyla ilgili bulgular, yüz yüze eğitim (Şekil 1) ve uzaktan eğitim (Şekil 2) sürecinde uygulananlar olmak üzere iki farklı gösterimle verilmektedir. Şekillerde görüldüğü üzere, her iki öğretim yöntemi kapsamında da öğreticiler çeşitlilik arz eden uygulama ve teknikler kullanmışlardır.

Şekil 1: Yüz Yüze Eğitim Süreçlerindeki Öğretim Teknikleri



Kaynak: Yazarlar tarafından araştırma bulgularına dayanarak üretilmiştir.

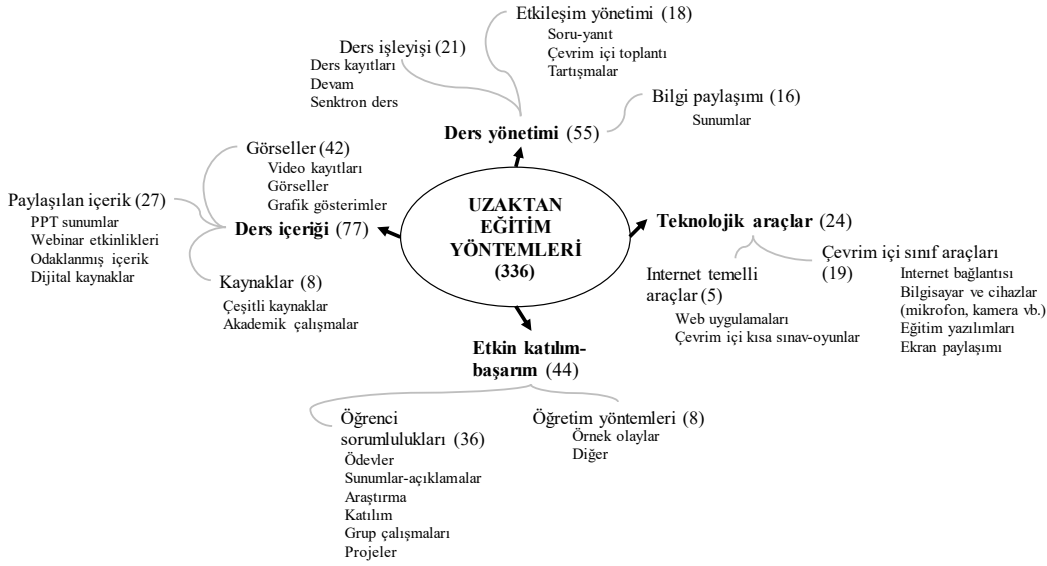
Not: Parantez içindeki rakamlar, ifade sıklığını göstermektedir.

Şekil 1’de görüldüğü üzere araştırma bulguları, yüz yüze eğitimle ilgili 384 tema elde edilmiş ve bu temalar sırasıyla etkileşim, etkin katılım ve başarımlar, iletişim, ders içeriği, ders yönetimi ve uygulama boyutları olarak gruplandırılmıştır. Boyutlar ve temalar; yüz yüze eğitimde kullanılan tekniklerin, bu öğretimin doğası olan yakın teması odağa alan etkileşim temelli olduğunu göstermektedir. Ayrıca uygulamalar ve etkileşimi destekleyen sınıf içi tartışmalar yüz yüze eğitimde öne çıkan temalardır. Etkileşim, anlık ve etkili geri bildirimler, doğrudan temas ve sözlü iletişim,

Akademisyenlerin Pandemi Dönemi Uzaktan Eğitim Deneyimleri: Turizm Programları Örneği

tartışma ve görüş alışverişi öğrencilerin aktif olarak öğrenme süreçleri ve çıktılarını sunmaları gibi tekniklerin yoğun kullanımı söz konusudur. Şekil 2’de görülen uzaktan eğitim yöntemleri, yüz yüze eğitime göre önemli farklılıklar göstermektedir.

Şekil 2: Uzaktan Eğitim Süreçlerindeki Öğretim Teknikleri



Kaynak: Yazarlar tarafından araştırma bulgularına dayanarak üretilmiştir.

Not: Parantez içindeki rakamlar, ifade sıklığını göstermektedir.

Şekil 2’de görülen uzaktan eğitimle ilgili elde edilen 336 tema ise sırasıyla ders içeriği, ders yönetimi, etkin katılım-başarım ve teknolojik araçlar boyutları olarak gruplandırılmıştır. Yüz yüze eğitimin etkileşim temelli yöntemlerine karşın, uzaktan eğitimde derslerin yapılandırılması ve işleyişi ile ilgili konular dikkat çekicidir. Uzaktan eğitim doğası gereği internet ve teknoloji temelli bir yaklaşım olduğundan, kullanılan yöntem ve araçların da bu olanaklar etrafında şekillendirilmesi beklenen bir durumdur. Bu doğrultuda uzaktan eğitimin farklılaşan özelliği, *teknolojik araçlar* olarak ortaya çıkmıştır. Çevrim içi ders yönetim ve katılım araçları da bu bağlamda katılımcılar tarafından dile getirilmiştir. Buna bağlı olarak ders içeriklerinin de başta video kayıtları ve filmler olmak üzere teknolojik araçlarla erişilebilen dijital ve görsel kaynaklarla zenginleştirildiği görülmektedir. Diğer yandan, öğretim elemanları derslerini kurumları tarafından sunulan çeşitli yazılım ve sistemlerle bütünleştirirken, kullanım kolaylığı, görüntülü ders aktarımı ve canlı ders kaydı için farklı platformları da tercih etmiştir.

Şekil 1 ve Şekil 2’deki bulgular, öğrencilerin derslere etkin katılımının her iki yaklaşım için de önemli bir sorun olduğuna işaret etmektedir. Bu konuda örnek teşkil eden bir ifade şu şekildedir:

Uzaktan ve yüz yüze eğitim arasında bir fark görmüyorum. Her iki sistemde de motive olan öğrenci dinliyor, motivasyonu düşük öğrenci dinlemiyor. Kullanılan teknolojik altyapı dersin

başarısında belirleyici. (Katılımcı #2, doçent, devlet üniversitesi)

Bu nedenle öğretim elemanlarının uzaktan eğitim sürecinde derse katılım sorununu gidermek için öğrencileri ödevlere, bilimsel araştırma ve grup çalışmalarına, projelere yönlendirdikleri ve etkin öğrenmeyi ek sorumluluklarla sağlamaya çalıştıkları anlaşılmaktadır. Öğretim elemanlarının uzaktan eğitim döneminde özellikle teknik konular ve ders içeriğiyle ilgili görüşlerinde, kontrol edemedikleri hususlardan fazlaca etkilendikleri görülmektedir. Bir katılımcı bu durumu aşağıdaki şekilde ifade etmiştir:

Uzaktan eğitimde dersin etkinliğini artıran en önemli unsurlardan biri zamandır. Zamanın kısıtlı olması o ders içeriğinin haricinde başka bir konuya geçmeyi engellemekte ve böylelikle online yapılan ders hedefine ulaşmaktadır. Seminer ve tartışma yöntemleri de uzaktan eğitimde ders etkinliğini artıran etkili yöntemlerdendir. (Katılımcı #50, araştırma görevlisi, devlet üniversitesi)

Öğrencilerin motivasyonu, kurumların teknik alt yapıları, zaman kısıtları gibi konular, öğreticilerin yönetim sürecini sınırlandırmaktadır. Ayrıca Şekil 2’de görüldüğü üzere, öğretim elemanlarının uzaktan eğitim döneminde özellikle webinar, konuk konuşmacı daveti gibi etkinliklerle etkileşimli ortamlar yaratma çabaları dikkat çekmektedir.

Webinar sayısı arttı. Fakültemiz özelinde, normalde daha zor ulaşılan uzmanlara daha kolay ulaşabildik. Farklı iş gruplarından insanlar derslere konuk oldular. Kaçınılmaz olarak, online toplantı platformları, kayıt ve yayınlama süreçlerini anladık. (Katılımcı #10, profesör, devlet üniversitesi)

4.2. Uzaktan Eğitim Deneyimi

Turizm programlarında görev yapan öğretim elemanları, farklı boyutlarda pek çok zorlukla başa çıkmak zorunda kalmışlardır. Şekil 3 yaşanan bu zorluklarla ilgili detaylı bulguları içermektedir.

Şekil 3: Uzaktan Eğitim Sürecinin Zorlukları



Kaynak: Yazarlar tarafından araştırma bulgularına dayanarak üretilmiştir.

Not: Parantez içindeki rakamlar, ifade sıklığını göstermektedir.

Analiz sonucunda uzaktan eğitimle ilgili ifadelerden toplam 430 tema elde edilmiştir ve Şekil 3'te görüldüğü üzere bu temalar; ders yönetimi, etkileşim, teknik, pedagojik, öğretmenlerle ilgili olanlar ve diğer zorluklar olmak üzere gruplanmıştır. Bir önceki soru grubunda ifade edilen hususlarla örtüşen zorlukların tekrar edildiği görülmüştür. Zorluklardan en yüksek sayıdaki ders sürecinin yönetimi ile ilgili ifadeler dikkate değerdir. Derse devam düşüklüğü ve devam olsa da etkileşim eksikliği, kesintisiz ders yürütme ve değerlendirmeyle ilgili sorunlar gibi hususlar dile getirilmiştir. Yine yüz yüze eğitimin en temel özelliklerinden olan etkileşim, uzaktan eğitimde en sık yaşanan ikinci zorluk grubu olarak ortaya çıkmıştır. Öğrencilerin pasifliği, etkileşim eksikliği yanında öğretim elemanının öğrencilerin dersin işlenmesinde yaşadığı sorunları çözmeye yönelik sürekli iletişim halinde olma zorunluluğu da bu gruptaki sorunlar arasındadır.

Altı çizilen diğer sorunlar; internet ve teknolojik altyapı sorunları, teknik destek eksikliği, öğrencilerin derse yoğunlaşma düzeylerinin kontrol edilememesi, öğrencilerin olumsuz tutumları ve uzaktan eğitimde sınırlı olanaklardır. Bununla birlikte daha bireysel düzeyde güven ve motivasyon kaybı gibi psikolojik sıkıntılar yanında mevcut sorumluluklara eklenen yükler, iş-ev yaşamı dengesini sağlamada zorlanma gibi konular da bulgular arasındadır. Aşağıda örnek olarak verilen katılımcı görüşleri, çoklu sorun ortamını yansıtmaktadır:

İlk başladığı dönemde kameranın sistemdeki teknik sorun nedeniyle açılmaması ve zaten öğrencilerin de kamera açmadığı bir derste, bu ortamda 45 dakika boyunca ders anlatmak zorunda olmak. Öğrencilerin samimiyetine inanmamak ve arada kalmak. (Katılımcı #19, doçent, devlet üniversitesi)

Hanım Kader ŞANLIOZ-ÖZGEN ve Ebru GÜNLÜ KÜÇÜKALTAN

Çoğu zaman ders anlatacak, soru sorup beni yoracak öğrenci bulamıyorum. Uzaktan eğitim sistemine hiç giriş yapmadan (sınavı vererek) ders geçiyor öğrenciler. Uygulama derslerimi mevcut koşullarda uygulamalı yapma imkânım yok. Bu durum benim için de kayıp. (Katılımcı #69, doçent, devlet üniversitesi)

Benim için en önemli sorun öğrenci katılımının sağlanamaması oldu. Sınıfta öğrencilerin kendi yaşadıkları deneyimleri anlatırıp konuları o gerçekler üzerinden anlatıyordum. Uzaktan olunca öğrencinin bağlı olduğunu görüyoruz ama dinleyip dinlemediğini bile bilmiyoruz. Katılım sağlamak isteyen öğrencinin teknik altyapısı yetersiz olabilir. İki cümle yazacak da o benim ekranıma düşecek diye 10 dakika beklemem gerekiyor. Böyle olunca da konu ve ilgi dağılıyor. Ayrıca dış etkenlerin ne olduğunu da bilmiyoruz. Kendi adıma evden çalışan bir kadın olarak bütün ev-çocuk sorumluluğunun yanında dersleri evde yapmak büyük zorluk yaşattı. Çocuğunuz yan odada ağlarken konsantre olup ders yapmak çok zor. Daha pek çok zorluk. Evdeki iş yükü evde olduğum için azalmıyor, artıyor. (Katılımcı #77, profesör, devlet üniversitesi)

Bu ifadelerde de örneklendiği gibi öğretim elemanları geniş yelpazede konuları içeren sorun yumağıyla aynı anda uğraşmak ve sürekli çözüm üretmek zorunda kalmışlar; üstelik bu çabalarına rağmen etkili öğrenme ya da artan öğrenci ilgisi gibi pozitif çıktılar elde edemediklerinden giderek azalan motivasyonla sürece devam etmek zorunda kalmışlardır. Bu çeşitlilik ve yoğunlukta olmasa da uzaktan eğitim süreci alt kısımda açıklandığı gibi bazı gelişme fırsatları da sunmuştur. Şekil 4 bu yöndeki bulguları detaylı bir şekilde göstermektedir.

Şekil 4: Uzaktan Eğitim Sürecinin Sunduğu Gelişme Fırsatları



Kaynak: Yazarlar tarafından araştırma bulgularına dayanarak üretilmiştir.

Not: Parantez içindeki rakamlar, ifade sıklığını göstermektedir.

Şekil 4'te gösterilen gelişme fırsatlarıyla ilgili toplam 307 tema belirlenmiş ve bu fırsatlar; teknoloji-bilişim, ders yönetimi, iletişim ve kişisel gelişim-psikolojik boyutlar olarak gruplandırılmıştır. Şekilde de görüldüğü üzere, bu fırsatların aslında uzaktan eğitimle ilgili yaşanan

Akademisyenlerin Pandemi Dönemi Uzaktan Eğitim Deneyimleri: Turizm Programları Örneği

zorluklarla bağlantılı olarak onlarla başa çıkabilmek ve çözüm üretebilmekle ilişkili olduğu da görülmektedir. Öğretim elemanlarının teknolojik araçlarla ilgili bilgi edinerek ve bunları kullanarak ders yönetimini zenginleştirme yönünde bilgi ve becerilerini geliştirdikleri tespit edilmiştir. Bir başka deyişle öğretmenler, yöntem ve araçları etkili kullanabilmek ve etkili sonuçlar elde etmek adına teknolojik ve pedagojik yönlü bilgi ve becerilerini geliştirmişlerdir. Yazılım ve donanım olarak bilişimle ilgili sistem ve araçların işlevine vakıf olma yanında etkili bilgi paylaşımı, zenginleştirilmiş kaynak kullanımı, ders kaynaklarını çeşitlendirme, yeni değerlendirme ve sunum teknikleri uygulama konularında yeni pratikler kazanmışlardır. Üstelik bu bilgi ve becerileri çok kısa sürede ve kısıtlı olanaklarda öğrenip hemen uygulamaya aktarmaları gerekmektedir. Vurgulanması gereken bir diğer nokta da pek çok işi bir arada yapma zorunluluğuna bağlı olarak etkin zaman yönetimi ve kişisel gelişime zaman ayırabilme gibi kişisel ve psikolojik bazı olumlu etkiler de bazı öğretim elemanları için mümkün olmuştur. Katılımcılar bu kazanımları çeşitli şekillerde ifade etmişlerdir:

Dijital dünyayı daha iyi tanımamı sağladı ve sanal iletişim konusunda kendimi geliştirdiğimi düşünüyorum. (Katılımcı #21, profesör, devlet üniversitesi)

Daha iyi zaman planlaması yapmak, öğrenmeye ve öğretmeye olan ilgimin farkında varmam ve kendime kaliteli zaman ayırmam. (Katılımcı #4, doktor araştırma görevlisi, devlet üniversitesi)

Eğitim materyalleri hazırlarken görsel ve işitsel öğelere daha fazla önem vermek ve kaliteli içerik hazırlamak. (Katılımcı #28, profesör, devlet üniversitesi)

Araştırma kapsamında katılımcılardan ayrıca geliştirdiklerini düşündükleri bilgi, beceri ve yetkinlikleri ifade etmeleri istenmiştir. Tablo 3 bu bulguları içermektedir.

Tablo 3: Uzaktan Eğitim Sürecinde Geliştirilen Beceri ve Yetkinlikler

| Yetkinlik Boyutu | Yetkinlik ve Beceriler |
|-------------------------|--|
| Teknolojik (95) | Teknoloji-bilişim bilgi ve becerisi (73) Yazılım ve çevrim içi uygulamaların kullanımı (22) |
| Pedagojik (78) | Etkili sunum-paylaşım (20) Öğrenci katılımı-etkileşimi (13) İçerik tasarımı (9) Yeni sistem ve yöntemler (8) Dijital kaynaklar (7) Çok boyutlu öğretim teknikleri (5) |
| Kişisel (39) | İletişim (8) Sabır (7) Yeniliğe açık olma (5) Yüreklendirme (4) İdealist olma (3) Sürekli gelişim (3) Azim (2) Öğretim isteği (2) |
| Akademik (14) | Uzmanlık-bilgi (9) Güncellik (2) |
| Bilişsel (9) | Zaman yönetimi ve programlama (4) Pratik düşünme (3) Sorun çözme (2) |

Kaynak: Yazarlar tarafından araştırma bulgularına dayanarak üretilmiştir.

Not: Parantez içindeki rakamlar, ifade sıklığını göstermektedir. Bir kez dile getirilen ifadeler tabloya eklenmemiştir.

Tablo 3'te görüldüğü gibi, başta a) *teknolojik* olmak üzere, b) öğrencilerin öğrenim deneyimlerini geliştirmeye yönelik *pedagojik*, c) öz nitelik ve yetkinliklerini daha üst düzeye çıkarmaya yönelik *kişisel*, ç) uzmanlıklarını artırdıkları *akademik* ve d) zaman-sorun yönetme odaklı *bilişsel* temelli beceri ve yetkinlikler geliştirmişlerdir. Bunlar içerisinde en yoğun olanlar uzaktan eğitimin doğasıyla doğrudan ilişkili olan teknolojik ve pedagojik yetkinliklerdir. Bu durum uzaktan eğitim sürecinin, yarattığı tüm zorluklara rağmen, öğretim elemanlarının başka bir deneyimle bu kadar yoğun şekilde elde edemeyecekleri beceri ve yetkinleri kazanmalarına vesile olduğunu göstermektedir.

4.3. Çözüm Önerileri

Araştırma kapsamında katılımcılardan kendi deneyimlerine dayanarak öneriler sunmaları da

Akademisyenlerin Pandemi Dönemi Uzaktan Eğitim Deneyimleri: Turizm Programları Örneği

talep edilmiştir. Bu yöndeki bulgular, turizm programlarında görev yapan öğretim elemanlarının öncelikle yüz yüze eğitimle ilgili tercihine işaret etmektedir. Tercih edilen eğitim türü sorusuna verilen yanıtlara bakıldığında; 59 katılımcı yüz yüze ve 50 katılımcı karma eğitim (yüz yüze ve uzaktan) yönünde fikir belirtmiştir. Katılımcıların sadece beşi uzaktan eğitim yönünde tercih belirtmiştir:

Uzaktan eğitimden tamamen yüz yüze eğitime dönülmesi gerekli. Öncelikle teknik altyapı ve kültürün oluşmasını sağlamak gerekir. (Katılımcı #6, doktor öğretim üyesi, devlet üniversitesi)

Yüz yüze eğitim yapmak. Bazı derslerin bazı konuları uzaktan eğitimle yürütülebilir ancak özellikle dil eğitiminde online eğitim çok verimsiz. (Katılımcı #15, doktor öğretim görevlisi, devlet üniversitesi)

Salgından sonra da uzaktan eğitim yaygınlaştırılmalı, ancak yüzde 100 olmamalıdır. Çünkü öğrencilerin üniversitelerin sunduğu diğer hizmetlerden uzaktan eğitimle yararlanması mümkün olmamaktadır. Uzaktan eğitim oranı yüzde 50'yi geçmemelidir. Uygulamalı dersler ağırlıklı olarak ya da tamamen yüz yüze yapılmalıdır. (Katılımcı #22, doktor öğretim üyesi, devlet üniversitesi)

Bununla beraber diğer önerilerle ilgili de detaylı bulgular elde edilmiştir. Tablo 4'te özetlenen bu öneriler; a) *eğitsel*, b) *fiziksel-altyapı*, c) *teknolojik*, ç) *makro* ve d) *kurumsal* olmak üzere beş boyutta gruplandırılmıştır.

Tablo 4: Öğretim Elemanlarının Uzaktan Eğitimle İlgili Önerileri

| İlgili konular | Öneriler |
|-------------------------------|--|
| Eğitsel süreç | Derse devamı takip etmeye yönelik sistem ve araçların geliştirilmesi (20) Öğrencilerin derse kamera ve mikrofon ile katılmalarını düzenleyen kurallar (15) Etkileşimli sistem ve araçların geliştirilmesi (12) Yüz yüze sistem ve/veya sınavlar (6) Öğreticiler için uzaktan eğitimle ilgili düzenli eğitim ve seminerler (5) Karma eğitim (5) Uzaktan eğitime özgü değerlendirme yöntemleri (5) Bazı derslerin uzaktan eğitimle verilmesi (4) Uzaktan eğitimin senkron derslerle verilmesi (4) Uygulamalı eğitimlerin yüz yüze verilmesi ve uzaktan eğitime özgü yöntemler (4) Öğrencilerin uzaktan eğitimle ilgili farkındalıklarının geliştirilmesi (3) |
| Fiziksel olanaklar / alt yapı | Teknolojik altyapı ve internet erişimi olanakları (27) Öğrencilere tablet, bilgisayar vb. cihaz alımı için destek verilmesi (9) Öğrencilere internet erişim desteği verilmesi (8) Öğrenciler ve öğreticiler için internet erişimi, bilgisayar ve diğer cihazların kullanımlarının mümkün olması (4) |

Hanım Kader ŞANLIOZ-ÖZGEN ve Ebru GÜNLÜ KÜÇÜKALTAN

| | |
|--------------------------------|---|
| Teknoloji ve sistem geliştirme | İşlevsel, pratik, etkileşimli ve güvenilir eğitim sistem ve ara yüzlerinin tasarımı ve olanağı (10) Sınav yapmak için kullanılacak sistem ve araçların geliştirilmesi (6) Uzaktan eğitim stüdyolarının hazırlanması, yüksek esnek (high flex) sınıflar oluşturulması (2) Uzaktan eğitim tasarımında ileri teknolojilerin kullanılması (akıllı sınıflar, giyilebilir teknolojiler, gerçeklik teknolojileri vb.) (2) |
| Makro boyut | Tüm gerekli desteklerle adil bir uzaktan eğitim erişimi için fırsat eşitliğinin sağlanması (11) Ülkede güçlü, hızlı ve ücretsiz internet erişimi (4) Yükseköğretim politikalarının geliştirilmesi (öğretici başına sınırlı sayıda öğrenci, kurumlar arası bilgi paylaşımı, öğreticilerin yetkinlikleri, yükseköğretim kapasite ve kontenjanları, turizm programlarına uzaktan eğitimle ilgili ek bütçe vb. konularda) (4) |
| Kurumsal | Tüm paydaşlara uzaktan eğitim teknolojilerinin sağlanması (7) Öğretici ve öğrenciler için teknik destek (4) Öğreticiler için ek teşvikler (iş yükü dengelenmesi, uzaktan eğitim ve senkron dersler için ek ücretlendirme vb.) |

Kaynak: Yazarlar tarafından araştırma bulgularına dayanarak üretilmiştir.

Not: Parantez içindeki rakamlar, ifade sıklığını göstermektedir. Bir kez dile getirilen ifadeler tabloya eklenmemiştir.

Tablo 4’te görüldüğü üzere, başa çıkılması gereken pek çok zorluğa paralel olarak katılımcıların önerilerinin özellikle teknolojik ve teknik konularla ilgili olduğu görülmektedir. Bu öneriler, öğretim elemanlarının doğrudan kontrolünde olan konularla ilgili değildir. Ancak uzaktan eğitimin en önemli gerekliliklerinden biri olan teknik ve teknolojik altyapıyı oluşturan konuların önemle ele alınması gerektiğine işaret etmektedir. Bu nedenle, internet erişimi, teknik destek, eğitim gibi fiziksel olanakların ve eğitim sistemlerinin geliştirilmesi dikkate alınması gereken en önemli konular olarak öne çıkmaktadır. Bununla beraber, tüm paydaşlar için adil ve erişilebilir bir uzaktan eğitim ortamının sağlanması da önceliklendirilmiştir. Bu noktalara işaret eden bazı katılımcı görüşleri aşağıda verilmektedir:

Öğrencilerin çeşitli nedenlerle derslere katılım göstermemesi. Uzaktan eğitim için gerekli materyal ve koşullara sahip olmayan öğrenciler var. Bunun yanı sıra etkileşimli bir sınıf ortamının yokluğu motivasyon düşürücü bir etken. Kampüs görmeden üniversite okumak öğrenciler için anlamsız. (Katılımcı #70, öğretim görevlisi, devlet üniversitesi)

Teknolojik altyapının sağlanması, eğitim giderlerinin azalması, tüm öğrencilerin eğitimden eşit şekilde yararlandırılması, geleneksel eğitim uygulamalarındaki aksaklıkları ortadan kaldıracak yeni alternatiflerin yaratılması, hocaların desteklenmesi ve motivasyonlarının güçlendirilmesi, iyi bir anlatım ve ders girdisinin niteliğini artırmak, video, tablo, şekil ve iyi bir anlatımla hazırlanmış dersler vb. (Katılımcı #88, profesör, devlet üniversitesi)

Söz konusu öneriler, uzaktan eğitimin sunduğu fırsatları çağrıştırmakla birlikte, bu fırsatların etkili ve verimli bir şekilde değerlendirilmesi için hem gereklilikleri hem de kısıt ve sorunları ortaya koymaktadır. Bu durum, uzaktan eğitimin sadece teknoloji ya da eğitime indirgenemeyecek çok boyutlu yapısının tüm bileşen ve paydaşları içeren bütüncül bir yaklaşımla planlanması gereğinin altını çizmektedir.

5. SONUÇ VE TARTIŞMA

Bu araştırmanın amacı; yükseköğretim açısından bir dönüm noktası olan uzaktan eğitim sürecinde, özellikle uygulamanın önemli olduğu turizm lisans programlarındaki öğretim elemanlarının deneyimlerini incelemek ve devinim halindeki eğitim-öğretim uygulamalarına çözüm önerileri sunmaktır. Kurumların eğitim-öğretim amaç ve hedeflerini gerçekleştirirken belirlenen performans ölçütlerine ulaşmak; bunu yaparken kendi öz yeterliliklerini, araştırma yetkinliklerini ve mesleğin getirdiği yayınlarla sağlanan tatmini inşa edebilmek oldukça zordur.

Bu bağlamda araştırmanın ortaya çıkardığı temel bulgu, pandemi döneminde bu zorlukların devam ettiği, yoğunlaştığı ve edinilen tatminin azaldığı yönündedir ve geçmiş çalışmaları doğrulamaktadır (Keskin & Şentürk, 2021; Kurnaz & Serçemeli, 2020; Kurttekin, 2022; Sekreter vd., 2021). Öte yandan bu sorunsal; eğitimin teori ile kısıtlı kalmadığı ve uygulamanın hayati önem taşıdığı bazı programlarda görevli olan öğreticilerin işlerini daha da zor hale getirmiştir. Çünkü bu araştırmada da önceki çalışmalarda öğrenciler tarafından ifade edilen pandemi dönemi turizm programlarında uygulamalı derslerin gerçekleştirilememesi sorunu (Işkın vd., 2022; Konak, 2021; Korkmaz vd., 2022) öğreticiler tarafından da dile getirilmiştir. Nitekim Şekil 1 ve Şekil 2’de görüldüğü üzere turizm programındaki öğreticilerin yüz yüze ve uzaktan eğitim sürecinde öğretim yöntemlerini her zaman çeşitlendirmesi gerekmektedir. Bu nedenle, önceki çalışmalarda da raporlandığı gibi öğreticilerin krizi çözebilmek adına daha yaratıcı yöntem ve teknikler geliştirme konusunda sorumluluğu artmıştır (Alangoya, 2022; Buyurgan & Demirel, 2022; Kaya & Mahmutoglu, 2022). Şekil 2 ve Şekil 3’te verilen detaylı bulgular bu duruma işaret etmektedir. Öğretim yöntemi çeşitliliğine rağmen değerlendirmeler konusunda sınırlı kalınması katılımcıların deneyimlerinden anlaşılan bir başka önemli bulgudur. Cabı ve Ersoy (2022) tarafından da raporlandığı gibi, katılımcılar her ne kadar bu platformlarla bütünsel çevrim içi sınav araçlarını kullansalar da en güvenilir değerlendirme yöntemlerinin sözlü sınav ve proje ödevleri olduğunu aktarmışlardır.

Araştırmanın bir diğer önemli bulgusu ise, diğer yükseköğretim programlarından farklı olarak turizm programlarına özgü koşullar ve bu koşulların yol açtığı sorunlardır. Turizm programlarında görev yapan katılımcılara göre, yüz yüze eğitimde kullanılan teknikler, bu öğretimin doğası gereği yakın teması odağa alan etkileşim odaklıdır; ancak uzaktan eğitimde odak daha çok ders içeriği, ders yönetim ve işleyişi ile ilgili konulara yönelmiştir. Etkileşim eksikliğinin altını çizen bu husus ciddi bir sorundur. Özellikle ders yönetimi, öğrenci ile etkileşim ve kullanılan teknikler sorun olarak listelenirken; derse katılımın düşüklüğü, etik sorunlar; katılım olsa da etkileşim olmaması, internet ve teknolojik yeterlilik sorunlar önemli veriler olarak belirtilmiştir. Bu husus uzaktan eğitimde tüm araştırmalarda ortaya çıkan bulgularla benzer özelliktedir (Babaoğlu & Kulaç, 2021; Işkın vd., 2022; Kılıç, 2021; Levent & Şallı, 2022). Turizmde bu tür sorunlar hizmet odaklı tartışmaların gerçekleştirilememesi, derse katılmayan öğrencinin uygulamanın ötesinde derste kullanılan teknolojik araçlarla bile beslenememesi anlamına gelmektedir. Araştırmada da görüldüğü üzere, her ne kadar turizm akademisyenleri, Erkut’un (2020) önerdiği şekilde teknolojik araçlar dijital ve görsel kaynaklarla zenginleştirilmiş içerikler oluşturma yanında çevrim içi konuklar davet etme yolunda çaba gösterebilirler de bu süreçte pek çok zorlukla da karşılaşmışlardır.

Ancak söz konusu zorluklar öğreticileri yaratıcı çözümler konusunda motive ettiğinden uzaktan eğitim sırasında turizm programındaki öğretim elemanları de yine benzer çözümler ile görev ve sorumluluklarını yerine getirmişlerdir. Uzaktan eğitim doğası gereği internet ve teknoloji temelli bir yaklaşım olduğundan, kullanılan yöntem ve araçların da bu olanaklar etrafında şekillendirilmesi beklenen bir durumdur. Bu doğrultuda uzaktan eğitimin farklılaşan özelliği, *teknolojik araçlar* olarak ortaya çıktığından uzaktan eğitim süreci, öğretim elemanlarına teknoloji ve bilişimle ilgili yeni bilgi ve beceriler, ders kaynaklarını çeşitlendirme, zenginleştirme, yeni değerlendirme ve sunum teknikleri uygulama gibi pratikler kazandırmıştır. Yapılan diğer araştırmalar, bu yöndeki bulguları destekler niteliktedir (Keskin & Şentürk, 2021; Türkkın vd., 2022). Bununla beraber her ne kadar pandemi dönemi uzaktan eğitim süreciyle artan teknoloji temelli bilgi ve becerilerle öğretim yetkinliği geliştirilmiş olsa da akademisyenlerin, öğrencilerin teknolojik öğretim yöntemlerinden memnuniyetlerinin değişken olduğunu akılda tutarak çoklu ortam ve etkileşimi destekleyen yöntem ve içerikleri kullanmaları gerekmektedir (Doğantan, 2021).

Uzun yıllar yüz yüze eğitim deneyimi sonrası pandemi dönemi yaklaşık iki akademik yıl olarak uygulanan uzaktan eğitim deneyimi, her iki yöntemin karşılaştırılmasına olanak sağlamıştır. Bu araştırmanın gösterdiği önemli bir sonuç da akademisyenlerin pandemi dönemindeki deneyimlerine dayalı olarak hangi yöntemi tercih ettikleri yönündeki bilgidir. Katılımcılar alanyazında olduğu gibi büyük oranda yüz yüze eğitimle ilgili tercihe işaret etmektedir. Tercih edilen eğitim türü sorusuna verilen yanıtlar; 59 katılımcı tarafından tamamen yüz yüze ve 50 katılımcı tarafından karma eğitim (yüz yüze ve uzaktan) yönündedir. Bu durum, önceki bulguları teyit etmektedir (Kurnaz & Serçemeli, 2020) ve sürdürülebilir turizm gelişiminde sektöre hazırlık için esas olan turizm eğitiminde uygulamalı öğretimin gerekliliğinin altını çizmektedir (Okumuş & Yağcı, 2006; Ring vd., 2009). Araştırma katılımcıları yüz yüze eğitimin gerekliliğine ek olarak karma modellerde uygulamaların yüz yüze yapılması yönünde önerilerini belirtmişlerdir. Turizm programlarında akademisyenler tarafından belirtilen yüz yüze ve karma eğitim yönlü tercihler, diğer alanlardaki benzer bulguları da teyit etmektedir (Akıncı & Bolat, 2022; Ballı & Herdem, 2022; Korkmaz vd., 2022; Kurnaz & Serçemeli, 2020; Tüzün & Yörük-Toraman, 2021). Çevrim içi öğretim ile desteklenen karma eğitim; gelişen dünya, teknoloji ve yeni iş ortamları için turizm sektörü özelinde de kabul görür niteliktedir. Yine önceki çalışmaların da gösterdiği gibi, karma eğitimin uygulanması durumunda teknolojik altyapının ve internet erişiminin iyileştirilmesi, erişim eşitsizliğinin giderilmesi gibi altyapı ve fiziksel olanaklar da dikkatli planlama gerektirmektedir (Tüzün & Yörük-Toraman, 2021). Tüm bu gelişim ve destek sağlandığı takdirde teknoloji ve sistemin iyileştirilmesinin mümkün olacağına inanan katılımcılar, önceki çalışmalarda da raporlanan (Can, 2020; Tüzün & Yörük-Toraman, 2021) ileri teknolojilerin turizm programlarında da faydalı olacağına işaret etmiştir.

Bu araştırmanın alanyazına katkısı, uzaktan eğitim sürecinde karşılaşılan olumlu ve olumsuz etkilerin uygulama temelli programlara yansılarını sorgulayarak diğer programlarla oluşabilecek olası farklılıkları öğretim elemanları deneyimleri üzerinden resmetmesidir. Yapılan araştırmalarda öğrenciler perspektifinden uygulamalı alanlarda karşılaşılan sorunlar temelde benzerlik gösterse de öğretim elemanlarının öğretici olmaktan kaynaklı sorumluluk hisleri durumu biraz daha karmaşık

Akademisyenlerin Pandemi Dönemi Uzaktan Eğitim Deneyimleri: Turizm Programları Örneği

hale getirmektedir. Bu kapsamda yapılabilecek olası araştırmalar; karma yönteme geçişin hızlandığı COVID-19 sonrası dönemde gelinen noktada turizm de dahil olmak üzere uygulamalı alanlarda eğitim sonuçlarıyla ilgili projeksiyonların ne kadar gerçekleştiği, beklenen faydanın bu yeni karma yöntem tarafından sağlanıp sağlanmadığı konularında yoğunlaşabilir. Ayrıca öğretim elemanlarının olduğu kadar sektörün de çalışan adayı olan mezunlara ilişkin algıları ve bu bağlamda sektörden elde edilen geribildirimlerle öğrencilerin yöntem ve teknikleri zenginleştirmelerine olanak sağlayacak içerikte bulguların alanyazına kazandırılması önemlidir. Öğrenci ve öğrencileri bir araya getiren, yükseköğretim kurumların yaşadıkları zorluklar, elde ettikleri başarılı sonuçlar ve dönüşen dünyada karma eğitim de dahil olmak üzere uygulanabilecek yeni öğretim modellerine yönelik geleceğe dönük plan, politika ve programların odak alındığı, çözümlerin tartışıldığı çalışmaların sağlayacağı katkı da tartışılmazdır. COVID-19 pandemi sürecini takiben ülkede yaşanan trajik deprem felaketinin de uzaktan eğitimi pekiştirdiği düşünüldüğünde ardarda geçen dört yıllık uzaktan eğitim deneyimi kayda değerdir. Öte yandan dünyada da yaşanan yapay zekâ ve benzer özellikteki teknolojik ilerlemeler eğitim ve öğretim sistemine farklı şekillerde etki etmektedir. Bu teknolojik gelişmeler ile uzaktan eğitimin harmanlandığı, yapay zekânın uzaktan eğitime etkilerinin sorgulandığı, öğrenci temelli deneyimlerin irdelendiği yeni araştırmaların alanyazına katkısı olacaktır.

KAYNAKÇA

- Ağırtaş, A. & Çavuş, H. (2022). Üniversitelerde görev yapan öğretim elemanlarının acil uzaktan eğitim dönemindeki dijitalleşme durumlarının incelenmesi. *Çağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 19(1), 36-52.
- Ak, M., Şahin, L., Çiçekler, A. N. & Ertürk, M. A. (2020). Kovid-19 küresel salgın sürecinde İstanbul Üniversitesi uzaktan eğitim uygulamalarına genel bir bakış. *İstanbul University Journal of Sociology*, 40(2), 889-930.
- Akgün, D. Y., Toker, A. & Yesirlili, U. (2022). Covid-19 salgının turist rehberi adaylarının kariyer planlarına etkisi. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 14(2), 1408-1427.
- Akıncı, M. Ş. & Bolat, M. (2022). Müzik eğitimi alan lisans öğrencilerinin uzaktan eğitim süreçlerine ilişkin görüşleri. *Ahi Evran Üniversitesi Kırşehir Eğitim Fakültesi Dergisi*, 23(1), 1349-1401.
- Alaeddinoğlu, F. & Serkan, R. O. L. (2020). Covid-19 pandemisi ve turizm üzerindeki etkileri. *Yüzüncü Yıl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (Salgın Hastalıklar Özel Sayısı), 233-258.
- Alangoya, K. A. (2022). Çevrim içi öğretim sürecinin mimari tasarım eğitimine katkısı. *Kent Akademisi*, 15(2), 742-780.
- Aydın, B. & Doğan, M. (2020). Yeni koronavirüs (COVID-19) pandemisinin turistik tüketici davranışları ve Türkiye turizmi üzerindeki etkilerinin değerlendirilmesi. *Pazarlama Teorisi ve Uygulamaları Dergisi*, 6(1), 93-115.
- Babaoğlu, C. & Kulaç, O. (2021). Salgın döneminde dijitalleşme politikaları ve yükseköğretim sistemine yansımalar. *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 22(2), 417-425.
- Ballı, F. E. & Herdem, F. (2022). Meslek yüksekokulu öğrencilerinin Covid-19 pandemisi sürecinde

- eğitim-öğretim yaşantıları: ISUBU örneği. *Yükseköğretim ve Bilim Dergisi*, 12(2), 294-304.
- Bozkurt, A. (2017). Türkiye’de uzaktan eğitimin dünü, bugünü ve yarını. *Açıköğretim Uygulamaları ve Araştırmaları Dergisi*, 3(2), 85-124.
- Buyurgan, S. & Demirel, İ. N. (2022). Uzaktan eğitim öğretim sürecinde uygulamalı sanat derslerine yönelik akademisyen görüşleri. *Gazi Üniversitesi Gazi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 42(1), 585-620.
- Bülbül, S., Ayanoğlu, Y. & Yanık, S. S. (2022). COVID-19 pandemisi sürecinde uzaktan eğitim ve muhasebe eğitimine ilişkin öğrenci algılarının değerlendirilmesine yönelik bir araştırma. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi*, 25(Özel Sayı), 444-458.
- Cabı E. & Ersoy, H. (2022) Covid-19 küresel salgını sürecinde uzaktan öğretimde kullanılan teknolojiler ve öğretim elemanlarının görüşlerinin incelenmesi: Başkent Üniversitesi örneği. *Yükseköğretim ve Bilim Dergisi*, 12(1), 168-179.
- Can, E. (2020). Coronavirüs (Covid-19) pandemisi ve pedagojik yansımaları: Türkiye’de açık ve uzaktan eğitim uygulamaları. *Açıköğretim Uygulamaları ve Araştırmaları Dergisi*, 6(2), 11-53.
- Can, E. (2022). Covid 19 pandemisi sürecinde yükseköğretimde öğretmenlik uygulamasına ilişkin öğrenci deneyimleri. *Yükseköğretim ve Bilim Dergisi*, 12(2), 459-471.
- Collins, G. R. & Van Hoof, H. B. (2001). Issues in web-based distance education. *Journal of Hospitality and Tourism Education*, 13(5), 3-7.
- Corbin, J. & Strauss, A. (1990). Grounded theory research: Procedures, canons, and evaluative criteria. *Zeitschrift für Soziologie*, 19(6), 418-427.
- Çalikoğlu, A. & Gümüş, S. (2020). Yükseköğretimin geleceği: Covid-19'un öğretim, araştırma ve uluslararasılaşma konularındaki etkileri. *Yükseköğretim Dergisi*, 10(3), 249-259.
- Çengel, M., Yıldız, E. P. & Alkan, A. (2022). Covid-19 salgını ile acil ve zorunlu uzaktan öğretime geçişe yönelik akademisyen tutum ölçeği: Bir Ölçek geliştirme çalışması. *Yükseköğretim ve Bilim Dergisi*, 12(2), 305-312.
- Çetinkaya, Ö., Özer, Y. & Altunel, G. K. (2020). Covid-19 sürecinde turistik seyahat risk algısı ve hijyen-güvenlik algısının değerlendirilmesi. *Tourism and Recreation*, 2(2), 78-83.
- Çobanlar, G. A. & Kaptan, B. H. B. (2022). Uzaktan eğitim sürecinde İç Mekân ve Mobilya Tarihi II ve Perspektif dersi kapsamında öğrenme çıktıları ve öğrenci motivasyon değerlendirmesi: ESTÜ İç Mimarlık örneği. *Sanat ve Tasarım Dergisi*, 12(1), 137-152.
- Demirdağ, S. & Altun, S. A. (2022). Eğitim fakültesinde görevli akademisyenlerin COVID-19 pandemi sürecine ilişkin görüşleri: Türkiye örneği. *Yükseköğretim ve Bilim Dergisi*, 12(1), 201-212.
- Doğancılı, O. S. (2020). Covid-19 salgını sonrası turizm destekleri. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(3), 2808-2820.
- Doğantan, E. (2021). Turizm programlarında sunulan e-öğrenme araçlarının önem-performans analiziyle değerlendirilmesi. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 5(1), 767-782.
- Dünya, B. A., Aybek, E. C. & Şahin, M. D. (2021). Yükseköğretimde uzaktan ölçme ve değerlendirme deneyimleri: Üç devlet üniversitesinden bir örnek. *Ahi Evran Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 7(1), 232-244.
- Efe, E., Savaş, S., Yüksel, E. & Türker, C. (2022). Üniversite öğrencilerinin uzaktan eğitim sistemine

Akademisyenlerin Pandemi Dönemi Uzaktan Eğitim Deneyimleri: Turizm Programları Örneği

- yönelik memnuniyetlerinin kullanılabilirlik, kalite ve değer algılarına göre incelenmesi. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 10(1), 114-149.
- Eker, N., Durdu, K. M. & Bozkurt, A. (2022). Covid-19 ve turizm ilişkisini ele alan ve TR Dizin’de yayınlanan makalelerin incelenmesi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 10(1), 335-357.
- Erkut, E. (2020). Covid-19 sonrası yükseköğretim. *Yükseköğretim Dergisi*, 10(2), 125-133.
- Erlanson, D. A., Harris, E. L., Skipper, B. L. & Allen, S. T. (1993). *Doing naturalistic inquiry: A guide to methods*. Sage Yayınları.
- Erol, S. I. (2020). Covid-19'un turizm sektöründe istihdama etkisi: İtalya, İspanya ve Türkiye örnekleri. *İşletme ve İktisat Çalışmaları Dergisi*, 8(2), 38-49.
- Ertuğrul, B. & Tekinyıldız, E. (2022). Pandemi sürecinde üniversite öğrencilerinin uzaktan eğitime yönelik görüşleri ile COVID-19 fobisi arasındaki ilişkinin belirlenmesi: Kesitsel bir çalışma. *Türkiye Klinikleri Journal of Nursing Sciences*, 14(1), 61-72.
- Guba, E. G. (1981). Criteria for assessing the trustworthiness of naturalistic inquiries. *Educational Communication and Technology: A Journal of Theory, Research, and Development*, 29(2), 75-91.
- Hotar, N., Özcan, M. A., Baran, B., Yacı, Ş. N. & Karagöz, E. (2021). Acil uzaktan eğitimden ne öğrendik? Öğrenci ve öğretim elemanı görüşlerinin karşılaştırılması. *Batı Anadolu Eğitim Bilimleri Dergisi*, 12(2), 673-690.
- Işık, N. (2021). COVID-19 pandemi döneminde uzaktan (çevrimiçi) eğitim sürecinin öğrenciler üzerindeki etkilerinin değerlendirilmesi: Dicle Üniversitesi Mimarlık Fakültesi örneği. *Türk Coğrafya Dergisi*, 79, 25-40.
- Işkın, M., Şengel, Ü., Genç, K. & Uzut, İ. (2022). Impacts of the pandemic on tourism education from a distance education perspective. *MANAS Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 11(1), 98-112.
- Karadağ, E., Çiftçi, Ş. K., Gök, R., Su, A., Ergin-Kocatürk, H. & Çiftçi, Ş. S. (2021). Covid-19 pandemisi sürecince üniversitelerin uzaktan eğitim kapasiteleri. *Üniversite Araştırmaları Dergisi*, 4(1), 8-22.
- Karadeniz, E., İskenderoğlu, Ö. & Helvacı, İ. (2022). Covid-19 salgınının konaklama ve yiyecek-İçecek işletmelerinin finansal performansına etkisinin ölçek temelinde analizi. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 19(2), 162-177.
- Kaya, A. & Mahmutoğlu, C. (2022). KKTC'de Covid-19 salgını bağlamında akademisyenlerin uzaktan eğitime ilişkin metaforik algıları. *Yükseköğretim ve Bilim Dergisi*, 12(2), 413-423.
- Keskin, A. Y. & Şentürk, S. (2021). Distance education experiences of nurse academician during COVID-19 pandemic in Turkey: A phenomenological approach. *Yükseköğretim ve Bilim Dergisi*, 11(2), 303-312.
- Kılıç, M. (2021). Pandemi döneminde dijital eğitim teknolojisinin dönüştürücü etkisi bağlamında eğitim hakkı ve eğitim politikaları. *Yükseköğretim Dergisi*, 11(1), 25-37.
- Kılınç, E. & Varol, F. (2021). A research on post-Covid-19 career perception and business life expectations of generation Z: The case of the tourism and business faculties. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 9(1), 573-594.

- Kıvılcım, B. (2020). COVID-19 (yeni koronavirüs) salgınının turizm sektörüne muhtemel etkileri. *Uluslararası Batı Karadeniz Sosyal ve Beşeri Bilimler Dergisi*, 4(1), 17-27.
- Konak, S. (2021). Turizm eğitimi alan lisans öğrencilerinin covid-19 salgını ortasında çevrim içi öğrenmeye bakış açıları: ESOGÜ Turizm Fakültesi örneği. *Journal of Gastronomy, Hospitality and Travel (Online)*, 4(2), 134-139.
- Korkmaz, E. K., Şahin, G. G. & Işıkkhan, S. Y. (2022). COVID-19 sürecinde yükseköğretimde turizm eğitimi: Ankara'da bir araştırma. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 6(3), 859-878.
- Köksalanlar, A. A. & Çözeli, F. E. (2021). İznik Meslek Yüksekokulu Turist Rehberliği Bölümü öğrencilerinin COVID-19 nedeni ile uzaktan yapılan eğitime bakış açıları. *Akademik Araştırmalar ve Çalışmalar Dergisi (AKAD)*, 13(25), 539-550.
- Köksalanlar, A. A. & Çözeli, F. E. (2022). İznik Meslek Yüksekokulu'nda öğrenim gören turist rehberliği öğrencilerinin Covid 19 sonrasında mesleğe ve turizme bakış açıları. *Gaziantep University Journal of Social Sciences*, 21(1), 431-444.
- Kurnaz, E. & Serçemeli, M. (2020). Covid-19 pandemi döneminde akademisyenlerin uzaktan eğitim ve uzaktan muhasebe eğitimine yönelik bakış açıları üzerine bir araştırma. *Uluslararası Sosyal Bilimler Akademi Dergisi*, 3, 262-288.
- Kurttekin, F. (2022). COVID-19 pandemi sürecinde uzaktan eğitim: İlahiyat/İslami İlimler Fakülteleri öğretim elemanlarının görüşleri. *Tasavvur Tekirdağ İlahiyat Dergisi*, 8(1), 31-60.
- Levent, A. F. & Şallı, D. (2022). Pandemi sürecinde uzaktan eğitimde yaşanan etik sorunlar ve çözüm önerilerine ilişkin öğretmen ve öğrenci görüşleri. *İş Ahlakı Dergisi*, 15(1), 109-149.
- Lincoln, Y. S. & Guba, E. G. (1985). *Naturalistic inquiry*. Sage Yayınları.
- Okumuş, F. & Yağcı, O. (2006). Tourism higher education in Turkey. *Journal of Teaching in Travel and Tourism*, 5(1-2), 89-116
- Ring, A., Dickinger, A. & Wöber, K. (2009). Designing the ideal undergraduate program in tourism: Expectations from industry and educators. *Journal of Travel Research*, 48(1), 106-121.
- Sezgin, S. (2021). Acil uzaktan eğitim sürecinin analizi: Öne çıkan kavramlar, sorunlar ve çıkarılan dersler. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 21(1), 273-296.
- Sekreter, S. M., Çetin, E. İ. & Samut, P. K. (2021). Covid 19 pandemisi ile başlayan acil uzaktan eğitim sürecinin öğretim elemanları perspektifinden değerlendirilmesi. *Yükseköğretim ve Bilim Dergisi*, 11(3), 444-455.
- Sigala, M. (2002). The evolution of internet pedagogy: Benefits for tourism and hospitality education. *Journal of Hospitality, Leisure, Sport, and Tourism Education*, 1(2), 29-45.
- Simonson, M. & Seepersaud, D. J. (2019). *Distance education: Definition and glossary of terms*. Information Age Publishing.
- Şanlıöz-Özgen, H. K., Tekdemir, G. & Cankat, E. (2023). Flexible to shift or transform: Effects of Covid-19 on the future anxiety of hospitality students. *Journal of Tourism Leisure and Hospitality*, 5(1), 11-21.
- Tekedere, H., Şahin, S. & Göker, H. (2022). Covid-19 sürecinde yükseköğretimde çevrimiçi uzaktan eğitim öğrenci deneyimlerinin incelenmesi. *Gazi Üniversitesi Gazi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 42(1), 123-166.

Akademisyenlerin Pandemi Dönemi Uzaktan Eğitim Deneyimleri: Turizm Programları Örneği

- Tesone, D. A. (2000). Going the distance: When and how should hospitality educators use distance learning methods? *Journal of Hospitality and Tourism Education*, 12(1), 52–56.270.
- Thomas, E. & Magilvy, J. K. (2011). Qualitative rigor or research validity in qualitative research. *Journal for Specialists in Pediatric Nursing*, 16, 151- 155.
- Türkkan, T., Odacı, H. & Bülbül, K. (2022). Covid 19 pandemisi ve akademisyenler: Psikolojik yansımalar ve sosyal yaşam üzerindeki etkileri. *Gazi University Journal of Gazi Educational Faculty (GUJGEF)*, 42(1), 85-121.
- Tüzün, F. & Yörük-Toraman, N. Y. (2021). Online tertiary education during the COVID-19 pandemic in Turkey: A country profile based on survey with 13 thousand students. *Sosyoekonomi*, 29(50), 197-227.
- Uysal, N., Aydın, B. & Ekici, E. (2022). Hemşirelik öğrencilerinin Covid-19 pandemi sürecinde uzaktan eğitime yönelik tutumları. *Yükseköğretim ve Bilim Dergisi*, 12(1), 228-233.
- Yavuz, İ. S. (2022). Türkiye’de turizm sektörünün daralmasının makroekonomik etkileri: Covid-19 pandemisi üzerine bir değerlendirme. *Gazi İktisat ve İşletme Dergisi*, 8(1), 80-93.
- Yavuz, M., Kayalı, B., Balat, Ş. & Karaman, S. (2020). Salgın sürecinde Türkiye’deki yükseköğretim kurumlarının acil uzaktan öğretim uygulamalarının incelenmesi. *Milli Eğitim Dergisi*, 49(1), 129-154.
- Yıldırım, A. & Şimşek, H. (2011). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri*. Seçkin Yayınevi.
- Yıldırım, Y. (2023). Turizm öğrencilerinin uzaktan eğitime ilişkin görüşlerinin öğrenilmesi: Akçakoca örneği. *Uluslararası Batı Karadeniz Sosyal ve Beşeri Bilimler Dergisi*, 7(2), 291-317.
- YÖK. (2020, 04 Haziran). *YÖK’ten küresel salgın ile mücadele sürecinde yeni düzenlemeler-II*. Haberler. <https://www.yok.gov.tr/Sayfalar/Haberler/2020/kuresel-salgın-surecinde-yapisal-duzenlemeler-2.aspx>.
- Yurdakal, İ. H. & Kırmızı, F. S. (2021). COVID-19 salgını sürecinde gerçekleştirilen acil uzaktan eğitime ilişkin öğretmen adaylarının görüşleri. *Yükseköğretim ve Bilim Dergisi*, 11(2), 290-302.
- Zeybek, H. İ., Çakır, G., Sipahi, F. & Çam, H. (2022). Gümüşhane Üniversitesinin dijital dönüşüm ve Covid-19 pandemisine ilişkin çalışmalarının değerlendirilmesi. *Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 13(1), 177-187.

Atıf/Citation:

Dinler, F. ve Şahin, F. (2024). Türkiye'deki Aile İşletmelerini Konu Alan Akademik Literatür: Sistematik İnceleme ve Analiz. *Dokuz Eylül Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi*, 25(1): 173-202.
[https://doi.org/ 10.24889/ife.1423954](https://doi.org/10.24889/ife.1423954)

**TÜRKİYE'DEKİ AİLE İŞLETMELERİNİ KONU ALAN AKADEMİK LİTERATÜR:
SİSTEMATİK İNCELEME VE ANALİZ**

Ferhat DİNLER* ve Faruk ŞAHİN**

ÖZ

Birden çok nesil süren ve aile üyeleri tarafından yönetilen bir kuruluş olarak karşımıza çıkan aile işletmeleri, günümüzde tüm dünyada sayılamayacak kadar çoğalmıştır. Bu tip işletmelerin yönetim felsefesinin işletmelere sunduğu stratejik seçeneklere her geçen gün yenisi eklenmektedir. Bu sebeple de aile şirketlerinin dünya çapındaki işletmeler arasındaki yeri de oldukça yüksektir. Türkiye'de de sağladığı avantajlar ve ülke çapındaki yaygın uygulamaları sonucu birçok çalışmaya konu olmuş ve olmaktadır. Bu çalışma Türkiye'deki aile işletmeleri üzerine hakemli bilimsel dergilerde yayımlanmış makaleleri, belirlenen kriterler kapsamında sistematik olarak tespit ve analiz ederek mevcut literatür durumunu ortaya koymak ve Türkiye ile ilgili gelecek çalışmalar için bakış açısı kazandırmak amacıyla kaleme alınmıştır. Bu kapsamda yerli ve yabancı akademik veri tabanlarında bulunan ve Türkiye'deki aile işletmeleri üzerine yapılmış çalışmalar taranarak bunlar arasından 51 makale seçilmiş ve örneklem oluşturulmuştur. Elde edilen sonuçta; aile işletmeleri literatürünün uyum içerisinde ve birbirini tamamlar vaziyette olmadığı, çalışmaların dağınık ve uluslararası literatürdeki görünürlüğünün düşük olduğudur. Çalışmanın son bölümünde ileride yapılacak çalışmalar için çeşitli çıkarımlar ve öneriler yer almaktadır.

Anahtar Kelimeler: Türk aile işletmeleri, Türk aile firmaları, Aile işletmesi literatürü
JEL Sınıflandırması: M00

**ACADEMIC LITERATURE ON FAMILY BUSINESSES IN TURKEY: SYSTEMATIC STUDY
AND ANALYSIS**

ABSTRACT

Family businesses, which are seen as an organization that lasts for more than one generation and are managed by family members, have increased in numbers all over the world today. The strategic options offered by the management philosophy of this type of businesses are being added every day. For this reason, family businesses have a very high place among existing businesses worldwide. It has been and is the subject of many studies because of the advantages it provides in Turkey and its widespread applications throughout the country. This study has been conducted in order to reveal the current literature situation by systematically identifying and analyzing the articles published in peer-reviewed scientific journals on family businesses in Turkey within the scope of the determined criteria and to provide a perspective for future studies on Turkey. In this context, studies on family businesses in Turkey in domestic and foreign academic databases were scanned and 51 articles were selected among them, and a sample was created. The result obtained is that family business literature is not in harmony and complements each other, studies are scattered, and international visibility is low. In the last part of the study, there exist implications and suggestions for future studies.

Keywords: Turkish family businesses, Turkish family firms, Family business literature
JEL Classification: M00

1. GİRİŞ

1970'lerden önce sosyal bilim uzmanları tarafından nadiren çalışılan aile işletmeleri, 1980'lerden başlayarak 1990'lardan itibaren derinlemesine algılama süreci ile ilgi çekmeye başlamıştır. Bu yıllarda Avrupa'daki işletmelerde yaşanan kriz ve çöküşe karşılık Japon modelinin tartışılmaz başarısı, aile şirketlerinin yapısı ve dinamiklerinin incelenmesine sebep olmuştur. Bu bağlamda aile şirketleri "insanın önemli olduğu" işletme modeli olarak insani bir

* Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Muğla, Türkiye. E-posta: f_dinler@hotmail.com, <https://orcid.org/0000-0002-8604-4869>

** Prof. Dr., Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Muğla, Türkiye. E-posta: faruksahin@mu.edu.tr, <https://orcid.org/0000-0001-5013-8903>

boyut sunan; dostluk, akrabalık gibi hususlarla şekillenmiş çok daha yaratıcı yeni bir üretim modelini ortaya koymuştur (Colli, 2002).

Genellikle birden çok nesilden ve birden çok aile üyesi tarafından kontrol edilen ve yönetilen bir kuruluş olarak belirtilen (Miller vd., 2007) aile işletmeleri; günümüzde sayılamayacak kadar çoğalmıştır. Yönetim felsefesinin işletmelere sunduğu stratejik seçeneklerin artmasıyla ilgili kanıtlara, her geçen gün yenisi eklenmektedir (Debicki vd., 2020, s. 2). Bu bağlamda aile şirketlerinin dünya çapındaki işletmeler arasındaki yeri oldukça yüksektir. Örneğin mevcut işletmeler arasında aile işletmelerinin oranı; ABD'de %96, İsviçre'de %88, İtalya'da %99, Portekiz'de %70 ve Çek Cumhuriyeti'nde %92 seviyesindedir (Koçel, 2006, s. 23). Türkiye'deki işletmelerin ise neredeyse %95'inin aile işletmelerinden oluşması (Kahveci ve Wolfs, 2019, s. 2), bu işletme şeklinin Türk işletmecilik kültürü ve ekonomisi için önemini göstermektedir.

Ulusal bağlamda böylesine önemli bir konu üzerinde YÖK Tez Merkezi veri sunucusundan ulaşılabilen ilk ulusal lisansüstü çalışma Azmi Yalçın tarafından 1993 yılında yapılan, "Türkiye'deki Aile İşletmelerinin Karşılaştıkları Yönetim ve Organizasyon Sorunlarının Analizi" isimli yüksek lisans tezidir. Müteakip dönemde 2002 yılına kadar sadece 3 tez çalışması daha yapılmıştır. Ulusal durumu karşılaştırmak ve fikir sahibi olabilmek için rasgele tercih edilen Harvard Üniversitesi online kütüphanesinde; aile işletmeleri ile ilgili ilk tez çalışmasının, 1953 yılında Grant H. Calder tarafından yapılan "Some Management Problems of The Small Family-Controlled Manufacturing Business" isimli tez olduğu görülmektedir (*Harvard Library*, 2023). Bu durum bize konu ile ilgili çalışmalara geç başlanmış olduğunu göstermektedir. Bununla birlikte ayrıntıları makalede görüleceği üzere, geçen zaman içerisinde Türkiye'deki aile işletmeleri üzerine birçok inceleme yapılmış ve halen yapılmakta olmasına rağmen oluşan literatür dağınık durumdadır.

Bu makalede Türkiye'de faaliyet gösteren Türk aile işletmeleri üzerine yapılmış çalışmaların genel durumunu belirlenmesi, gelecek çalışmalar için literatürdeki boşlukların belirlenmesi amaçlanmaktadır. Bu kapsamda; konu ile ilgili vaka, çoklu vaka veya derleme çalışmalarının çok düşük seviyede kaldığı, farklı bakış açıları kazandıracak daha çok nitel çalışmalara ihtiyaç duyulduğu, özellikle Türk aile işletmeleriyle ilgili bilgi ve enerji yönetimi ve uluslararasılaşma konularında çok az çalışıldığı tespiti yapılmıştır.

Belirlenen kriterler kapsamında Türkiye'deki aile işletmeleri üzerinde uluslararası olarak bilimsel veri tabanlarında yayımlanmış ve ulusal olarak TR Dizin indeksine dahil dergilerde yer almış makalelerin, sistematik olarak tespitini müteakip analiz ederek mevcut durum ile gelecek çalışmalar için olası çalışma alanlarını belirlemek amacıyla yapılan bu incelemede; sadece Türk firmaları ve Türkiye ile ilgili makaleler değerlendirilmeye alınmış, Türk bilim insanlarının aile işletmelerini genel olarak ele aldığı diğer makaleler çalışmaya dahil edilmemiştir. Kısaca sadece Türkiye özelindeki literatür durumunu ortaya koymak düşüncesiyle hareket edilmiştir.

Uluslararası literatürde aile işletmeleri üzerine literatür analiz çalışmalarına sıklıkla rastlamak mümkündür. "Family business literature review" anahtar kelimesiyle Google Scholar, Emerald, Sciendirect ve Web of Science üzerinden sadece konu başlıkları kapsamında yapılan araştırma sonucu bulunan çalışmalar Ek-1'de listelenmektedir. Bu çerçevede yabancı akademik çalışmalardan aile işletmeleriyle ilgili literatür analizi üzerine yapılmış 31 makaleye ulaşılabilmektedir. Bu makalelerin 23'ünün, oranlarsak %74'ünün, 2018 yılı ve sonrasında yayımlandığı göze çarpmaktadır. Buradan hareketle aile işletmeleri üzerine literatür

çalışmalarının son 5 yılda yoğunlaştığı söylenebilir. Ayrıca çalışmaların çoğunlukla “Family Business Review”, “International Journal of Management Reviews” gibi aile işletmelerine odaklanan akademik dergilerde yer aldığı görülmektedir.

Araştırmada, sadece Türkiye’deki aile işletmelerini konu alan, bu makaledeki gibi belirli kriterlere bağlı veya diğer bir ifadeyle sistematik olarak literatür analizi yapan bir başka çalışma tespit edilememiştir. Halbuki Türkiye için, ekonomisinde en az ABD veya İsviçre, Portekiz gibi Avrupa ülkeleri kadar yer alan ve mevcut işletmelerinin %95’ini oluşturan aile işletmelerinin önemi büyüktür. Ülke ekonomisinde son derece önemli bir yer edinmiş bu olgu üzerinde mevcut literatürün ortaya çıkarılması ve yapılacak sonraki çalışmalar için yol gösterme ihtiyacının karşılanması, literatür için atılacak kritik adımlardan biri olarak önümüzde durmaktadır. Dolayısıyla bu çalışma; Türk aile işletmeleri üzerine yapılan bilimsel makaleleri esas alan ilk sistematik literatür taraması olarak, literatürün zenginleşmesine katkı sağlayacaktır.

2. LİTERATÜR

Aile işletmeleriyle ilgili geniş bir literatür olsa da aile işletmesinin kapsamı ve tam tanımı üzerinde fikir birliğine varılmamıştır. Uluslararası literatürde aile işletmesi kavramı, yönetimin ve mülkiyetin kimde ve nerede olduğuna, karar mekanizmasının nasıl işlediğine göre şekillenmektedir. Gelineen noktada ise; “en az iki kuşağın doğrudan ya da dolaylı olarak yer aldığı, ailenin çıkar ve hedefleri doğrultusunda tek bir kişi, genellikle girişimcinin kendisi tarafından yönetilen, işletme ile ilgili karar ve planların aile tarafından yapıldığı ve özellikle de ailenin finansal konularda üstün söz hakkının olduğu işletmelerdir” şeklinde (Onur ve Çiftçi, 2020, s. 333) veya aynı ailenin üyeleri veya az sayıda aile tarafından kontrol edilen baskın bir koalisyon tarafından, aile veya ailelerden nesiller boyunca potansiyel olarak sürdürülebilir olacak şekilde işletmenin vizyonunu şekillendirmek ve sürdürmek amacıyla yönetilen ve/veya yönetilen işletmeler olarak tanımlanabilmektedir (Chua vd., 1999, s. 25).

Yapılan tanımlamalarda en sık kullanılan ortak kriterler; sahiplik, yönetim, devamlılık ve sübjektif algı olarak dört başlık altında sıralanmaktadır. Her bir başlık altında farklı tanımlara rastlamak mümkün olmakla birlikte en genel anlamda aile işletmeleri; tüm kontrolünün ve çoğunlukla sermayenin bir ailenin kontrolünde ve sahipliğinde olduğu işletmelerdir. Aile yapısı hakimiyetinin aile işletmelerindeki üç temel özelliği ise; pıntılık (parsimony), bireycilik (personalizm) ve belirli bir topluluğa bağlılık (particularism) olarak sıralanmaktadır. Pıntılık (parsimony) kavramı, işletme kaynaklarının ailenin kendi serveti olması sebebiyle çok daha dikkatli kullanılacağını öngörmektedir. Bireycilik (personalizm), kontrol ve sahipliğin bir ailede olmasını ifade ederek aile olmayan işletmelere göre alınan kararlarda, daha güçlü bir iradenin ortaya konulabileceği varsaymaktadır. Aile işletmelerinde particularism sonucu güç yoğunlaşması, aile şirketlerini eylemleri için hesap verme zorunluluğundan kurtarmakta ve onlara kendi başlarına karar verme yetkisi vermektedir (Kontinen ve Ojala, 2010, s. 99-105).

Literatürde aileye özgülük veya aile etkisi olarak ifade edilmekte olan ailesellik (familiness) kavramı çerçevesinde, aile işletmelerinin kendilerine özgü önemli kaynakları ve farklı yetenekleri vardır. Ailesellik aile dışı işletmelerin sahip olmadığı, rekabet avantajını güçlendiren veya zayıflatan etkili bir kaynaktır (Dávila Aragón vd., 2018, s. 5). Örneğin aile işletmelerinin avantajlarından biri, kaynakların ciddi şekilde kısıtlı olduğu ortamlarda bile var olabilmeleri ve güvene dayalı olarak yönetilme eğilimleridir (Freixanet vd., 2024, s. 4).

Bir işletme tarafından kontrol edilen tüm varlıklar, yetenekler, organizasyonel süreçler,

Türkiye'deki Aile İşletmelerini Konu Alan Akademik Literatür: Sistematik İnceleme ve Analiz

firma özellikleri, bilgiler ve diğer unsurlar kaynak olarak kabul edilmektedir (Habbershon vd., 2003, s. 453). Aile işletmeleri sahip oldukları avantajları ailelerine özgü niteliklerine borçludur. Çalışanları için daha esnek çalışma uygulamalarına, düşük işe alım maliyetleri ve insan kaynağına, aile yönetimindeki hisselerin yoğunlaşmasıyla güçlü bir misyon duygusuna, iyi tanımlanmış uzun vadeli hedeflere, kendi kendini analiz etme kapasitesine ve büyük değişikliklere ivme kaybetmeden uyum sağlama yeteneğine sahiptirler. Genel olarak ekonomik döngülere daha az duyarlı olmaları, aile şirketlerinin benzersiz özellikleri ve belirli kaynaklarla açıklanmaktadır. Bu kaynaklar; iş, mülkiyet ve aile olmak üzere üç bağımsız ama örtüşen alt sistemle ilişkilidir (Habbershon ve Williams, 1999, ss. 4-5), (Żukowska vd., 2021, s. 53).

Aile işletmesi literatüründe aile şirketlerinin aile dışı şirketlere göre performans avantajlarına sahip olduğuna dair olumlu iddialar bulunmakta olup genel olarak, başarılı olma olasılıkları diğer herhangi bir iş türünden daha yüksektir (Habbershon ve Williams, 1999, s. 3). Aile işletmelerinin sosyal sermaye üzerinde ortak dil, norm ve yüksek seviyede güven geliştirdikleri için, tedarikçiler ve müşterilerle etkili bağlar kurabildikleri vurgulanmaktadır (Zaniewska, 2012, s. 53). Türkiye'de bu avantajları başarıya çeviren; Koç Holding A.Ş., AG Anadolu Grubu Holding A.Ş. Hacı Ömer Sabancı Holding A.Ş., Zorlu Holding A.Ş. ve Rönesans Holding A.Ş. gibi büyük ve köklü şirketler başarılı aile işletmelerine verilebilecek örneklerdir.

Aile işletmelerinin güçlü taraflarıyla birlikte her organizasyonda olduğu gibi zayıf yönleri de bulunmaktadır. Aile işletmelerinin dezavantajları; şirket sahipliği sebebiyle rol belirsizliği ile geleneklere mutlak bağlılık olarak iki başlık altında toplanabilmektedir. Bunlarla birlikte aile servetinin yetersizliği durumunda dış kaynaklara yönelme veya diğer bir deyişle borçlanma konusunda gönülsüzlük, şahsi bağlardan kaynaklı objektif olmayan yönetim, yönetimdeki aile üyelerinin eğitim eksikliği ve aile değerlerinin işin önüne geçme durumları sayılabilmektedir (Onur, 2019, s. 12-13).

2021 yılının EY ve St. Gallen Üniversitesi Aile İşletmeleri Endeksi¹ aile şirketlerinin küresel ekonomi için hayati önem taşıdığını ortaya koymaktadır. Yapılan tespite göre dünyanın en büyük 500 aile işletmesi, 2021 yılında toplamda 7,28 trilyon ABD doları gelir elde etmiştir. Dünya çapında bu aile işletmeleri 24,1 milyon kişiyi istihdam etmektedir. Yüzde yetmiş beşi 50 yaşın üzerinde ve neredeyse üçte biri 100 yaşın üzerindedir. Aile işletmeleri uzun vadeli iş görünüşleri ve bir krizin ortasında bile hızlı karar alma yeteneği ile dengeli yapıya sahip işletmelerdir (*EY and University of St.Gallen Family Business Index*, 2023). Avrupa'daki durumda ise 100 milyon kişiye iş sağlayan aile işletmeleri sayısı toplamı 17 milyona ulaşmıştır. Ayrıca Avrupa Birliği üyesi ülkelerde toplam işletmelerin %60'ı en büyük şirketlerin %25'i aile işletmesidir (*European Family Businesses*, 2023).

Maalesef Türkiye'de aile şirketleri ile ilgili çok fazla istatistiki çalışma bulunmamaktadır. Ancak 2013 yılında İstanbul'da gerçekleştirilen "Family Business and SMEs in the Black Sea Economic Cooperation Region" isimli çalıştay, Karadeniz Bölgesel Ekonomik İş Birliği kapsamındaki ülkelerde aile işletmeleriyle ilgili istatistiki verilere yer vermektedir. Bu kapsamda 2011 yılı itibarıyla Türkiye'de;

- Türkiye'de yaklaşık 3,5 milyon aile şirketi bulunmaktadır. Diğer bir deyişle, 2011 yılında Türkiye'deki her beş özel sektör girişiminden dördü aile şirkettir.

¹ Denetim, danışmanlık sağlayan düşünce kuruluşu olan EY (Ernst & Young) ile St. Gallen Üniversitesi'nin ortak çalışması olan bir indekstir.

- Aile şirketleri toplam üretimin %65'ini oluşturmakta, yaklaşık 7,7 milyon kişiyi istihdam etmektedir. Ülkedeki tüm işçilerin %52'sini aile şirketlerinde çalışmaktadır. Her beş özel sektör çalışanından üçü aile şirketlerinin çalışanlarıdır.

- Türkiye'deki aile şirketlerinin %43'ü otomobil ve ticaret, %16,5'i ulaşım, %14'ü inşaat ve %13'ü imalat sektörlerindedir (Szabó vd., 2014, s. 237).

Aile işletmeleri özellikle 1990'lı yılların başından beri akademik olarak ilgi çekmektedir. İlk zamanlarında aile işletmesi araştırmaları; aile işletmelerinin tanımı ve karakterizasyonu ile halefiyet olmak üzere iki ana temaya odaklanmış, daha sonraları stratejik yönetim, çatışma yönetimi, yenilikçilik ve uluslararasılaşma gibi temalarla ilgili yeni konular ortaya çıkmıştır (Casillas ve Moreno-Menéndez, 2017, s. 27).

(Debellis vd., 2021) tarafından yapılan çalışma aile işletmeleri araştırmalarının son 30 yıllık evrimini 4 kategoriye ayırmaktadır. Bu kapsamda ilk araştırma dalgası 1991–2011 yılları arasında, aile firmaları ile aile dışı firmalar arasındaki ikileme ilgili olan ve çoğunluğun Batı Avrupa ve Kuzey Amerika'daki küçük ve orta ölçekli işletmelerden (KOBİ'ler) elde edilen verilere dayandığı dönem olarak tanımlanmıştır. İkinci araştırma dalgası 2008–2015 yılları arasında, aile işletmelerinin heterojenliğinin (Aile işletmesinin büyüklüğü, baskın aile nesli, mülkiyet ve yönetim yapıları veya ailenin işe, yönetime ve sermayeye katılımı gibi nedenlerden dolayı aile şirketinin doğasındaki değişkenliği) daha ayrıntılı incelendiği ve uluslararasılaşma boyutlarının incelenmeye başladığı dönem olarak kategorize edilmiştir. Ayrıca bu dönemde, aile mülkiyeti ve ailenin yönetim/yönetişime katılımı kombinasyonunun uluslararasılaşma üzerindeki etkisinin incelenmeye başlandığı ifade edilmektedir. Üçüncü araştırma dalgası 2014 yılından sonra, ihracatın ötesinde giriş modları ve aile işletmelerinin heterojenliğinin daha fazla incelendiği dönem olarak belirlenmiştir. Bu dönemde uluslararası stratejiler, ihracatın ötesinde yabancı pazarlara giriş türlerine daha fazla ilgi duyulmasını tetiklediği tespiti yapılmıştır. Dördüncü ve son araştırma dalgası 2016 yılından itibaren devam eden, aile işletmelerinin uluslararasılaşma benzersizliği ve sürecine odaklanıldığı dönem olduğu vurgulanmıştır. Güncel araştırma konularının ailenin bazı yönlerinin (aile-üye ilişkileri, aile yapıları ve aile olayları) organizasyonları ve uluslararasılaşma gibi stratejik kararları üzerine yoğunlaşmaktadır.

Türkiye'deki aile işletmeleri literatürünü doğrudan konu edinen çalışmalar kapsamında yapılan araştırma sonucu iki makaleye ulaşılmaktadır. İlki Evren AYRANCI tarafından yapılan ve Anadolu Bil Meslek Yüksekokulu Dergisinde 2009 yılında yayımlanmış olan; "Aile İşletmelerini Konu Edinen Yerli ve Yabancı Çalışmalar Hakkında Bir Literatür Taraması" isimli makaledir. Makalede aile işletmeleri üzerine genel literatür konu edinilmekte ancak Türkiye'de faaliyet gösteren aile işletmelerini ele alan literatürden bahsedilmemektedir. Ayrıca çalışma 14 yıl önce yapıldığından güncel durumu yansıtmamaktadır.

Diğer çalışma M. Atilla Arıcıoğlu, Şükran Gökçe ve M. Çelebi Erdeviren'in ortak çalışması olan ve Ordu Üniversitesi Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi'nde 2017 yılında yayımlanan, "Aile İşletmelerinin Sorunları ve Çözümlerine Akademik Yaklaşım: Lisansüstü Tezler Bağlamında Bir İnceleme" isimli makaledir. Bu çalışma ile aile işletmeleri üzerine yapılan tez çalışmaları analiz edilerek konuyla ilgili yaklaşımlar değerlendirilmekte ve eleştirilmektedir. Söz konusu çalışmada, akademik makaleler dikkate alınmamış ve konu sadece YÖK Tez Merkezinde yayımlanan lisansüstü çalışmalar üzerinden değerlendirilmiştir.

Türkiye'deki aile işletmeleri üzerine birçok çalışma var olsa da örneklemimizde belirlenen 51 çalışma, sadece hakemli ve indeksli akademik dergilerde yayımlanmış makalelerden

oluşmaktadır. Bunlarla birlikte literatürde lisans üstü bilimsel çalışmalar da mevcuttur. Bu kapsamda YÖK Tez Merkezinin online veri tabanında “aile işletmeleri” anahtar kelimesiyle yapılan aramada 197 lisans üstü tez listelenmektedir. Lisans üstü tezler çalışma dışında tutulmuştur.

3. YÖNTEM

Belirlenen amaç ve hedeflere ulaşmak maksadıyla felsefi açıdan araştırma tasarımı olarak “Nitel Araştırma” yöntemi benimsenmiş olup var olan literatür ortaya konularak bilgi birikiminin artırılması yoluna gidilmiştir. Amaç bakımından ise çalışma, “Keşfedici Araştırma” şeklinde tasarlanmıştır. Keşfedici araştırma daha az çalışılmış konuları incelemek, sonradan yapılacak çalışmalara temel oluşturmak ve yeni bakış açıları kazandırmak maksadıyla yapılmaktadır (Gürbüz ve Şahin, 2018, s. 101). Yapılan bu araştırmanın verileri konuyla ilgili yayımlanmış akademik makalelerden elde edilmiştir.

Derleme tarzı kaleme alınan çalışmalar konu ile ilgili faydalı bilgilerin toparlandığı, akademisyenlerin güncel bilgiler edinebildiği mevcut literatür üzerinden oluşturulduklarından oldukça önemlidir. Ayrıca derlemeler mevcut verileri farklı bakış açılarıyla bir araya getirdiğinden yeni yorumlar getirilebilmesine olanak verirler (Herdman, 2006, s. 2). Sistematik derlemeler ise akademik konular üzerine yapılmış çalışmaların analizini sunarak literatürün nerede yoğunlaşıp nerede yetersiz kaldığını ve dolayısıyla değerlendirilebilmesini sağlamaktadır (Çınar, 2021, s. 310). Bu çalışmada sistematik literatür analizi yaklaşımı benimsenmiştir.

Çalışmanın literatür taraması üç aşamalı olarak uygulanmıştır. Bu kapsamda; arama, ayıklama ve sınıflandırma ile analiz safhaları izlenmiştir. Birinci aşamada öncelikle İngilizce olarak “Family Businesses in Turkey” (Türkiye’de Aile İşletmeleri), “Turkish Family Business” (Türk Aile İşletmeleri) ve “Family Firms in Turkey” (Türkiye’de Aile Firmaları) anahtar kelimeleri kullanılmıştır. Ulusal literatür üzerinde “Türkiye aile işletmeleri”, “Türkiye’de aile firmaları” anahtar kelime ve ifadeleri kullanılmıştır.

Çalışmalara ulaşmak için içerik yönünden zengin bir dizi akademik veri tabanından yararlanılmıştır. Ülkenin bilgi birikimini geliştirmeyi hedefleyen TÜBİTAK ULAKBİM (Ulusal Akademik Ağ ve Bilgi Merkezi) ağına bağlı ULAKBİM Keşif, açık erişime sahip ulusal bir veri tabanıdır. Ulusal yayımlarda yer almış makalelerin tespiti için ULAKBİM Keşif ve literatür değerinin teyidi için TÜBİTAK- ULAKBİM hizmetlerinden olan TR Dizin kullanılmıştır. Uluslararası olarak nitelendirilen makalelerin tespiti içinse; Web of Knowledge, Elsevier (Scopus), Clute Institute, Emeraldinsight, Wiley, Springer ve ScienceDirect gibi akademik olarak yayım yapan veri tabanlarından istifade edilmiştir.

İkinci aşama olarak ayıklama ve sınırlandırma kapsamında; uluslararası veri tabanlarından elde edilen yüzlerce sonucun başlık ifadesi üzerinden sadece Türkiye’de bulunan aile işletmelerine odaklanan çalışmalar seçilmiş, diğer çalışmalar elenmiştir. Çalışmayı güncel tutmak maksadıyla araştırma 2000-2023 yıllarıyla sınırlandırılmış, 2000 yılı öncesi kaleme alınan çalışmalar kapsam dışında tutulmuştur. Türkiye’deki aile işletmeleri konusunda Türkçe ve İngilizce dışında kalan farklı dillerdeki literatür değerlendirmeye alınmamıştır. Böylece çalışma Türkçe ve İngilizce olacak şekilde ve yalnızca akademik dergilerde yayınlanan makaleler dahil edilerek sınırlandırılmış, araştırma evreni daraltılarak örneklem tespit edilmiştir.

Üçüncü aşamada örneklem olarak belirlenen toplam 51 çalışma üzerinden analiz yapılmış ve içerik analizi yöntemi kullanılmıştır. İçerik analizi, metin halindeki çalışmaların tarafsız olarak

sistemantik ve sayısal olarak incelendiği bir analizdir. İçerik analizi çalışmalarının genel amacı, araştırma konusuyla ilgili müteakip akademik çalışmalara kılavuzluk etmek ve bir konunun üzerindeki akademik eğilimin mevcut durumunun ortaya konmasıdır (Ültay vd., 2021, s. 190). Sayısal değer ortaya konulması ve incelenen makalelerin konusundaki akademik etkinliğini görmek için alıntı sayısı tespiti yapılmış ve bu maksatla Dimensions veri sunucusu kullanılmıştır.

Örnekleme olarak belirlenen 51 makalenin analizi, betimleyici analiz ve atıf analizi kullanılarak yapılmıştır. Atıf analizi, belirli bir alandaki alaka düzeyini ölçmek için belirli bir makalenin alıntı sayısını kullanmaktadır (Garfield, 1970). Bu yöntem bir makalenin görece etkisi hakkında bilgi sağlamaktadır. Bununla birlikte, kritik bir dezavantajı vardır. O da farklı yayınlar arasındaki bağlantıları belirleme yeteneğinden yoksun olmasıdır (Galvagno ve Pisano, 2021, s. 759).

3.1. Sistemantik Literatür Tarama Protokolü

Sistemantik literatür analizi için bazı hususların protokolde bulunması gereklidir. Bu kapsamda tarama protokolünde; anahtar kelimeler ve kombinasyonları, taramanın yapılacak veri tabanları, dahil etme veya dışlama kriterleri, zaman aralığı, yayınların akademik değeri (index veya kalite değerlendirmesi) gibi hususlara yer verilir (Yavuz, 2022, s. 351).

Literatür tarama protokolünde göz önünde bulundurulabilecek ve yaygın olarak kullanılan kriterler arasında yayın yılı, makalenin dili, makale türü ve dergi yer almaktadır. Araştırma kalitesi açısından, dahil etme ve hariç tutma kriterlerine karar vermek, incelemenin önemli adımlardan biridir. Bununla birlikte, mantıksal ve geçerli gerekçelerin olması gerektiği, yapılan tüm seçimlerle ilgili akıl yürütme ve şeffaflık sağlama ihtiyacının dikkate alınması önemlidir (Snyder, 2019, s. 337).

Tarama protokolünün ilk aşaması araştırma sorusunun belirlenmesidir. Araştırma sorusunun açık, anlaşılır, yapılabilir, araştırmayla ilişkili ve bilime katkısı olacak şekilde olması gerekmektedir (Yıldız, 2022, s. 372).

Araştırma Sorusu: Türkiye’de bulunan aile işletmeleri üzerine hakemli bilimsel dergilerde yayımlanmış makaleler ve uluslararası akademik değeri nedir?

Literatürde aile işletmeleri üzerine sayısız çalışmaya ulaşmak mümkünse de Türkiye özelinde yapılan çalışma sayısı sınırlıdır. İşlevselliğinin bir parçası olarak çalışmaların tespitinde dijital veri tabanlarında arama; anahtar sözcüklerle bir makale başlığında, özetinde, içeriğinde veya eş zamanlı olarak üç bölümde tespit olanağı sunarak araştırmacının, yayımlanan bir makalenin üç tanımlayıcı ögesi içinde gerekli sözcüğü bulmasını sağlamaktadır. Makalelerin bütününde arama yapıldığında oldukça fazla çalışma listelendiğinden, konu kapsamındaki çalışmaların belirlenmesi zorlaşmaktadır. Bu sebeple uluslararası veri tabanlarında yapılan İngilizce aramalar yalnızca makalenin başlığında yer alan anahtar sözcüklerle sınırlandırılmıştır. Türkçe aramalarda ise çalışmaların isminde genelleme olsa bile içeriğinin Türkiye’yle ilgili olma ihtimalinin yüksek olacağı öngörülerek; başlık, anahtar kelime ve özetinde geçen ifadeler dahil edilmiş, sadece Türkiye’de bulunan aile işletmelerini konu edinmiş olanlar seçilmiştir.

Yapılan araştırmanın tekrarlanabilmesinin mümkün olabilmesi için, sistemantik taramanın parçası olarak, yapılan araştırmanın literatür tarama protokolü aşağıdaki şekilde belirlenmiştir.

1. Bu çalışma literatürde bulunan akademik makaleler üzerinden yapılmıştır.
2. Sadece Türkiye’de bulunan aile işletmeleri üzerine yapılan çalışmalar ele alınmıştır.
3. Örnekleme alınacak çalışmaların yazım dili Türkçe ve İngilizcedir.

Türkiye'deki Aile İşletmelerini Konu Alan Akademik Literatür: Sistematik İnceleme ve Analiz

4. İngilizce yayınlar için makale başlıklarda “Family Businesses in Turkey”, “Turkish Family Business”, “Family Firms in Turkey”, Türkçe yayınlar için makalenin başlık, anahtar kelime ve özetinde geçen ifadeler içerisinde “Türkiye aile işletmeleri” ve “Türkiye’de aile firmaları” anahtar kelimeleri kullanılmıştır.

5. Çalışmanın güncelliğini sağlamak amacıyla 2000 yılı sonrasında yayımlanan makaleler incelemeye alınmıştır.

6. Konu kapsamını daraltmak amacıyla veri tabanlarında konu olarak; “sosyal bilimler” ve “işletme” kategorileri seçilmiştir.

7. Ulusal yayımlarda sadece TÜBİTAK- ULAKBİM veri tabanında bulunan makalelerden TR Dizin indeksine dahil olanlar seçilmiştir.

8. Uluslararası yayımlardaki makalelerin belirlenmesi için; Web of Knowledge, Elsevier (Scopus), Clute Institute, Emeraldinsight, Wiley, Springer ve ScienceDirect veri tabanları kullanılmıştır.

9. Atıf sayısının tespitinde Dimensions veri tabanı kullanılmıştır.

4. ANALİZ

Uluslararası veri tabanlarında bazı makaleler birden fazla sunucuda bulunduğundan, sadece ilk listelendiği yerden örnekleme dahil edilmiş olup toplamda 25 makaleye ulaşılmıştır (Bkz. Ek-2). Ulusal olarak ULAKBİM Keşif veri tabanında anahtar kelimelerle, hakemli dergilerde araştırma makalesi olarak sınırlandırılan taramada, 139 sonuç listelenmektedir. Bulunan çalışmalarda TR Dizin indeksinde yer alan 26 çalışma örnekleme dahil edilmiştir (Bkz. Ek-3).

Springer veri tabanında branş olarak sosyal bilimler seçilerek ve belirlenen anahtar kelimelerle yapılan filtreleme sonucunda; 148 sonuç listelenmekte, listelenen çalışmalar içerisinde yapılan incelemede kriterlere uygun 2 makaleye ulaşılmaktadır. Bir makale Quality&Quantity International Journal of Methodology isimli dergide; diğer çalışma Southwestern Finans ve Ekonomi Üniversitesi tarafından desteklenen ve Springer AE dergisi olan Financial Innovation (FIN) dergisinde (SSCI, Scopus, Google Scholar, CNKI, CQVIP vb. indekslerde bulunan bir yayındır.) yer almaktadır.

41 milyondan fazla kayıt bulunan ve çok sayıda tanınmış prestijli dergi içermesi nedeniyle tercih edilen Science Direct veri tabanında yapılan aramada 19 sonuç elde edilmektedir. Sonuçlar arasından; 1973 yılında kurulmuş ve aylık hakemli akademik bir dergi olan Procedia- Social and Behavioral Sciences dergisinde yayımlan üç makale; ilk yayımı 1965 yılına dayanmakta olan Journal of World Business dergisinden iki makale; Journal of Business Research, Long Range Planning (LRP) Journal ile Technological Forecasting & Social Change dergilerinden birer makale belirlenen kriterlere uygundur.

1.600 dergiden 8 milyondan fazla makale sunan ve Wiley veri tabanında listelenen Journal of Public Affairs dergisindeki bir çalışma örnekleme alınmıştır.

Kendisi de bir aile şirketi olan ve 150 ülkeden 300’den fazla dergi yayımlanan Emeraldinsight veri tabanında yapılan taramada 13 makale listelenmektedir. Bunlar arasından İngiltere merkezli Corporate Governance dergisinde ve Journal of Family Business Management dergisinde yayımlanmış birer çalışma örnekleme alınmıştır.

Web of Sience veri tabanında 146 sonuç elde edilmiştir. 10 çalışma belirlenen kriterlere uymaktadır. Bu kapsamda; International Business Review, International Small Business Journal-Researching Entrepreneurship, International Journal of Cross Cultural Management, Journal of

World Business BEH- Business and Economic Horizons, Economics Bulletin, Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İİBF, European J. International Management, British Food Journal, Procedia - Social and Behavioral Sciences dergilerinden birer çalışma örnekleme alınmıştır.

Ayrıca işletme ve ekonomi ile ilgili çeşitli konularda en son akademik araştırmaları yaymak amacıyla 1985 yılında ABD’de kurulan ve bünyesinde 20 akademik dergi yayını yapan Clute Journals veri tabanında yapılan taramada International Business & Economics Research Journal (IBER) dergisinden bir makaleye ulaşılmıştır.

Belirlenmiş veri tabanlarındaki söz konusu araştırmaya ek olarak örnekleme çeşitlendirebilmek amacıyla 1988 yılından itibaren sadece aile işletmeleri özelinde bilimsel kaynak olarak düzenli bir şekilde yayımlandığı bilinen Family Business Review dergisinde ayrıca araştırma yapılmış, ancak Türkiye’deki aile işletmelerini konu alan bir çalışma bulunamamıştır.

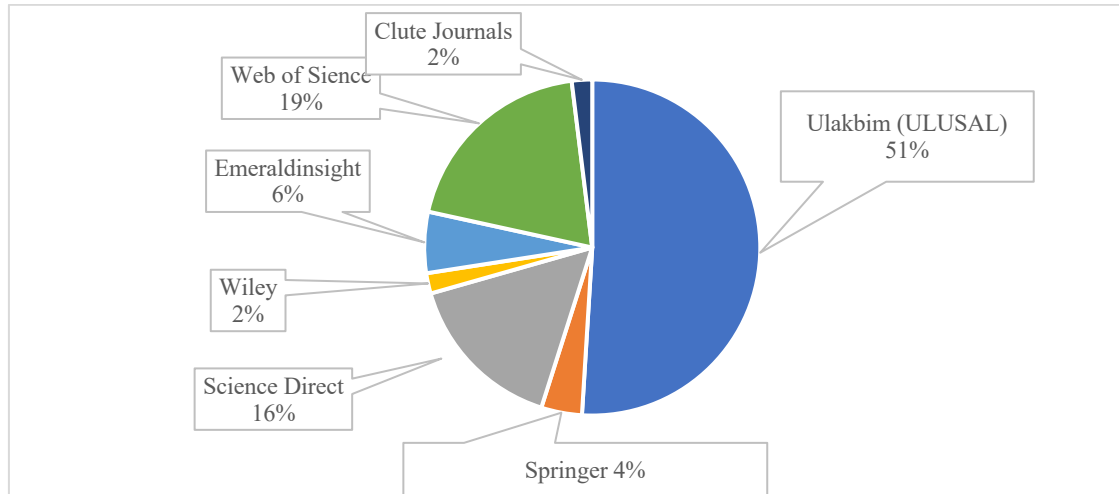
5. ARAŞTIRMA BULGULARI

Protokole uygun bulunan makalelerin veri tabanlarına dağılımı Tablo 1’de sunulmaktadır. Bu kapsamda 51 çalışmanın 26’sı ulusal 25’i uluslararası yayımlardan oluşmaktadır. Diğer bir ifadeyle mevcut çalışmaların %51’i ulusal yayımlarda yer almaktadır. Makalelerin veri tabanlarına dağılımı Grafik 1’dedir. Uluslararası anlamda en çok yayımın Web of Science veri tabanında olduğu tespit edilmiştir.

Tablo 1: Makale Sayıları

| Ulusal | | Uluslararası | |
|---------------|----------------|-----------------|----------------|
| Veri tabanı | Çalışma Sayısı | Veri tabanı | Çalışma Sayısı |
| Ulakbim Keşif | 26 | Springer | 2 |
| | | Science Direct | 8 |
| | | Wiley | 1 |
| | | Emerald insight | 3 |
| | | Web of Science | 10 |
| | | Clute Journals | 1 |

Grafik 1: Makale Veri Tabanı Dağılımı



Türkiye'deki Aile İşletmelerini Konu Alan Akademik Literatür: Sistematiik İnceleme ve Analiz

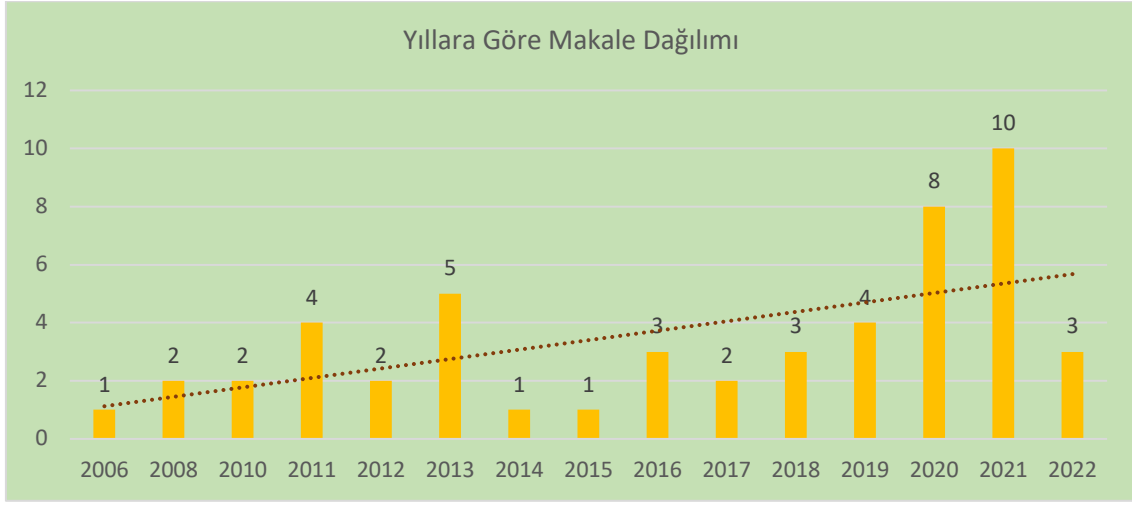
Örnekleminizdeki 51 makalenin 24'ü nitel (%47), 27'si nicel (%53) araştırma tasarımı kullanılarak, büyük çoğunluğu anket veya mülakat yöntemiyle yapılmıştır. Derleme yöntemi, vaka çalışması ve literatür analizi sadece 6 makalede kullanılmıştır. Çalışmalarda genel olarak örneklem belirli bir coğrafyaya bağlı kalınarak belirlenmiştir. Makaleler ağırlıklı olarak Türkiye'nin büyük şehirlerinde yoğunlaşmakta olsa da diğer şehirlerdeki aile işletmeleri üzerine de çalışmalar mevcuttur. Ancak ülke genelini kapsayacak şekilde bir sonuç elde eden veya bu düşünceyle oluşturulan örneklem üzerinde çalışan makale bulunmamaktadır.

Tablo 2: Makalelerin Yıllara Göre Dağılımı

| Yıllar | Ulusal | Uluslararası | Toplam |
|--------|--------|--------------|--------|
| 2006 | - | 1 | 1 |
| 2008 | - | 2 | 2 |
| 2010 | 1 | 1 | 2 |
| 2011 | 1 | 3 | 4 |
| 2012 | 1 | 1 | 2 |
| 2013 | 2 | 3 | 5 |
| 2014 | 1 | - | 1 |
| 2015 | 1 | - | 1 |
| 2016 | 3 | - | 3 |
| 2017 | 2 | - | 2 |
| 2018 | 1 | 2 | 3 |
| 2019 | 2 | 2 | 4 |
| 2020 | 3 | 5 | 8 |
| 2021 | 5 | 5 | 10 |
| 2022 | 3 | - | 3 |

Örnekleminizde yer alan makalelerin yıllara göre dağılımı Tablo 2'de sunulmaktadır. Grafik olarak gösteriminden (Bkz. Grafik 2) anlaşılacağı üzere, son yıllarda Türkiye'deki aile işletmeleri üzerine çalışma sayısında bir artış gözlemlenmektedir. Yapılan çalışmaların sayısının artışıyla birlikte akademik olarak ağırlığının arttığı söylenebilir. 2010'lu yıllarda yapılan çalışmalar daha çok ulusal yayınlarda yer almaktayken 2018 sonrasında uluslararası yayımların çoğaldığı görülmektedir. Ayrıca konuyla ilgili ulusal çapta ilk tez çalışması 1993 yılında yapılmış olmasına rağmen 2000 yılından 2010 yılına kadar olan on yıllık süreçte sadece 3 çalışma bulunmuştur. Dolayısıyla 2000'li yıllarda nadiren üzerinde durulan konuya olan ilgi 2010'lardan sonra başlamıştır.

Grafik 2: Yıllara Göre Makale Dağılımı



Atıf bir makalenin değerinin belirlenmesinde ölçü olabilir. Örneğimizde bulunan makalelerin alıntı sayıları Dimensions veri tabanından sorgulanmıştır. Makalelerin alıntı sayıları Ek 2 ve Ek 3'te görülebilmektedir. Bu anlamda en çok atıf alan International Business Review dergisinde yayımlanmış olan “Corporate governance and firm performance in emerging markets: Evidence from Turkey” isimli çalışmadır. International Business Review (IBR), uluslararası ticaret disipliniinde önde gelen uluslararası bir dergi ve Avrupa Uluslararası İşletme Akademisi'nin (EIBA) resmi dergisidir. Scencedirect verilerine göre söz konusu yayının, bilimsel dergilerin önceki iki yılda yayınlanan makalelerin belirli bir yılda aldığı ortalama alıntı sayısını ölçeceği olan etki faktörü 8,07'dir. Bu değeri daha anlamlı hale getirmek maksadıyla; Scopus veri tabanında (Elsevier) yer alan bilgilerden geliştirilen, dergileri ve ülke bilimsel göstergelerini içeren ve halka açık bir portal olan SCImago Journal & Country Rank üzerinden yapılan araştırmada derginin H-index değeri 105'tir. Diğer taraftan konu özelinde yayım yapan Family Business Review dergisinin H-index değeri 112 olduğu düşünüldüğünde; makalenin Türkiye'de aile işletmeleri üzerine yapılan akademik değeri en yüksek olan çalışma olduğu söylenebilir (Scimago Journal & Country Rank, 2023). Ayrıca makalenin 2019 yılında yayımlanmasına, dolayısıyla henüz yayımının dördüncü yılında olmasına rağmen atıf sayısı 174'e ulaşabilmiştir.

Ulusal olarak yayımlanan makaleler çoğunlukla Dimensions veri tabanında bulunmamaktadır. Diğer yandan uluslararası veri tabanlarında yayımlanmış 25 makalenin toplam atıf sayısı 522 iken, ulusal olarak yayımlanan 26 makalenin sadece dokuzunun Dimensions veri tabanında bulunduğu ve toplamda 7 atıf aldığı tespit edilmiştir. Bu da ulusal makalelerin ortalama bir kez bile uluslararası olarak alıntılanmadığını göstermektedir. Dolayısıyla Türkçe yayımların genel literatürdeki görünürlüğünün düşük olduğu söylenebilir. Ancak alınan atıf sayısı göz önüne alındığında, son yıllardaki İngilizce çalışmaların uluslararası literatüre, geçmiş döneme göre daha fazla katkı sağladığı görülmektedir. Ayrıca en çok atıf alan çalışmaların aile işletmelerindeki; kurumsallaşma, aile kültürü ve yönetim konularında olduğu görülmektedir.

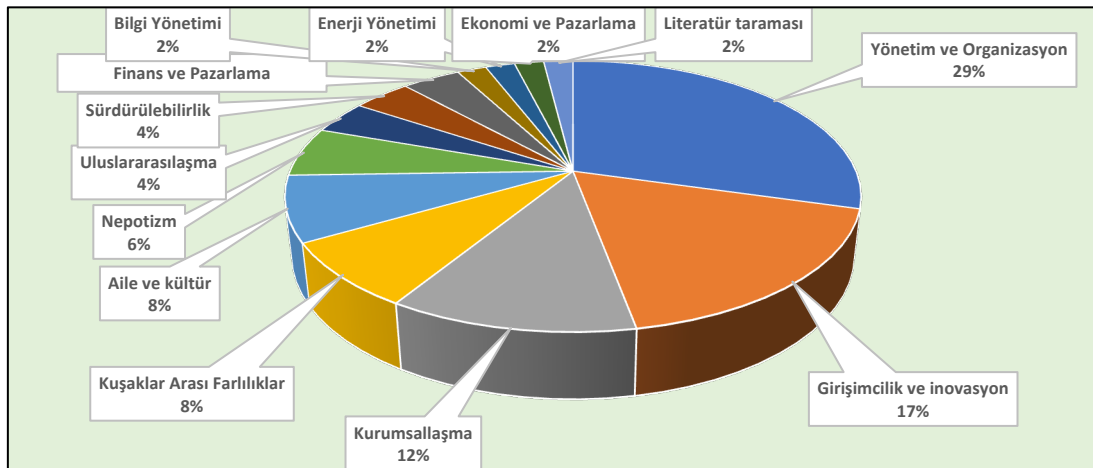
Çalışmaların konulara göre dağılımına baktığımızda en fazla çalışmanın “yönetim ve organizasyon” konusunda yapıldığı ve bunu “girişimcilik ve inovasyon” ile “kurumsallaşma” konularının izlediği; Tablo 3'te dağılımı sunulan ve Grafik-3'te yüzdelik dilimleri gösterilen

konular üzerinde çalışıldığı tespit edilmiştir.

Tablo 3: Makalelerin Konulara Göre Dağılımı

| Konular | Çalışma Sayısı | Konular | Çalışma Sayısı |
|-----------------------------|----------------|----------------------|----------------|
| Yönetim ve Organizasyon | 15 | Sürdürülebilirlik | 2 |
| Girişimcilik ve inovasyon | 9 | Finans ve Pazarlama | 2 |
| Kurumsallaşma | 6 | Bilgi Yönetimi | 1 |
| Kuşaklar Arası Farklılıklar | 4 | Enerji Yönetimi | 1 |
| Aile ve kültür | 4 | Ekonomi ve Pazarlama | 1 |
| Nepotizm | 3 | Literatür taraması | 1 |
| Uluslararasılaşma | 2 | Toplam | 51 |

Grafik 3: Makale Konularının Oranları



Makalelerin yayımlandığı dergiler arasında bir yoğunlaşma tespit edilmemiştir. Her dergide bir veya iki yayına rastlamak mümkündür. Bu kapsamda uluslararası olarak Procedia-Social and Behavioral Sciences dergisi 4 yayım ile; Journal of Family Business Management ve Journal of World Business dergileri ikişer yayımla öne çıkarken, ulusal olarak İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisinde 3 yayım bulunduğu görülmektedir. Sonuç olarak Türkiye Aile İşletmeleri üzerine yapılan çalışmalarda, diğerlerinden belirgin fark yaratan bir akademik dergi bulunmadığı anlaşılmaktadır.

6. TARTIŞMA

Ülkemizde aile işletmeleri konusundaki eserlerin ortaya çıkış tarihlerine bakıldığında, hızla büyüyen bir araştırma alanı olduğu açıktır. Türkiye'deki aile işletmelerini konu eden çalışmalarla ilgili sistemik literatür analizi şeklinde daha önce yapılmış bir araştırmaya rastlanılmamıştır.

Mevcut çalışma, yalnızca bugüne kadar ülkemizdeki aile işletmeleri üzerine yapılan çalışmalarını çıkarmakla kalmayıp, aynı zamanda rapor ettikleri sonuçları da sağladığından, analiz alanına giren diğer araştırmacılar için yararlı olacağı düşünülmektedir. Ayrıca, bu çalışma, aşağıda sunulduğu üzere, gelecekteki araştırmalar için açık kalan bir dizi bilgi boşluğunu ve fırsatı tanımlamaktadır. Bu araştırma boşlukları, gelecekteki araştırmalar için, ilerleyen kısımda tanımlayacağımız ve tartışacağımız önemli iki alanda fırsat yarattığı görülmektedir. Bunlardan birincisi metodolojik alanda diğeri ise konu kapsamında karşımıza çıkmaktadır.

Araştırma Alanı 1 – Aile İşletmelerinde Metodolojik Yaklaşımlar

Yapılan çalışmaların ağırlıklı olarak anket ve mülakat yöntemi kullanılarak yapıldığı görülmektedir. Konu ile ilgili vaka, çoklu vaka veya derleme çalışmaları çok düşük seviyede kalmakta, incelenen konular sadece anket sonuçlarına bağlanmaktadır. Böylece incelemeler, gerçekleşenlerden ders çıkarma ve gerçekte teorinin birleşebileceği noktayı ortaya koyamamaktadır. Örneğin vaka çalışması, araştırmacının incelenen olgunun nasıl çalıştığını veya nasıl işlediğini etkili bir şekilde anlamasına izin vermek için belirli bir kişi, sosyal ortam, olay veya grup hakkında sistematik olarak yeterli bilgi toplamayı içeren bir yöntemi ifade etmektedir (Berg ve Lune, 2017). Bu çerçevede bir aile işletmesinin birden çok yönüyle ve bütüncül yaklaşımla irdelendiği vaka çalışmaları neredeyse bulunmamaktadır.

Yabancı literatürde çalışmalar ilerlemişken biz geride kalmış durumdayız.

Yabancı literatürdeki çalışmaların ağırlıklı olarak hangi yöntemle yapıldığının tespiti için Web of science veri tabanında sadece başlıklar üzerinden, “family business” anahtar kelimesiyle ve işletme ve ekonomi ana bilim dalları altında hızlı bir tarama yapılmıştır. Bulunan makalelerden sadece aile işletmelerini konu edinen bilimsel dergiler seçilerek arama daraltılmıştır. Sonuç olarak; Journal of Family Business Management, Family Business Review, Routledge Companion to Family Business, Journal of Family and Economics Issues ve Journal of Family Business Strategy dergilerinde yayımlanan toplam 34 makale tespit edilmiştir. Ek 4’te listelenen çalışmalara bakıldığında büyük çoğunluğun (%80) nitel araştırma yöntemiyle yapıldığı görülmektedir. Bu makalede belirtildiği üzere, Türkiye özelinde yapılan çalışmaların %47’si niteldir. Bu noktada literatürde mevcut çalışmaları farklı yöntemlerle bütünleştirecek, tamamlayacak ve farklı bakış açıları kazandıracak daha çok nitel çalışmalara ihtiyaç duyulmaktadır.

Çalışmalarda örneklem seçiminin İstanbul, Kocaeli, İzmir gibi sanayisi gelişmiş ve çoğunlukla araştırma yapılan üniversitenin bulunduğu şehirlerde ağırlık kazandığı görülmektedir. Belirli il ve coğrafya ile sınırlı kalınması sebebiyle ülke genelini kapsayacak çalışma neredeyse yoktur. Bunun sonucunda her il için farklı sonuçlar elde edilebilmekte ya da daha önceki çalışmaların onaylanması şeklinde bir döngüye girilmektedir. Çalışmaların bölgesel veya ulusal yapılması, Türkiye genelini kapsayan sonuçlarla Japon aile işletmelerinin uluslararası literatürdeki yeri gibi “Türk Tipi Aile İşletmesi” kavramını ortaya koyacak bir sonuca ulaşmayı mümkün kılabılır.

Türkiye özelinde aile işletmeleri üzerine yapılan ve bazılarının çalışmamız örnekleminde bulunan bilimsel çalışmaların çoğunluğunun; örnek olarak alınan işletmelerde işveren veya çalışanlar üzerinde anket veya mülakat yoluyla, belirli istatistiklere dayalı ve daha önce yapılan çalışmaları destekler veya çürütür şekilde tekrarlardan oluştuğu ve yeni çalışmaların mevcut literatürün durumu ve eksiklikleri irdelenmeden veya göz ardı edilerek yürütüldüğü görülmektedir. Bu bağlamda yapılan bu literatür taramasının yeni yapılacak çalışmalara yol

Türkiye'deki Aile İşletmelerini Konu Alan Akademik Literatür: Sistematik İnceleme ve Analiz

gösterici olacağı ümit edilmektedir.

Araştırma Alanı 2 – Aile İşletmelerinde Konu Kapsamları

Literatürde hemen hemen her ülkede bulunan aile işletmeleri üzerine yapılan çalışmalar ve akademik makaleler mevcuttur. Ek 1'de sunulan yabancı literatür analizleri konu dağılımları Tablo 4'de gösterilmektedir. Genel olarak aile işletmeleri üzerine farklı kavramları ele alan birçok literatür analizi bulunmakla birlikte en çok yoğunlaşılan konuların; “yönetim ve organizasyon” ile “aile kültürünün işletmeye etkisi” ile ilgili olduğu görülmektedir. Bunlara ilaveten sık ele alınan konular arasında “aile işletmelerinde inovasyon” ve “ülkeler özelinde yapılan” aile işletmeleri çalışmalarıdır. Ülkeler özelinde bir çalışma İspanya, bir çalışma Çin ve bölgesel olarak Asya aile işletmeleri ele alınmıştır. Mevcut bütün veri tabanları taranmamıştır fakat araştırma örnekleme genişletildiğinde diğer ülkelerle ilgili olanların da bulunabileceği kuvvetle muhtemeldir. Ancak Ek 1'de belirlenen örnekleme 3 çalışma ülke/bölge ile ilgili olduğundan hareketle, mevcut literatür analizlerinin ortalama %10'unun ülkelerdeki aile işletmeleri özelinde olduğu söylenebilir.

Tablo 4: Yabancı Literatür Analizleri Konu Dağılımı

| Konu | Makale Sayısı |
|-------------------------------|---------------|
| Yönetim ve Organizasyon | 11 |
| Aile Kültürü | 8 |
| İnovasyon | 4 |
| Ülke/Bölge Özelinde | 3 |
| Turizm | 2 |
| Uluslararasılaşma | 2 |
| Aile işletmelerinde finansman | 1 |

Var olan çalışmalar aile işletmelerinde aile faktöründen yönetime, finansman kadınların işletmedeki konumuna kadar farklı konular ele alınmaktadır. Ancak her ülkede faaliyet gösteren aile işletmelerinin kendine özgü dinamikleri olduğundan konuyla ilgili ulusal çapta yapılan ancak uluslararası olarak yayımlanan çalışmalar daha görünür olacaktır.

7. SONUÇ

Örnekleme içerisinde neredeyse bütün çalışmalar farklı yerlerde yayımlanmıştır. Ulusal anlamda Kültür Üniversitesinin Aile İşletmeleri ve Girişimcilik Uygulama ve Araştırma Merkezi tarafından 2004 yılından itibaren iki yılda bir gerçekleştirdiği Aile İşletmeleri Kongresi ve konuşma kitapları bulunmaktadır. TAİDER (Türkiye Aile İşletmeleri Derneği) bünyesinde “İş'te Aile Dergisi” mevcut olsa da söz konusu yayımın akademik niteliği bulunmamaktadır. Sonuç itibarıyla Türkiye'deki aile işletmeleri ile ilgili ağırlık kazanan herhangi bir akademik yayım veya odaklanmış bir yayım yeri veya konuya yoğunlaşan bir akademik dergi yoktur. “Family business Review” dergisi gibi sadece aile işletmeleri üzerine bir akademik dergi veya konuya ağırlık veren süreklilik sağlayacak bir derginin belirlenmesi veya yeni bir akademi yayımının başlatılmasının söz konusu literatür boşluğunu dolduracağı değerlendirilmektedir.

Çalışmanın yapıldığı veri sağlayıcılarında Türkiye'deki aile işletmelerini konu edinen makalelerin uluslararası literatürde temsil edildiği söylenebilir. Örneğin Web of Science veri

tabanında çalışmamızda belirlenen “Family Business in Turkey” anahtar kelimeleriyle tarama yapıldığında ulaşılan çalışma sayısı 146 iken, anahtar kelimelerde sadece Türkiye yerine İspanya yazıldığında, diğer bir ifadeyle “Family Business in Spain” şeklinde arama yapıldığında 289 çalışmaya ulaşılmaktadır. Bu işlemi Fransa için yaparsak 142, Rusya için yaparsak 150 çalışma listelenmektedir. (Ana dili İngilizce olan ülkeler için çalışma sayısının yüksek olmasının doğal olduğu düşünülebileceğinden farklı dil konuşan ülkeler seçilmiştir). Bu durum göstermektedir ki literatürde Türkiye ortalama bir yere sahiptir ancak ulusal-uluslararası yayımlarda yer alma yıllarına bakıldığında son yıllarda uluslararası olarak yayımlanan makalelerin daha önceki yıllara göre arttığı görülmekte olsa da daha çok bilimsel çalışmaya ve bu çalışmaların uluslararası yayımlarda yer almasına ihtiyaç duymaktadır. Ayrıca uluslararası alıntılanma sayıları göz önüne alındığında; ulusal olarak yayımlanmış kıymetli çalışmaların, uluslararası platformlarda yayımlananlar kadar görünür olmadığı anlaşılmaktadır. Bunun temel sebebinin kullanılan dil olduğu değerlendirildiğinden müteakip çalışmaların İngilizce olarak yapılmasının çalışmaların akademik değerini arttıracığı söylenebilir.

Türk Aile işletmeleriyle ilgili gelecek çalışmalar için; metodolojik anlamda ders çıkarma ve gerçekte teorinin birleşebileceği noktayı ortaya koyacak vaka, çoklu vaka veya derleme tarzı olarak nitel yöntemle çalışılmasını, belirli bir il veya sanayi bölgesine bağlı kalmadan daha geniş örneklerle Türkiye’deki bölgeler veya ulusal çapta araştırmalar yapılmasını, akademik değeri arttırmak amacıyla uluslararası hakemli dergilerde ve veri tabanlarında yayımlanabilecek İngilizce çalışmalara ağırlık verilmesini tavsiye ediyoruz.

Çalışma sadece online kütüphaneler ve veri tabanları kullanılarak yapılmıştır. Bu sebeple belirlenen online veri tabanlarında bulunmayan makaleler dahil edilememiştir. Bu çalışmanın ulaştığı noktadan itibaren yeni yapılacak çalışmalar, örneğin konuyla ilgili lisans üstü tezlerini de dahil edecek şekilde daha kapsamlı olarak genişletilebilir.

KAYNAKÇA

- Berg, B. L., & Lune, H. (2017). *Qualitative research methods for the social sciences* (Ninth edition). Pearson.
- Casillas, J. C., & Moreno-Menéndez, A. M. (2017). International business & family business: Potential dialogue between disciplines. *European Journal of Family Business*, 7(1-2), 25-40. <https://doi.org/10.1016/j.ejfb.2017.08.001>
- Chua, J. H., Chrisman, J. J., & Sharma, P. (1999). Defining the Family Business by Behavior. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 23(4), 19-39. <https://doi.org/10.1177/104225879902300402>
- Colli, A. (2002). *The History of Family Business, 1850–2000* (1. bs). Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/CBO9780511615009>
- Çinar, N. (2021). İyi Bir Sistemik Derleme Nasıl Yazılmalı? *Online Türk Sağlık Bilimleri Dergisi*. <https://doi.org/10.26453/otjhs.888569>
- Dávila Aragón, G., Ramírez Pérez, H. X., & Rivas Aceves, S. (2018). Measuring familiness in private family firms: A bayesian network model. *Contaduría y Administración*, 63(3), 42. <https://doi.org/10.22201/fca.24488410e.2018.1722>
- Debellis, F., Rondi, E., Plakoyiannaki, E., & De Massis, A. (2021). Riding the waves of family firm internationalization: A systematic literature review, integrative framework, and

Türkiye'deki Aile İşletmelerini Konu Alan Akademik Literatür: Sistematik İnceleme ve Analiz

- research agenda. *Journal of World Business*, 56(1), 101144.
<https://doi.org/10.1016/j.jwb.2020.101144>
- Debicki, B. J., Miao, C., & Qian, S. (2020). Internationalization and family firm performance: A cross-cultural meta-analysis of the main effect and moderating factors. *Cross Cultural & Strategic Management*, 27(1), 1-25. <https://doi.org/10.1108/CCSM-04-2019-0075>
- European Family Businesses*. (2023). <https://europeanfamilybusinesses.eu/about-european-family-businesses/>
- EY and University of St.Gallen Family Business Index*. (2023). <https://familybusinessindex.com/>
- Freixanet, J., Renart Vicens, G., & Marquès Gou, P. (2024). Family firms' survival in an economic downturn: The role of ownership concentration and collaborative intensity. *Journal of Small Business Management*, 1-32.
<https://doi.org/10.1080/00472778.2023.2293905>
- Galvagno, M., & Pisano, V. (2021). Building the genealogy of family business internationalization: A bibliometric mixed-method approach. *Scientometrics*, 126(1), 757-783. <https://doi.org/10.1007/s11192-020-03755-4>
- Garfield, E. (1970). Citation Indexing for Studying Science. *Essays of an Information Scientist*, 1, 1933-1938.
- Gürbüz, S., & Şahin, F. (2018). *Sosyal Bilimlerde Arastırma Yöntemleri: Felsefe—Yöntem - Analiz* (5. Baskı).
- Habbershon, T. G., & Williams, M. L. (1999). A Resource-Based Framework for Assessing the Strategic Advantages of Family Firms. *Family Business Review*, 12(1), 1-25.
<https://doi.org/10.1111/j.1741-6248.1999.00001.x>
- Habbershon, T. G., Williams, M., & MacMillan, I. C. (2003). A unified systems perspective of family firm performance. *Journal of Business Venturing*, 18(4), 451-465.
[https://doi.org/10.1016/S0883-9026\(03\)00053-3](https://doi.org/10.1016/S0883-9026(03)00053-3)
- Harvard Library*. (2023, Şubat 12). https://hollis.harvard.edu/primo-explore/search?vid=HVD2&sortby=rank&lang=en_US
- Herdman, E. A. (2006). Derleme makale yazımında, konferans ve bildiri sunumu hazırlamada pratik bilgiler. *Hemşirelikte Eğitim ve Araştırma Dergisi*, 3(1), 2-4.
- Kahveci, E., & Wolfs, B. (2019). Family Business, Firm Efficiency and Corporate Governance Relation: The Case of Corporate Governance Index Firms in Turkey. *Academy of Strategic Management Journal*, 1(18).
- Koçel, T. (Ed.). (2006). *2. aile işletmeleri kongresi: Kongre kitabı, 14-15 Nisan*. T.C. İstanbul Kültür Üniversitesi Aile İşletmeleri ve Girişimcilik Uygulama ve Araştırma merkezi.
- Kontinen, T., & Ojala, A. (2010). The internationalization of family businesses: A review of extant research. *Journal of Family Business Strategy*, 1(2), 97-107.
<https://doi.org/10.1016/j.jfbs.2010.04.001>
- Miller, D., Le Breton-Miller, I., Lester, R. H., & Cannella, A. A. (2007). Are family firms really superior performers? *Journal of Corporate Finance*, 13(5), 829-858.
<https://doi.org/10.1016/j.jcorpfin.2007.03.004>
- Onur, T. (2019). *Aile İşletmelerinde Büyüme ve Uluslararasılaşma Üzerine Nitel Bir Araştırma* [Yüksek Lisans Tezi]. Sakarya Üniversitesi İşletme Enstitüsü.
- Onur, T., & Çiftçi, U. S. (2020). Aile İşletmelerinde Büyüme Stratejisi olarak Uluslararasılaşma Seçeneği: Nitel Bir Araştırma (Internationalization Option as a Growth Strategy in

- Family Businesses: A Qualitative Research). *Journal of Business Research - Turk*, 12(1), 332-348. <https://doi.org/10.20491/isarder.2020.846>
- Scimago Journal & Country Rank. (2023). <https://www.scimagojr.com/>
- Snyder, H. (2019). Literature review as a research methodology: An overview and guidelines. *Journal of Business Research*, 104, 333-339. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.07.039>
- Szabó, A., Black Sea Economic Cooperation (Organization), & Konrad-Adenauer-Stiftung (Ed.). (2014). *Family Businesses and SMEs in the BSEC: 7-9 October 2013, Istanbul, Turkey*. Konrad Adenauer Stiftung.
- Ültay, E., Akyurt, H., & Ültay, N. (2021). Sosyal Bilimlerde Betimsel İçerik Analizi. *IBAD Sosyal Bilimler Dergisi*. <https://doi.org/10.21733/ibad.871703>
- Yavuz, N. (2022). SYSTEMATIC LITERATURE REVIEW IN SOCIAL SCIENCES. *Pamukkale University Journal of Social Sciences Institute*. <https://doi.org/10.30794/pausbed.1134606>
- Yildiz, A. (2022). Bir Araştırma Metodolojisi Olarak Sistemik Literatür Taramasına Genel Bakış. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 22(Özel Sayı 2), 367-386. <https://doi.org/10.18037/ausbd.1227366>
- Zaniewska, K. (2012). Determinants of family business internationalization. Review of existing research. *Economia Marche Journal of Applied Economics*, 31(2).
- Żukowska, B. A., Martyniuk, O. A., & Zajkowski, R. (2021). Mobilisation of survivability capital – family firm response to the coronavirus crisis. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 27(9), 48-81. <https://doi.org/10.1108/IJEER-02-2021-0147>

**Türkiye'deki Aile İşletmelerini Konu Alan Akademik Literatür: Sistematik İnceleme ve Analiz
EKLER**

Ek 1- Tablo 5: Uluslararası Aile İşletmeleri Literatür Çalışmaları

| S. N | Makale | Yıl | Veri Tabanı | Dergi | Konu |
|------|--|------|----------------|--|-------------------------------|
| 1 | Daughter Exclusion in Family Business Succession: A Review of the Literature | 2010 | Web of science | Journal of Family and Economic Issues | Aile Kültürü |
| 2 | The Use of Owner Resources in Small and Family-Owned Businesses: Literature Review and Future Research Directions | 2010 | Web of science | Journal of Family and Economic Issues | Aile işletmelerinde finansman |
| 3 | Boards of Directors in Family Businesses: A Literature Review and Research Agenda | 2011 | Web of science | International Journal of Management Reviews | Yönetim ve organizasyon |
| 4 | Uncertainty in the Family Business facing the process of internationalization: Literature review and future research agenda | 2014 | Web of science | Intangible Capital | Uluslararasılaşma |
| 5 | The internationalization of family businesses - A literature review of extant research | 2015 | Web of science | Betriebswirtschaftliche Forschung und Praxis | Uluslararasılaşma |
| 6 | Corporate governance in family businesses from Latin America, Spain and Portugal A review of the literature | 2016 | Web of science | Academia Revistalatio Americana de Administracion | Yönetim ve organizasyon |
| 7 | A Review of the Academic Literature on Family Business in Spanish ² | 2017 | Web of science | Routledge Companion to Family Business | İspanya aile işletmeleri |
| 8 | Open Innovation: A Literature Review and Recommendations for Family Business Research | 2017 | Web of science | Routledge Companion to Family Business | İnovasyon |
| 9 | The role of women as entrepreneurs in family business A literature review | 2018 | Web of science | Women Entrepreneurship in Family Business | Aile Kültürü |
| 10 | Conflict management in family businesses: A bibliometric analysis and systematic literature review | 2018 | Web of science | International Journal of Conflict Management | Yönetim ve organizasyon |
| 11 | The role of gender in family-business research A systematic review of the literature | 2018 | Web of science | Women Entrepreneurship in Family Business | Aile Kültürü |
| 12 | Technological innovation and socioemotional wealth in family firm research | 2018 | Google Scholar | Journal of the Iberoamerican Academy of Management | İnovasyon |
| 13 | Which business model for the family business? A literature review and extension | 2019 | Web of science | Family Firms and Institutional Contexts: Business Models, Innovation and Competitive Advantage | Yönetim ve organizasyon |
| 14 | Gender-related factors in family business succession: a systematic literature review | 2019 | Web of science | Review of Managerial Science | Aile Kültürü |
| 15 | Diversification of the family business in emerging countries from the perspective of socio-emotional wealth. Literature Review | 2019 | Web of science | Cuadernoss de Administracion Universidad Del Valle | Aile Kültürü |
| 16 | A systematic literature review on family business: insights from an Asian context | 2020 | Emerald | Journal of Family Business Management | Asya'daki aile işletmeleri |
| 17 | Family business in tourism: an international systematic review of literature with an emphasis on Latin America | 2020 | Emerald | Academia Revista Latinoamericana de Administración | Turizm |
| 18 | Structured literature review on organizational innovation in family business context | 2020 | Web of science | Strategic Management | İnovasyon |
| 19 | Intrafamily Conflicts in Family Businesses: A Systematic Review of the Literature and Agenda for Future Research | 2020 | Web of science | Family Business Review | Aile Kültürü |
| 20 | Trust and reputation in family businesses: A systematic literature review of past achievements and future promises | 2021 | ScienceDirect | Journal of Business Research | Yönetim ve organizasyon |
| 21 | Thriving family businesses in tourism and hospitality: A systematic review and a synthesis of the relevant literature | 2021 | Emerald | Journal of Family Business Management | Turizm |
| 22 | Resilience of Family Businesses - A Systematic Literature Review | 2021 | Web of science | Betriebswirtschaftliche Forschung und Praxis | Yönetim ve organizasyon |
| 23 | Family business research: Reviewing the past, contemplating the future | 2021 | Google Scholar | Journal of Family and Economic Question | Yönetim ve organizasyon |
| 24 | The why and how of corporate social responsibility in family business: a literature review | 2021 | Google Scholar | International Journal of Transitions and Innovation Systems | Aile Kültürü |
| 25 | Socioemotional wealth in family business research: A systematic literature review on its definition, roles and dimensions | 2022 | ScienceDirect | European Management Journal | Aile Kültürü |
| 26 | The role of trust in family business stakeholder relationships: A systematic literature review | 2022 | ScienceDirect | Journal of Family Business Strategy | Yönetim ve organizasyon |
| 27 | Literature review on generational inheritance model and applications for Chinese family businesses | 2022 | Web of science | Frontiers in Psychology | Çin'deki Aile işletmeleri |
| 28 | Social network research in the family business literature: a review and integration | 2022 | Web of science | Small Business Economics | Yönetim ve organizasyon |
| 29 | Social Capital in the Family Business Literature: A Systematic Review and Future Research Agenda | 2022 | Web of science | Family Business Review | Yönetim ve organizasyon |
| 30 | Family business succession and innovation: a systematic literature review | 2023 | Web of science | Review of Managerial Science | İnovasyon |
| 31 | Protocol: Systematic literature review on family business and information and communication technologies | 2023 | Web of science | Pom-Working Papers on Operations Management | Yönetim ve organizasyon |

Ek 2- Tablo 6: İncelenen Uluslararası Çalışmalar

| S.N. | Yıl | Çalışma | Veri Tabanı | Yazar | Dergi | Veri Kaynağı | Araştırma Yöntemi | Konu/ Kapsam | Ulaşılan Sonuç | Alıntılanma Sayısı | Örneklem |
|------|------|--|-----------------|---|---|--------------|-------------------|-----------------|--|--------------------|---|
| 1 | 2006 | Board process attributes and company performance of family-owned businesses in Turkey | Emerald insight | Veysel Kula, Ekrem Tatoglu | Corporate Governance | Anket | Nitel | Aile ve kültür | Şirket yöneticilerin bilgiye erişim, yönetim kurulunun güvene dayalı sorumluluğu yerine getirme etkinliği ile olumlu yönde ilişkili olduğu bulunmuştur. | 30 | TOBB Endüstriyel Veri Tabanına kayıtlı 460 şirket |
| 2 | 2008 | Succession planning in family-owned businesses - Evidence from Turkey | Web of Science | Ekrem Tatoglu, Veysel Kula, Keithw Glaister | International Small Business Journal | Anket | Nitel | Aile ve kültür | Varis devrinin her aşamasında daha profesyonel danışmanlık alanın ve aile ile şirket arasında açıkça tanımlanmış rol ve sorumlulukları olan aile konseyleri kurulması gerektiği tespit edilmiştir. | 59 | TOBB' da listelenen 430 firma |
| 3 | 2008 | Performance implications of institutionalization process in family-owned businesses: Evidence from an emerging economy | Web of Science | Güven Alpaya, Muzaffer Bodur, Cengiz Yılmaz, Saadet Çetinkaya, Laçın Arıkan | Journal of World Business | Anket | Nitel | Aile ve kültür | Aile işletmelerinde kurumsallaşmanın üç farklı yönü; şeffaflık, nesnellik/adalet ve resmileşme/profesyonellik olduğu tespit edilmiştir. | 31 | Türkiye' de 132 aile işletmesi |
| 4 | 2010 | Family involvement in and institutionalization of family businesses: A research | Web of Science | Evren Ayrancı | BEH- Business and Economic Horizons | Anket | Nitel | Bilgi Yönetimi | Aile katılımının kurumsallaşma üzerinde zayıf, olumsuz bir etkiye sahip olduğu üst düzey karşılaştığında uluslararasılaşmaya gönülsüz baktığı tespit edilmiştir. | 5 | İstanbul, Kocaeli, Ankara, İzmir |
| 5 | 2011 | A Study On The Effects Of Nepotism, Favoritism And Cronyism On Organizational Trust In The Auditing Process In Family Businesses In Turkey | Clute Institute | Hatice Necla Keleş, Tuğba Kırıl Özkan, Muhammet Bezirci, | International Business & Economics Research Journal | Anket | Nitel | Enerji Yönetimi | Kayırmaçlık, adam kayırmaçlık ve ayrımcılığın aile işletmelerinde örgütsel güveni azalttığı tespit yapılmaktadır. | 38 | İstanbul, 240 çalışan |

Türkiye'deki Aile İşletmelerini Konu Alan Akademik Literatür: Sistematik İnceleme ve Analiz

| S.N. | Yıl | Çalışma | Veri Tabanı | Yazar | Dergi | Veri Kaynağı | Araştırma Yöntemi | Konu/Kapsam | Ulaşılan Sonuç | Alıntılanma Sayısı | Örneklem |
|------|------|---|----------------|---|--|--------------|-------------------|---------------------------|---|--------------------|------------------------------|
| 6 | 2011 | The Effects of Relationship Orientation Through Innovation on Firm Performance: An Empirical Study on Turkish Family-Owned Firms | Science Direct | Cemal Zehir, Erkut Altındağ, A.Zafer Acar | Procedia - Social and Behavioral Sciences | Anket | Nitel | Finans ve Pazarlama | Aile şirketi yöneticileri, kuruluşlarının yenilikler konusundaki yönelimini değerlendirebilmesi gerektiği ve bir geçiş ekonomisinde yeni ürün geliştirme faaliyetlerinin iyileştirilmesi için bir inovasyon yöneliminin faydalı olduğu tespiti yapılmaktadır göstermektedir. | 21 | Marmara Bölgesi 159 işletme |
| 7 | 2011 | Women in Turkish family businesses: Drivers, contributions and challenges | Web of Science | M. Karataş-Özkan, A. Erdoğan, K. Nicolopoulou | International Journal of Cross-Cultural Management | Söyleşi | Nitel | Finans ve Pazarlama | Araştırma, iş hayatında iş sahiplerinin erkekleri kadınlara tercih etmesi nedeniyle, Türk kadınlarının çoğunun görünmezlik sorunu yaşadığını göstermektedir ve bu sorunun nedeninin, Türkiye'de iş hayatının erkek egemen olması ve iş adamlarının kadınlara çalışmaya alışkın olmaması olduğu tespiti yapılmıştır. | 21 | Aile şirketlerinden 8 kadın |
| 8 | 2012 | Back to the Past: Re-Measuring the Levels of Strategic Orientations and Their Effects on Firm Performance in Turkish Family Firms: An Updated Empirical Study | Science Direct | Ercüt Altındağ, Cemal Zehir | Procedia - Social and Behavioral Sciences | Anket | Nitel | Girişimcilik ve inovasyon | Türkiye'deki aile işletmelerinde adaptasyon finans ve performans üzerinde pozitif etkisi olduğu tespit edilmiştir. | 3 | Marmara Bölgesi, 143 işletme |
| 9 | 2013 | Exploring the connections among spiritual leadership, altruism, and trust in family businesses | Springer | Nurten Polat Dede · Evren Ayrancı | Quality International Journal of Methodology | Anket | Nitel | Girişimcilik ve inovasyon | Fedakârlık ve güven faktörlerinin etkisinin literatüre paralel şekilde teyit edildiği ifade edilmiştir. | 13 | İstanbul, 250 işletme |
| 10 | | A Research To Determine The Relationship Between Organizational Justice and Psychological Ownership Among Non-Family Employees in a Family Business | Science Direct | Ceren Giderler Atalay, Derya Ergun Özler | Procedia - Social and Behavioral Sciences | Anket | Nitel | Yönetim ve Organizasyon | Örgütsel adalet ile psikolojik adalet arasında orta düzeyde pozitif bir ilişki olduğu görülmektedir. | 15 | Türkiye'de bir işletme |

Ferhat DİNLER ve Faruk ŞAHİN

| S.N. | Yıl | Çalışma | Veri Tabanı | Yazar | Dergi | Veri Kaynağı | Araştırma Yöntemi | Konu/Kapsam | Ulaşılan Sonuç | Alınılan maa Sayısı | Örneklem |
|------|------|--|----------------|--|---|---|-------------------|--|----------------|---------------------|---|
| 11 | 2013 | The relationship between strategic management, institutionalization and human resource management: a survey study with family businesses located in the northeast Anatolia sub economic region of Turkey | Web of Science | Orhan Çınar, Fatih Karcoğlu | Procedia - Social and Behavioral Sciences | Anket | Nicel | Girişimcilik Stratejik yönetim ve inovasyon insan kaynakları yönetimi arasında güçlü bir bağ olduğu; Çoğu aile işletmesinde profesyonel düşünce yerine geleneksel yönetim anlayışının hakim olduğu sonucuna varılmaktadır. | | 4 | Bayburt, Erzincan, Erzurum, 389 firma |
| 12 | 2018 | Founding family effects on business group growth: Longitudinal evidence from Turkey (1925–2012) | Science Direct | Ayşe Karaevli, B. Burcin Yurtoglu | Long Range Planning (LRP) | Farklı kaynaklardan toplanan verilerin denemesi | Nitel | Girişimcilik Türkiye'de ilk doğan varisin ve inovasyon varislerin erkek olmasının işletme grupları oluşmasına özellikle ilk dönemde pozitif etki ettiği ifade edilmektedir. | | 10 | Yok |
| 13 | 2018 | Board composition, family ownership, institutional distance and the foreign equity ownership strategies of Turkish MNEs | Science Direct | Tulay İlhan-Nas, Tarhan Okan, Ekrem Tatoglu, Mehmet Demirbağ, Geoffrey Wood, Keith W. Glaister | Journal of World Business | Veri Analizi | Nitel | Yönetim ve Yönetim Kurulundaki bağımsız Organizasyon yöneticilerin oranının artmasının, deniz aşırı işiraklerde daha büyük hisseler alma isteğinin azalmasına yol açmaktadır. | | 41 | Türkiye'de 71 işletme |
| 14 | 2019 | Corporate governance and firm performance in emerging markets: Evidence from Turkey | Web of Science | İlhan Çiftçi, Ekrem Tatoglu, Geoffrey Wood, Mehmet Demirbağ, Selim Zaim | International Business Review | Çeşitli raporlar ve kişilerle doğrudan mülakat | Nicel | Kurumsallaş Aile işletmede yönetimin toplanmasının veya yönetim kurullarının geniş tutulmasının şirket yönetimine pozitif katkısı olduğu ifade edilmektedir. | | 174 | Borsa İstanbul' da listelenen 210 firma |
| 15 | 2019 | Foreign investors' preferences for family involvement and corporate governance: evidence from Turkey | Web of Science | Pınar Şener | Economics Bulletin | BIST raporları | Nicel | Kurumsallaş Yabancı yatırımcılar yönetimde aile üyelerinin olmasına değil yönetim ve mülkiyet eşitsizliğinden rahatsız olmaktadır. | | 1 | Borsa İstanbul' da 196 şirket |

Türkiye'deki Aile İşletmelerini Konu Alan Akademik Literatür: Sistematik İnceleme ve Analiz

| S.N. | Yıl | Çalışma | Veri Tabanı | Yazar | Dergi | Veri Kaynağı | Araştırma Yöntemi | Konu/Kapsam | Ulaşılan Sonuç | Alıntılanma Sayısı | Örneklem |
|------|------|---|-----------------|--|---|-----------------|-------------------|--|--|--------------------|--|
| 16 | 2020 | Effect of financial constraints on the growth of family and nonfamily firms in Turkey | Springer | Bahadır Ergün, Ömer Tuğsal | Financial Innovation | Finnet Database | Nicel | Nepotizm | Aile olmayan işletmeler finansal engellerle karşılaşırken aile şirketlerinin arkasında aile gruplarının olması daha kolay kaynak bulmayı sağlamakta olduğu tespiti vardır. | 8 | Yok |
| 17 | 2020 | Turkish delight a public affairs study on family business: The influence of owners in the entrepreneurship orientation of family-owned businesses | Wiley | Phil Harris, Özlem Özdemir | J Public Affairs | Söyleşi | Nitel | Uluslararası Girişimcilik yöneliminin, Aile şirketi aşma sahiplerinin girişimci özellikleri ile olumlu bir şekilde ilişkili olduğu ve ülke kültürüyle ilgili olduğu sonucuna varılmaktadır. | | 4 | 20 Türk aile işletmesi |
| 18 | 2020 | Knowledge management and human resources performance: evidence from Turkish family businesses | Emerald insight | Halil Zaim, Veland Ramadani, Sait Revda Dimibutun, Shqipe Gërguri-Rashiti, Dina Sabry Said | Journal of Family Business Management | Anket | Nicel | Uluslararası Bilgi yönetimi sürecinin insan kaynakları yönetimi performansı ile önemli pozitif ilişkilere sahip olduğunu göstermekte ve çalışma, bilgi yönetimi süreçlerinin aile şirketlerinde insan kaynakları yönetimi performansını geliştirdiğini göstermektedir. | | 3 | Türkiye'deki aile işletmelerindeki 750 çalışan |
| 19 | 2020 | The relation between religiosity, family cohesion and ethical leadership: a study of family firms in Turkey | Emerald insight | Mehmet Çetin | Journal of Family Business Management | Anket | Nicel | Yönetim ve Çalışmada aile uyumu, içsel dindarlık Organizasyon ve manevi iyilik odaklı dindarlığın pozitif yönde olduğu, sektörler dindarlığın ise aile üyesi yöneticiler tarafından derecelendirilen 20 etik liderlik düzeyleri ile negatif yönde ilişkili olduğu tespiti yapılmaktadır. | | 6 | İstanbul, 51 işletme |
| 20 | 2020 | A Conceptual Framework of Internationalization of Family Business Groups: Turkey Context | Web of Science | Ayşe Çoban Kayacı, Aylin Atay | Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İİBF Dergisi | Derleme | Nicel | Yönetim ve Aile Organizasyon | Şirketleri Gruplarının Uluslararasılaşması üzerine derleme tarzi kuramsal çerçeveye açıklanmaktadır. | 0 | Yok |

Ferhat DİNLER ve Faruk ŞAHİN

| S.N. | Yıl | Çalışma | Veri Tabanı | Yazar | Dergi | Veri Kaynağı | Araştırma Yöntemi | Konu/Kapsam | Ulaşılan Sonuç | Alınan maa Sayısı | Örneklem |
|------|------|---|----------------|---|---|--|-------------------|--|----------------|-------------------|---|
| 21 | 2021 | Scrutinizing innovation performance of family firms in efficiency-driven environment | Science Direct | Ezgi Baday Yıldız, Marina Dabic, Nebojša Stojic, Yesim Dindaroglu, Serdal Temel | Journal of Business Research | Farklı kaynaklardan toplanan verilerin derlemesi | Nicel | Yönetim ve Aile Organizasyonu yeniliğe iki şekilde katkıda bulunduğu, yenilik performansını doğrudan etkileyen bilgi birikimi ve aile işletmelerinin özümsemeye kapasitesini geliştirdiği tespitine yer verilmektedir. | | 6 | Türkiye genelinde 293 aile şirketi |
| 22 | 2021 | Family ownership, market development, and internationalization of Turkish business groups (1925-2017) | Science Direct | Ayşe Karaevli, B. Burcin Yurtoglu | Journal of Business Research | Farklı kaynaklardan toplanan verilerin derlemesi | Nicel | Yönetim ve Aile Organizasyonu nesiller uluslararasılaşmayı engellemekte, kurucu olmayan kuşakların kontrolünün firmalarının uluslararasılaşması üzerindeki etkileri olumsuz olduğu sonucuna varılmaktadır. | | 4 | Türkiye' deki aile işletmeleri grupları |
| 23 | 2021 | Rural context favoring family business and urban context promoting non-family business in Egypt, Morocco and Turkey | Web of Science | Seham Ghalwash, Esra E. Karadeniz, Fatima Boutaleb | European J. International Management | Anket | Nicel | Yönetim ve Çalışma, bir işletmenin kentsel bir Organizasyo bölgeden ziyade kırsal bir bölgede olması durumunda bir aile şirketi olma olasılığı daha yüksek olduğu ve üç ülke arasında aile şirketi en yaygın olarak Fas ve en az olanın Mısır olduğu tespit edilmiştir. | | 0 | 3 ülkeden 3935 kişi |
| 24 | 2021 | The correlates of energy management practices and sales performance of small family food firms in Turkey | Web of Science | Adah-Kole Emmanuel Onjwu, Elmar Puntatier, Sundas Hussain | British Food Journal | The World Bank Data verileri | Nicel | Yönetim ve Enerji Organizasyonu benimsenmesinin firmaya maddi faydaların olduğunu, ayrıca aile gıda işletmeleri gibi küçük firmaların enerji yoğunlukları düşük olsa da enerji tüketim hedefleri belirleyerek satış performanslarını artırabileceği tespiti yapılmaktadır. | | 1 | Türkiye' deki 137 işletme |
| 25 | 2021 | Industry 4.0 impacts on responsible environmental and societal management in the family business | Science Direct | Yigit Kazancoglu, Muruvvet Deniz Sezer, Yesim Deniz Ozkan-Ozen, Sachin Kumar Mangla, Ajay Kumar | Technological Forecasting & Social Change | Vaka Çalışması | Nitel | Girişimcilik İnovasyona yapılan yatırım, aile ve inovasyon şirketlerinin hayatta kalması ve büyümesi için kritik hale gelmiştir. | | 24 | Türkiye'de bir işletme |

Türkiye'deki Aile İşletmelerini Konu Alan Akademik Literatür: Sistematik İnceleme ve Analiz
Ek 3- Tablo 7: İncelenen Ulusal Çalışmalar

| S.N. | Yıl | Çalışma | Veri Tabanı | Yazar | Dergi | Veri Kaynağı | Araştırma Yöntemi | Konu/Kapsam | Ulaşılan Sonuç | Alıntılanma Sayısı | Örneklem |
|------|------|---|-------------------|--|--|-----------------|-------------------|---|----------------|--------------------|-------------------------------------|
| 1 | 2010 | Aile İşletmelerinde Kuşaklar Arası Geçişte Örgütsel Hafıza Üzerine Nitel Bir Araştırma | ULAKBİ M Keşif | Mehmet Akif Çini, Meral ERDİRENÇELE, Bi, Mustafa Arıta, Atilla Arıtaoğlu | Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi | Söyleşi-mülakat | Nitel | Kuşaklar Aile işletmelerinin sürdürülebilirlikleri Arası örgütsel hafızanın yeri ve tabanında Farlıklar aktarılma biçiminin önemli olduğu ve bulunmama kurumsallaşma için gerekli olduğu kadar sonucuna ulaşılmıştır. | | | Konya, 1 işletme |
| 2 | 2011 | Aile İşletmelerinde Yöneticilerin Demografik Özellikleri ve Yönetim Fonksiyonları ile İlgili Karşılaştıkları Sorunlar Üzerine Bir Araştırma | ULAKBİ M Keşif | Adnan Kalkan, Özlem Ç. Bozkurt, Ömer Faruk Oktar, Merve Türk | Uluslararası İktisadi ve İdari İncelemeler Dergisi | Anket | Nitel | Yönetim ve çalışma süreleri ile yöneticilerin aile Organizasyonlarında yürütme, karar alma, bulunmama on örgütlenme, kontrol ve koordinasyon ile ilgili sorunları arasında herhangi bir ilişki yoktur. Yöneticilerin eğitim düzeyi ve yöneticilerin yaşı arasında ters yönlü bir ilişki vardır. | | | Dimensions Gebze/Kocali, 63 işletme |
| 3 | 2012 | Aile İşletmelerinin Kuşaklararasılaşma Devri: Varisler Üzerine Bir Araştırma | ULAKBİ M Keşif | Mehmet Yetkin, Yasın Çakırel | Akademik Hassasiyetler | Söyleşi-mülakat | Nitel | Kuşaklar Varisin yetkilendirilme sürecinin belirli Arası bir plan dâhilinde yapılmadığı, Farlıklar çekirdekten yetişme kavramının bulunmama çerçevesinde 'Kuruçuyla Eş Biçimli' Yetiştirme Model' ile devir yapıldığı tespit edilmiştir. | | | Kırklareli, 22 İşletme |
| 4 | 2013 | Kurumsallaşmanın Aile Şirketlerinin Sürdürülebilirliğine Etkisi Üzerine Karşılaştırmalı Bir Analiz | ULAKBİ M Keşif | Ayşe Karamanlı İlgin, Eray Karaslan | Akademik Hassasiyetler | Söyleşi-mülakat | Nitel | Sürdürülebilirlik Aile anayasası oluşturmuş ve duygusal farklılıklar yönetimi başarmış olmaları, bilgiyi kullanmaları bununla birlikte aidiyet duygusunu geliştirdikleri sonucuna varılmıştır. | | | Üç işletme |
| 5 | 2013 | Vekelet Kuramı Bakış Açısıyla Aile İşletmelerinde Kurumsallaşma ve Nepotizm İlişkisi | ULAKBİ M Keşif | Tamer Bolat, Oya Seymen, Murad Yüksel, Yahya Kati, Oğuzhan Kinter | Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi | Anket | Nitel | Kurumsall Aile işletmelerinde kurumsallaşma ile nepotizm arasında anlamlı ve negatif bir ilişki olduğu tespit yapılmaktadır. | | 2 | Balıkesir, 7 işletme |

Ferhat DİNLER ve Faruk ŞAHİN

| S.N. | Yıl | Çalışma | Veri Tabanı | Yazar | Dergi | Veri Kaynağı | Araştırma Yöntemi | Konu/Kapsam | Ulaşılan Sonuç | Alınan maa Sayısı | Örneklem |
|------|------|--|----------------|--|---|-----------------|-------------------|--|---|---|-----------------------|
| 6 | 2014 | Turizm Sektöründe Aile İşletmelerinin Kurumsallaşma Sorunları: Kocaeli Örneği. | ULAKBİ M Keşif | Gülçin Özbay, Koray Yunus Ellidört | Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi | Söyleşi-mülakat | Nitel | Kurumsallaşma | Aile işletmesinde stratejik kararların büyük oranla işletme sahibi tarafından alınması, kurumsallaşma kavramıyla ilgili birtakım sıkıntıların olduğunu göstermektedir. | 1 | Kocaeli, 39 yönetici |
| 7 | 2015 | Nepotizmin İş Stresi, İş Tatmini, Olumsuz Söz Söyleme ve İşten Ayrılma Niyeti Üzerine Etkileri: Aile İşletmeleri Üzerine Bir Araştırma | ULAKBİ M Keşif | Mustafa Büte | Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi | Anket | Nicel | Nepotizm | Nepotizmin ve iş alma sürecinde Dimensions boyutları ile iş stresi arasındaki pozitif ilişki olduğu tespit edilmiştir. | 0 | Trabzon, 8 işletme |
| 8 | 2016 | Aile İşletmelerinde Nesiller Arası Farklar: Lojistik Sektöründe Bir Uygulama | ULAKBİ M Keşif | İlke Ayaz, Sezin Girdener, Gülferm Nazlı | Dokuz Eylül Üniversitesi Denizcilik Fakültesi Dergisi | Söyleşi-mülakat | Nitel | Kuşaklar Arası Farklılıklar | Birinci neslin aile işletmelerine dair daha olumlu görüşlere sahip olduğu, ikinci neslin aile işletmeleri kavramına karşı kararsız oldukları ve çeşitli kaygılar taşıdıkları tespit edilmiştir. | 0 | UTİKAD üyesi 5 Şirket |
| 9 | 2016 | Gözülden Zorunlu Bağımsız Denetime Geçişin Aile İşletmelerinde Kurumsal Yönetim Etkileri | ULAKBİ M Keşif | Durmuş Acar, Ahmet Aktürk, Ahmet Coşkun | Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi | Veri Analizi | Nitel | Yönetim ve Bağımsız Denetim, aile işletmelerinde Organizasyon değişen dünya koşullarına uyum noktasında oluşan sorunların aşılmasında destekleyici bir unsur olarak görülebileceği | Dimensions veri tabanında bulunmamaktadır | 0 | Derleme |
| 10 | 2016 | Paydaşların Önceliği Teorisinin Aile İşletmelerinin Performansına Etkisi | ULAKBİ M Keşif | Mehmet Akif Çini, Hasan Kürşat Güleş, Mustafa Atilla Arıoğlu | Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi | Anket | Nicel | Yönetim ve Paydaşların ile Organizasyon dengsizlik ve sürdürülebilirliği tehlikeye atmaktadır. | Paydaşların ile çalışanlar arasında | Dimensions veri tabanında bulunmamaktadır | 12 İde 308 işletme |

Türkiye'deki Aile İşletmelerini Konu Alan Akademik Literatür: Sistematik İnceleme ve Analiz

| S.N. | Yıl | Çalışma | Veri Tabanı | Yazar | Dergi | Veri Kaynağı | Araştırma Yöntemi | Konu/Kapsam | Ulaşılan Sonuç | Alıntılanma Sayısı | Örneklem |
|------|------|---|-------------|---|---|--------------|-------------------|---|---|--------------------|---|
| 11 | 2017 | Aile İşletmelerinde Kurumsallaşma Düzeyi ve Örgütsel Performans İlişkisinin İncelenmesi | ULAKBİ | Selin Yurdakul, M Keşif Osman Bayraktar | İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi | Anket | Nitel | Kurumsallaşma düzeyinin örgütsel performans üzerindeki etkisi bulunmamaktadır. | kurumsallaşma düzeyinin örgütsel performans üzerindeki etkisi bulunmamaktadır. | 1 | İstanbul, 50 işletme |
| 12 | 2017 | Aile İşletmelerinde Aile Değerlerinin Örgüt Kültürüne Etkisi. | ULAKBİ | Metin Reyhanoğlu, Şükran Sıkmancıoğlu, Yıldırım | İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi | Anket | Nitel | Aile ve kültürün aile bireyleri tarafından oluşturulması ve beyan edilmesiyle ortak ve tek aile bireyleriyle uyumlu aile değerlerinin oluşması gereklidir. | Aile anayasasının aile bireyleri tarafından oluşturulması ve beyan edilmesiyle ortak ve tek aile bireyleriyle uyumlu aile değerlerinin oluşması gereklidir. | 1 | Antakya, 10 işletme |
| 13 | 2018 | Kıdemli aile işletmelerinde kurum içi girişimciliği etkileyen faktörler üzerine bir araştırma. | ULAKBİ | Murat Yaslıoğlu, Arzu Ülgen | İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi | Anket | Nitel | Girişimcilik ve inovasyoncu girişimcilik ile geçmiş performans, teknolojik fırsatlar ve bulunma durumu arasındaki ilişkiyi düzenleyici etkisi bulunmamaktadır. | İKÜ Aile İşletmeleri Kongresi Kitapçığında yer alan "Kıdemli Aile İşletmeleri Listesinden 56 İşletme" | 1 | İstanbul, 100 işletme |
| 14 | 2019 | Aile-güç, deneyim, kültür ölçeği ve aile işletmelerinde aile etkisi ile tepeler yöneticilerin aile üyesi olan yöneticilere yönelik bakışı arasındaki ilişki üzerine bir araştırma | ULAKBİ | Evren Ayrancı, Fatih Semercioz | İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi | Anket | Nitel | Yönetim ve AGDK ölçeğinin İstanbul'daki Organize sanayi bölgelerinde bulunan aile işletmelerine ulaştırılması birbiriyle uyumlu sonuçlarına ulaşılmıştır. | İstanbul'daki Organize sanayi bölgelerinde bulunan aile işletmelerine ulaştırılması birbiriyle uyumlu sonuçlarına ulaşılmıştır. | 1 | İstanbul, 100 işletme |
| 15 | 2019 | Yerel Aile İşletme Gruplarında Çeşitlendirme Stratejileri: Pazar Yönelimliliği mi Kaynak Yönelimliliği mi? | ULAKBİ | Duygu Kızıldağ, Belkıs Özkara | İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi | Mülakat | Nitel | Yönetim ve Aile İşletmelerinin holdingleşme eğilimi Organize sanayi bölgelerinde bulunan aile işletmelerine ulaştırılması birbiriyle uyumlu sonuçlarına ulaşılmıştır. | Afyonkarahisar, Organize sanayi bölgelerinde bulunan aile işletmelerine ulaştırılması birbiriyle uyumlu sonuçlarına ulaşılmıştır. | 9 | Afyonkarahisar, Organize sanayi bölgelerinde bulunan aile işletmelerine ulaştırılması birbiriyle uyumlu sonuçlarına ulaşılmıştır. |

Ferhat DİNLER ve Faruk ŞAHİN

| S.N. | Yıl | Çalışma | Veri Tabanı | Yazar | Dergi | Veri Kaynağı | Araştırma Yöntemi | Konu/Kapsam | Ulaşılan Sonuç | Alınan Bilgi | Örneklem |
|------|------|---|----------------|-------------------------------------|---|-----------------|-------------------|---------------------------|--|---|---|
| 16 | 2020 | Aile İşletmelerinde Yaşanan Pazarlama ve Markalaşma Sorunları: Bozütük TSO Üyeleri Üzerine Bir Araştırma. | ULAKBİ M Keşif | İbrahim Alkara, Ali Arıcı | İşletme Araştırmaları Dergisi | Söyleşi-mülakat | Nitel | Ekonomi ve Pazarlama | Aile işletmelerin marka isimlerine ve aile üyelerinin yaşadıkları yerlere ve dayandığı, orta ve uzun vadeli işletmelerin markalarıyla farkındalığı artırmaya yönelik bir halkla ilişkiler ve reklam çalışmaları içinde olmadıkları belirtilmektedir. | Dimensions veri tabanında bulunmamaktadır | Bozütük, 9 İşletme |
| 17 | 2020 | Aile İşletmelerinde Büyüme Stratejisi Olarak Uluslararasılaşma Seçeneği: Nitel Bir Araştırma. | ULAKBİ M Keşif | Umut Sanem ÇİTÇİ, Tuğba ONUR | İşletme Araştırmaları Dergisi | Söyleşi-mülakat | Nitel | Yönetim ve Organizasyon | Uluslararasılaşma, aile şirketlerinde öncelikli bir strateji değildir. | Dimensions veri tabanında bulunmamaktadır | Sakarya, 14 İşletme |
| 18 | 2020 | Kurumsal İtibarı Yönetimde Stratejik Bir Araç Olarak İnternet Sitele: Türkiye'de Faaliyet Gösteren Asırlık Aile İşletmeleri Örneği. | ULAKBİ M Keşif | Tuncay Odabaş, Esra Gökçen Kaygısız | Journal of emerging economies and policy (Online) | Veri Toplama | Nitel | Kurumsallaştırma | Arştırma sonucunda internet sitesi kalitesinin müşteri üzerindeki etkisi araştırılmış ve internet sitesinin kalitesinin satın alma niyetlerini etkilediği tespit edilmiştir. | Dimensions veri tabanında bulunmamaktadır | 3 farklı kurumun listesinden 78 işletme |
| 19 | 2021 | Ekonomik Krizlerin Ardından Büyük Aile İşletmesi Anayasası: İzmir İli Merkezli Üç Aile İşletmesi Örneği. | ULAKBİ M Keşif | Feyzan Dirin, Mehmet Ufuk Tutan | Journal of Yasar University | Veri Toplama | Nitel | Yönetim ve Organizasyon | Ekonomik krizler ya da başka sorunlara karşı ailenin özgün kültürüne bağlı kalarak her aile anayasasının çözümlere katkı sağladığı sonucuna ulaşılmıştır. | Dimensions veri tabanında bulunmamaktadır | İzmir, 3 İşletme |
| 20 | 2021 | Aile İşletmecilik Kültürünün Girişimcilik Eğilimine Etkileri ve Bir Alan Araştırması | ULAKBİ M Keşif | Çetin Bektaş, Mehmet Ali Köseoğlu | Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi | Anket | Nitel | Girişimcilik ve inovasyon | Örgüt kültürü ile girişimcilik eğilimi ve ilişkisinin varlığı tespit edilmiştir. | Dimensions veri tabanında bulunmamaktadır | Uşak, 25 İşletme |

Türkiye'deki Aile İşletmelerini Konu Alan Akademik Literatür: Sistematik İnceleme ve Analiz

| S.N. | Yıl | Çalışma | Veri Tabanı | Yazar | Dergi | Veri Kaynağı | Araştırma Yöntemi | Konu/Kapsam | Ulaşılan Sonuç | Ahntılan Amaç | Örneklem |
|------|------|--|-------------------|--|---|--------------------|-------------------|--------------------------------|--|---------------|-------------------------|
| 21 | 2021 | Aile Şirketlerinin Sürdürülebilirliği: "Malatya Hacı Baba sinan et Lokantası" Dördüncü Kuşak Aile Şirketi ve Başarı Hikayesi | ULAKBİ M Keşif | Nevzat Tetik | Muhasebe ve Finans Tarihi Araştırmaları Dergisi | Örnek Olay Analizi | Nitel | Sürdürülebilirlik | Aile şirketinin sürdürülebilirliğine; Dimensi cesaret, özgüven, karşılıklı sevgi ve ons' da saygı, işini sevmek, yeniliklere açık-bulunma olma yatmaktadır. | Dimensi | Malatya, 1 işletme |
| 22 | 2021 | Aile İşletmelerinin Devamlılığında Nepotizm Uygulamalarına Yönelik Bir Araştırma. | ULAKBİ M Keşif | Ömür Kılınçarslan, Umut Avcı | Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi | Mülakat | Nitel | Nepotizm | Belirli bir büyüklüğe ulaşmış aile işletmelerinde planlı nepotizm uygulamalarının nepotizmin isteklerine göre gerçekleşmesi aile işletmesinin daha uzun ömürlü olmasını sağlayacaktır. | 1 | 1 işletme |
| 23 | 2021 | Aile İşletmelerinin Sorunları ve Çözümlerine Akademik Yaklaşım: Lisansüstü Tezler Bağlamında Bir İnceleme. | ULAKBİ M Keşif | Mustafa Atilla Arıoğlu, Şükran Gökçe, Meral Çelebi Erdeviren | Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi | Literatür taraması | Nitel | Literatür taraması | Son yıllarda artan oranda aile Dimensi 72 lisansüstü tez işletmeleriyle ilgili çalışmalar yapıldığı ons veri ve daha çok genellemelerle sonuca tabanım varıldığı tespit edilmiştir. | 0 | 1 işletme |
| 24 | 2022 | Transgenerational Entrepreneurship and Family Constitution: An Exploratory Case Study Analysis | ULAKBİ M Keşif | N. Öykü İyigün | Yönetim Bilimleri Dergisi | Vaka Çalışması | Nitel | Girişimcilik Aile ve inovasyon | anayasasının kuşaklar arası girişimcilik için pozitif etkisi vardır. | 0 | 1 işletme |
| 25 | 2022 | Aile İşletmelerinin Yaşamlarını Sürdürülebilirliğinde Sonraki Kuşakların Duygusal Sahiplik Algılamasının Rolü ve Önemi: Türkiye'deki Kıdemli İşletmeler Üzerinde Bir Araştırma | ULAKBİ M Keşif | Nazan Yelkırkan, Erdal Aydın | Yönetim Bilimleri Dergisi | Anket | Nitel | Kuşaklar Arası Farklılıklar | Bireyin içerisinde yaşadığı toplumun Dimensi İTO' ya kayıtlı sosyo-kültürel dokusunun (örf ve ons veri 60 adetler, gelenekler, görenekler vb.) tabanım duygusal sahipliğin gelişmesi üzerinde pozitif bir etkisi olduğu, aile üyelerinin bulunma sonraki kuşağın kariyerine ilişkin miktardır düşüncelerinin duygusal sahiplik olgusunun oluşumunda etkili olduğu sonucuna ulaşılmıştır. | 1 | BİST kayıtlı 178 şirket |
| 26 | 2002 | Girişimcilik Yönelimi ve Finansal Performans İlişkisinin Araştırılmasında Aile Şirketlerinin Moderator Rolü | ULAKBİ M Keşif | Melissa Cople, Ahmet Özen | Yönetim ve Ekonomi Dergisi | Analiz | Nitel | Girişimcilik ve inovasyon | İnovasyon, proaktiflik ve risk-alma" girişimcilik bileşenleri incelenmiştir. Çalışma neticesinde aile şirketlerinin mevcut ilişkide düzenleyici rolünün olmadığı, ancak risk alma eğiliminin daha yüksekte olduğu görülmüştür. | 1 | BİST kayıtlı 178 şirket |

Ferhat DİNLER ve Faruk ŞAHİN

Ek 4- Tablo 8: Aile İşletmeleri Üzerine Yabancı Literatür Örneklemi ve Metodolojisi

| Sıra Nu. | Makale | Dergi | Yıl | Metodoloji |
|----------|---|--|------|------------|
| 1 | Evolutionary psychology and family business: A new synthesis for theory, research, and practice | Family Business Review | 2008 | Nitel |
| 2 | Intellectual Foundations of Current Research in Family Business: An Identification and Review of 25 Influential Articles | Family Business Review | 2010 | Nitel |
| 3 | Daughter Exclusion in Family Business Succession: A Review of the Literature | Journal of Family and Economic Issues | 2010 | Nitel |
| 4 | The Use of Owner Resources in Small and Family-Owned Businesses: Literature Review and Future Research Directions | Journal of Family and Economic Issues | 2010 | Nitel |
| 5 | Culture and values in family business-A review and suggestions for future research | Journal of Family Business Strategy | 2012 | Nitel |
| 6 | Overseas Chinese family business research: a comparative analysis | Journal of Family Business Management | 2012 | Nitel |
| 7 | Strategic Consistency of Exploration and Exploitation in Family Businesses | Family Business Review | 2014 | Nicel |
| 8 | Network analysis: A concise review and suggestions for family business research | Journal of Family Business Strategy | 2014 | Nicel |
| 9 | Creating space for the business family Networks, social capital & family businesses in rural development | Journal of Family Business Management | 2015 | Nitel |
| 10 | Conflict management and resolution in family-owned businesses A practitioner focused review | Journal of Family Business Management | 2015 | Nitel |
| 11 | Family business insights: an overview of the literature | Journal of Family Business Management | 2015 | Nitel |
| 12 | Entrepreneurial Exploration and Exploitation in Family Business: A Systematic Review and Future Directions | Family Business Review | 2016 | Nitel |
| 13 | Qualitative research practices and family business scholarship: A review and future research agenda | Journal of Family Business Strategy | 2016 | Nitel |
| 14 | Examining employment relationship activities in family business research | Journal of Family Business Management | 2016 | Nitel |
| 15 | Sex and Gender in Family Business Succession Research: A Review and Forward Agenda From a Social Construction Perspective | Family Business Review | 2017 | Nitel |
| 16 | Financing Decisions in Family Businesses: A Review and Suggestions for Developing the Field | Family Business Review | 2017 | Nicel |
| 17 | Research on innovation in family businesses: are we building an ivory tower? | Journal of Family Business Management | 2017 | Nitel |
| 18 | OPEN INNOVATION A Literature Review and Recommendations for Family Business Research | Routledge Companion to Family Business | 2017 | Nitel |
| 19 | Sustainable entrepreneurship: another avenue for family business scholarship? | Journal of Family Business Management | 2017 | Nitel |
| 20 | Innovation and Family Business Research A Review and Future Directions | Routledge Companion to Family Business | 2017 | Nitel |
| 21 | Family Business in Latin America The Case of Mexico | Routledge Companion to Family Business | 2017 | Nitel |
| 22 | A Review of the Academic Literature on Family Business in Spanish | Routledge Companion to Family Business | 2017 | Nitel |
| 23 | Long-Term Orientation Reviewing the Past and Identifying Future Opportunities for Family Business Research | Routledge Companion to Family Business | 2017 | Nitel |
| 24 | Moderating effect of absorptive capacity on the entrepreneurial orientation of international performance of family businesses | Journal of Family Business Management | 2018 | Nicel |
| 25 | Factors Influencing Family Business Continuity in Indian Small and Medium Enterprises (SMEs) | Journal of Family and Economic Issues | 2018 | Nicel |
| 26 | Managing Family-Related Conflicts in Family Businesses: A Review and Research Agenda | Family Business Review | 2020 | Nitel |
| 27 | Intrafamily Conflicts in Family Businesses: A Systematic Review of the Literature and Agenda for Future Research | Family Business Review | 2020 | Nitel |
| 28 | A systematic literature review on family business: insights from an Asian context | Journal of Family Business Management | 2020 | Nitel |
| 29 | Family business research: Reviewing the past, contemplating the future | Journal of Family and Economic Issues | 2021 | Nitel |
| 30 | Over My Dead Body: Wives' Influence in Family Business Succession | Family Business Review | 2021 | Nitel |
| 31 | Generations in Family Business: A Multifield Review and Future Research Agenda | Family Business Review | 2022 | Nitel |

Türkiye'deki Aile İşletmelerini Konu Alan Akademik Literatür: Sistemik İnceleme ve Analiz

| | | | | |
|----|--|-------------------------------------|------|-------|
| 32 | IPO in family business: A systematic review and directions for future research | Journal of Family Business Strategy | 2022 | Nitel |
| 33 | When Family Business Meets Social Enterprise: An Integrative Review and Future Research Agenda | Family Business Review | 2022 | Nitel |
| 34 | Social Capital in the Family Business Literature: A Systematic Review and Future Research Agenda | Family Business Review | 2022 | Nitel |

Atıf/Citation:

Oğan, E. ve Çetiner, N. (2024). Sessiz İstifa Kavramına Yönelik Bir Bibliyometrik Analiz. *Dokuz Eylül Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi*, 25(1): 203-221. <https://doi.org/10.24889/ife.1438769>

SESSİZ İSTİFA KAVRAMINA YÖNELİK BİR BİBLİYOMETRİK ANALİZ

Ela OĞAN* ve Nurcan ÇETİNER**

ÖZ

Dünya çapında yaşanan Covid-19 salgını sonrasında gündeme gelen; “fiziksel olmasa dâhi zihinsel anlamda işten ayrılmak” olarak ifade edilen sessiz istifa kavramı ile ilgili çalışmalar yönetim alanyazınında sıklıkla araştırılmaktadır. Bu araştırmanın amacı, sessiz istifa ile ilgili yayımlanan makalelerin bibliyometrik analiz yöntemi ile incelenmesidir. Söz konusu amaç doğrultusunda, Web of Science veri tabanında yer alan ve dâhil etme ölçütlerini karşılayan 22 makale üzerinde VOSviewer programı kullanılarak bibliyometrik analizler gerçekleştirilmiştir. Bu kapsamda sessiz istifa kavramını ele alan çalışmalarda yıl, ülke, yazar ve atıf durumlarına ilişkin betimsel analizler gerçekleştirilmiştir. İlgili çalışmalarda anahtar sözcük, ortak yazarlık, kurum ve ortak atıflar için ise kelimelere dayalı ağ haritalama ve kümeleme tekniği kullanılmıştır. Araştırma bulguları yönetim alanında güncel konulardan biri olan sessiz istifa kavramı ile ilgili alanyazındaki gelişim ve yönelimi yansıtmaktadır. Araştırma bulguları, iş-yaşam dengesini kuramama, tükenmişlik ve motivasyon eksikliğinin sessiz istifaya neden olduğunu göstermektedir. Bunun yanı sıra sessiz istifa davranışının örgütlerde düşük düzeyde performans, düşük örgütsel bağlılığa, tatminsizliğe ve işten ayrılmalara neden olduğu görülmektedir. Araştırmalarda, örgütte sessiz istifa davranışının önlenmesi için çalışma şartlarının iyileştirilmesinin, fazla iş yükünün azaltılmasının, esnek çalışma koşullarının düzenlenmesinin ve motivasyonu artırıcı yeni örgüt kültürünü geliştirmenin önemli olduğu vurgulanmaktadır. Bu araştırmanın; gelecekte yapılması düşünülen çalışmalara, ilgili alanyazında olası boşlukları belirleyebilmesi ve yön verebilmesi bakımından katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Sessiz İstifa, Bibliyometrik Analiz, Web of Science.

Jel Kodu: M10, M12, D23

A BIBLIOMETRIC ANALYSIS ON THE CONCEPT OF QUIET QUITTING

ABSTRACT

Coming to the agenda after the worldwide Covid-19 epidemic; Studies on the concept of quiet quitting, which is defined as “leaving the job mentally, if not physically”, are frequently researched in the management literature. The purpose of this research is to examine the articles published on quiet quitting using the bibliometric analysis method. For this purpose, bibliometric analyses were carried out using the VOSviewer program on 22 articles in the Web of Science database that met the inclusion criteria. In this context, descriptive analyses were carried out regarding year, country, author and citation status in studies dealing with the concept of quiet quitting. In related studies, word-based network mapping and clustering techniques were used for keywords, co-authorship, institution and common citations. The research findings reflect the development and trend in the literature on the concept of quiet quitting, which is one of the current issues in the field of management. Research findings show that inability to establish work-life balance, burnout and lack of motivation cause quiet quitting. In addition, it is seen that quiet quitting behavior causes low performance, low organizational commitment, dissatisfaction and turnover in organizations. Research emphasizes that it is important to improve working conditions, reduce excessive workload, organize flexible working conditions and develop a new organizational culture that increases motivation in order to prevent quiet quitting behavior in the organization. This research; It is thought that it will contribute to future studies in terms of identifying and guiding possible gaps in the relevant literature.

Keywords: Quiet Quitting, Bibliometric Analysis, Web of Science.

Jel Codes: M10, M12, D23

* Dr. Öğr. Üyesi, Artvin Çoruh Üniversitesi, Arhavi Meslek Yüksekokulu, Büro Hizmetleri ve Sekreterlik Bölümü, Artvin, Türkiye. E-posta: eladiguzel@artvin.edu.tr, <https://orcid.org/0000-0001-5491-771X>

** Öğr. Görevlisi, Dr. Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi, Kazım Karabekir Meslek Yüksekokulu, Büro Hizmetleri ve Sekreterlik Bölümü, Karaman, Türkiye. E-posta: nurcancetiner@kmu.edu.tr, <https://orcid.org/0000-0002-0108-5849>

1. GİRİŞ

Sessiz istifa, örgütlerde işin gerektirdiği görevler çerçevesinde kalınarak daha fazlası için çaba göstermemek olarak ifade edilebilmektedir. Sessiz istifa, daha önceleri örgütlerde zaman zaman karşılaşılan bir davranış olsa da küresel Covid-19 salgını sırasında ve sonrasında giderek yaygın hale gelmiştir. Salgınla birlikte değişen çalışma koşullarıyla çalışanların iş sürelerini ve yükünü tekrar sorgulayarak çalışanları iş ve sosyal hayat arasında denge kurma arayışına yöneltmiştir. Bu arayışa bir çözüm olarak çalışanların, fiziksel olmasa da mental açıdan işlerini sessizce terk ettikleri görülmektedir. Sessiz istifa kavramı her ne kadar salgın tarafından tetiklenmiş olsa dâhi davranışın temelinde yatan gerçek nedenlerinin farklı unsurlar olduğu bilinmektedir. Diğer bir ifadeyle değişen çalışma koşullarıyla birlikte değişen bakış açıları, örgüt iklimini ve kültürünü de değiştirmektedir. Bu nedenle çalışanların iş hayatındaki gereksinimleri değişmekte ve karşılanmadığında farklı örgütsel davranışlar ortaya çıkabilmektedir.

Örgütlerde sessiz istifanın çalışanların, fazla iş yükü, tatmin etmeyen çalışma koşulları gibi bazı nedenlerle iş-yaşam dengesini sağlayamamasına karşı bir tepki olarak ortaya çıktığı belirtilmektedir (Galanis vd., 2024a). İş hayatında stresi arttıkça çalışma şevki daha aşağı seviyelere düşen işgörenlerin, işleriyle olan bağları zayıflayarak fiziksel veya mental olarak kopabilmektedir (Anand vd., 2023). Böylece iş hayatında mutsuzluk, tatminsizlik, işe yabancılaşma, hayal kırıklığı ve nihayetinde işten ayrılmalar, sessizce işi terk etme ortaya çıkmaktadır (Esen, 2023; Formica ve Sfodera, 2022). Arneja ve Gilardino (2023), yaptığı işin finansal açıdan tatmin etmediğini düşünen işgörenlerin, işlerinin gerektirdiği sorumlulukları en alt düzeyde yaparak sessiz istifa davranışını sergilediklerini belirtmektedir. Yerine getirilen görevlerin değerli görülmemesi, çalışanların ekstra iş yapma motivasyonunu düşürmektedir (Forrester, 2023; Galanis vd., 2024b). İşyerinde işgören performansının yeterince ödüllendirilmemesi yine diğer bir sebep olarak belirtilmektedir (Scheyett, 2022). İş hayatında işgörenlerin yakındığı bir başka konu zaman yetersizliğidir. Bu sebeple işgörenler, iş-yaşam dengesini sağlayamama ve destek eksikliği nedeniyle kendi görevleri dışında kalan iş görevlerinden vazgeçmektedir (Arneja ve Gilardino, 2023). Bunun yanı sıra değişen iş hayatı ve çalışan profilinin de örgütlerde sessiz istifayı tetiklediği ifade edilmektedir (Mamona, 2022). Görüldüğü gibi alanyazında sessiz istifayla ilgili çalışmalara bakıldığında farklı ancak birbiriyile bağlantılı nedenlerden ve sonuçlardan bahsedilmektedir. Söz konusu çalışmaların ayrıntılarını net biçimde ortaya çıkarabilmek kavramın gelişmesine ve örgütlerde istenmeyen bir davranış olarak önlenmesine ihtiyaç duyulmaktadır. Bu düşünceden yola çıkılarak sessiz istifa kavramıyla ilişkisi olan unsurların ortaya çıkarılmasının örgütsel davranış boyutuyla konuyu ele alınmasını kolaylaştırması beklenmektedir. Çalışmada örgüt açısından önemli olan pek çok kavramla ilişkili olan sessiz istifa davranışı ile ilgili olarak günümüze kadar yayımlanan çalışmaların bibliyometrik analiz yöntemi ile incelenmesi amaçlanmıştır.

Araştırma konusunun belirlenmesinde alanyazında çalışanların sessiz istifa davranışı ile ilgili gerçekleştirilen araştırmaları bibliyometrik açıdan inceleyen herhangi bir çalışmaya rastlanılamaması, önemli bir etken olarak kabul edilmiştir. Araştırma doğrultusunda kavramın bibliyometrik açıdan analizi ile elde edilecek bulguların ilerleyen zamanlarda gerçekleştirilmesi planlanan çalışmalar için araştırmacılara rehberlik edeceği ve böylece alanyazına katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Gerçekleştirilen bu çalışmayla sessiz istifa davranışı üzerine araştırma yapmak isteyenlere konu ile ilgili okumaya nereden başlayacakları, konuyu ele alan

önemli yayınları, sık kullanılan anahtar kelimeleri ve bu anahtar kelimeler ışığında konu ile ilgili incelenmemiş değişkenlerin hangisi olduğu konusunda ışık tutacağı ve bu yönüyle alanyazındaki boşlukları doldurmaya katkı sağlayarak, alanyazına yeni girmiş olan sessiz istifa kavramının çok boyutlu olarak incelenebilmesinde yardımcı olacağı düşünülmektedir. Araştırmada amaçları doğrultusunda ise sessiz istifa kavramı çalışmalarının yıllar içerisinde gelişimi nasıldır? Sessiz istifa kavramı ile ilgili en üretken yazarlar kimlerdir? Sessiz istifa kavramı ile ilgili en çok atıf alan çalışmalar hangileridir? Sessiz istifa kavramı çalışmalarının yapıldığı en etkili ülkeler hangileridir? Sessiz istifa kavramı ile ilgili ortak yazarlık durumlarının ilişki ağı nasıldır? Sessiz istifa kavramı ile ilgili anahtar sözcük ilişki ağı ve tematik kümeleri nelerdir? Sessiz istifa kavramı çalışmalarının yapıldığı kurumlar hangileridir? Sessiz istifa kavramı çalışmalarında ortak atıf dağılımının ilişki ağı nasıldır? sorularına yanıt aranmaya çalışılmaktadır.

2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

2.1. Sessiz İstifa Kavramına Genel Bakış

Sessiz istifa, çalışanın işteki memnuniyetsizliği neticesinde işinin gereklerini minimum düzeyde gerçekleştirerek görev alanı kapsamından çıkmayıp bir anlamda zihninde “sessizce işini terk etmesi” olarak ifade edilmektedir. Burada ifade edildiği gibi işini sessizce bırakan çalışanın işyerindeki bazı olumsuzluklar nedeniyle işine olan bağlılığını ve motivasyonunu kaybettiği söylenebilir. Bu nedenle sessiz istifanın kavram olarak ortaya çıkışının örgütsel davranış alanı için yeni olmadığı bilinmektedir (Cholteeva, 2022). Diğer bir ifadeye sessiz istifa, gizli de olsa örgütte var olan bir durum olarak karşımıza çıkmaktadır. Rosse ve Hulin (1985), bazı çalışanların işini fiziksel olarak bırakmak yerine işleriyle aralarına sınır koymalarıyla ilgili olan “geri çekilme davranışı” benimsediklerinden bahsetmiştir. Bununla birlikte Kahn (1990), çalışmada çalışanların işten ayrılma davranışlarının fiziksel olduğu gibi zihinsel olabileceğini de ifade etmiştir. Sessiz istifanın kavramsallaşmasında ise 2009 yılında Texas AveM’de düzenlenen bir ekonomi konferansında ekonomist Mark Boldger’in öncülük ettiği söylenebilir (Arnet, 2022; Çalışkan, 2023; Formica ve Sfodera, 2022; Yıkılmaz, 2022). Teknolojideki gelişmeler sosyal hayata ve iş hayatına değişimi getirirken; yetişen bir kuşakta da farklı düşünce ve değerleri ortaya çıkarmaktadır. Teknolojiyle büyüyen dolayısıyla hayatını daha hızlı, daha çeşitli biçimde yaşayan ve en nihayetinde iş hayatına atılan yeni kuşak aynı performansını işte de göstermek istemektedir. Z kuşağı diye adlandırılan yeni kuşak, çok çalışmaktan ziyade yeterince ve akıllı çalışmayı tercih etmektedir (Cohen, 2022; Karavelioğlu vd., 2023). 2021 yılına gelindiğinde Çin’in zorlu iş hayatına tepki olarak özellikle yeni kuşak çalışanların “tang ping” olarak ifade ettiği “düz yatma” hareketiyle yayıldığı görülmektedir (Foster, 2022).

Covid-19 pandemisi sırasında ve sonrasında gündeme gelen finansal zorluklar, iş-yaşam dengesindeki aksamalar gibi nedenlerle “büyük istifa” dalgası gerçekleşmiş, pek çok çalışan işinden ayrılmış veya ayrılmak zorunda kalmıştır. Özellikle sağlık çalışanlarının iş yükündeki artış ve riskler neticesinde pek çok çalışanın büyük istifa dalgasına kapıldığı söylenebilir (Galanis vd., 2024b). Küresel salgının, çalışma hayatında farklı bakış açılarının gündeme getirdiği doğrudur. 2022 yılında bir sosyal medya platformu olan Tiktok’ta Zaid Khan isimli bir çalışanın “işiniz hayatınız demek değildir” sözleri adeta bir slogan gibi yayılmaya başlamıştır. Khan, işin fiziksel olarak bırakılmasa dâhi gerektirdiklerinden fazlasının yapılmasından öteye geçilemeyerek sessizce bırakılabileceğini ortaya atmıştır. Bir anlamda koşuşturma kültürüne bir

Sessiz İstifa Kavramına Yönelik Bir Bibliyometrik Analiz

tepki biçiminde işini fiziksel anlamda bırakamayanların gösterdiği bir davranış olarak ifade edilen “sessiz istifa” (Quiet Quitting-QQ) daha sonraları ise fazla iş yükü, düşük bağlılık ve düşük düzeyde motivasyon nedeniyle bir çözüm niteliğinde ortaya çıkarak literatüre kazandırılmıştır (Morrison-Beedy, 2022; Scheyett, 2022).

Sessiz istifa (QQ) kavramı alanyazında, bazen koşuşturma kültürüne bir tepki biçiminde bazen de algılanan olumsuz iş koşullarının bir sebebi olarak ortaya çıkmaktadır (Atalay ve Dağıstan, 2023; Galanis vd., 2023; Karrani vd., 2023). Sessiz istifa kavramının literatüre kazanımının ardından uluslararası alan endekslerinde çalışmalar hız kazanarak özellikle kavramın yeni olması nedeniyle tanımlanması, ortaya çıkmasına öncülük eden unsurlara ve sebebiyet verdiği durumlara odaklanıldığı söylenebilir (Formica ve Sfofera, Galanis vd., 2023; 2022; Scheyett, 2022). Campton vd. (2023) sessiz istifayı, çalışanın işine köle olmayı reddetmesi olarak tanımlamaktadır. Bu anlamda QQ, fazla iş yükü sebebiyle kişinin özel hayatına yeterince zaman ayıramaması, mesai dışında işiyle ilgili etkileşimde olma zorunluluğu, iş-yaşam dengesizliği gibi durumlar karşısında işinin altında ezilmesine tepki olarak geliştirdiği bir davranış olarak bahsedilmektedir. Diğer taraftan çalışanın algıladığı olumsuz çalışma hayatı; yöneticiler tarafından yeterince değerli görülmemesi, finansal yetersizlikler, kariyer fırsatlarındaki yoksunluklar, iş-yaşam dengesini kuramama ve aşırı iş yükü, çalışanlarda isteksizlik, tükenmişlik yaratarak görevlerini sadece yeterli olduğu kadarıyla yapmalarını gündeme getirmektedir (Boy ve Sürmeli, 2023; Forrester, 2023; Liu-Lastres vd., 2024). 21. Yüzyılda ortaya çıkan teknolojik yenilikler, küresel salgın ve diğer gelişmelere bağlı olarak bakış açıları değişerek çalışma hayatında farklı iş modellerini yaygınlaştırmaya başlamıştır. Söz konusu gelişmelerin yanı sıra iş hayatına atılan Z kuşağının işe bakışının iş yapma biçimleriyle ilgili değişimi tetiklediği söylenebilir (Mamona, 2022). Arar vd. (2023) sessiz istifayı: Sosyal Mübadele Teorisi, Kaynakların Korunması Teorisi ve Kuşaklar Teorisi olmak üzere üç teoriye dayandırarak açıklamaktadır. Kaynakların korunması teorisi, örgüt içindeki her türlü kaynağı değerli sayar. Bununla birlikte örgütteki kaynak kayıplarının birer tehdit unsuru olduğunu savunur (Hobfoll ve Schumm, 2009). Bu nedenle kaynakları kısıtlayan çevresel faktörlerin bilinmesi son derece önemlidir (Hobfoll vd., 2016). Sosyal mübadele yaklaşımında bireysel davranışlar, beklenti ve karşılıklılık temellerine dayanmaktadır (Kahn, 1990; Saks, 2006). Kuşaklar teorisi ise, bir toplumda bireylerin benzer karakteristik özelliklere sahip olmasının kuşak oluşumuna etki ettiğini savunmaktadır (Mannheim, 1952). Bireylerin doğum yılları, yaşı ve kritik gelişim aşamaları gibi önemli kişisel unsurlarında pek çok özelliğin paylaşılması, aynı kuşak grubunda yer alma durumunu gösterebilir (Kupperschmidt, 2000). Yenilik ve değişim birbirini tanımlayan iki kavram olarak biri ortaya çıktıkça diğerinin tetiklenmesi de kaçınılmazdır. Çalışma koşullarının, yeniliklerle ve yeni fikirlerle şekilleneceği ortadadır. Öyleyse örgütsel davranış alanında ortaya çıkan sessiz istifa kavramının ortaya çıkışına neden olan faktörlerin doğru biçimde tanımlanmasının örgütsel bir soruna neden olmasını önlemek adına çözümlerin geliştirilmesine katkı sağlaması beklenmektedir.

2.2. Web of Science (WoS) Veri Tabanı ve Alanyazın Taraması

WoS veri tabanının, bilim dünyasının en eski, deneyimli, pratik ve güvenilir veri tabanlarından biri olması araştırmada tercih nedenidir. Çünkü veri tabanına erişimin kolay olması, dergi etki faktörlerinin potansiyeli; bibliyometrik analizlerin uygulanmasına yönelik uygun dosya türünün oluşturulması ve böylece amaca hizmet etmesi açısından önemli

görülmektedir (Gürler, 2021). Dolayısıyla sessiz istifa kavramıyla ilgili bu çalışma, Web of Science (WoS) veri tabanı kapsamında ele alınmıştır.

Sessiz istifayla ilgili günümüze kadar yapılmış olan çalışmaların 2022 yılı ve sonrasında yoğunlaştığı göze çarpmaktadır ve 22 çalışmaya rastlanılmaktadır. Yapılan çalışmaların yukarıda da belirtildiği gibi daha çok kavramın tam ve net tanımının yapılmasına, örgütte kavrama neden olan öncü unsurların ortaya çıkarılmasına ve yine örgütte ne gibi etkilere sebep olduğuna odaklanıldığı görülmektedir. WoS’da yer alan çalışmalardaki tanımların genel olarak çalışanın iş-yaşam dengesini korumak amacıyla işle ilgili görevlerini en düşük seviyede gerçekleştirmesiyle ilgili olduğu göze çarpmaktadır. Tanımlarda yer alan işi bırakma davranışının zihinsel süreçlerde gerçekleştiği ve bilinçli şekilde yapıldığı belirtilmektedir. Kavramın tanımında öne çıkan diğer husus; fazla iş yükü, finansal zorluklar, kariyer fırsatlarının verilmemesi gibi olumsuz algılanan çalışma koşulları nedeniyle motivasyonun azalması ve işle arasına sınır koyma olarak belirtilmektedir. Sessiz istifa çalışanın, iş-yaşam dengesini kaybetme, ekonomik zorluklar ve diğer olumsuz örgüt iklimi nedeniyle işteki görevlerinin dışına çıkmayarak ilâve bir çabadan kaçınma olarak tanımlanabilir. Yapılan çalışmalar daha çok sessiz istifanın bilinçli bir davranış olması nedeniyle örgütte tepki olarak ortaya çıktığını göstermektedir. Bu nedenle sessiz istifanın tanımlarında “tepki”, “çözüm”, “savunma” gibi davranışlarla birlikte ifade edilmektedir. Yapılan araştırmalara göre örgütlerde sessiz istifa (QQ) davranışına en çok tükenmişlik, iş-yaşam dengesini kuramama, finansal yoksunluk, destek eksikliği, stres, kariyer imkânlarında yoksunluk, düşük düzeyde örgütsel bağlılık, tatminsizlik, psikolojik sözleşmeye uyulmaması, psikolojik güven eksikliği ve hiyerarşik yapı gibi unsurların tetiklediği söylenebilir (Atalay ve Dağistan, 2023; Boy ve Sürmeli, 2023; Forrester, 2023; Hamouche vd., 2023). Böylece örgütte sessiz istifanın yanı sıra fiziksel olarak işi bırakma yani iş-gücü devri artmakta, örgüt ikliminde mutsuzluk, örgüt kültüründe yozlaşma, işe bağlılıkta azalma özellikle duygusal bağlanmada düşüş, iş performansında azalma gibi etkiler meydana gelmektedir. Söz konusu nedenlerin ve etkilerin dikkate alınmaması neticesinde sessiz istifa dalgasının; yetişen kuşağın iş hayatına daha çok dâhil olması, teknolojideki yenilikler ve değişen bakış açılarıyla her geçen gün yayılarak genişleyeceği öngörülmektedir. Bu nedenle yapılan çalışmalarda da örgüt ikliminin iyileştirilmesi, geliştirilmesi, yeterli fırsatların verilmesi ve iyi liderlik yapılması önerilmektedir. WoS veri tabanında ilgili alanyazında yer alan çalışmalarla konunun daha net anlaşılması amacıyla Tablo.1’de özetlenmektedir.

Tablo 1. Web of Science (WoS) Veri Tabanında İlgili Alanyazın

| Kaynak | Tanım | Öncül | Etkileri | Çözüm Önerileri | Metodoloji |
|----------------------------|---|---|--|---|------------------------------|
| Anand vd. (2023) | Çalışanın düşük motivasyon düzeyinden dolayı işle ilgili bağlantısını yavaş yavaş koparmasıdır. | Tükenmişlik Stres Motivasyon düşüklüğü | Sessiz istifa İşten ayrılma | Çalışanlar için gelişim fırsatları, hedef ve beklentilerin netleştirmek. Örgütsel bağlılığı artırmak. | Nitel Anket Görüşme |
| Arneja ve Gilardino (2023) | Çalışanın, kendi görevinin dışındaki iş görevlerinden vazgeçmesidir. | Finansal nedenler Zaman yetersizliği Destek eksikliği Meslekî duyarsızlaşma Meslekî yeterlilik duygusunda azalma İş-yaşam dengesizliği | Örgüt kültüründe yozlaşmalar Sessizce işten ayrılma | Finansal teşvik Etkili liderlik Çalışma zamanlarını düzenlemek | Nitel Doküman İnceleme |

Sessiz İstifa Kavramına Yönelik Bir Bibliyometrik Analiz

| | | | | | |
|---------------------------|--|---|---|--|---|
| Atalay ve Dağıstan (2023) | İşlerin asgari düzeyde yapılması ve çalışanın fiziksel olarak işte olup zihinsel olarak işten kopmak. | Maddi ve manevi ödüllendirilmeme Değersiz hissetme Stres Tükenmişlik | İşe bağlılığın azalması İşten sessizce ayrılma | Motivasyon faktörlerini belirleyerek memnuniyeti ve bağlılığı artırmak. | Nitel Doküman İnceleme |
| Boy ve Sürmeli (2023) | Çalışanın, iş-yaşam dengesini korumak amacıyla yeteri kadar görevde yer almasıdır. | İş-yaşam dengesizliği Tükenmişlik | İşten ayrılma Sessiz istifa Bağlılıkta azalma | Kaliteli hizmetler için örgüt kültürünü geliştirmek. Katılımı teşvik etmek. Takdir edilmek, esneklik ve özerklik sağlamak. | Nitel Doküman İnceleme |
| Esen (2023) | İşine olan coşkusunu, hedeflerini ve motivasyonunu kaybederek çaresizce sadece yeteri seviyede işlerini yerine getirmek. | Değersizlik Mutsuzluk Çaresizlik | İşe yabancılaşma | Kariyer imkânları sağlamak. Destekleyici örgüt iklimi yaratmak. | Nitel Görüşme |
| Formica ve Sfodera (2022) | Çalışanın, iş amaçlarını temel düzeyde gerçekleştirmesidir daha derin amaçları için ekstra çaba harcamamasıdır. | Düşük düzeyde örgütsel bağlılık İş-yaşam dengesizliği | Mutsuzluk Memnuniyetsizlik | İş-yaşam dönüşümünü gerçekleştirmek. | Nitel Görüşme Tekniği |
| Forrester (2023) | Yeterince takdir edilmeyen görevleri yerine getirmemek. | İş-yaşam dengesizliği Tükenmişlik | Sessizce işten ayrılma | Destekleyici örgüt iklimini geliştirmek. | Nitel Doküman İnceleme |
| Galanis vd. (2023) | İşle ilgili tutkusunu kaybeden çalışanların mümkün olduğunca az çalışmasıdır. | Mesleki tükenmişlik Memnuniyetsizlik Tatminsizlik | İşten ayrılma Sessizce işten ayrılma | İş tükenmişliğini önlemek. Sessiz istifa bilincinde olmak. Örgüt kültürünü geliştirmek. | Nitel Anket ve Görüşme Tekniği |
| Galanis vd. (2024a) | Çalışanın, iş yükünün altında ezilmemek için geliştirdiği bir çözüm olarak iş sorumluluklarını en az seviyede yerine getirmesidir. | Örgütsel destek eksikliği Tatminsizlik Tükenmişlik İş yükü fazlalığı | İşten ayrılma Sessizce işten ayrılma | Personel sayısını artırmak. Esnek çalışma saatleri uygulamak. Örgütsel destek ve güven sağlamak. | Nitel Anket Tekniği |
| Galanis vd. (2024b) | Görev ve sorumluluklarda daha az performans göstermek. | Sessizce işten ayrılma Tükenmişlik | İşten ayrılma niyeti | Çalışma koşullarını iyileştirmek. | Nitel Anket Tekniği |
| Hamouche vd. (2023) | Çalışanların, iş-yaşam dengesini sağlamaya yönelik bir ihtiyaçtır. | İş-yaşam dengesini koruyamama Motivasyon eksikliği İş tatminsizliği | Belirsizlik Tatminsizlik | Yönetici eğitimleriyle farkındalık oluşturmak. Çalışanların memnuniyetlerini ölçme ve önlemler almak. İş-yaşam dengesini sağlamaya yönelik politikalar oluşturmak. | Nitel Doküman İnceleme |
| Kang vd. (2023) | Çalışanın sadece görev tanımı çerçevesinde işleri yürüterek ek işler yapmamasıdır. | Finansal sorunlar Uzun çalışma saatleri İş yükü fazlalığı | Sessiz işten ayrılma | Çalışma koşullarını iyileştirmek. | Nitel Kavram Analizi |

Ela OĞAN ve Nurcan ÇETİNER

| | | | | | |
|-------------------------|---|---|--|--|------------------------------|
| Karrani vd. (2023) | Çalışanın psikolojik sözleşme ihlâline karşılık olarak verdiği kişisel ve psikolojik bir tepkidir. | Psikolojik sözleşme ihlâli Tatminsizlik | İşten ayrılma Sessiz istifa | Örgüt kültürünü geliştirmek Memnuniyetsizlikleri belirlemek. İş-yaşam dengesini sağlamaya yönelik tedbirler almak. | Nitel Anket Tekniği |
| Korman (2023) | Sadece kendisine belirtilen iş görevlerini yerine getirmesi, bundan fazlasını yapmamasıdır. | Kişisel refah ve aile ilişkilerine öncelik verme Psilosibin kimyasalını içeren ilaç kullanımı | Fazla çalışmayı istememe | Psilosibin kimyasalını içeren ilaç kullanımının denetim altına almak. | Nitel İlişkisel Tarama |
| Lawless (2023) | İşteki gereklilikleri minimum seviyede karşılayarak çalışmak. | Finansal nedenler Aşırı iş yükü Tükenmişlik | Hayal kırıklığı Sessizce işten ayrılma | Meslek standartlarını belirlemek. Çalışma koşullarını iyileştirmek ve verimliliği artırmak. | Nitel Doküman İnceleme |
| Liu-Lastres vd. (2024) | Çalışanın, bilinçli şekilde işle ilgili performansını azaltmasıdır. | İş-yaşam dengesini koruyamama Tükenmişlik Liderlik anlayışı Değersizleştirilme Kariyer fırsatlarının yetersizliği | İşle ilgili motivasyonun azalması Sessiz işten ayrılma Düşük düzeyde performans gösterme | Kişi-örgüt uyumunun, iş esnekliğinin ve çalışanların refahının artırılması | Nitel Doküman İnceleme |
| Lu vd. (2023) | Çalışma koşullarının iyileştirilmemesi nedenleriyle çalışanın zihinsel anlamda sessizce işini bırakmasıdır. | Aşırı iş yükü Finansal zorluklar Kariyer imkânları | Düşük bağlılık Tatminsizlik Tükenmişlik İşten ayrılma niyeti | Psikolojik güçlendirme Retken bir çalışma ortamı yaratmak. | Nitel Anket |
| Scheyett (2022) | Çalışanın kendisinden beklenenin ötesine geçmeyecek performansı göstermesidir. | Tükenmişlik İş-yaşam dengesini kuramama. | İstifa Sessiz istifa | Ödüllendirmek. Kariyer fırsatları sunmak. | Nitel Doküman İnceleme |
| Serenko (2023) | Çalışanların, işteki faaliyetlerini kasıtlı olarak sınırlandırmasıdır. | Zayıf motivasyon Tükenmişlik Değersizleştirilme | Sessizce işten ayrılma | Bilgi paylaşımını ve etkileşimi artırmak. Verimliliğe yönelik yenilik yapmak. Özellikle yüksek performans gösteren çalışanlara odaklanmak. | Nitel Doküman İnceleme |
| Tsemach ve Barth (2023) | İşin gerekliliklerinin ötesinde çaba göstermemek. | Tükenmişlik Düşük örgütsel bağlılık | Sessizce işten ayrılma | Etkili liderlik. Yeni iş kültürünü oluşturmak. Örgütsel bağlılığı artırmak. | Nitel Anket Tekniği |
| Xueyun vd. (2023) | Çalışanın kendine verilen görevle ilgili sınırlı bağlılık göstermesidir. | İş-yaşam dengesini koruyamama Kariyer fırsatlarından yoksunluk Örgütsel destek eksikliği | Tükenmişlik Bağlılıkta azalma Sessizce işten ayrılma İşi bırakma | Katılımı ve bağlılığı artırmak. | Nitel Anket Tekniği |
| Zuzelo vd. (2023) | Çalışanların işle ilgili çabaları oldukça kısıtlayarak temel düzeyde ve gerekli olanları yapmasıdır. | İş-yaşam dengesini koruyamama Motivasyon eksikliği | İşten ayrılma Sessizce işten ayrılma | Çalışan katılımını teşvik etmek. Lider-üye etkileşimi. | Nitel Anket Tekniği |

Kaynak: Yazarlar tarafından oluşturulmuştur.

3. YÖNTEM

Sessiz istifa konusu 2022 yılından bu yana araştırmalara konu olmasına rağmen oldukça yoğun bir çalışma kitlesini yakalamış görünmektedir. Hem ulusal hem de uluslararası alanyazında çok sayıda araştırmacı tarafından ele alınarak özellikle kavramsal açıdan net bir biçimde açıklanmaya çalışılmaktadır. Bu anlamda örgütsel davranışın önemli bir konusu olan sessiz istifa ile ilgili yayımlanan çalışmaların bibliyometrik açıdan incelenerek alanyazına katkı sağlayacağı düşünülmüştür.

Bibliyometrik analiz, VOSviewer gibi bibliyometrik yazılımların analizleri kolaylaştırması ve Scopus ve Web of Science gibi bilimsel veri tabanlarındaki veriyeye erişilebilirlikteki kolaylığa paralel olarak popülerlik kazanmış bir analiz türüdür. Bibliyometrik analiz büyük hacimli verileri anlamlandırma ve haritalama konusunda kullanışlı olup, bilimsel yayınların verilerini değerlendirmek amacıyla sıklıkla tercih edilmektedir (Bell ve Bell, 2002). Bu kapsamda bir araştırma alanı ile ilgili yeni ve anlamlı yol ve yöntemleri belirlemek, alanla ilgili bilgi boşluklarını saptamak, araştırmacıların yeni bilgiler edinebilmeleri konusunda gerçekleştirebilecekleri ve yeni araştırma konularına yönelik fikirler geliştirmelerinde yardımcı olma konularında önemli bir veri sağlamaktadır (Donthu vd., 2021; Yu vd., 2020).

Bibliyometrik analiz yöntemine göre öncelikle veri tabanı belirlenerek konu ile ilgili filtreleme yapılmaktadır. Ardından anahtar kelimeler belirlenerek tarama sürecine geçilmektedir. Sonrasında ise veriler uygun bir programla analiz edilmektedir. Web of Science, uluslararası alanda akademik yayınları araştırmacıların paylaşımına sunan dünyanın sayılı veri tabanları arasında yer almaktadır. Web of Science, *Science Citation Index Expanded* (SCIE), *Social Sciences Citation Index* (SSCI), *Arts & Humanities Citation Index* (A&HCI veya AHCI), *Emerging Sources Citation Index* (ESCI), *Book Citation Index* (BCI) ve *Conference Proceedings Citation Index* (CPCI) veri tabanlarında bulunan kaydı taramaya imkân sağlamaktadır. WoS veri tabanının diğer veri tabanlarına göre dergi etki faktör potansiyeli, pratik ve güvenilir olmasından dolayı tercih edilmiştir. Bu amaçla araştırma verilerine ulaşmak için “*Web of Science Core Collection*” veri tabanından yararlanılmış, tarama sonucu elde edilen veriler bibliyometrik analize tabi tutulmuştur. Analiz sürecinde verilerin görsel haritalarının oluşturulmasında *VOSviewer* analiz programı kullanılmıştır. Veri tabanından elde edilen yayınlar yazar, atıf sayısı, yıllara göre dağılım, yayınların yapıldığı ülke ve anahtar kelime gibi çeşitli parametreler yönünden incelenmiştir.

Bu araştırmada sessiz istifa ile ilgili yayımlanan makalelerin bibliyometrik analiz yöntemi ile incelenmesi amaçlanmaktadır. Araştırma amacı doğrultusunda 25 Ocak 2024 tarihine kadar süreçte Web of Science veri tabanında yayımlanan tüm çalışmalar taranarak derlenmiş olup, bu tarihten sonra yapılan çalışmalar dâhil edilmemiştir. Dolayısıyla araştırma konusu güncel bir konu olduğu için 25 Ocak 2024 tarihine kadar yayımlanan makaleler çalışma kapsamına dâhil edilmiştir. Alanyazın taramasında, ilgili çalışmaları belirlemek amacıyla tek bir anahtar kelime kullanılmıştır. Araştırma başlığında dâhil etme kistası olarak “Quiet Quitting” teması olması belirlenmiştir. Dolayısıyla araştırma verilerin elde edilmesinde “quiet quitting” (sessiz istifa) anahtar kelimesi kullanılarak tarama yapılmıştır. Tarama alanı ise “all fields”, “publication years”, “document type” ve “article” sekmeleri ile daraltılmıştır. Belirtilen kistaslar dâhilinde gerçekleştirilen tarama sonucu 41 çalışmanın olduğu görülmüştür. Tarama sonucu ulaşılan çalışmanın gerçekten “Quiet Quitting” temasına odaklanıldığını test etmek için tüm çalışmalar tekrar gözden geçirilmiş ve 22 çalışmanın dâhil etme kistaslarını karşıladığı için analizler 22

makale üzerinden gerçekleştirilmiştir. Dolayısıyla araştırma Web of Science veri tabanı ve “quiet quitting” ile sınırlı olup, 25.01.2024 tarihi itibarıyla yayımlanmış olan makalelerden oluşmaktadır. Bu doğrultuda Web of Science veri tabanında yer alan toplam 22 makale incelenerek VOSviewer analiz programında ilişki analizi yapılarak görsel haritalar aracılığıyla değerlendirilmiştir.

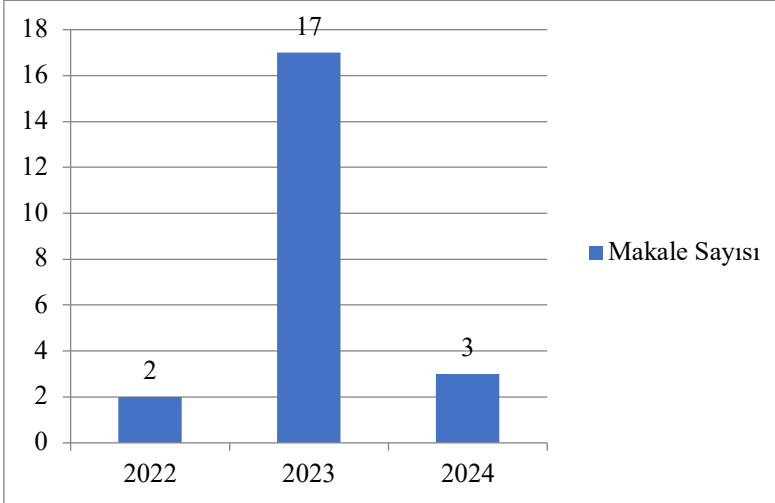
4. BULGULAR

Araştırmanın bulguları iki grupta verilmiştir. Birinci grupta Web of Science (WoS) veri tabanında yer alan çalışmaların yıl, ülke, yazar ve atıf durumlarına ilişkin betimsel analizler yer almaktadır. İkinci grupta ise ilgili çalışmalarda anahtar sözcük, ortak yazarlık, kurum ve ortak atıflar içi ise kelimelere dayalı ağ haritalama ve kümeleme tekniğine ilişkin bibliyometrik analiz sonuçları bulunmaktadır.

4.1. Sessiz İstifa Çalışmalarına İlişkin Betimsel Bulgular

Web of Science (WoS) veri tabanında yer alan çalışmaların yıl, ülke, yazar ve atıf durumlarına göre belirtilen kıstaslar dâhilinde betimsel bulgular elde edilmiştir. WoS veri tabanında yapılan tarama sonucunda listelenen çalışmalara yönelik en üretken dergiler, yayınların yıllara göre dağılımı, en fazla yayın yapan yazarlar, en etkili ülkeler ve en çok atıf alan çalışmalar gibi makalelerin betimleyici analizleri yapılmıştır. İlk olarak çalışma örneklemini oluşturan 22 makalenin yıllar içindeki değişimi ve gelişimi Grafik 1’de gösterilmektedir.

Grafik 1. Sessiz İstifa Çalışmalarının Yıllara Göre Dağılımı



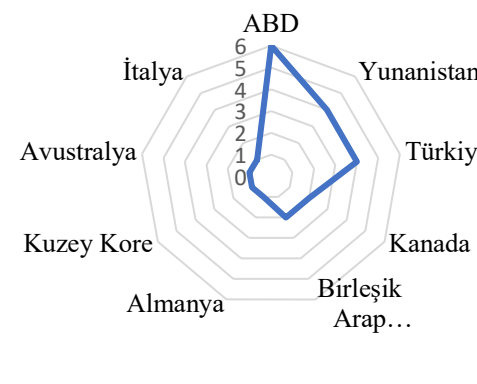
Not: 25 Ocak 2024 tarihine kadar yayımlanan makaleleri kapsamaktadır; n=22

Grafik 1’de görüleceği üzere sessiz istifa konusu ile ilgili yayımlanan ilk makale 2022 yılında yayımlanmıştır. Sonuçlara göre sessiz istifa ile ilgili araştırmaların 2023 yılında önemli bir ivme kazandığı ve 2023 yılının en üretken yıl olduğu görülmektedir. İkinci olarak Tablo 2’de sessiz istifa çalışmalarının ülkelere göre dağılımı yer almaktadır.

Sessiz İstifa Kavramına Yönelik Bir Bibliyometrik Analiz

Tablo 2. Sessiz İstifa Çalışmalarının Ülkelere Göre Dağılımı

| Ülkeler | Makale Sayısı |
|-----------------------------------|---------------|
| Amerika Birleşik Devletleri (ABD) | 6 |
| Yunanistan | 4 |
| Türkiye | 4 |
| Kanada | 2 |
| Birleşik Arap Emirlikleri (BAE) | 2 |
| Almanya | 1 |
| Kuzey Kore | 1 |
| Avustralya | 1 |
| İtalya | 1 |



Tablo 2'ye göre, sessiz istifa konusunda yapılan araştırmalarda Amerika Birleşik Devletleri (ABD), 6 makale ile araştırma yapan ülkeler arasında önde gelen ülkedir. Türkiye ve Yunanistan sessiz istifa konusuna dikkat çeken diğer ülkelerdendir. Üçüncü ve son olarak Tablo 3'te sessiz istifa çalışmalarının yazarları ve atıf sayıları yer almaktadır.

Tablo 3. Sessiz İstifa Çalışmalarının En Fazla Yazar ve Atıf Sayıları

| Yazarlar | Yayın Yılı | Makale Sayısı | Web of Science Atıf Sayısı |
|---------------------------|------------|---------------|----------------------------|
| Formica, S. & Sfodera, F. | 2022 | 1 | 25 |
| Hamouche, S. vd. | 2023 | 1 | 12 |
| Scheyett, A. | 2022 | 1 | 9 |
| Serenko, A. | 2024 | 1 | 6 |
| Zuzelo, P.R. | 2023 | 1 | 3 |
| Boy, Y. & Sürmeli, M. | 2023 | 1 | 3 |
| Galanis, P. vd. | 2023-2024 | 1-2 | 2 |
| Forrester, N. | 2023 | 1 | 2 |
| Lu, M. vd. | 2023 | 1 | 1 |
| Anand, A. vd. | 2023 | 1 | 1 |

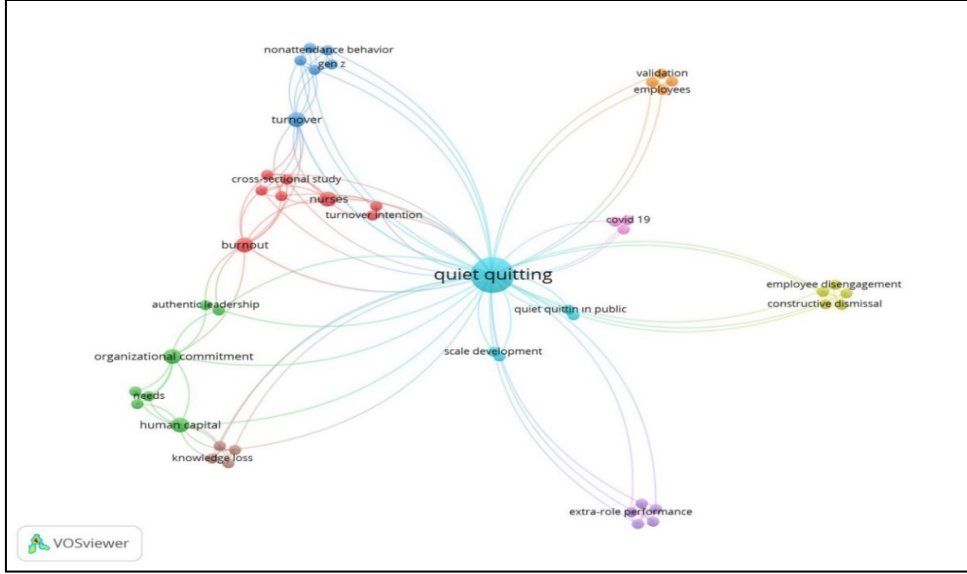
Tablo 3'te en az bir makale ile alana katkıda bulunan ve en az bir atıf almış yazarlar listelenmektedir. Yazarlardan Formica ve Sfodera, sessiz istifa ile ilgili bir makalesi ve söz konusu makaleye yapılan 25 atıf ile en dikkat çeken yazarlar olmuştur.

4.2. Sessiz İstifa Çalışmalarına İlişkin Bibliyometrik Bulgular

Web of Science (WoS) veri tabanında yer alan çalışmaların anahtar sözcük, ortak yazarlık, kurum ve ortak atıflar içi ise kelimelere dayalı ağ haritalama ve kümeleme tekniğine ilişkin bibliyometrik analiz sonucunda elde edilen bulgular yer almaktadır. İlk olarak çalışmalarda en sık kullanılan anahtar kelime haritasını çıkarabilmek için "co-occurrence" analizi

gerçekleştirilmiştir. Burada sessiz istifa ile ilgili yapılan çalışmaların az sayıda olmasından ve tüm anahtar kelimeleri görebilmek adına, anahtar kelimelerin tekrar sayısının alt eşik sınırı bir olarak belirlenmiştir. Söz konusu ölçütü toplamda 47 kelime karşılamış olup, sessiz istifayla ilgili en sık tercih ettiği anahtar kelimelere ait ilişki ağı ve kümeler Grafik 2’de gösterilmektedir.

Grafik 2. Sessiz İstifayla İlgili En Sık Tercih Ettiği Anahtar Kelimeler



Grafik 2 incelendiğinde anahtar kelimeler arasındaki bağlantı ve kümeler görülmektedir. Gerçekleştirilen co-occurrence analizi sonucunda 47 kelime arasında 9 küme oluşmuştur. Kümeler, odaklanılan anahtar kelimelerin kullanım sıklığına göre arttıkça büyümektedir. Tablo 4’te sessiz istifa makalelerinde yazarların ortak olarak kullandığı anahtar kelimelerin tematik kümeleri yer almaktadır.

Tablo 4. Sessiz İstifa Çalışmalarında Ortak Anahtar Kelimelere Göre Tematik Kümeler

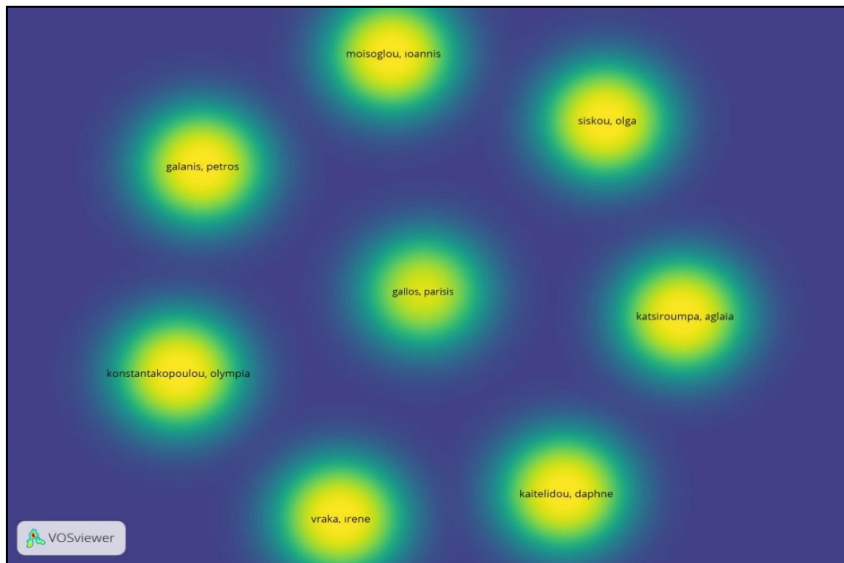
| Anahtar Kelimeler | Occurrence/Oluşum | Anahtar Kelimeler | Occurrence/Oluşum |
|-----------------------|-------------------|---------------------------|-------------------|
| Küme 1 | | Küme 2 | |
| tükenmişlik | 2 | otantik liderlik | 1 |
| hemşireler | 2 | insan sermayesi | 2 |
| ayırılma niyeti | 2 | ihtiyaçlar | 1 |
| kesitsel çalışma | 1 | örgütsel vatandaşlık | 1 |
| Yunanistan | 1 | örgütsel bağlılık | 2 |
| sağlık çalışanları | 1 | amaç | 1 |
| memnuniyet | 1 | değerler | 1 |
| iş yeri | 1 | | |
| Küme 3 | | Küme 4 | |
| z kuşağı | 1 | yapıcı işten çıkarma | 1 |
| büyük istifa | 1 | çalışanın işten ayrılması | 1 |
| devamsızlık davranışı | 1 | İnsan kaynakları politika | 1 |

Sessiz İstifa Kavramına Yönelik Bir Bibliyometrik Analiz

| | | | |
|------------------------|---|---------------------------|---|
| devir | 1 | organizasyon politikası | 1 |
| iş yaşam dengesi | 1 | sessiz ateşleme | 1 |
| işgücü yönetimi | 1 | | |
| Küme 5 | | Küme 6 | |
| ekstra rol performansı | 1 | toplum içi sessiz bırakma | 1 |
| nesiller | 1 | sessiz bırakma | 1 |
| örgütsel vatandaşlık | 1 | sessiz bırakma nedenleri | 1 |
| geri çekilme davranışı | 1 | ölçek geliştirme | 1 |
| iş randevusu | 1 | ölçek doğrulama | 1 |
| Küme 7 | | Küme 8 | |
| çalışanlar | 1 | bilgi kaybı | 1 |
| enstrüman | 1 | sosyal değişim teorisi | 1 |
| ölçek | 1 | büyük yeniden müzakere | 1 |
| doğrulama | 1 | büyük istifa | 1 |
| Küme 9 | | | |
| Covid-19 | 1 | çalışma | 1 |
| kritik | 1 | - | - |

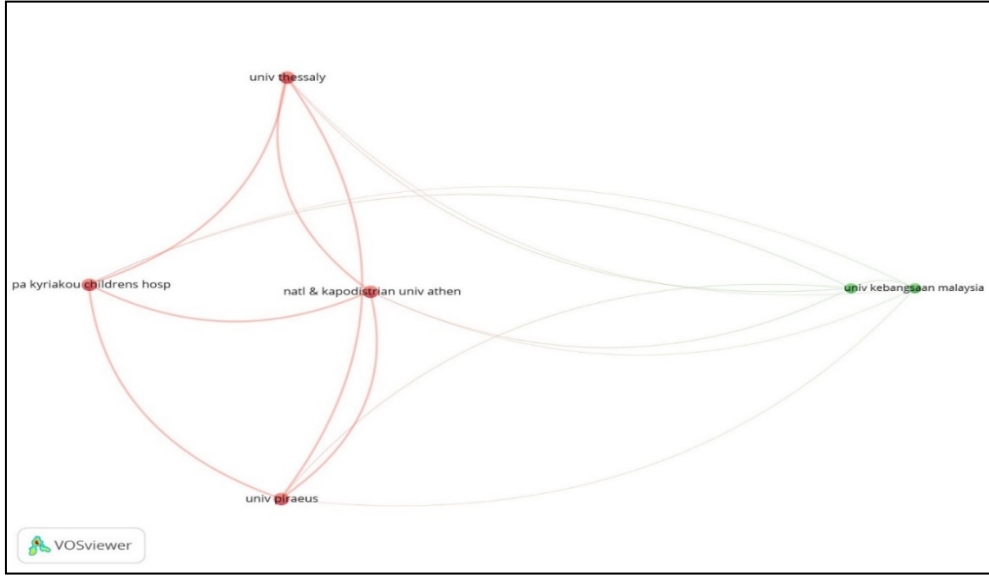
Tablo 4’te görüldüğü üzere yazarların en çok tercih ettiği anahtar kelimelerin tekrar sayısına göre incelendiğinde “tükenmişlik” ve “işten ayrılma niyeti” olduğu görülmüştür. Diğer anahtar kelimeler arasında “memnuniyet”, “bilgi kaybı”, “işe bağlılık”, “çekilme davranışı”, “ekstra rol performansı”, “işgücü yönetimi” gibi anahtar kelimeler yer almaktadır. Kelimelerden de görüleceği üzere sessiz istifa konusu örgütsel davranış alanında kullanılan pek çok değişkenle ilişkilendirilmiştir. İkinci olarak sessiz istifa ile ilgili yayınları gerçekleştiren yazarların ortak yazarlık durumlarına ilişkin ağ haritası Grafik 3’te gösterilmektedir.

Grafik 3. Sessiz İstifayla İlgili Ortak Yazarlık Analizi

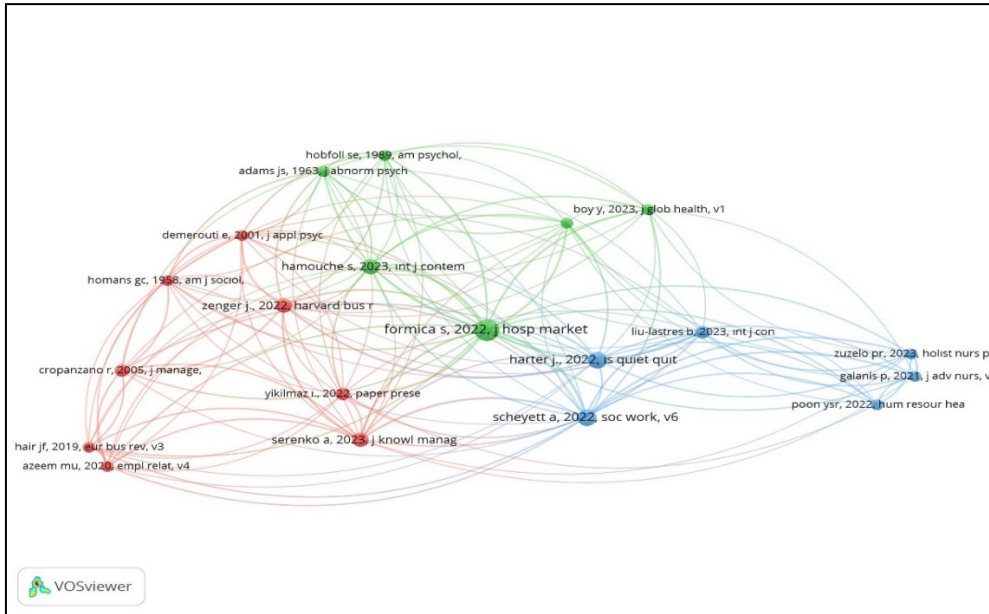


Grafik 3'te sessiz istifa ile ilgili yayınları gerçekleştiren yazarların ortak yazarlık durumlarının ağ haritasını çıkarabilmek için "Co-authorship" analizi gerçekleştirilmiştir. Analiz birimi olarak "author" seçeneği seçilmiştir. Bir yazarın minimum 2 yayın yapmış olması ve en az iki atıf almış olması koşulu belirtilmiş ve analiz sonucunda 11 yazarın ortak yazarlık bağlantı bulunmaktadır. Üçüncü olarak sessiz istifa ile ilgili yayınların gerçekleştirildiği kurumlara ilişkin ağ haritası ve kümeler Grafik 4'te gösterilmektedir.

Grafik 4. Sessiz İstifayla İlgili Yayınların Yapıldığı Kurumlar



Grafik 5. Sessiz İstifayla İlgili Ortak Atıf Analizi (Min. Atıf=3)



Sessiz İstifa Kavramına Yönelik Bir Bibliyometrik Analiz

Grafik 4'te sessiz istifa ile ilgili ağ haritasını çıkarabilmek için yayınların gerçekleştirildiği kurumların birbirleri ile bağlantılarının ağ haritasını çıkarabilmek için "bibliographic coupling" analizi gerçekleştirilmiştir. Analiz birimi olarak "organizations" seçeneği seçilmiş olup, bir kurumun minimum 2 yayın yapmış olması koşulu belirtilmiştir. Dördüncü ve son olarak sessiz istifa ile ilgili ortak atıf analizine ilişkin ağ haritası ve kümeler Grafik 5'te gösterilmektedir.

Grafik 5'te bilim haritalamasında sıklıkla beraber alıntılanan yayınların analizlerini gösteren ortak atıf analizi sonuçları görüntülenmektedir. Analiz sonucu yayınlara ortak atıf verilen çalışmalar üç kümede ve toplam yirmi atıf olarak sınıflanmıştır. Yeşil kümede 8 madde, mavi kümede ve kırmızı kümede ise 6 madde bulunmaktadır.

5. TARTIŞMA

Araştırma yönetim alanında sessiz istifa ile ilgili yayımlanan 22 makalenin yıl, yazar, ülke, atıf, anahtar kelime, kurum, ortak yazarlık ve ortak atıf ile ilgili çeşitli parametreler açısından gerçekleştirilen analiz bulgularını içermektedir. Bulgular göstermektedir ki sessiz istifa üzerine çalışma yapacak araştırmacıların, öncelikli olarak Formica ve Sfodera'nın çalışmalarını okumalarının, konuyu daha net anlayabilmeleri ve alanyazın okumalarına nereden başlayacaklarına yönelik akıllarında oluşabilecek soru işaretlerine cevap bulabilmeleri açısından faydalı olacaktır. Sessiz istifa ile ilgili yapılan çalışmaların tükenmişlik, ayrılma niyeti, örgütsel bağlılık, örgütsel vatandaşlık, otantik liderlik değişkenleri ile ilişkileri incelediği görülmektedir. Ayrıca sessiz istifa davranışını belirlemeye yönelik ölçek geliştirildiği de görülmektedir. Örgütte ortaya çıkan istenmeyen bir davranış biçimi olan sessiz istifa maalesef örgütsel iklimi olumsuz etkileyerek ahengini bozmaktadır (Arneja ve Gilardino, 2023). Yapılan bazı araştırmalar da bu tezi destekler niteliktedir. Esen (2023) çalışmasında, finansal açıdan tatminsizliğin, hak edilen değerin verilmemesinin işle ilgili coşkuyu yok ederek işgörende mutsuzluğa neden olduğunu ve çaresizce sessiz istifa davranışını sergilediğini belirtmektedir. Lu vd. (2023), çalışma koşullarının iyileştirilmemesi nedenleriyle işgörenin zihinsel anlamda sessizce işini bıraktığını ifade etmektedir. Galanis vd. (2024a), aşırı iş yükünün altında ezilmek istemeyen işgörenin minimum düzeyde performans sergilediğine dikkat çekmektedir. Göze çarpan bir diğer sonuç işgörenin iş-yaşam dengesini koruyamaması nedeniyle daha derin amaçları için ekstra çaba harcamaktan vazgeçmesidir (Formica ve Sfodera, 2022). Bu bir anlamda işgörenin meslekteki kariyerinden de vazgeçmesidir. Yapılan araştırmaların ışığında sessiz istifa, işgörenlerin tükenmişlikleri, tatminsizlikleri ve işle ilgili isteksizlikleri nedeniyle genellikle bilinçli şekilde görevlerini sınırlandırmaları olarak ifade edilebilir. İşgörenin en az çabayı sergilemesi dolayısıyla düşük örgütsel performansın ortaya çıkması da oldukça muhtemeldir. Bu nedenle örgütte sessiz istifa davranışının önlenmesi açısından kavram farkındalığının oluşturularak çeşitli düzenlemelerin yapılması gerekmektedir. Bunun için yine yapılan çalışmalarda, örgüt kültürünün geliştirilmesi, çalışma koşullarının iyileştirilmesi, motivasyonun artırılması, yeni iş modellerinin işle uyumlu hale getirilmesi, iş-yaşam dengesini sağlamaya yönelik yeniliklerin getirilmesi ve etkili liderlik anlayışını benimsemesi gerekmektedir.

Gelişimin olduğu yerde değişimden bahsetmek oldukça olası bir durumdur. Bilgi ve teknolojiye ortaya çıkan yeniliklerle birlikte her alanda gelişme ve değişim olduğu doğrudur. Yönetim ve organizasyon alanında gelişmelere paralel olarak değişimler yaşanmaktadır. İş

hayatının popülasyonu, bakış açısı, alt yapısı, yönetim yapısı, müşteriler vs. değişmektedir. Böylece iş yapma modelleri de değişmekte, hem yönetim kademesi için hem de alt kademede çalışanlar için söz konusu sürece adapte olmak gerekmektedir. Söz gelimi çalışan işe, işyerine ve yöneticiye adapte olurken iş, işyeri ve yönetim yapısı da işgören ihtiyaç/beklentilerine uyumlu hale gelmelidir. Bu açıdan bakıldığında son yıllarda iş hayatına yansıyan değişimlerle birlikte işe bakış da değişmiştir. Çalışanı sessizce istifaya yönelten nedenlerin belirlenmesiyle iş hayatı yeniden düzenlenerek önüne geçilebilir. Yapılan çalışmalarda öne çıkan nedenlerin; ağır iş yükü, ekonomik tatminsizlik, değer görmeme, destek eksikliği ve kariyer fırsatlarının sunulamamasıyla ilgili olduğu göze çarpmaktadır. Özellikle bahsedilen durumlarla karşı karşıya kalan çalışanın çaresizliği ve tükenmişliğiyle sessiz istifa davranışına yöneldiği söylenebilir. Aynı zamanda beklentilerin örgüt iklimini geliştirme, çalışma koşullarını yeniden düzenlemeyle ilgili olduğu belirtilmektedir. Dolayısıyla sessiz istifa ile ilgili önlemlerin, yenilikçi bakış açısıyla yenilikçi örgütsel yapıların oluşturulmasıyla alınması gerekmektedir. Bahsedilen önlemler için adaptasyon sürecinin başlatılması gerekli görülmektedir.

6. SONUÇ

Sessiz istifa ile ilgili yayımlanan makalelerin bibliyometrik analiz yöntemi ile incelenmesinin amaçlandığı bu çalışmada, Web of Science (WoS) veri tabanında “sessiz istifa” ile ilgili yayımlanmış makalelerin yıllar içerisinde gösterdiği gelişim belirlenmeye çalışılmıştır. İlgili çalışmalarda sessiz istifa ile ilgili çalışmaların son yıllarda yaygınlaştığı, nitel yöntemlerin daha fazla benimsenerek doküman incelemesi şeklinde gerçekleştiği görülmektedir. Yapılan araştırmalarda Amerika Birleşik Devletleri (ABD), Türkiye ve Yunanistan sessiz istifa konusuna yayın sayısı fazla olan ülkelerdir. Sessiz istifa konusunun yeni ve ilgi gören bir konu olması durumunu atıf sayıları desteklemektedir. Dolayısıyla araştırmacıların konuya ilişkin ilgisi bulunmaktadır. Formica ve Sfodera (2022), sessiz istifa ile ilgili makalelerine yapılan 25 atıf ile en dikkat çeken yazarlar olmuştur. Anahtar kelimeler olarak “tükenmişlik”, “işten ayrılma niyeti”, “memnuniyet”, “bilgi kaybı”, “işe bağlılık”, “çekilme davranışı”, “ekstra rol performansı”, “işgücü yönetimi” gibi kelimeler sıklıkla yer almaktadır. Bu durum örgütsel davranış alanında kullanılan pek çok değişkenle ilişkilendirilebilmektedir. Gerçekleştirilen bu çalışmada bazı kısıtlar bulunmaktadır. Çalışmanın örneklemini Web of Science veri tabanında yer alan çalışmalarla sınırlandırılmıştır. İlerleyen çalışmalarda Web of Science veri tabanının yanı sıra Scopus gibi diğer veri tabanlarının tekrar taranarak yeni yapılan kitap, bölüm, makale, bildiri vb. şekilde yayımlanan çalışmaların kapsamlı bir şekilde ele alınıp karşılaştırılması konuyla ilgili yapıyı net bir şekilde görebilmek ve alan yazına katkıda bulunabilmek adına yararlı olacaktır. Diğer bir ifadeyle alanda daha yeni araştırılmaya başlayan bir kavram olan sessiz istifa ile ilgili ilerleyen çalışmalarda sessiz istifa davranışının öncülleri, hangi teoriler çerçevesinde ele alındığı, örgütleri nasıl etkileyeceği, nasıl önlenilebileceğine yönelik araştırmalar gerçekleştirilebilir.

6.1. Pratik Çıkarımlar

Bu çalışmada Web of Science (WoS) veri tabanında yer alan 22 makale incelenmiştir. Sessiz istifa kavramının 2022 yılından itibaren çalışılmaya başlandığı ve çalışmaların giderek yoğunlaştığı görülmektedir. Özellikle küresel salgın (COVID-19) sonrası iş hayatındaki değişiklikler ve zorluklarla beraber örgütlerde çalışan davranışı olarak sıklıkla ortaya çıktığı

görülmektedir. Örgütlerde istenmeyen işgören davranışı olarak yaygınlaşan sessiz istifanın araştırılarak sebep olan faktörlerin ve sonuçlarının tespit edilmesi, ılımlı örgütsel iklimin korunarak verimliliğin artırılması açısından önemlidir. Bu açıdan bakıldığında sessiz istifa kavramının, örgütsel davranış alanında önümüzdeki süreç içerisinde araştırılmaya devam edileceği muhtemeldir. Bu nedenle bu çalışmanın, kavramla ilgili çalışmak isteyen araştırmacıları yönlendirmesi beklenmektedir.

6.2. Teorik Çıkarımlar

Çalışanın işinde köle olmayı reddetmesi olarak tanımlanan (Campton vd., 2023) sessiz istifa kavramı Tiktok'ta "işiniz hayatınız demek değildir" sözleri ile bir slogan gibi yayılmaya başlamıştır. Sessiz istifa davranışına neden olan durumlardan bazıları tükenmişlik, tatminsizlik, stres, kariyer yoksunluğu, güvensizlik, yoksunluk olarak sıralanabilmektedir (Forrester, 2023; Hamouche vd., 2023). Son yıllarda örgütsel açıdan sessiz istifa kavramına verilen önem artmaktadır. WoS veri tabanında çalışmalar incelendiğine toplam 22 çalışmanın 17 tanesinin 2023 yılında gerçekleşmesi bu durumu desteklemektedir. Çalışmalarda sessiz istifanın genellikle kavramsal açıdan incelendiği görülmekte iken nicel çalışmalara da sınırlı sayıda rastlanılmaktadır. Bu kapsamda ilerleyen dönemlerde nicel çalışmalara daha fazla önem verileceği öngörülmektedir. Teorik açıdan çalışmaların odak noktasını ise tükenmişlik, örgütsel bağlılık, insan kaynakları, memnuniyet, güven, motivasyon, kariyer, iş tatmini, performans ve iş davranışı oluşturmaktadır. Söz konusu odak noktası unsurların nicel çalışmalarda desteklenmesi alan yazına katkı sunacaktır.

6.3. Sınırlılıklar ve Gelecek Çalışmalar için Öneriler

Bu çalışma WoS veri tabanlarında yer alan sessiz istifa kavramına yönelik yayınlanan makalelerle sınırlandırılmıştır. WoS veri tabanı dışında Scopus, TR Dizin vb. farklı veri tabanlarında yer alan konu ile ilgili çalışmaların yapılmasına referans noktası olması bakımından alan yazına katkı sunacağı düşünülmektedir.

KAYNAKÇA

- Anand, A., Doll, J. ve Ray, P. (2023). Drowning in silence: A scale development and validation of quiet quitting and quiet firing. *International Journal of Organizational Analysis*, 32(4), 721-743. <https://doi.org/10.1108/IJOA-01-2023-3600>.
- Arar, T., Çetiner, N. ve Yurdakul, G. (2023). Quiet quitting: Building a comprehensive theoretical framework. *Akademik Araştırmalar ve Çalışmalar Dergisi*, 15(28), 122-138. <https://doi.org/10.20990/kilisiibfakademik.1245216>.
- Arneja J.S. ve Gilardino, M.S. (2023). Quiet quitting: Why is it worse in healthcare and what do we do about it? *Plastic Surgery*, 31(4), 319-421. <https://doi.org/10.1177/22925503231208495>.
- Arnet, E. (2022). *The ethics of quiet quitting, the prindle institute*, <https://www.prindleinstitute.org/2022/09/the-ethics-of-quiet-quitting/>.
- Atalay, M. ve Dağıstan, U. (2024). Quiet quitting: A new wine in an old bottle? *Personnel Review*, 53(4), 1059-1074. <https://doi.org/10.1108/PR-02-2023-0122>.
- Bell, R. ve Bell, L. (2002). A bibliography of articles on technology in science education. *Contemporary Issues in Technology and Teacher Education*, 2(4), 426-446.

- Boy, Y. ve Sürmeli, M. (2023). Quiet quitting a significant risk for global healthcare. *Journal of Global Health*, 13, 1-4. <https://doi.org/10.7189%2Fjogh.13.03014>.
- Campton, J., Tham, A. ve Ting, H. (2023). Quiet quitting–implications for Asian Businesses. *Asian Journal of Business Research*, 13(2), 128-134.
- Cholteeva, Y. (2022). *Quiet quitting: How should HR manage it?* <https://www.peoplemanagement.co.uk/article/1795213/quiet-quitting-hr-manage-it>.
- Cohen, J. (2022). *Quiet quitting: The newest way to strike back against corporate greed*. TMH The Miami Hurricane. <https://www.themiamihurricane.com/2022/09/21/quietquitting-the-newest-way-to-strikeback-against-corporate-greed/>.
- Çalışkan, K. (2023). Sessiz istifa: Sonun başlangıcı mı yeniden diriliş mi? *Journal of Organizational Behavior Review*, 5(2), 190-204. <https://dergipark.org.tr/en/pub/jobreview/issue/79091/1287993>.
- Donthu, N., Kumar, S., Mukherjee, D., Pandey, N. ve 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>.
- Esen, D. (2023). Quiet quitting in public institutions: A descriptive content analysis. *International Journal of Contemporary Economics and Administrative Sciences*, 13(1), 296-326. <https://doi.org/10.5281/zenodo.8428256>.
- Formica, S. ve Sfodera, F. (2022). The great resignation and quiet quitting paradigm shifts: An overview of current situation and future research directions. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 31(8), 899-907. <https://doi.org/10.1080/19368623.2022.2136601>
- Forrester, N. (2023). Fed up and burnt out: 'quiet quitting' hits academia. *Nature*, 615(7953), 751-753. <https://doi.org/10.1038/d41586-023-00633-w>.
- Foster, A. (2022). *The surprising origin of the 'quiet quitting' trend sweeping multiple countries*. <https://nypost.com/2022/08/02/the-surprising-origin-of-the-quiet-quitting-trend-sweeping-multiple-countries/>.
- Galanis, P., Katsiroumpa, A., Vraka, I., Siskou, O., Konstantakopoulou, O., Moisoglou, I., Gallos, P. ve Kaitelidou, D. (2023). The quiet quitting scale: Development and initial validation. *Aims Public Health*, 10(4), 828-848. <https://doi.org/10.3934%2Fpublichealth.2023055>.
- Galanis, P., Katsiroumpa, A., Vraka, I., Siskou, O., Konstantakopoulou, O., Katsoulas, T., Moisoglou, I., Gallos, P. ve Kaitelidou, D. (2024a). Nurses quietly quit their job more often than other healthcare workers: An alarming issue for healthcare services, *International Nursing Review*, 1(10), 1-9. <https://doi.org/10.1111/inr.12931>.
- Galanis, P., Moisoglou, I., Malliarou, M., Papathanasiou, I.V., Katsiroumpa, A., Vraka, I., Siskou, O., Konstantakopoulou, O., Kaitelidou, D. ve Stievano, A. (2024b). Quiet quitting among nurses increases their turnover intention: Evidence from Greece in the post-covid-19 Era, *Healthcare*, 12(1), 79. <https://doi.org/10.3390/healthcare12010079>.
- Gürler, G. (2021). Bibliyometrik araştırmalarda ilgili literatüre ilişkin veri setinin oluşturulma süreci. O. Öztürk ve G. Gürler (Ed.), *Bir literatür incelemesi aracı olarak bibliyometrik analiz* (s. 53-66) içinde. Nobel Bilimsel Eserler.
- Hamouche, S., Koritos, C. ve Papastathopoulos, A. (2023). Quiet quitting: Relationship with other concepts and implications for tourism and hospitality. *International Journal Of*

- Contemporary Hospitality Management*, 35(12), 4297-4312. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-11-2022-1362>.
- Hobfoll, S. E. ve Schumm, J. A. (2009). Conservation of resources theory: Application to public health promotion. R. J. DiClemente, R. Crosby ve M. C. Kegler (Ed.), *Emerging theories in health promotion practice and research* (s. 131-156) içinde. Willey Publishers.
- Hobfoll, S. E., Tirone, V., Holmgreen, L. ve Gerhart, J. (2016). Conservation of resources theory applied to major stress. G. Fink (Ed.), *Stress: Concepts, cognition, emotion, and behavior* (s. 65-71) içinde. Academic Press. <https://doi.org/10.1016/B978-0-12-800951-2.00007-8>.
- Kahn, W. (1990). Psychological conditions of personal engagement and disengagement at work. *Academy of Management Journal*, 4(33), 692-724. <https://doi.org/10.2307/256287>.
- Kang J, Kim H. ve Cho, O. (2023). Quiet quitting among healthcare professionals in hospital environments: A concept analysis and scoping review protocol, *BMJ Open*, 13(11), 1-7. <https://doi.org/10.1136/bmjopen-2023-077811>.
- Karavelioğlu, C., Baran, H. ve Giderler, M.E. (2023). Sessiz istifa kavramına genel bir bakış. A. Kayabaşı (Ed.), *Güncel işletmecilik araştırmaları-4* (s. 1-19) içinde. Eğitim Yayınevi.
- Karrani, M.A., Bani-Melhem, S. ve Mohd-Shamsudin, F. (2023). Employee quiet quitting behaviours: conceptualization, measure development, and validation. *The Service Industries Journal*, 44(3-4), 218-236. <https://doi.org/10.1080/02642069.2023.2286604>.
- Korman, B.A. (2023). On the mushrooming reports of “quiet quitting”: Employees’ lifetime psilocybin use predicts their overtime hours worked. *Journal of Psychoactive Drugs*, 31, 1-10. <https://doi.org/10.1080/02791072.2023.2242358>.
- Kupperschmidt, B.R. (2000). Tips to help you recruit, manage, and keep Generation X employees. *Nursing Management*, 31(3), 58-60.
- Lawless, B. (2023). Performative enactments of resistance to academic neoliberalization: quiet quitting as educational transgression and sustainability. *Communication Education*, 72(3), 316-319. <https://doi.org/10.1080/03634523.2023.2207144>.
- Liu-Lastres, B., Karatepe, O.M. ve Okumus, F. (2024). Combating quiet quitting: Implications for future research and practices for talent management. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 36(1), 13-24. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-08-2023-1317>.
- Lu, M., Al Mamun, A., Chen, X., Yang, Q. ve Masukujjaman, M. (2023). Quiet quitting during COVID-19: The role of psychological empowerment. *Humanities & Social Sciences Communications*, 10(485), 1-16. <https://doi.org/10.1057/s41599-023-02012-2>.
- Mannheim, K. (1952). *Essays on the Sociology of Knowledge*. Oxford University Press.
- Mamona, S. (2022). “Quiet quitting” is TikTok’s antidote to generation burnout-but it only works for the privileged. <https://www.glamourmagazine.co.uk/article/quiet-quitting-is-a-privilege>.
- Morrison-Beedy, D. (2022). Are we addressing “quiet quitting” in faculty, staff, and students in academic settings? *Building Healthy Academic Communities Journal*, 6(2), 7-8. <https://doi.org/10.18061/bhac.v6i2.9309>.
- Rosse, J. ve Hulin, C. (1985). Adaptation to work: An analysis of employee health, withdrawal, and change. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 3(36), 324-347. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(85\)90003-2](https://doi.org/10.1016/0749-5978(85)90003-2).

- Saks, A.M. (2006). Antecedents and consequences of employee engagement. *Journal of Managerial Psychology*, 21(7), 600-619.
- Scheyett, A. (2022). Quiet quitting. *Social Work*, 68(1), 5-7. <https://doi.org/10.1093/sw/swac051>.
- Serenko, A. (2023). The human capital management perspective on quiet quitting: recommendations for employees, managers, and national policymakers. *Journal of Knowledge Management*, 28(1), 27-43. <https://doi.org/10.1108/JKM-10-2022-0792>.
- Tsemach, S. ve Barth, A. (2023). Authentic leadership as a predictor of organizational citizenship behaviour and teachers' burnout: What's 'quiet quitting' got to do with it? *Educational Management Administration & Leadership*, (Online first). <https://doi.org/10.1177/17411432231212288>.
- Xueyun, Z., Al Mamun, A., Masukujjaman, M., Rahman, M. K., Gao, J. ve Yang, Q. (2023). Modelling the significance of organizational conditions on quiet quitting intention among Gen Z workforce in an emerging economy. *Scientific Reports*, 13(1), 15438 <https://doi.org/10.1038/s41598-023-42591-3>.
- Yıkılmaz, İ. (2022). Quiet quitting: A conceptual investigation. G. Gürçay ve A. Manafidizaji (Ed.). *Anadolu 10th International Conference on Social Science Kongre Kitabı* (s. 578-579) içinde. ISBN: 978-605-72008-7-7.
- Yu, Y., Li, Y., Zhang, Z., Gu, Z., Zhong, H., Zha, Q., Yang, L., Zhu, C. ve Chen, E. (2020). A bibliometric analysis using VOSviewer of publications on COVID-19. *Annals of Translational Medicine*, 8(13), 816. <https://doi.org/10.21037/atm-20-4235>.
- Zuzelo, P.R. (2023). Discouraging quiet quitting: potential strategies for nurses. *Holisting Nursing Practice*, 37(3), 174-175. <https://doi.org/10.1097/HNP.0000000000000583>.

YAZARLARA DUYURU

DERGİ HAKKINDA

Dokuz Eylül Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi (IFEDE), 2001 yılından bu yana yayımlanmakta olan açık erişimli ve hakemli bir dergidir. Dergi, Haziran ve Aralık aylarında olmak üzere yılda iki kez yayımlanmaktadır. Derginin temel amacı çok disiplinli bir yaklaşım ile özgün ve nitelikli bilgi üretimine katkıda bulunmaktır. Dergide işletme, iktisat, siyaset bilimi, uluslararası ilişkiler ve turizm işletmeciliği alanlarında bilimsel nitelikte farklı metodolojik yaklaşımlar ve bakış açıları sunan kuramsal ve uygulamalı akademik çalışmalar yayımlanmaktadır. Derginin yayın dili Türkçe ve İngilizce'dir.

Dergide çalışma gönderimi ve kabulü DergiPark sistemi üzerinden yürütülmektedir. Dergiye gönderilen çalışmaların başka bir yerde yayımlanmamış ve yayımlanmak üzere kabul edilmemiş olması zorunludur.

DEĞERLENDİRME VE YAYIN SÜRECİ

Dokuz Eylül Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi'ne gönderilen çalışmaların öncelikle Dergi Editörlüğü sekreteryaya tarafından ön kontrole alınır. Bu aşamada ilgili makalenin yayın ilkelerine uygunluğu, içeriğinin derginin kapsamı ile uygunluğu, dergi yazım kurallarına uygunluğu, benzerlik oranı değerlendirilir ve çalışma ile ilgili gerekli form ve raporların sisteme yüklenip yüklenmediği kontrol edilir. Kontrol edilen makale tekrardan ön kontrol için editöre iletilir. Çalışma dergi için uygun değilse reddedilir. Konuya bağlı olarak makale hakkında daha fazla bilimsel değerlendirme elde etmek amacıyla uygunluk ve değerlendirme için editörler kurulu üyelerine danışılabilir.

Hakem incelemesine değer bulunan çalışmalar bilimsel değerlendirme sürecini yürütmek üzere dergi editörü tarafından seçilen ilgili alanda uzmanlaşmış en az iki kör hakeme atanır. Süreçte çift kör hakemlik değerlendirme sistemi benimsenir, hakem ve yazar kimlikleri gizli tutulur. Hakemler editöre "makaleyi olduğu gibi kabul et", "küçük veya büyük revizyonlar gerekli" veya "reddet" olarak tavsiyelerde bulunur. Gözden geçirenler arasında uyuşmazlık olması durumunda, makale daha fazla hakeme daha çalışmayı incelemesi için gönderilebilir. Dergi editörü hakemlerden gelen bilgiler doğrultusunda son değerlendirmeyi yapar ve hakem raporlarını yazarlara iletir. Makale ancak gerekli revizyonlar yazar tarafından yapıldıktan sonra yayım aşamasına alınabilir. Son değerlendirme aşamasında düzeltme isteminde bulunulan çalışmalar için değerlendirme süreci yeniden başlar. Değerlendirme süreci için hedeflenen toplam süre 75 gündür.

Dergi editörü gerekli görülen durumlarda dergiye gönderilen bir çalışmanın yayımlanması üzerine hakem değerlendirme sonuçları doğrultusunda dergi editörlüğüne danışılabilir.

YAZIM KURALLARI

Aşağıda yer alan biçimsel özellikleri taşımayan çalışmalar, değerlendirme sürecine alınmaz. Derginin son sayısının referans amaçlı incelenmesi önerilmektedir.

Genel Sayfa Düzeni

A4 standardında (21 x 29,7 cm) hazırlanmalıdır. Sayfa kenarlarında 4 cm üstten, 3 cm alttan, 3 cm sağdan, 3 cm soldan boşluk bırakılmalıdır. Dipnotlar varsa bu sınırlar içerisinde kalınmalıdır. Çalışmada üst ve alt-bilgi için 1,5 cm mesafe bırakılmalıdır. Kapak sayfası, şekiller, tablolar, kaynakça, notlar, ekler ve özet kısımları dahil olmak üzere ana metin toplam maksimum 25 sayfayı geçmemelidir.

Kapak Sayfası

Yazar/yazarların adı, soyadı, unvanı, kurumu, adresi, e-posta ve ORCID bilgileri kapak sayfasında yer almalıdır. Yazar/yazarlar, kapak sayfası dışında, ana metin içerisinde herhangi bir yere yazar kimliğini ortaya çıkarabilecek ifadeler yazmamalıdır.

Öz (Abstract) Sayfası

Kapak sayfasını Öz sayfası izlemelidir. Bu sayfada çalışmanın başlığı ve özeti, çalışmanın yazıldığı dil önce olmak üzere hem Türkçe hem de İngilizce olarak yer almalıdır. Türkçe dilinde hazırlanan çalışmalarda genişletilmiş İngilizce özete yer verilmelidir. İngilizce dilinde hazırlanan çalışmalarda önce İngilizce başlık ve özet ve daha sonra Türkçe başlık ve özet yer almalıdır. Özet kısaca çalışmanın amacını, kapsamını, yöntemini, bulgularını ve sonucunu içermelidir. Türkçe ve İngilizce özetin uzunluğu 150-250 kelime arası olmalıdır. Öz çalışmanın amaç, kapsam, yöntem ile sonuç ve bulguların açık bir özeti olmalı ve 150-250 sözcüğü geçmemelidir. Çalışmada özet-anahtar kelimeler-JEL kodları bölümü "Times News Roman" fontunda 10 punto 1 aralıkla iki yana yaslı (justify) olarak yazılmalıdır. Türkçe ve İngilizce özetin hemen altında çalışmanın içeriğini yansıtan en az 3 en fazla 5 anahtar kelime ve JEL sınıflandırması kodları yer almalıdır. Link için tıklayınız: <https://www.aeaweb.org/econlit/jelCodes.php>

Ana Metin

Çalışmanın ana metni öz sayfasını izleyen sayfadan başlamalıdır. Sayfa numaraları sayfanın sağ alt köşesinde yer almalıdır ve Times News Roman 11 punto fontunda yazılmalıdır. Tüm metin "Times News Roman" fontunda 11 punto 1,15 aralıkla iki yana yaslı (justify) olarak yazılmalıdır. Çalışmada dipnotlar 10 punto, Times News Roman yazı formatında ve 1 aralıkla yazılmalıdır.

Paragraf girintileri soldan 1 cm olmalıdır. Paragraflar arasında boş satır bırakılmamalıdır; ancak ana başlıklardan önce 1 satır boşluk bırakılmalıdır. Ana başlık ve diğer başlıklar ile metin arasında (1,15 aralık hariç) ek boşluk bırakmaya gerek yoktur. Alt başlıklar sayfanın son satırı olarak yazılamaz. Alt başlığın altına en az 2 satır sığdıramıyorsa, başlık bir sonraki sayfadan başlamalıdır. Bir paragrafın ilk satırı sayfanın son satırı, son satırı da sayfanın ilk satırı olarak yazılamaz.

Ana Bölüm başlıkları 1., 2., 3., ... şeklinde; birinci alt başlıklar 1.1., 1.2., 1.3., ... şeklinde; ikinci alt başlıklar 1.1.1., 1.1.2., 1.1.3., ... şeklinde; üçüncü alt başlıklar 1.1.1.1.,

1.1.1.2., 1.1.1.3., ... dördüncü ve beşinci alt başlıklarda aynı formatı takip edecek şekilde numaralandırılmalıdır. Gereksizce daha fazla alt başlık kullanılmamalıdır. Sadece ana başlıklardan önce 1 satır boşluk bırakılmalıdır, başlıklar ve metin arasında ek boşluk bırakılmamalıdır.

- Ana bölüm başlıkları sola yaslı (girinti 0 cm), 11 punto, tamamı büyük harflerle ve kalın (bold) biçimde,
- Birinci derece başlıklar sola yaslı (girinti 0 cm), 11 punto, yalnızca baş harfleri büyük ve kalın (bold) biçimde,
- İkinci, üçüncü ve daha ileri dereceden başlıklar ise soldan (girinti 0,5 cm) başlayarak, 11 punto, yalnızca baş harfleri büyük ve kalın (bold) biçimde yazılmalıdır.
- Ana bölüm başlıkları ve birinci derece başlıklar için sol girinti 0 cm, diğer tüm alt başlıklar için sol girinti 0,5 cm olarak belirlenmelidir.

Tablo ve Şekiller

Çalışmalarda şekil ve görseller “Grafik 1, Grafik 2, Grafik 3, ...” olarak; tablo ve çizelgeleri ise “Tablo 1, Tablo 2, Tablo 3, ...” şeklinde isimlendirilmelidir. Grafik ve tabloların adlarını, ilgili grafik ve tablonun üstüne sola yaslı biçimde, kalın (bold) harflerle, baş harfleri büyük ve 11 punto olacak biçimde yazınız. Grafik ve Tablo başlığı ile grafik ve tablo arasında ek boşluk bırakılmamalıdır. Grafik ve Tablo içindeki yazı, rakam ve diğer öğeler ihtiyaca göre 7-11 punto aralığında yazılabilir. İstatistiksel anlamlılık düzeyleri * işaretinin üst simge kullanımıyla belirtilmelidir. Metin içinde sunulan tablo, formül veya şekiller resim formatında olmamalıdır.

Grafik ve tabloya ilişkin kaynak ve referanslar ilgili grafik ve tablonun hemen altında sola yaslı biçimde, 10 punto ve italik ve kalın (bold) olarak yazılmalıdır. Grafik ve tablolara ilişkin notlar ve ek açıklamalar tablo ve grafiğin hemen altında sola yaslı biçimde “Notlar:” şeklindeki başlığı takiben 10 punto ve 1 aralıkla yazılmalıdır. Hem not hem kaynak verilecekse önce kaynak daha sonra altında notlar bölümü verilmelidir.

Atıf ve Kaynakça

Derginin tüm çalışmalarında metin içi atıf ve metin sonu kaynakça için APA 7 (2020) (American Psychological Association 7. Baskı) gösterimi kullanılmalıdır. Atıflar için Dipnot veya son not yöntemleri kullanılmamalıdır. Sadece metinde açıklayıcı bilgiye ihtiyaç duyulursa dipnot kullanılabilir. Bu şekilde kullanılan dipnotlar Times News Roman 10 punto 1,0 aralıklı iki yana yaslı olarak yazılmalıdır. Doğrudan alıntılanma şu biçimde sunulmalıdır: maksimum 4 satır, italik, Times News Roman fontu, 10 punto, sağdan ve soldan 1 cm girintili. Metin içinde yapılan her alıntı kaynakçada, kaynakçada yer alan her çalışmanın da metin içinde yer aldığından emin olunmalıdır. Metin içinde ve kaynakçada yer alan kaynakların yazar isimleri ve tarihler açısından tutarlı olup olmadığı kontrol edilmelidir.

APA 7 kapsamında metin içi atıf ve kaynakça gösterimi için tıklayınız: <https://apastyle.apa.org/style-grammar-guidelines> ve <https://apastyle.apa.org/style-grammar-guidelines/references/examples/>

Ön değerlendirme aşamasında Dergi Yayın Kurulu tarafından düzeltme talep edilmesi durumunda yazarların 1 ay içerisinde ilgili düzeltmeleri yapması gerekmektedir. İlgili düzeltmeler yapılmadığı takdirde RET kararı verilir.

YASAL/ÖZEL İZİN BELGELERİ

Anket, mülakat, odak grup çalışması, gözlem, deney, görüşme teknikleri kullanılarak katılımcılardan veri toplanmasını gerektiren nitel ya da nicel yaklaşımlarla yürütülen her türlü araştırmalar için Etik Kurulu Kararının makaleyle beraber sisteme yüklenmesi gerekmektedir. Ayrıca makale içerisinde Etik Kurulu Kararı bilgisine yer verilmesi (izin hangi kurumdan, hangi tarihte ve hangi karar veya sayı numarası ile alındığı açıkça sunulmalıdır) zorunludur. Son olarak olgu sunumlarında “Aydınlatılmış Onam Formu”nun alınması; başkalarına ait ölçek, anket, fotoğrafların kullanımı için sahiplerinden izin alınması ve yine makalede belirtilmesi gerekmektedir.

İNTİHAL RAPORU

Dergiye ilk gönderim aşamasında makale ile birlikte intihal raporunun sisteme eklenmesi gerekmektedir. Çalışmaya ait İntihal Raporu (iThenticate veya Turnitin programları kullanılarak) pdf formatında sisteme yüklenmiş olmalıdır.

Yayın hakları saklıdır. Dergide yayımlanan çalışmaların bütünü veya bir kısmı, yayımlayan kuruluşun ve yazar/yazarların yazılı izni alınmaksızın, elektronik, mekanik, fotokopi, kayıtlama veya benzeri bir araçla herhangi bir şekilde basılamaz, çoğaltılamaz, fotokopi veya teksir edilemez, özetlenemez ve yayımlanamaz.

İşletme Fakültesi Dergi Editörlüğü, yayın formatına uygun hazırlanmayan çalışmaları hakem değerlendirmesine göndermeksizin yayımlamama hakkını saklı tutar.

YAZIŞMA ADRESİ

İşletme Fakültesi , Fakülte Dergi Editörlüğü

Dokuz Eylül Üniversitesi , Tınaztepe Yerleşkesi, 35390 Buca-İZMİR

Tel: (232) 301 81 01

Faks: (232) 453 50 62

E-posta: ifede@deu.edu.tr