



# STBAD

Selçuk Turizm ve Bilişim Araştırmaları Dergisi

ISSN: 2822-3810

Sayı: 5

Yıl: 2024





# STBAD

Selçuk Turizm ve Bilişim Araştırmaları Dergisi



Selçuk Turizm ve Bilişim Araştırmaları Dergisi | Selcuk Tourism and Information Thecnology Research Journal

Sayı -Issue 5 | Yıl-Year 2024



## SELÇUK ÜNİVERSİTESİ YAYINLARI

### Dergi Hakkında

Dergi Adı	Selçuk Turizm ve Bilişim Araştırmaları Dergisi (STBAD)
Diğer Adı (Çevirisi)	Selcuk Tourism and Information Thecnology Research Journal
e-ISSN	2822-3810
Yayın Aralığı	Yılda 2 Sayı (HAZİRAN-ARALIK)
Dergi Web Sitesi	<a href="https://dergipark.org.tr/en/pub/stbad">https://dergipark.org.tr/en/pub/stbad</a>
Yayına Başlangıç	04.02.2022
Baş Editör	Prof. Dr. Abdullah KARAMAN
Yayıncı	Selçuk Üniversitesi, Beyşehir Ali Akkanat Turizm Fakültesi
İmtiyaz Sahibi	Prof. Dr. Metin AKSOY
Yayımlandığı Ülke	Türkiye
Yayın Modeli	Açık Erişim

### Yayın İçeriği

Selçuk Turizm ve Bilişim Araştırmaları Dergisi, akademi ve turizm sektörü arasında bir köprü kurarak turizm alanında uygulanabilir teknolojik dönüşümlerin paylaşılmasını hedeflemektedir. Bütüncül bir yaklaşımla turizm sektörünün alt birimlerinde kullanım alanı bulan yapay zeka, artırılmış gerçeklik, sanal gerçeklik, büyük veri, kripto paralar, E-WOM, dijital turizm, akıllı turizm gibi teknoloji temelli uygulamaları konu alan bilimsel araştırmaları kapsamaktadır.

<b>Okur Kitlesi</b>	Selçuk Turizm ve Bilişim Araştırmalar Dergisi'nin hedef kitlesi, turizm ve teknoloji alanında araştırmalarını sürdüren profesyoneller ile bilene ilgi duyan öğrenciler, okurlar ve kurumlardır.
<b>Yayın Dili</b>	Türkçe- İngilizce
<b>Hakkında</b>	<p>Selçuk Turizm ve Bilişim Araştırmaları Dergisi, Selçuk Üniversitesi tarafından yılda iki kez yayımlanan (Mart ve Ekim), bilimsel hakemli bir dergidir. Çalışma konusunun veya uygulama alanının "bilişim" ile ilgili olması ön koşuluyla, teknolojinin konaklama ve turizm endüstrileri üzerindeki etkisini inceleyen bilimsel çalışmaları yayınlamak amacı ile 2022 yılında kurulmuştur. Akademi ve turizm sektörü arasında bir köprü kurarak turizm alanında uygulanabilir teknolojik dönüşümlerin paylaşılmasını hedeflemektedir. Dergimizin temel amacı; tarafsızlık ilkesi çerçevesinde hazırlanmış, bilim etiği ilkelerine bağlı orijinal çalışmaların yayımlayarak alana katkı da bulunmaktır.</p>
<b>Ücret Politikası</b>	<p>Selçuk Turizm ve Bilişim Araştırmaları dergisinin tüm giderleri yayıncı tarafından karşılanmaktadır. Dergide makale yayını ve makale süreçlerinin yürütülmesi ücrete tabi değildir. Dergiye gönderilen ya da yayın için kabul edilen makaleler için hiçbir ad altında işleme ücreti ya da gönderim ücreti alınmaz. Selçuk Turizm ve Bilişim Araştırmaları dergisi yayın politikaları gereği sponsorluk ve reklam da kabul etmemektedir.</p>
<b>Arşiv Politikası</b>	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Yayıncı, yazarlara, bir makalenin kendi kendine arşivleme (yazarın kişisel web sitesi) ve/veya yayımlandıktan sonra kurumsal bir havuzda arşivleme için bir makalenin (yayıncı pdf) nihai yayınlanmış sürümünün kullanılmasına izin verir.</li><li>2. Yazarlar, makalelerini halka açık ve/veya ticari konu tabanlı arşivlerde kendi kendilerine arşivleyebilirler. Ambargo süresi yoktur ancak yayınlanan kaynak belirtilmeli ve dergi ana sayfasına veya makalelerin DOI'sine bir bağlantı ayarlanmalıdır.</li><li>3. Yazarlar makalenin çıktısını PDF belgesi olarak indirebilirler. Yazarlar makalenin kopyalarını meslektaşlarına herhangi bir ambargo olmaksızın gönderebilir.</li><li>4. Yayıncı, makalelerin tüm sürümlerine izin verir (Gönderilen sürüm, kabul edilmiş versiyon, yayınlanmış versiyon) ambargo olmaksızın yazarın tercih ettiği bir kurumsal veya başka bir arşivde saklanacaktır.</li></ol>
<b>Hakemlik Türü</b>	Çift Taraflı Kör Hakemlik
<b>İncelemede Geçen Süre</b>	Ortalama 3 ay
<b>İntihal Kontrolü</b>	Turnitin

## Yayın ve Danışma Kurulu | Editorial and Advisory Board

### **Prof. Dr. Abdullah KARAMAN**

Selcuk University / Faculty of Tourism  
Department of Tourism Guidance  
akaraman@selcuk.edu.tr  
ORCID: 0000-0001-7934-0451

### **Prof. Dr. Hasan Kürşat GÜLEŞ**

Selcuk University/Faculty of Economics And  
Administrative Sciences  
kursat.gules@selcuk.edu.tr  
ORCID: 0000-0002-6388-8591

### **Prof. Dr. İrfan YAZICIOĞLU**

Ankara Hacı Bayram Veli University / Faculty  
Of Tourism / Department of Gastronomy and  
Culinary Arts  
irfan.yazicioglu@hbv.edu.tr  
ORCID: 0000-0002-8575-0817

### **Prof. Dr. Erkan SAĞLIK**

Sivas Cumhuriyet University / Faculty of  
Tourism / Department of Tourism Management  
esaglik@cumhuriyet.edu.tr  
ORCID:0000-0002-2700-658X

### **Prof. Dr. Rahman TEMİZKAN**

Eskisehir Osmangazi University / Faculty of  
Tourism / Department Of Gastronomy And  
Culinary Arts  
rtemizkan@ogu.edu.tr  
ORCID:0000-0002-9750-1543

### **Prof. Dr. Akyay UYGUR**

Ankara Hacı Bayram Veli University / Faculty  
of Tourism / Department of Recreation  
Management  
akyay.uygur@hbv.edu.tr  
ORCID:0000-0002-8006-7867

### **Prof. Dr. Yasin BİLİM**

Necmettin Erbakan University/Faculty of  
Tourism / Department of Tourism Management  
ybilim@yahoo.com  
ORCID:0000-0002-1181-9623

### **Doç. Dr. Ramazan GÖRAL**

Selçuk University / Beyşehir Ali Akkanat  
Tourism Faculty / Tourism Management  
Department  
trgoral@selcuk.edu.tr  
ORCID: 0000-0001-9886-0170

### **Doç. Dr. Mustafa ARSLAN**

Selçuk University / Beyşehir Ali Akkanat  
Tourism Faculty / Tourism Guidance  
Department  
muarslan@selcuk.edu.tr  
ORCID:0000-0003-1924-5086

### **Doç. Dr. Zührem YAMAN**

Selçuk University / Beyşehir Ali Akkanat  
Tourism Faculty / Department Of Gastronomy  
and Culinary Arts  
zyaman[ @selcuk.edu.tr  
ORCID: 0000-0001-9796-7063

### **Doç. Dr. F. Atıl BİLGE**

Selçuk University / Tourism Faculty / Tourism  
Guidance Department  
abilge@selcuk.edu.tr  
ORCID:0000-0002-5084-6480

### **Doç. Dr. Halil AKMEŞE**

Necmettin Erbakan University / Faculty of  
Tourism / Department of Tourism Management  
hakmese@erbakan.edu.tr  
ORCID:0000-0003-4694-2215

### **Doç. Dr. Ali ANTEPLİ**

Selçuk University / Beyşehir Ali Akkanat  
Faculty of Business / International Trade and  
Management Department  
ali.antepli@selcuk.edu.tr  
ORCID:0000-0001-9939-2443

### **Doç. Dr. Ömür Hakan KUZU**

Selçuk University / Beyşehir Ali Akkanat  
Tourism Faculty / Tourism Guidance  
Department  
ohkuzu@selcuk.edu.tr  
ORCID:0000-0002-2996-0721

**Doç. Dr. Ayşe Gökçen KAPUSUZ**

Selçuk University / Beyşehir Ali Akkanat  
Tourism Faculty / Tourism Management  
Department  
aysegokcenkapusuz@gmail.com  
ORCID:0000000173364612

**Doç. Dr. Mehmet SAĞIR**

Selçuk University / Tourism Faculty / Tourism  
Guidance Department  
msagir@selcuk.edu.tr  
ORCID:0000-0002-7081-5462

**Doç. Dr. Alper ATEŞ**

Selçuk University / Tourism Faculty / Tourism  
Guidance Department  
alpera@selcuk.edu.tr  
ORCID:0000-0002-4347-7306

**Doç. Dr. Kadriye Alev AKMEŞE**

Selçuk University / Beyşehir Ali Akkanat  
Tourism Faculty / Department Of Gastronomy  
and Culinary Arts  
alev.akmese@selcuk.edu.tr  
ORCID:0000-0002-3826-9684

**Doç. Dr. Simge ŐALVARCI**

Selçuk University / Beyşehir Ali Akkanat  
Tourism Faculty / Department of Gastronomy  
and Culinary Arts  
simge\_tokay@hotmail.com  
ORCID:0000-0003-0703-4126

**Dr. Öğr. Üyesi Yüksel GÜRSOY**

Selçuk University / Beyşehir Ali Akkanat  
Tourism Faculty / Tourism Guidance  
Department  
ygursoy@selcuk.edu.tr  
ORCID:0000-0002-4469-4572

**Dr. Öğr. Üyesi Engin TENĐİLİMOĐLU**

Selçuk University / Beyşehir Ali Akkanat  
Tourism Faculty / Tourism Management  
Department  
entengilimoglu@selcuk.edu.tr  
ORCID:0000-0001-7080-6147

**Dr. Öğr. Üyesi Münevver ÇİÇEKDAĞI**

Selçuk University / Tourism Faculty / Tourism  
Guidance Department  
mcicekdagi@selcuk.edu.tr  
ORCID:0000-0001-8195-1542

**Dr. Öğr. Üyesi Recep MACİT**

Erzincan Binalı Yıldırım University / Refahiye  
Vocational School / Department of  
Transportation Services  
rmacit@erzincan.edu.tr  
ORCID:0000-0003-1711-455X

**Dr. Öğr. Üyesi Kürşad SAYIN**

Selçuk University / Silifke Taşucu Vocational  
School / Hotel, Restaurant and Catering  
Services Department  
kursadsyn@hotmail.com  
ORCID:0000-0003-0988-5186

**Dr. İsa YAYLA**

Ministry of Culture and Tourism of the Republic  
of Türkiye  
Advisor of Ministry of Culture and Tourism  
isa.yayla@kulturturizm.gov.tr  
ORCID:0000-0002-6473-7904

### **Editörler | Editorial Board**

#### **Baş Editör | Editor in Chief**

Prof. Dr. Abdullah KARAMAN

SELÇUK UNİVERSİTY / FACULTY OF TOURİSM DEPARTMENT OF TOURİSM GUIDANCE

akaraman@selcuk.edu.tr

ORCID: 0000-0001-7934-0451

#### **Editör Yardımcıları | Associate Editor**

Doç. Dr. Ramazan GÖRAL  
Selçuk University / Beyşehir Ali Akkanat  
Tourism Faculty / Tourism Management  
Department  
trgoral@selcuk.edu.tr  
ORCID: 0000-0001-9886-0170

Dr. Öğr. Üyesi Engin TENGİLİMOĞLU  
Selçuk University / Beyşehir Ali Akkanat  
Tourism Faculty / Tourism Management  
Department  
entengilimoglu@selcuk.edu.tr  
ORCID:0000-0001-7080-6147

#### **Etik Editörü | Ethics Editor**

Dr. Öğr. Üyesi Yüksel GÜRİSOY

Selçuk University / Beyşehir Ali Akkanat Tourism Faculty / Tourism Guidance Department

ygursoy@selcuk.edu.tr

ORCID:0000-0002-4469-4572

#### **İndeks ve İstatistik Editörü | Index and Statistics Editor**

Arş. Gör. Yiğit BURAK

Selçuk University / Beyşehir Ali Akkanat Tourism Faculty / Department of Gastronomy and  
Culinary Arts

yigit.burak@selcuk.edu.tr

ORCID:0000-0002-7454-7952

#### **Dil Editörleri | Language Editor**

##### **Türkçe | Turkish**

Doç. Dr. Ömür Hakan KUZU  
Selçuk University / Beyşehir Ali Akkanat  
Tourism Faculty / Tourism Guidance  
Department  
ohkuzu@selcuk.edu.tr  
ORCID:0000-0002-2996-0721

##### **İngilizce | English**

Doç. Dr. Ayşe Gökçen KAPUSUZ  
Selçuk University / Beyşehir Ali Akkanat  
Tourism Faculty / Tourism Management  
Department  
aysegokcenkapusuz@gmail.com  
ORCID:0000000173364612

## Alan Editörleri | Field Editors

### **Kapsam: Turizm İşletmeciliği ve Teknoloji**

#### **Scope: Tourism Management and Technology**

Doç. Dr. Ramazan GÖRAL

Selçuk University / Beyşehir Ali Akkanat Tourism Faculty / Tourism Management Department

trgoral@selcuk.edu.tr

ORCID: 0000-0001-9886-0170

### **Kapsam: Gastronomi ve Teknoloji**

#### **Scope: Gastronomy and Technology**

Doç. Dr. Kadriye Alev AKMEŞE

Selçuk University / Beyşehir Ali Akkanat Tourism Faculty / Department of Gastronomy and

Culinary Arts

zyaman[@selcuk.edu.tr

ORCID: 0000-0001-9796-7063

### **Kapsam: Turizm Rehberliği ve Teknoloji**

#### **Scope: Tourism Guidance and Technology**

Doç. Dr. Mustafa ARSLAN

Selçuk University / Beyşehir Ali Akkanat Tourism Faculty / Tourism Guidance Department

muarslan@selcuk.edu.tr

ORCID:0000-0003-1924-5086

### **Mizanpaj Editörü | Layout Editor**

Arş. Gör. Yiğit BURAK

Selçuk University / Beyşehir Ali Akkanat Tourism Faculty / Department of Gastronomy and

Culinary Arts

yigit.burak@selcuk.edu.tr

ORCID:0000-0002-7454-7952

## İletişim

Bize Ulaşın

Bizimle iletişime geçmenin en iyi yolu e-postadır.

Tüm editörlerin bireysel iletişim bilgileri mevcuttur ve Editor Kadrosu bulunabilir.

### Editöryal Yetkili

**Ad Soyad:** Arş. Gör. Yiğit BURAK

**ORCID:** 0000-0002-7454-7952

**E-posta:** yigit.burak@selcuk.edu.tr

**Telefon:** 05063521203

**Adres:** Bademli mah. Bademli cad. 99/A

**Şehir:** KONYA

**Ülke:** TÜRKİYE

**Posta Kodu:** 42700

### Etik Editörü

Dr. Öğr. Üyesi Yüksel GÜRİSOY

Selçuk University / Beyşehir Ali Akkanat Tourism Faculty / Tourism Guidance Department

ygursoy@selcuk.edu.tr

ORCID:0000-0002-4469-4572

### Yayınevi

Selçuk Üniversitesi

**ROR ID:** <https://ror.org/045hgzm75>

**ISSN:** 2822-3810

**ISNI:** 0000 0001 2308 7215

**E-posta:** stbad@selcuk.edu.tr

**Telefon:** 0 (332) 241 00 41

**Adres:** Alaeddin Keykubat Yerleşkesi, Akademi Mah. Yeni İstanbul Cad. No:369 Selçuklu-Konya

**Şehir:** KONYA

**Ülke:** TÜRKİYE

**Posta Kodu:** 42130

### İtiraz

Bilimsel içeriğini yanlış anladığımız için makalenizi reddettiğimizi düşünüyorsanız, lütfen ethics.stbad@selcuk.edu.tr adresinden editör ekibimize bir itiraz mesajı gönderin.

### Şikâyet

Şikâyetler doğrudan ethics.stbad@selcuk.edu.tr adresine e-posta ile gönderilmelidir.



## İçindekiler

### Araştırma Makaleleri | Reseach Article

Mete Sezgin Lina Albakrı Muhammed Radwan Abouchala	<b>Dijital Ufuklar: Teknolojinin Türkiye'deki Turizm Üzerindeki Etkisi</b> Digital Horizons: The Impact of Technology on Tourism in Türkiye	1
Zafer Şaşmaz Engin Tengilimoğlu	<b>Planlı Davranış Teorisi Bağlamında Gerçekleştirilen Çalışmaların Sistemik Değerlendirmesi: DergiPark Örneği</b> Systematic Review of Studies Conducted in the Context of the Theory of Planned Behavior: DergiPark Example	23
Alper Ateş Ayşe Kurt Halil Sunar	<b>Bibliometric Analysis of Studies on Google Maps</b> Google Haritalar Üzerine Yapılan Çalışmaların Bibliyometrik Analizi	36

### Derleme Makaleler | Review Article

Melek Sermin Efeoğlu Adnan Çelik	<b>İşgörenlerin Prososyal Davranışları ve Örgütsel Verimlilik Etkileşimi: Kuramsal Bir Değerlendirme</b> Prosocial Behaviors of Employees and Organizational Productivity Interaction: A Theoretical Evaluation	52
--	--	----



## Dijital Ufuklar: Teknolojinin Türkiye'deki Turizm Üzerindeki Etkisi

Mete Sezgin | 0000-0001-9079-2520 | metesezgin@hotmail.com  
Selçuk Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği, Konya, Türkiye

Lina Albakrı | 0009-0005-2233-6343 | linaalbakri989@gmail.com  
Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya, Türkiye

Muhammed Radwan Abouchala | 0009-0008-8531-0759 | m.r.abo.shala@gmail.com  
Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya, Türkiye

ROR ID: <https://ror.org/045hgzm75>

### Öz

Bu araştırma, Türkiye'deki turizm sektöründe teknolojinin rolünü ve turist memnuniyetine etkisini derinlemesine incelemektedir. Araştırma, teknolojinin turizm endüstrisinde müşteri deneyimini nasıl zenginleştirdiğini, işletme maliyetlerini nasıl düşürdüğünü ve operasyonel verimliliği nasıl artırdığını göstermektedir. Ayrıca, pandemi sonrası dönemde teknolojinin oynadığı kritik rol ve çevresel sürdürülebilirlik hedeflerine olan katkısı da değerlendirilmektedir. Araştırma, Türkiye'deki beş yıldızlı oteller üzerinde yoğunlaşarak, teknolojik yenilikler, müşteri memnuniyeti, işletme maliyetleri, operasyonel zorluklar ve çevresel sürdürülebilirlik gibi konuları ele almaktadır. Sonuçlar, teknoloji kullanımının rekabet avantajını artırdığını ve gelecekteki teknolojik yeniliklerin otellerin rekabetçi pozisyonunu daha da güçlendireceğini göstermektedir.

### Anahtar Kelimeler

Turizm Sektörü, Teknoloji, Müşteri Memnuniyeti, Çevresel Sürdürülebilirlik, Pandemi Sonrası Dönem.

### Atıf Bilgisi

Sezgin, M., Albakrı, L. ve Abouchala, M. R. (2024). Dijital ufuklar: Teknolojinin Türkiye'deki turizm üzerindeki etkisi, Selçuk Turizm ve Bilişim Araştırmaları Dergisi, 5:1-22.

Geliş Tarihi	07.02.2024
Kabul Tarihi	13.05.2024
Yayın Tarihi	30.06.2024
Değerlendirme	İki Dış Hakem / Çift Taraflı Körleme
Etik Beyan	Bu çalışmanın hazırlanma sürecinde bilimsel ve etik ilkelere uyulduğu ve yararlanılan tüm çalışmaların kaynakçada belirtildiği beyan olunur.
Yazar Katkıları	Sezgin, M. (%40), Albakrı, L. (%30), Abouchala, M. R. (%30)
Benzerlik Taraması	Yapıldı - Turnitin
Etik Bildirim	ethics.stbad@selcuk.edu.tr
Çıkar Çatışması	Çıkar çatışması beyan edilmemiştir.
Finansman	Bu araştırmayı desteklemek için dış fon kullanılmamıştır.
Telif Hakkı & Lisans	Yazarlar dergide yayımlanan çalışmalarının telif hakkına sahiptirler ve çalışmaları CC BY-NC 4.0 lisansı altında yayımlanmaktadır.



## Digital Horizons: The Impact of Technology on Tourism in Turkey

Mete Sezgin | 0000-0001-9079-2520 | metesezgin@hotmail.com  
Selçuk University, Tourism Faculty, Tourism Management, Konya, Türkiye

Lina Albakrı | 0009-0005-2233-6343 | linaalbakri989@gmail.com  
Selcuk University, Institute of Social Science, Konya, Türkiye

Muhammed Radwan Abouchala | 0009-0008-8531-0759 | m.r.abo.shala@gmail.com  
Selcuk University, Institute of Social Science, Konya, Türkiye

ROR ID: <https://ror.org/045hgzm75>

### Abstract

This study provides an in-depth examination of the role of technology in Turkey's tourism sector and its impact on tourist satisfaction. The research demonstrates how technology enriches the customer experience in the tourism industry, reduces operating costs, and increases operational efficiency. It also evaluates the critical role of technology in the post-pandemic era and its contribution to environmental sustainability goals. Focusing on five-star hotels in Turkey, the study covers various aspects such as technological innovations, customer satisfaction, operating costs, operational challenges, and environmental sustainability. The findings reveal that the use of technology enhances competitive advantage and that future technological advancements are expected to further strengthen the competitive position of hotels.

### Keywords

Tourism Sector, Technology, Customer Satisfaction, Environmental Sustainability, Post-Pandemic Era.

### Citation

Sezgin, M., Albakrı, L. and Abouchala, M. R. (2024). Digital horizons: The impact of technology on tourism in Türkiye, Selcuk Tourism and Information Research Journal, 5:1-22.

Date of Submission	07.02.2024
Date of Acceptance	13.05.2024
Date of Publication	30.06.2024
Peer-Review	Double anonymized - Two External
Ethical Statement	It is declared that scientific and ethical principles have been followed while carrying out and writing this study and that all the sources used have been properly cited.
Author Contributions	Sezgin, M. (%40), Albakrı, L. (%30), Abouchala, M. R. (%30)
Plagiarism Checks	Yes - Turnitin
Conflicts of Interest	The author(s) has no conflict of interest to declare.
Complaints	ethics.stbad@selcuk.edu.tr
Grant Support	The author(s) acknowledge that they received no external funding in support of this research.
Copyright & License	Authors publishing with the journal retain the copyright to their work licensed under the <b>CC BY-NC 4.0</b> .

## Giriş

Türkiye'nin turizm sektörü, hızlı büyüme hedefleri olan önemli bir sektördür. Türk hükümeti, yılda 50 milyon turist çekmeyi ve 50 milyar USD gelir elde etmeyi hedefleyen bir stratejik plan olan 2023 Türkiye Turizm Stratejisini belirlemiştir. 2007 yılında başlatılan bu strateji, sağlık, uluslararası, macera, tarih, ekoloji, spor, şehir tatilleri ve yelken turizmi gibi çeşitli seyahat nişlerini pazarlamayı ve tanıtmayı kapsar. Plan ayrıca, yeni İstanbul Üçüncü Havalimanı gibi büyük altyapı iyileştirmelerini ve turizm sektöründe yatırım süreçlerini hızlandırma çabalarını da içerir (Tek, 2009).

Turizmde teknolojinin rolü giderek hayati hale gelmiştir. Bu sektör, müşterileri çekmek, mevcut zorlukları ele almak ve sürdürülebilir bir gelecek için yol açmak için teknolojiyi kullanabilir. Teknolojik ilerlemeler, müşteri beklentilerini yeniden tanımlar, hizmetleri erişilebilir kılar, bekleme sürelerini azaltır ve genel seyahat deneyimlerini geliştirir, bekleme sürelerini azaltır ve genel seyahat deneyimlerini geliştirir. Uygulamalar, dijitalleştirme ve artırılmış/gerçeklik gibi teknolojiler, müşteri deneyimini iyileştirmek için kullanılmakta olup müzeler, cazibe merkezleri ve tarihi yerlerde interaktif ve gerçeğe yakın sanal deneyimler sunmaktadır. (Roy & Pagaldiviti, 2023).

Bu araştırma, Türkiye'nin turizm sektörü üzerindeki teknolojinin etkisini nitel araştırma yöntemleri kullanarak analiz etmeyi amaçlamaktadır. Araştırmanın odak noktası, farklı teknolojik araçların ve yeniliklerin turizm sektörü nasıl entegre edildiğini ve turist deneyimleri ile sektör operasyonları üzerindeki etkilerini anlamak üzerinde olacaktır. Araştırma, Dünya Turizm Örgütü gibi çeşitli kaynaklardan elde edilen verileri analiz ederek, Türkiye'nin turizm sektöründeki teknolojinin verimliliği, zorlukları ve gelecek beklentileri hakkında sonuçlar çıkarmayı amaçlamaktadır. Turizmde nitel araştırma yöntemleri, veri yapılarını değerlendirmek, farklı veri türlerini analiz etmek ve turizm endüstrisiyle ilgili araştırma sorularına cevap vermek için kritik öneme sahiptir. (Provenzano & Baggio, 2020).

## 1. Literatür Taraması

Teknoloji ve Turizmde Küresel Eğilimler, Turizm sektörü, teknolojik yenilikleri benimsenmesinde sürekli öncü olmuştur. 2023 itibarıyla, teknoloji ve turizmin birleşimi, seyahat deneyimlerini devrim niteliğinde değiştirmektedir. Kişiselleştirilmiş öneriler ve sürükleyici deneyimler gibi yenilikler, seyahat manzarasını dönüştürmektedir. Belirlenen ana teknoloji eğilimleri arasında yapay zeka (YZ) ve makine öğrenmesi (MÖ), artırılmış gerçeklik (AR) ve sanal gerçeklik (VR), Nesnelerin İnterneti (IoT), blokzincir teknolojisi ve sürdürülebilir turizm çözümleri yer almaktadır (Madzık, Falát, Copuş, & Valeri, 2023).

Turizmde YZ ve MÖ, YZ ve MÖ artık turizm endüstrisinin ayrılmaz bir parçası olup, kişiselleştirilmiş ve özelleştirilmiş deneyimleri geliştirmektedir. YZ destekli sohbet robotları ve sanal asistanlar, seyahat planlamasından gerçek zamanlı desteğe kadar gezginlere yardımcı olur ve anında yanıtlar ve özelleştirilmiş öneriler sunar. MÖ

algoritmaları, trendleri tahmin etmek, fiyatlandırmayı optimize etmek ve müşteri memnuniyetini artırmak için büyük miktarda veriyi analiz eder (Roziqin, Kurniawan, Hijri, & Kismartini, 2023).

Turizmde AR ve VR, AR ve VR teknolojileri, destinasyonlarla etkileşimleri yeniden şekillenmektedir. AR destekli mobil uygulamalar, gerçek zamanlı bilgi ve sürükleyici deneyimler sunar, dijital bilgileri fiziksel çevreyle harmanlar. VR, gezginlerin destinasyonları sanal olarak keşfetmelerine ve deneyimlemelerine olanak tanır, seyahat planlamasına yardımcı olmaktadır. Bu teknolojiler, sanal turlar sunmak için oteller ve seyahat acenteleri tarafından giderek daha fazla kullanılmaktadır (Rane, Choudhary, & Rane, 2023).

Turizmde IoT, IoT, seyahat konforunu ve zekasını artırmaktadır. Akıllı bagaj, giyilebilir teknoloji ve bağlantılı otel odaları bu trendin bir parçasıdır. Akıllı bagaj, GPS izleme ve dijital kilitler sunar; giyilebilir cihazlar, gerçek zamanlı sağlık ve güvenlik bilgileri sağlar; bağlantılı otel odaları, bireysel tercihlere göre misafir deneyimlerini kişiselleştirmektedir (Farid, Boudia, & Mwangi, 2023).

Turizmde Blokzincir Teknolojisi, turizm endüstrisinde şeffaflığı, güvenliği ve güveni artırmaktadır. Akıllı sözleşmeler aracılığıyla güvenli ve verimli işlemleri kolaylaştırır, aracıları ortadan kaldırır. Blokzincir tabanlı kimlik doğrulama sistemleri, giriş işlemlerini basitleştirir ve kimlik hırsızlığı risklerini azaltmaktadır (Maythu, Kwok, & Teh, 2024).

Sürdürülebilir Turizm Çözümleri, Sürdürülebilirlik, seyahatte giderek daha kritik hale gelmekte ve teknoloji, sorumlu uygulamaları teşvik etmede anahtar rol oynamaktadır. Mobil uygulamalar, çevre dostu konaklama ve aktiviteler hakkında bilgi sunar. YZ algoritmaları, karbon emisyonlarını azaltmak ve çevresel etkileri en aza indirmek için seyahat rotalarını optimize edilmektedir (Gabor, Flavia, & Coca, 2023).

### 1.1 Diğer Ülkelerde Turizmde Teknoloji Üzerine Vaka Araştırmaları

Misafirperverlikte Sürdürülebilirlik - BobW: BobW, konaklama sektöründe sürdürülebilir bir alternatif olma yolunda ilerlemektedir. Şirket, yerel ikinci el mobilyaları tercih etmektedir, %100 yenilenebilir enerji kullanma, biyolojik olarak parçalanabilen tuvalet malzemeleri bulundurma ve geri dönüşüme vurgu yapma gibi önemli adımlar atmıştır. Otel sektörü ve seyahat endüstrisinin önemli karbon ayak izini ele almayı hedefleyen BobW, sürdürülebilir misafirperverlikte önemli bir uluslararası oyuncu olmayı hedeflemektedir. Bu amaçla, BobW, iklim eylemi organizasyonu olan South Pole ile ortaklık yaparak sertifikalı iklim nötr bir şirket olmuştur. Emisyonlarını iki kat telafi ederken, iklim eylemi projelerini desteklemekte ve çevresel etkilerini misafirlere ve endüstriye şeffaf ve dürüst bir şekilde iletme önem vermektedir (Causone, Tatti, & Alongi, 2021).

Seyahat ve Turizmde Üretken Yapay Zeka: Global seyahat ve turizm endüstrisi, global GSYİH ve iş piyasasına önemli katkılarda bulunmakta ve Büyük Dil Modelleri (LLM) gibi modellerle güçlendirilmiş Üretken Yapay Zeka'yı müşteri deneyimlerini geliştirmek için

kullanmaktadır. Bu teknoloji, öneriler ve sanal turlar aracılığıyla kişiselleştirilmiş seyahat deneyimleri sunarak, etkileyici içerikler oluşturarak, müşteri desteğini kolaylaştırarak ve pazarlama stratejilerini optimize ederek endüstriyi devrim niteliğinde değiştirmektedir. Örneğin, havayolları ve seyahat acenteleri, rezervasyon süreçlerini kolaylaştıran Üretken Yapay Zeka ile çalışan sanal seyahat asistanlarını kullanmaktadır. Çevrimiçi seyahat platformları, kişiselleştirilmiş öneriler sunmakta, oteller ve havayolları, gelir optimizasyonu için dinamik fiyatlandırma stratejilerini kullanmaktadır, tüm bunlar Üretken Yapay Zeka tarafından kolaylaştırılmaktadır (Law, Lin, Ye , & Fong, 2023).

Skyscanner ve Google Arasındaki İşbirliği: Skyscanner, küresel seyahatçi zihniyetlerini anlamak için veri, anket ve röportajları aktif olarak kullanmaktadır. Binlerce seyahatçinin haftalık anketlerine dayanan kapsamlı 'Yeni Seyahat Dünyası' raporu, kısa mesafe ve son dakika uçuşları tercih etme gibi yeni davranışları ortaya koymaktadır. Skyscanner'ın çevre dostu uçuşları teşvik etme ve sürdürülebilir havacılık yakıtları için ortaklıklar kurma gibi girişimleri, bilinçli seyahate olan bağlılıklarını yansıtmaktadır. Ayrıca, aşırı turizmde etkilenen destinasyonlara alternatifler önerme özellikleri üzerinde çalışarak, daha sürdürülebilir ve kapsayıcı bir seyahat endüstrisine katkıda bulunmaktadır (Gallego, Rodríguez, & Font, 2022).

Avusturya Ulusal Turizm Ofisi (ANTO) tarafından Veri Odaklı Yenilik: ANTO, pazarlama veri analizi yaklaşımını, Adverity'nin platformuyla veri toplama ve analizini otomatikleştirerek devrim niteliğinde değiştirmiştir. Bu, pazarlama kampanyalarının gerçek zamanlı değerlendirilmesini ve operasyonel pürüzsüzlüğü sağlamıştır. ANTO'nun yenilikçi pazarlama stratejilerine odaklanması, uluslararası turizmde Avusturya'nın pazar payını artırmayı amaçlamaktadır. Veri otomasyonunu kullanarak ANTO, kampanya ve bütçe kararlarında daha fazla esneklik, üstün analitikler ve pazarlama performansının kapsamlı bir görünümü kazanmıştır. Power BI ile Adverity'nin platformunun entegrasyonu, operasyonel verimliliği ve karar verme sürecini iyileştiren verimli çapraz kanal veri analizi sağlar. Bu yaklaşım, manuel görevlerde önemli bir azalmaya yol açmış ve ANTO'nun Avusturya'da turizmi teşvik etmek için kaliteli içgörüler sunmaya ve pazarlama stratejilerini optimize etmeye odaklanmasını sağlamıştır (Bardel, ve diğerleri, 2023).

Helsinki'de Dijital Dönüşüm - Benim Helsinki Platformu: Helsinki Partners, marka oluşturma çabalarını Benim Helsinki platformuna odaklamıştır ve bu platform yatırımcıları, yetenekleri ve ziyaretçileri çekmeye yöneliktir. Açık veri kullanımında lider olan mobil uyumlu platform, çeşitli veritabanlarından içerik toplar ve yerel halkın ve ziyaretçilerin Helsinki'de ziyaret edilecek yerler ve yapılacak aktiviteler hakkında öneriler sunar. Doğrudan deneyimler satmaz, ancak ziyaretçilere farklı seçenekler hakkında bilgi vererek onları hizmet sağlayıcılara yönlendirir. Ayrıca, Helsinki Partners tarafından başlatılan Düşün Sürdürülebilir rehberi, sürdürülebilirlik hikayeleri sunar ve işletmeleri sürdürülebilirlik kimliklerine göre değerlendirir, kentin turizm endüstrisinde yeşil ve dijital geçişleri teşvik eder (Siltanen, 2023).

Teorik Çerçeve: Turizm, geleneksel ve modern sektörlerle ayrılmış olup, giderek daha fazla Bilgi ve İletişim Teknolojisi (BİT) içermektedir. YZ ve MÖ, pazarlama karar desteği ve talep tahmini gibi alanlarda etkili olup, bu geçişte önemli rol oynamaktadır. BİT'in rolü çok yönlü olup, turizmin hukuki, etik ve sosyal yönlerini etkilemektedir. YZ, robotik, makine öğrenmesi ve derin öğrenme, müşteri hizmetlerinden operasyonel yönetimine kadar turizm yeniden şekillendirmektedir (Kong, 2023).

Teknolojinin turizm sektörü üzerindeki etkileri, dünya genelinde ve Türkiye'de önemli bir araştırma konusu olmuştur. Teknolojik yenilikler, müşteri deneyimini zenginleştirme, operasyonel verimliliği artırma ve maliyetleri düşürme potansiyeline sahiptir. Özellikle, yapay zeka, sanal gerçeklik, artırılmış gerçeklik ve çevrimiçi rezervasyon sistemleri gibi teknolojilerin turizm sektörüne entegrasyonu üzerine yapılan (Rane, Choudhary, & Rane, 2023), bu teknolojilerin müşteri memnuniyetini nasıl artırdığını ve işletmelerin pazar konumunu nasıl güçlendirdiğini göstermektedir. Türkiye özelinde ise, teknolojik yeniliklerin beş yıldızlı otellerde nasıl kullanıldığına dair yapılan yerel araştırmalar (Kong, 2023), bu teknolojilerin müşteri deneyimini nasıl iyileştirdiğine ve otel işletmelerinin rekabetçi avantajlarını nasıl artırdığına dair değerli bilgiler sunmaktadır.

Pandemi sonrası dönem, teknolojinin turizm sektöründeki rolünü daha da önemli hale getirmiştir. Örneğin, çevrimiçi rezervasyon sistemlerinin ve temassız ödeme seçeneklerinin kullanımındaki artış, müşterilerin sağlık ve güvenlik endişelerini azaltmada kritik bir rol oynamıştır (Law, Lin, Ye , & Fong, 2023). Ayrıca, sürdürülebilir turizm uygulamalarının teşvik edilmesi açısından dijital teknolojilerin rolü (Gabor, Flavia, & Coca, 2023), enerji tasarrufu sağlayan aydınlatma sistemleri ve kağıtsız işlemler gibi çevre dostu teknolojilerin kullanımını kapsamaktadır. Bu araştırmalar, teknolojinin turizm sektöründe nasıl bir dönüşüm yaratabileceğine dair önemli içgörüler sunmakta olup, Türkiye'deki otellerin bu global trendlere nasıl uyum sağladığını ve pandemi sonrası turizm sektörünün geleceğini nasıl şekillendirdiğini göstermektedir.

## 2. Araştırmanın Yöntemi

Bu araştırmanın, Türkiye'deki turizm sektöründe teknolojinin rolünü ve turist memnuniyetine olan etkisini değerlendirmeyi amaçlamaktadır. Araştırma, Konya, Mersin ve Trabzon'da bulunan sekiz adet beş yıldızlı otel üzerinde yoğunlaşmıştır. Bu oteller arasında yapılan görüşmeler ve toplanan veriler, teknolojinin turizm sektöründeki uygulamalarını ve etkilerini derinlemesine anlamamıza olanak tanımıştır.

### 2.1. Araştırma Tasarımı

Bu araştırmanın, nitel araştırma metodolojisinin olgubilim türünü kullanmaktadır. Nitel araştırma, gözlem, görüşme ve doküman analizi gibi yöntemlerle, algılar ve olaylar hakkında doğal ve bütüncül bilgiler sağlar (Ernest, Marcellus, Abenwi, & Ibrahima, 2023). Araştırmamızda, her bir otel yöneticisiyle yaklaşık 45 dakikalık yüz yüze yapılandırılmış

görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Bu görüşme soruları araştırmacılar tarafından hazırlanmış ve alanında uzman öğretim elemanlarının önerileriyle son şekli verilerek uygulanmıştır.

Bu sorular, otellerde kullanılan teknolojik sistemlerin müşteri deneyimine katkılarında, çevresel sürdürülebilirlik hedeflerine ve pandemi sonrası yapılan değişikliklere kadar geniş bir yelpazede bilgi toplamayı amaçlamaktaydı. Sorular aşağıdaki gibidir:

- Otelinizde hangi tür teknolojik sistemler veya araçlar kullanılmaktadır ve bu sistemlerin müşteri deneyimine katkısı nedir?
- Teknoloji kullanımı, otelinizin işletme maliyetlerini nasıl etkiliyor?
- Konuklarınıza sunduğunuz hizmetlerde teknolojiyi nasıl entegre ediyorsunuz ve bu entegrasyon müşteri memnuniyetini nasıl artırıyor?
- Otel yönetiminde ve günlük operasyonlarda teknoloji kullanımının getirdiği en büyük zorluklar nelerdir?
- Çevrimiçi rezervasyon ve müşteri ilişkileri yönetimi sistemlerinizin etkinliği hakkında neler söyleyebilirsiniz?
- Teknoloji kullanımı, otelinizin çevresel sürdürülebilirlik hedeflerine nasıl katkıda bulunuyor?
- Pandemi sırasında ve sonrasında otelinizin teknoloji kullanımındaki değişiklikler neler oldu?
- Otel personelinizin teknolojik araçları kullanma becerileri ve eğitim ihtiyaçları hakkında neler söyleyebilirsiniz?
- Teknoloji kullanımının otelinizin rekabet avantajı üzerindeki etkisi nedir?
- Gelecekte otelinizde hangi teknolojik yenilikleri veya iyileştirmeleri planlıyorsunuz?

Bu detaylı soru listesi, araştırmanın derinlemesine ve kapsamlı bir analiz yapmasını sağlamakta, ayrıca otel yöneticilerinin teknoloji kullanımı ve turizm sektöründeki etkileri hakkındaki düşüncelerini ve deneyimlerini kapsamlı bir şekilde yansıtmaktadır.

### **2.1.1.1. Araştırma Yöntemi ve Yer Seçimi**

Bu çalışmada, Türkiye'nin Konya, Mersin ve Trabzon illeri seçilmiştir. Bu iller, Türkiye turizm sektöründeki çeşitliliği temsil etmekte ve farklı coğrafi, ekonomik ve kültürel özellikleri ile ön plana çıkmaktadır. Konya, tarihi ve kültürel turizm açısından; Mersin, sahil turizmi ile; Trabzon ise doğa turizmi ve Karadeniz kültürüyle dikkat çeken bölgelerdir. Bu çeşitlilik, teknolojinin turizm üzerindeki etkilerini farklı açılardan değerlendirmemizi sağlar, böylece elde edilen bulguların genelizasyonu için daha sağlam bir temel oluşturur.



Araştırma kapsamında sadece beş yıldızlı oteller incelenmiştir. Bu tercih, teknolojinin turizm sektöründeki etkilerini en üst düzeydeki hizmet kalitesi çerçevesinde değerlendirebilmek içindir. Beş yıldızlı oteller, genellikle teknolojiyi daha yoğun kullanmaları ve yenilikçi hizmetler sunmaları bakımından diğer otel kategorilerine göre öncüdürler. Bu durum, teknolojik yeniliklerin müşteri memnuniyeti ve işletme performansı üzerindeki etkilerini detaylı bir şekilde incelemek için ideal bir ortam sağlar.

Bu çalışma, nitel araştırma yöntemlerini kullanarak, teknolojinin turizm sektöründeki rolünü ve turist memnuniyetine olan etkisini derinlemesine analiz etmeyi amaçlamaktadır. Nitel metodoloji, katılımcıların deneyimlerini, algılarını ve teknolojiyi nasıl kullandıklarını ve değerlendirdiklerini kapsamlı bir şekilde anlamaya olanak tanır. Bu yaklaşım, özellikle turizm sektörü gibi insan odaklı ve deneyim temelli bir alanda, teknolojinin sunduğu avantajları ve karşılaşılan zorlukları gerçek yaşam bağlamında değerlendirmek için uygundur.

Araştırmada, yarı yapılandırılmış derinlemesine görüşmeler gerçekleştirilmiş ve elde edilen veriler tematik analiz yöntemiyle işlenmiştir. Bu yöntem, verilerin sistemli bir şekilde organize edilmesini, önemli temaların ve alt temaların belirlenmesini ve bu temalar arasındaki ilişkilerin keşfedilmesini sağlar. Bu süreç, teknolojinin turizm sektöründeki uygulamaları ve bu uygulamaların müşteri deneyimi üzerindeki etkileri hakkında derinlemesine anlayış geliştirmemize yardımcı olmuştur.

### **2.1.2. Veri Toplama ve Analiz Süreci**

Görüşmeler, 15 Kasım 2023 ile 15 Ocak 2024 tarihleri arasında gerçekleştirilmiştir. İki kişiden oluşan araştırma ekibimiz, katılımcılarla yapılan görüşmeler sırasında detaylı yazılı notlar almıştır. Toplanan veriler, betimsel analiz yöntemi ile işlenmiştir. Analiz süreci dört aşamadan oluşmuştur: İlk olarak, araştırma sorularına dayanarak veriler için bir çerçeve oluşturulmuştur. Ardından, bu çerçeveye dayalı olarak veriler okunmuş ve düzenlenmiştir. Düzenlenen veriler tanımlanmış ve doğrudan alıntılar yapılmıştır. Son aşamada ise, bulgular açıklanmış ve anlamlandırılmıştır.

### **2.1.3. Güvenilirlik ve Veri Sunumu**

Araştırmanın güvenilirliğini sağlamak için birden fazla araştırmacı kullanılmış ve veriler yorum katılmadan sunulmuştur. Verilerin sunumunda, alıntı seçimi için çarpıcılık, açıklayıcılık, çeşitlilik ve uç örnekler kriterleri göz önünde bulundurulmuştur (Ünver, Bümen ve Başbay, 2010). Sonuçların gerçeği yansıtması adına, yorumlar veri sunumundan sonra yapılmıştır.

Bu metodolojik yaklaşım, araştırmanın amacına uygun derinlemesine ve kapsamlı bilgiler elde etmemizi sağlamıştır. Bu bölümde açıklanan yöntemler, sonraki bölümlerde sunulan bulguların ve analizlerin temelini oluşturmaktadır.

### 3. Bulgular

Bu Araştırma, Türkiye'nin turizm sektöründe teknolojinin etkisi ve turist memnuniyetine olan katkısını değerlendirmektedir. Konya, Mersin ve Trabzon'da bulunan sekiz adet beş yıldızlı otelle yapılan görüşmeler, teknolojinin turizm sektöründeki uygulamalarını ve etkilerini derinlemesine anlamamızı sağlamıştır.

Katılan yöneticilere ilişkin demografik bilgiler Tablo1'de yer almaktadır.

**Tablo 1:** Yöneticilere İlişkin Demografik Bilgiler

Yönetici	Yaş	Cinsiyet	Eğitim	Kurumda Çalışma Süresi
Y1	29	Kadın	Yüksek Lisans	5 yıl
Y2	32	Erkek	Üniversite	4 yıl
Y3	30	Erkek	Üniversite	2 yıl
Y4	34	Erkek	Üniversite	6 yıl
Y5	41	Kadın	Üniversite	9 yıl
Y6	28	Kadın	Üniversite	3 yıl
Y7	42	Erkek	Üniversite	7 yıl
Y8	36	Erkek	Üniversite	5 yıl

**Tablo 2:** Türkiye'deki Turizm Sektöründe Teknolojinin Rolüne İlişkin Ana Kategoriler ve Etkileri

Kategori	Açıklama	Örnekler / Uygulamalar	Etkiler / Sonuçlar
Dijital Pazarlama	Turizm sektöründe dijital pazarlama teknikleri ve stratejileri.	Sosyal medya kampanyaları, SEO, e-posta pazarlaması.	Müşteri erişiminin ve marka bilinirliğinin artması.
Online Rezervasyon Sistemleri	Online otel ve tur rezervasyon platformları.	Online otel rezervasyon siteleri, mobil uygulamalar.	Rezervasyon süreçlerinin kolaylaşması, müşteri memnuniyetinin artması.
Sanal Gerçeklik (VR) ve Artırılmış Gerçeklik (AR)	Turizmde VR ve AR teknolojilerinin kullanımı.	Sanal turlar, artırılmış gerçeklik uygulamaları.	Ziyaretçi deneyiminin zenginleşmesi, uzaktan turizm olanaklarının artması.

Sürdürülebilirlik ve Çevresel Etki	Teknolojinin turizm sektöründeki çevresel sürdürülebilirliğe etkisi.	Enerji verimli teknolojiler, dijital belge yönetimi.	Çevresel ayak izinin azalması, sürdürülebilir turizm uygulamaları.
Yapay Zeka ve Veri Analitiği	AI ve veri analitiğinin turizm sektöründe kullanımı.	Müşteri davranış analizi, fiyatlandırma stratejileri.	Hizmet kalitesinin artması, kişiselleştirilmiş deneyimler.
Mobil Teknolojiler	Turizmde mobil teknolojilerin kullanımı.	Mobil ödeme sistemleri, yerel rehber uygulamaları.	Erişilebilirlik ve kullanım kolaylığının artması.

Araştırma kapsamında, otellerde görev alan yöneticilere özenle hazırlanmış bir dizi soru yöneltilmiştir. Bu sorular, otellerde kullanılan teknolojik sistemlerin müşteri deneyimine katkılarında, çevresel sürdürülebilirlik hedeflerine ve pandemi sonrası yapılan değişikliklere kadar geniş bir yelpazede bilgi toplamayı hedeflemektedir. Yöneticilerin verdiği yanıtlar, araştırmacılar tarafından detaylı notlar alınarak kaydedilmiş ve bu yanıtlar, daha sonra betimsel analiz yöntemi ile işlenerek araştırmanın temel bulgularını oluşturmuştur. Bu süreç, elde edilen verilerin kapsamlı ve derinlemesine analizine imkan tanıyarak, sektördeki teknolojik entegrasyonun gerçek durumunu ve etkilerini aydınlatmaktadır.

### 3.1. Otelinizde Hangi Tür Teknolojik Sistemler Veya Araçlar Kullanılmaktadır Ve Bu Sistemlerin Müşteri Deneyimine Katkısı Nedir?

Özetle, Otel yöneticileri tarafından verilen cevaplara göre, çeşitli teknolojik sistemlerin kullanımı, müşteri taleplerini karşılama ve otel işleyişinin iyileştirilmesinde kritik bir rol oynamaktadır. Bu sistemler arasında:

Bilgi Teknolojileri ve İletişim Araçları (Y1, Y3, Y6, Y7): Bilgisayarlar, telefonlar, yazıcılar, tarayıcılar ve özel yazılımlar (örneğin Elektra V5 ve MOD HOTEL) kullanılarak, misafir kayıtları daha hızlı ve verimli bir şekilde işlenmekte, check-in/check-out işlemleri kolaylaştırılmakta ve güvenli kayıt yönetimi sağlanmaktadır.

İnternet ve Bağlantı Teknolojileri (Y2): Wi-Fi 6 ve hotspot gibi teknolojiler, misafirlere hızlı ve kolay internet erişimi sunarak memnuniyetlerini artırmaktadır.

Akıllı Kart Sistemleri ve Mobil Uygulamalar (Y4, Y5, Y8): Akıllı kartlar, IP TV ve klima kontrol panelleri, mobil anahtarlar ve özel sipariş uygulamaları gibi teknolojiler, otel içi hizmetlerin daha etkin sunulmasını sağlamakta, personelin iş yükünü hafifletmekte ve müşteri isteklerinin daha hızlı karşılanmasına olanak tanımaktadır.

Otomasyon Sistemleri (Y8): Otel odalarındaki klima ve diğer elektronik cihazların merkezi kontrolü, enerji tasarrufu sağlamak ve aydınlatma sistemlerinin daha verimli yönetilmesine katkıda bulunmaktadır.

Bu teknolojik sistemlerin genel amacı, müşteri deneyimini zenginleştirmek, iş süreçlerini hızlandırmak ve otel yönetiminin verimliliğini artırmaktır. Bu sayede, hem müşterilerin konfor ve memnuniyet düzeyleri yükseltilmekte hem de otel operasyonlarının daha etkin bir şekilde yürütülmesi sağlanmaktadır.

### **3.2. Teknoloji Kullanımı, Otelinizin İşletme Maliyetlerini Nasıl Etkiliyor?**

Özet olarak, otel yöneticilerinin teknoloji kullanımının işletme maliyetlerine etkilerine dair görüşleri şu şekilde sıralanabilir:

Enerji ve Kağıt Tasarrufu (Y1): Teknolojinin dengeli kullanımı, enerji tüketimini artırırken kağıt kullanımını azaltmakta ve bu durum, otelin çevrecilik politikalarını desteklemektedir.

Uygun Kullanım ve Maliyet Kontrolü (Y2): Teknolojinin uygun şekilde kullanılması, işletmenin maliyetlerini zorlamamakta ve kontrol altında tutmaktadır.

Operasyonel Verimlilik (Y3, Y6): Kayıt programları, POS cihazları ve internet rezervasyon sistemleri gibi teknolojiler, müşteri işlemlerini kolaylaştırmakta ve işlem sürecini hızlandırmaktadır.

Standart Maliyet Etkisi (Y4): Günümüzde yaygın teknoloji kullanımı, otel maliyetlerini standart bir seviyede etkilemektedir.

Müşteri Memnuniyeti ve Maliyet Dengesi (Y5): Teknoloji kullanımının maliyeti, sunduğu rahatlık ve konfor ile dengelenmekte ve müşteri memnuniyeti sayesinde maliyeti karşılanmaktadır.

Maliyet Azaltımı (Y7): Teknoloji kullanımı, işletme maliyetlerini en aza indirmekte faydalı olmaktadır.

İşgücü Tasarrufu ve Verimli Tüketim (Y8): Teknoloji, az insan gücü ile daha verimli tüketim sağlayarak maliyetleri olumlu yönde etkilemektedir.

Genel olarak, otel yöneticileri teknoloji kullanımının işletme maliyetlerini dengeli ve olumlu bir şekilde etkilediğini, operasyonel verimliliği artırdığını ve müşteri memnuniyetine katkıda bulunduğunu belirtmişlerdir. Bu durum, hem maliyet tasarrufu hem de işletme verimliliği açısından faydalı olmaktadır.

### **3.3. Konuklarınıza Sunduğunuz Hizmetlerde Teknolojiyi Nasıl Entegre Ediyorsunuz Ve Bu Entegrasyon Müşteri Memnuniyetini Nasıl Artırıyor?**

Özetle, otel yöneticileri, müşterilere sunulan hizmetlerde teknolojinin entegrasyonunun müşteri memnuniyetini artırma yollarını şu şekilde ifade etmişlerdir:

Otomatik ve Kişiselleştirilmiş Hizmetler (Y1, Y4, Y6): Teknolojik araçlar, örneğin uyandırma servisi için otomatik telefon randevuları, akıllı paneller ve programlanmış spa randevuları sayesinde, müşterilerin gereksinimlerini önceden tahmin ederek ve otomatik olarak karşılayarak memnuniyeti artırmaktadır. Bu sistemler, müşterilerin tekrar geri bildirimde bulunma ihtiyacını azaltmakta ve hizmetleri daha kişiselleştirmektedir.

Erişilebilir Mobil Uygulamalar (Y2, Y5): Kolay ve hızlı erişilebilir mobil uygulamalar, müşterilerin otel hizmetlerine kolayca erişmesini sağlayarak memnuniyetlerini artırmaktadır. Bu uygulamalar, müşterilerin telefonlarıyla entegre edilerek, onlara daha rahat bir deneyim sunmaktadır.

Verimli İşlem Süreçleri (Y3, Y8): Kayıt programları, POS cihazları ve online rezervasyon sistemleri gibi teknolojiler, müşterilerin ve otel personelinin işlemlerini kolaylaştırmakta ve hızlandırmaktadır. Bu da müşteri memnuniyetinde artışa yol açmaktadır.

Akıllı Oda Kontrol Sistemleri (Y8): Akıllı anahtar kartları ve oda kontrol sistemleri gibi teknolojiler, müşterilerin odalarını daha rahat ve verimli bir şekilde kullanmalarını sağlamaktadır.

Ücretsiz Wi-Fi Hizmeti (Y8): Ücretsiz Wi-Fi hizmeti, müşterilerin sürekli olarak bağlı kalmasını ve ihtiyaç duyduklarında internete erişebilmelerini sağlayarak konforlarını artırmaktadır.

Genel olarak, teknolojinin entegrasyonu, müşteri deneyimini kişiselleştirmekte, işlem süreçlerini hızlandırmakta, erişilebilirlik sağlamakta ve müşterilerin otel hizmetlerine daha rahat ve verimli bir şekilde erişmelerine olanak tanımaktadır. Bu entegrasyon, müşteri memnuniyetini önemli ölçüde artırmaktadır.

### **3.4. Otel Yönetiminde Ve Günlük Operasyonlarda Teknoloji Kullanımının Getirdiği En Büyük Zorluklar Nelerdir?**

Özet olarak, otel yöneticileri, otel yönetimi ve günlük operasyonlarda teknoloji kullanımının getirdiği zorlukları şu şekilde ifade etmişlerdir:

Bellek ve Depolama Yönetimi (Y1): Günlük operasyonlar sırasında artan veri miktarı nedeniyle, bellek ve depolama alanının düzenli olarak yönetilmesi gerekmektedir.

Teknolojik Takip ve Doğru Uygulama (Y2): Teknolojinin sürekli takibi ve doğru şekilde uygulanması gerekmekte, aksi takdirde müşteri memnuniyetinde kayıplar yaşanabilmektedir.

Sistem Kayıtları ve Yasal Uyum (Y3): Misafir kayıtlarının sisteme ve polis sistemine (EGM) doğru bir şekilde girilmesi zorunluluğu, kesintisiz ve hatasız bir işlem süreci gerektirmektedir.

İnternet Bağlantı Sorunları (Y4, Y8): İnternet bağlantısının güvenilirliği ve yeterliliği önemli bir zorluktur. Özellikle, yüksek hızlı internet hizmetinin sağlanması ve birçok

misafirin aynı anda interneti kullanırken yaşanabilecek aksaklıkların önlenmesi gerekmektedir.

Personel Eğitimi (Y5): Yeni teknolojilerin kullanımını öğrenmek, özellikle personel için önemli bir zorluk teşkil etmektedir.

Sistem Entegrasyonu ve Mali Riskler (Y6): Farklı sistemlerin entegrasyonu ve kullanımındaki dikkatsizlikler, otel için mali zararlara yol açabilmektedir.

Teknolojik Altyapı Gereklilikleri (Y8): Özellikle yeni teknolojileri misafirlere sunmadan önce, sağlam ve yeterli bir altyapının kurulması gerekmektedir.

Bu zorluklara rağmen, bazı yöneticiler (Y7) teknoloji kullanımının genel olarak otel operasyonlarına kolaylık getirdiğini belirtmiştir. Genel olarak, teknolojinin doğru ve etkili kullanımı, personel eğitimi, altyapı geliştirme ve sürekli takip, otel yönetimi ve operasyonlarında başarılı olmak için gereken anahtar faktörler olarak öne çıkmaktadır.

### **3.5. Çevrimiçi Rezervasyon Ve Müşteri İlişkileri Yönetimi Sistemlerinizin Etkinliği Hakkında Neler Söyleyebilirsiniz?**

Özet olarak, otel yöneticileri, çevrimiçi rezervasyon ve müşteri ilişkileri yönetimi sistemlerinin etkinliği hakkında şu şekilde yorumlar yapmışlardır:

Güvenlik ve Gizlilik (Y1): Bu sistemler, hem güvenlik hem de müşteri bilgilerinin korunması açısından önemli bir etkiye sahiptir. Sistemlere yapılan her giriş kayıt altına alınarak Kişisel Verilerin Korunması Kanunu'na (KVK) uyulmaktadır.

Kolay ve Hızlı Rezervasyon (Y2, Y5): Çevrimiçi uygulamalar, müşterilere kolay, hızlı ve sabit rezervasyon imkanları sunarak müşteri memnuniyetini artırmaktadır.

Müşteri Güveni ve Avantajlar (Y3): İnternet rezervasyonları, otel görselleri ve müşteri yorumları aracılığıyla güvenilir bir rezervasyon süreci sağlamak ve otelciler için avantajlar sunmaktadır.

7/24 Etkin Hizmet (Y4): Kullanılan telefonlar ve sistemler, hizmetlerin 7/24 etkin bir şekilde sunulmasını ve işlemlerin kolaylaştırılmasını sağlamaktadır.

Müşteri Portföyü ve İnternet Acentaları (Y6): İnternet acentaları, otellerin müşteri portföyünü genişletmekte büyük rol oynamakta, ancak müşterilerin beklentileri bazen otelciler için zorluklar yaratabilmektedir.

Google Yorumları ve Misafir İlişkileri (Y7): Teknoloji, müşteri yorumlarının Google üzerinde paylaşılmasını kolaylaştırarak misafir ilişkilerini güçlendirmektedir.

Etkin Yönetim ve İletişim (Y8): Çevrimiçi rezervasyon ve müşteri ilişkileri sistemleri, misafir memnuniyetini ölçmekte ve taleplere hızlı dönüş yapmada etkin bir rol oynamaktadır. Bu sistemler, misafir ilişkileri departmanının diğer departmanlarla koordinasyonunu sağlamakta önemli bir işleve sahiptir.

Genel olarak, çevrimiçi rezervasyon ve müşteri ilişkileri yönetimi sistemlerinin, güvenlik ve gizlilik sağlama, müşteri memnuniyetini artırma, hizmetlerin etkin sunumu ve iletişimi güçlendirme gibi önemli katkıları bulunmaktadır. Bu sistemler, otel işletmeciliğinde verimliliği ve müşteri deneyimini iyileştirmede kritik rol oynamaktadır.

### **3.6. Teknoloji Kullanımı, Otelinizin Çevresel Sürdürülebilirlik Hedeflerine Nasıl Katkıda Bulunuyor?**

Özet olarak, otel yöneticileri, teknoloji kullanımının otellerinin çevresel sürdürülebilirlik hedeflerine katkıda bulunma yollarını şu şekilde açıklamışlardır:

**Kağıt Tasarrufu ve Güvenli Veri Saklama (Y1, Y4):** Teknolojik verilerin dijital olarak saklanması, kağıt kullanımını azaltmakta ve verilerin güvenli bir şekilde saklanmasını sağlamaktadır. Bu, geçmiş kayıtlara ve verilere kolay erişim sağlamakta ve çevresel sürdürülebilirliğe katkıda bulunmaktadır.

**Dijitalleşme ile Tasarruf (Y2):** Teknoloji kullanımı ve dijitalleşme, kağıt ve elektrik gibi kaynaklarda tasarruf sağlamakta ve çevresel sürdürülebilirliği desteklemektedir.

**Enerji Verimliliği (Y3, Y6):** Elektrik sarfiyatının azalması ve teknolojik aletlerin kullanımı, yenilenebilir enerji kaynaklarıyla birleşerek çevreye daha az zarar vermektedir. Bu, işlemlerin insan gücü olmadan daha kolay ve hızlı bir şekilde yapılmasını sağlamaktadır.

**Atık Azaltımı (Y6):** Teknolojik cihazların kullanımı, elle yapılan ve atıklara neden olan işlemlerin azalmasına katkıda bulunmaktadır.

**Sertifikasyon ve Standartlar (Y8):** Otelin çevresel sürdürülebilirlikle ilgili sertifikaları ve belgeleri bulunmaktadır, bu da otelin sürdürülebilirlik konusunda belirli standartları ve süreçleri başarıyla tamamladığını göstermektedir.

Genel olarak, teknolojinin otel işletmeciliğinde kullanımı, kağıt ve enerji tasarrufu, atık azaltımı, veri güvenliği ve sürdürülebilirlik standartlarına uyum gibi çeşitli yollarla çevresel sürdürülebilirliğe önemli katkılarda bulunmaktadır. Bu, hem otel işletmelerinin verimliliğini artırmakta hem de çevreye olan etkilerini azaltmaktadır.

### **3.7. Pandemi Sırasında Ve Sonrasında Otelinizin Teknoloji Kullanımındaki Değişiklikler Neler Oldu?**

Pandemi sırasında ve sonrasında otellerde yapılan teknoloji kullanımındaki değişiklikler, otel yöneticileri tarafından şu şekilde özetlenmiştir:

**Sağlık ve Güvenlik Tedbirleri (Y1):** Ateş ölçer, HES kodu sorgulama ve PCR testi laboratuvarları gibi sağlıkla ilgili teknolojiler kullanılmaya başlandı.

**Temassız Ödeme ve Online Rezervasyon (Y2, Y3, Y5, Y8):** Temassız ödeme seçenekleri ve online rezervasyon sistemleri geliştirildi. Bu, para alışverişini minimuma indirgeyerek teması azalttı ve giriş işlemlerinin hızlı ve temassız yapılmasını sağladı.

Minimum Temas için Teknolojik Araçlar (Y6): Misafirlerle geçirilen sürenin minimuma indirilmesi için teknolojik aletler temin edildi.

Artan Teknoloji Kullanımı (Y7, Y8): Pandemi sırasında azaltılan teknolojik ürün kullanımı, pandemi sonrasında arttı. Online işlemler, dijital anahtarlar ve mobil uygulamalar gibi teknolojik çözümler daha fazla kullanılmaya başlandı.

Bazı Otellerde Önemli Bir Değişiklik Olmadı (Y4): Bazı otellerde pandemi sırasında ve sonrasında teknoloji kullanımında dikkate değer bir değişiklik olmadı.

Genel olarak, pandemi, otellerin teknoloji kullanımında önemli değişikliklere neden oldu. Bu değişiklikler, özellikle sağlık ve güvenlik tedbirlerini artırma, temassız işlemleri kolaylaştırma ve genel olarak teması azaltma odaklıydı. Bu süreçte, teknoloji kullanımının artışı, hem müşteri hem de personel güvenliğini sağlamada önemli bir rol oynadı.

### **3.8. Otel Personelinizin Teknolojik Araçları Kullanma Becerileri Ve Eğitim İhtiyaçları Hakkında Neler Söyleyebilirsiniz?**

Otel yöneticileri, personelin teknolojik araçları kullanma becerileri ve eğitim ihtiyaçları hakkında şu şekilde yorumlar yapmışlardır:

Etkili Eğitim ve Verimli Kullanım (Y1, Y4, Y5, Y8): Gerçekleştirilen eğitimler sayesinde personel, teknolojik cihazları verimli ve profesyonel bir şekilde kullanmaktadır. Bu eğitimler, personelin güncel teknoloji trendleri ve kullanılan yazılımları anlamalarını sağlamakta ve onların işlerini kolaylaştırmaktadır.

Çevrimiçi Eğitimler (Y2): Personel, çevrimiçi eğitimler aracılığıyla gereksinim duydukları bilgilere hızlı bir şekilde erişebilmekte ve bu sayede teknolojik araçları daha etkin bir şekilde kullanabilmektedir.

İletişim Araçlarının Kullanımı (Y3): İletişimler genellikle WhatsApp gibi mesajlaşma uygulamaları üzerinden yürütülmekte ve resepsiyonist personelin otel programlarını tam anlamıyla kullanmaları sağlanmaktadır.

Departmanlara Göre Eğitim ve Yatkinlik (Y6): Resepsiyon, muhasebe, restoran gibi departmanlarda personel seçimi yapılırken teknolojik aletlere olan yatkinlik önemli bir faktör olarak dikkate alınmakta ve her personelin teknoloji eğitimi alması gerekmektedir.

Genel Teknoloji Hakimiyeti (Y7): Otelde bulunan bütün personeller, teknolojiye tam anlamıyla hakim durumdadır.

Genel olarak, otel personelinin teknolojik araçları etkin bir şekilde kullanabilmesi için yapılan eğitimlerin önemi vurgulanmaktadır. Bu eğitimler, personelin güncel teknoloji trendlerini takip etmelerini, sistemleri etkili kullanmalarını ve konuklara daha iyi hizmet sunmalarını sağlamak amacıyla düzenlenmektedir. Ayrıca, personel seçiminde teknolojiye olan yatkinlik önemli bir kriter olarak değerlendirilmektedir.



### **3.9. Teknoloji Kullanımının Otelinizin Rekabet Avantajı Üzerindeki Etkisi Nedir?**

Otel yöneticileri, teknoloji kullanımının otellerinin rekabet avantajına etkisi üzerine şu yorumları yapmışlardır:

Özgün Teknolojik Özellikler (Y1): Teknolojik cihazlar, DND sistemleri ve engelli odaları için acil çağrı butonları gibi benzersiz özellikler sunarak diğer oteller arasında fark yaratmaktadır.

Misafir Memnuniyeti ve Farklılaşma (Y2, Y4, Y5): İyi bir teknoloji kullanımı, misafir memnuniyetini maksimum seviyeye çıkararak rakiplerden öne geçilmesini sağlamaktadır. Hızlı servis imkanı ve taleplere cevap verme süresinin kısalığı, olumlu geri dönüşler alınmasına ve müşterilerin tercihlerine olumlu yönde etki etmektedir.

Rezervasyon ve Pazarlama Avantajları (Y3, Y6, Y7, Y8): İnternet üzerinden rezervasyon yönetimi, geniş bir misafir portföyüne ulaşma, rakip otellerin fiyat politikalarını takip etme ve online fiyat paylaşımı yaparak bilgi erişimini kolaylaştırma, otellerin rekabet avantajını artırmaktadır.

Veri Analitiği ve Operasyonel Verimlilik (Y8): Rezervasyon ve satış kanalları, müşteri deneyimi, veri analitiği ve yönetimi, operasyonel verimlilik gibi konularda teknolojinin önemi büyüktür. Teknoloji kullanımı, eski düzene nazaran misafirlere daha hızlı ulaşmayı sağlamak ve rekabet avantajını artırmaktadır.

Genel olarak, teknoloji kullanımı, otellerin rekabet avantajını artırmada önemli bir rol oynamaktadır. Bu, özgün özellikler sunma, misafir memnuniyetini artırma, etkin pazarlama ve rezervasyon yönetimi, veri analitiği ve operasyonel verimlilik yoluyla sağlanmaktadır. Bu avantajları maksimize etmek için, teknolojilerin doğru bir şekilde uygulanması ve sürekli olarak güncellenmesi gerekmektedir.

### **3.10. Gelecekte Otelinizde Hangi Teknolojik Yenilikleri veya İyileştirmeleri Planlıyorsunuz?**

Otel yöneticileri, gelecekte otellerinde planladıkları teknolojik yenilikler ve iyileştirmeler hakkında şu şekilde yorumlar yapmışlardır:

Ön Büro Sistemlerinin Geliştirilmesi (Y1): Ön büro hizmetlerinin daha pratik ve kullanışlı hale getirilmesi için çalışmalar yapılması planlanmaktadır.

Online ve Dijital Yenilikler (Y2, Y5, Y6): Online dijital rezervasyon, Wi-Fi teknolojisi, VR sistemleri ve dijital check-in sistemleri gibi yenilikler üzerinde çalışılmaktadır. Kayıt ve kimlik sistemlerinin hızlandırılması ve misafirlerin internet ve hizmetlere daha hızlı ulaşımını sağlamak amacıyla odalarda yenilikler yapılması planlanmaktadır.

**Kapı ve Güvenlik Sistemlerinin Yenilenmesi (Y3):** Her odanın kapısının kart sistemiyle açılması ve bu sistemin yenilenerek, her odaya entegre edilen dokunmatik kapı zili sistemi kurulması düşünülmektedir.

**Sektörel Liderlik ve Deneyimler (Y4):** Konaklama ve hizmet sektöründe öncü olabilecek sistemlerin deneyimlenmesi ve uygulanması, hizmet kalitesini en üst seviyede tutmak için planlanmaktadır.

**Yeniliklere Açıklık (Y7):** Teknolojinin getirdiği tüm yeniliklere açık olma ve bunları kullanmaya hazır olma yönünde bir yaklaşım bulunmaktadır.

**Geleceğin Otelleri (Y8):** Gelecekteki teknolojik yeniliklere bağlı olarak, insan gücüne daha az ihtiyaç duyulan otomatik check-in/check-out işlemleri ve belki de otel restoranlarında robotların servis yapması gibi yeniliklerin yaşanabileceği düşünülmektedir.

Genel olarak, otel yöneticileri, teknoloji alanında sürekli gelişmeler ve yenilikler yapmayı planlamaktadırlar. Bu planlar, müşteri deneyimini iyileştirmek, operasyonel verimliliği artırmak ve sektörde öncü konumda olmak amacıyla gerçekleştirilmektedir. Yenilikçi yaklaşımlar ve gelişen teknolojiler, otelcilik sektöründe önemli bir rekabet avantajı sağlamak ve hizmet kalitesini artırmaktadır.

### **3.11. Otelcilik Sektöründe Teknolojinin Rolü: Otel Yöneticilerinin Görüşleri, Uygulamalar Ve Gelecek Planları**

**Otel Yöneticilerinin Görüşleri ve Uygulamaları:** Otel yöneticileriyle yapılan görüşmeler, otellerde teknolojinin müşteri deneyimine, işletme maliyetlerine, günlük operasyonlara ve çevresel sürdürülebilirlik hedeflerine olan etkisini vurgulamaktadır. Örneğin, Ramada Otel Konya'da akıllı otomasyon sistemleri, enerji tasarrufu sağlayan aydınlatma kontrolleri ve çevrimiçi rezervasyon sistemleri gibi teknolojik çözümler kullanılmaktadır.

**Teknolojinin Müşteri Deneyimine Katkısı:** Teknolojinin müşteri deneyimine olumlu katkıları, özellikle online rezervasyon, akıllı anahtar kartları, oda kontrol sistemleri ve ücretsiz Wi-Fi hizmeti gibi özellikler aracılığıyla gözlemlenmektedir. Bu yenilikler, müşteri memnuniyetini artırarak ve hizmetleri kullanıcı dostu hale getirerek turizm sektöründe önemli bir rol oynamaktadır.

**İşletme Maliyetleri ve Operasyonel Zorluklar:** Teknolojinin kullanımı, işletme maliyetlerini olumlu yönde etkilemekte ve daha az insan gücü ile daha verimli tüketim sunmaktadır. Ancak, yüksek hızlı internet gibi güçlü bir teknolojik altyapı gerektirdiği ve bu altyapının sağlanmasındaki zorluklar da dikkate alınmalıdır.

**Çevresel Sürdürülebilirlik:** Otel yöneticileri, teknolojinin çevresel sürdürülebilirlik hedeflerine katkıda bulunduğunu belirtmiştir. Bu, enerji verimliliği sağlayan teknolojik çözümler ve sertifikasyon süreçlerinin başarıyla tamamlanması ile sağlanmaktadır.

**Pandemi Sonrası Değişiklikler:** Pandemi sonrası dönemde oteller, temassız check-in/check-out işlemleri, dijital anahtarlar ve mobil uygulamalar gibi teknolojik çözümlere daha fazla yatırım yapmıştır. Bu değişiklikler, hem konukların hem de otel personelinin sağlığını korumak için önemlidir.

**Personel Eğitimi ve Teknoloji Kullanımı:** Otel personelinin teknolojik araçları etkili bir şekilde kullanabilmesi için eğitimlerin önemi vurgulanmıştır. Bu eğitimler, personelin güncel teknoloji trendlerini anlamasını ve konuklara daha iyi hizmet sunmasını sağlamak amacıyla düzenlenmektedir.

**Gelecek Planları ve Rekabet Avantajı:** Otel yöneticileri, teknoloji kullanımının rekabet avantajını artırdığını ve gelecekteki teknolojik yeniliklerin otellerin rekabetçi pozisyonunu daha da güçlendireceğini belirtmiştir.

## **Sonuç**

**Müşteri Deneyimi ve Memnuniyeti:** Teknolojik yenilikler, müşteri memnuniyetini artıran etkileşimli ve kişiselleştirilmiş deneyimler sunmaktadır. Özellikle online rezervasyon sistemleri, akıllı oda kontrolleri ve ücretsiz Wi-Fi hizmetleri, müşteri deneyiminin temel unsurları olarak öne çıkmaktadır.

**İşletme Maliyetleri ve Operasyonel Verimlilik:** Teknoloji kullanımı, enerji tasarrufu ve azaltılmış insan gücü gereksinimi ile işletme maliyetlerini düşürmektedir. Bu durum, otellerin daha rekabetçi ve sürdürülebilir olmalarını sağlamaktadır.

**Çevresel Sürdürülebilirlik:** Teknolojinin çevresel etkileri pozitifdir. Enerji verimliliği ve azaltılmış kâğıt kullanımı, otellerin çevresel ayak izlerini düşürmekte ve sürdürülebilir turizm hedeflerine katkıda bulunmaktadır.

**Pandemi Sonrası Adaptasyon:** Pandemi, otellerin teknoloji kullanımını hızlandırmıştır. Temassız işlemler, online hizmetler ve dijital iletişim araçları hem sağlık güvenliği hem de operasyonel verimlilik açısından önem kazanmıştır.

Bu araştırma, Türkiye'deki beş yıldızlı otellerde teknoloji kullanımının turizm sektörü üzerindeki etkilerini incelemiştir. Bulgular, teknolojinin, müşteri deneyimini zenginleştirdiğini, işletme maliyetlerini düşürdüğünü ve operasyonel verimliliği artırdığını göstermektedir. Özellikle dijital pazarlama araçları, online rezervasyon sistemleri ve misafir hizmetleri otomasyonu, otellerin rekabet avantajını önemli ölçüde artırmıştır. Ayrıca, sanal gerçeklik ve artırılmış gerçeklik uygulamaları, müşterilerin otel ve çevresini keşfetme şeklini dönüştürmekte, böylece daha etkileşimli ve unutulmaz deneyimler sunmaktadır.

Önerileri olarak;

**Teknolojik Yatırımların Devamı:** Oteller, müşteri deneyimini iyileştirmek ve operasyonel verimliliği artırmak için sürekli olarak teknolojik yeniliklere yatırım yapmalıdır.

**Personel Eğitimi ve Gelişimi:** Teknolojik araçların etkin kullanımı için personel eğitimi ve sürekli gelişimi önemlidir. Bu, hem hizmet kalitesini artırır hem de personelin teknolojik değişimlere adaptasyonunu kolaylaştırır.

**Çevresel Sürdürülebilirlik Stratejileri:** Oteller, çevresel sürdürülebilirlik hedeflerine ulaşmak için teknolojik çözümleri entegre etmeye devam etmelidir. Bu, otellerin çevre dostu imajını güçlendirir ve ekolojik turizme olan talebi karşılar.

**Geleceğe Yönelik Planlama:** Pandemi ve diğer küresel trendler göz önünde bulundurularak, gelecekteki olası senaryolara karşı esnek ve yenilikçi teknolojik çözümler geliştirilmelidir.

Bu araştırma, Türkiye'nin turizm sektöründeki teknolojik gelişmelerin kapsamlı bir değerlendirmesini sunarak, sektördeki karar vericiler ve uygulayıcılar için değerli içgörüler sağlamaktadır. Önerilen stratejiler, turizm endüstrisinin gelecekteki sürdürülebilirliği ve rekabetçiliği açısından hayati öneme sahiptir.

**Yatırımın Artırılması** Turizm işletmeleri, teknolojik altyapılarına sürekli yatırım yaparak, yenilikçi çözümleri benimsemeli ve geliştirmelidir. Özellikle, yapay zeka ve veri analitiği kullanılarak kişiselleştirilmiş müşteri hizmetleri ve pazarlama stratejileri geliştirilmelidir.

**Eğitim ve Gelişim** Otel personelinin teknolojiyi etkin kullanabilmesi için düzenli eğitim programları uygulanmalıdır. Bu eğitimler, personelin güncel teknoloji trendlerine uyum sağlamasını ve misafirlere yüksek kalitede hizmet sunmasını garanti altına alacaktır.

**Sürdürülebilir Turizm Uygulamaları** Oteller, çevresel sürdürülebilirlik hedeflerine ulaşmak için teknolojik çözümleri entegre etmeye devam etmelidir. Enerji verimli teknolojiler ve dijital belge yönetimi gibi uygulamalar, otellerin çevre üzerindeki etkilerini azaltmada önemli bir rol oynayabilir.

**Pandemi Sonrası Adaptasyon** COVID-19 pandemisi sonrasında, oteller teknolojik çözümleri adaptasyon sürecini hızlandırmalıdır. Temassız check-in/check-out işlemleri ve dijital iletişim araçları gibi teknolojiler, hem personel hem de misafirler için daha güvenli bir ortam sağlar.

Bu öneriler doğrultusunda, Türkiye'nin turizm sektörü, teknolojik yeniliklerden maksimum düzeyde yararlanarak, hem yerel hem de uluslararası pazarda daha rekabetçi bir konuma erişebilir. Ayrıca, bu yenilikler, müşteri memnuniyetini ve işletme verimliliğini artırarak sektörün sürdürülebilir büyümesine katkıda bulunacaktır.

## Kaynakça | References

Bardel, A., Mavriqi, I., Quartier, C., Schaffer, P., Macher, T., Kalová, T., . . . Piroi, F. (2023). Data Stewardship - Austrian National Strategy and Alignment. *Zeitschrift für Hochschulentwicklung*, 18(Sonderheft Forschung), s. 65-88. Adverity: Data Automation Elevates Campaign Performance for Austrian National Tourist Office: <https://doi.org/10.21240/zfhe/SH-F/05> adresinden alındı

Causone, F., Tatti, A., & Alongi, A. (2021). From Nearly Zero Energy to Carbon-Neutral: Case Study of a Hospitality Building. *Applied Sciences*, 11(21), s. 1-29. BOB W BECOMES FIRST CLIMATE-NEUTRAL INTERNATIONAL HOSPITALITY PROVIDER: [https://www.researchgate.net/publication/355836554\\_From\\_Nearly\\_Zero\\_Energy\\_to\\_Carbon-Neutral\\_Case\\_Study\\_of\\_a\\_Hospitality\\_Building](https://www.researchgate.net/publication/355836554_From_Nearly_Zero_Energy_to_Carbon-Neutral_Case_Study_of_a_Hospitality_Building) adresinden alındı

Ernest, N., Marcellus, N., Abenwi, J., & Ibrahim, I. (2023). Qualitative Research Methodology in Social Sciences. *International Journal of Scientific Research and Management*, 11(9), s. 1-16. [https://www.researchgate.net/publication/373602368\\_QUALITATIVE\\_RESEARCH\\_METHODODOLOGY\\_IN\\_SOCIAL\\_SCIENCES](https://www.researchgate.net/publication/373602368_QUALITATIVE_RESEARCH_METHODODOLOGY_IN_SOCIAL_SCIENCES) adresinden alındı

Farid, S., Boudia, M., & Mwangi, G. (2023). Revolutionizing Tourism: Harnessing the Power of IoT in Smart Destinations. *Journal of Digital Marketing and Communication*, 3(2), s. 91-99. [https://www.researchgate.net/publication/376837424\\_Revolutionizing\\_Tourism\\_Harnessing\\_the\\_Power\\_of\\_IoT\\_in\\_Smart\\_Destinations](https://www.researchgate.net/publication/376837424_Revolutionizing_Tourism_Harnessing_the_Power_of_IoT_in_Smart_Destinations) adresinden alındı

Gabor, M., Flavia, O., & Coca, A. (2023). Innovative Tourism Products as Sustainable Solutions for Emerging Economies. *ECONOMICS*, 11(1), s. 1-17. [https://www.researchgate.net/publication/370459613\\_Innovative\\_Tourism\\_Products\\_as\\_Sustainable\\_Solutions\\_for\\_Emerging\\_Economies](https://www.researchgate.net/publication/370459613_Innovative_Tourism_Products_as_Sustainable_Solutions_for_Emerging_Economies) adresinden alındı

Gallego, I., Rodríguez, M., & Font, X. (2022). International air travel attitude and travel planning lead times across 45 countries in response to the COVID-19 pandemic. *Tourism Management Perspectives*, 44, s. 1-11. A New World of Travel - Skyscanner: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2211973622001027> adresinden alındı

Kong, W. (2023). Innovation and Technology Application in Tourism Management. *Journal of Innovation and Development*, 4(2), s. 77-80. [https://www.researchgate.net/publication/375240122\\_Innovation\\_and\\_Technology\\_Application\\_in\\_Tourism\\_Management](https://www.researchgate.net/publication/375240122_Innovation_and_Technology_Application_in_Tourism_Management) adresinden alındı

Law, R., Lin, K., Ye, H., & Fong, D. (2023). Artificial intelligence research in hospitality: a state-of-the-art review and future directions. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 10(1108), s. 1-20. Transforming the Travel and Tourism Industry with Generative AI and LLM: [https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/IJCHM-02-2023-0189/full/html?casa\\_token=pDnRyJ0T0mYAAAAA:rWGvCeyzvXH\\_c\\_WPUMK12XiVayRY9SWTGyx1VLMJUEdGDHk04DY3RRRVjYlXwYtCVMGrGVitm4QcRXxlGMzk1v9FhMfm2F4FazQi1JIFGvruZzdSaZ](https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/IJCHM-02-2023-0189/full/html?casa_token=pDnRyJ0T0mYAAAAA:rWGvCeyzvXH_c_WPUMK12XiVayRY9SWTGyx1VLMJUEdGDHk04DY3RRRVjYlXwYtCVMGrGVitm4QcRXxlGMzk1v9FhMfm2F4FazQi1JIFGvruZzdSaZ) adresinden alındı

Madzík, P., Falát, L., Copuș, L., & Valeri, M. (2023). Digital transformation in tourism: bibliometric literature review based on machine learning approach. *European Journal of Innovation Management*, 26(7), s. 177-205. <https://doi.org/10.1108/EJIM-09-2022-0531> adresinden alındı

Maythu, Y., Kwok, A., & Teh, P.-L. (2024). Blockchain technology diffusion in tourism: Evidence from early enterprise adopters and innovators. *Heliyon*, 10(2), s. 1-15. [https://www.researchgate.net/publication/377445888\\_Blockchain\\_technology\\_diffusion\\_in\\_tourism\\_Evidence\\_from\\_early\\_enterprise\\_adopters\\_and\\_innovators](https://www.researchgate.net/publication/377445888_Blockchain_technology_diffusion_in_tourism_Evidence_from_early_enterprise_adopters_and_innovators) adresinden alındı

Provenzano, D., & Baggio, R. (2020). Quantitative methods in tourism and hospitality: a perspective article. *Tourism Review*, 75(1), s. 24-28. *Quantitative Research Methods in Tourism and Hospitality*: <https://doi.org/10.1108/TR-07-2019-0281> adresinden alındı

Rane, N., Choudhary, S., & Rane, J. (2023). Sustainable tourism development using leading-edge Artificial Intelligence (AI), Blockchain, Internet of Things (IoT), Augmented Reality (AR) and Virtual Reality (VR) technologies. *SSRN Electronic Journal*, s. 1-22. <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.4642605> adresinden alındı

Roy, B. K., & Pagaldiviti, S. R. (2023). Advancements in arena technology: Enhancing customer experience and employee adaptation in the tourism and hospitality industry. *Smart Tourism*, s. 1-14. *The future of tourism: Bridging the labor gap, enhancing customer experience*: [https://www.researchgate.net/publication/375716508\\_Advancements\\_in\\_arena\\_technology\\_Enhancing\\_customer\\_experience\\_and\\_employee\\_adaptation\\_in\\_the\\_tourism\\_and\\_hospitality\\_industry](https://www.researchgate.net/publication/375716508_Advancements_in_arena_technology_Enhancing_customer_experience_and_employee_adaptation_in_the_tourism_and_hospitality_industry) adresinden alındı

Roziqin, A., Kurniawan, A., Hijri, Y., & Kismartini, K. (2023). Research trends of digital tourism: a bibliometric analysis. *Tourism Critiques*, 4(1/2), s. 28-47. *Embracing the Future: 5 Tech trends Reshaping the Tourism Industry in 2023.*: <https://doi.org/10.1108/TRC-11-2022-0028> adresinden alındı

Siltanen, H. (2023). *Smart Tourism in Helsinki. City of Helsinki*: <https://www.hel.fi/en/business-and-work/businesses-and-entrepreneurs/tourism-operators/smart-tourism-in-helsinki> adresinden alındı

Tek, M. (2009). Kamu yatırımlarında turizmin yeri, Türkiye turizm stratejisi 2033 ' de marka kentler projesi : Eleştirel bir değerlendirme. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 20(2), s. 169-184. *2023 Turkish Tourism Strategy Aims For 50 Million Annual Visitors*: <https://dergipark.org.tr/tr/pub/atad/issue/16798/174488> adresinden alındı



## Planlı Davranış Teorisi Bağlamında Gerçekleştirilen Çalışmaların Sistemik Değerlendirmesi: DergiPark Örneği

Zafer Şaşmaz | 0009-0001-0126-0934 | zafer.sasmaz@selcuk.edu.tr  
Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya, Türkiye

Engin Tengilimoğlu | 0000-0001-7080-6147 | entengilimoğlu@selcuk.edu.tr  
Selçuk Üniversitesi, Beyşehir Ali Akkanat Turizm Fakültesi, Konya, Türkiye

ROR ID: <https://ror.org/045hgzm75>

### Öz

İnsanların tutumları, değerleri ve niyetleri davranışlarını şekillendirmektedir. Bu bağlamda planlı davranış teorisi de insan davranışlarını açıklamada ve tahmin etmede oldukça popüler bir teoridir. Turizm sektöründe turistlerin seyahat etme niyetlerini ve davranışlarını açıklamak için sıklıkla kullanılmaktadır. Bu çalışmanın amacı 2013-2023 yılları arasında Dergi Park sistemi üzerinde yer alan dergilerde Planlı Davranış Teorisi'ni konu alan çalışmaları sistemik bir yöntemle analiz etmektir. Bu kapsamda çalışmaların yayımlandığı yıl, yazar sayısı, çalışma konusu, kullanılan ölçekler ve araştırma kitlesi incelenmiştir. Çalışmada öncelikle planlı davranış teorisine yer verilmiştir. Daha sonra planlı davranış teorisinin kullanıldığı alanlar açıklanmıştır. Son olarak ise elde edilen veriler ile istatistiksel bilgiler yer almaktadır.

### Anahtar Kelimeler

Planlı Davranış Teorisi, Dergi Park, Sistemik Analiz

### Atıf Bilgisi

Şaşmaz, Z. ve Tengilimoğlu E. (2024). Planlı davranış teorisi bağlamında gerçekleştirilen çalışmaların sistemik değerlendirilmesi: DergiPark örneği, Selçuk Turizm ve Bilişim Araştırmaları Dergisi, 5:23-35.

<https://doi.org/>

Geliş Tarihi	10.05.2024
Kabul Tarihi	14.06.2024
Yayın Tarihi	30.06.2024
Değerlendirme	İki Dış Hakem / Çift Taraflı Körleme
Etik Beyan	Bu çalışmanın hazırlanma sürecinde bilimsel ve etik ilkelere uyulduğu ve yararlanılan tüm çalışmaların kaynakçada belirtildiği beyan olunur.
Yazar Katkıları	Şaşmaz, Z. (%60), Tengilimoğlu E. (%40)
Benzerlik Taraması	Yapıldı - Turnitin
Etik Bildirim	ethics.stbad@selcuk.edu.tr
Çıkar Çatışması	Çıkar çatışması beyan edilmemiştir.
Finansman	Bu araştırmayı desteklemek için dış fon kullanılmamıştır.
Telif Hakkı & Lisans	Yazarlar dergide yayınlanan çalışmalarının telif hakkına sahiptirler ve çalışmalarını CC BY-NC 4.0 lisansı altında yayımlanmaktadır.



## Systematic Review of Studies Conducted in the Context of the Theory of Planned Behavior: DergiPark Example

Zafer Şaşmaz | 0009-0001-0126-0934 | zafer.sasmaz@selcuk.edu.tr  
Selcuk University, Institute of Social Science, Konya, Türkiye

Engin Tengilimoğlu | 0000-0001-7080-6147 | entengilimoglu@selcuk.edu.tr  
Selcuk University, Beyşehir Ali Akkanat Tourism Faculty, Konya, Türkiye

ROR ID: <https://ror.org/045hgzm75>

### Abstract

The attitudes, values, and intentions of individuals influence their behavior. In this context, the theory of planned behavior is a highly prevalent theory in the field of social psychology, utilized for the purpose of explaining and predicting human behavior. The concept is frequently employed in the tourism sector to elucidate tourists' travel intentions and behaviors. The objective of this study is to conduct a comprehensive analysis of the literature on the theory of planned behavior in the journals indexed in the Dergi Park database between 2013 and 2023. In this analysis, the year of publication, the number of authors, the subject of the study, the scales employed, and the research population were examined. The study commenced with an examination of the theory of planned behavior. Subsequently, the specific contexts in which the theory of planned behavior is employed are delineated. The data and statistical information are presented in the final section.

### Keywords

Theory of Planned Behavior, Dergi Park, Systematic Review

### Citation

Şaşmaz, Z. ve Tengilimoğlu E. (2024). Systematic review of studies conducted in the context of the theory of planned behavior: Dergipark example, Selcuk Tourism and Information Research Journal, 5:23-35.

Date of Submission	10.05.2024
Date of Acceptance	14.06.2024
Date of Publication	30.06.2024
Peer-Review	Double anonymized - Two External
Ethical Statement	It is declared that scientific and ethical principles have been followed while carrying out and writing this study and that all the sources used have been properly cited.
Author Contributions	Şaşmaz, Z. (%60), Tengilimoğlu E. (%40)
Plagiarism Checks	Yes - Turnitin
Conflicts of Interest	The author(s) has no conflict of interest to declare.
Complaints	ethics.stbad@selcuk.edu.tr
Grant Support	The author(s) acknowledge that they received no external funding in support of this research.
Copyright & License	Authors publishing with the journal retain the copyright to their work licensed under the <b>CC BY-NC 4.0</b> .



## Giriş

Planlı Davranış Teorisi, insanların üzerinde kontrol sahibi olduğu davranışların hayata geçirilmesini tahmin etmek için geliştirilen gerekçeli eylem teorisinin bir evrimidir. Gerekçeli eylem teorisi tutumlar, niyetler ve davranışlar arasındaki ilişkileri daha iyi anlamak için geliştirilmiştir (Fishbein, 1967). Gerekçeli Eylem Teorisi, bireyin bir nesneye veya eyleme karşı gerçekleştirdiği tutumların, beklentilerin veya inançların değerlendirilmesine ilişkin belirlenen bir değer kavramına dayanmaktadır (Montaño ve Kasprzyk, 2008). Planlı Davranış Teorisi ve Gerekçeli Eylem Teorisi'nin ortak amacı bireylerin belirli bir davranışı gerçekleştirme niyetlerini belirlemektir. Planlı davranış teorisine algılanan davranışsal kontrol değişkeni eklenmiştir. Bu durum algılanan davranışsal kontrolün niyetlerin ve gerçek davranışın belirleyicisi olarak ortaya çıkacağını öne sürmektedir (Ajzen, 1985; 1991).

Planlı Davranış Teorisi, herhangi bir davranışın gerçekleştirme niyetini öngören üç bağımsız belirleyiciden oluşmaktadır. Bu belirleyiciler davranışa yönelik tutum, öznel norm ve algılanan davranışsal kontrolden oluşmaktadır. Davranışa yönelik tutum, bireyin herhangi bir davranışı gerçekleştirme konusundaki olumlu veya olumsuz düşünceleriyle ilgilidir. Öznel norm, bir davranışı gerçekleştirmenin sosyal etkisini ifade etmektedir. Algılanan davranışsal kontrol ise bireyin herhangi bir davranışı gerçekleştirmedeki sınırlamaları veya kolaylığını açıklamaktadır (Ajzen, 1991:188). Planlı davranış teorisini birçok farklı alanda müşteri davranışlarını anlamak ve açıklamak için sıklıkla kullanılmaktadır. Bu çalışma da planlı davranış teorisini bağlamında gerçekleştirilen çalışmalar sistematik bir şekilde değerlendirilmiştir. Çalışmaların hangi yıllarda ağırlık kazandığı, hangi alanlarda gerçekleştirildiği, verilerin hangi kitlelerden toplandığı ve hangi ölçüm araçlarının sıklıkla kullanıldığı tespit edilmiştir.

## 1. Planlı Davranış Teorisi

Planlı Davranış Teorisi, Ajzen tarafından Gerekçeli Eylem Teorisi'nin bir uzantısı olarak geliştirilmiştir (Ajzen, 1991:181). Fishbein tarafından 1967 yılında ortaya atılan Gerekçeli Eylem Teorisi, Planlı Davranış Teorisi'nin gelişimine ipuçları vermektedir. Bu teori, insanların eylemden önce davranışın sonuçlarını dikkate aldığı ileri sürer; dolayısıyla teorisinin adı Gerekçeli Eylem Teorisi'dir. Gerekçeli Eylem Teorisi'ni kavramsal bir çerçeve olarak kullanan Ajzen ve Fishbein, davranışlara yönelik tutumların, bu davranışlara ilişkin temel inançlardan kaynaklandığını tahmin etmiştir. Gerekçeli Eylem Teorisi, tutumların belirli nesnelere ilişkin özelliklerine ilişkin inançların ve bu özelliklerin değerlendirilmesinin bir birleşiminden kaynaklandığını varsaymaktadır (Ajzen ve Fishbein, 1977). Gerekçeli Eylem Teorisi, davranışın en önemli belirleyicisinin davranışsal niyet olduğunu öne sürmektedir. Bireylerin davranışsal niyetinin doğrudan belirleyicileri, davranışı gerçekleştirmeye yönelik tutumları ve davranışla ilişkili öznel normlarıdır (Montaño ve Kasprzyk, 2008:70).

Planlı Davranış Teorisi, davranış ve tutum arasındaki ilişkileri inceleyen çalışmaların sonucunda ortaya çıkmıştır. Niyeti ve davranışı açıklamak üzere, Gerekçeli Eylem Teorisi'ne ek olarak “davranışsal kontrol” değişkeni eklenmiştir. Algılanan davranışsal kontrol, niyet boyutu ile birlikte davranışı önceden öngörmek için geliştirilmiştir. Bu teoride davranışa yönelik; tutum, öznel norm ve algılanan davranış kontrolü niyeti; niyet davranışı oluşturmaktadır. Orijinal adı “The Theory of Planned Behavior” olan Planlı Davranış Teorisi (PDT) bir davranışın hangi ölçüde oluşabileceğini öngörmektedir (Ajzen, 1991:179-180). Planlı Davranış Teorisini literatüre kazandıran (Ajzen, 2002:1) teorisini şöyle açıklamaktadır:

“Davranışsal inançlar, ilgili toplamlarında davranışa karşı olumlu veya olumsuz bir tutum sergiler; Normatif inançlar algılanan sosyal baskı ya da öznel normla sonuçlanır ve kontrol inançları, algılanan davranış kontrolünün ortaya çıkmasına neden olur. Davranışa yönelik kişisel tutum, öznel norm ve algılanan davranış kontrolü davranışsal bir niyetin oluşmasına yol açar. Genel bir kural olarak, tutum ve öznel norm ne kadar elverişli ve algılanan davranış kontrolü ne kadar büyük olursa, kişinin söz konusu davranışı yerine getirme niyeti de o kadar güçlü olur. Sonunda, davranış üzerindeki yeterli derecede fiili kontrol göz önüne alınırsa, fırsat elde edildiğinde insanların niyetlerini yerine getirmeleri beklenir. Dolayısıyla, niyet davranışın doğrudan (hemen) öncüsü olarak kabul edilir. Bununla birlikte, birçok davranış, istemli kontrolü sınırlayabilecek yürütme konusunda zorluklar oluşturduğundan, niyetin yanı sıra algılanan davranış kontrolünü de göz önüne almakta yarar vardır. Algılanan davranış kontrolü gerçekçi olduğu ölçüde, fiili kontrol için bir vekil görevi görebilir ve söz konusu davranışın tahmini için katkıda bulunabilir.”

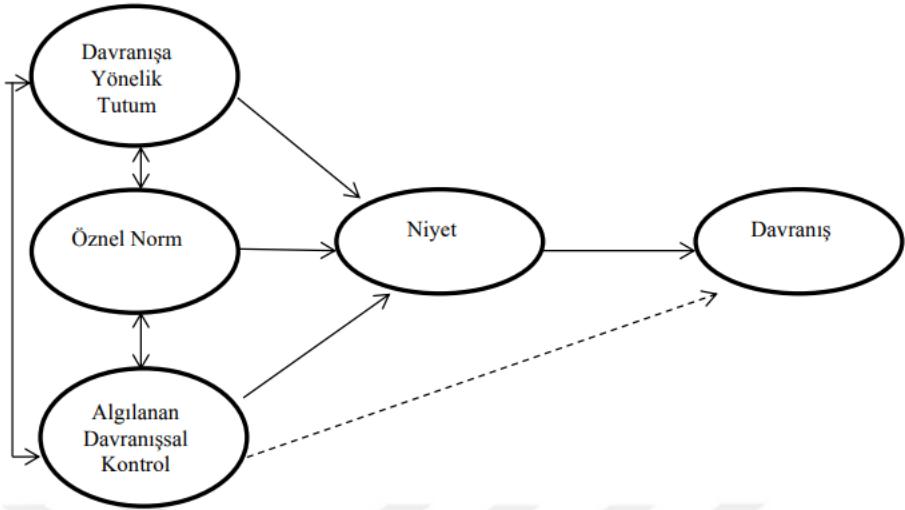
Planlı davranış teorisi ve gerekçeli eylem teorisi davranışın belirli bir şekilde hareket etmeye yönelik bilinçli bir kararın sonucu olduğunu varsaymaktadır. Ancak iki teori arasında kritik bir fark bulunmaktadır. Yalnızca bireyin kontrolü altındaki davranışlar için kullanılan Gerekçeli Eylem Teorisi'nden farklı olarak Planlı Davranış Teorisi, algılanan davranışsal kontrolü bir değişken olarak kabul etmektedir. Tanım olarak algılanan davranışsal kontrol, bireyin belirli bir davranışı gerçekleştirmek için gerekli kaynaklara, fırsatlara ve desteğe sahip olması gerektiği anlamına gelmektedir (Ajzen, 1991).

Planlı Davranış Teorisine göre bireyin eyleme geçme niyeti, eylem kararının en önemli ve doğrudan belirleyicisidir (Ajzen, 2005). Ajzen eyleme geçme niyetinin üç temel yordayıcısının olduğunu belirtmiştir: (a) davranışa yönelik tutum; (b) öznel normlar; ve (c) algılanan davranışsal kontrol. Ajzen'e göre davranışa yönelik tutum, bireyin davranışına olası sonuçlarına ilişkin inancını ve bu sonuçlara ilişkin değerlendirmeleri yansıtmakta olup davranışsal inançlar olarak da ifade edilmektedir. Öznel normlar, başkalarının normatif beklentilerine ilişkin inançları ve bu beklentilere uyma motivasyonlarını içermekte ve sosyal etkilerin belirli davranışlara yansımaları açıklamaktadır. Algılanan davranışsal kontrol, bireyin davranışın gerçekleştirilmesini kontrol etme yeteneğine ilişkin inançlarını ifade etmektedir. Harekete geçme niyeti, bireylerin davranışa yönelik tutumları, bireylerin davranışa ilişkin subjektif normları ve söz konusu davranış üzerinde

algıladıkları davranışsal kontroller tarafından yüksek doğrulukla tahmin edilmektedir (Ajzen, 1991).

Planlı davranış teorisinin belirleyicilerine ilişkin gösterimi Şekil 1’de yer almaktadır. Buna göre planlı davranış teorisinde niyet değişkeni davranışa yönelik tutum, öznel norm ve algılanan davranışsal kontrol değişkenlerinden etkilenmektedir. Davranışa yönelik tutum ve öznel norm niyet değişkeni aracılığıyla davranışı etkilemekle birlikte algılanan davranışsal kontrol davranışı doğrudan etkileyebilmektedir.

Şekil 1. Planlı Davranış Teorisi



Kaynak: Ajzen, 1991:182.

Planlı davranış teorisi, davranışı niyet ile algılanan davranışsal kontrolünün etkileşimi ile belirlendiğini ifade etmektedir. Niyetler ise, davranışa yönelik tutum, öznel norm ve algılanan davranışsal kontrol tarafından gerçekleşen uyum ile ortaya çıkmaktadır. Şekil 1’de de görüldüğü gibi algılanan davranışsal kontrol ile davranış arasındaki doğrudan bağlantının olmasındaki gerekçe şudur: Davranış üzerinde yeterli derecede fiili kontrolün bulunmasında, gerekli fırsatlar ve kaynaklar (örneğin, zaman, para, beceriler) mevcut olduğunda bireylerin insanların niyetlerini yerine getirmeleri beklenmektedir (Hsu ve Chiu, 2004: 360). Bu teoriye göre, bireyin belirli bir davranışa yönelik tutumu, bireyin davranışının olası sonuçlarına ilişkin inancını ve bu sonuçlara ilişkin değerlendirmeleri yansıtmaktadır. Öznel normlar, başkalarının normatif beklentilerine ilişkin inançları ve bu beklentilere uyma motivasyonlarını içermekte ve sosyal etkilerin belirli davranışlara yansımalarını ifade etmektedir. Algılanan davranışsal kontrol, bireyin davranışın gerçekleştirilmesini kontrol etme yeteneğine ilişkin inançlarını ifade etmektedir. Buna

bağlı olarak harekete geçme niyeti, bireylerin davranışa yönelik tutumları, bireylerin davranışa ilişkin subjektif normları ve söz konusu davranış üzerinde algıladıkları davranışsal kontroller tarafından yüksek doğrulukla tahmin edilmektedir (Ajzen, 1991:188). Planlı Davranış Teorisi kapsamında yer alan değişkenler aşağıda açıklanmıştır.

**Davranışa Yönelik Tutum:** Bireyin belirli bir davranışı gerçekleştirmedeki inançları tutumları belirlemektedir. Dolayısıyla, davranışın gerçekleştirilmesinin olumlu sonuçlar doğuracağına dair güçlü inançlara sahip olan birey davranışa karşı olumlu bir tutuma sahip olmaktadır. Tersine, davranıştan olumsuz değer verilen sonuçların kaynaklanacağına dair güçlü inançlara sahip olan birey olumsuz bir tutuma sahip olmaktadır (Montaño ve Kasprzyk, 2008:71). Tutum, bireylerin belirli bir durumu olumlu veya olumsuz olarak değerlendirmesine ilişkin psikolojik bir eğilimi ifade etmektedir (Eagly ve Chaiken,1993:1). Davranışa yönelik tutum ise, bireyin söz konusu davranışı gerçekleştirmesinin sonuçlarını olumlu veya olumsuz olarak değerlendirmesinin derecesi ile kavramsallaştırılmıştır (Ajzen, 2002: 5). Tutumların davranışı etkilenmesi beklenmekte ve bireyin davranışı gerçekleştirmeye karar vermesi veya buna niyetlenmesi gerekmektedir. Ancak bazen, bir eylemi gerçekleştirmeye karşı olumlu bir tutum olmasına rağmen çeşitli nedenlerden dolayı bu bir niyet oluşturmayabilir (Bagozzi, Baumgartner ve Yi,1989:36).

**Öznel Norm:** Öznel normlar, bireyin davranışı gerçekleştirme veya gerçekleştirilmeme yönünde hissettiği sosyal baskıyı ifade etmekte ve buna bağlı olarak bireyin belirli bir davranışı yapıp yapmaması gerektiği konusundaki düşüncelerini oluşturmaktadır (Ajzen, 1991; 2005). Dolayısıyla öznel norm, bireyin sosyal etkileşim alanında diğer bireylerin davranışlarına nasıl tepki vereceğine yönelik düşüncelerinin bütünüdür. Birey kendi davranışlarının başkaları tarafından onaylandığını düşünürse, onu gerçekleştirme eğiliminde olma olasılığı daha yüksektir. (Armitage ve Conner, 2001: 474). Aksi takdirde bireyin davranışı başkaları tarafından onaylanmazsa bu davranışın gerçekleşme olasılığı düşme gösterebilmektedir.

Planlı davranış teorisine göre öznel normlar sosyal faktörlerin, özellikle bireylerin belirli bir davranışı benimseme ya da benimsememe konusunda hissettikleri sosyal baskıyı etkilemektedir. Bazı durumlarda, böyle bir sosyal baskı, bireyin davranışa karşı kendi tutumundan daha etkili olabilmektedir (Zhou vd., 2013:336).

**Algılanan Davranış Kontrolü:** Planlı Davranış Teorisi ile ilgili yapılan çalışmalar sonucunda “algılanan davranış kontrolü” değişkeni sonradan eklenmiştir. Bireylerde davranış niyetlerine ve davranış tahminine fayda sağlayacağı düşünülmüştür (Ajzen, 1991:179). Algılanan davranışsal kontrol, bireyin davranışı gerçekleştirme yeteneğine sahip olduğu inanç ve güveni temsil etmektedir (Mistry vd., 2015:1).

Algılanan davranışsal kontrol ile bireylerin tüm davranışlarının tahmin etmede tutarlı bulunmadığı ve çeşitli kısıtlamaların olduğu belirtilmektedir. Eğer algılanan davranışsal kontrol ve harekete geçme motivasyonu bireylerin gerçekleştireceği davranışsal sonucu tahmin edebiliyorsa, o zaman bir değişken olarak algılanan davranışsal kontrol, gerçek

kontrolü bir dereceye kadar doğrulukla yansıttığı ölçüde, davranışsal niyetten bağımsız olarak hedefe ulaşmayı tahmin etmek için kullanılabilir (Ajzen, 2005:119).

**Niyet:** Niyet, davranışın etkilenmesi için gerekli olan motive edici faktörleri kapsayan, bireyin davranışı gerçekleştirebilmesi için göstereceği çaba ve isteği gösteren bir unsur olarak açıklanmaktadır (Ajzen, 1991:180). Bireyin bir davranışı gerçekleştirme niyeti, bu davranış düzleminde ne kadar istekli olduğunu ve o davranışı gerçekleştirmek için ne kadar çaba sarf etmeyi planladığını belirlemektedir (Ho ve Sae- Jong, 2017:144). Davranışsal niyet ise bir bireyin belirli bir davranışı veya eylemi gerçekleştirmeye ne kadar istekli olduğunun bir göstergesidir. Bu nedenle, niyetler öncelikle bireyin belirli bir davranışı gerçekleştirmeye istekli olduğunu yansıtır (Pawlak, 2003:52-53).

Planlı Davranış Teorisi'nin en temel noktası bireyin belirli bir davranışı gerçekleştirmek üzere sahip olduğu niyettir. Bu gerekçe ile model, niyetlerin insan davranışlarını etkileyen motivasyon faktörlerinin bir göstergesi olduğunu açıklamaktadır. Niyetlerin davranışları etkileyen motivasyon faktörlerine eriştiğini ve insanların bir davranışı gerçekleştirmek için ne kadar istekli olduklarını veya davranışı gerçekleştirmek için ne kadar çaba harcayacaklarını gösterdiği varsayılmaktadır (Ajzen, 1991: 181).

**Davranış:** Davranış, bir bireyin nesneye karşı zihinsel, duygusal ve davranışsal değerlendirmelere sahip içsel durumunu açıklamaktadır (Zarantonello ve Schmitt, 2010:533-534). Bireyler belirli bir davranışa yönelik olumlu tutumlara sahip olmaları sonucunda hareket etmeye niyetlenmekte ve bu durum davranışla sonuçlanmaktadır (Ajzen, 1991:182-183).

Planlı Davranış Teorisi'ne göre davranışın öncülü o davranışı gerçekleştirme niyetidir. Bu durum ise bireyin motivasyonunu ifade etmektedir. Birey bir davranışı gerçekleştirmeye ne kadar çok istekli ise davranışın gerçekleşmesi o kadar muhtemeldir (Shukri, Jones ve Conner, 2016: 560).

## 2. Planlı Davranış Modelinin Kullanıldığı Alanlar

Planlı Davranış Teorisi sosyal psikoloji temeline dayalı bir kuramdır. Bununla birlikte farklı disiplinlerin alanına giren insan davranışlarını açıklamak için de bu teoriden yararlanılmaktadır (Cohen ve Hanno, 1993: 227). Teori özellikle pazarlamada inançlar, tutum, sosyal etki, satın alma niyeti ve tüketici davranışı arasındaki ilişkiyi açıklamak için de sıklıkla kullanılmaktadır (Setyawan vd., 2018: 146). Planlı davranış teorisi, bireylerin davranışlarını belirleyen faktörleri anlamaya çalışmaktadır. Planlı davranış teorisi sağlık, yönetim, pazarlama ve tüketici davranışı alanlarındaki pek çok bilimsel çalışmada da sıklıkla kullanılmaktadır (Wu vd., 2008:29-45).

Planlı davranış teorisi, çevrimiçi alışveriş alanında birçok araştırmacı tarafından kullanılmıştır. Bu araştırmaların çoğu, gençlerin teknoloji meraklısı olarak kabul edildikleri için e-ticarete potansiyel tüketiciler oldukları inancından dolayı örneklem olarak daha genç denekleri (örneğin lisans öğrencileri, genç tüketiciler) kullanılmıştır (Lim vd.,

2011:1712). Bununla birlikte literatürde planlı davranış teorisi ile ilgili daha önce ziyaret edilen yerlerin tekrar ziyaret edilme niyeti, yiyecek ve içecek satın alma, ve turistlerin destinasyon tercih etme davranışları arasında ilişkinin incelendiği görölmektedir (Özer vd., 2015; Bayram, 2018).

### 3. Yöntem

Bu çalışmanın amacı, planlı davranış modelinin kullanıldığı araştırmaların sistematiik olarak incelenmesi modelin kullanıldığı araştırma konularının ve bu araştırmalarda uygulanan analiz yöntemlerinin belirlenmesidir. Bu bağlamda Dergi Park sistemi üzerinde yayın yapan dergilerde yayınlanmış olan planlı davranış modeli ile ilgili çalışmalar indirilmiştir. Bu çalışmaları tespit etmek için gelişmiş arama seçeneği tercih edilerek çalışmaların başlık ve anahtar kelimeler kısmında “planlı davranış modeli” kavramı aratılmıştır. Sonuç olarak 96 çalışmaya ulaşılmıştır. Daha sonra bu çalışmalar sistematiik bir incelemeye tabi tutularak; çalışmaların yazar sayıları, yayın yılları, ilgili olduğu konular, konulara ilişkin alt başlıklar, çalışmalarda kullanılan verilerin toplandığı kitle, kullanılan ölçekler ve analiz yöntemleri belirlenmiştir. Elde edilen sonuçlar tablo ve grafikler halinde aktarılarak yorumlanmıştır.

### 4. Bulgular

2013-2023 yılları arasında Dergi Park tarafından yayınlanan dergilerde yıllara göre çalışma sayısı, yazar sayısı, çalışma konuları, verilerin toplandığı kitle ve kullanılan ölçekler analiz edilmiştir.

Çalışma kapsamında ele alınan çalışmalarda Planlı Davranış Teorisi’ni konu alan çalışmaların yıllara göre dağılımı Tablo 1’de gösterilmektedir.

**Tablo 1:** 2013-2023 PDT Çalışmalarının Sayısı

Yıllar	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Çalışma Sayısı	3	-	10	11	4	4	5	9	17	20	13

Tablo 1’de de görüldüğü gibi en çok çalışma 2013 yılında 3 çalışma, 2015 yılında 10 çalışma, 2016 yılında 11 çalışma, 2017 yılında 4 çalışma, 2018 yılında 4 çalışma, 2019 yılında 5 çalışma, 2020 yılında 9 çalışma, 2021 yılında 17 çalışma, 2022 yılında 20 çalışma ve 2023 yılında 13 çalışma yapılmıştır. Ancak 2014 yılında ise bu konu ile ilgili hiç çalışma yapılmamıştır. Toplam olarak 2013-2023 yılları arasında 96 çalışma yapılmıştır.

2023-2023 yılları arasında Planlı Davranış Teorisi çalışmalarında yayın yapan yazar sayısı Tablo 2’de yer almaktadır.

**Tablo 2:** 2013-2023 PDT Çalışmalarında Yazar Sayısı

Tek Yazar	İki Yazar	Üç Yazar	Dört Yazar	Beş Yazar
20	56	16	2	2

Tablo 2 incelendiğinde tek yazarlı 20 çalışma, iki yazarlı 56 çalışma, üç yazarlı 16 çalışma, dört ve beş yazarlı 2'şer çalışmanın olduğu tespit edilmiştir.

Planlı Davranış Teorisi çeşitli alanlarda çalışmalar konu olmuştur. Bu çalışmada incelenen makalelerin çalışma konuları aşağıda gösterilmektedir.

**Tablo 3:** 2013-2023 PDT Çalışma Konuları

Çalışma Alanı	Çalışma Sayısı	Çalışma Alanı	Çalışma Sayısı
<b>Turizm</b>	21	<b>Pazarlama</b>	27
Gastronomi	5	Satın Alma	11
Sokak Lezzetleri	1	Tüketici Davranışı	5
Ürün Tercihi	1	Tüketici Niyeti	1
Sürdürülebilir Tüketim	2	Markalaşma	1
Helal Tüketim	4	Online Satın Alma	5
Kongre Turizmi	1	Perakendecilik	1
Kültür Turizmi	1	Lüks Tüketim	1
Tematik Otel	1	Tüketici Şikayetleri	2
Yiyecek-İçecek	1	<b>Sağlık</b>	7
Seyahat Etme Niyeti	1	Hijyen	1
GDO'lu Ürün	1	Kan ve Organ Bağışı	2
Organik Gıda	2	İlaç Kullanımı	1
<b>Bankacılık</b>	7	COVID-19	3
Finans	2	<b>Eğitim</b>	9
Finansal Kararlar	1	Seçmeli Ders	1
Mobil Bankacılık	4	Kariyer Niyeti	1
<b>İletişim</b>	6	Girişimcilik	7
Bilgi Paylaşımı	2	<b>Diğer</b>	11
Şikâyet	1	Lojistik	3
Seçmen Davranışı	1	Teknoloji	5
Sosyal Medya	2	Tarım	2
		Din	1

Tablo 4'te görüldüğü gibi turizm alanında gastronomi, kültür turizmi, helal tüketim ve yiyecek içecek gibi konularda çalışmalar yapılmıştır. Bankacılık alanında finans ve mobil

bankacılık konuları çalışılmıştır. İletişim alanında bilgi paylaşımı, sosyal medya ve şikâyet konuları ele alınmıştır. Pazarlama alanında tüketici davranışı, lüks tüketim, online satın alma ve markalaşma çalışmaları yapılmıştır. Sağlık alanında hijyen, COVID-19, kan ve organ bağışi konuları ile ilişkilendirilmiştir. Eğitim alanında seçmeli ders, kariyer niyeti ve girişimcilik konulu çalışmalar yapılmıştır. Son olarak lojistik, teknoloji, tarım ve din konularında Planlı Davranış Teorisi çalışmaları yapılmıştır. Ayrıca model önerisi kapsamında 8 çalışma yapılmıştır.

Çalışmanın amacını gerçekleştirmek üzere yapılan çalışmalarda verilerin toplandığı kitle Tablo 4'te yer almaktadır.

**Tablo 4:** Verilerin Toplandığı Kitle

Katılımcı	Tüketici	Öğrenci	Turist	Teorik Çalışma
47	11	19	2	17

Çalışmalarda genel olarak bireyleri örnek alan 47 çalışma bulunmaktadır. Pazarlama konusu kapsamında tüketicilerle yapılan 11 çalışma bulunmaktadır. Planlı Davranış Teorisi'nde öğrenci temelli 19 çalışma yapılmıştır. Doğrudan turizm konusunu ele alan 2 çalışma bulunmaktadır. Teorik çalışma olarak genelleştirilen 6 makale incelemesi, 8 teorik çalışma, 1 turizm istatistikleri ve 2 model önerisi çalışmalarından oluşmaktadır

Planlı Davranış Teorisi kapsamında ele alınan çalışmalarda en sık kullanılan ölçekler ise şunlardır;

- Planlı Davranış Teorisi (Ajzen, 1991)
- Teknoloji Kabul Modeli (Schierz vd., 2010)
- Online Alışverişe Yönelik Tutum (Lim vd., 2011)
- Satın Alma Niyeti (Khan ve Azam, 2016)

İlgili çalışmalarda en sık Aizen (1991) tarafından geliştirilen ölçeklerin kullanıldığı tespit edilmiştir. Bununla beraber planlı davranış modelinin teknoloji kabul modeli ile entegre edildiğini görülmektedir. Ayrıca tutumun ve niyetin belirlenmesi için farklı alanlarda geliştirilen ölçeklerden de faydalanılmaktadır.

## Sonuç

Bu çalışmada teorik çerçeve olarak planlı davranış teorisini kullanan bilimsel makalelerin sistematik analizi gerçekleştirilmiştir. Dergi Park sistemi üzerinden yayın yapan dergilerin 2013-2023 yılları arasındaki bütün yayınları incelemeye dahil edilmiştir. Dergi Park sistemi üzerinde yapılan incelemelerde planlı davranış teorisi ile ilişkili 96 makale tespit edilmiştir. İlgili makaleler indirilerek incelemeye dahil edilmiştir. Yıllara göre yayın sayısı, çalışmalarda yer alan yazar sayısı, çalışmaların ilgili olduğu konular ve bu konuların alt başlıkları, çalışmalarda kullanılan verilerin toplandığı kitleler ve çalışmada kullanılan ölçekler ayrı başlıklar halinde incelenmiştir. Sonuç olarak en az makalenin 2014



en çok makalenin ise 2022 yılında yayınlandığı tespit edilmiştir. Yayın sayıları yıllara göre incelendiğinde 2021 ve 2022 yıllarında bir artış gözlemlenmesine rağmen bu artışın 2013 yılından beri düzenli olarak devam ettiği görülmüştür. Dolayısıyla konuya olan ilgi bazı yıllarda artış göstermekte bazı yıllarda ise azalış eğilimi göstermektedir.

Yazar sayılarına ilişkin elde edilen sonuçlar çalışmaların büyük oranda iki yazarlı (56) olarak yürütüldüğünü göstermektedir. Daha sonra sırası ile tek yazarlı ve üç yazarlı çalışmalar gelmektedir. Dört ve beş yazarlı çalışma sayısı ise toplamda 4'tür. Bu durum planlı davranış teorisine ilişkin çalışmaların genel olarak daha az yazar sayısı ile birlikte yürütüldüğü şeklinde yorumlanabilir.

Çalışmaların ilgili olduğu konulara ilişkin yapılan değerlendirmeler sonucunda turizmden, sağlık alanına, iktisattan teknoloji ve eğitim alanlarına kadar birçok farklı alanda çalışma yürütüldüğü görülmektedir. Bu durum planlı davranış teorisinin birçok farklı alana uyarlanabilen genel bir teori olduğunu göstermektedir. Dolayısıyla başta turizm olmak üzere birçok alanda uygulanabilir bir teori olduğu söylenebilir.

İlgili çalışmalar planlı davranış modelinin birçok farklı alanda kullanılabildiğini ve farklı teorilerle entegre edilebileceğini göstermektedir. Fakat incelenen çalışmalarda farklı teorilerle entegre edilen çok az sayıda çalışmaya rastlanılmıştır. Bu durumda planlı davranış modelinin farklı teorilerle entegre edilerek kullanılması konuya yeni bir bakış açısı sağlaması ve ilgili alanlarda daha detaylı sonuçlara ulaşılması açısından önerilebilir.

Bu çalışmada sadece Dergi Park sistemi üzerinde yer alan çalışmalar incelenmiştir. Dolayısıyla elde edilen sonuçların Dergi Park ile sınırlı olduğu bu açıdan konuya ilişkin yaklaşımların ve bulguların uluslararası literatürü kapsamadığı bilinmelidir. Uluslararası literatürde önde gelen indeksler üzerinden yapılan çalışmalar farklı sonuçlar üretebilir ve konuya ilişkin anlayışın gelişmesine daha çok katkı sağlayabilir.

## Kaynakça | References

- Ajzen, I. (1985). *From intentions to actions: a theory of planned behavior*. J. Kuhl and J. Beckmann (Eds.), *Action Control: from Cognition to Behavior* (11-39). Heidelberg: Springer.
- Ajzen, I. (1991). *The Theory of Planned Behavior*. *Organization Behavior and Human Decision Process*, 50, 179-211.
- Ajzen, I. (2002). *Constructing A TPB Questionnaire: Conceptual and Methodological Considerations*, September, 2002 (Revised January, 2006), <http://people.umass.edu/aizen/pdf/tpb.measurement.pdf>, (Erişim Tarihi: 01.12. 2023).
- Ajzen, I. (2005). *Attitudes, personality and behavior*. 2nd Ed. Open University Press: McGraw Hill Education.
- Ajzen, I., & Fishbein, M. (1977). *Attitude-behavior relations: A theoretical Analysis and Review of Empirical Research*. *Psychological Bulletin*, 84(5), 888-918.
- Armitage, C. J., & Conner, M. (2001). *Efficacy of the Theory of Planned Behaviour: A Meta- Analytic*

- Review. *British Journal of Social Psychology*, 40(4), 471-499.
- Bagozzi, R. P., Baumgartner, J., & Yi, Y. (1989). An investigation into the role of intentions as mediators of the attitude-behavior relationship. *Journal of Economic Psychology*, 10(1), 35-62.
- Bayram, A. T. (2018). Planlanmış Davranış Teorisi Çerçevesinde E-spor Turizmine Katılma Niyeti. *Turizm Akademik Dergisi*, 2, 17-31.
- Cohen, J., & Hanno, D. M. (1993). An Analysis of Underlying Constructs Affecting The Choice Of Accounting As A Major. *Issues in Accounting Education*, 8(2), 219-238.
- Eagly, A. H., & Chaiken, S. (1993). *The Psychology of Attitudes*. New York: Harcourt, Brace, & Janovich
- Fishbein, M. (Ed.). (1967). *Readings in Attitude Theory and Measurement*. New York: Wiley.
- Ho, R. T. K., & Sae-Jong, H. (2017). Smoking Behavior and Its Possible Cessation Among Young Smokers in Thailand: Evaluation Of and Comparison Between The Protection Motivation Theory and The Theory of Planned Behavior. A. H. Seyal and M. N. A. Rahman (Eds), *Theory of Planned Behavior New Research in* (pp. 133-164). New York: Nova Science Publishers.
- Hsu, M. H., & Chiu, C. M. (2004). Predicting Electronic Service Continuance With A Decomposed Theory Of Planned Behaviour. *Behaviour & Information Technology*, 23, Sayı 5, September-October 2004, s. 359-373.
- Khan, A., ve Azam, M.K. (2016), Factors Influencing Halal Products Purchase Intention in India: Preliminary Investigation, *IUP Journal of Marketing Management*, 15(1), 20-35.
- Lim, Y.M., Yap, C.S., & Lee, T.H (2011). Intention to Shop Online: A Study of Malaysian Baby Boomers. *African Journal of Business Management*, 5 (5), 1711-1717.
- Mistry, C.D., Sweet, S.N., Cheung, A.E.L., & Rhodes, R.E. (2015). Predicting Changes in Planning Behaviour and Physical Activity Among Adults. *Psychology of Sport and Exercise*, 17, 1-6.
- Montaño, D. E., & Kasprzyk, D. (2008). Theory of reasoned action, theory of planned behavior, and the integrated behavioral model. In K. Glanz, B. K. Rimer, & K. Viswanath (Eds.), *Health behavior and health education: Theory, research, and practice* (4th ed., pp. 67-96). Jossey-Bass.
- Özer, L., Kement, Ü ve Gültekin, B. (2015). Genişletilmiş Planlanmış Davranış Teorisi Kapsamında Yeşil Yıldızlı Otelleri Tekrar Ziyaret Etme Niyeti. *Hacettepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 33(4), 59-85.
- Pawlak, R., Connell, C., Brown, D., Meyer, M. K., & Yadrick, K. (2005) Predictors of Multivitamin Supplement Use Among African-American Female Students: A Prospective Study Utilizing the Theory of Planned Behavior. *Ethnicity & Disease*. 15, 540-547.
- Schierz, P. G., Schilke, O. & Wirtz, B. W. (2010). Understanding Consumer Acceptance of Mobile Payment Services: An Empirical Analysis. *Electronic Commerce Research and Applications*, 9 (3), 209-216.
- Setyawan, A., Noermijati, N., Sunaryo, S., & Aisjah, S. (2018). Green Product Buying Intentions Among Young Consumers: Extending The Application of Theory of Planned Behavior. *Problems and Perspectives in Management*, 16 (2), 145-154.
- Shukri, M., Jones, F., & Conner, M. (2016). Work Factors, Work-Family Conflict, The Theory of Planned Behaviour and Healthy Intentions: A Cross Cultural Study. *Journal of the International Society for the Investigation of Stress*, 32(5), 559-568.
- Wu, H. C., Li, T., & Li, M. Y. (2016). A Study of Behavioral Intentions, Patient Satisfaction, Perceived Value, Patient Trust And Experiential Quality for Medical Tourists. *Journal of Quality Assurance in*

*Hospitality ve Tourism*, 17(2). 114-150. 09.05.2022.

Zarantonello, L., & Schmitt, B. H. (2010). Using the Brand Experience Scale to Profile Consumers and Predict Consumer Behaviour. *Brand Management*, 17, 532-540.

Zhou, Y., Thøgersen, J., Ruan, Y., & Huang, G. (2013). The Moderating Role of Human Values in Planned Behavior: The Case of Chinese Consumers' Intention To Buy Organic Food, *Journal Of Consumer Marketing*, 30(4), 335-344.1. Basım Yeri: Yayınevi, Yıl.



## Google Haritalar Üzerine Yapılan Çalışmaların Bibliyometrik Analizi

Alper Ateş | 0000-0002-4347-7306 | alpera@selcuk.edu.tr  
Selçuk Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm Rehberliği, Konya, Türkiye

Ayse Kurt | 0009-0000-2715-9749 | ak26@alumnes.udl.cat  
Univerciudad De Lleida Escuela, Administracion De Empresas, Lleida, İspanya

Halil Sunar | 0000-0002-5131-4056 | halil.sunar@windowslive.com  
Giresun Üniversitesi, Tirebolu Mehmet Bayrak Meslek Yüksekokulu, Giresun, Türkiye

ROR ID: <https://ror.org/045hgzm75>

### Öz

Google Haritalar dünya çapında en yaygın kullanılan haritalama hizmetidir ve sunduğu, konumlar, yol tarifleri ve değerlendirmelerden oluşan kapsamlı veritabanı ile bireyler ve işletmeler için vazgeçilmez bir platform haline gelmiştir. Bu durum işletmelerin keşfedilmesi için Google Haritalar'ı önemli bir platform haline getirmektedir. Google Haritalar'da iyi değerlendirmelere sahip işletmelerin potansiyel müşteriyi çekme olasılıklarının daha yüksektir. Bu çalışma "çevrimiçi değerlendirmeler" ve "Google haritalar" anahtar kelimelerini kullanarak Web of Science veritabanında yer alan yayınların bibliyometrik analizini yapmayı amaçlamaktadır. Çalışmada VOSviewer uygulaması kullanılmış ve anahtar kelimeler, özet, atıflar, kaynakça, yayın yerleri, yazarlar, yıllara göre yayın sayıları hakkında ilişki grafikleri oluşturularak çalışmalar analiz edilmiştir. Çalışma sonuçları, yayınların çoğunluğunun makalelerden oluştuğu, 2007-2018 yılları arasındaki çalışmaların alanda teorik temeli oluşturduğu, en fazla yayına ve atfa sahip ülkenin ABD olduğu, yazarlar arasında orta düzeyde işbirliği olduğu, yayınların fen bilimleri, sağlık bilimleri ve sosyal bilimler alanından birçok farklı bilim dalı ile ilişkili ve multidisipliner özelliklere sahip olduğu yönündedir.

### Anahtar Kelimeler

Çevrimiçi Değerlendirmeler, VOSviewer, Bibliyometrik Analiz, Google Haritalar

### Atıf Bilgisi

Ateş, A., Kurt, A. ve Sunar, H. (2024). Google haritalar üzerine yapılan çalışmaların bibliyometrik analizi, Selçuk Turizm ve Bilişim Araştırmaları Dergisi, 5:36-51.

Geliş Tarihi	25.05.2024
Kabul Tarihi	24.06.2024
Yayın Tarihi	30.06.2024
Değerlendirme	İki Dış Hakem / Çift Taraflı Körleme
Etik Beyan	Bu çalışmanın hazırlanma sürecinde bilimsel ve etik ilkelere uyulduğu ve yararlanılan tüm çalışmaların kaynakçada belirtildiği beyan olunur.
Yazar Katkıları	Ateş, A. (%40), Kurt, A. (%30), Sunar, H. (%30)
Benzerlik Taraması	Yapıldı - Turnitin
Etik Bildirim	ethics.stbad@selcuk.edu.tr
Çıkar Çatışması	Çıkar çatışması beyan edilmemiştir.
Finansman	Bu araştırmayı desteklemek için dış fon kullanılmamıştır.
Telif Hakkı & Lisans	Yazarlar dergide yayımlanan çalışmalarının telif hakkına sahiptirler ve çalışmalarını CC BY-NC 4.0 lisansı altında yayımlanmaktadır.



## Bibliometric Analysis of Studies on Google Maps

Alper Ateş | 0000-0002-4347-7306 | alpera@selcuk.edu.tr  
Selçuk Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm Rehberliği, Konya, Türkiye

Ayse Kurt | 0009-0000-2715-9749 | ak26@alumnes.udl.cat  
Universitat De Lleida Escola, Administracion De Empresas, Lleida, Spain

Halil Sunar | 0000-0002-5131-4056 | halil.sunar@windowslive.com  
Giresun Üniversitesi, Tirebolu Mehmet Bayrak Vocational School, Giresun, Türkiye

ROR ID: <https://ror.org/045hgzm75>

### Abstract

Google Maps is the most widely used mapping service worldwide and has become an indispensable platform for individuals and businesses with its extensive database of locations, directions, and reviews. This makes Google Maps an essential platform for discovering businesses. Businesses with good reviews on Google Maps are more likely to attract potential customers. This study aims to conduct a bibliometric analysis of publications in the Web of Science database using the keywords “online reviews” and “Google Maps.” We used the VOSviewer application to analyze the studies, creating relationship graphs about keywords, abstracts, citations, bibliographies, publication locations, authors, and the number of publications by year. The results of the study show that the majority of the publications consist of articles; the studies between 2007 and 2018 constitute the theoretical basis in the area; the country with the highest number of publications and citations is the USA; there is a moderate level of collaboration between authors; the publications are related to many different disciplines in the areas of science, health sciences, and social sciences; and they have multidisciplinary features.

### Keywords

Online Reviews, VOSviewer, Bibliometric Analysis, Google Maps

### Citation

Ateş, A., Kurt, A. ve Sunar, H. (2024). Bibliometric Analysis of Studies on Google Maps, Selcuk Tourism and Information Research Journal, 5:36-51.

Date of Submission	25.05.2024
Date of Acceptance	24.06.2024
Date of Publication	30.06.2024
Peer-Review	Double anonymized - Two External
Ethical Statement	It is declared that scientific and ethical principles have been followed while carrying out and writing this study and that all the sources used have been properly cited.
Author Contributions	Ateş, A. (%40), Kurt, A. (%30), Sunar, H. (%30)
Plagiarism Checks	Yes - Turnitin
Conflicts of Interest	The author(s) has no conflict of interest to declare.
Complaints	ethics.stbad@selcuk.edu.tr
Grant Support	The author(s) acknowledge that they received no external funding in support of this research.
Copyright & License	Authors publishing with the journal retain the copyright to their work licensed under the <b>CC BY-NC 4.0</b> .

## Introduction

Online reviews have become an indispensable element that shapes the purchasing decisions of the modern consumer. They also affect the perception of all businesses (Schivinski and Dabrowski, 2016: 189; Stankevich, 2017: 13; Ateş and Sunar, 2020: 99). In today's interconnected world, online reviews are seen as a vital way to get feedback, guidance, and social approval due to easier access to information (Pookulangara and Koesler, 2011: 349; Huang and Benyoucef, 2013: 248; Grajales et al., 2014: 3). Online reviews provide valuable information to consumers about the quality, reliability, and overall satisfaction with products, services, or businesses (Torabi and Belanger, 2021: 3064). When considering a restaurant for dinner, a hotel for accommodation, or a new device for the first time, consumers often use online reviews to reduce the margin of error and risks and make the right choice (Ong, 2012: 470; Sunar and Ateş, 2021: 2350). The main reason is that these reviews help others who have previously interacted with the product or service gauge their experience (Mudambi and Schuff, 2010: 195). By highlighting positive aspects or aspects that need to be improved, these reviews help potential buyers make informed and knowledgeable decisions (Ramanathan et al., 2017: 105; Sunar, 2021: 47). Moreover, online reviews play a vital role in building trust and reputation for businesses in the digital world (Chen and Law, 2016: 352). Positive reviews serve as powerful endorsements that instill trust, reassure potential customers, and validate a brand's reputation (Qyqalla, 2023: 2). Even if negative reviews are considered potentially harmful, businesses can consider them, address concerns, and show sensitivity. Such behaviors provide opportunities to increase customer satisfaction, loyalty, and trust (Ahmad and Guzman, 2021: 2828). If a general evaluation is to be made, online reviews can impact a business's reputation and credibility in the market under these conditions. Positive reviews can attract new customers, while negative reviews deter potential buyers and harm sales.

Online customer reviews assess a product or service that a customer has purchased. They provide additional information that helps other buyers learn more about the product by giving a general overview of its quality (Mo et al., 2015: 420). Online reviews influence individual purchase decisions and significantly shape broader market trends and consumer behavior (Magnani, 2020: 263-264). Platforms like Yelp, TripAdvisor, Google Maps, and e-commerce websites now significantly impact consumer preferences and shape the competitive landscape through the collective wisdom of crowds (Al et al., 2015: 25; Li et al., 2022: 7). These online platforms enable customers to share experiences, opinions, and ratings of products or services, providing valuable resources for potential buyers and businesses to improve offerings and market reputation. Consumers who do not use the resources provided by these platforms will undoubtedly lose their utility maximization, and businesses that do not manage their presence on these platforms will certainly lose their long-term competitiveness.

Google Maps is an essential tool for businesses and individuals, offering various locations, directions, and reviews. By analyzing these reviews, businesses can understand customer feedback and preferences. Technology can sort reviews as positive, negative, or neutral and recognize familiar themes and customer priorities (Gebresselassie and Sanchez, 2018; Russo et al., 2022; Duka, 2023; Isazade, 2023; Sharma, 2023). Google Maps has an average annual user base of over 1 billion, with each user spending roughly 30.4 hours per year on the platform (Wu et al., 2024: 15). Studies on online reviews have been conducted in many sectors and fields to reveal the current situation in the literature on online reviews. Studies on Google Maps have been conducted in several sectors and fields such as regional criminology (Vandeviver, 2014; Langton and Steenbeek, 2017; Michaud, 2023; Wang, 2023), customer experience (Mathayomchan and Taecharungroj, 2020; Erdem, 2020; Adak et al., 2022; Kwon, 2023), vehicle tracking systems (Bhadane et al., 2015; Desingu et al., 2023), location optimization (Gu et al., 2010; Wang, 2012; Zhang et al., 2021), smart tourism (Law, 2010; Longhi et al., 2014; Nagar et al., 2021; Wajdi et al., 2023), digital marketing (Peyravi et al., 2020; Praditya, 2021; Sharma, 2023), transportation (Tutić and Frančula, 2016; Wang et al., 2021; Oladimeji et al., 2023; Cynthia et al, 2024), environment (González-Delgado et al., 2020; Yang et al., 2021; Wu et al., 2024), accommodation (Monaco, 2018; Muneer and Basheer, 2020; Sia et al., 2023). Considering the variety of studies on Google Maps, this application contributes to people in all areas of life, including service and goods producers and end users.

The study conducted a bibliometric analysis of studies in the Web of Science database on Google Maps, where billions of online reviews are made. This study will explain how Google Maps and online reviews are portrayed in the relevant literature. It will also offer insights into future trends in online review research. As a result of the findings and literature review, the discussion and conclusion of the study were evaluated.

## **1. Methodology**

This section of the study presents the aim of the study, the data and analysis, and the findings.

### **1.1. Objective**

This study aims to conduct a bibliometric analysis of publications on Google Maps in the WoS database. Accordingly, the aim is to determine this subject's current situation and tendencies. Finally, by analyzing the following research questions (RQ), we were able to ensure that the scope of the research was covered in its entirety:

- RQ1: How is the distribution of publications according to areas?
- RQ2: How is the distribution of publications by year?
- RQ3: How are the publications distributed among the authors?
- RQ4: How are the publications and citations distributed among countries?

- RQ5: How are the relations among the keywords by year?
- RQ6: How is the distribution of the most cited publications and authors?

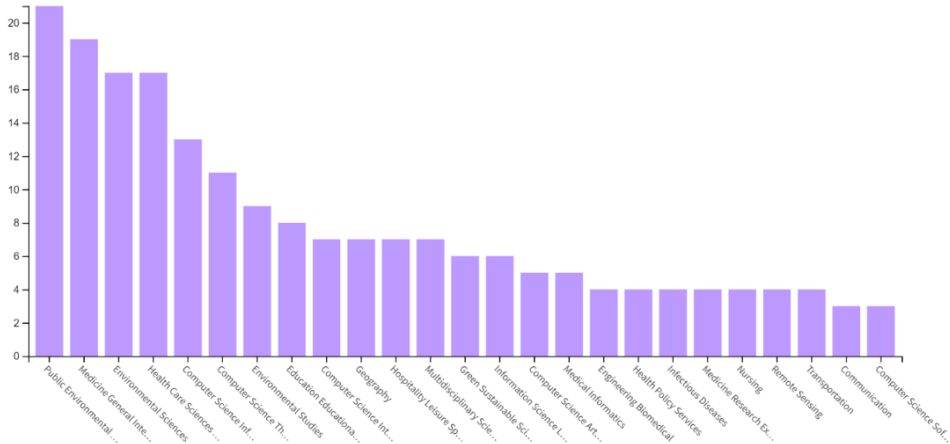
### **1.2. Data and Analysis**

In the study, the bibliometric analysis method was preferred to analyze the studies in the literature on Google Maps. Bibliometric analysis uses statistical and mathematical models to study scientific publications and measure research performance indicators (Zyoud et al., 2015). The Web of Science (WoS) database was preferred for bibliometric analysis. It was determined that there were 192 publications in the WoS database on April 5, 2024, using the keywords “online reviews” and “Google Maps.” While searching the WoS database, the conjunction “and” was used to combine keywords. The main reason for choosing WoS as the access platform and database is that the representativeness of the WoS database in literature reviews has been verified in many bibliometric studies and includes almost all important research articles (Norris and Oppenheim, 2007; Fang et al., 2018; Qiao et al., 2021). WoS allows downloading files in the required format for the programs used for bibliometric analysis (Sarkar et al., 2022: 5). The distribution of 192 publications obtained from the WoS database was 86 review articles, 83 research articles, 22 proceedings, and one book chapter. Of the access features of these publications, 137 are open access, and 55 require membership. The VOSviewer program was used to analyze the research and visualize the data. The VOSviewer program created graphs to analyze the keywords, abstracts, citations, collaborations, co-citation network, most influential authors, most influential publications, and most influential journals of 192 studies.

### **1.3. Findings**

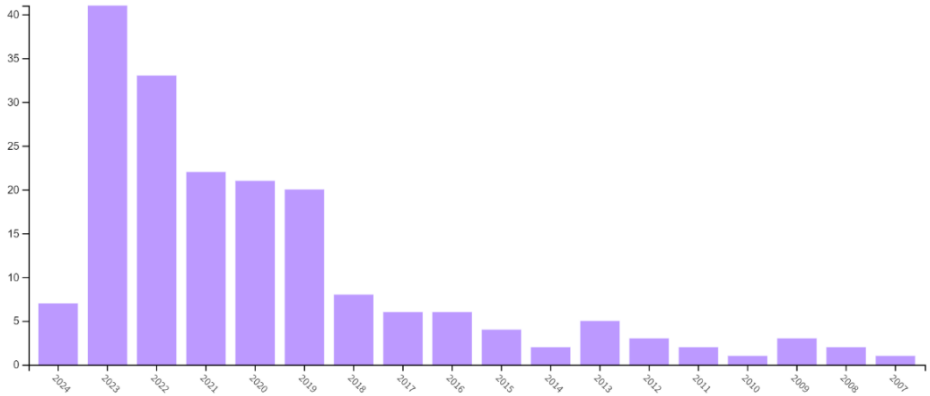
This section presents statistical data from the WoS database and analyses conducted using the VOSviewer program. This section includes the distribution of 192 filtered studies based on categories in the WoS database, publication distribution by year, citation analysis, co-author analysis, identification of the most influential journal, and recognition of the most influential authors.



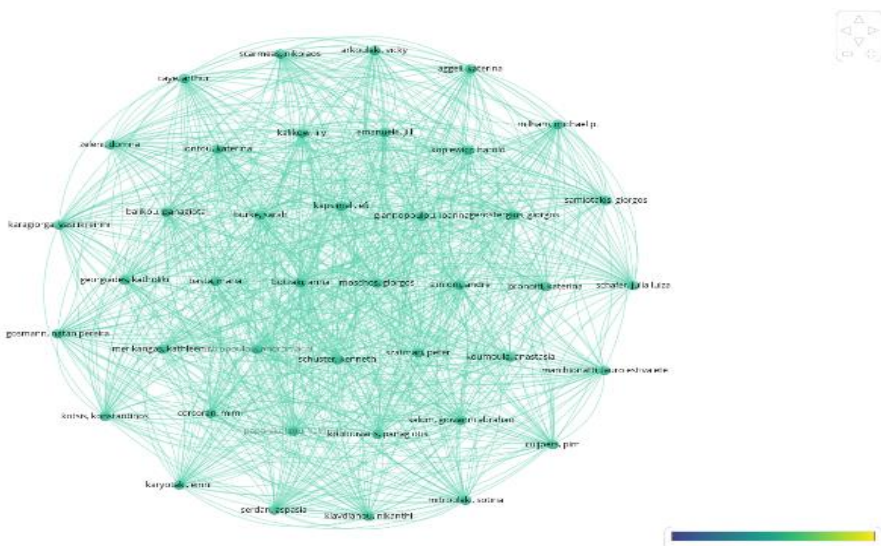
**Graph 1.** Distribution of Publications by WoS Categories

As can be seen in Graph 1, the distribution of 192 publications according to the categories in WoS is listed as Public Environmental Occupational Health (21); Medicine General Internal (19); Environmental Sciences (17); Health Care Sciences Services (17); Computer Science Information Systems (13); Computer Science Theory Methods (11); Environmental Studies (9); Education Educational Research (8); Computer Science Interdisciplinary Applications (7); Geography (7); Hospitality Leisure Sport Tourism (7); Multidisciplinary Sciences (7); Green Sustainable Science Technology (6); Information Science Library Science (6); Computer Science Artificial Intelligence (5); Medical Informatics (5); Engineering Biomedical (4); Health Policy Services (4); Infectious Diseases (4); Medicine Research Experimental (4); Nursing (4); Remote Sensing (4); Transportation (4); Communication (3); Computer Science Software Engineering (3); Engineering Multidisciplinary (3); Immunology (3); Management (3); Oncology (3); Pharmacology Pharmacy (3); Psychiatry (3); Business (2); Chemistry Multidisciplinary (2); Ecology (2); Engineering Electrical Electronic (2); Entomology (2); Materials Science Multidisciplinary (2); Obstetrics Gynecology (2); Parasitology (2); Pediatrics (2); Physics Applied (2); Social Sciences Interdisciplinary (2); Tropical Medicine (2); Other categories (40) (WoS categories with less than two publications).

The 192 publications analyzed within the scope of the study fall under 83 different WoS categories. In addition, when the category distribution of 192 publications was analyzed, it was calculated as 281. This situation also shows that the publications are multidisciplinary studies. Studies on Google Maps are related to many fields and include many studies and researchers from different areas.

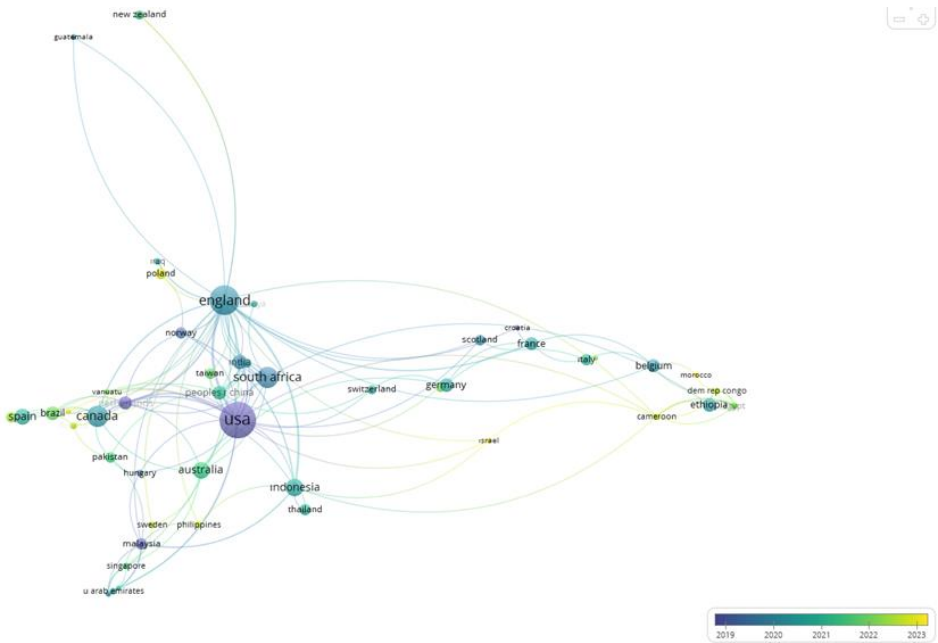
**Graph 2.** Distribution of Publications by Year

Graph 2 analyzes the distribution of 192 studies by year. The first publication on Google Maps in the WoS database occurred in 2007. Most publications, precisely 41, were made in 2023, following the initial publication in 2007 until April 2024. Substantial growth in the number of publications was noted, particularly evident after 2019.

**Figure 1.** Visualization of Publications by Authors

As shown in Figure 1, there are 200 authors in total in the 192 publications analyzed in the study. Many authors can serve as a significant indicator of the degree of scientific collaboration. Among these authors, the researchers with the most publications are Tivani P. Mashamba-Thompson (6), Mbuzeleni Hlongwa (3), Khumbulani Hlongwana (3), and Viriya Teacharungroj (3). The calculated value of 1.04 indicates moderate collaboration among authors in the 192 publications analyzed.

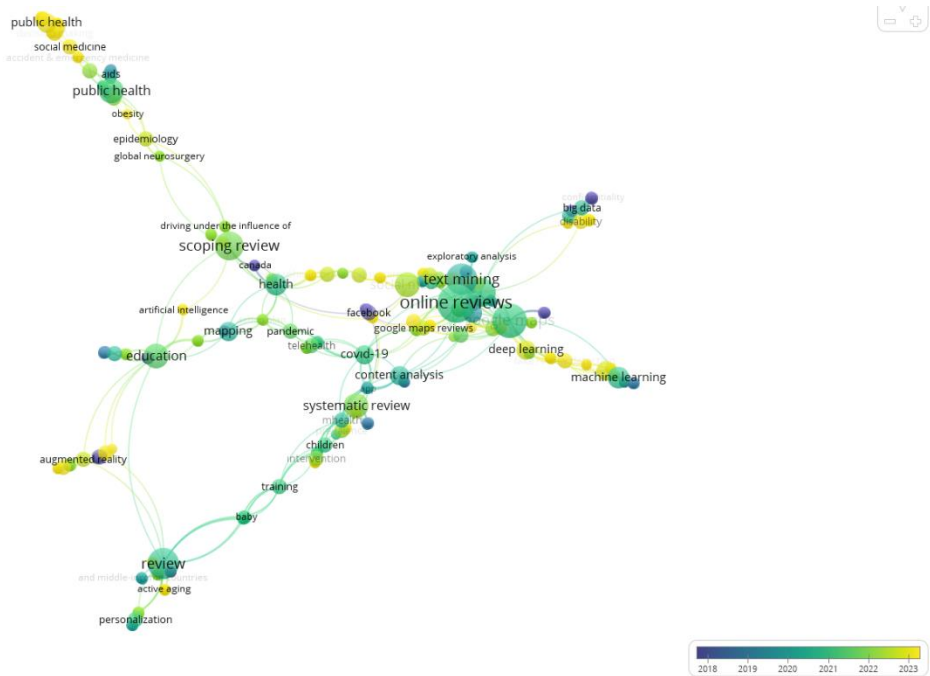
**Figure 2.** Visualization of Publications by Country



Based on Figure 2, 192 publications from 65 countries were analyzed in the study. The countries with the most publications were the USA (47), England (31), South Africa (16), Canada (16), Indonesia (11), Australia (10), Spain (9), India (8), and China (7). According to the number of citations, the countries with the highest number of citations are the USA (916), England (413), Canada (216), South Africa (194 citations), Malaysia (193), Scotland (170), Norway (143), China (122), and Australia (112). When the country rankings according to the number of publications and citations are analyzed together, although Malaysia and Scotland are not among the top ten countries with the highest number of publications,

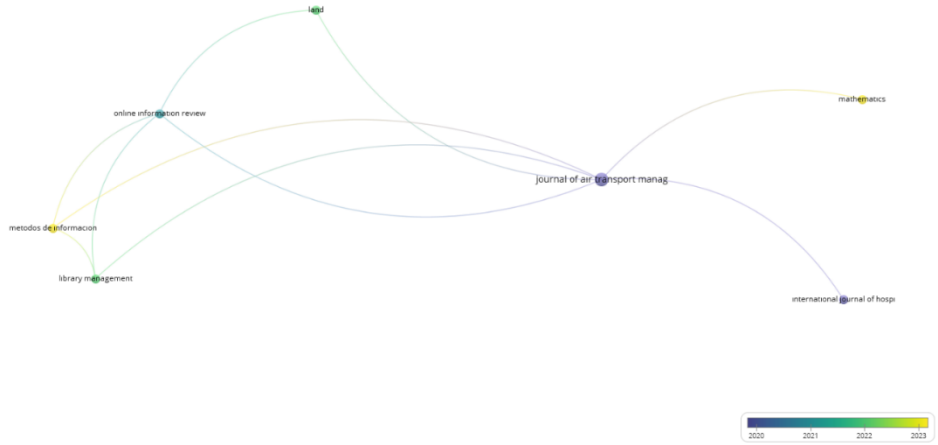
Malaysia ranked 5th with 193 citations for five publications. In contrast, Scotland ranked 6th with 170 citations for four publications.

**Figure 3.** Visualization of the Relationships between Key Words in Publications by Years



As can be seen in Figure 3, there are a total of 790 keywords in the 192 publications analyzed in the study. The most common keywords were online reviews (12), Google Maps (10), review (8), text mining (8), scoping review (7), sentiment analysis (7), systematic review (5), social media (5), and education (5). The keywords used in the publications in recent years are content analysis, monitor, mapping, sustainable intensification, social network, service quality, deep learning, big data, digital technology, fake review detection, and review through ratio.

**Figure 4.** Visualization of the Relationships Regarding the Most Cited Publications by Years



The distribution of the most cited publications seen in Figure 4 is Caquard (2013), 124 citations; Lee and Yu (2018), 80 citations; Alanzi (2021), 62 citations; Mathayomchan and Taecharungroj (2020), 52 citations; Khan et al. (2021), 24 citations; and Ruzinoor et al. (2012), 20 citations. The most cited journals in the study were Progress in Human Geography (124), Journal of Air Transport Management (93), Journal of Multidisciplinary Healthcare (62), International Journal of Hospitality Management (52), International Journal for Equity in Health (24), Geo-Spatial Information Science (20), and Health Information and Libraries Journal (18).

## Conclusion

Google Maps, used by more than one billion people worldwide every month, has become essential to human life's social, economic, and cultural dimensions. Google Maps provides a vast database of reviews, aiding in informed decision-making for people. Businesses can analyze these reviews to understand customer sentiment, identify areas for improvement, and identify recurring themes. In this study, a bibliometric analysis of the publications on Google Maps, which is an essential element for people and businesses, was conducted.

Our study analyzed 192 studies on Google Maps published in journals in the WoS database. The analytical interface in the WoS database and the Vosviewer program were used. Within the scope of the study, the keywords of the 192 filtered publications were analyzed based on bibliographies, published journals, countries, authors, and institutions, the most cited publications, and the change processes of the subjects according to years. Although these studies have been conducted in many different fields and numbers in

general, many of the studies are similar in methodology. This situation also shows that Google Maps addresses many fields and scientific categories.

Bibliometric analyses are essential to determine the number of published academic studies, the development, and trends of research in a particular field of science, to reveal their changes over the years, and to see the gaps in the literature in this direction (Moral-Muñoz et al., 2020; Donthu et al., 2021; Ahmi, 2022; Kumar and George, 2023). As a result of the bibliometric analysis, the first publication on Google Maps in the WoS database dates back to 2007. Publications between 2007 and 2018 form the theoretical basis for online reviews related to Google Maps. Researchers have carried out research on subjects like the content of online reviews about businesses, destinations, brands, and so on, analyzing consumer feedback on Google Maps to identify positive or negative sentiments, shortcomings, or satisfaction. With the addition of navigation features in 2018, Google Maps has become more critical for users. This is due to an increase in the number of people contributing to and benefiting from online reviews, the growth of online review platforms, and the rise in online sales sites, travel blogs, and vlogs. These factors have prompted researchers to conduct publications across various fields, including environmental sciences, tourism, business, health sciences, and information systems. There are 200 authors in 192 publications analyzed within the scope of the study. Examining the degree of scientific cooperation between these authors (1.04) reveals moderate cooperation.

According to the relation network analysis, the United States of America and England are the countries with the highest number of publications and citations in studies on online reviews and Google Maps. Although Malaysia and Scotland have fewer publications, the number of citations is relatively high. Among the 192 studies on online reviews and Google Maps, Tivani P. Mashamba-Thompson, Mbuzeleni Hlongwa, Khumbulani Hlongwana, and Viriya Techarunroj were the researchers who published the most and worked in this field. The 192 studies identified 790 keywords, with evaluation, research, text mining, sentiment analysis, social media, and systematic review being the most commonly used, except for online reviews and Google Maps, which served as search meta. Examining the keywords of recent studies reveals topics such as content analysis, imaging, mapping, sustainable intensification, social networking, service quality, deep learning, big data, digital technology, fake review detection, and rate-based review. Studies across various disciplines with diverse content contribute to the high number and variety of keywords in the literature. The number of fake online reviews has increased recently, especially considering the benefits of online reviews, such as the increase in online reviews and the opportunity to provide users with pre-experience. Accordingly, it has emerged as a current issue in the literature. Despite this, there is a need for studies on fake online reviews in the literature to be sufficiently comprehensive. In addition to this, it is thought that conducting studies on online reviews and Google Maps using methods such as artificial neural networks and semiotic analysis other than bibliometric analysis and conducting studies on shared

photos, videos, fonts, emojis, etc., in addition to text content while analyzing the content of posts will make a significant contribution to the literature.

## References

- Adak, A., Pradhan, B., and Shukla, N. (2022). Sentiment analysis of customer reviews of food delivery services using deep learning and explainable artificial intelligence: Systematic review. *Foods*, 11(10): 1500.
- Ahmad, F., and Guzmán, F. (2021). Negative online reviews, brand equity and emotional contagion. *European Journal of Marketing*, 55(11): 2825-2870.
- Ahmi, A. (2022). *Bibliometric Analysis for Beginners*. Utara: UUM Press.
- Al Sukaini, A. K. M., Zhang, J., and Albazooni, A. G. Z. (2015). Crowdsourcing in User-Generated Content Communities: Impact of Online Networks on Perception and Intended Behaviors of Crowd Engagement. *International Journal of Business Administration*, 6(3): 25-38.
- Alanzi, T. (2021). A review of mobile applications available in the app and google play stores used during the COVID-19 outbreak. *Journal of multidisciplinary healthcare*, 14(1): 45-57.
- Ateş, A., and Sunar, H. (2020). Analysis of Tourism Values of Konya with Online Visitor Comments: The Case of Tripadvisor, (Editors) Ateş, A. and Akmeşe, K.A., In: *The Current Approaches in Tourism* (pp.97-117) Ankara: Iksad Publications.
- Bhadane, D., S., Bharati, P. B., Shukla, S. A., Wani, M. D., and Ambekar, K. K. (2015). A review on gsm and gps based vehicle tracking system. *International Journal of Engineering Research and General Science*, 3(2): 351-353.
- Caquard, S. (2013). *Cartography I: Mapping narrative cartography*. *Progress in Human Geography*, 37(1): 135-144.
- Chen, Y. F., and Law, R. (2016). A review of research on electronic word-of-mouth in hospitality and tourism management. *International Journal of Hospitality and Tourism Administration*, 17(4): 347-372.
- Cynthia, J., Sakthipriya, G., Sudhakar, J., C., and Suguna, M. (2024). Intelligent Transportation System: A Review of VANET Applications for Urban Areas, Technologies, and Protocols, (Editors) L Ashok Kumar, R. Manivel, Eyal Ben D., In *Sustainable Digital Technologies for Smart Cities* (pp.99-112) Boca Raton: CRC Press
- Desingu, K., Isaac, D., M., Mirunalini, P., Bharathi, B., and Philipose, C., M. (2023). Locatemybus: iot-driven smart bus transit. *Journal of Communications Software and Systems*, 19(2): 136-146.
- Donthu, N., Kumar, S., Mukherjee, D., Pandey, N., and Lim, W., M. (2021). How to conduct a bibliometric analysis: An overview and guidelines. *Journal of business research*, 133(1): 285-296.
- Duka, M., Sikora, M., and Strzelecki, A. (2023). From Web Catalogs to Google: A Retrospective Study of Web Search Engines Sustainable Development. *Sustainability*, 15(8): 1-16.
- Erdem, B. (2020). Çevrimiçi Yorumların Davranışsal Niyete Etkisi: Google Haritalar Örneği. *International Social Mentality and Researcher Thinkers Journal*, 6(30): 357-364.
- Fang, Y., Yin, J., and Wu, B. (2018). Climate change and tourism: A scientometric analysis using CiteSpace. *Journal of Sustainable Tourism*, 26(1): 108-126.
- Gebresselassie, M., and Sanchez, T., W. (2018). "Smart" tools for socially sustainable transport: A review of mobility apps. *Urban Science*, 2(2): 45.



González-Delgado, J., Á., Martínez-Graña, A., Holgado, M., Gonzalo, J., C., and Legoinha, P. (2020). Augmented reality as a tool for promoting the tourist value of the geological heritage around natural filming locations: A case study in "Sad Hill" (The Good, the Bad and the Ugly Movie, Burgos, Spain). *Geoheritage*, 12(1): 1-11.

Grajales, F., J., Sheps, S., Ho, K., Novak-Lauscher, H., and Eysenbach, G. (2014). Social media: a review and tutorial of applications in medicine and health care. *Journal of medical Internet research*, 16(2), e2912.

Gu, W., Wang, X., and McGregor, S., E. (2010). Optimization of preventive health care facility locations. *International journal of health geographics*, 9(1): 1-16.

Huang, Z., and Benyoucef, M. (2013). From e-commerce to social commerce: A close look at design features. *Electronic Commerce Research and Applications*, 12(4): 246-259.

Isazade, V. (2023). Advancement in navigation technologies and their potential for the visually impaired: a comprehensive review. *Spatial information research*, 31(5): 547-558.

Khan, G., Kagwanja, N., Whyte, E., Gilson, L., Molyneux, S., Schaay, N., Tsofa, B., Barasa, E. and Olivier, J. (2021). Health system responsiveness: a systematic evidence mapping review of the global literature. *International Journal for Equity in Health*, 20(1): 1-24.

Kumar, M., George, R. J., and Anisha, P., S. (2023). Bibliometric analysis for medical research. *Indian Journal of Psychological Medicine*, 45(3): 277-282.

Kwon, W. (2023). Reading customers' minds through textual big data: Challenges, practical guidelines, and proposals. *International Journal of Hospitality Management*, 111, 103473.

Langton, S., H., and Steenbeek, W. (2017). Residential burglary target selection: An analysis at the property-level using Google Street View. *Applied Geography*, 86(1): 292-299.

Law, R. (2010). Internet and tourism-part XXIX: Google Maps. *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 27(6): 645-647.

Lee, K., and Yu, C. (2018). Assessment of airport service quality: A complementary approach to measure perceived service quality based on Google reviews. *Journal of Air Transport Management*, 71(1): 28-44.

Li, S., Liu, F., Zhang, Y., Zhu, B., Zhu, H., and Yu, Z. (2022). Text mining of user-generated content (ugc) for business applications in e-commerce: A systematic review. *Mathematics*, 10(19): 1-26.

Longhi, C., Titz, J., B., and Viallis, L. (2014). Open data: Challenges and opportunities for the tourism industry, (Editors) Mariani, M., M., Baggio, R., Buhalis, D., Longhi, C., In: *Tourism Management, Marketing, and Development: Volume I: The Importance of Networks and ICTs* (pp. 57-76) Berlin: Springer Nature.

Magnani, M. (2020). The economic and behavioral consequences of online user reviews. *Journal of Economic Surveys*, 34(2): 263-292.

Mathayomchan, B., and Taecharungroj, V. (2020). "How was your meal?" Examining customer experience using Google maps reviews. *International Journal of Hospitality Management*, 90, 102641. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2020.102641>

Michaud, P. (2023). Should We Stay or Should We Go? A Critical Review of Journey-to-Crime Research. *Journal of Police and Criminal Psychology*, 38(4): 914-930.

Monaco, S. (2018). *Tourism and the new generations: emerging trends and social implications in Italy*. *Journal of Tourism Futures*, 4(1): 7-15.

Moral-Muñoz, J. A., Herrera-Viedma, E., Santisteban-Espejo, A., and Cobo, M. J. (2020). *Software tools for conducting bibliometric analysis in science: An up-to-date review*. *Profesional de la información/Information Professional*, 29(1): 1-20.

Mudambi, S. M., and Schuff, D. (2010). *Research note: What makes a helpful online review? A study of customer reviews on Amazon.com*. *MIS quarterly*, 34(1): 185-200.

Muneer, V., K., and Basheer, K., M. (2020). *The evolution of travel recommender systems: A comprehensive review*. *Malaya Journal of Matematik*, 8(4): 1777-1785.

Nagar, R., Singh, Y., and Jaglan, V. (2021). *A review on machine learning applications in medical tourism*. *2021 Fourth International Conference on Computational Intelligence and Communication Technologies (CCICT)*, 3-3 July 2021, Sonapat (HR) India. pp: 208-215.

Norris, M., and Oppenheim, C. (2007). *Comparing alternatives to the Web of Science for coverage of the social sciences' literature*. *Journal of Informetrics*, 1(1): 161-169.

Oladimeji, D., Gupta, K., Kose, N., A., Gundogan, K., Ge, L., and Liang, F. (2023). *Smart transportation: an overview of technologies and applications*. *Sensors*, 23(8): 3880.

Ong, B., S. (2012). *The perceived influence of user reviews in the hospitality industry*. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 21(5): 463-485.

Qiao, G., Ding, L., Zhang, L., and Yan, H. (2021). *Accessible tourism: A bibliometric review (2008-2020)*. *Tourism Review*, 77(3): 713-730.

Qyqalla, A., D. (2023). *How do brands manage their reputation online, given consumers' ability to direct discussion of the brand? Metropolia University of Applied Sciences Bachelor of Business Administration Double Degree in European Business Administration Thesis*,

Peyravi, B., Nekrošienė, J., and Lobanova, L. (2020). *Revolutionised technologies for marketing: Theoretical review with focus on artificial intelligence*. *Business: Theory and Practice*, 21(2): 827-834.

Pookulangara, S., and Koesler, K. (2011). *Cultural influence on consumers' usage of social networks and its' impact on online purchase intentions*. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 18(4): 348-354.

Praditya, N. W. P. Y. (2021). *Literature Review Recommendation System Using Hybrid Method (Collaborative Filtering & Content-Based Filtering) by Utilizing Social Media as Marketing*. *Computer Engineering and Applications Journal*, 10(2): 105-113.

Ramanathan, U., Subramanian, N., and Parrott, G. (2017). *Role of social media in retail network operations and marketing to enhance customer satisfaction*. *International Journal of Operations & Production Management*, 37(1): 105-123.

Russo, R. G., Ali, S. H., Mezzacca, T., A., Radee, A., Chong, S., Kranick, J., and Yi, S., S. (2022). *Assessing changes in the food retail environment during the COVID-19 pandemic: opportunities, challenges, and lessons learned*. *BMC Public Health*, 22(1): 778.

Ruzinoor, C., M., Shariff, A., R., M., Pradhan, B., Rodzi Ahmad, M., and Rahim, M., S., M. (2012). *A review on 3D terrain visualization of GIS data: techniques and software*. *Geo-spatial Information Science*, 15(2): 105-115.

Sarkar, A., Wang, H., Rahman, A., Waqar, H., M., and Lu, Q. (2022). A bibliometric analysis of sustainable agriculture: based on the Web of Science (WOS) platform. *Environmental Science and Pollution Research*, 29 (1): 38928-38949.

Schivinski, B., and Dabrowski, D. (2016). The effect of social media communication on consumer perceptions of brands. *Journal of Marketing Communications*, 22(2): 189-214.

Sharma, H. (2023). The Importance of Website Usability in Digital Marketing: A Review. *London Journal of Research in Computer Science and Technology*, 23(3): 25-32.

Sia, P., Y., H., Saidin, S., S., and Iskandar, Y., H., P. (2023). Systematic review of mobile travel apps and their smart features and challenges. *Journal of Hospitality and Tourism Insights*, 6(5): 2115-2138.

Stankevich, A. (2017). Explaining the consumer decision-making process: Critical literature review. *Journal of international business research and marketing*, 2(6): 7-14.

Sunar, H. (2021). Çevrimiçi Değerlendirmelere Yönelik İnceleme: Uzungöl Örneği. *Çatalhöyük Uluslararası Turizm ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 7(1): 46-55.

Sunar, H., and Ateş, A. (2021). The Role of Online Evaluations Made on Accommodation Businesses in Consumer Attitude Instability and the Effect on Purchase Intention, *Journal of Turkish Tourism Research*, 5(4): 2347-2366.

Torabi, M., and Bèlanger, C., H. (2021). Influence of online reviews on student satisfaction seen through a service quality model. *Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research*, 16(7): 3063-3077.

Tutić, D., and Frančula, N. (2016). Google maps state of the art of the online road map. *Kartografija i geoinformacije (Cartography and Geoinformation)*, 15(26): 110-113.

Vandeviver, C. (2014). Applying google maps and google street view in criminological research. *Crime Science*, 3(1): 1-16.

Wajdi, M., Christiani, R., Novitriana, K., Putri, N., P., A., S., Putri, K., A., D., and Purnama, N., G., A., K., T. (2023). Hidden beauty of honeymoon beach: a potential attraction for tourists (a review of a tourism object). *Journal of Commerce, Management, and Tourism Studies*, 2(1): 42-47.

Wang, F. (2012). Measurement, optimization, and impact of health care accessibility: a methodological review. *Annals of the Association of American Geographers*, 102(5): 1104-1112.

Wang, S., Huang, X., Yin, C., and Richel, A. (2021). A critical review on the key issues and optimization of agricultural residue transportation. *Biomass and Bioenergy*, 146(1): 105979.

Wang, G., Y. (2023). The effect of environment on housing prices: Evidence from the Google Street View. *Journal of Forecasting*, 42(2): 288-311.

Wu, M., Lv, G., Qiao, L., Roth, R., E., and Zhu, A., X. (2024). Green Cartography: A research agenda towards sustainable development. *Annals of GIS*, 30(1): 15-34.

Yang, T., Y., Chen, C. H., Chien, T., W., and Lai, F., J. (2021). Predicting the number of article citations on the topic of *pemphigus vulgaris* with the 100 top-cited articles since 2011: a protocol for systematic review and meta-analysis. *Medicine*, 100(31): 1-7.

Zhang, J., Yue, W., Fan, P., and Gao, J. (2021). Measuring the accessibility of public green spaces in urban areas using web map services. *Applied Geography*, 126(1): 1-11.

Zyoud, S., H., Al-Jabi, S., W., Sweileh, W., M., and Waring, W., S. (2015). *Scientific research related to calcium channel blockers poisoning: bibliometric analysis in Scopus, 1968–2012. Human and Experimental Toxicology*, 34(11): 1162-1170.



## İşgörenlerin Prososyal Davranışları ve Örgütsel Verimlilik Etkileşimi: Kuramsal Bir Değerlendirme \*

Melek Sermin Efeoğlu | 0000-0002-7277-7260 | melek.efeoglu@lisansustu.selcuk.edu.tr  
Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya, Türkiye

Adnan Çelik | 0000-0002-8538-9937 | adnancelik@selcuk.edu.tr  
Selçuk Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Konya, Türkiye

ROR ID: <https://ror.org/045hgzm75>

### Öz

İnsan davranışları, genelde psikolojinin temel konuları arasında sıralanır. Bu olgunun iş örgütlerine yönelik boyutu ise örgütsel davranış gündeme getirir. Prososyal davranışlar ise pozitif örgütsel davranışlar perspektifinde değerlendirilen bir unsurdur. Bu kavram, iş yaşamında arzu edilen davranış biçimlerini kapsar. Bu çalışma, işgörenlerin prososyal davranışları ve örgütsel verimlilik etkileşimine yöneliktir. Bu konudaki değerlendirmeler için, öncelikle alanyazın incelemesi tercih edilmiştir. Bu amaçla, ulusal ve uluslararası literatür taranmıştır. Önce, prososyal davranışlar ve örgütsel verimlilik açıklanmıştır. Sonra, prososyallik ve örgütsel verimlilik alanına yönelik seçilmiş araştırmalara yer verilmiştir. Sonuçta, işgörenlerin prososyal davranışları ve örgütsel verimlilik etkileşimi değerlendirilmiştir. Bu sahadaki teorik ve uygulamalı çalışmaların sayı ve nitelik olarak artmaya başlaması kayda değerdir. Prososyal davranışlar, kültürden kültüre veya sektörden sektöre kısmi değişiklikler gösterebilir. Önemli olan temel kabullerdir. İş örgütlerinin, pozitif örgütsel davranışlara olan ihtiyacının içselleştirilmesidir. Bu çalışma, söz edilen hususlara yönelik öneriler ile sonlandırılmıştır.

### Anahtar Kelimeler

Verimlilik, Prososyal Davranışlar, Prososyallik ve Örgütsel Verimlilik Etkileşimi.

### Atıf Bilgisi

Efeoğlu, M. S. ve Çelik, A. (2024). İşgörenlerin prososyal davranışları ve örgütsel verimlilik etkileşimi: kuramsal bir değerlendirme, Selçuk Turizm ve Bilişim Araştırmaları Dergisi, 5:52-74.

Geliş Tarihi	16.05.2024
Kabul Tarihi	24.06.2024
Yayın Tarihi	30.06.2024
Değerlendirme	İki Dış Hakem / Çift Taraflı Körleme *Uluslararası Göl Turizmi ve Turizmde Güncel Trendler Kongresinde sunulan bildirinin içeriği geliştirilerek ve kısmen değiştirilerek üretilmiş hâlidir.
Etik Beyan	Bu çalışmanın hazırlanma sürecinde bilimsel ve etik ilkelere uyulduğu ve yararlanılan tüm çalışmaların kaynakçada belirtildiği beyan olunur.
Yazar Katkıları	Efeoğlu, M. S. (%50), Çelik, A. (%50)
Benzerlik Taraması	Yapıldı - Turnitin
Etik Bildirim	ethics.stbad@selcuk.edu.tr
Çıkar Çatışması	Çıkar çatışması beyan edilmemiştir.
Finansman	Bu araştırmayı desteklemek için dış fon kullanılmamıştır.
Telif Hakkı & Lisans	Yazarlar dergide yayınlanan çalışmalarının telif hakkına sahiptirler ve çalışmalarını CC BY-NC 4.0 lisansı altında yayımlanmaktadır.



## Prosocial Behaviors of Employees and Organizational Productivity Interaction: A Theoretical Evaluation \*

Melek Sermin Efeoğlu | 0000-0002-7277-7260 | melek.efeoglu@lisansustu.selcuk.edu.tr  
Selcuk University, Institute of Social Science, Konya, Türkiye

Adnan Çelik | 0000-0002-8538-9937 | adnancelik@selcuk.edu.tr  
Selcuk University, Economics and Administrative Sciences, Konya, Türkiye

ROR ID: <https://ror.org/045hgzm75>

### Abstract

Human behavior is generally listed among the basic topics of psychology. The dimension of this phenomenon towards business organizations brings organizational behavior to the agenda. Prosocial behaviors are the elements evaluated from the perspective of positive organizational behaviors. This concept covers the desired behavior patterns in business life. This study is aimed at the interaction between employees' prosocial behaviors and organizational productivity. For analysis on this subject, literature review was primarily preferred. For this purpose, national and international literature was scanned. First, prosocial behaviors and organizational productivity are explained. Then, selected research on the field of prosociality and organizational productivity is included. At the end, the interaction between employees' prosocial behaviors and organizational productivity was evaluated. It is noteworthy that theoretical and applied studies in this field have begun to increase in number and quality. Prosocial behaviors may vary slightly from culture to culture or from sector to sector. The important things are the basic assumptions. It is the internalization of business organizations' need for positive organizational behaviors. This study was concluded with suggestions regarding the mentioned issues.

### Keywords

Productivity, Prosocial Behaviors, Prosociality and Organizational Productivity Interaction.

### Citation

Efeoğlu, M. S. and Çelik, A. (2024). Prosocial behaviors of employees and organizational productivity interaction: a theoretical evaluation, Selcuk Tourism and Information Research Journal, 5:52-74.

Date of Submission	16.05.2024
Date of Acceptance	24.06.2024
Date of Publication	30.06.2024
Peer-Review	Double anonymized - Two External * This is a version of the paper presented at the International Lake Tourism and Current Trends in Tourism Congress, with its content improved and partially modified.
Ethical Statement	It is declared that scientific and ethical principles have been followed while carrying out and writing this study and that all the sources used have been properly cited.
Author Contributions	Efeoğlu, M. S. (%50), Çelik, A. (%50)
Plagiarism Checks	Yes - Turnitin
Conflicts of Interest	The author(s) has no conflict of interest to declare.
Complaints	ethics.stbad@selcuk.edu.tr
Grant Support	The author(s) acknowledge that they received no external funding in support of this research.
Copyright & License	Authors publishing with the journal retain the copyright to their work licensed under the <b>CC BY-NC 4.0</b> .

## Giriş

Prososyallik, tarihsel süreç içinde gelişme gösteren bir olgudur. Konuya özgü bilimsel çalışmalar nispeten yenidir. Prososyal davranışlar, daha çok yönetim ve organizasyon düşüncesinin gelişimi ile ivme kazanmıştır. Yani sistematik çalışmalar, çağdaş işletmecilik anlayışı içinde yoğunlaşmıştır. Sistematik anlamda çalışma yapan öncüllerden birisi Mc Dougall (1908) olmuştur. Yazar, prososyal davranış eğilimi konusunda ilk incelemeleri gerçekleştirmiştir. Ebeveyn iç güdüsü ile gelişen ve şefkat hissinden (hassas duygulardan) doğan tutum ve davranışların, prososyal davranışa kaynak oluşturduğu fikri ileri sürülmüştür (Penner vd., 2005: 366). Brief ve Motowidlo (1986) ise prososyal davranışları, başka insanların refahını ve bütünlüğünü sağlamak ve sürdürmek üzerine gerçekleştirilen sosyal davranışlar olarak ifade etmişlerdir. Brief ve Motowidlo'nun (1986) çalışması prososyal örgütsel davranışlar konusunu ele alan en önemli çalışmalardan birisi olarak kabul edilmektedir (Hazzi ve Maldaon, 2012: 106).

Örgütsel verimlilik, örgütün elinde bulunan kaynaklarla mümkün olan en iyi sonuçlara ulaşılmasıdır. Ayrıca örgütsel verimlilik, örgüte ait çıktıların örgüt girdilerine oranı olarak da ifade edilmektedir. Örgütsel verimlilik, örgütün iç koşullarına bağlı ekonomik, teknik ve niceliksel bir kavramdır (Atay, 1991: 13). Kısacası örgütsel verimlilik, bir örgütün ne kadar verimli olduğu anlamına gelir (Rana ve Abbasi, 2013).

Günümüz örgütlerinde, olumsuz örgütsel davranışların azaltılarak, nitelikli insan faktörünün etkinliğinin ve verimliliğinin artırılması hedeflenmektedir. Bunun için çalışanların sergiledikleri rol içi ve rol dışı prososyal davranışlarının en üst düzeye çıkarılmasına gayret edilmektedir (İpek ve Özbilgin, 2015: 130). Bu bağlamda çalışanların biçimsel görev ve sorumluluklarının dışında prososyal davranış eğilimi göstermelerinin örgütsel verimlilik açısından da önemli olduğu söylenebilir. Çalışma yaşamında işgörenlerin daha fazla hoşgörü, sabır, iş birliği, uyum, nezaket ve anlayış göstermesi önemlidir. Çalışanların birbirileri ile olan dayanışması, müşteriler gibi örgütün diğer paydaşlarına da yansyarak örgütsel verimliliği etkileyebilecektir.

Prososyal davranışlar; yardım etme, iş birliği yapma, paylaşma gibi pek çok davranış türünü içeren geniş bir kavram olarak kabul edilmektedir. Ancak bunlarla sınırlı olmamak üzere bu tür davranışların incelenmesinin önemli olduğu ve sonuçlarından örgütler için çıkarımlar yapılması son yıllarda bu kavramın araştırmasının en önemli sebepleri arasında gösterilebilir (Hazzi ve Maldaon, 2012: 106). Pozitif örgütsel davranış alanındaki araştırmacılar, örgütlerin sürdürülebilir rekabet avantajı ve başarıları elde etmesinde, örgütsel davranışlara pozitif bir pencereden bakılarak değerlendirilmesi gerektiğini düşünmektedirler (Kanten ve Yeşiltaş, 2013: 99).

Bu çalışma, son yıllarda pozitif örgütsel davranış alanında kendine yer bulan prososyal davranışların örgütsel verimlilik etkileşimine yönelik gerçekleştirilmiştir. Çalışma, kendi içinde üç ayrı bölümden oluşmuştur. Kavramsal çerçeve içinde, prososyal davranışlar ve örgütsel verimlilik kavramlarına açıklık getirilmiştir. Sonra, prososyallik ve örgütsel

verimlilik alanına yönelik seçilmiş araştırmalar tanıtılmıştır. Sırasıyla, örgütsel verimliliğe yönelik, işgörenlerin prososyal davranışlarına yönelik, işgörenlerin prososyal örgütsel davranışlarına yönelik ve işgörenlerin prososyal hizmet davranışlarına yönelik araştırmalar paylaşılmıştır. Son bölümde, işgörenlerin prososyal davranışları ve örgütsel verimlilik etkileşimine yönelik düzenlenmiştir. Çalışma sonrasında, ilgili çevreler için kayda değer öneriler geliştirilmiştir.

## 1. Prososyal Davranışlar

Prososyal davranışlar, olumlu sosyal davranışlardan biridir. Prososyal davranışlar; yardım etmeyi, iş birliği yapmayı, rahatlatmayı ve paylaşmayı içeren ve insanların başkalarına fayda sağladığı davranışlar olarak nitelendirilmektedir. Farklı bir ifadeyle prososyal davranışlar, kişilerin, grupların ya da örgütlerin refahını destekleyen veya koruyan davranış biçimleri olarak tanımlanmaktadır (Bolino ve Grant, 2016: 603). Prososyal davranışların, başkalarının iyiliğini isteyerek, bilinçli bir çaba ve fedakârlık eylemleri (kaybet-kazan) olduğu vurgulanmaktadır (Hazzi ve Maldaon, 2012: 107).

Bireylerin prososyal davranışlar sergilemesine neden olabilecek farklı motivasyon türlerinden bahsedilebilmektedir (Yang vd., 2022: 111; Zettler, 2022: 140). Bazı araştırmacılar (Franzoi, 2000: 482; Kumru vd., 2004: 110; Weinstein ve Ryan, 2010: 222; Tongeren vd., 2016: 225); bireylerin prososyal davranış gösterme eğiliminin sebebi olarak, bireyin dolaylı olarak kendisine yararı olacağı için bu davranışı sergilediği görüşünü savunmaktadır. Bu düşünceye göre, tutum ve davranışların ana merkezinde bireyin kendini ödüllendirmek gibi bencil motivasyonların varlığı söz konusudur (Barasch vd., 2014: 393). Diğer araştırmacılar (Hoffmann, 1982: 281; Freedman vd., 1976: 261; Akçay, 2018: 383) ise; prososyal davranışlar gösteren bireylerin, başka insanlara gönüllü ve bilinçli olarak yararlı olmaya çalıştığı ve kendi yararını gözetmeden gerçekleştirdiği olumlu sosyal davranışlar olduğunu ileri sürmektedir (Can ve Aykaç, 2020: 1838). Prososyal davranışların insanlardaki oluşum ve gelişim evreleri hakkında farklı açıdan fikirler geliştirilmiştir. Ancak bu davranışların prososyal davranışlar olarak kabul edilebilmesi için gereken ortak ve temel unsurdan bahsedilebilir. Bu da kişilerin herhangi bir baskı altında olmadan gönüllülük esasına dayalı olarak olumlu sosyal davranışta bulunma niyetleridir (Saha, 2004: 10; Penner vd., 2005: 366; Esmer ve Özdaşlı, 2018: 74). Prososyal davranışlar bireysel tercihler sonucunda gerçekleştiği için, böyle bir davranış biçiminin sergilenmemesi durumunda cezalandırma gibi herhangi bir olumsuz sonucu bulunmamaktadır (İpek ve Özbilgin, 2015: 131).

Carlo ve Randall (2002: 32-34), prososyal davranışları altı boyutlu olarak sınıflandırmaktadır. Karşılık beklemezsizin başkalarına yardım etme, başkalarının ihtiyaçlarını ve iyiliklerini önemseme güdüsüyle gösterilen davranış biçimi özgeci; Sözlü yada sözsüz bir yardım talebinde bulunulduğunda gösterilen davranış şekli itaatkar (uyumlu); Duygusal uyarıcıların olduğu durumlarda (örn., birisi üzgün olduğunda) gönüllü gerçekleşen davranış biçimi duygusal; Diğer insanlara (topluma) fayda sağlama, saygı



kazanma ve değer görme güdülerıyla gerçekleştirilen davranışlar kamusal; Kriz ya da acil durumlarda yardım etme eylemleri acil; Diğer insanların bilgisi olmadan yardımda bulunulan davranış biçimi gizli (anonim) prososyal davranışlardır.

Bireylerin dış çevreye karşı örgütlerinin olumlu bir imajının yaratılması ve sürdürülmesinde prososyal davranışlar sergilemeleri önemlidir. Örgütün dış çevresinde olumlu bir imaj yaratılmasında prososyal davranışları; örgütsel işlevselliği olan ile örgütsel işlevselliği olmayan prososyal davranış olarak ikiye ayırmak mümkündür. Brief ve Motowidlo (1986: 713-716), prososyal davranışların işlevselliğinden söz edebilmek için birtakım özellikler olduğunu vurgulamaktadır:

- Çalışanların, iş arkadaşlarına mesleki ve bireysel sorunları hakkında yardımda bulunmak,
- Bireysel alınan kararlara hoşgörü göstermek,
- İşi için daha fazla çaba sarfetmek,
- Ek görevlere gönüllü olmak, örgüt içerisinde her konuda yüksek düzeyde sorumluluk almak,
- Örgüte bağlılık duymak, örgütünün imajına uygun hareket etmek,
- Örgütü için iyileştirici tavsiyeler geliştirmek,
- Müşterilere ürün veya hizmet sunmada istekli olmak,
- Müşterilere hizmet veya ürün sunma dışında da yardım etmeyi hedeflemek,
- İş arkadaşları ile sürdürülebilir ilişkiler tesis etmek.

Örgütsel işlevselliği olmayan prososyal davranışları da sıralamak mümkündür (Brief ve Motowidlo, 1986: 713-716):

- Örgüt üyelerinin örgütün amaçları ile uyuşmayan kişisel hedeflerini gerçekleştirmek için birbirlerine yardım etmeleri,
- Örgüt üyelerinden birilerinin diğer bir üyeyi korumak için örgütün kayıtlarında değişiklik yapmaları.

Prososyal davranışlar ve örgütsel verimlilik etkileşiminde, birey boyutunun iyi analiz edilmesi gerekir. Birey; kişisel özellikler, sosyal değerler ve ahlâki varsayımlar etkisindedir. Prososyal hareket tarzını benimseyeler; görevlerini, kuruluş içindeki varlık nedenlerini ve geleceğe ilişkin vizyonlarını tanımlayabilirler. Yalnızca görev ve performans odaklı değil, konuya aynı zamanda, ahlâki, felsefi ve toplumsal bir anlam da yükleyebilirler. Örneğin yeni teknoloji üretmek, görevin bir parçası olabilir. Lakin, yeni teknolojilerin yaşama katacağı değerler de söz konusudur. Yani yaşam kalitesi üzerine etkiler vardır. Bu düşünceler de prososyal davranış açısından öne çıkabilir (Öcal ve Sarnıç, 2017: 110).

## 2. Örgütsel Verimlilik

P. F. Drucker'a göre verimlilik, yapılan veya yapılmak üzere olan bir işi daha iyi gerçekleştirmek, kaynaklardan elde edilen sonucu optimize etmektir. Verimliliği yükseltmek için uygun ortamı oluşturmak gerekir. Yapısal, fiziksel ve sosyal ortamları uygun hale getirerek verimliliği artırmak mümkündür. Söz konusu ortamların kısaca açıklanmasında yarar vardır (Güney, 2020: 525):

- **Yapısal Ortam:** Formel ortam ifade edilir. Örgütsel yapı ve yönetim sistemlerini içermektedir.
- **Fiziksel Ortam:** Mekânsal seçim ve düzenlemelerdir. Çalışma koşullarının fiziksel yönleri kastedilmektedir.
- **Sosyal Ortam:** İnformel ortam ifade edilir. Birbirleriyle etkileşimde bulunan kişi ve gruplar arasındaki ilişkiler ifade edilmektedir.

Verimlilik, genel anlamda “belirli bir üretim miktarı ile bu üretimi elde etmek için kullanılan faktörler arasındaki oran” şeklinde tanımlanmaktadır. Genellikle uygulamada verimlilik ile üretim kavramları birbirleri ile karıştırılmaktadır. Üretim, “bir sistemde ne kadar fayda yaratıldığını”; verimlilik ise “üretim faktörlerinin ne kadar iyi kullanıldığını” belirtir. (Şimşek ve Çelik, 2023: 132). Farklı bir ifade ile verimlilik, verilen kaynak miktardan elde edilen hizmetin seviyesini ve kalitesini ifade eder (Ranjbar vd., 2014: 93).

Örgütsel verimliliği etkileyen faktörler aşağıdaki gibi sıralanabilir (Solaja vd., 2016: 107):

- **Çevresel Faktörler:** Bir örgütün verimlilik düzeyine etki eden coğrafik, politik ve ekonomik çevresi ile ilgili faktörler bulunmaktadır. Herhangi bir örgütün çevresel faktörleri kontrol etmesi çok zordur. Bu nedenle örgütün bu faktörlere uyum sağlama konusunda her zaman esnek olması gerekir.
- **Örgütsel Faktörler:** Bir örgütün yapısı, teknolojisi ve iklimi onun etkinliğini, üretkenliğini ve kârlılığını etkiler. Bu etkiler verimlilik açısından yöneticiler tarafından dikkatlice ele alınmalıdır.
- **Yönetimsel Faktörler:** Her örgütün bilinçli olarak tasarlanmış, benimsenmiş veya doğal olarak geliştirilmiş bir yönetim modeli vardır. Görev odaklı, demokratik veya otoriter olabilir. Yönetim tarzının çalışanlar üzerinde doğrudan bir etkisi vardır. Yöneticilerin açık iletişimi liderlik işlevini önemli ölçüde etkiler.
- **Çalışanlar ile İlgili Faktörler:** Çalışanların tutumu, örgütsel verimlilik üzerinde en güçlü etkiye sahip olan faktör olduğu söylenebilir. Çalışanlar, örgütsel hedeflere ulaşmanın aracı olduğundan, bir örgütün başarısını veya başarısızlığını yönlendirme gücüne sahiptirler. Bu nedenle çalışanların tutumları, yetenekleri ve motivasyonu örgütsel verimlilik için son derece önemlidir.

Örgütsel verimliliği artırmak için etkili bir mekanizmaya ihtiyaç vardır (Ranjbar vd., 2014: 92). Verimliliğin artırılmasında yöneticilerin ve çalışanların ortak çabası gerekir. Örgüt yönetimi çalışan verimliliği için gereken tedbirleri almalı ve uygulamalıdır. Bu sayede çalışanlar sorumluluklarını ve görevlerini daha etkili bir biçimde gerçekleştirebilecek ve örgütsel verimliliğe katkı sağlayabileceklerdir (Dalmış, 2022: 1087). Ayrıca, çalışanların resmi görev tanımlarının ötesinde görevlerini yerine getirme istekliliği de yaratılması önemlidir. Etiğin stratejik bir anahtar olduğu düşünüldüğünde, örgütte etik anlayışın uygulamalara yansımaları çalışanlar üzerinde etkili olacaktır. Bu durum örgütsel verimliliği doğrudan ve önemli ölçüde etkileyebilecektir (Burke ve Black, 1990: 132; Ranjbar vd., 2014: 92). Bu bakımdan şu hususların, örgütsel verimlilik kapsamında değerlendirilmesi gerekir (Kozjek ve Ferjan, 2015: 13); “Örgütsel yapının kalite standartlarına uygunluğu, hizmet sunumunun kalitesi, çalışanlara yönelik bilgi şeffaflığı, müşterilere yönelik bilgi şeffaflığı ve paydaş memnuniyeti”.

### **3. Prososyallik ve Örgütsel Verimlilik Alanına Yönelik Seçilmiş Araştırmalar**

Burada, prososyal davranışlar ve örgütsel verimlilik kapsamındaki bazı seçilmiş araştırmalara yer verilmiştir. Bu kapsamda “verimlilik, prososyal davranışlar, prososyallik ve örgütsel verimlilik etkileşimi” anahtar kelimeleri taranmıştır. Bunların dışında olanlar, temel değerlendirme dışında tutulmuştur. Böylece, ilk olarak örgütsel verimlilik alanındaki bazı araştırmalar paylaşılmıştır. İkinci olarak, işgörenlerin prososyal davranışlarına yönelik araştırmalara odaklanılmıştır. Sonra, işgörenlerin prososyal örgütsel davranışlarına yönelik araştırmalar değerlendirilmiştir. En sonunda ise işgörenlerin prososyal hizmet davranışlarına yönelik araştırmalar tanıtılmıştır.

#### **3.1. Örgütsel Verimlilik Alanındaki Araştırmalar**

Örgütsel verimlilik ve gelişim, örgütte insan kaynaklarının etkinliğine bağlıdır (Bordbar vd., 2019: 198). Liderler işgörelere gurur aşıladığında örgütsel verimlilik artar. Bu durum işgörelerin bir değer duygusu hissetmelerine yardımcı olur. Ayrıca işgöreleri örgütlerine daha fazla katkıda bulunmaya motive eder. Liderler işgörelerin güçlü yönlerini geliştirmeye yardımcı olduklarında, işgörelerde güçlü yönlerini örgütsel üretkenliği ve verimliliği artırmak için kullanırlar. Tüm bunlara ek olarak işgörelere ahlâki ve etik değerlerin aşılmasının örgüt için olumlu sonuçları vardır. Örgütsel verimlilik ile ilgili alan yazında çeşitli çalışmalar bulunmaktadır. Bunlar arasında şunlar öne çıkmaktadır; “Dönüşümcü liderlik (Omama-Koranteng vd., 2022: 339); Örgüt kültürü (Mahdiyeh vd., 2016: 170); Örgütsel hafıza (Jennex ve Olfman, 2002: 1029); Örgütsel yaratıcılık (Sözbilir, 2018: 98); Sosyal güvenlik, gelir güvencesi ve istihdam güvencesi (Kozjek ve Ferjan, 2015: 17); Örgütsel adalet (Dalmış, 2022: 1089); Örgütsel vatandaşlık davranışı (Ranjbar vd., 2014: 92); Çalışan performansı (Mohamed vd., 2018: 6199); Örgütsel sessizlik (Bordbar vd., 2019: 198); Çalışanların kaygı düzeyi (Akdemir vd., 2021: 347)”.

### 3.2. İşgörenlerin Prososyal Davranışlarına Yönelik Araştırmalar

Prososyallik konusuna yönelik literatür, “Prososyal Davranışlar” başlığında ve “Prososyallik ve Örgüt Gerçeği” alt başlığında kapsamlı biçimde yer almıştır. Burada, işgörenlerin prososyal davranışlarına yönelik bazı seçilmiş araştırmalara yer verilmiştir:

- Khattak vd. (2023: 836), 385 operasyonel kurtarma çalışanıyla gerçekleştirdikleri araştırmalarında, prososyal davranışlar ile üretkenlik karşıtı iş davranışları arasında negatif bir ilişki olduğu sonucuna ulaşmıştır.

- Durrani vd. (2023: 97), Belucistan (Pakistan)’da 200 üniversite öğrencisine yönelik bir araştırma gerçekleştirmişlerdir. Prososyal davranışlar ile yaşam doyumu arasında bir ilişki bulunmuştur. Farklı yaş gruplarında, prososyal davranış eğilimi kapsamında önemli farklılıklar olduğu tespit edilmiştir. Araştırma sonucuna göre, insanlar yalnızca kendi ihtiyaçlarını karşılarken duygusal ve ruhsal olarak tatmin olamamaktadırlar. Bu sebeple, yaşamdan tatmin olabilmek için başkalarına yönelik prososyal davranış eğilimine olan ihtiyaç artmaktadır (Durrani vd., 2023: 97).

- Prososyal davranışlar, iş yeri nezaketi (Dempsey, 2021: 7) ile pozitif ilişkilidir. Örgütlerde yönetici ve çalışanların nezaket odaklı davranış sergilemeleri, iyi bir çalışma ortamı, motivasyon artışı, üretkenlik ve başarı artışına sebep olabilecektir (Eriş ve Kocabıyık, 2022: 346). Cho ve Jeong (2022: 413) büyük mağazalarda çalışanların olumlu sosyal davranışlarını ve buna teşvik eden faktörleri incelemiştir. Araştırma, “Teşekkür ederim” ifadesinin gücünü ortaya koymuştur. Yöneticilerin şükran ifadelerinin dolaylı olarak çalışanların öz yeterlik, öz saygı ve prososyal davranışlarını etkilediği tespit edilmiştir. Benzer bir çalışma Eriş ve Kocabıyık (2022: 346) tarafından yiyecek ve içecek işletmeciliğinin de bulunduğu dört sektöre uygulanmış ve açık-şeffaf iletişim ile söylemlerde diplomatik dil kullanımının, “Lütfen”, “Teşekkür ederim” ve “Özür dilerim” gibi ifadelerin basit ama etkisinin büyük olduğu, zamanında ve sıklıkla kullanılmasının önemi bulgular arasındadır.

- Wong vd. (2021: 1) tarafından ABD’de 758 otel çalışanı ile bir araştırma gerçekleştirilmiştir. Araştırma sonucuna göre, iş tatmini ve örgütsel bağlılığın prososyal davranışı önemli ölçüde etkilediği tespit edilmiştir. Özellikle, küresel salgın gibi sorunların aşılmasında, prososyal davranışlara dikkat çekilmesi vurgulanmıştır (Wong vd., 2021: 3).

- Sucu (2021: 665) tarafından Covid-19 pandemi döneminde, prososyal davranışlar üzerine İstanbul’daki 209 doktor ve hemşire üzerinde yapılan bir araştırma da, duygusal zekâ ve unsurlarının, prososyal davranışların gerçekleşmesi ile rol ötesi prososyal davranışların ortaya çıkması üzerinde anlamlı bir etkisi olduğu bulunmuştur.

- Küçüközkan ve Yüksekbilgili (2017: 156) tarafından Şanlıurfa ilindeki hastanelerde görev yapan 135 ebe üzerinde gerçekleştirilen çalışmadan elde edilen sonuçlara göre, ebelerin buldukları kurumda algıladıkları otantik liderlik tarzı ile prososyal davranışlar sergileme düzeyleri arasında anlamlı ve pozitif yönde bir ilişki tespit edilmiştir. Ayrıca,

ebelerin algıladıkları otantik liderlik tarzı hem hastalara yönelik hem de çalışma arkadaşlarına yönelik gösterdikleri prososyal davranışları olumlu yönde etkileyerek arttırmaktadır.

### 3.3. İşgörenlerin Prososyal Davranışlarına Yönelik Araştırmalar

Bu konuya yönelik kavramsal çerçeve, “Örgütlerde Sergilenen Prososyal Davranışların Boyutları” alt başlığında yer almıştır. Burada, işgörenlerin prososyal örgütsel davranışlarına yönelik seçilmiş bazı araştırmalar paylaşılmıştır:

- Elkhdr (2019: 110) tarafından Libya’da petrol şirketi çalışanlarına yönelik olarak 382 kişinin katılımıyla gerçekleştirilen tez çalışmasında, örgütsel bağlılığın prososyal örgütsel davranış (rol tanımlı prososyal örgütsel davranış, prososyal bireysel davranış) üzerinde pozitif ve istatistiksel olarak anlamlı bir etkisi olduğu tespit edilmiştir.

- Dönüştürücü liderliğin insanın doğasında var olan başka insanlar için iyilikte bulunma, çıkarlarını gözetme gibi olumlu sosyal davranışlara teşvik ve prososyal davranışlara öncülük edebilen bir etkisinin olacağı varsayılmaktadır (Öcal ve Sarnıç, 2017: 108). Bu varsayımdan hareketle Öcal ve Sarnıç (2017: 107) tarafından imalat endüstrisi işletmelerine yönelik gerçekleştirilen araştırmada, dönüştürücü liderliğin prososyal örgütsel davranış üzerinde etkisi olduğu tespit edilmiştir.

- Kanten (2014: 251) tarafından İstanbul’da faaliyet gösteren özel hastane çalışanları üzerinde gerçekleştirilen araştırmada, iş yaşam kalitesi ile prososyal örgütsel davranışlar arasında anlamlı bir ilişki olduğunu tespit etmiştir.

- Kanten vd. (2008: 30) tarafından konaklama işletmelerine yönelik gerçekleştirilen araştırmada, prososyal örgütsel davranışların arasındaki etkileşim sonucunda, çalışan-müşteri merkezli prososyal örgütsel davranışlar ile çalışan-çalışan merkezli prososyal örgütsel davranışlar arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki olduğu tespit edilmiştir.

### 3.4. İşgörenlerin Prososyal Hizmet Davranışlarına Yönelik Araştırmalar

Bu konuya yönelik kavramsal çerçeve, “Örgütlerde Sergilenen Prososyal Davranışların Boyutları” alt başlığında yer almıştır. Burada, işgörenlerin prososyal hizmet davranışlarına yönelik seçilmiş bazı araştırmalar özetlenmiştir:

- Türk vd. (2023: 266) tarafından Antalya ilinde 4 ve 5 yıldızlı konaklama işletmelerinde bir araştırma gerçekleştirilmiştir. 397 katılımcıyla gerçekleştirilen çalışma sonucuna göre, örgütsel desteğin prososyal hizmet davranışı üzerinde pozitif ve istatistiksel olarak anlamlı bir etkisi olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca katılımcıların örgütsel destek algılarının prososyal hizmet davranışları üzerindeki etkisinde örgütsel özdeşleşmenin kısmi aracılık rolüne sahip olduğu da bulgular arasındadır. Liderin sergileyeceği tutum ve davranışlar, çalışanlardaki olumlu ve olumsuz yöndeki yansımaları açısından oldukça kıymetlidir.

- Türkoğlu ve Türk (2022: 457) tarafından Antalya ilindeki 4 ve 5 yıldızlı konaklama işletmelerinde bir araştırma yapılmıştır. 457 katılımcıyla gerçekleştirilen çalışmada, alturistik liderlik algısının, prososyal hizmet davranışlarını olumlu yönde etkilediği tespit edilmiştir.

- Cheng ve Chen (2017: 2668) prososyal hizmet davranışlarının konaklama işletmeleri için önemini vurgulayarak, konuyu Tayvan otellerinde araştırmışlardır. Araştırma, 282 personel ile sınırlandırılmıştır. Bu kapsamda, iş becerikliliği ile rol tanımlı ve rol ötesi prososyal hizmet davranışları arasındaki ilişki incelenmiş ve pozitif ilişkili olduğu tespit edilmiştir. Bu ilişkide işe adanmışlığın kısmi aracılık etkisi de bulunmuştur.

- Tsauro vd. (2014: 130) tarafından Tayvan'daki oteller, seyahat acenteleri ve tema parklarında bir araştırma yapılmıştır. Araştırma kapsamı, 336 personel ile 404 müşteriden oluşmuştur. Elde edilen verilere göre, prososyal hizmet davranışı, hizmet kalitesini olumlu yönde etkilemektedir. Ayrıca prososyal hizmet davranışları, iş standardizasyonu ile hizmet kalitesi arasındaki ilişkiye aracılık etmektedir.

- Amani (2022: 226) tarafından, 340 üniversite öğrencisinin katılımıyla gerçekleştirilen çalışmada duygusal zekanın nevrotik kişilik özelliğinin prososyal davranışlar sergilemesinde düzenleyici rolü olduğunu tespit etmiştir. Arısoy ve Taş (2021: 827)'in dezavantajlı gruplara hizmet veren 279 sosyal çalışmacı üzerinde, meslek aşkı ve prososyal hizmet davranışları ilişkisine yönelik gerçekleştirilen araştırmanın sonuçlarına göre, meslek aşkının prososyal hizmet davranışları üzerinde etkisi olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca, meslek aşkının prososyal hizmet davranışları ile ilişkisinde yaşamın anlamının aracılık etkisi olduğu bulgular arasındadır.

- Güner (2019: 108) tarafından Burdur, Isparta ve Antalya illerinde görev yapan kamu ve özel banka çalışanı 400 katılımcı ile gerçekleştirilen bir çalışmada, duygusal iyi oluş ve prososyal hizmet davranışı arasında pozitif yönlü bir etki olduğu bulunmuştur. Bu sonuçla birlikte çalışanların mutlu hissetmelerinin örgütleri için potansiyellerini tam anlamıyla kullanmalarına ve daha fazlasını yapmaya istekli olmalarına yardımcı olabileceği söylenebilmektedir.

- Soydemir vd. (2014) tarafından kolluk kuvvetlerine yönelik gerçekleştirilen araştırmada, görev odaklı ve insan odaklı liderlik davranışlarının prososyal hizmet davranışları (rol ötesi, rol içi, iş birliğine dayalı) üzerindeki etkisi incelenmiştir. Araştırma sonucuna göre, görev odaklı liderlik davranışının rol içi hizmet davranışına etkisi istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif yönde iken; insan odaklı liderlik davranışının rol içi hizmet davranışına etkisi ise istatistiki açıdan anlamlı fakat negatif yönde olduğu tespit edilmiştir. Rol içi davranış, çalışanların sadece tanımlı işini yaptığını, kendinden bekleneni yapıp daha fazlasına karışmadığını ifade etmektedir. Blake ve Mouton yönetim izgarası yaklaşımında, tek bir liderlik tarzının geçerli olamayacağını belirtmişlerdir. Yani içinde bulunulan durum ve koşul öne çıkmaktadır. Durumun gerektirdiği davranışların sergilenmesi önerilmiştir. Örneğin bir seviyeye kadar görev odaklı, bir seviyeye kadar ise

insan odaklı liderlik davranışlarının beraber sergilenmesinden söz edilmiştir. Bu dengenin hangi düzeyde insana, hangi düzeyde göreve yönelik kurulacağı mesleki karakteristiğe, durum ve koşullara ve takipçilere göre değişiklik gösterebilecektir. Bu araştırmanın bulguları da mesleğin karakteristiği gereği göreve yönelik liderliğin bir adım daha öncelikli ve daha etkin olabileceğini göstermektedir (Soydemir vd., 2014: 77).

- Kore’de 320 otel çalışanıyla gerçekleştirilen bir araştırmada; rol netliğinin, olumlu sosyal hizmet davranışı üzerinde doğrudan etkisi olduğu ortaya konmuştur. Araştırmada, psikolojik güçlendirmenin prososyal hizmet davranışları üzerinde de etkisi olduğu tespit edilmiştir (Kang vd., 2020: 1). Kore’de gerçekleştirilen otellere yönelik farklı bir araştırmada ise iş tatmini ne kadar yüksek olursa, çalışanların rolleri tarafından belirlenen müşteri hizmetlerinin de o kadar büyük olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca çalışanları yetkilendirmenin prososyal hizmet davranışlarını artırdığı da tespit edilmiştir (Lee vd., 2006: 251). Tüm bu çalışmalara ek olarak rol stresi, prososyal hizmet davranışını azaltan bir etkidir (Jin vd., 2021: 9).

- İşgörenlerin prososyal hizmet davranışları boyutunda, birlikte değerlendirilebilecek şu çalışmalar da mevcuttur; Yeşiltaş vd. (2013: 333) tarafından İstanbul ilindeki 4 ve 5 yıldızlı otel çalışanlarına yönelik gerçekleştirilen araştırmaya göre, otantik liderliğin prososyal hizmet davranışları ile olumlu yönde bir ilişkisi olduğu, bu ilişki kapsamında çalışanların müşterilere yönelik rol tanımlı, rol ötesi ve çalışma arkadaşlarına yönelik prososyal hizmet davranışlarını etkilediği tespit edilmiştir. Benzer bir çalışmada (Teng ve O-Yang, 2022) Tayvan’daki 325 otel çalışanı ile gerçekleştirilmiştir. Sonuç olarak, otantik liderlik ile prososyal hizmet davranışı arasındaki ilişkide kişi-iş uyumu aracılık etmiştir (Teng ve O-Yang, 2022). Hsu ve Lai (2023: 1) tarafından liderlerin empati, dürüst ve motive edici dil kullanımının çalışanların görevin önemine dair algılarını nasıl artırdığını ve müşteri odaklı prososyal davranışlarını nasıl etkilediği araştırılmıştır. Bu amaçla 304 katılımcı ile gerçekleştirilen araştırmanın sonucuna göre; liderin kullandığı dil, görevin önemini artırmış, çalışanların isteyerek rol ötesi müşteri odaklı prososyal hizmet davranışları sergilediği tespit edilmiştir. Otel çalışanlarıyla gerçekleştirilen farklı bir çalışmada (Jung vd., 2023) iş tatmini, prososyal hizmet davranışlarını olumlu yönde etkilemiştir (Jung vd., 2023: 11).

#### **4. İşgörenlerin Prososyal Davranışları ve Örgütsel Verimlilik Etkileşimi**

Burada, önce prososyal ve örgüt gerçeğine dikkat çekilmiştir. Sonra, örgütlerde sergilenen prososyal davranışların boyutları sıralanmıştır. Son olarak, işgörenlerin prososyal davranışları ve örgütsel verimlilik etkileşimi değerlendirilmiştir.

##### **4.1. Prososyal ve Örgüt Gerçeği**

Örgütler, insanların mal ve hizmet üretmek için bir arada bulunduğu yapılardır. Bu yapıda uyumlu, sabırlı ve iş birliği içinde gerçekleşen eylemler başarılı bir biçimde sonuca ulaşır. Örgüt yönetimleri, başarı ararlar. Onlar için verimlilik ve kârlılık önemlidir.

Çalışanların motivasyon unsurları ise daha farklı olabilir. Önemli olan tarafların amaçlarına ulaşma derecesidir. Bu yükseldikçe, örgütte iş barışı ve mutluluk da artabilir. Prososyal davranışlar, iş hayatının önemli bir parçasıdır. Örgüt yönetimleri ve çalışanlar, pozitif örgütsel iklimi teşvik etmek, sosyal etkinlikleri gönüllü organize etmek, genel olarak topluma fayda sağlayan mal veya hizmetler sağlamak için prososyal davranış biçimleri gösterebilmektedirler (Zettler, 2022: 140). Pozitif örgütsel ortamlar çalışanların daha nazik davranmalarına ve eskiye nazaran mutlu olmalarına yardımcı olacaktır (Varma vd., 2023: 550). Nitekim prososyal davranış eğilimi işyeri mutluluğunun bir sonucudur (Aydın ve Alacalar-Çakır, 2023: 213).

Örgütlerin varlıklarının devamlılığını sağlamak, üretkenlik ve verimliliklerini artırmada çalışan performansı önemlidir. Çalışanlar bir taraftan örgüt içinde kendisi için belirlenmiş iş tanımları çerçevesinde hareket ederken; öteki taraftan iş tanımlarının dışında, organizasyonun hedef ve amaçlarına katkı sağlayan isteğe bağlı davranışlar gösterebilmektedir. Bu davranışlar, organizasyona, müşterilere veya çalışma arkadaşlarına yönelik rol ötesi davranışlardır (Kılıklı ve Çarıkçı, 2019: 832). Organizasyonlarda meydana gelen prososyal davranış eğilimi, tek bir örgüt üyesine yapılabileceği gibi bir gruba veya müşterilere yönelik gerçekleştirilen tutum ve davranışlar da olabilmektedir (Brief ve Motowidlo, 1986: 711-712). Prososyal davranışların meydana gelmesinde pek çok kişisel, çevresel ve liderlik faktörünün etkili olduğu söylenebilmektedir (Küçüközkan ve Yüksekbilgili, 2017: 152).

Prososyallik ve örgüt etkileşimi, her geçen gün daha çok dillendirilen konular arasındadır. Bu kapsamda, işletme sahipleri veya yöneticileri, çalışanlardan çeşitli fedakârlıklar beklemektedirler. Çalışanlar ise takdir edilmek istemektedirler. Ödüllendirmede eşitlik ve adalet dengesini dillendirmektedirler. Her şeyden önce açık iletişime ihtiyaç vardır. Paydaşlar, beklentilerini açıklık ve şeffaflık içinde bir diğeri ile paylaşabilmelidir. Örgütsel amaçlara ulaşmak için, sağlıklı bir örgüt yapısına olan ihtiyaç unutulmamalıdır. Karşılıklı anlayış, fedakârlık, yardım etme, sorun yaratmama ve sorun çözmeye çabalarına ihtiyaç vardır.

#### 4.2. Örgütlerde Sergilenen Prososyal Davranışların Boyutları

Literatürde farklı sınıflandırmalar olmakla birlikte, genel itibariyle prososyal davranışlar, prososyal örgütsel davranışlar ve prososyal hizmet davranışları olarak iki boyutta ele alınmaktadır (Esmer ve Özdaşlı, 2018: 82). Prososyal örgütsel davranışlar doğrudan hedefe yöneliktir. Müşteri odaklı, örgüt-çalışan odaklı ile örgüt yararına veya zararına yönelik prososyal örgütsel davranışlar aşağıdaki gibi açıklanabilir (Esmer ve Özdaşlı, 2018: 82-83, Yeşiltaş vd., 2013: 337; Brief ve Motowidlo, 1986: 711-716):

- Müşteri Odaklı Prososyal Örgütsel Davranışlar: Çalışanların, iç ve dış müşterilere göstermiş olduğu pozitif hizmet davranış biçimleridir.
- Örgüt-Çalışan Odaklı Prososyal Örgütsel Davranışlar: Çalışanların, örgüte ya da diğer çalışanlara göstermiş olduğu olumlu davranış biçimleridir.



- **Örgüt Yararına veya Zararına Yönelik Prososyal Örgütsel Davranışlar:** Rol tanımlı ve rol ötesi davranış biçimleri örgüt yararına gerçekleşen prososyal örgütsel davranış biçimleridir. Bu davranış biçimleri örgütün hedef ve amaçlarına ulaşmasında her zaman işlevsel olamayabilir. Fazla korumacılık veya yardımda bulunma adına etik kuralların ihlal edilmesi gibi örgüte zarar verici prososyal örgütsel davranışlar da gerçekleşebilmektedir.

İnsan unsurunun kritik ve önemli bir rol üstlendiği sektörlerde, çalışanların tutum ve davranışlarının hizmet süreçlerinin etkinliğinde belirleyici bir faktör olması prososyal davranışların önemini artırmaktadır (Kanten vd., 2020: 245). Son yıllarda müşteri odaklı prososyal örgütsel davranışların hizmet sektöründeki öneminin artmasıyla birlikte uluslararası yazında prososyal hizmet davranışı olarak anılmaktadır (Yeşiltaş vd., 2013: 337). Çalışanların prososyal hizmet davranışları, örgüte çeşitli faydalar sağlar (Hsu ve Lai, 2023: 1). Bireylerin prososyal hizmet davranışlarına eğiliminin yüksek olması, gelişen bir iletişime, yüksek iş memnuniyetine ve bunların neticesinde artan müşteri memnuniyetine yol açar (Khattak vd., 2023: 837).

Prososyal hizmet davranışları, aşağıdaki gibi üçlü bir ayrım içinde değerlendirilebilir (Öcal ve Sarnıç, 2017: 110; Yeşiltaş vd., 2013: 338-339; Brief ve Motowidlo, 1986: 711-712):

1. **Müşteri Odaklı Rol Tanımlı Prososyal Hizmet Davranışlar:** Çalışanların görevleri ve sorumlulukları kurumları tarafından belirlenmiştir. Müşterilere hizmet sunulurken çalışandan beklenen davranış biçimidir.

2. **Müşteri Odaklı Rol Ötesi Prososyal Hizmet Davranışlar:** Çalışanların tanımlanmış görev ve sorumlulukların dışında başkalarına ya da müşterilerin iyiliği ve refahı için hizmet etme, yardımcı olma ve memnun etmeye yönelik davranış biçimidir.

3. **Çalışma Arkadaşlarına (İşbirliğine) Yönelik Prososyal Hizmet Davranışlar:** Bu davranış biçimi örgütsel başarı ve hizmet kalitesinde kritik rol üstlenir. Aynı birimde yer alan çalışanların birbirlerine müşteri memnuniyeti için yardım ettiği davranış biçimidir.

### **4.3. İşgörenlerin Prososyal Davranışları ve Örgütsel Verimlilik Etkileşimi**

Pozitif örgütsel davranışlar, örgütlerin hedef ve amaçlarına ulaşmasında ve olumlu çıktılar elde etmesindeki çalışanların davranış biçimleridir. Çalışanların öz yeterlilik, iyimserlik ve umut gibi duygularının bileşenlerinden en üst düzeyde yararlanma kapasitesini ortaya çıkarmak önemlidir. Kısacası pozitif örgütsel davranışlar, çalışanların sahip olduğu psikolojik kapasitesinin örgüt ortamına yansması olarak değerlendirilir (Kanten ve Yeşiltaş, 2013: 83-85). Çalışanların, görev tanımları çerçevesinde olmayan fakat başka birey veya gruplar için fayda sağlayıcı prososyal davranışlar sergilemesinin olağan ve olağandışı durumlarda önemli katkılar sağlayacağı söylenebilir. Çünkü bu davranışların özünde ödül beklentisi olmamakta ve gönüllük esasına dayanmaktadır (Sucu, 2021: 665).

Örgütlerde olumlu sosyal davranışları teşvik etmek gerekir. Bu örgütsel verimliliğe de katkı sağlayabilecek bir unsur olacağı düşünülebilir. Gerçekleştirilecek olumlu sosyal

davranışlar yalnızca bireylere duygusal fayda sağlamakla kalmaz, aynı zamanda sosyal bağlılığı da artırabilecek güce sahiptir (Varma vd., 2023: 550). Olumlu sosyal davranışlar açısından değerlendirilen prososyal davranışların gerçekleşmesi de bu bakımdan önemlidir. Çünkü yardım etmek, iş birliği yapmak, işleri paylaşmak, tolere etmek ve tüm bunları gerçekleştirirken gönüllü olmak, prososyal davranışın formlarıdır. Prososyal davranışlar, bu tutum ve davranışları devam ettirmek için sosyal eylemleri üretmek ve diğer bireylerin iyiliğini sürdürmek üzere gerçekleştirilen pozitif iş ve eylemlerdir (Koçyiğit ve Akgemci, 2019: 95).

Örgütlerin sürekli büyümesi açısından müşterilerle doğrudan ilgilenen çalışanların yönetimi oldukça önemlidir (Jeong ve Lee, 2019: 259). Örgütlerin çalışanlarına sunması gereken ortam ve koşulların önemi artmaktadır. Çalışanlar, örgütlerine ve çalışma arkadaşlarına buldukları ortam koşulları, eğitimleri, kişilikleri ve inandıkları değerler doğrultusunda tutum ve davranış sergilerler. Bu kapsamda çalışanların prososyal davranış eğilimlerinin gerçekleşmesi ve örgütsel verimliliğin artması amacıyla örgüt yönetimleri belirli önerileri dikkate almak ve uygulamak durumundadır. İşgörenlerde prososyal davranışlara eğilimin geliştirilmesi için her bir bireyin geçmiş deneyimleri, potansiyeli, beklentileri, kişilik özellikleri ve yetenekleri göz önüne alınmalıdır. Çalışanlar kurumlarında ne denli değerli olduklarını fark ettiklerinde prososyal davranışlara yönelmelerinde daha istekli olabileceklerdir (Öcal ve Sarnıç, 2017: 113). Böylelikle örgüt çalışanları arasında lokomotif özelliği taşıyan prososyal davranışlar, örgütsel verimliliği azaltan üretkenlik karşıtı iş davranışlarının da önünde bir engel mekanizması olabileceği söylenebilir.

İyi bir lider, sosyal bilimlerin verilerinden yararlanır. İnsanın yapısını iyi tahlil eder. Formel ilişkiler dışında, informal ilişkileri de grubun amaçları doğrultusunda kullanır (Çelik, 2020: 85). Prososyal liderler, toplulukları ileriye taşımak için sosyal eşitlik ve güven inşa etmelidir. Ayrıca toplum yanlısı değerlere odaklanmalı, grup davranışlarını ve liderlik ettikleri grupların gelişim sürecini ve büyümesini anlamalıdır (Ewest, 2023: 1). Yoğun rekabet ortamında olan hizmet sektöründe işletme çalışanları duygularından bağımsız değildirler (Çelik ve Korkmaz, 2016: 180). Nezaket yoğun davranışlar, örgütsel bağlılığı güçlendirerek personel devir hızını etkileyebilecektir (Eriş ve Kocabıyık, 2022: 346-347). Yöneticilerin/Liderlerin kullanmış oldukları üslup (Hsu ve Lai, 2023: 10), çalışanları güçlü bir şekilde motive edebilir. Çalışmalarından dolayı bireylerin minnettarlık gösterilmesini (Makri ve Turner, 2019: 1) ve takdir edilmesini beklemesi insan doğasının temel gereksinimlerindedir. Bu gereksinimleri doğrudan veya dolaylı olarak karşılanan çalışanlar, müşterilerine ve iş arkadaşlarına karşı daha olumlu ve iş birliği içerisinde hareket ederek prososyal (hizmet ve örgütsel) davranışlar sergilerler (Cho ve Jeong, 2022: 413-414).

Daha iyi bir yönetici-çalışan ilişkisi, artan katılım için güvenli bir ortam oluşturur. Yöneticiler, gerçekten ihtiyaç duydukları veya düşündükleri bir şeyler hakkında daha fazla bilgi edinmek için çalışanlarla küçük veya bire bir toplantılar düzenleyebilirler. Bu durum

onların duyulduğunu ve anlaşıldığını hissetmelerine yardımcı olabilir. Yöneticiler ayrıca bir kuruluşa yaptıkları katkıları takdir ederek ve şükranlarını ifade ederek çalışanların performansını övebilirler. Tersine, çalışanlar düşük performans gösterdiğinde, yöneticiler endişelerini gösterebilir ve işte ya da kişisel yaşamlarında zorluk ya da sorun yaşayıp yaşamadıklarını sorabilirler (Hsu ve Lai, 2023: 10-11). Paydaşlar ile yakınlaşabilmek çok önemlidir. Bir yönetici, astlarına, motive edici dil ve eylemler ile yaklaşmalıdır. Onların fiziki ve sosyal kapasitelerini iyi bilmelidir. Bu herkes için yararlı bir harekettir.

Konu, genel kabul gören bir olgudur. Lakin kültürden kültüre, sektörden sektöre kısmi değişmelere de rastlanılabilir. Örneğin, emek-yoğun hizmet işletmelerinin insan kaynaklarını etkin bir biçimde yönlendirmesi ve yönetmesi öne çıkabilir. Özellikle müşterilerle birebir temasta olan ön saf çalışanlarının olduğu örgütlerde olumlu örgütsel davranışta bulunmaları, örgütsel başarı için kilit faktördür. Müşteriler ile etkileşim halinde olan çalışanların, müşteri istek ve şikayetlerini en hızlı şekilde çözülmesi örgütün imajı açısından olumlu katkı sağlayacaktır (Chen, 2016: 30). “Hizmeti sunan kişilerin, yani çalışanların olumlu veya olumsuz performanslarının tüketicilerin kendilerine sunulan hizmet hakkındaki görüşlerini anında ve oldukça güçlü etkileme gücü bulunmaktadır. Olumsuz davranışlar, müşteriler üzerinde kısa zamanda etki etmektedir; kalıcı bir özelliği vardır; hizmetin verimliliğini doğrudan ve olumsuz yönde etkilemektedir.” (İçöz vd., 1999: 28-29, Aktaran: Sezgin ve Karaman, 2009: 87).

Benzer durum, doğal afetler veya pandemik bir ortamda da kısmi değişiklikler gösterebilir. Pandeminin benzeri görülmemiş doğası, Covid-19'un pandemi öncesi dönemde hizmet işletmelerinin çalışma şeklini değiştirebileceğini göstermiştir. Burada, tüm paydaşları yakından ilgilendiren durumlar ortaya çıkmıştır. Yakın veya yerel çevre kapsamında, müşteriler ve çalışanlar etkilenmiştir. Bölgesel veya sektörel düzeyde hizmet organizasyonları etkilenmişlerdir. Makro veya ulusal düzeyde ise tüm endüstri etkilenir olmuştur (Prentice vd., 2021: 1-6). Şüphesiz, çeşitli iyileştirme eylem ve faaliyetlerine ihtiyaç duyulmuştur. Pozitif örgütsel davranışlar da bunlardan birisidir.

Üst yönetim, çalışanların psikolojik iyilik hallerini artırmayı hedeflemelidir. Astların, ruh sağlıkları zenginleştirilip, psikolojik refahları da artırılmalıdır. Bu türden tavır ve uygulamaların, örgütsel aidiyeti yükselteceği unutulmamalıdır. Yapılan iyileştirme hareketleri, paydaşlar ile de istişare edilebilir. Beyin fırtınası teknikleri veya katımlı yönetim araçları bu davranışları kolaylaştırabilir. İnsanlar, yenilik yapma konusunda da desteklenmelidirler. Bu durum, örgüt içindeki olumlu tutum ve davranışları yükseltebilir. Mentörlük ve koçluk kolaylaşabilir. Eğitim kurumları veya spor kulüpleri ile iş birliklerine gidilebilir. Çeşitli atölye çalışmaları sunulabilir (Jung vd., 2023: 12).

## **Sonuç ve Öneriler**

Bu çalışmada, işgörenlerin prososyal davranışları ve örgütsel verimlilik etkileşimi incelenmiştir. Ulusal ve uluslararası alanyazında yapılmış çalışmalardan hareketle, kuramsal değerlendirmeler yapılmıştır. Prososyal davranışlar, kültürden kültüre veya

sektörden sektöre kısmi değişiklikler gösterse de genel kabul gören ilke ve esaslar vardır. Bu konunun, örgütler açısından taşıdığı önem sürekli vurgulanmaktadır. Olumlu sosyal davranışların öne çıkması, tüm paydaşlar için yarar sağlayabilir. Bunlar, örgütsel bağlılığı ve örgütsel güveni güçlendirebilir. Örgütsel verimliliği artırabilir. Yaşam doyumunu, geleceğe karşı umutlu olma, içsel huzur ve benzeri birçok olumlu duygunun da gelişmesine fayda sağlayabilir.

İşgörenlerin prososyal davranışları ve örgütsel verimlilik etkileşiminin göz ardı edilmemesi gerekir. Bireysel ve örgütsel davranışların, örgütsel verimlilik ile olan yakın ilişkisi içselleştirilmelidir. Bu alanda sağlanacak başarının, örgüt içi ve örgüt dışı tüm paydaşlara çeşitli yararlılıklar getireceği iyi bilinmelidir. Çalışma kapsamında, ilgili çevre için aşağıdaki öneriler geliştirilebilir:

- Örgüt yöneticileri, her şeyden önce çalışanları birer iç paydaş olarak görebilmelidir. Bu durum, girişimciler ve kurum liderleri için de geçerlidir.

- Üst yönetimden beklenen, pozitif örgütsel davranışları yükseltme çabalarıdır. Bunu tam anlamıyla yapanlar, birer “yönetici lider” olabilirler. “Lider yöneticilik”, uygun bir örgüt ikliminin tesis edilmesini gerektirir. Sonra, iletişimin önündeki tüm engellerin kaldırılması gerekir. İletişimi açık tutup, katımlı yönetim anlayışını sergileyenler için yararlar vardır. Paydaşların duygu ve düşünceleri önem kazanırsa, korku ve endişelerden uzaklaşılır. Eşitlik ve adalet hissi güçlenir. Yenilikçi düşüncenin önü açılır. Yeni iş görme usul ve teknikleri geliştirilebilir. Bu durum, örgüt kültürünün gelişimini de kolaylaştırır.

- Örgüte özgü bir moral ve motivasyon yönetimi geliştirilmelidir. Özendirme ve tatmin, her birey için önemlidir. Sadece fiziki iyileştirmeler yetmez, aynı zamanda psiko-sosyal destekler de gerekir. Örgüt bireyinin, teknik ve fikri yeteneklerinin artırılması önemlidir. Öğrenmenin önündeki engeller kaldırılmalıdır. Bunlar olumlu olursa örgütte iyimserlik hali hâkim olur. İş birliği ve ekip çalışması gelişir. Örgüt personeline özgüven artar. Başarma duygusu gelişir. Bunlar, pozitif psikolojik sermayeyi de artırır. Örgütsel aidiyet ve ötesinde örgütsel vatandaşlık davranışları da gündeme gelebilir.

- İşgörenlerin prososyal davranışları, sadece örgütsel verimlilik artışı ile sınırlı değildir. Örgüt dışı çevre için de yararlılıklar vardır. Yani tüm paydaşlar için kayda değer sonuçlar elde edilebilir. Üretim kalitesi yükselebilir. Maliyetler düşebilir. Fire ve hurda kayıpları olmayabilir. Tüketicilere, kullanıma daha uygun mal ve hizmetler sağlanabilir. Ortakların, maddi ve maddi olmayan beklentileri gerçekleştirilebilir. Sürdürülebilirlik ve kurumsallaşma kolaylaşabilir. Çevreye duyarlılık ve sosyal sorumluluk gelişebilir. İşgörenlerin prososyal davranışları, herhangi bir kriz anının aşılmasında da yarar sağlayabilir. Bu olgu, doğal afetler veya pandemik bir dönemin yönetiminde de kayda değer yardımlar içerebilir.

- Pozitif örgütsel davranışları yükseltme eylemlerinin iç paydaşlar boyutu da vardır. İşgörenler, bu imkânları iyi değerlendirmelidirler. Bireysel çıkarlar, örgütsel çıkarların üzerine taşınmamalıdır. Örgüt vizyonu ve misyonu içselleştirilmelidir. Düşünme ve

sorgulama becerileri geliştirilmelidir. Örgütsel faaliyetler için, öğrenen birey olma hedefi korunmalıdır. Prososyal davranış eğilimleri, herkesin yararına olacak şekilde sergilenmelidir.

Günümüzde, prososyalite ve örgüt gerçeği önem kazanmaya başlamıştır. Bu sahadaki teorik ve uygulamalı çalışmalar, sayı ve nitelik olarak artmaya başlamıştır. Bu çalışma da alanyazına katkı sağlama düşüncesi ile hazırlanmıştır. Kuramsal bilgilerden hareketle, pozitif örgütsel davranışların, örgütsel verimliliği artıracak bir olgu olduğu vurgulanmıştır. Ayrıca, var olan veya potansiyel sorunlar için olası çözüm önerileri geliştirilme gayretine girilmiştir. Çalışma, kendi içinde temel bir sınırlılık barındırmaktadır. O da, saha araştırması içermemiş olmasıdır. Bunun aşılabilmesi amacıyla, sahada anket uygulaması ve örnek olay çalışmaları yapılabilir. Ya da seçilmiş ülkeler açısından karşılaştırmalı çalışmalar da gerçekleştirilebilir.

## Kaynakça | References

- Akçay, V. H. (2018). Örgütlerde Prososyal Davranışlar, Sinizm ve Psikolojik Sermaye İlişkisi: Örgütle Özdeşleşmenin Moderatör Etkisi. *Business and Economics Research Journal*, 9(2), 381-393.
- Akdemir, A., Günaydın, S. C. & İnal, İ. H. (2021). Pandemi Sonrası Oluşan Vuca Ortamının Çalışan İnsan Kaynakları Kaygı Düzeyi ve Verimliliği Üzerine Etkisi. *Yönetim Bilimleri Dergisi*, 19(39), 347-374.
- Amani, M. (2022). Relationship between Personality Traits and Prosocial Behavior: The Moderating Role of Emotional Intelligence. *International Journal of Behavioral Sciences*, 15(4), 226-234.
- Arısoy, A., & Taş, M. A. (2021). Sosyal Çalışmacılarda Meslek Aşkı ve Prososyal Hizmet Davranışları İlişkisi: Yaşamın Anlamının Aracılık Etkisi. *Sosyal Politika Çalışmaları Dergisi*, 21(53), 827-854. DOI: 10.21560/spcd.vi.787575.
- Atay, Ö. (1991). Otel İşletmelerinde Bölümlere Ayırma ile Örgütsel Verimlilik ve Etkililik İlişkisi. Yüksek Lisans Tezi, Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Aydın, A., & Alacalar-Çakır, A. (2023). Akademisyenlerde İş Yerinde Mutluluğun Anlamı, Öncülleri ve Sonuçlarının Belirlenmesine Yönelik Nitel Bir Araştırma. *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 25(44), 213-237.
- Barasch, A., Levine, E. E., Berman, J. Z., & Small, D. A. (2014). Selfish or Selfless? On the Signal Value of Emotion in Altruistic Behavior. *Journal of Personality and Social Psychology*, 107(3), 393-413. DOI: 10.1037/a0037207.
- Bolino, M. C., & Grant A. M. (2016). The Bright Side of Being Prosocial at Work, and The Dark Side, Too: A Review and Agenda for Research on Other-Oriented Motives, Behavior, and Impact in Organizations. *The Academy of Management Annals*, 10(1), 599-670. DOI: 10.5465/19416520.2016.1153260.
- Bordbar, G., Shad, F. S., Rahimi, E., & Rostami, N. A. (2019). Effect of Organizational Silence on Employees' Productivity. *International Journal of Management, Accounting & Economics*, 6(3), 198-207.
- Brief, A. P., & Motowidlo, S. J. (1986). Prosocial Organizational Behaviors. *The Academy of Management Review*, 11(4), 710-725.
- Burke, F., & Black, A. (1990). Improving Organizational Productivity: Add Ethics. *Public Productivity & Management Review*, 14(2), 121-133. DOI: <https://doi.org/10.2307/3380960>
- Can, M., & Aykaç, E. (2020). Mesleki Bağlılığın Prososyal Motivasyon Davranışı Üzerindeki Rolü: Mutfak Çalışanları Üzerine Bir Araştırma. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 8(3), 1836-1854.
- Carlo, G., & Randall, B. A. (2002). The Development of a Measure of Prosocial Behaviors for Late Adolescents. *Journal of Youth and Adolescence*, 31(1), 31-44.
- Chen, W. J. (2016). The Model of Service-Oriented Organizational Citizenship Behavior Among International Tourist Hotels. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 29, 24-32. DOI: 10.1016/j.jhtm.2016.05.002.

Cheng, J.-C., & Chen, C.-Y. (2017). Job Resourcefulness, Work Engagement and Prosocial Service Behaviors in the Hospitality Industry. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 29(10), 2668-2687. DOI: 10.1108/IJCHM-01-2016-0025.

Cho, S. L., & Jeong, S. C. (2022). Effects of Managers' Gratitude Expression on Service Employees. *ICIC Express Letters, Part B: Applications*, 13(4), 413-420.

Çelik, A. (2020). Liderlik. İçinde (Ed.: Şerif Şimşek, Adnan Çelik, Tahir Akgemci, Ahmet Diken) *Örgütsel Davranış ve Yönetim Psikolojisi* (ss. 79-86). Konya: Eğitim Yayınevi.

Çelik, A., & Korkmaz, E. V. (2016). İş Güvencesizliği ve Duygusal Emek Gösterimi Etkileşimi Araştırması Alanya Turizm İşletmeleri Örneği. 1st International Academic Research Congress E-Kitap (ss. 180). Antalya, Türkiye.

Dalmış, A. B. (2022). Örgütsel Adaletin Örgütsel Verimlilik Üzerine Etkisi: Kamu Sektöründe Bir Çalışma. *Business & Management Studies: An International Journal*, 10(3), 1082-1094. DOI: <https://doi.org/10.15295/bmij.v10i3.2106>

Dempsey, S. H. (2021). A Study of Prosocial Behavior, Workplace Civility, and Work Engagement among Employees in Higher Education (Order No. 28316575). Available from ProQuest Dissertations & Theses Global (2572566085).

Durrani, R., Ambreen, S., & Looni, F. (2023). Prosocial Behavior and Life Satisfaction: Exploring Age and Gender Differences Among Higher Education Students. *Pakistan Languages and Humanities Review*, 7(1), 97-106. DOI: 10.47205/plhr.2023(7-1)10.

Elkhdr, H. R. H. (2019). Örgütsel Bağlılık ve Prososyal Örgütsel Davranış İçin İşgören Eğitim Programlarının İncelenmesi. Doktora Tezi, Kastamonu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kastamonu.

Eriş, E. D., & Kocabyık, M. S. (2022). Nezaket: Örgütlerde Yönetici-Çalışan İlişkilerini Güçlendirici Bir Davranış. *Yaşar Üniversitesi E-Dergisi*, 17(65), 329-350. DOI: 10.19168/jyasar.986184.

Esmer, Y., & Özdaşlı, K. (2018). Akademik Yönetimde Psikolojik Sözleşme İhlali, Etik Liderlik ve Prososyal Davranışlar- Psychological Contract Breach, Ethical Leadership and Prosocial Behaviors in Academic Management. Konya: Çizgi Kitabevi.

Ewest, T. (2023). Prosocial Leadership Grounding Leaders in Empathetic Concern. In (Eds.: Dhiman, S. K., Marques, J., Schmieder-Ramirez, J., Malakyan, P. G.) *Handbook of Global Leadership and Followership* (pp. 1-20). Springer, Cham. DOI: 10.1007/978-3-030-75831-8\_39-1.

Franzoi, S. L. (2000). *Social Psychology*. Bostan: McGraw Hill.

Freedman, J., Sears, D., & Carlsmith, J. (1976). *Social Psychology*. New Jersey: Prentice Hill.

Güner, F. (2019). İşyerindeki Duygusal İyi Oluşun Belirleyicileri ve Prososyal Hizmet Davranışı ile İşten Ayrılma Niyeti Üzerine Etkisi: Banka Çalışanları Üzerine Bir Araştırma. Doktora Tezi, Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Burdur.

Güney, S. (2020). Asistanlık, Yüksek Lisans, Doktora Yeterlik ve Doçentlik Sınavları için Yönetim ve Organizasyon El Kitabı. Ankara: Nobel.

Hazzi, O. A., & Maldaon, I. S. (2012). Prosocial Organizational Behaviors: The Lifeline of Organizations. *European Journal of Economics, Finance and Administrative Sciences*, 54, 106-113.

Hoffmann, M. L. (1982). Development of Prosocial Motivation: Empathy and Guilt. In (Ed.: N. Eisenberg), *The Development of Prosocial Behavior*. (pp. 281-313). New York: Academic Press.

Hsu, C.-P., & Lai, C.-F. (2023). Does a Leader's Motivating Language Enhance The Customer-Oriented Prosocial Behavior of Frontline Service Employees?, *Asia Pacific Management Review*, 1-16. DOI: 10.1016/j.apmr.2023.05.002.

İçöz, O., Tavmergen, İ., & Özdemir, P. (1999). Hizmet Pazarlamasında İnternet Kullanımı. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 1(3).

İpek, M., & Özbilgin, İ. (2015). Prososyal Davranışta Liderlik Tarzının Rolü: Milletvekili-Danışman İlişkisi Üzerine Bir Araştırma-Role of Leadership Style on Pro-Social Behaviour: A Research on Relationship Between Turkish Parliament Members and their Advisors. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 1(13), 129-149.

Jennex, M. E., & Olfman, L. (2002, 10 January). Organizational Memory/Knowledge Effects on Productivity, A Longitudinal Study. *Proceedings Of The 35th Annual Hawaii International Conference on System Sciences, Proceeding Book* (pp.1029-1038), 10 January, Big Island, HI, USA. DOI: 10.1109/HICSS.2002.994053.

Jeong, G. Y., & Lee, M. S. (2019). Study on the Influence of Grateful Disposition of Employees in Vietnam Hotel on Prosocial Behavior through Rapport. *Journal of Asia-Pacific Studies*, 26(2), 259-286.

Jin, Y., Cheng, L., Li, Y., & Wang, Y. (2021). Role Stress and Prosocial Service Behavior of Hotel Employees: A Moderated Mediation Model of Job Satisfaction and Social Support. *Frontiers in Psychology*, 12(698027), 1-15. DOI: 10.3389/fpsyg.2021.698027.

Jung, H.-S., Hwang, Y.-H., & Yoon, H.-H. (2023). Impact of Hotel Employees' Psychological Well-Being on Job Satisfaction and Pro-Social Service Behavior: Moderating Effect of Work-Life Balance. *Sustainability*, 15(11687), 1-16. DOI: 10.3390/su151511687.

Kang, H. J. A., Kim, W. G., Choi, H.-M., & Li, Y. (2020). How to Fuel Employees' Prosocial Behavior in the Hotel Service Encounter. *International Journal of Hospitality Management*, 84(102333), 1-10. DOI: 10.1016/j.ijhm.2019.102333.

Kanten P., Pazarcık Y., Kanten S., & Durmaz M. G. (2020). İşyeri Arkadaşlığının Prososyal Kural İhlali Davranışı Üzerindeki Etkisinde Affetme İkliminin Rolü. *Turizm Akademik Dergisi*, 7(2), 241-254.

Kanten, P. (2014). İş Yaşamının Kalitesinin Proaktif ve Prososyal Örgütsel Davranışlar Üzerindeki Etkisi: Sağlık Sektörü Çalışanları Üzerine Bir Araştırma. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 19(1), 251-274.

Kanten, P., & Yeşiltaş, M. (2013). Pozitif Örgütsel Davranışlar Üzerine Kavramsal Bir İnceleme. *Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi*, 4(8), 83-106.

Kanten, S., Aydın-Tükeltürk, Ş., & Baran, M. (2008). Konaklama İşletmelerinde İşgörenlerin Prososyal Örgütsel Davranışları Arasındaki Etkileşimi Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 5(3), 30-38.

Khattak, A. Z., Bhati, M. I., Zaman, K., Imran, M., & et al. (2023). Rescue Workers Prosocial Behavior And Their Relationship with Counterproductive Work Behavior: Moderating Role of Social and Emotional Competence. *Journal of Positive School Psychology*, 7(4), 836-846.



Kılıklı, M., & Çarıkçı, İ. H. (2019). Ekstra Rol Davranışı Ölçeğinin Türkçeye Uyarlanması: Geçerlik ve Güvenirlik Çalışması. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 24(4), 831-846.

Koçyiğit, N., & Akgemci, T. (2019). Örgütsel Vatandaşlık. İçinde (Ed.: Aykut Bedük) *Örgüt Psikolojisi Yeni Yaklaşımlar-Güncel Konular* (ss. 87-112). Konya: Atlas Akademi.

Kozjek, T., & Ferjan, M. (2015). *Organizational Flexibility, Employee Security, and Organizational Efficiency - a Case Study of Slovenian Public and Private Sector Organizations*, *Organizacija, Sciendo*, 48(1), 3-21. DOI: <https://doi.org/10.1515/orga-2015-0001>

Kumru, A., Carlo, G., & Edwards, C. P. (2004). Olumlu Sosyal Davranışların İlişkisel, Kültürel, Bilişsel ve Duyuşsal Bazı Değişkenlerle İlişkisi. *Türk Psikoloji Dergisi*, 19(54), 109-125.

Küçüközkan, Y., & Yüksekbilgili, Z. (2017, 20-22 Nisan). Algılanan Otantik Liderlik Tarzının Prososyal Davranışlar ile İlişkilerinin İncelenmesi: Ebelik Hizmeti Veren Sağlık Personeline Yönelik Bir Araştırma. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Kongresi (USAK'17) Bildiri Kitapçığı 1/6* (ss. 148-158). İstanbul, Türkiye.

Lee, Y., Nam, J., Park, D., & Ah-Lee, K. (2006). What Factors Influence Customer-Oriented Prosocial Behavior of Customer-Contact Employees?. *Journal of Services Marketing*, 20(4), 251-264. DOI: 10.1108/08876040610674599.

Mahdiyeh, M., Nakhaei, H., Kebriaei, A. (2016). Impact of Organizational Culture on Productivity: A Study among Employees of Ministry of Youth and Sports, Iran. *International Journal of Humanities and Cultural Studies*, 3(3), 170-177.

Makri, S., & Turner, S. (2019). I Can't Express My Thanks Enough": The "Gratitude Cycle" in Online Communities. *Journal of the Association for Information Science and Technology*, 1-13. DOI: 10.1002/asi.24257.

McDougall, W. (1908). *Social Psychology*. London: Methuen

Mohamed, M. S., Khalifa, G. S. A., Nusari, M., Ameen, A., Al-Shibami, A. H., & Abu-Elhassan, A. E. (2018). Effect of Organizational Excellence and Employee Performance on Organizational Productivity Within Healthcare Sector in the UAE. *Journal of Engineering and Applied Sciences*, 13(15), 6199-6210.

Omama-Koranteng, F., Iddris, F., Dwomoh, G., & Kofi-Dogbe, C. S. (2022). Assessing the Moderating Role Of Organizational Culture in the Relationship Between Organizational Leadership and Organizational Efficiency in the Banking Sector. *Evidence-Based HRM*, 10(3), 330-346. DOI: <https://doi.org/10.1108/EBHRM-07-2021-0143>

Öcal, H., & Sarıç, A. (2017). Dönüştürücü Liderliğin Prososyal Örgütsel Davranış Üzerindeki Etkileri ve İmalat Endüstrisinde Bir Araştırma. *Afyon Kocatepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi* 19(2), 107-125. DOI: 10.5578/jeas.66186.

Penner, L. A., Dovidio, J. F., Piliavin, J. A., & Schroeder, D. A. (2005). Prosocial Behavior: Multilevel Perspectives. *Annual Review of Psychology*, (56), 365-392.

Prentice, C., Altinay, L., & Woodside, A. G. (2021) Transformative Service Research and COVID-19. *The Service Industries Journal*, 41(1-2), 1-8. DOI: 10.1080/02642069.2021.1883262.

Rana, A. H., & Abbasi, A. S. (2013). *Impact of Talent Management and Employee Turnover Intention on Organizational Efficiency-A Case of Telecommunication Sector of Pakistan*. *Science International*, 25(3).

Ranjbar, M., Zamani, H., & Amiri, N. (2014, 22-23 March). *The study on relationship between organizational citizenship behavior and organizational productivity*. In *International conference on arts, economics and management (ICAEM-14)*, Dubai. (pp. 92-97). DOI: <http://dx.doi.org/10.15242/ICEHM.ED0314031>

Saha, L. J. (2004). *Prosocial Behaviour and Political Culture among Australian Secondary School Students*. *International Education Journal*, 5(1), 9-25.

Sezgin, M., & Karaman, A. (2009). *Müze Yönetimi ve Pazarlaması*. Konya: Çizgi Kitabevi.

Solaja, O. M., Idowu, F. E., & James, A. E. (2016). *Exploring the Relationship Between Leadership Communication Style, Personality Trait and Organizational Productivity*. *Serbian Journal of Management*, 11(1), 99-117. DOI: 10.5937/sjm11-8480

Soydemir, S., Özdaşlı, K., & Alparslan, A. M. (2014). *Görev-İnsan Odaklı Liderlik Algılamasının Vatandaşa Yönelik Prososyal Hizmet Davranışlarına Etkisi: Kolluk Kuvvetleri Üzerine Bir Araştırma*. *Afyon Kocatepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 16(2), 63-81. DOI: 10.5578/jeas.8647.

Sözbilir, F. (2018). *The Interaction Between Social Capital, Creativity and Efficiency in Organizations*. *Thinking Skills and Creativity*, 27, 92-100. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.tsc.2017.12.006>

Sucu, M. (2021). *Pandemi Döneminde Sağlık Çalışanlarının Duygusal Zekâ Durumları ile Prososyal Davranışları Arasındaki İlişkiyi İncelemeye Yönelik Bir Araştırma*. *Yönetim Bilimleri Dergisi*, 19(41), 665-698. DOI: 10.35408/comuybd.791517.

Şimşek, M. Ş., & Çelik, A. (2023). *İşletme Bilimine Giriş*. Konya: Eğitim Yayınevi.

Teng, H-Y., & O-Yang, Y. (2022). *How and When Authentic Leadership Promotes Prosocial Service Behaviors: A Moderated Mediation Model*. *International Journal of Hospitality Management*, 104(103227). DOI: 10.1016/j.ijhm.2022.103227.

Tongeren, D. R. V., Green, J. D., Davis, D. E., Joshua, N. H., & Hulsey, T. L. (2016) *Prosociality Enhances Meaning in Life*. *The Journal of Positive Psychology*, 11(3), 225-236, DOI: 10.1080/17439760.2015.1048814.

Tsaur, S.-H., Wang, C.-H., Yen, C.-H., & Liu, Y.-C. (2014). *Job Standardization and Service Quality: The Mediating Role of Prosocial Service Behaviors*. *International Journal of Hospitality Management*, 40, 130-138. DOI: 10.1016/j.ijhm.2014.04.004.

Türk, O., Suiçer, M., & Doğan, Y. (2023). *The Mediating Role of Organizational Identification in the Effect of Organizational Support Perceptions of Employees in Accommodation Businesses on their Prosocial Service Behaviors*. *OPUS-Journal of Society Research*, 20(52), 266-275.

Türkoğlu, N. & Türk, O. (2022) *Alturistik Liderlik Algısının Prososyal Hizmet Davranışı Üzerindeki Etkisinde Sosyal Karşılaştırma Yöneliminin Rolü: Konaklama İşletmelerinde Bir Uygulama*. *Bilgi Sosyal Bilimler Dergisi*, 24(2), 457-486. DOI: 10.54838/bilgisosyal.1193672.

Varma, M. M., Chen, D., Lin, X., Akin, L. B., & Hu, X. (2023). *Prosocial Behavior Promotes Positive Emotion during the COVID-19 Pandemic*. *Emotion*, 23(2), 538-553. DOI: 10.1037/emo0001077.

Weinstein, N., & Ryan, R. M. (2010). *When Helping Helps: Autonomous Motivation for Prosocial Behavior and its Influence on Well-Being for the Helper and Recipient*. *Journal of Personality and Social Psychology*, (98), 222-244.

Wong, A. K. F., Kim, S. S., Kim, J., & Han, H. (2021). *How the COVID-19 Pandemic Affected Hotel Employee Stress: Employee Perceptions of Occupational Stressors and Their Consequences*. *International Journal of Hospitality Management*, 93(102798), 1-10.

Yang, C., Lii, P., & Du, M. H. (2022). *Altruistic or Egoistic? Why and How Personality and Motivation Influence Prosocial Behavior*. *International Journal of Information and Management Sciences*, 33, 109-127. DOI: 10.6186/IJIMS.202206 33(2).0002.

Yeşiltaş, M., Kanten, P., & Sormaz, Ü. (2013). *Otantik Liderlik Tarzının Prososyal Hizmet Davranışları Üzerindeki Etkisi: Konaklama İşletmelerine Yönelik Bir Uygulama*. *İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi*, 42(2), 333-350.

Zettler, I. (2022). *A Glimpse into Prosociality at Work*. *Current Opinion in Psychology*, 44, 140-145.