



Yönetim, Ekonomi ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi

2022, 6(5): 240-260

DOI: [10.29226/TR1001.2022.307](https://doi.org/10.29226/TR1001.2022.307)

ISSN: 2587-0785 Dergi web sayfası: <https://www.yepad.org>



ARAŞTIRMA MAKALESİ

Ağırlama Sektöründe Gayri-Medeni Davranışların Literatürdeki Gelişim Süreci

Arş. Gör. Dr. Yakup Kemal ÖZEKİCİ, Adıyaman Üniversitesi, Turizm Fakültesi, e-posta: ykozekici@gmail.com

ORCID ID: [0000-0003-2482-7355](https://orcid.org/0000-0003-2482-7355)

Öz

Bu araştırma, ağırlama sektöründe gayri-medeni davranışları konu edinen çalışmalarını betimlemeyi amaç edinmektedir. Bu şekilde, ilgili literatüre katkı sağlayacak kısımların ortaya çıkarılması hedeflenmektedir. Bu amaç doğrultusunda, literatürde 2009-2022 yılları arasında yayımlanmış olan 75 araştırma, yıl, ülke, örneklem, sektör, davranış kaynağı, teori, konu, araştırma deseni ve veri toplama türü kriterleri göz önünde bulundurularak irdelenmiştir. Araştırma sonucunda, 2019 yılı, gayri-medeni davranış literatüründe bir dönüm noktası olarak ortaya çıkmıştır. Çin ve Amerika Birleşik Devletleri, literatürdeki araştırmalara yer veren öncü ülkelerdir. Örneklem olarak işgörenler, sektör olarak oteller, davranış kaynağı olarak misafirler, desen olarak nicel ve veri toplama türü olarak anket ile davranışların sonuçları en çok irdelenmiş kısımlar olarak ön plana çıkmıştır. Yine, araştırmaların genel olarak teori temelli olarak yürütüldüğü ve kaynak koruma teorisinin birincil teorik temel olarak ele alındığı görülmüştür. Yönetim organizasyon alanında sıklıkla irdelenen duygu, örgüt, iş, servis ve performans konuları, literatürde birincil düzeyde değerlendirilen konular olarak ön plana çıkmıştır.

Anahtar Kelimeler: Gayri-Medeni Davranışlar, Ağırlama Sektörü, Turizm, Literatür Taraması.

Makale Gönderme Tarihi: 17.7.2022

Makale Kabul Tarihi: 1.9.2022

Önerilen Atıf: Özekici, Y.K.(2022). Ağırlama Sektöründe Gayri-Medeni Davranışların Literatürdeki Gelişim Süreci, *Yönetim, Ekonomi ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi*, 6(5), 240-260.

© 2022 Yönetim, Ekonomi ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi.



Journal of Management, Economic and Marketing Research

2022, 6(5): 240-260

DOI: [10.29226/TR1001.2022.307](https://doi.org/10.29226/TR1001.2022.307)

ISSN: 2587-0785 Journal Homepage: <https://www.yepad.org>



RESEARCH PAPER

The Development Process of Literature Regarding Uncivil Behaviors in the Hospitality Industry

Res. Assist. Dr. Yakup Kemal OZEKICI, Adiyaman University, Faculty of Tourism, e-mail: ykozekici@gmail.com

ORCID ID: [0000-0003-2482-7355](https://orcid.org/0000-0003-2482-7355)

Abstract

This research aims to describe the studies on uncivilized behavior subject in the hospitality industry. In this way, it is aimed to reveal parts that will contribute to the relevant literature. For this purpose, 75 studies published in the literature between the years 2009-2022 were examined by considering the criteria of year, country, sample, sector, source of behavior, theory, subject, research design and data collection type. As a result of the research, the year 2019 has emerged as a turning point in the literature of uncivilized behavior. China and the United States are the leading countries that include research in the literature. Employees as a sample, hotels as a sector, guests as a source of behavior, quantitative as a pattern and a survey as a data collection type as well as the results of the behaviors came to the fore the most. Again, it has been seen that researches are generally theory-based and conservation of resource theory is considered as the primary theoretical basis. Subjects such as emotion, organization, work, service and performance issues have been evaluated at the primary level in the literature.

Key Words: Uncivil Behavior, Hospitality Industry, Tourism, Literature Review.

Received: 17.7.2022

Accepted: 1.9.2022

Suggested Citation Ozekici, Y, K. (2022). The Development Process of Literature Regarding Uncivil Behaviors in the Hospitality Industry, *Journal of Management, Economic and Marketing Research*, 6(5), 240-260.

© 2022 Journal of Management, Economic and Marketing Research