

Sanal Kaytarma: Ankara'da Bulunan A Grubu Seyahat Acenteleri Üzerine Bir Araştırma (Cyberloafing: A Research on Group A Travel Agencies in Ankara)

Mahmut EFENDİ ^a Funda ODUNCUOĞLU ^b

^a Aydın Adnan Menderes Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Aydın, Türkiye. efendimahmut926@gmail.com

^b Aydın Adnan Menderes Üniversitesi, Söke İşletme Fakültesi, Aydın, Türkiye. funda.cengiz@adu.edu.tr

MAKALE BİLGİSİ

ÖZET

Anahtar Kelimeler:

Seyahat acenteleri
Sanal kaytarma
İşgören

Gönderilme Tarihi 18

Eylül 2020

Revizyon Tarihi 27

Ocak 2021

Kabul Tarihi 10 Mart
2021

Makale Kategorisi:

Araştırma Makalesi

Amaç – Çalışma Ankara'da bulunan A grubu seyahat acentelerinde çalışan personelin sosyal medya araçları vasıtasıyla sanal kaytarma davranışı sergileyip sergilemedikleri ortaya koymak amacı ile yapılmaktadır. Bu amaçtan hareketle seyahat acentesi yöneticilerinin konuya ilişkin görüşlerine başvurulmuş ve çalıştırdıkları personelin sanal kaytarma davranışlarına ilişkin düşünceleri öğrenilmeye çalışılmıştır.

Yöntem – Nitel araştırma desenine göre tamamlanan çalışma kapsamında seyahat acenteleri yöneticilerine açık uçlu soru formu ile sorular sorulmuştur. Bu bağlamda 12 seyahat acentesi yöneticisi ile 10/09/2019 ve 25/12/2019 arasında görüşmeler tamamlanmıştır. Konuyla ilgili yüz yüze görüşme tekniğinin seçilmesinin nedeni, seyahat acentesi yönetici veya sahiplerinin fikirlerinin daha yüzyüze görüşmelerde daha anlaşılır olarak düşünülmesidir.

Bulgular – Araştırmada, seyahat acentelerinde çalışanların genel olarak, Facebook, Instagram, Whatsapp, Yahoo, Youtube gibi sosyal medya araçlarını ve şahsi maillerini kullandıkları anlaşılmaktadır. İlgili acentelerde çalışan tüm personelin sosyal medya araçlarını iş zamanında kullandığı görülmektedir. Personelin sosyal medyada harcadığı süreye ilişkin ise genel görüş 0-2 saat aralığında yoğunlaşmaktadır. Bu tür uygulamaların iş vakti dışında kullanılmasını normal karşıladıklarını ve bunun personelin motivasyonunu artırıcı rol oynadığını ifade etmişlerdir. Özellikle işletmeye ait sosyal medya hesaplarının olmasının bu konuda daha esnek davranmalarına neden olduğunu göstermektedir. Bunun yanında bazı yöneticiler ise sanal kaytarma yapılmasını uygun görmediklerinin, kullananları ikaz ettiklerini belirtmişlerdir.

Tartışma – Araştırma sonuçlarına göre seyahat acentesi personelinin iş zamanlarında sanal kaytarma davranışı sergiledikleri ve bunların sosyal medya araçlarından Instagram, Facebook, Youtube, Yahoo ve şahsi mail adreslerini kullanarak yaptıkları anlaşılmaktadır. Yöneticilerin çalışanlara işyerinde sanal kaytarma yapmalarını ya da bunun kontrollü biçimde yapmalarını gerektiğine ilişkin telkinlerde bulunmaları gerekliliği öne çıkmaktadır.

ARTICLE INFO

ABSTRACT

Keywords:

Travel agencies
Cyberloafing
Employee

Received 18

September 2020

Revised 27 January
2021

Accepted 10 March
2021

Article Classification:

Research Article

Purpose – The study was carried out in order to reveal whether the employees working in Group A travel agencies in Ankara exhibited cyberloafing behaviors through social media tools. For this purpose, the views of the travel agency managers regarding the subject were obtained and their views regarding the cyberloafing behaviors of their employees were asked.

Design/methodology/approach – Within the scope of this study, which was completed according to qualitative research design, questions were asked to the travel agency managers through an open-ended questionnaire form. In this regard, the interviews were completed with 12 travel agency managers between 10/09/2019 and 25/12/2019. The reason for preferring face-to-face interview technique was that the views of the travel agency managers or owners were obtained in a more understandable manner during face-to-face interviews.

Findings – In the research, it was understood that the employees working in the travel agencies generally used such applications as Facebook, Instagram, WhatsApp and Yahoo. It was revealed that all the employees working in the related agencies used social media tools during working hours. The general opinion regarding the time spent by the employees on social media was between 0-2 hours. They stated that the use of such applications out of working hours was regarded as normal and this played a significant role in increasing the motivation of the employees. It was also expressed that they were especially more flexible as the enterprises had their own social media accounts. In addition to this, some managers emphasized that they did not find cyberloafing acceptable and therefore, they warned the employees when they saw them using during working hours.

Discussion – According to the results of the research, it was understood that the employees working in the travel agencies exhibited cyberloafing behaviors during working hours and that they performed these behaviors by using such social media tools as Instagram, Facebook, YouTube and personal e-mail addresses. It is recommended that the managers are required to advise their employees not to perform cyberloafing behaviors in the workplace or perform so in a controlled manner.

Önerilen Atf/ Suggested Citation

Efendi, M., Oduncuoğlu, F. (2021). Sanal Kaytarma: Ankara'da Bulunan A Grubu Seyahat Acenteleri Üzerine Bir Araştırma, *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 13 (1), 304-316.