

Adalet Teorisi Çerçevesinde Hizmet Hatası ve Hizmet Telafisi Konu Alan Çalışmaların Görsel Haritalama Tekniği ile Bibliyometrik Analizi

Bibliometric Analysis of Studies on Service Failure and Service Recovery within the Framework of Justice Theory with Visual Mapping Technique

Aybüke YALÇIN*

Öz

Hizmet sektöründe hizmetin müşterilere sunumunda hizmet sağlayıcısı ve hizmet alıcısı arasında yoğun bir etkileşim olmaktadır. Dolayısıyla fiziksel ürünlerin müşteriye sunumundan daha farklı sorunlar ile karşılaşmaktadır. Çünkü hizmet alımı sürecinde etkileşim halinde olan pek çok taraf bulunmaktadır ve bir hizmetten memnun kalma algısı müşteriden müşteriye değişkenlik göstermektedir. Hizmet sunumu aşamasında yaşanan hataların adaletli bir şekilde telafi edilmesi ise müşteri tarafından oldukça değerlidir. Buradan hareketle çalışmanın amacı adalet teorisi çerçevesinde hizmet hatası ve hizmet telafisi konularına yönelik çalışmaların detaylı olarak incelenmesidir. Belirli konulara yönelik çalışmaların gelişimi ve eğilimi bibliyometrik analiz aracılığı ile incelenmektedir. Dolayısıyla çalışmada ele alınan konular bibliyometrik analiz yardımı ile ele alınmaktadır. Çalışmanın örneklemini Web of Science veri tabanından 2006-2022 yıllarına ait veriler oluşturmaktadır. Konulara yönelik veriler Vosviewer programı kullanılarak görsel haritalama tekniği ile detaylı olarak görselleştirilmiştir. Verilerden elde edilen sonuçlara göre, alana yönelik yapılan çalışmalar en fazla İşletme alanında ele alınmıştır. Çalışmaların en fazla yapıldığı ülke Amerika

* Dr. Öğrt. Üyesi, Mail: aybuke.yalcin@hbv.edu.tr, ORCID: 0000-0003-2414-0713
Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi

Birleşik Devletleri'dir. Çalışmalarda en fazla ele alınan anahtar kelimeler ise “satisfaction (memnuniyet)”, “culture (kültür)”, “public exposure (kamuya açma)”, “customer satisfaction (müşteri memnuniyeti)”, “pls-sem (kısmi en küçük kareler yapısal eşitlik modeli)”, “positive word-of-mouth (pozitif söylemler)”, “relationship quality (ilişki kalitesi)”, “trust (güven)”, “failure severity (hata yoğunluğu)”, “recovery satisfaction (telafi memnuniyeti)” olarak karşımıza çıkmaktadır.

Anahtar Sözcükler: Hizmet Hatası, Hizmet Telafisi, Adalet Teorisi, Bibliyometrik Analiz, Görsel Haritalama, Vosviewer

Abstract

In service sector, there is a strong interaction between the service provider and the service recipient in delivering the service to customers. As a result, these issues are different from those associated with delivering physical products to consumers. The perception of satisfaction with a service varies from customer to customer because there are many interacting parties in the service delivery process. Customers are very appreciative of fair recovery for errors made during service provision. Therefore, the aim of this study is to examine in detail the studies on service failure and service recovery within the framework of justice theory. Bibliometric analysis examines the development and trends of specific studies. Because of this, bibliometric analysis used to address the issues addressed in the study. The sample of the study consists of data from the Web of Science database for the years 2006 to 2022. The data on the topics were presented in detail using the visual mapping technique with the Vosviewer program. According to the results obtained from the data, the studies are mainly in the field of business administration. The country where most studies are carried out is the United States of America. The most common keywords used in the studies are “satisfaction”, “culture”, “public exposure”, “customer satisfaction”, “pls-sem”, “positive word-of-mouth”, “relationship quality”, “trust”, “failure severity”, “recovery satisfaction”.

Keywords: Service Failure, Service Recovery, Justice Theory, Bibliometric Analysis, VoSviewer

GİRİŞ

Hizmetlerin üretildiği anda tüketilmesi sebebiyle hizmet hataları ile karşılaşmak kaçınılmazdır ve bu hizmet hatalarının işletmelere olumsuz sonuçları vardır (Koç vd., 2014). Çünkü müşteri kayıplarının temel sebebi verilen hizmet sırasında oluşan hizmet hatalarıdır (Lin vd., 2011). Bununla birlikte hizmet sunumunda yaşanan aksaklıkların devamı hizmet kalitesini de negatif yönde etkileyebilir (Hedrick vd., 2007). Eğer bir hizmet hatası yeterince etkili bir biçimde düzeltilmezse, müşteri memnuniyet seviyesi azalabilir (Ranaweera ve Prabhu, 2003). Hatasız ve mükemmel hizmet sunmak oldukça imkansız bir durum olduğundan, oluşan hatayı düzeltme çabaları önemli olmaktadır (Bitner vd., 1990; Chung ve Hoffman, 1998). Yaşanan kayıpların ve azalan karlılığın sonucu olarak işletmelerin sürdürülebilirliğinin tehlikeye düşmesi, hizmet hatalarından dolayı yaşanan olumsuz durumları azaltmak ve müşteri memnuniyetini sağlamak açısından da hizmet telifisi çok önemli bir kavramdır. Bireyler, adaletsiz bir durum olarak algılayabilecekleri, olması gerekenin dışında gerçekleşen bir hizmet hatası ile karşılaştıklarında ortaya çıkan rahatsızlığı azaltmak için bir telafi beklentisi içerisine gireceklerdir (Villi, 2022). Bu telifinin adaletli bir şekilde gerçekleşmesine yönelik beklentilerin nasıl olduğunu araştırmak için konunun adalet teorisi çerçevesinde ele alınması gerektiği düşünülmektedir. Dolayısıyla çalışmanın amacı, adalet teorisi çerçevesinde hizmet hatası ve hizmet telifileri konularını ele alan çalışmaların literatür taraması ile konulara yönelik metodolojik bakış açılarını belirlemek ve elde edilen bilgiler bibliyometrik analiz ile incelemektir. Çünkü belirli bir alandaki gelişimi gösteren bibliyometrik analiz, çalışmaların eğilimini analiz etmek, makalelerin nerede ve hangi sıklıkla yayımlandığını tespit etmek için, ortaya çıkan bilim alanlarını belirlemek, kullanılmaktadır (Yalçın ve Sümerli Sarıgül, 2021).

Çalışmada ele alınan konular teorik çerçeve ile ele alınmaktadır. Sonrasında Web of Science veri tabanından alınan veriler ile konuya yönelik yapılan çalışmalar hakkında detaylı bilgi verilmektedir. WoS veri tabanından elde edilen veriler kullanılarak Vosviewer programı ile haritalandırılmıştır. Bibliyometrik analizden ve görsel haritalama yöntemi ile yapılan haritalardan elde edilen bulgular ise çalışmanın sonuç kısmında ele alınarak çalışmanın kısıtları ile birlikte detaylı olarak belirtilmiştir.

2. TEORİK ÇERÇEVE

İnsanlar aracılığıyla oluşturulan ve tüketim amacıyla insanlara sunulan hizmetler, çoğunlukla süreç merkezli bir oluşuma sahiptir. Fiziksel ürünler (mallar) genellikle üretildikten sonra tüketicilere sunulurken, hizmetler tüketicilerin hizmet işletmesinin faktörleriyle etkileşim içinde olduğu bir süreçte üretilir. Her ne kadar bazı durumlarda sunulan hizmetin bir bölümü müşterilerin süreçle etkileşime girmesinden önce hazırlansa da, hizmet sürecinin temel kısmı genellikle müşterilerle etkileşime geçilen ve onların bulunduğu anlarda gerçekleşen aşamada gerçekleşir. Bu yüzden, özellikle hizmet kalitesi algısı ve memnuniyeti açısından, hizmetin sunumunun en önemli aşamalarının müşterilerle olan etkileşim sırasında yaşandığı söylenebilir. Bu nedenle, bir hizmet anlamında müşterinin tüketimi, fiziksel ürünlerin tüketiminden farklıdır. Bu yüzden hizmet pazarlamacıları genellikle bir hizmetin tüketiminde sonuç odaklı tüketime değil süreç tüketimine dikkat çekmektedir (Lovelock ve Wright, 2016; Temiz

ve Kurtoğlu, 2021). Mükemmel hizmet sunma, tüm hizmet sağlayıcıları tarafından arzulanan bir hedef olsa da, hizmetin temel doğası, üretimin ve tüketimin eşzamanlı olarak gerçekleşmesinden kaynaklandığı için, kusursuz bir hizmet olgusundan söz etmek genellikle kolay olmamaktadır (Park, 2012; Akdu ve Cengiz, 2020; Weun vd., 2004; Villi ve Koç, 2020). Dolayısıyla bu durum hizmet hatası ve hizmet telafisi kavramlarının ortaya çıkmasına ve bu kavramlar üzerine odaklanması gerektiğine neden olmaktadır.

2.1. Hizmet Hatası

Hizmet hatası, bir hizmetin sağlanma aşamasında meydana gelen herhangi bir hata, yanılğı, aksaklık veya sorun olarak ifade edilir (Koç, 2019). Hizmet hatası kavramı genel olarak, hizmetle ilgili yaşanan sorunlar veya hizmet deneyimi esnasında müşteri hoşnutsuzluğuna yol açan aksamalar olarak tanımlanmakta (Magnini ve Ford, 2004) ve tüketicilerin almayı düşündüğü hizmet ile almış olduğu hizmeti ilişkilendirdiğinde ortaya çıkan farktan dolayı yaşadığı memnuniyetsizlik sonucu meydana gelmektedir (Parasuraman vd., 1985; Palmer, 2001).

Bell ve Zemke (1987) hizmet hatası kavramını, hizmet kalitesinin standartları karşılayamaması olarak ifade ederken, Gelbrich ve Roschk (2011) çalışmasında hizmet hatası kavramını tüketicinin hizmet sırasında yaşadığı aksaklıklar olarak tanımlamaktadır. Holloway ve Beatty (2003) çalışmasında hizmet hatasını, işletme tarafından verilen hizmetin tüketicinin hoşgörü sınırlarının ve hizmetten beklediği beklenti seviyesinin altına inmesine yol açan her tür olay olarak belirtmektedir. Bir başka ifadede hizmet hatası, müşteri beklentilerinin yerine getirilememesi olgusu olarak tanımlanırken (Singh ve Pandya, 1991), bir başka tanımda hizmet esnasında ortaya çıkan aksaklıklar olarak açıklanmıştır (Maxham, 2001). Spreng vd. (1995) ise hizmet hatasını, tüketiciler tarafından tespit edilen bir sorunun kaynağı olarak belirtmiştir (Ellyawati vd., 2012).

Hizmet hatası, hemen hemen tüm sektörlerde var olabileceği gibi hizmetin tüketici beklentilerini karşılayamadığı takdirde herhangi bir zamanda ve herhangi bir yerde ortaya çıkabilir (Ha ve Jang, 2009). Meydana gelen bu hizmet aksaklıkları ve sorunları, şirketler için oldukça önemli olarak ifade edilebilecek kötü sonuçlar ortaya çıkarabilir (Çelik vd., 2022). Bir hizmet hatası ile karşılaşan müşterinin yaşadığı olumsuzluğa diğer müşterilerin de şahit olması birden çok müşteride olumsuz etkiye sebep olabilir ve bu durum da işletme ve işletmenin verdiği hizmet hakkında daha büyük bir tüketici kitlesinde olumsuz algı oluşturabilir (Casidy ve Shin, 2015). Mc-Collough vd. (2000) tarafından aktarıldığı üzere, hizmet sunumunda yaşanan hatalar, tüketicinin işletme değiştirme davranışını etkileyen “belirleyici bir unsurdur”. Hizmet sunumu sırasında yaşanan hatalar, hatanın şiddetine, hatadan etkilenen tüketiciye ve hatanın tekrarlanıp tekrarlanmamasına bağlı olarak müşterilerin farklı düzeylerde olumsuz tepkiler göstermelerine neden olmaktadır (Aydın, 2020). Bu tepkiler; memnuniyetsizlik (Kelley vd., 1993; Zeelenberg ve Pieters, 2004; Su ve Teng, 2018), öfke, pişmanlık, hayal kırıklığı gibi olumsuz duygular (Wetzer ve Zeelenberg ve Pieters, 2007; Harrison-Walker, 2019), hizmet aldığı işletmeyi değiştirme davranışı (Liang vd., 2013); negatif müşteriler arası aktarım (Li vd., 2016); çalışan motivasyonunda ve performansında inişler

(Bitner vd., 1990) ve tepkisizlik/sessiz kalma (Zeelenberg ve Pieters, 2004) şeklinde farklılaşabilir (Çelik vd., 2022). Sonuç olarak bu tarz izlenim ve oluşan tepkiler işletmelerin karlılığında ve sürdürülebilirliğinde olumsuz etkiler yaratmaktadır (Johnston, 2001; Chelminski ve Coulter, 2011; Komunda ve Osarenkhoe, 2012). Locelock ve Wirtz (2010) çalışmalarında, tüketicilerin hizmet aldıkları anda karşılaştıkları hizmet hatalarına karşı tepkilerinin, hiçbir şey yapmama veya harekete geçme olarak çeşitlilik gösterebileceğini ve bu davranışın sonucunda markayı değiştirme veya markayı kullanmaya devam etme şeklinde hareket edeceklerini ifade etmişlerdir (Koç, 2019). Shin vd.'ne (2008) göre ise bir müşterinin farklı bir hizmet sağlayıcıya yönelmesini etkileyen temel iki etken bulunmaktadır. Bu etkenler, müşterinin mevcut hizmet seviyesinden memnuniyet düzeyi ve alternatif hizmet sağlayıcıya geçişte karşılaştığı engellerin seviyesidir (Koç, 2021).

2.2. Hizmet Telifisi

Hizmet telifisi, bir organizasyonun hizmet hatalarının ardından müşteri memnuniyetini ve bağlılığını yeniden sağlamak amacıyla yaptığı entegre eylemler olarak açıklanmaktadır. Hizmet telifileri, hizmet hatalarına karşı önlem olarak hizmet sunan işletmeler tarafından uygulanan stratejilerdir (Smith vd., 1999; Wirtz ve Mattila, 2004; Eren ve Demirel, 2019; Gronroos, 1988). Hizmet telifi çalışmalarının asıl hedefi memnuniyetsizliği memnuniyete dönüştürmektir (Zemke, 1993). Verimli hizmet düzeltme yöntemleri, hizmet hatası durumlarını takip ederek müşteri sadakatini sağlamak için önemli bir unsur olarak belirtilmektedir (Stauss ve Friege, 1999). Verimli olmayan zayıf hizmet telifisi stratejileri hizmet sağlayıcılarının çabasını boşa çıkarabilir ve motivasyonlarını olumsuz yönde etkileyebilir (Bowen and Johnston, 1999). Bu sebeple birçok işletme hizmet telifisine önem veriyor olsa da yanlış uygulamalar sebebi ile başarılı bir sonuca ulaşamamaktadır (Johnston ve Michel, 2008).

Hizmet telifi stratejileri, bir işletme ve çalışanları tarafından uygulanan faaliyetleri kapsamakta ve müşteri memnuniyetini geri getirmeyi amaçlamaktadır (Danaher ve Mattsson, 1994; Sparks ve McColl-Kennedy, 2001). Farklı bir ifade ile hizmet telifisi stratejileri, müşteri memnuniyetini yeniden kazanmak ve olumsuz deneyimleri telifi etmek amacıyla bir işletme tarafından uygulanan çeşitli faaliyet planlarını içermektedir. Literatürde konuya yönelik yapılan çalışmalar (Bitner, 1990; Blodgett vd., 1997; Hoffman ve Kelley, 2000; Sparks ve Callan, 1997) bu faaliyetlerin; özür dileme, telifi tekliflerinde bulunma, sorunu düzeltme, açıklama sağlama, izleme ve geri bildirim, personel yetkilendirilmesi, eğitim ve telifi gibi yöntemler olabileceğini belirtmektedir. Bu stratejiler, hizmet telifisinin etkili bir şekilde yönetilmesine yardımcı olmakta ve müşterilerin olumsuz deneyimleri olumlu bir şekilde değerlendirmelerine ve işletmeye sadık kalmalarına yardımcı olmaktadır (Patterson vd., 2006). Hizmet telifilerinin başarılı bir şekilde uygulanması sonucu da geri dönüşümler olumlu bir şekilde olacaktır. Torres ve Kline'a (2006) göre müşteri sadakati oluşturarak uzun vadeli ilişkiler inşa etmek, yeni müşteriler kazanmaktan daha büyük kar getirmektedir (Temiz ve Kurtoglu, 2021). İşletmelerin telifi stratejileri belirlerken, önceden planlanmış, düşünülmüş ve ölçülebilir uygulamalara sahip olmaları gerekmektedir. Her hizmet hatası benzersiz olduğundan, telifi yaklaşımları da farklılık göstermelidir. Hizmet hatasının

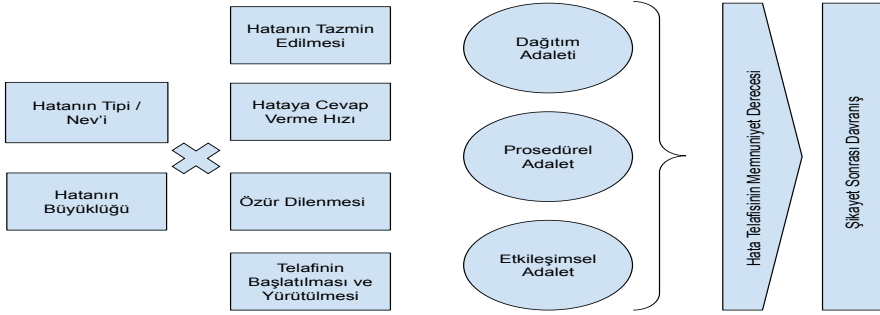
ciddiyetine ve müşteriye etkisine göre, uygun bir telafi yöntemi seçilmeli ve müşteri memnuniyeti en üst düzeye çıkarılmalıdır. Hizmet telafisi, her durumda spontane tepkiler vermek veya her hatada aynı stratejiyi uygulamak değil, aksine her telafinin hizmet hatasıyla özgün bir ilişkisinin olduğu bilincini gerektirmektedir (Tutuş, 2020).

2.3. Adalet Teorisi

Sosyal ve davranışsal bilimler alanında önemli bir kavram olarak kabul edilen adalet teorisi, müşterilerin bir anlaşmazlığı çözmek için kullandıkları politikaların, prosedürlerin ve işletmelerin karar verme süreçlerinin değerlendirilmesi olarak tanımlanmıştır (Migacz vd., 2018). Literatürdeki çalışmalar, hizmet hataları ve telafi süreçleriyle ilgili olarak, uygulanan telafi stratejilerinin müşteriler tarafından yeterli bulunup bulunmadığını değerlendirmek için adalet teorisinin kullanıldığını göstermektedir (Ha ve Jang, 2009). Tüketiciler, yapılan hizmet hataları sonrası, hizmet telafilerinin değerlendirmesini yaparken yapılan geliştirmelerin adaletli olup olmadığına dikkat etmektedir (Hoffman ve Kelly, 2000). Hata ve aksaklıklar sonucu yapılan telafilerin adaletli olup olmadığı hakkındaki bu değerlendirmeler, müşterilerin hizmet deneyimleri sonrasında işletmeyi değerlendirme açısından önemli olmaktadır. Bu değerlendirmeler ayrıca, müşterilerin ilgili işletmenin hizmetlerinden tekrar yararlanma niyetini ve işletme hakkında olumlu ya da olumsuz görüş bildirme eğilimini etkileme potansiyeline de sahiptir (Yağcı ve Doğrul, 2015).

Adalet teorisi perspektifinden bakıldığında, müşteriler hizmet telafilerini üç temel boyutta değerlendirilmektedir (Koç, 2021:315). Bu boyutlar Şekil 1'de de gösterildiği gibi adalet teorisi boyutları; dağıtımsal, prosedürel ve etkileşimsel adalet olarak adlandırılmaktadır (Goodwin ve Ross, 1992; Tax vd, 1998). Adalet teorisine göre, hizmet başarısızlıklarının doğasında bulunan ekonomik ve sosyal etkileşimler, müşterilerin prosedürel, dağıtımsal ve etkileşimsel adaleti değerlendirmeleriyle sonuçlanmaktadır (Migacz vd., 2018). Dağıtımsal adalet, telafi sürecinde kaynakların dağıtımının ne şekilde gerçekleştiğini, girdilere (örneğin indirimler, kuponlar ve ücretsiz yemekler) kıyasla fiili veya somut çıktılarının algılanan adaletini ifade etmektedir (Kwon ve Jang, 2012). Prosedürel adalet, bir işletme tarafından hizmet telafisi için kullanılan politikaların, prosedürlerin ve kriterlerin (örneğin, bekleme süresi, yanıt verebilirlik ve prosedürün esnekliği) yeterliliğini ne ölçüde sağladığını, algılanan adaleti ifade etmektedir (Kwon ve Jang, 2012). Etkileşimsel adalet ise, özür dileme, açıklama ve müşterilere yönelik ilgi olarak değerlendirilerek telafi sürecinde görev alan personelin müşteriyle etkileşim kalitesini ifade etmektedir (Ok, Back ve Shanklin, 2005; Wang vd., 2011). Bu boyutların hepsi hizmet hatasına yönelik yapılan telafiler sonrası oluşan memnuniyet ile doğrudan ilgili olmakla birlikte en büyük etki dağıtımsal adalette görülmektedir (Villi, 2022).

Şekil 1: Hizmet Hatası Telifisi ve Adalet Teorisi



Kaynak: Koç, 2021:315

Sonuç olarak hizmet sektöründe yaşanan hatalar, müşteri memnuniyetini olumsuz etkileyebilmekte ve uzun vadeli müşteri sadakatini tehlikeye sokabilmektedir. Bu tür durumlar, bireylerin hakkaniyet ve adillik algılarına dayalı olarak davranışlarını ve tepkilerini açıklamayı amaçlayan adalet teorisi açısından önemli bir değerlendirme alanı oluşturmaktadır. Hizmet hataları ve sonrasındaki telafi süreçleri, bu teori çerçevesinde incelendiğinde, müşterilerin algıladıkları adalet derecesinin önemi de ortaya çıkabilmektedir.

Literatürde adalet teorisi, hizmet hatası ve hizmet telifisini konu alan çalışmalar bulunmaktadır (Gupta ve Verma, 2022; Migacz vd., 2018; Lin vd., 2011; Kwon ve Jang, 2012; Ha ve Jang, 2009). Adalet teorisi çerçevesinde hizmet hatası ve hizmet telifisi ilişkisine yönelik olarak yapılan çalışmalarda adalet teorisi boyutlarının memnuniyeti etkileme yoğunluğunun farklılık gösterdiği görülmektedir. Bazı çalışmalar herhangi bir hizmet hatası sonrası yapılan telafinin müşteri memnuniyeti ve tatmini üzerinde olumlu etkisi olduğu fakat dağıtımsal adaletin diğer boyutlara göre daha etkili olduğu sonucuna ulaşılmaktadır (Kau ve Loh, 2006; Mattila ve Patterson, 2004). Bununla birlikte; hizmet telifisi sonrası müşteri memnuniyeti üzerinde en etkili boyutun etkileşimsel adalet olduğu (Tax, Brown ve Chandrashekar, 1998), müşteri memnuniyeti oluşmasında etkileşimsel ve prosedürel adaletin dağıtımsal adaletle göre daha etkili olduğu (Maxham and Netemayer, 2002), dağıtımsal ve etkileşimsel adaletin müşterilerin genel memnuniyetini ve tekrardan satın alma kararlarını etkilediğini, prosedürel adaletin ise hiçbirini etkilemediğini (Davidow (2003) sonucuna ulaşan çalışmalar da bulunmaktadır. Literatürde konuya yönelik çalışmalar bulunmasına rağmen özellikle Türkçe literatürde çalışmaların kısıtlı olması, yabancı literatürde ise çalışma sayılarının sonuçları genelleme yapamayacak düzeyde olması konuya yönelik literatür taraması yapılmasını motive etmiştir.

3. ARAŞTIRMA METODOLOJİSİ

Yapılan literatür taramasının amacı, ele alından temalardaki kalıpları belirlemek, konulara yönelik metodolojik bakış açılarını belirlemek ve elde edilen bilgiler ile konuya yönelik yapılan çalışmaların gelişimini analiz etmektir. Ele alınan konulara yönelik yapılan makaleler yirmi yıllık zaman dilimi içerisinde (2002-2022) gözden geçirilmiştir (bkz Tablo 1). Makalelerin ilk yayımlanma yılı temel alınarak, çalışmada 2006 yılından günümüze kadar çalışmalara yönelik bilgiler verilmektedir. Çalışma kapsamında yapılan literatür taramasının hedefleri şu şekildedir;

1. 2006–2022 döneminde uluslararası yüksek etkili bilimsel dergilerde yayımlanan hizmet hatası, hizmet telafisi, adalet teorisi ile ilgili araştırma alanlarını belirlemek.
2. 2006–2022 döneminde uluslararası yüksek etkili bilimsel dergilerde hizmet hatası, hizmet telafisi, adalet teorisi ile ilgili yayımlanan makalelerin atf sayılarını ve en çok atf alan makalelerin neler olduğunu belirlemek.
3. 2006–2022 döneminde uluslararası yüksek etkili bilimsel dergilerde yayımlanan çalışmalarda yayımlanan hizmet hatası, hizmet telafisi, adalet teorisi ile ilgili makalelerin yıllara ve yayımlandıkları dergilere göre dağılımlarının nasıl olduğunu belirlemek.
4. 2006–2022 döneminde uluslararası yüksek etkili bilimsel dergilerde yayımlanan çalışmalarda yayımlanan hizmet hatası, hizmet telafisi, adalet teorisi ile ilgili makalelerin çok yazarlılık durumunu belirlemek.
5. 2006–2022 döneminde uluslararası yüksek etkili bilimsel dergilerde yayımlanan çalışmalarda yayımlanan hizmet hatası, hizmet telafisi, adalet teorisi ile ilgili makalelerin yazarlarının hangi ülkelerde çalıştığını belirlemek.
6. 2006–2022 döneminde uluslararası yüksek etkili bilimsel dergilerde yayımlanan çalışmalarda yayımlanan hizmet hatası, hizmet telafisi, adalet teorisi ile ilgili makalelerin hangi analiz yöntemlerini kullandıklarını, örneklem sayılarını, hangi sektörlerin ele alındığı ve hangi örneklemin ele alındı ülkelerin nereler olduğunu belirlemek.

Tablo 1: Literatürde hizmet hatası, hizmet telafisi, adalet teorisi terimlerinin kullanımını

Kullanılan terimler	Veri tabanı	Yıl 2002-2005	Yıl 2006-2010	Yıl 2011-2015	Yıl 2016-2022	Toplam makale sayısı
Hizmet hatası, hizmet telafisi, adalet teorisi	WoS	-	5	7	18	30

Kaynak: WoS veri tabanı (09.05.2023)

Çalışmada, yapılan literatür taramasının hedefleri göz önünde bulundurularak, literatür taramasının planlaması, veri tabanı ve süre seçiminin gerekçeleri ve makalelerin incelendiği yöntemin açıklanması şeklinde ele alınmaktadır. Literatür taraması hedeflerine dayalı olarak hizmet hatası, hizmet telifisi, adalet teorisi alanlarının ele alındığı çalışmalara odaklanarak “hizmet hatası”, “hizmet telifisi”, “adalet teorisi” kavramları arama kelimeleri olarak kullanılmıştır. Çalışma hedeflerini araştırmak için Kitchenham vd. (2009) ve Kitchenham (2004) tarafından yapılan çalışmalar doğrultusunda arama kriterlerine nelerin dahil edilip edilmediği belirlenmiştir. Arama kriterleri şu şekilde belirlenmiştir: (i) Hizmet hatası, hizmet telifisi, adalet teorisi temalarını aynı anda ele alan, başlık, özet veya anahtar sözcüklerdeki terimlerden bu temaların olduğu makaleler (ii) Çalışmanın adalet teorisi kapsamında ele alınmasından dolayı anahtar kelimelerinde muhakkak “adalet teorisi” geçen makaleler (iii) Hizmet hatası, hizmet telifisi, adalet teorisi temalarının ele alındığı makalelerin literatürde yer almaya başladığı 2006 yılından itibaren yayımlanan makaleler. Aramaya dahil olmayacak kriterler ise şu şekilde belirlenmiştir: (i) Anahtar kelimesinde “adalet teorisi” geçmeyen makaleler, (ii) Makale harici konferans bildirisi, kitap bölümü gibi çalışmalar (iii) Tam metni erişime kapalı olan makaleler. Çalışmanın verilerinin elde edilmesi için literatürde birçok çalışmada kullanılan, en kapsamlı veri tabanlarından biri olan (Agarwal, Kumar ve Goel, 2019; Zyoud, Sweileh, Awang ve Al-Jabi, 2018) Web of Science (WoS) seçilmiştir. WoS veri tabanından faydalanılarak ele alınan konu temalarına yönelik ayrıntılı bilgilere ulaşılmaktadır. Ulaşılan bilgilerin daha ayrıntılı incelenmesi ve görselleştirilmesi için ise haritalama ve kümeleme tekniklerinden yararlanılmaktadır. Bibliyometrik ile birlikte görsel haritalama yöntemlerini sosyal bilimler alanında ele alan pek çok çalışma bulunmaktadır (Çelik, Özkan Tektaş ve Kavak, 2022; Arslan, 2022; Özdemir ve Altıntaş, 2021; Öztürk ve Gök, 2020; Şenbabaoğlu ve Parıltı, 2019). Fakat hizmet hatası ve hizmet telifisi konularını adalet teorisi kapsamında görsel haritalama yöntemi ile bibliyometrik analiz ile ele alan bir çalışmaya ulaşılamamıştır.

Çalışmanın verileri 9 Mayıs 2023’de WoS veri tabanından elde edilmiştir. Veriler taranırken öncelikle herhangi bir zaman sınırlaması yapılmamıştır fakat tarama sonucu 2006 yılı öncesinde seçilen konu temaları ve anahtar kelime için WoS veri tabanında herhangi bir yayın bulunmadığı görülmüştür. Hizmet hatası, hizmet telifisi, adalet teorisi üzerine yapılan çalışmaların 2006 yılından itibaren yayımlandığı tespit edildiğinden ve taramanın yapıldığı yılın devam etmesinden dolayı makaleler 2006-2022 yılları kapsamında ele alınmaktadır. 2006’dan 2022’ye kadar WoS veri tabanından arama kriterlerinde makalenin konu içeriğinde (topic) “hizmet hatası” ve “hizmet telifisi” ve “adalet teorisi” ile anahtar kelimelerde “adalet teorisi” temaları kullanılarak arama yapılmıştır. Yapılan arama sonucu 44 çalışmaya ulaşılmıştır. Anahtar kelimelerde “adalet teorisi” kullanılmalı seçeneğinden sonra çalışma sayısı 41’e düşmüştür. Kalan çalışmalar arasında makale harici çalışmalar ile 2023 yılına ait 3 makale çıkarılmış ve geriye kalan 30 makale ele alınmıştır. WoS veri tabanından alınan ve “savedrects” dosyası şeklinde bilgisayara kaydedilen 30 makalenin zaman içerisinde gelişimi ile makalelerin birbirleri ile olan ilişkilerini gösterebilmek için VoSviewer (sürüm 1.6.19) programı kullanılarak detaylı atıf ve ortak atıf analizi, ortak yazarlık, makalelerin yayımlandıkları dergiler gibi ele alınan temalara yönelik detaylı bilgilere ulaşılmıştır. Haritalama ve kümeleme adına birleşik bir yaklaşım kullanan VoSviewer programı öğeler arasındaki mesafenin ve ilişkinin derecesini mümkün olduğunca

doğru bir biçimde göstermeyi sağlayacak şekilde ögeleri bir alanda konumlandırmayı amaçlamaktadır (Yalçın ve Sümerli Sarıgül, 2021; Van Eck, Waltman, Dekker ve Berg, 2010). VoSviewer programı, ele alınan makalelerde geçen terimlerin bir arada bulunuşlarına yönelik aralarında ilişki olan alıntı terimlerini eşleştirmekte ve bu alıntı terimlerini kümeleyerek konulara renkler ile tasvir ederek yoğunlukları da daire boyutu ile görselleştirmektedir (Khalil ve Gotway Crawford, 2015).

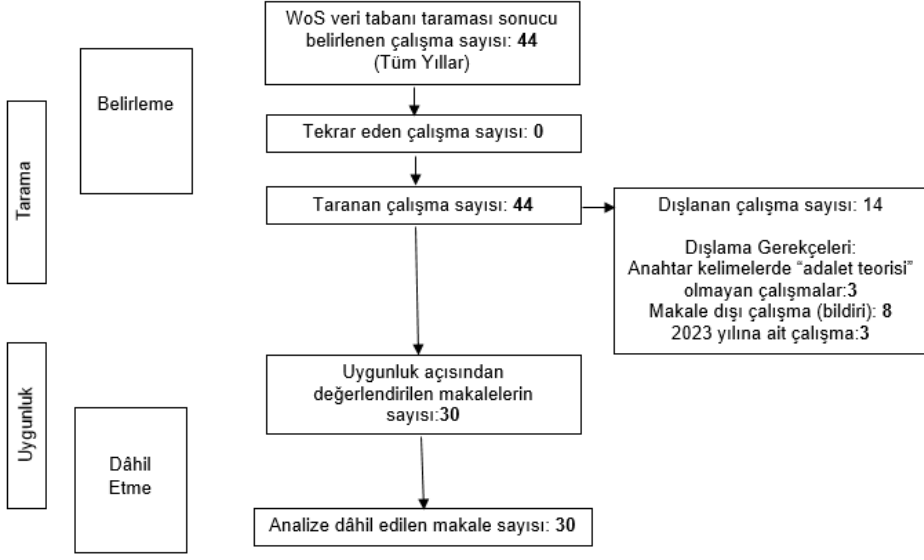
4. BULGULAR

Çalışma bulgularında öncelikle yapılan bibliyometrik analizin aşamaları hakkında bilgi verilmiştir. Ardından çalışmanın amacı kapsamında ileride yapılacak çalışmalara yön vermesi açısından (Öztürk ve Gök, 2020) yayın ve atıf analizi, makalelerin kategorileri ve en çok atıf alan makalelere yönelik bilgiler verilmektedir.

4.1. Hizmet Hatası, Hizmet Telifisi, Adalet Teorisi Araştırmasında Bibliyometrik Analizin Aşamaları

Tablo 1’de gösterildiği gibi, hizmet hatası, hizmet telifisi ve adalet teorisi konularına yönelik WoS veri tabanından 30 makaleye ulaşılmıştır. Şekil 1’de gösterildiği üzere literatür taraması yapılırken belirlenen kriterlere göre bazı çalışmalar analiz dışı bırakılmıştır. Tarama aşamaları genellikle rapor taramalarında kullanılan PRISMA (The Preferred Reporting Items for Systematic reviews and Meta-analysis) standardına (Yıldız, 2022) göre şekillendirilmiştir. İlk aşamada WoS veri tabanında herhangi bir yıl sınırlaması olmadan yapılan taramada arama terimleri (“Service Failure” and “Service Recovery” and “Justice Theory”) belirlenmiş sonra terimlerin çalışmaların hangi kısmını kapsaması gerektiği belirtilerek “konu” (topic) seçilmiştir. Taramanın sonraki aşamasında çalışmanın amacına yönelik bazı çalışmalar dâhil edilmemiştir. Çalışmanın adalet teorisi çerçevesinde ele alınmasından dolayı anahtar kelimelerinde adalet teorisi olmayan çalışmalar, bildiriler ve 2023 yılına ait çalışmalar dâhil edilmemiştir. Sonuç itibarıyla analize dâhil edilen makale sayısı 30 olarak belirlenmiştir.

Şekil 1: Literatür taraması aşamaları



Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur

4.2. Yayın ve Atıf Analizi

WoS veri tabanından elde edilen verilere göre, hizmet hatası, hizmet telifisi ve adalet teorisi alanında ilk yayın 2006 yılında yapılmıştır (bkz. Şekil 2). Tüm yıllar itibarıyla alanda yapılan 30 makalenin 6 tanesi 2020 yılında yapılmıştır ve yıllar itibarıyla en fazla yayın bu yıla aittir. 2016 ve 2021 yıllarında ise alana yönelik herhangi bir çalışma bulunmamaktadır. Alana yönelik çalışma sayıları Şekil 2'de gösterilen grafiğe göre 2018 yılında artış göstermiş olarak gözükse de çalışma sayıları oldukça kısıtlıdır. Makalelere yönelik toplam atıf sayısı 1,718, ortalama atıf sayısı 57.27 ve h-index ise 17'dir (bkz. Tablo 2).

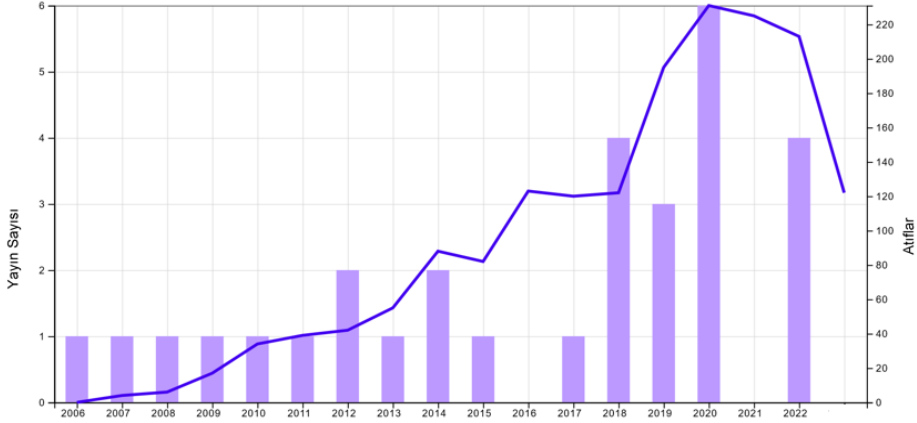
Tablo 2: Alanlara yönelik yayınların atıf ve H-index¹ raporları

	Rapor Türü	Sayı
Hizmet Hatası, Hizmet Telifisi Ve Adalet Teorisi	Makale Sayısı	30
	Toplam Atıf Sayısı	1,718
	Ortalama Atıf Sayısı	57.27
	h-index	17

Kaynak: WoS veri tabanı (09.05.2023)

¹ "H-index araştırmacıların atıf dizinleri noktasında bilimsel çalışmalarını değerlendiren ve araştırmacılar arasında sıralama yapan bir ölçüttür" (Al, 2008).

Şekil 2. Hizmet hatası, hizmet telafisi ve adalet teorisi alanında yapılan makalelerin yıllara göre yayın ve toplam atıf sayıları



Kaynak: WoS veri tabanı (09.05.2023)

4.3. Makale Kategorileri

WoS veri tabanından elde edilen verilere göre 2006-2022 dönemi makaleleri konu bazında incelendiğinde, en fazla yayın yapılan konu alanının 17 makale ile işletme, ardından sırasıyla 9 makale ile yönetim ve 8 makale ile konaklama eğence spor ve turizm alanında yapıldığı görülmektedir. Ayrıca alana yönelik yapılan makalelerin hepsinin yazım dili İngilizcedir.

Tablo 3. Makalelerin konu bazlı WoS kategorileri

Alan	Sayı	Oran
İŞletme	17	%51.515
Yönetim	9	%27.273
Konaklama eğence spor ve turizm	8	%24.242
Bilgi Bilimi Kütüphane Bilimi	1	%3.030
Multidisipliner Psikoloji	1	%3.030
Sosyal Psikoloji	1	%3.030
Kamu Yönetimi	1	%3.030
Sosyoloji	1	%3.030

Kaynak: WoS veri tabanı (09.05.2023)

4.4. En Çok Atıf Alan Makaleler

Hizmet hatası, hizmet telifisi ve adalet teorisi alanına yönelik WoS veri tabanında bulunan tüm makaleler taranmıştır. En az 50 atıfı olan makaleler ise Tablo 4'te detaylı olarak gösterilmektedir. Makaleler, yazar bilgisi, yayımlandığı yer, amacı ve sonucu, örnekleme, analiz türü, örnekleminin hangi ülkeden seçildiği ile ortalama ve toplam atıf sayıları detaylı bir şekilde incelenmiştir. Tablo 4'te en çok atıf alan makaleler yer aldığı için 2020 yılı sonrası güncel makaleler bulunmamaktadır.

Tablo 4. En çok atf alan makaleler

Makale Adı	Makale Yılı	Makale Yazar Bilgisi	Makalenin Yayımlandığı Yer	Makalenin Amacı	Makalenin �rneklemleri	Makalenin Yapıldığı �lke	Makalenin Analiz Türü	Makalenin Sonucu	Toplam atf	Yıllık Ortalama Atf
Customer betrayal and retaliati-on: when your best custo-mers become your worst enemies	2008	Gregoire, Y & Fisher, R)	Journal of the Academy of Marketing Science	Bir hizmet hatası sonrası yetersiz bir telafi sonrası sadık m�steriler tarafından işletmeyi cezalandır-maya iten sebepleri bulmak, m�sterilere yönelik ‐sevgi nefrete dönüşür‐ etkisini anlamak adına adalet teorisi temelli bir model önermektedir.	Devlet Üniversitesi Lisans Progra-mında okuyan 216 �ğrenci	A.B.D.	Nicel	M�steri sadakatsizliğe adaleti yeniden oluştur-maya yönelik temel bir motivasyon gücüdür. İlişki kalitesinin bir m�ş-terinin hizmet telafisine verdiği karşılık üzerinde olumsuz etkisi vardır. Bu sonuç hizmet pazarlama-sı literat�rindeki pek çok sonuçla örtüşmemektedir.	433	27.06
Service failure recovery: The moderating impact of individual-level cultural value orientation on perceptions of justice	2006	Patterson, P.G; Cowley, E & Prongsu-karn, K	International Journal of Research in Marketing	Hem Doğu hem de Batı kültürlerinden gelen verilerle deneysel bir tasarım kullanarak, kurtarma çabalarına ilişkin müşteri değerlendirmelerinin, tüketicilerin değer yönelimi ve hizmet telafisi özelliklerinin (�z�r, bilişsel kontrol ve iyileşme başlatma) etkileşiminden nasıl etkilendiğini araştırı-yoruz.	438 Lisans �ğrencisi	Avust-ralya, Tayland	Nicel	Bireysel G�c Mesafesi, Belirsizlikten Kaçınma ve Kolektivitizm gibi kültürel değerlerin, adalet (adalet) algılarını etkilemek için bir işletmenin telafi stratejileri ile gerçekten etkileşime girdiğini ortaya koymaktadır. Son olarak, adaletin � biçiminin tümü (dağıtımsal, prose-d�rel, etkileşimsel) genel hizmet telafisi memnuni-yeti üzerinde olumlu bir etkiye sahiptir.	296	16.44

A meta-analysis of satisfaction with complaint handling in services	2010	Orsinger, C; Valentini, S & De Angelis, M	Journal of The Academy of Marketing Science	Makalenin amacı, şikayetlerin ele alınmasındaki memnuniyet rolünün (SATCOM) dağıtımsal, etkileşimsel veya prosedürel adalet tarafından nasıl modüle edildiğini test etmek amacıyla SATCOM'un öncülleri ve sonuçlarıyla ilgili 60 bağımsız çalışmanın meta-analizini gerçekleştirmektir.	Şikayetlerin ele alınmasından dolayı yaşanan memnuniyeti ele alan 60 bağımsız çalışma	-	Meta Analiz	205	14.64	Sonuçlara göre, SATCOM en çok dağıtımsal adaletten, ardından etkileşimsel adaletten ve sadece zayıf bir şekilde prosedürel adaletten etkilenebilir. Ayrıca SATCOM adalet boyutlarının ağızdan ağza iletişim üzerindeki etkilerine de aracılık etmektedir.
Perceived justice in service recovery and behavioral intentions: The role of relationship quality	2009	Ha, J & Jang, S	International Journal of Hospitality Management	Makale, bir restoran müşterilerinin hizmet telifi çaba düzeylerine göre adalet algılarını ve algılanan adaletin müşterilerin gelecekteki davranış niyetlerini etkileyip etkilemediğini, ayrıca, algılanan adaletin gelecekteki davranışsal niyetler üzerindeki etkilerinin müşterilerin ilişki kalitesi seviyelerine göre değişip değişmediğini incelemeyi amaçlamaktadır.	312 mezun üniversite öğrencisi	A.B.D.	Nicel	184	12.27	Sonuçlar, ilişki kalitesinin seviyesi ne olursa olsun, düşük iyileşme çabalarıyla karşılaştırıldığında, yüksek iyileşme çabalarının algılanan adalet açısından tutarlı bir şekilde yüksek oranda değerlendirildiğini göstermektedir. Ayrıca, hizmet telifi çabalarının getirdiği algılanan adalet, müşterilerin gelecekteki davranışsal niyetleri üzerinde de olumlu bir etkiye sahiptir.

The "Terminal" Effects of Service Failure on Airlines: Examining Service Recovery with Justice Theory	2018	Migacz, SJ; Zou, SW & Petrick, JF	Journal of Travel Research	Makale, havayolu yolcularının hizmet iyileştirme değerlendirmelerini ve telafi sonrası memnuniyet, ağzından ağza iletişim ve satın alma niyetinin sadakat üzerindeki etkisini adalet teorisi çerçevesine incelemeyi amaçlamaktadır.	Amazon Mechanical Turk programında 156 anket cevaplayıcısı	-	Nicel	Havayolu yolcularının hizmet telafisi memnuniyet düzeyi adalet boyutlarından etkilenmektedir. Havayolu işletmesi için etkili telafi yöntemi müşterinin bekleğinin üstünde bir tazminat vermesi olduğu sonucuna ulaşılmıştır.	82	13.67
Consumer responses to online retailer's service recovery after a service failure: A perspective of justice theory	2011	Lin, HH; Wang, YS & Chang, LK	Managing Service Quality	Makalenin amacı, bir hizmet hatasının ardından çevrimiçi perakendecilik hizmetini telafi etmeye yönelik tüketici tepkilerini araştırmak ve çevrimiçi perakendecilik bağlamında hizmet telafi paradoksu fenomeninin var olup olmadığını araştırmaktır.	30 kolej öğrencisi	Tayvan	Senaryo simülasyon yöntemi Nicel	Dağıtım adaleti, prosedürel adalet ve etkileşim adaletinin müşteri memnuniyeti üzerinde önemli bir pozitif etkisi vardır. Hizmet telafisi adaletinin üç boyutu arasında, yalnızca dağıtım adaletinin yeniden satın alma niyeti üzerinde anlamlı bir pozitif etkisi vardır ve yalnızca etkileşim adaletinin negatif ağzdan ağza pazarlama üzerinde anlamlı bir negatif etkisi vardır.	74	5.69

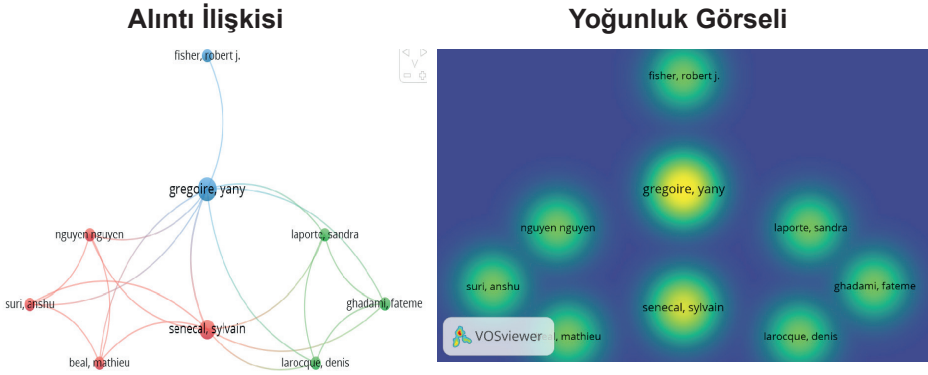
Others service experiences: emotions, perceived justice, and behavior	2014	Mattila, A; Hanks, J & Wang, CY	European Journal Of Marketing	Makale adalet teorisi çerçevesinde tüketicilerin diğer müşterilere karşı adalete yönelik tepkilerini incelemeyi amaçlamaktadır.	Devlet üniversitesinde bulunan akademik ve idari personelden oluşan 219 kişi	A.B.D.	Senaryo ve anketten oluşan yarı deneysel yaklaşım	Hatayı telafi etme girişiminin bunu gözlemleyen müşterinin tepkilerini ve değerlendirmelerini etkilediğini ve hatayı yapan müşterinin sadakat durumunun, gözlemlenen müşterinin adalet ve davranışsal niyetlerle ilgili yargılarını etkilediğini göstermektedir.	51	5.1
---	------	---------------------------------	-------------------------------	---	--	--------	---	--	----	-----

Kaynak: WoS veri tabanı (03.05.2023)

4.3. Ortak yazarlık VOSviewer Haritaları

4.3.1. Yazarlar

Hizmet hatası, hizmet telafisi ve adalet teorisi alanında yazılmış olan 30 makalelere yönelik en fazla atıf alan makalelerin yazarları ve bu yazarlar arasındaki alıntı ilişkisi ve yoğunluk görseli Harita 1 ve 2’de gösterilmektedir. Hizmet hatası, hizmet telafisi ve adalet teorisi alanında 66 yazar arasında en az 1 makalesi ve en az 1 atfı olan 58 yazar bulunmaktadır. 58 yazar arasında en fazla atıf alan ilk 10 yazar şunlardır; Gregoire, Y. 481 atıf, Fisher, R. 433 atıf, Patterson, P. G. 334 atıf, Prasongsukarn, K. 334 atıf, Cowley, E. 296 atıf, Jang, S. 227 atıf, De Angelis, M. 205 atıf, Orsingher, C. 205 atıf, Valentini, S. 205 atıf, Ha, J. 184 atıf. Yapılan analiz sonrasında 58 yazar arasından 9 tanesinin birbirleri ile yakın ilişkili olduğu, diğerlerinin ise birbirleri ile herhangi bir çalışma yapma veya birbirlerine atıf yapma noktasında bir bağlantısı olmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Bu 9 yazarın birbirleri ile arasında bulunan bağlantısı Harita 1 ve 2’de gösterilmiştir.



Harita 1 ve 2: Hizmet hatası, hizmet telafisi ve adalet teorisi alanına yönelik yazarların alıntı ilişkileri ve yoğunluk görseli

4.3.2. Organizasyonlar

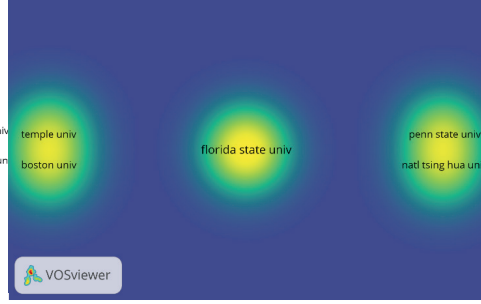
Hizmet hatası, hizmet telafisi ve adalet teorisi alanında, en az 1 çalışma ve en az 1 atfı olan organizasyonlara bakıldığında, 48 organizasyonun arasından 41 organizasyonun en az 1 çalışması ve en az 1 atfı olduğu görülmektedir. En az 1 çalışması alan ve en fazla atıf alan ilk 10 organizasyon ise şu şekildedir; University Alberta, 433 atıf, Washington State University, 433 atıf, University New S Wales, 334 atıf, University Sydney, 296 atıf, Purdue University, 227 atıf, Luiss Guido Carli University, 205 atıf, University Bologna, 205 atıf, Texas A&M University, 82 atıf, National Changhai University of Education, 74 atıf, National Taichung University of Science and Technology, 74 atıf. 41 organizasyonun birbirleri ile olan ilişkisine bakıldığında ise sadece 5’inin birbirleri ile bir ilişkisi olduğu görülmüştür. Bu ilişki VoSviewer programı ile oluşturulan alıntı ilişkisi ve yoğunluk görseli haritaları ile ele alınmaktadır. Hizmet hatası, hizmet telafisi ve adalet teorisi alanında çalışmalar yapan organizasyonların birbirleri ile olan ilişkileri Harita 3 ve 4’te gösterilmiştir.

Alıntı İlişkisi



VOSviewer

Yoğunluk Görseli



VOSviewer

Harita 3 ve 4: Hizmet hatası, hizmet telifisi ve adalet teorisi alanına yönelik organizasyonların alıntı ilişkileri ve yoğunluk görseli

4.3.3. Ülkeler

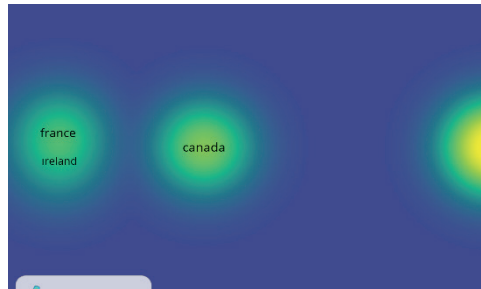
Hizmet hatası, hizmet telifisi ve adalet teorisi alanında, 19 ülkenin en az 1 çalışması olduğu, 16 ülkenin ise en az 1 çalışma yapmış ve en az 1 atıf olduğu görülmektedir ve Harita 5 ve 6'da gösterilmiştir. Bu ülkeler arasında birbirleri ile ilişkili olan ülke sayısı ise 38'dir. Analiz yapılan alanlara yönelik en fazla çalışması olan ilk 3 ülke Amerika Birleşik Devletleri (A.B.D.) (11), Kanada (4) ve Tayvan (3)'dür. Ülkeler en fazla atıf sayısına göre sıralandığında ise ilk 5 ülke şu şekildedir; A.B.D. (882), Kanada (484), Avustralya (334), İtalya (205) ve Tayvan (130)'dür. En az 1 çalışması ve en az 1 atıf olan 16 ülke arasında sadece 5 tanesinin birbirleri ile ilişkili olduğu görülmektedir. Harita 5 ve 6 incelendiğinde ise ortak yazarlık noktasında işbirliği ve alıntı açısından 1. Ülke A.B.D.'dir. A.B.D.'den ortak yazarlık ve alıntı noktasında en yoğun ilişki içerisinde olan ülkeler, Çin, Kanada, Hindistan, Tayvan, İngiltere, Güney Kore, İtalya, Yunanistan, Almanya olarak görülmektedir. Aynı zamanda analize göre A.B.D.'nin yeşil pazarlama alanına yönelik ortak yazarlık ve atıf ilişkisi açısından Türkiye ile de ilişki içerisinde olduğu görülmektedir.

Alıntı İlişkisi



VOSviewer

Yoğunluk Görseli



VOSviewer

Harita 4 ve 5: Hizmet hatası, hizmet telifisi ve adalet teorisi alanına yönelik ülkelerin alıntı ilişkileri ve yoğunluk görseli

Alıntı ilişkisi haritasında yazarlara ait yayın sayılarının durumu dairelerle, yayın yılları dairelerin renkleriyle, yazarların birbirleri ile olan ilişkisi ise çizgiler ile göstermektedir. Haritada gösterilen dairelerin renkleri ise haritanın sağ alt köşesinde belirtildiği gibi yazarların yayın yılları hakkında bilgi vermektedir. Yıllar koyu maviden sarıya doğru gittikçe artmaktadır. Yoğunluk görseli haritasında gösterilen dairelerin renk yoğunluğu ise yazarların arasındaki ilişki ve bağlantıyı göstermektedir. Renk yoğunluğu arttıkça ilişki ve bağlantı o kadar kuvvetlenir diyebiliriz. Bununla birlikte yazarların gösterildiği dairelerin birbirlerine olan yakınlığı veya birbirine birleşik olması aralarında ilişki olduğunu belirtmektedir. Dolayısıyla birbirlerine yakın olmayan dairelere ait yazarların da herhangi bir atıf ilişkisi olmadığı söylenebilir.

4.3.4. Anahtar Kelimeler

Hizmet hatası, hizmet telafisi ve adalet teorisi alanında anahtar kelimelerin tekrarlanma sayısına göre en az 2 kez alıntı yapılmış anahtar kelimelere bakıldığında, 94 anahtar kelimedenden 14 tanesinin en az 2 kez alıntılanığı görülmektedir. En çok alıntılanan anahtar kelimelere bakılırken “service recovery”, “justice theory” ve “service failure” kelimelerini araştırma konusunun ana kelimeleri olmasından dolayı bu kelimelerden sonraki kelimelere bakılmıştır. Buradan hareketle en çok alıntılanan anahtar kelimeler sırasıyla şu şekildedir; “satisfaction (memnuniyet)”, “culture (kültür)”, “public exposure (kamuya açma)”, “customer satisfaction (müşteri memnuniyeti)”, “pls-sem (kısmi en k uk kareler yapısal eşitlik modeli)”, “positive word-of-mouth (pozitif söylemler)”, “relationship quality (ilişki kalitesi)”, “trust (güven)”, “failure severity (hata yoğunluğu)”, “recovery satisfaction (telafi memnuniyeti)”.

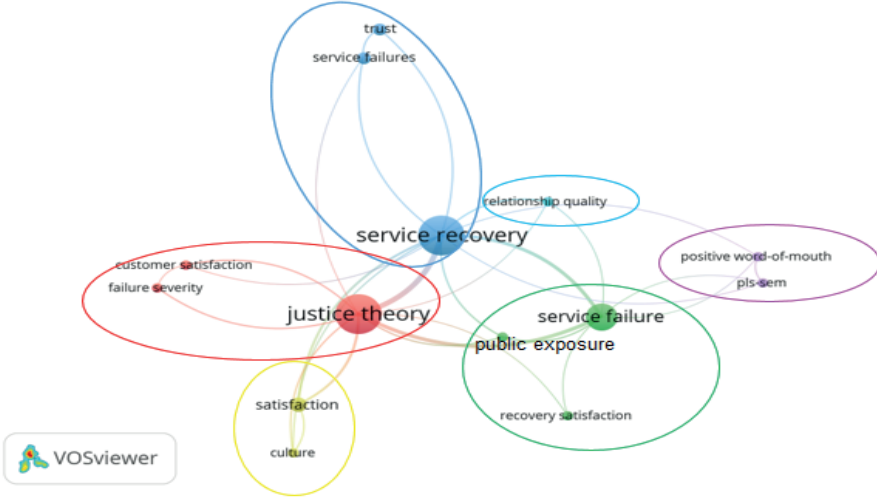
VOSviewer programı ile geliştirilen görselleştirmeler ile anahtar kelimelerin alıntı ilişkisi ile yoğunluk görseli haritaları oluşturulmuştur (bkz. Harita 6-7). VOSviewer programı aracılığıyla anahtar kelimelere yönelik kümeleme yapılarak ilgili ögeler gruplandırılabilir ve ilgili haritada bu kümelerde bulunan anahtar kelimeler birlikte oluşma ve benzerlik ilişkisine göre birbirine yakın olarak gösterilir. Buradan hareketle kümeleme, bir veri kümesindeki temel yapıyı ve ilişkileri anlamaya yardımcı olmaktadır (Kumar vd., 2023). Anahtar kelimelere yönelik yapılan analiz sonucu, birlikte oluşan altı kelime kümesi Tablo 5’te ve Harita 5’te detaylı olarak gösterilmektedir.

Tablo 5. Anahtar Kelime Kümeleri

<p>Küme 1 Customer Satisfaction Failure Severity Justice Theory</p>	<p>Küme 2 Public Exposure Recovery Satisfaction Service Failure</p>	<p>Küme 3 Service Failures Service Recovery Trust</p>
<p>Küme 4 Culture Satisfaction</p>	<p>Küme 5 Pls-sem Positive Word-of-mouth</p>	<p>Küme 6 Relationship Quality</p>

Adalet Teorisi Çerçevesinde Hizmet Hatası ve Hizmet Telifisi Konu Alan Çalışmaların Görsel Haritalama Tekniği ile Bibliyometrik Analizi

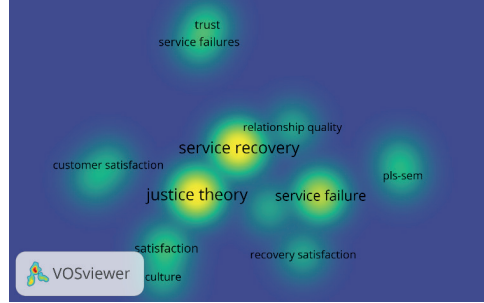
Harita 5: Anahtar Kelime Küme Haritası



Alıntı İlişkisi



Yoğunluk Görseli



Harita 6 ve 7: Hizmet hatası, hizmet telifisi ve adalet teorisi alanına yönelik anahtar kelimelerin alıntı ilişkileri ve yoğunluk görseli

SONUÇ

İşletmeler rekabet koşulları altında varlıklarını devam ettirebilmek için oluşan hizmet hatalarına yönelik stratejiler belirlemelidir. Bu çalışmada, adalet teorisi çerçevesinde hizmet hatası ve telafisi konularını inceleyen makale çalışmaları belirli parametreler çerçevesinde kategorik olarak incelenmiş ve böylelikle çalışmalar ile ilgili mevcut durum saptanmış, ayrıca gelecekteki çalışmalara yön verebilecek noktalar ortaya konulmuştur. Çalışmada WoS veri tabanı kullanılarak toplam 30 makale inceleme kapsamına alınarak analiz edilmiş ve elde edilen bulgular alt başlıklar halinde şekil ve tablolarla sunulmuştur. Sonuçlar, bu konuya ilişkin yapılmış çalışmaların yöntem, yıl, araştırma tasarımı, analiz teknikleri, verinin toplandığı ülkeler, sektörler açısından belirli noktalarda yoğunlaştığını göstermektedir. Analizler sonucunda elde edilen bulguları şu şekilde özetlenebilir: Çalışmanın ilk önemli bulgusu adalet teorisi çerçevesinde hizmet hatası ve telafisi konularını inceleyen makaleler ile ilgili yeterli çalışmaya rastlanılamamış olmasıdır. Adalet teorisi çerçevesinde hizmet hatası ve telafisi alanında en fazla çalışma sayısına 2020 yılında ulaşılmıştır. Alana yönelik çalışmalar yıllar bazından incelendiğinde düzenli bir artış azalış olmadığı, 2016 ve 2021 yıllarında ise herhangi bir çalışma yapılmamış olduğu görülmektedir. Alana yönelik toplamda 1,718 atıf bulunmaktadır. Alana yönelik çalışma yapılan ülkeler ve araştırma kategorisi incelendiğinde çalışma sayısı en fazla olan ülke A.B.D., araştırma kategorisi ise işletmedir. Gregoire ve Fisher (2008) tarafından “Customer betrayal and retaliation: when your best customers become your worst enemies” isimli makale alana yönelik en fazla atıf alan makaledir. Alana yönelik en fazla kullanılan anahtar kelimeler incelendiğinde müşteri memnuniyeti, kültür, güven, kamuya açma, ilişki kalitesi, müşterilerin olumlu söylemleri, ilişki kalitesi, telafi memnuniyeti gibi kavramlar göze çarpmaktadır. Ayrıca anahtar kelimeler incelenirken çalışmaların analiz türüne yönelik kısmı en küçük kareler yapısal eşitlik modelinin karşımıza çıktığını da görmekteyiz.

Bibliyometrik analizin amacına istinaden çalışmada ele alınan konuların gelecekte yapılacak çalışmalar için yol gösterici olacağı düşünülmektedir. Özellikle Türkçe literatürde hizmet hatası ve hizmet telafisi konularını ele alan makale sayısının yeterli olmamasından dolayı farklı sektörler ve örneklemeler ile nicel ve/veya nitel analiz yöntemlerinden faydalanılarak ele alınması önerilmektedir. Çalışmanın sınırlılığı olarak verilerin sadece Web of Science veri tabanından elde edilmesi söylenebilir. Buradan hareketle çalışma verilerinin elde edildiği zaman dilimi de yine bir sınırlılık olarak belirtilebilir. Konuya yönelik ileride yapılacak bibliyometrik analizlerde Scopus, Google Scholar, Tr dizin gibi diğer veri tabanları kullanılabilir.

KAYNAKÇA

AGARWAL, S., KUMAR, S., GOEL, U. (2019), “*Stock market response to information diffusion through internet sources: A literature review*”, International Journal of Information Management, 45:118-131.

AKDU, S., CENGİZ, E. (2020), “*Hizmet hatası telafi stratejileri, hizmet kalitesi algısı ve kurumsal imaj algısı arasındaki ilişki: Konaklama işletmeleri örneği*”, İşletme Araştırmaları Dergisi, 12(4):4413-4428.

AL, U. (2008), “*Bilimsel Yayınların Değerlendirilmesi: h-endeksi ve Türkiye'nin Performansı*”, Bilgi Dünyası, 9(2):263-285.

ARSLAN, E. (2022), “*Sosyal bilim araştırmalarında VOSviewer ile bibliyometrik haritalama ve örnek bir uygulama*”, Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 22(Özel Sayı 2):33-56.

AYDIN, İ. (2020). *Hizmet telafisi*. Ed. Fahri Apaydın, Müşteri Şikâyet Yönetimi, Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık Eğitim Danışmanlık Tic. Ltd. Şti.

BELL, C. R., ZEMKE, R. E. (1987), “*Service breakdown: the road to recovery*”, Management review, 76(10):32.

BITNER, M. J. (1990), “*Evaluating service encounters: the effects of physical surroundings and employee responses*”, Journal of Marketing, 54(2):69-82.

BITNER, M. J., BOOMS, B. H., TETREAU, M. S. (1990), “*The service encounter: diagnosing favorable and unfavorable incidents*”, Journal of Marketing, 54(1):71-84.

BLODGETT, J. G., HILL, D. J., TAX, S. S. (1997), “*The effects of distributive, procedural, and interactional justice on postcomplaint behavior*”, Journal of Retailing, 73(2):85-210.

BOWEN, D. E., JOHNSTON, R. (1999), “*Internal service recovery: developing a new construct*”, International Journal of Service Industry Management, 10(2):118-131.

CASIDY, R., SHIN, H. (2015), “*The effects of harm directions and service recovery strategies on customer forgiveness and negative word-of-mouth intentions*”, Journal of Retailing and Consumer Services, 27:103-112.

CHELMINSKI, P., COULTER, R. A. (2011), “*An examination of consumer advocacy and complaining behavior in the context of service failure*”, Journal of Services Marketing, 25(5):361-370.

CHUNG, B., HOFFMAN, K. D. (1998), “*Critical incidents: Service failures that matter most*”, Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly, 39(3):66-71.

ÇELİK, S., ÖZKAN TEKTAŞ, Ö., KAVAK, B. (2022), “*Hizmet Hatası ve Telafisi Sürecinde Üçüncü Taraf (Diğer) Müşterileri Konu Alan Çalışmaların Sistemantik Literatür Taraması*”, Tüketici ve Tüketim Araştırmaları Dergisi, 14(1):261-306.

DANAHER, P. J., MATTSSON, J. (1994), “*Customer satisfaction during the service delivery process*”, European Journal of Marketing, 28(5), 5-16.

DAVIDOW, M. (2003). *“Have You Heard The Word? The Effect of Word of Mouth on Perceived Justice, Satisfaction and Repurchase Intentions Following Complaint Handling”*, Journal of Consumer Satisfaction, Dissatisfaction and Complaining Behavior, 16:67-80.

ELLYAWATI, J., PURWANTO, B. M., DHARMMES, B. S. (2012), *“The effect of perceived justice on customer satisfaction in the service recovery context: testing mediating variables”*, Journal of Service Science, 5(2):87-100.

EREN, D., DEMİREL, N. (2019), *“Müşteri memnuniyetinin ağızdan ağıza iletişim üzerindeki etkisinde hizmet telafisinin düzenleyicilik rolü: Nevşehir’deki otel işletmelerinde bir uygulama”*, Yüksek lisans tezi, Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi, Nevşehir.

GELBRICH, K., ROSCHK, H. (2011). *“A Meta-analysis of Organizational Complaint Handling and Customer Responses.”* Journal of Service Research 14(1): 24-43.

GOODWIN, C., ROSS, I. (1992), *“Consumer responses to service failures: Influence of procedural and interactional fairness perceptions”*, Journal of Business Research, 25(2):149-163.

GREGOIRE, Y., FISHER, R. J. (2008), *“Customer betrayal and retaliation: when your best customers become your worst enemies.”*, Journal of the Academy of Marketing Science, 36:247-261.

GRONROOS, C. (1988), *“Service quality: The six criteria of good perceived service”*, Review of Business, 9(3):10.

HA, J., JANG, S. S. (2009), *“Perceived justice in service recovery and behavioral intentions: The role of relationship quality”*, International Journal of Hospitality Management, 28(3):319-327.

HARRISON-WALKER, L. J. (2019), *“The effect of consumer emotions on outcome behaviors following service failure”*, Journal of Services Marketing, 33(3):285-302.

HEDRICK, N., BEVERLAND, M., MINAHAN, S. (2007), *“An exploration of relational customers’ response to service failure”*, Journal of Services Marketing, 21(1):64-72.

HOFFMAN, K. D., KELLEY, S. W. (2000), *“Perceived justice needs and recovery evaluation: a contingency approach”*, European Journal of Marketing, 34(3/4):418-433.

HOLLOWAY, B. B., BEATTY, S. E. (2003), *“Service failure in online retailing: A recovery opportunity”*, Journal of Service Research, 6(1):92-105.

JOHNSTON, R. (2001), *“Linking complaint management to profit”*, International Journal of Service Industry Management, 12(1):60-69.

JOHNSTON, R., MICHEL, S. (2008), *“Three outcomes of service recovery: Customer recovery, process recovery and employee recovery”*, International Journal of Operations & Production Management, 28(1):79-99.

KAU, A.K., LOH, E.W. (2006). *“The Effects of Service Recovery on Consumer Satisfaction: A Comparison Between Complainants and Non-Complainants”*, Journal of Services Marketing, 20(2):101-111.

KELLEY, S. W., HOFFMAN, K. D., DAVIS, M. A. (1993), *“A typology of retail failures and recoveries”*, Journal of Retailing, 69(4):429-452.

KHALIL, G. M., GOTWAY Crawford, C. A. (2015), *“A bibliometric analysis of U.S.-based research on the behavioral risk factor surveillance system”*, American Journal of Preventive Medicine, 48(1):50-57.

KITCHENHAM, B. (2004), *“Procedures for performing systematic reviews”*, Keele University, 33(2004), 1-26.

KITCHENHAM, B., BRERETON, O. P., BUDGEN, D., TURNER, M., BAILEY, J., LINKMAN, S. (2009), *“Systematic literature reviews in software engineering: A systematic literature review”*, Information and Software Technology, 51(1):7-15.

KOÇ, E. (2019), *“Service failures and recovery in hospitality and tourism: A review of literature and recommendations for future research”*, Journal of Hospitality Marketing & Management, 28(5):513-537.

KOÇ, E. (2021), *Hizmet Pazarlaması ve Yönetimi*. Seçkin Yayıncılık, Ankara.

KOÇ, F., ŞAHİN, N. K., ÖZBEK, V. (2014), *“Hizmet Hataları ve Algılanan Kalite Arasındaki İlişki Üzerinde Değiştirme Maliyetinin Düzenleyici Etkisi: Küçük İşletmeler ve Hizmet Satın Aldıkları Muhasebecilere Yönelik Bir Uygulama”*, Pazarlama ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi, 7(14):21-46.

KOMUNDA, M., OSARENKHOE, A. (2012), *“Remedy or cure for service failure? Effects of service recovery on customer satisfaction and loyalty”*, Business Process Management Journal, 18(1):82-103.

KWON, S., JANG, S. S. (2012), *“Effects of compensation for service recovery: From the equity theory perspective”*, International Journal of Hospitality Management, 31(4):1235-1243.

LI, M., QIU, S. C., LIU, Z. (2016), *“The Chinese way of response to hospitality service failure: The effects of face and guanxi”*, International Journal of Hospitality Management, 57:18-29.

LIANG, D., MA, Z., QI, L. (2013), *“Service quality and customer switching behavior in China’s mobile phone service sector”*, Journal of Business Research, 66(8):1161-1167.

LIN, H. H., WANG, Y. S., CHANG, L. K. (2011), *“Consumer responses to online retailer’s service recovery after a service failure: A perspective of justice theory”*, Managing Service Quality: An International Journal, 21(5):511-534.

LOVELOCK, C. H., WRIGHT, L. (2016), *Principles of service marketing and management*. Prentice Hall.

LOVELOCK, C., WIRTZ, J. (2010), *Complaint Handling and service recovery. Service Marketing: People Technology, Strategy*. Pearson Education, Upper Saddle River.

MAGNINI, V. P., FORD, J. B. (2004), “*Service failure recovery in China*”, International Journal of Contemporary Hospitality Management, 16(5):279-286.

MATTILA, A. S. VE PATTERSON, P. G. (2004). “*Service Recovery and Fairness Perceptions in Collectivist and Individualist Contexts*”, Journal of Service Research, 6(4):336-346.

MATTILA, A., HANKS, L., WANG, C. (2014), “*Others service experiences: emotions, perceived justice, and behavior*”, European Journal of Marketing, 48(3/4):552-571.

MAXHAM III, J. G. (2001), “*Service recovery’s influence on consumer satisfaction, positive word-of-mouth, and purchase intentions*”, Journal of Business Research, 54(1):11-24.

MAXHAM III, J.G., NETEMAYER, R. G. (2002), “*Modeling customer perceptions of complaint handling over time: The effects of perceived justice on satisfaction and intent*”, Journal of Retailing, 78:239–252.

MCCOLLOUGH, M. A., BERRY, L. L., YADAV, M. S. (2000), “*An empirical investigation of customer satisfaction after service failure and recovery*”, Journal of Service Research, 3(2):121-137.

MIGACZ, S. J., ZOU, S., PETRICK, J. F. (2018), “*The “terminal” effects of service failure on airlines: Examining service recovery with justice theory*”, Journal of Travel Research, 57(1):83-98.

OK, C.H., BACK, K.J., SHANKLIN, C.W. (2005), “*Modeling roles of service recovery strategy: A relationship-focused view*”, Journal of Hospitality and Tourism Research 29(4):484-507.

ORSINGHER, C., VALENTINI, S., DE ANGELIS, M. (2010), “*A meta-analysis of satisfaction with complaint handling in services*”, Journal of The Academy of Marketing Science, 38:169-186.

ÖZDEMİR, G. A., ALTINTAŞ, M. H. (2021), “*Bankacılıkta Müşteri Deneyimine Yönelik Bibliyometrik Analiz: 1991-2020 Dönemine Ait Temaların ve İlişki Ağlarının Belirlenmesi*”, İşletme Araştırmaları Dergisi, 13(2):1856-1871.

ÖZTÜRK, M., GÖK, S. G. (2020), “*Örgütsel dedikodu kavramına genel bir bakış: Bibliyometrik analizi ile kavramsal çerçeveden gelecek araştırma yönelimlerine*”, İşletme Araştırmaları Dergisi, 12(2):1668-1683.

PALMER, A. (2001), *Principles Of Services Marketing*, McGraw-Hill Companies. UK (United Kingdom).

PARASURAMAN, A., ZEITHAML, V. A., BERRY, L. L. (1985), “*A conceptual model of service quality and its implications for future research*”, Journal of Marketing, 49(4):41-50.

PARK, E. J. (2012), *A Study on the Effects of Service Recovery Performances on the Service Recovery Satisfaction*. Brand Image, and Loyalty: Focusing on Mobile Communication and Family Restaurants, Soong-sil University, Master's Dissertation.

PATTERSON, P. G., COWLEY, E., PRASONGSUKARN, K. (2006), "*Service failure recovery: The moderating impact of individual-level cultural value orientation on perceptions of justice*", International Journal of Research in Marketing, 23(3):263-277.

RANAWEERA, C., PRABHU, J. (2003), "*On the relative importance of customer satisfaction and trust as determinants of customer retention and positive word of mouth*", Journal of Targeting, Measurement and Analysis For Marketing, 12:82-90.

SHIN, D. H., KIM, W. Y. (2008), "*Forecasting customer switching intention in mobile service: An exploratory study of predictive factors in mobile number portability*", Technological Forecasting and Social Change, 75(6):854-874.

SINGH, J., PANDYA, S. (1991), "*Exploring the effects of consumers' dissatisfaction level on complaint behaviours*", European Journal of Marketing, 25(9):7-21.

SMITH, A. K., BOLTON, R. N., WAGNER, J. (1999), "*A model of customer satisfaction with service encounters involving failure and recovery*", Journal of Marketing Research, 36(3):356-372.

SPARKS, B. A., CALLAN, V. J. (1997), "*Service breakdowns and service evaluations: The role of customer attributions*", Journal of Hospitality & Leisure Marketing, 4(2):3-24.

SPARKS, B. A., MCCOLL-KENNEDY, J. R. (2001), "*Justice strategy options for increased customer satisfaction in a services recovery setting*", Journal of Business Research, 54(3):209-218.

SPRENG, R. A., HARRELL, G. D., MACKOY, R. D. (1995), "*Service recovery: impact on satisfaction and intentions*", Journal of Services Marketing, 9(1):15-23.

STAUSS, B., FRIEGE, C. (1999), "*Regaining service customers: costs and benefits of regain management*", Journal of Service Research, 1(4):347-361.

SU, Y., TENG, W. (2018), "*Contemplating museums' service failure: Extracting the service quality dimensions of museums from negative on-line reviews*", Tourism Management, 69:214-222.

TAX, S. S., BROWN, S. W., CHANDRASHEKARAN, M. (1998), "*Customer evaluations of service complaint experiences: implications for relationship marketing*", Journal of Marketing, 62(2):60-76.

TEMİZ, S., KURTOĞLU, R. (2021), "*Hizmet Hatası, Hizmet Telifisi ve Atıf Teorisi: Kavramsal Bir Çalışma*", Hitit Sosyal Bilimler Dergisi, 14(2):360-383.

TORRES, E. N., KLINE, S. (2006), "*From satisfaction to delight: a model for the hotel industry*", International Journal of Contemporary Hospitality Management, 18(4):290-301.

TUTUŞ, M. (2020), *Seyahat Acentalarının Hizmet Hataları Ve Hizmet Telafilerinin Adalet Teorisi Bağlamında İncelenmesi*, Doktora Tezi, Anadolu Üniversitesi, Eskişehir.

VAN ECK, N.J., WALTMAN, L., DEKKER, R., VAN DEN BERG, J. (2010), “*A Comparison of Two Techniques For Bibliometric Mapping: Multidimensional Scaling and VOS*”, Journal of the American Society for Information Science and Technology, 61(12):2405-2416.

VİLLİ, B. (2022), “*Hizmet hatası ve hizmet telafisinin adalet teorisi perspektifinden incelenmesi*”, Muhasebe-Pazarlama-Organizasyon: Akademik Yorumlar, (Ed. Şahin Karabulut), Ankara: Ekin Yayınevi, 357-370.

VİLLİ, B., KOÇ, E. (2020), “*Hizmet Hatalarında Müşteri Katılımının Atfetmeye Etkisinin Duygusal Zeka ve İçsel Kontrol Odağı Perspektifinden İncelenmesi*”, Finans Ekonomi ve Sosyal Araştırmalar Dergisi, 5(2):201-224.

WANG, Y. S., WU, S. C., LIN, H. H., WANG, Y. Y. (2011), “*The relationship of service failure severity, service recovery justice and perceived switching costs with customer loyalty in the context of e-tailing*”, International Journal of Information Management, 31(4):350-359.

WETZER, I. M., ZEELLENBERG, M., PIETERS, R. (2007). “*Never eat in that restaurant, I did!: Exploring why people engage in negative word-of-mouth communication*”, Psychology & Marketing, 24(8):661-680.

WEUN, S., BEATTY, S. E., JONES, M. A. (2004), “*The impact of service failure severity on service recovery evaluations and post-recovery relationships*”, Journal of Services Marketing, 18(2):133-146.

WIRTZ, J., MATTILA, A. S. (2004), “*Consumer responses to compensation, speed of recovery and apology after a service failure*”, International Journal of Service Industry Management, 15(2):150-166.

YAĞCI, M. İ., DOĞRUL, Ü. (2015), “*Hakkaniyet teorisi çerçevesinde tüketicilerin hizmet telafilerini değerlendirme süreci: kavramsal bir inceleme*”, Çağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 12(2):1-22.

YALÇIN, A., SARIGÜL, S. S. (2021), “*Yeşil pazarlama ve yeşil muhasebe konularının görsel haritalama tekniğine göre bibliyometrik analizi*”, Third Sector Social Economic Review, 56(1):304-328.

ZEELLENBERG, M., PIETERS, R. (2004), “*Beyond valence in customer dissatisfaction: A review and new findings on behavioral responses to regret and disappointment in failed services*”, Journal of Business Research, 57(4):445-455.

ZEMKE, R. (1993), “*The art of service recovery: Fixing broken customers and keeping them on your side*”, The service quality handbook, 463-476.

ZYOUNG, S.H., SWEILEH, W.M., AWANG, R., AL-JABİ, S.W. (2018), “*Global Trends in Research Related To Social Media in Psychology: Mapping and Bibliometric Analysis*”, International Journal of Mental Health Systems, 12(4):1-8.

EXTENDED Abstract

Service, which is created by people and delivered to people for consumption, is often process-oriented, and service is produced in a process in which consumers interact with the factors of the service company. Therefore, the quality of service delivery determines by the stages of customer interaction. Service failure and recovery are essential concepts that affect customer satisfaction and loyalty. Service failure defines as disruptions and problems that to occur during the service delivery phase (Gelbrich ve Roschk, 2011). The impact of this failure on the customer results from the difference between the customer's expectations and the experience. Service recovery involves integrated actions to restore customer satisfaction after service failures (Zemke, 1993). These recovery strategies help to correct errors that negatively affect customer satisfaction (Smith vd., 1999; Wirtz ve Mattila, 2004; Eren ve Demirel, 2019; Gronroos, 1988). Justice theory, an essential concept in the social and behavioral sciences, defines the evaluation of companies' policies, procedures, and decision-making processes that customers use to resolve a dispute (Migacz vd., 2018). Customers determine their satisfaction by evaluating whether redress strategies are fair (Hoffman ve Kelly, 2000). Justice theory analyzes in three dimensions: distributive justice, procedural justice, and interactional justice (Koç, 2021:315). Distributive justice assesses how resources distribute in the recovery process, procedural justice assesses the extent to which the policies, procedures, and criteria used by a company to recover for service are adequate, and interactional justice assesses the quality of the interaction of the personnel involved in the recovery process with the customer by evaluating apologies, explanations, and attention to the customer (Kwon ve Jang, 2012; (Kwon ve Jang, 2012; Ok vd., 2005; Wang vd., 2011). There are studies in the literature on justice theory, service failure, and service recovery. Although there are studies on this topic in the literature, the limited number of studies, especially in the Turkish literature, and the fact that the number of studies in the foreign literature is at a level that the results cannot be generalized, motivated the literature review on this topic. The study discusses the planning of the literature review, the rationale for the choice of database and period, and the methodology used to analyze the articles in light of the objectives of the literature review.

The study aims to make a bibliometric analysis of the studies on service failure and service recovery within the framework of justice theory. In the study, the concepts of "service failure", "service recovery", and "justice theory" were used as search words. The study data retrieved from the WoS database on 9 May 2023. There is no time limit on the data search, but the result of the data search is that there are no publications in the WoS database for the selected topic areas and keywords before 2006. The articles considered to be within the scope of 2006-2022, as the studies on service failure, service recovery, and justice theory found to publish after 2006, and the year of the search is still ongoing. From 2006 to 2022, the WoS database searched using the topics 'service failure' and 'service recovery', and 'justice theory' in the subject content of the article and 'justice theory' in the keywords in the search criteria. As a result of the search, 44 studies found. The number of studies decreased to 41 after the option to use 'justice theory' in the keywords added. Among the remaining studies, the studies whose type is not an article and the articles belonging to 2023 excluded and the remaining

30 articles were analyzed. To show the development of the 30 articles taken from the WoS database and saved to the computer in the form of a “savedrects” file over time and the relationships between the articles, the VoSviewer (version 1.6.19) program used to obtain detailed information on the themes addressed, such as detailed citation and co-citation analysis, co-authorship, and the journals in which the articles published. VoSviewer is a mapping and clustering tool. It aims to position items in an area in such a way as to show the degree of distance and relationship between items. In the study, information is provided on the stages of bibliometric analysis, followed by guidance for future studies on publication and citation analysis, categories of articles, and the most cited articles (Öztürk & Gök, 2020). In this study, the authors analyze articles on service failure and recovery using justice theory. They identify gaps in the current literature and suggest future research directions.

The study examines 30 articles from the WoS database and presents the findings with figures and tables. The authors recommend using quantitative or qualitative analysis methods to address service failure and recovery issues in different sectors and samples. A limitation of the study is that the data only comes from the Web of Science database and is limited to a specific period. In this study, the authors analyze articles on service failure and recovery using justice theory. They identify gaps in the current literature and suggest future research directions. From this point of view, the period in which the study data obtained can also state as a limitation. Other databases (such as Scopus, Google Scholar, etc.) can be used to analyze the issue addressed in this study.

Etik Kurul İzni

Bu çalışma için etik kurul izni gerekmemektedir. Yaşayan hiçbir canlı (insan ve hayvan) üzerinde araştırma yapılmamıştır. Makale edebiyat sahasına aittir.

Çatışma Beyanı

Makalenin yazarı, bu çalışma ile ilgili herhangi bir kurum, kuruluş, kişi ile arasında mali çıkar çatışması bulunmadığını beyan eder.

Destek ve Teşekkür

Çalışmada herhangi bir kurum ya da kuruluştan destek alınmamıştır.

Ethics Committee Permission

Ethics committee permission is not required for this study. No research has been conducted on any living creature (human and animal). The article belongs to the field of literature.

Deconfliction Statement

The author of the article declares that there is no conflict of financial interest between him and any institution, organization, person related to this study.

Support and Thanks

Support was not received from any institution or organization in the study.