

Turizm Sektöründe Çalışan Motivasyonu, İş Tatmini ve Örgütsel Bağlılık: Bibliyometrik Bir Analiz

Employee Motivation, Job Satisfaction, and Organizational Commitment in the Tourism
Sector: A Bibliometric Analysis

Gül ERKOL BAYRAM  ^a

^a Sinop Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Sinop, Türkiye, gulerkol@sinop.edu.tr

MAKALE BİLGİSİ	ÖZET
Anahtar Kelimeler: Motivasyon İş Tatmini Örgütsel Bağlılık Turizm İşletmeleri Bibliyometrik Analiz	Amaç- Bu çalışma, turizm sektöründe çalışanların motivasyonu, iş tatmini ve örgütsel bağlılık arasındaki ilişkileri incelemektedir. Çalışanların iş tatmini ve motivasyon düzeylerinin, işletmelerin sürdürülebilir başarısı ve hizmet kalitesi üzerindeki etkisini analiz etmek amaçlanmaktadır. Ayrıca, bu kavramların akademik literatürde nasıl ele alındığını bibliyometrik analiz yöntemiyle ortaya koyarak sektördeki eğilimleri belirlemeye katkı sağlamaktadır. Yöntem- Araştırmada, Web of Science veri tabanında yer alan örgütsel bağlılık, motivasyon ve iş tatmini konularında yayınlanan akademik makaleler bibliyometrik analiz yöntemiyle incelenmiştir. 1970-2025 yılları arasında yayımlanan toplam 7.191 makale analiz edilmiştir. VOSviewer yazılımı kullanılarak atıf analizi, yazar iş birliği ağı, kuruluş ve ülke bazlı katkılar ile anahtar kelime yoğunluk haritaları oluşturulmuştur. Çalışmada dil ve tema kısıtlaması yapılmamış, turizmle ilişkili tüm disiplinleri kapsayan yayınlar değerlendirilmiştir. Bulgular- analiz sonuçlarına göre, 2010'dan itibaren örgütsel bağlılık, motivasyon ve iş tatmini konularına yönelik akademik ilginin arttığı, özellikle 2019-2023 yılları arasında en yüksek atıf seviyesine ulaşıldığı tespit edilmiştir. En fazla atıf alan yazarlar arasında Prayag, Girish ve Uysal, Muzaffer öne çıkmaktadır. Turizm alanındaki çalışmalara en fazla katkı sağlayan kuruluş Hong Kong Polytechnic University, en fazla katkı sağlayan ülkeler ise ABD ve Çin'dir. En sık kullanılan anahtar kelimeler arasında "tourism", "motivation", "satisfaction" ve "job satisfaction" yer almaktadır. Tartışma- Çalışma bulguları, turizm sektöründe çalışanların örgütsel bağlılıklarının, iş tatminleri ve motivasyon seviyeleri ile doğrudan ilişkili olduğunu göstermektedir. Özellikle duygusal bağlılığı yüksek çalışanların, iş yerinde daha uzun süre kalma eğiliminde olduğu ve motivasyonlarının arttıkça iş tatminlerinin yükseldiği belirlenmiştir. Bu kapsamda, çalışanların motivasyonunu artırmaya yönelik esnek çalışma politikaları, adil ücretlendirme, kariyer gelişim fırsatları ve etkili liderlik uygulamalarının önemi vurgulanmaktadır. İşletmelerin bu faktörleri dikkate alarak insan kaynakları yönetim stratejilerini geliştirmeleri, turizm sektöründe sürdürülebilir başarı ve rekabet avantajı elde etmeleri açısından kritik bir unsur olarak değerlendirilmektedir.
Gönderilme Tarihi 25 Aralık 2024 Revizyon Tarihi 17 Mart 2025 Kabul Tarihi 20 Mart 2025	
Makale Kategorisi: Araştırma Makalesi	
ARTICLE INFO	ABSTRACT
Keywords: Motivation Job Satisfaction Organisational Commitment Tourism Enterprises Bibliometric Analysis	Purpose- This study examines the relationships between employee motivation, job satisfaction and organisational commitment in the tourism sector. It is aimed to analyse the impact of employees' job satisfaction and motivation levels on the sustainable success of businesses and service quality. In addition, it contributes to determine the trends in the sector by revealing how these concepts are handled in the academic literature by bibliometric analysis method. Design/methodology/approach- In the study, academic articles published in the Web of Science database on organisational commitment, motivation and job satisfaction were examined by bibliometric analysis method. A total of 7,191 articles published between 1970-2025 were analysed. Citation analysis, author collaboration network, organisation and country-based contributions and keyword density maps were created using VOSviewer software. The study was not restricted by language and theme, and publications covering all disciplines related to tourism were evaluated. Findings- According to the results of the findings, it was determined that academic interest in organisational commitment, motivation and job satisfaction has increased since 2010, and the highest citation level was reached especially between 2019-2023. Prayag, Girish and Uysal, Muzaffer stand out among the most cited authors. Hong Kong Polytechnic University is the institution that contributes the most to the studies in the field of tourism, and the countries that contribute the most are the USA and China. The most frequently used keywords include 'tourism', 'motivation', 'satisfaction' and 'job satisfaction'.
Received 25 December 2024 Revised 17 March 2025 Accepted 20 March 2025	
Article Classification: Research Article	

Önerilen Atıf/Suggested Citation

Erkol Bayram, G. (2025). Turizm Sektöründe Çalışan Motivasyonu, İş Tatmini ve Örgütsel Bağlılık: Bibliyometrik Bir Analiz, İşletme Araştırmaları Dergisi, 17 (1), 828-843.

Discussion- The findings of the study show that the organisational commitment of employees in the tourism sector is directly related to their job satisfaction and motivation levels. In particular, it has been determined that employees with high levels of emotional commitment tend to stay at work longer and their job satisfaction increases as their motivation increases. In this context, the importance of flexible working policies, fair remuneration, career development opportunities and effective leadership practices to increase employee motivation is emphasised. Developing human resources management strategies by taking these factors into consideration is considered to be a critical factor in terms of achieving sustainable success and competitive advantage in the tourism sector.

1. GİRİŞ

Küreselleşen dünyada, bir örgütün başarısını sürdürebilmesi ve rekabet avantajını elde edebilmesi, sahip olduğu en değerli varlığın insan kaynağı olduğunun kabul edilmesini gerektirmektedir (Akgündüz, 2006). Örgütler, insan sermayelerini ne kadar etkin ve verimli bir şekilde yönetebilirlerse, çağımızın yoğun rekabet ortamında varlıklarını sürdürebilmeleri o denli kolaylaşacaktır (Cengiz, 2001). Diğer bir deyişle, çalışanlarına güven duygusu aşılayabilen, işletmeyi bir aile yapısı içinde konumlandıran, müşterilerin beklentilerini en üst düzeyde karşılayabilen ve insan ihtiyaçlarını doğru şekilde anlayabilen işletmeler başarıya ulaşmaktadır (Karaca, 2001).

Örgütsel bağlılık, motivasyon ve iş tatmini, bireylerin iş yaşamındaki tutumlarını ve davranışlarını şekillendiren önemli kavramlardır (Zeynel ve Çarıkçı, 2015). Örgütsel bağlılık, çalışanların kuruma olan duygusal, normatif ve devamlılık temelli bağlılıklarını ifade etmekte olup, bireylerin kuruma katkıda bulunma isteğini doğrudan etkilemektedir (Porter vd., 1974). Meyer ve Herscovitch (2001), örgütsel bağlılığın şirket hedeflerine ulaşma konusunda bireyleri motive eden temel bir güç olduğunu öne sürmüş ve bağlılığın iş performansı üzerindeki olumlu etkilerine dikkat çekmiştir. Allen ve Meyer (1990), örgütsel bağlılığın bireylerin işe karşı tutumlarını şekillendiren önemli bir değişken olduğunu vurgulamış, özellikle duygusal bağlılığın yüksek olduğu çalışanların, daha yüksek performans gösterme ve örgütte uzun süre kalma eğiliminde olduklarını ortaya koymuştur.

Motivasyon, bireylerin belirli hedeflere ulaşmak için gösterdikleri çabanın yönünü, yoğunluğunu ve süresini belirleyen içsel ve dışsal unsurları içermektedir (Deci ve Ryan, 1985). Bu bağlamda, motivasyon teorileri, çalışanların iş performanslarını artıran ve onların örgütsel bağlılıklarını güçlendiren faktörleri anlamada önemli bir rol oynamaktadır (Gagné ve Deci, 2005). Herzberg'in İki Faktör Teorisi (1959), motivasyonu etkileyen unsurları hijyen faktörleri ve motivatörler olarak ikiye ayırarak, hijyen faktörlerinin tatminsizliği önlemeye, motivatörlerin ise iş tatminini artırmaya hizmet ettiğini ileri sürmüştür. Bu teoriye göre, maaş, iş güvencesi ve çalışma koşulları gibi hijyen faktörleri eksik olduğunda çalışanlarda tatminsizlik ortaya çıkarken; başarı, tanınma ve sorumluluk gibi motivatörler çalışanların işlerinden tatmin duymalarına ve daha yüksek performans sergilemelerine katkıda bulunmaktadır (Kudaiberganov vd., 2024).

Güncel çalışmalar, esnek çalışma düzenlemelerinin ve uzaktan çalışmanın çalışan motivasyonu üzerindeki etkilerini incelemekte ve esnekliğin motivasyonu artırabileceğini göstermektedir (Wang et al., 2020). Özellikle, uzaktan çalışmanın çalışanların iş-özel yaşam dengesi üzerindeki olumlu etkileri, onların motivasyon seviyelerini artırabileceğini göstermektedir (Kossek ve Lautsch, 2018). Bununla birlikte, uzaktan çalışmanın bireysel ve örgütsel düzeyde çeşitli avantajlar sunduğu; esneklik, özerklik ve iş tatmini gibi unsurlar aracılığıyla çalışanların içsel motivasyonunu güçlendirdiği ifade edilmektedir (Bailey ve Kurland, 2002). Motivasyon ile iş tasarımı arasındaki ilişkiyi ele alan önemli teorilerden biri de Hackman ve Oldham (1976) tarafından geliştirilen İş Özellikleri Modelidir. Bu model, işin beş temel özelliği olan beceri çeşitliliği, görev bütünlüğü, görev önemi, özerklik ve geri bildirim unsurlarının çalışan motivasyonunu artırıcı bir etkiye sahip olduğunu ileri sürmektedir (Hackman ve Oldham, 1976). Özellikle, işin anlamlı olması ve çalışanlara özerklik sağlaması, onların içsel motivasyonlarını güçlendirmekte ve yüksek performans sergilemelerine katkıda bulunmaktadır (Parker, 2014). Buna ek olarak, yapılan güncel çalışmalar, çalışanların iş rollerinin açık ve anlamlı şekilde tanımlanmasının, onların örgütsel bağlılıklarını artırarak motivasyon seviyelerini olumlu yönde etkilediğini göstermektedir (Humphrey, Nahrgang ve Morgeson, 2007).

İş tatmini, bireylerin işlerinden elde ettikleri memnuniyet düzeyini ifade eden kritik bir kavramdır (Locke, 1976; Muwanguzi, 2022). Bu tatmin düzeyi, bireylerin işe yönelik beklentilerinin karşılanma derecesiyle yakından ilişkili olup, örgütsel bağlılığı ve genel iş performansını önemli ölçüde etkilemektedir (Judge ve

Klinger, 2001). Meyer et al. (2002), örgütsel bağlılık ve iş tatmini arasındaki pozitif ilişkinin, bireylerin kuruma duydukları güven ve aidiyet duygusuyla desteklendiğini öne sürmüştür. İş ortamındaki psikolojik ve davranışsal faktörler, motivasyon üniteleri olarak tanımlanabilir ve bu faktörler arasındaki etkileşim, çalışan davranışlarını anlamada çok önemlidir (Hidayah ve Tobing, 2018). Herzberg'in hijyen ve motivasyon faktörleri arasındaki ayrımı, örgütlerin çalışan memnuniyetini artırma stratejileri geliştirmesine yardımcı olmuştur (Herzberg, 1959). Bununla birlikte, çalışanların işlerinden memnun olmamaları durumunda ortaya çıkan olumsuz davranışların, kurumsal performansı düşürebileceği belirtilmektedir (Meyer ve Allen, 1991).

Örgütsel bağlılık, çalışanların kuruma olan sadakatini ve kurum hedefleriyle uyumunu sağlarken, şeffaf bir iletişim ortamı ve adil uygulamalar bu bağlılığın güçlenmesinde önemli rol oynamaktadır (Mowday et al., 1982). Aynı zamanda, motivasyon üzerine yapılan araştırmalar, ödül sistemleri, liderlik davranışları ve çalışan katılımının bu kavramla olan ilişkisini ortaya koymuştur (Deci ve Ryan, 1985; Bass, 1990). Bass'ın liderlik teorisi, liderlik davranışlarının çalışan motivasyonunu doğrudan etkileyebileceğini vurgulamakta ve bu çerçevede etkili liderliğin örgüt performansındaki etkisine dikkat çekmektedir.

Son yıllarda, iş tatmini üzerine yoğunlaşan çalışmalarda, çalışanların işlerinden duyduğu memnuniyetin hem bireysel hem de kurumsal düzeyde olumlu etkileri öne çıkarılmıştır (Locke, 1976; Judge ve Klinger, 2001). Özellikle, çalışan iş tatmininin yüksek olduğu örgütlerde, işten ayrılma oranlarının düştüğü ve çalışan verimliliğinin artış gösterdiği çeşitli araştırmalarla ortaya konulmuştur (Meyer et al., 2002; Robbins ve Judge, 2013). İş tatmininin yüksek olduğu işletmelerde, çalışanların hem işlerine duydukları bağlılık hem de şirketin genel performansı önemli ölçülerde iyileşmektedir (Nergiz ve Yılmaz, 2016).

Sonuç olarak, iş tatmini, motivasyon ve örgütsel bağlılık arasındaki etkileşim, çalışan verimliliği ve örgütsel başarı açısından kritik bir öneme sahiptir. Literatürde yer alan çeşitli kuramsal yaklaşımlar ve araştırma bulguları, bu kavramların iş dünyasındaki etkisini gözler önüne sermektedir. Turizm işletmelerinde iş tatmin, motivasyon ve örgütsel bağlılık kavramı literatürde sıklıkla araştırılan bir konudur. Bu kapsamda araştırmanın amacı ilgili alan yazında "organizational commitment" (örgütsel bağlılık), "motivation" (motivasyon) ve "job satisfaction" (iş tatmini) konularını içeren akademik makalelerle ilgili bir bibliyometrik bir veri analizi sunmaktadır.

2. LİTERATÜR TARAMASI

2.1. Örgütsel Bağlılık Kavramı

Örgüt kavramı, insanların aynı amacı gerçekleştirmek için bir araya geldiği sistematik bir yapı olarak tanımlanmaktadır (Demir & İnandı, 2023). Örgütsel bağlılık ise, esasen bireylerin bir örgütte aktif olarak yer almaları, kurum veya kuruluşun hedeflerini benimseyerek örgüte katkıda bulunmaları ve örgütteki varlıklarını uzatmaya istekli olmaları durumudur. Bu kavram sadece duygusal bir bağlanma değildir aynı zamanda çalışanların kurum veya kuruluşun hedeflerini benimsemeye hazır olmalarını ve hedef başarısı yönündeki girdilerini kapsamaktadır (Fischer & Mansell, 2009).

Çalışanların örgütsel bağlılık seviyelerinin daha az olmasının ise söz konusu olan kurum ve kuruluşlara karşı ilgi düzeyleri ve motivasyonlarının düşmesine yol açtığından söz edilmektedir (Koçoğlu & Terzi, 2020). Bunun neticesi olarak bireylerin bağlı oldukları kurumlara daha az çaba göstermesi ile verimliliğin de düşeceğini söylemek mümkündür. Uslu & Baydaş (2021) yapmış oldukları çalışmada, çalışanların bağlı olduğu kurumlara gösterdikleri yüksek özveri ile işlerine olan bağlılıkları ve iş tatminleri arasında doğrudan bağlantı olduğundan bahsetmektedirler. Söz konusu çalışanlar örgüte duydukları aidiyet duyguları ile kriz dönemlerinde daha fazla sorumluluk alarak sorunun ortadan kalkmasına destek olmaktadır.

Örgütsel bağlılığın artması ile, çalışanların işlerine ve bağlı oldukları kurumlara sadakatleri güçlenerek iş birliklerinde artış gözlemlenmektedir. Bu durum kurumların başarı ve rekabetlerini arttırmada yadsınamaz bir gerçek olarak değerlendirilmektedir (Dinçer & Kart, 2021). Bu bağlılık aynı zamanda çalışanların gecikme ve istifalarındaki oranı düşürerek örgüt bünyesinde gerçekleşecek büyüme ve sürdürülebilirliğe katkı sağlamaktadır (Velde, 2021). Örgütsel bağlılığın sağladığı avantajı keşfeden kurumlar, çalışanlarının kendilerine olan bağlılığını arttırabilmek adına alternatif girişimler göstermektedir. Kurumlar için önemli bir stratejik unsur haline gelen örgütsel bağlılık, yetenekli ve azimli çalışanları bünyesinde tutabilmek adına gerçekleştirilen bir planlama olduğundan bahsedilmektedir (Düger & Ertaş, 2024).

Meyer & Allen (1991), örgütsel bağlılığı duygusal, devam ve normatif olmak üzere üç başlık altında değerlendirmiştir. Bunlardan ilki olan duygusal bağlılık, çalışanların örgütsel değerler kapsamında bakış açıları ile örgütte yer edinme isteklerini içermektedir. Bu durum içten gelen bir bağlılık ile bağlı olduğu örgütle bağdaşmasını kapsamaktadır (Meyer & Allen 1997). Devam bağlılığı ise, çalışanların bağlı oldukları örgütle çalışmalarına son vermeleri neticesinde ekonomik kayıplar yaşama ve iş seçeneğinin kısıtlanması gibi hususlarla karşı karşıya kalabileceklerini düşünmelerinden kaynaklı zorunlu olarak devam etmelerini ifade etmektedir (Sabuncuoğlu, 2007). Son olarak normatif bağlılık çalışanların örgütünden mesuliyet duyma hissi olarak tanımlanmaktadır. Bu bağlılıkta bireylerin, örgütün sahip olduğu değerleri ahlaki ve etik değerler ile desteklenmesi olarak tanımlanmaktadır (Somaskandan vd., 2022).

Bu tanımlara dayanarak, örgütsel bağlılığın çalışanların çalışma motivasyonları ve memnuniyetlerini arttırmada önemli bir rol üstlendiğini söylemek mümkündür. Çalışanların memnuniyetleri arttıkça iş performanslarının da artması olası bir durumdur. Çalışanların iş performanslarındaki artış ile bağlı oldukları kurumların başarısının artması durumunda doğrudan bağlantılı olduğu yadsınamaz bir gerçektir.

2.2. Motivasyon Kavramı

Bireylerin belirli bir hedefe yönelik davranışlarını harekete geçirme ve sürdürme süreci motivasyon olarak tanımlanmaktadır. Bireylerin hedefe ulaşma sürecini yönlendiren içsel ya da dışsal itici güç olarak kabul edilen bu kavram hem bireysel hem de toplumsal yönden etkili olarak kabul edilmektedir. Motivasyon, hedef belirleme, plan yapma ve bu planları gerçekleştirmede önemli bir rol oynamaktadır. İçsel motivasyon, bireylerin kendi değerleri, ilgileri ve merakları doğrultusunda hareket etmeyi ve teşviki sağlayan bir etmenken, dışsal motivasyon daha çok ödül, ceza ya da sosyal beklentilere dayalı bir güç olarak ortaya çıkmaktadır. Her iki motivasyon türü de bireyin davranışsal ilişkilerini etkilerken, içsel motivasyonun daha sürdürülebilir olduğu ve uzun vadedeki başarıyı temelini oluşturmaktadır. Bu nedenle, motivasyon, bireyin performansı üzerinde hem dayanıklılık hem de güçlendirici bir etkiye sahiptir (Lai, 2011).

Motivasyonun sağlanması bireysel ve kurumsal hedeflerin gerçekleştirilmesinde önem taşımaktadır. Dolayısıyla motivasyonun yalnızca bireysel büyümeyi artırmayla sınırlandırılmayıp, aynı zamanda psikolojik iyi oluşu ve memnuniyeti destekleyen bir yapısı da bulunmaktadır (Ebata, 2008). Akademik yazında motivasyonun yaşam boyu öğrenme, problem çözme ve yenilik üretme kapasiteleri üzerinde ayrıntılı inceleme çalışmaları, bu bileşenin bireysel ve toplumsal düzeyde kritik bir role sahip olduğu görülmektedir.

Motivasyon, bireysel ve örgütsel bağlamda oldukça önemli bir kavram olarak kabul edilmektedir (Deci ve Ryan, 1980). İşlevsel olarak incelendiğinde içsel ve dışsal olarak iki başlık altında incelenen motivasyon kavramı, bireyin bir aktiviteyi gerçekleştirirken bu aktiviteden aldığı haz ve doyum ile gerçekleştirdiğini ifade ederken, dışsal motivasyon bireyin çevreden gelişen faktörler ya da ödüllerin etkisiyle harekete geçmeyi ifade etmektedir (Skinner, 1953). Her iki motivasyon türünde de etkin olan bireyin başarı ve tatmin düzeyi etkili kabul edilmektedir (Ryan & Deci, 2000).

Maslow (1943), bireylerin davranışlarını ve bu davranışların arkasındaki motivasyonu incelerken bir ihtiyaçlar hiyerarşisi modelini geliştirmiştir. Bu modele göre, bireyler öncelikle güvenlik ve fizyolojik ihtiyaçlarını karşılamaya çalışmaktadır. Daha sonra sevgi ve ait olma ihtiyacı gerçekleştirilmektedir. Bir sonraki basamak da ise kendini gerçekleştirme ve saygı ihtiyacı giderilmektedir. Maslow'un teorisine göre bireylerin çeşitli bağlamlardaki motivasyonel davranışlarını açıklamada önemli bir etki oluşturmaktadır.

Motivasyon kavramı pek çok sektörde etkili olarak kabul edilmektedir. Bu sektörlerden biri de turizm sektörüdür. Bu durumun başında bireylerin seyahat etme motivasyonları yer almaktadır. Özellikle push-pull faktörleri modeli, turistlerin motivasyonlarını iki temel kategoride ele almaktadır. Çekici (pull) faktörler, destinasyonun sunduğu fiziksel ve kültürel özellikleri (plajlar, tarihi ve kültürel yapılar vb.), itici (push) faktörler ise, bireyin içsel motivasyonlarından kaynaklanmaktadır (Kirkwood, 2009). Seyahat motivasyonları, özellikle kültürel turizm ve macera turizmi gibi çeşitli turizm türlerinde farklılıklar göstermektedir. Pearce'in Seyahat Motivasyonu Piramidi, turistlerin ihtiyaçları ve bu ihtiyaçların seyahat davranışına etkilerini anlamak için yaygın olarak kullanılmaktadır (Pearce, 2011). Bu model, Maslow (1943)'un hiyerarşik yapısına benzeyen bir sistemle turistlerin sosyal bağlantı, kişisel gelişim ve macera gibi çeşitli hedeflere yönelik motivasyonlarını incelemektedir.

Herzberg (1959) ise motivasyonunu çalışanları etkileyen iki temel faktör olarak tanımlamıştır. Bu iki kavram motivatörler ve hijyen faktörleri olarak belirlenmiştir. Turizm bağlamında bu teoriyi ele aldığımızda, hijyen faktörleri turistik destinasyonun temel altyapısını (temizlik, ulaşım) ifade ederken, motivatörler turistlerin tatmin seviyesini artıran eşsiz deneyimler ve etkinliklerdir. Öte yandan turizm literatüründe motivasyonu ölçmeye yönelik birçok araç kullanılmıştır. Bu araçlar, bireylerin seyahat etme nedenlerini ve tercihlerinin ardındaki motivasyonel faktörleri anlamaya yöneliktir. Bu modeller şu şekilde açıklanmaktadır;

- **Travel Career Ladder (TCL):** Seyahat motivasyonlarının bireyin yaşam döngüsü boyunca nasıl değiştiğini incelemektedir (Pearce, 2011).
- **Push-Pull Modeli:** Turistik destinasyon tercihlerini etkileyen faktörleri analiz etmektedir (Dann, 1977).

Motivasyon, turizm bağlamında bireylerin seyahat kararlarını anlamak için temel bir kavram olarak ele alınmaktadır. Maslow, Herzberg ve Deci & Ryan gibi teorisyenlerin motivasyon kuramları, turistik davranışın altında yatan faktörleri anlamada çok yönlü bir perspektif sunmaktadır.

Buradan hareketle motivasyon, temel bir itici güç olarak hem bireysel hem de toplumsal yaşamda etkili olan bir yapıya sahiptir. Gerek eğitimden çalışma hayatına gerekse bireysel hedeflerden toplumsal yapılara kadar geniş bir yelpazede dağılım gösteren bu kavram, çalışmayı artırmanın yanı sıra psikolojik iyi oluşumlarını desteklemektedir (Ergül, 2005). Turizm sektörü gibi insan odaklı ve dinamik sektörlerde motivasyonun rolü daha da belirgin hale gelmektedir. Bu bağlamda, motivasyonun birleştirilmesi ve kurulması, sürdürülebilir turizm uygulamaları için kritik bir gerekliliktir.

Turizmde motivasyon, yalnızca ekonomik performansla sınırlı artışlar, kültürel etkileşimlerin, bireysel deneyimlerin ve büyümenin sürdürülebilirlik unsurlarının bir parçası olarak değerlendirilmelidir. Bu kavram turistlerin seyahat motivasyonlarını etkileyen, turizm destinasyonlarının cazibesini arttıran, çalışan motivasyonunu sağlayan, verimlilik ve yenilikçiliği teşvik eden bir etki oluşturmaktadır. Bu nedenle, motivasyonun varlığının bireysel ve sektörel düzeylerde oluşturulması, uzun vadeli başarı ve gelişim oldukça öneki bir rol oynamaktadır (Garcia-Haro vd., 2021) Sonuç olarak, motivasyonun çok boyutlu yapısı ve sonuçları, başarılı bir şekilde gerçekleştirilebilmesi, bireysel hedefleri gerçekleştirebilme, sektörlerin büyümesi ve toplumun kalkınmasında temel bir faktör olarak ön plana çıkmaktadır.

2.3. İş Tatmini Kavramı

Bireylerin iş ortamlarında kendilerini nasıl hissettikleri hususunda sahip oldukları deneyimleri değerlendirerek iyi hissedip hissetmedikleri ile ilgili keşsettikleri bir durum olarak tanımlanmaktadır (Karadirek, 2020). Bir örgüt bünyesinde çalışanların, o örgüte olan bağlılığı ve yaptıkları işlere tatminleri arasında kilit bir rol oynadığını söylemek mümkündür. İşlerinde yaşadıkları tatmin doğrultusunda memnuniyet ve dolayısı ile bağlılığında devamında geldiğinden bahsedilmektedir (Aksoy vd., 2018). Çalışanların işlerine olan memnuniyetleri ve tatminleri bağlı oldukları kurumlar için önemli bir değere sahiptir. Aynı zamanda bu durum söz konusu kurumların örgütsel bağlılık bağlamında başarılı yönetilmesi niteliğinin bir göstergesi olarak değerlendirilmektedir (Kurkut & Kayacan, 2022).

İşlerinde memnuniyet düzeyi yüksek olan bireylerin, memnuniyeti olmayan bireylere oranla daha verimli oldukları aynı zamanda istifa oranlarının da bir o kadar düşük olduğu söylenmektedir (Qasim & Syed, 2012). Aynı zamanda, çalışanlarda iş tatminsizliği tespit edildiğinde bu duruma sebep olan faktörleri ortadan kaldırmak tatmin düzeyini yeniden arttırabileceği anlamına da gelmemektedir (Robbins & Judge, 2015). Çalışanların memnuniyetlerinin artması ile örgütün başarısının artması ve aynı şekilde çalışanların memnuniyetsizliği ile örgütün başarı düzeylerinin düşmesi arasında doğrudan bir ilişki olduğundan bahsedilmektedir (Bıyıkbeyi, 2019).

İş tatmini, bireyin duygu durum değişikliğine, cinsiyet, yaş gibi demografik özelliklerine ve kültür aile yapısı gibi geleneksel hususlara göre de farklılık göstermektedir. Bu hususlar bireylerin iş tatmini düzeylerini belirleyebilmektedir. Bu sebeple, bireylerdeki farklı şartlar göz ardı edilmeden değerlendirme yapmak önem arz etmektedir (Ayhan, 2006). İş tatmini düşük seviyede olan bireylerin tatmin seviyesi yüksek olan bireylere nazaran daha düşük iş performansı sergilediği gözlemlenmektedir. Öte yandan daha az çalışma performansı ile iş tatmini yüksek olan bireyler görmekte mümkündür (Şimşek vd., 2019). Bireyler iş tatmini yaşayamaması

durumunda yer aldığı kurumda, aile ve sosyal hayatı gibi en önemlisi de kendisine negatif bir şekilde yansıyabilmektedir. (Hoş & Oksay, 2015).

Sivuk & Seyhan (2021), Örgütsel çatışmaların iş tatminsizliğine neden olan en önemli etkenlerden biri olduğunu vurgulamaktadırlar. Stratejik bir tutum ile çalışanlarını kaybetmemek adına bazı kurumların varlığından bahsedilmektedir. Bu kurumlar, çalışanlarına ücret artışı, terfi, eğitim ve kariyer imkânı sağlayarak iş ortamında yaşanan memnuniyetsizlik ve çatışmaları ortadan kaldırmayı hedeflemektedir. Bu sayede çalışanlara sağlanacak imkanlar ile çalışma ortamlarını daha çekici hale getirerek tatmin düzeylerini arttırmak amaçlanmaktadır. Bu amaç doğrultusunda çalışanların iş tatmini arttıkça çalışmalarındaki başarı düzeylerinin artması da ön görülmektedir.

Verilen bilgilerden yola çıkılarak, çalışanlarda iş tatminin artması motivasyonlarını güçlendirerek kurumlara olan bağlılığını da arttırmaktadır. Bağlılıkları arttıkça ise, işlerinde gösterdikleri performansları artar ve daha verimli bir çalışma ortamına zemin hazırlanır. Söz konusu olan bağ ve performanstaki artış ise, kurumun başarısına da pozitif olarak etki etmektedir.

2.4. Turizm İşletmeleri

Turizm sektörü, dünyada ekonomik, sosyal ve kültürel açıdan önemli bir rol oynayan ve hızlı bir şekilde gelişen bir sektördür. Bu sektör, ülkelerin kalkınma hedeflerini destekleyerek büyük bir ekonomik girdi sağlamakta ve milyonlarca insana istihdam olanağı sunmaktadır. Özellikle küreselleşmenin artış gösterdiği günümüzde, turizm sektörü hem gelişmiş hem de gelişmekte olan ülkeler için vazgeçilmez bir ekonomik kaynaktır. Turizmin ekonomik boyutu, ülkelerin kalkınmasına olan katkısıyla önem kazanmıştır (Sak ve Erkol, 2020). Turizm gelirleri, birçok ülke için dış ticaret dengesi ve istihdam yaratma gibi önemli alanlarda kritik bir rol oynamaktadır. Dünya Turizm Örgütü (UNWTO) raporları, uluslararası turizm hareketlerinin her yıl artış gösterdiğini ortaya koymaktadır. 2019 yılında dünyada yaklaşık 1,5 milyar turist hareketi gerçekleşmiştir. Bu hareketlilik, ekonomilere sağladığı katkının yanı sıra çevresel ve sosyal etkiler de doğurmaktadır (Canton, 2021).

Öte yandan, ekonominin çeşitli alanlarına dolaylı ve doğrudan katkı sağlayan turizm sektörü, çarpan etkisi sayesinde ulaşım, tarım ve hizmet sektörü gibi alanlarda da ekonomik hareketlilik yaratmaktadır (Karakaş & Türkseven, 2022). Bu durumun yanı sıra tüketicilerin ihtiyaçlarını karşılamak amacıyla faaliyet gösteren bir dizi hizmet sağlayıcısını içeren turizm sektörü, hizmet sağlayıcıları arasında bulunan, seyahat acenteleri, ulaşım şirketleri, etkinlikleri ve daha birçok işletmenin yer aldığı bir yapıdan oluşmaktadır. Turizm sektörü ve bu sektör bünyesinde yer alan işletmeler, yerel halkın gelir seviyesini artırmaya ve sosyal gelişime de katkıda bulunmaktadır. Turizm sektörü konaklama, ulaşım, yiyecek-içecek, eğlence, sağlık turizmi, kültürel turizm ve ekoturizm gibi birçok alt sektör yer almaktadır. Bu çeşitlilik, turizmin hem yerel hem de uluslararası düzeyde ekonomilere katkı sağlamaktadır (Aratuo & Etienne).

Dinamik bir yapıya sahip olan turizm sektörü, kapsadığı faaliyet alanları ve sunduğu hizmetlerin çeşitliliği ile oldukça geniş bir yapıya sahiptir. Bu sektör, seyahat, konaklama, yeme-içme, eğlence ve ulaşım gibi farklı işletmelerden oluşmaktadır. Müşterilere kaliteli hizmet sunmak, yerel ve ulusal ekonomiye katkı sağlamak, kültürel mirası korumak ve sosyal sorumluluklarını yerine getirmek gibi bir çok amacı kapsayan turizm işletmeleri, ekonomik, sosyal ve çevresel boyutlarda özelleştirilebilmektedir (Hatipoğlu vd., 2013).

Turizm işletmeleri, gelir elde etme, istihdam yaratma ve bölgesel ekonomik gelişime katkıda bulunma gibi ekonomik hedeflere sahiptir. Otel, restoran, seyahat acentesi gibi işletmeler, bu hedefleri başarıyla gerçekleştirebilmek için yenilikçi yaklaşımlar geliştirmektedir. Bununla birlikte kültürler arası diyalogu teşvik ederek barış ve anlayış ortamının gelişmesine katkı sağlayan turizm işletmeleri aynı zamanda yerel halkın refah düzeyini artırır ve turistik destinasyonların sosyal yapısının güçlenmesine katkı sağlamaktadır. Turizm işletmelerinin yaklaşımlarından biri de çevre ile bağlantılıdır. Sürdürülebilir turizm anlayışı, işletmelerin çevresel kaynakları korunmasını ve bu kaynakların gelecek nesillere aktarılmasını hedefleyerek bu amaç kapsamında hareketlerini kapsamaktadır. Turizm işletmeleri, faaliyetlerinde bu prensiplere önem vererek çevre dostu uygulamalar geliştirmektedir (Kasim, 2006).

Turizm işletmeleri, çeşitli hizmetleri kapsayan geniş bir faaliyet alanına sahiptir. Bu kapsam, konaklama hizmetlerinden ulaşım, yeme-içme hizmetlerinden rehberlik hizmetlerine kadar uzanmaktadır. Bu kapsamda yer alan işletmelerden biri olan konaklama işletmeleri oteller, pansiyonlar, kamp alanları ve butik

oteller gibi işletmeler, turizm sektörünün çekirdek yapısını oluşturmaktadır. Bu işletmeler, müşterilere rahat ve konforlu bir deneyim sunmayı amaçlamaktadır. Bir diğer işletme olan ulaşım işletmeleri, havayolları, kara yolu taşımacılığı, demir yolları ve deniz yolu taşımacılığı gibi ulaşım sektörü, turizmin gelişiminde kilit bir rol oynamaktadır. Yeme-İçme işletmeleri ise restoranlar, kafeler ve yerel mutfaklara özgü mekanlar ile turistlere benzersiz gastronomik deneyimler sunmaktadır. Bu işletmeler hem yerel ekonomiye katkı sağlamakta hem de kültürel tanıtımı desteklemektedir. Öte yandan profesyonel rehberler ve seyahat acenteleri, turistlere destinasyonlar hakkında bilgi sunarak, unutulmaz bir deneyim yaşamalarına olanak tanımaktadır (Güven, 2018).

Turizm işletmelerinin pek çok açıdan çeşitli öneme sahiptir. Ekonomik, sosyal ve kültürel etkiler, bu sektörün neden kritik bir role sahip olduğunu gözler önüne sermektedir. Turizm işletmeleri, düzgün bir ekonomik planlama ile ulusal gelirde ciddi artış sağlayabilmektedir. Doğrudan ve dolaylı istihdam yaratımı, bu katkının önemli bir bileşenidir. Farklı kültürlerin bir araya gelmesine ve bu kültürlerin daha geniş bir alanda tanınmasına olanak tanıyan turizm işletmeleri bu etkileşimde bir ara bulucu olarak hizmet vermektedir. Özellikle gelişmekte olan bölgelerde altyapı yatırımlarının artmasına ve yerel halkın ekonomik durumunun iyileşmesine katkıda bulunmaktadır (Calero & Turner, 2020).

Turizm sektörü, dünyanın önde gelen ekonomik ve sosyal güçlerinden biridir. Hem dünya genelinde hem de Türkiye'de önemli bir potansiyele sahip olan bu sektör, bünyesinde yer alan işletmeler ile ekonomik kalkınma, istihdam ve kültürel etkileşime katkı sağlamaktadır. Bu büyüme başarılı bir şekilde gelip ve sürdürülebilir bir şekilde devam ederek, sadece turizm işletmeleri için değil, tüm toplumlar için faydalı olacaktır. Turizm, insanların bir araya gelmesiyle, kültürlerarası dinamikleri güçlendirerek, ekonomik büyümeyi destekleyen bir güç olarak varlığını ifade etmektedir. Bu gücün doğru şekilde kaydedilmesi, sürekli ve sürdürülebilir turizm işletmelerinin varlığı ile gerçekleştirilmektedir (Reinhold vd., 2017).

Turizm işletmeleri hem ekonomik hem de sosyal yönden büyük öneme sahiptir. Bu işletmelerin başarılı bir şekilde faaliyet göstermesi, sadece bireysel kazancı değil, aynı zamanda toplumsal refahı da artırır. Ancak, bu başarının sürdürülebilir olması için çevresel ve sosyal sorumlulukların dikkate alınması gerekmektedir. Gelecekte, turizm işletmelerinin teknolojik yeniliklerden daha fazla yararlanarak, müşteri memnuniyetini ve hizmet kalitesini artırması beklenmektedir.

3. YÖNTEM

3.1.Araştırma Modeli

Turizm alandaki bütün anahtar kelimeleri değerlendirmek dergilerin elektronik baskılarının artması ile imkânsız hale gelmiştir. Turizmin çok disiplinli yapısı da aramaları ve arama sonuçlarının değerlendirmesini daha da zorlaştırmaktadır. Ancak ilişkili birkaç anahtar kelimenin veri tabanlarından araştırılıp değerlendirilmesi nispeten daha faydalı ve anlamlı sonuçlar verebilmektedir. Bu sebeple araştırma nitel araştırma yöntemlerinden biri olan doküman incelemesi ile gerçekleştirilmiştir. Çalışmanın amacı Web of Science'de, turizm alanında "organizational commitment" (örgütsel bağlılık), "motivation" (motivasyon) ve "job satisfaction" (iş tatmini) konularını içeren akademik makalelerle ilgili bir bibliyometrik bir veri analizi sunmaktadır. Bibliyometrik analiz VOSviewer araçları kullanılarak elde edilmiştir. Belirli bir uygulayıcı ve akademisyen topluluğunun sanat durumunu, ilişkilerini, fırsatlarını ve ana oyuncularını ana hatlarıyla belirtmek, araştırma bilgilerini, mekanları, temaları ve yazarlar ile kurumlar arasındaki ilişkileri birbirine bağlayan bir harita gerektirir (Arruda, 2022). VOSviewer, ağ verilerine dayalı haritalar oluşturmak ve keşfetmek için bir yazılım aracıdır (Van Eck & Waltman, 2011). VOSviewer, ortak yazarlığı, atıfları, bibliyografik eşleşmeyi ve ortak atıf bağlantılarını incelemektedir.

3.2.Evren ve Örneklem

Araştırma verileri WoS veri tabanında yer alan 1970-2025 yıllarını kapsayan "organizational commitment" (örgütsel bağlılık), "motivation" (motivasyon) ve "job satisfaction" (iş tatmini) konularını içeren makale türü dokümanlardan elde edilmiştir. Bu konuların "turizm" ile ilişkili olduğu hedeflenmiştir. Ancak makale dışında kalan kitap bölümleri, kitap, editöryal mektup, konferans bildirileri vb. çalışma türü dokümanlar çalışma alanı dışında bırakılmıştır. Araştırma sonunda 7.191 makale olduğu tespit edilmiştir. Bibliyometrik çalışmalarda Social Science Citation Index (SSCI), Social Citation Index Expanded (SCI-Expanded) ve Art & Humanities Citation Index (A & HCI) uluslararası atıf indeksleri olarak kabul edilmektedir.

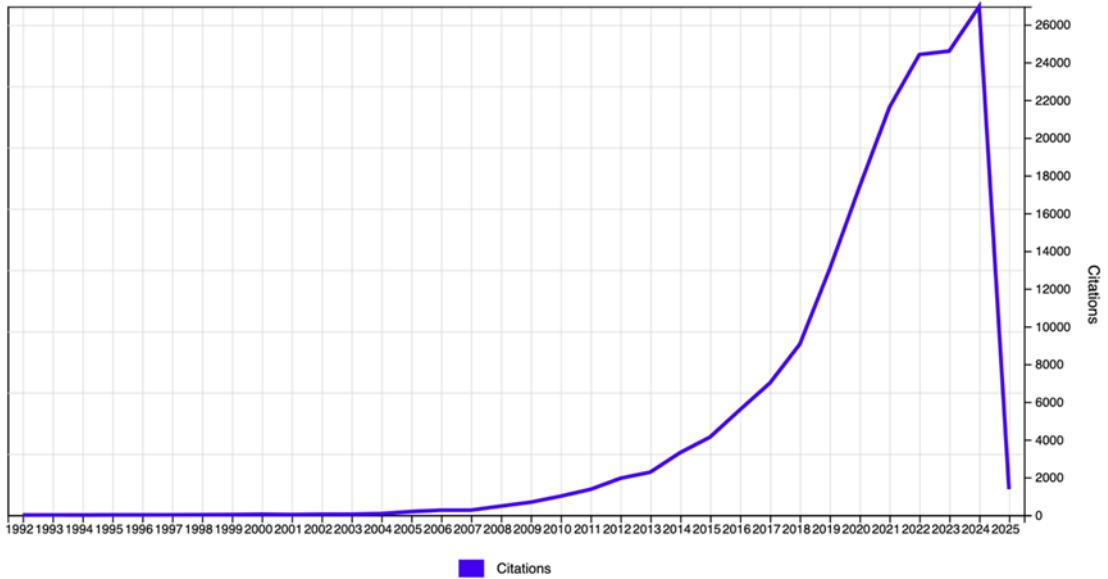
3.3. Veri Toplama Aracı

Araştırma verileri WoS veri tabanında yer alan 1970-2025 yıllarını kapsayan "organizational commitment" (örgütsel bağlılık), "motivation" (motivasyon) ve "job satisfaction" (iş tatmini) konularını içeren makale türü dokümanlardan elde edilmiştir. Tüm çalışmaları okumak ve değerlendirmek zor olduğu için, bibliyometrik değerlendirmeye uygun bir yazılım programı kullanılmıştır. Analiz için VOS görüntüleyici programı (Sürüm 1.6.18) kullanıldı. WOS'tan gelen arama sonuçları VOS görüntüleyici yazılımına aktarılmıştır. WOS sayfasındaki gereksinimleri karşılayan belgelere ilişkin bilgiler metin biçiminde dışa aktarılmaya uygun hale getirilmiştir. Dışa aktarılan çalışmalar yayın yılı, yazar, kuruluş, üniversite, anahtar sözcükler, özet ve atıf sayısı yer almaktadır. Çalışmada eş yazarlık, ortak anahtar sözcükler, standart atıf, ortak atıf, üniversite ve ülke temaları analiz edilmiştir. Çalışmada hiçbir dil kısıtlamasına gidilmemiştir. Ayrıca tema kısıtlaması da yapılmamıştır ve bunun sebebi örgütsel bağlılık, motivasyon ve iş tatmini gibi konuların turizmle birlikte başka disiplinleri de kapsayan genel konular içerebildiği göz önünde bulundurulmuştur. Web of Science'da taranan bütün dergiler çalışmaya dahil edilmiştir. Verilerin analizinden önce, WoS'un "tam kayıt ve atıf yapılan referansları" ile .txt biçiminde "düz metin" dosyaları olarak kaydedilmiştir. Toplam 7.191 yayın, bu çalışma için bir veri kümesi oluşturulmuştur. Veri kümesinin anlamlı hale getirilebilmesi için bibliyometrik analiz tercih edilmiştir.

3.4. Verilerin Analizi

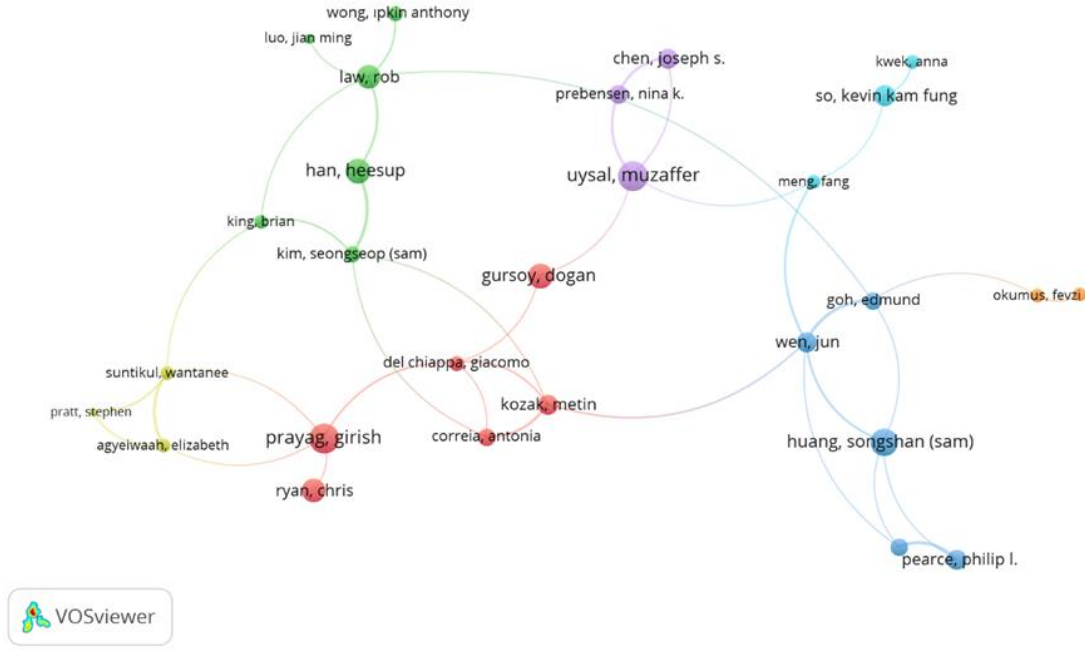
Araştırma kapsamında taranan makalelere ilişkin bulguların elde edilmesi ve analizinde VOS görüntüleyici programı (Sürüm 1.6.18) kullanılmıştır. WOS'tan gelen arama sonuçları VOS görüntüleyici yazılımına aktarılmıştır. Örgütsel bağlılık "organizational commitment", Motivasyon "motivation" (motivasyon) ve İş tatmini "job satisfaction" kavramları kapsamında gerçekleştirilen bibliyometrik analizi atıf, yazar, yıl, ülke, üniversite, anahtar kelimeler gibi temalar kapsamında incelenmiştir.

4. BULGULAR



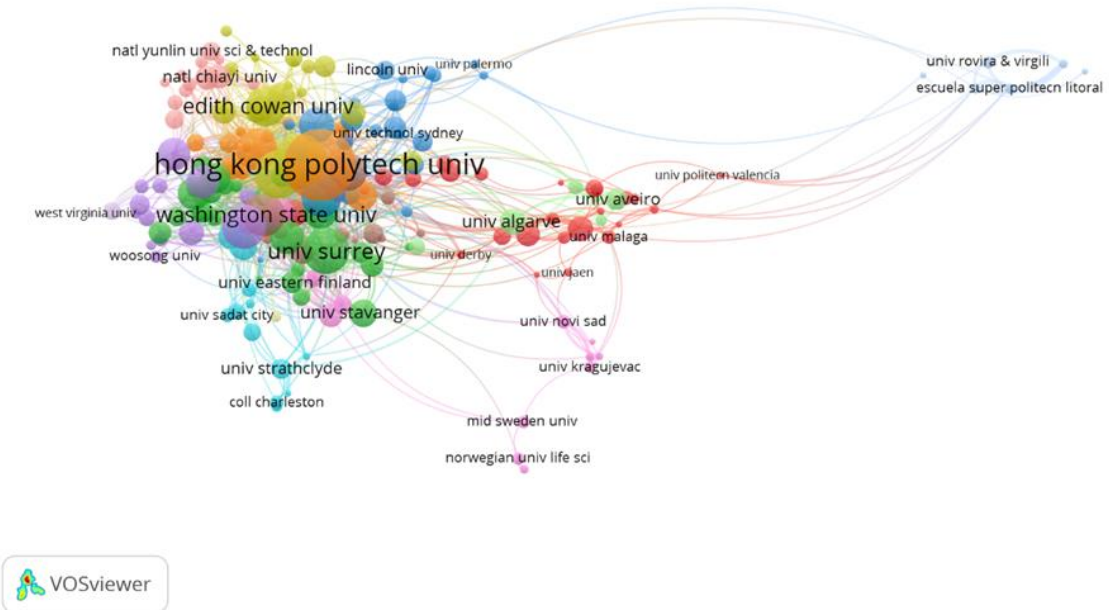
Şekil 1. Web of Science'dan indirilen arama terimlerinin zaman içinde atıf alma süreleri ve yayınlanmaları.

Grafik, yıllara göre atıf (citation) sayılarını göstermektedir. 1992-2010 yılları arasında atıf sayıları oldukça düşük ve neredeyse sabit. 2010'dan sonra kademeli bir artış başlamaktadır. 2017'den itibaren belirgin bir yükseliş trendi görülmektedir. 2019-2023 yılları arasında atıf sayıları hızla artarak 26.000'e kadar çıkmaktadır. 2025 yılında keskin bir düşüş gözlemleniyor ancak bu yılın yeni başlamış olması ile açıklanabilmektedir.



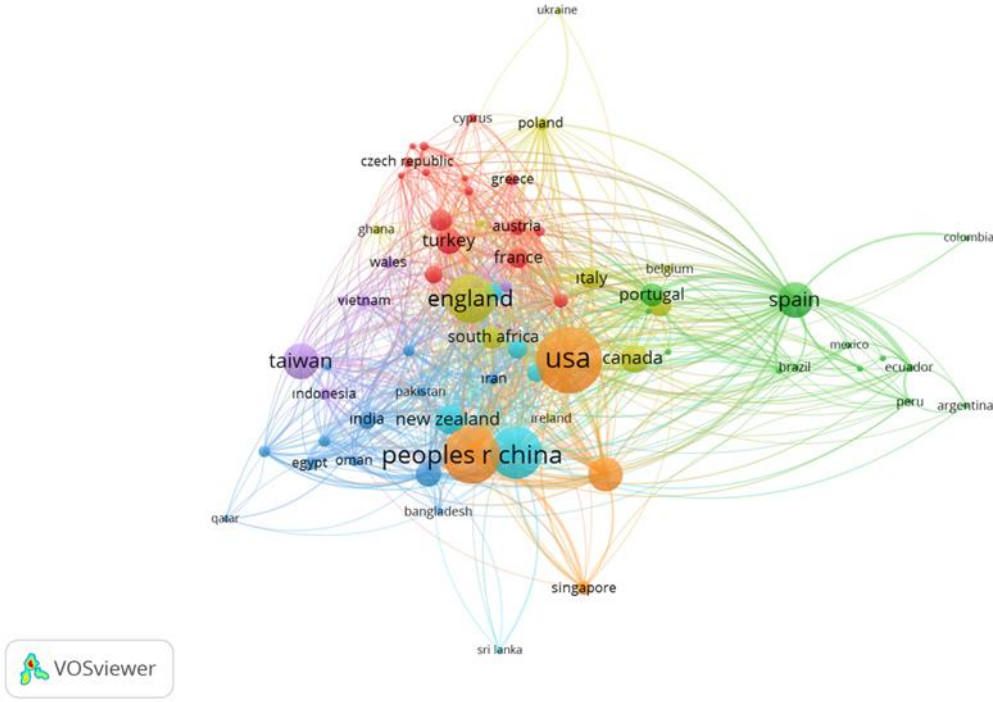
Şekil 2. En az on atıfı ve on makalesi olan yazarların atıf haritası.

Şekil 2’de 7047 makalenin bütün verileri VOSviewer’a aktarılmış ve yazarların makale ve atıf sayılarına göre yukardaki harita oluşturulmuştur. Haritada en az 10 makalesi olan ve bu makaleleri toplamda en az 10 atıf almış bağlantılı veya bağlantısız 58 yazar seçilerek oluşturulmuştur. Yuvarlakların büyüklüğü atıf sayısına göre değişmektedir. En çok atıf almış ilk on yazar ise şöyledir. Prayag, Girish 23makale ve 1799 atıfla atıf oranı bakımından ilk sıradadır. Uysal, Muzaffer 18 makale, 1794 atıfla ikinci sıradadır. Ardından Huang, Songshan (sam), 25 makale, 1554 atıfa, Han, Heesup, 26 makale, 1251 atıfa, Gursoy, Doğan 15 makale, 1219 atıfa, Law, Rob 34 makale, 1138 atıfa ve Ryan, Chris12 makale,1121 atıfa sahiptir. Haritadaki diğer yazarların atıf sayısı 1000’den azdır. Çalışmalardaki toplam yazar sayısı ise 12524’tür.



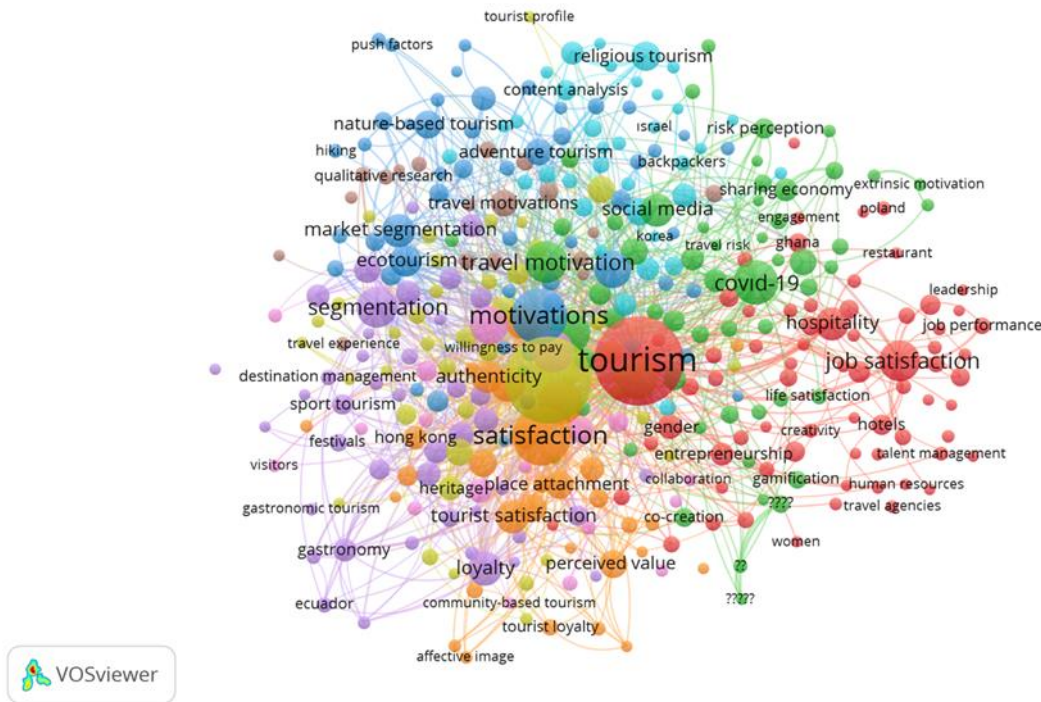
Şekil 3. En az on atıf ve on makale ile katkı sağlayan kuruluşların haritası.

Şekil 3'te en az on makale ve on atıfla katkı sunan kuruluşların haritasına yer verilmiştir. Turizm alanında "organizational commitment" (örgütsel bağlılık), "motivation" (motivasyon) ve "job satisfaction" (iş tatmini) konularını içeren akademik makalelerin yazarlarının bağlı bulunduğu kuruluş sayısı 4123'tür. 4123 kuruluşun bir haritada açıkça verilmesi zordur. Daha anlaşılır ve sınıflandırılabilir olabilmesi için sınırlandırmaya gidilmiştir. En az on makale ve on atıfla katkı sağlayan kuruluş sayısı 205 olarak tespit edilmiştir. Şekil 3'te bağ haritasında yuvarlakların büyüklüğü katılıma göre değişmektedir. Hong Kong Polytech Univ 240 makale ve 8645 atıfla ilk sırada yer almaktadır. Ardından Griffith Univ 112 makale, 4696 atıfla ikinci sırada gelmektedir. Univ Queensland 82 çalışma ve 3921 atıf, Univ Surrey 55 makale ve 3728 atıf, Kyung Hee Univ 84 çalışma ve 3359 atıf ile katkı sağlayan diğer kuruluşlardır.



Şekil 4. En az on makale ve on atıf ile katkı sunan ülkeler.

Şekil 4'te en çok katkı sunan ülkelerin haritasına yer verilmiştir. Harita oluşturulurken en az makale ve on atıf sınırlandırmasına gidilmiştir. Turizm alanında "organizational commitment" (örgütsel bağlılık), "motivation" (motivasyon) ve "job satisfaction" (iş tatmini) konularını içeren akademik makalelere katkı sunan 128 ülke olmasına rağmen bu sınırlama ile ülke sayısı 70'e inmiştir. Haritada ülkeleri temsil eden yuvarlakların büyüklükleri atıf sayısına göre ayarlanmıştır. Bu haritaya göre en çok katkı sağlayan ülke 31585 atıf ile USA'dır. USA'nın ilgili konuyla ilgili makale sayısı ise 914'tür. USA'yı Çin (23716 atıf) takip etmektedir.



Şekil 5. Anahtar kelime yoğunluk haritası.

Şekil 5'te makalelerde en çok kullanılan anahtar kelimelere yer verilmiştir. Makalelerde toplam 14638 anahtar kelime tespit edilmiştir. En az on defa tekrar edilen anahtar kelime sayısı 368'dir. 554 kez tekrar edilerek ilk sırayı alan anahtar kelime turizmdir. Motivation 525, satisfaction 239, motivations 226 kez tekrar edilmiştir. 119 tekrarla job satisfaction anahtar kelimesi onuncu sırada yer almıştır. Mativation, motivations gibi anahtar kelimelerin dışında tourism motivation anahtar kelimesinin de 127 kez tekrar edilmiş olması dikkat çekici bir bulgudur.

5. SONUÇ VE TARTIŞMA

Turizm sektörü, birçok insana iş imkânı sağlayan dinamik bir sektördür. Bu nedenle, sektörde çalışan bireylerin motivasyonu, iş tatmini ve örgütsel bağlılığı, sektörün geleceği açısından büyük bir önem taşımaktadır. Çalışan motivasyonunun artırılması, iş tatmininin sağlanması ve örgütsel bağlılığın güçlendirilmesi hem işletmelerin başarısı hem de müşteri memnuniyeti açısından kritik unsurlardır. Bu bağlamda, turizm işletmeleri, çalışanlarına motivasyon, örgütsel bağlılık ve iş tatminine yönelik etkili stratejileri geliştirerek sektörün sürdürülebilirliğini sağlamalıdır (Vinh vd, 2022). Bu durumun sağlanabilmesi için, çalışanların ihtiyaçlarını ve tavsiyelerini dikkate alarak insan kaynakları yönetimi stratejilerinin sürekli güncellenmesi gerekmektedir. Çalışan becerilerinin geliştiği ve desteklendiği işletmelerde kariyer ilerlemeleri olumlu yönde etkilenmektedir. Bu tür uygulamalar, çalışanların işletmelerine verdikleri güveni artırarak uzun vadeli bağlılıklarını güçlendirmektedir (Neuman vd., 1980).

Öte yandan turizm sektöründeki çalışanların uzun vadeli bağlılığını sağlamak için, çalışanların kapsamı artırılacak politikaların iyileştirilmesi beklenmektedir. Bu doğrultuda, adil ücretlendirme sistemlerine, esnek çalışma saatlerine, kariyer gelişim fırsatlarına ve iş-yaşam dağılımını destekleyen uygulamalara önem verilmektedir. Çalışanların değerli hissetmeleri ve işlerine anlam katmaları, motivasyonlarını artırarak işletmeye olan bağlılıklarını güçlendirecektir (Lee ve Bruvold, 2003). Bunun yanı sıra, etkili yönetim ve güçlü bir kurum kültürü, çalışan bağlılığı ve iş tatminini arttırmada kilit rol oynamaktadır. Çalışanların karar alma sürecine dahil edilmesi, açık ve şeffaf bir iletişim ortamının çeşitliliği, işletmeye olan güvenlerinin pekiştirilmesine katkı sağlamaktadır. Aynı zamanda, ekip çalışmasını destekleyen bir iş ortamı, çalışanların motivasyonlarını artırarak ilerlemeye doğrudan katkı sağlamaktadır (Dhar, 2015).

Turizm sektörünün de rekabetin müşteri memnuniyeti odaklı bir yapıya sahip olması, çalışan motivasyonunun ve iş tatmininin sektördeki hizmet kalitesi üzerinde daha da önemli hale gelmesine işaret

etmektedir. Memnun çalışanlar, müşteri deneyimini olumlu yönde etkileyerek marka değerini artırarak rekabet avantajı sağlamaktadır. Bu nedenle, çalışanlarının motivasyonunu sürdürülebilir bir şekilde desteklemesi, uzun ömürlü sektörde başarıyı sağlan önemli unsurlardan biridir. Çalışanlarına değer veren ve destekleyen işletmeler, daha güçlü bir konum elde ederek rekabette öne çıkmaktadır (Sari vd., 2019).

Bu çalışmada turizm sektöründe örgütsel bağlılık, motivasyon ve iş tatmini arasındaki ilişkileri ele alarak bu kavramların işletme başarısı ve sürekliliği üzerindeki etkilerini incelemiştir. Literatür taraması sonucunda, bu üç faktörün birbirini tamamlayan unsurlar olduğu ve işletmelerde başarının sürekliliği açısından kritik öneme sahip olduğu gözlemlenmiştir. Örgütsel bağlılığın yüksek olduğu işletmelerde çalışan motivasyonunun ve iş tatmininin de arttığı, bu durumun işletmelerin verimliliğini ve rekabet gücünü olumlu yönde etkilediği belirlenmiştir. Öte yandan turizm sektörü gibi dinamik ve rekabetin yoğun olduğu bir alanda, motivasyon unsurları önemli bir rol oynamaktadır. Bu bağlamda turizm çalışanlarının iş tatmini ve örgütlerine duydukları bağlılık, müşteri memnuniyetinden işletme verimliliğine kadar geniş bir yelpazede olumlu etkiler yaratmaktadır (Dramicanin vd., 2021).

Yapılan literatür taraması, örgütsel bağlılığın artmasının çalışanların kurumlarıyla olan sadakatlerini ve iş performanslarını olumlu yönde etkilediğini göstermektedir. Meyer ve Allen (1991) tarafından tanımlanan duygusal, devam ve normatif bağlılık bileşenlerinin her biri, özellikle turizm sektörü gibi yoğun insan etkileşimi gerektiren alanlarda kritik rol oynamaktadır. Duygusal bağlılığı yüksek olan çalışanlar, işlerinden daha fazla tatmin duymakta ve iş yerlerinde daha uzun süre kalma eğilimi göstermektedir.

Motivasyon konusunda, içsel ve dışsal motivasyon unsurlarının iş tatmini ile doğrudan ilişkili olduğu görülmüştür. Deci ve Ryan (1985) tarafından ortaya konan öz-belirleme teorisi, çalışan motivasyonunun bireysel kontrol ve bağımsızlıkla desteklendiğinde arttığını ortaya koymaktadır. Bu bağlamda, turizm sektöründe esnek çalışma düzenlemeleri ve çalışanlara yetki devri, motivasyonu artıracak stratejiler arasında yer almaktadır. Aynı zamanda, Herzberg'in (1959) iki faktör teorisi, hijyen faktörleri ve motivatörlerin turizm sektöründeki iş tatmini üzerindeki etkisini vurgulamakta ve iş ortamının iyileştirilmesi gerektiğini ortaya koymaktadır.

Turizm sektöründe iş tatmininin, çalışan verimliliğini ve hizmet kalitesini artırdığı gözlemlenmiştir. Locke (1976) tarafından tanımlanan iş tatmini teorisi, çalışan beklentilerinin gerçekleşmesi durumunda tatmin seviyelerinin arttığını ortaya koymuştur. Özellikle, çalışanların kariyer gelişim olanaklarına erişim sağlamaları, iş yüklerinin düzenlenmesi ve adil ücretlendirme politikaları uygulanması, iş tatmini üzerinde olumlu etkilere sahiptir.

Çalışmanın yöntem bölümünde uygulanan bibliyometrik analiz, turizm alanında örgütsel bağlılık, motivasyon ve iş tatmini konularında yapılan akademik çalışmaların genel bir profilini sunmuştur. Veriler, bu alanlardaki akademik ilginin son yıllarda arttığını ve turizm sektöründe insan kaynaklarının öneminin giderek daha fazla vurgulandığını ortaya koymuştur. Bulgular incelediğinde 1970-2025 yılları arasında 7.191 makale incelenmiş ve en fazla sayıda yazar, kurum ve ülke tespit edilmiştir. Bulgular, bu konuyla ilgili akademik ilginin 2019 yılı sonrasında atıf alma sürecinin hızla arttığını ve özellikle 2019-2023 yılları arasında en yüksek seviyeye ulaştığını göstermektedir. Ardından yazarların makale ve atıf sayıları incelenmiş en çok atıf alan yazarın 23 makale ve 1799 ile Prayag, Grish olduğu ve bu oranı 18 makale ve 1794 atıf ile Uysal, Muzaffer olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Harita incelendiğinde toplam yazar sayısının 12524 olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Turizm alanında örgütsel bağlılık, motivasyon ve iş tatmini konularının yer aldığı makalelerin bağlı bulunduğu 4123 kuruluş olduğu belirlenmiştir. Bu noktada en az on makale ve on atıfı katkı sağlayan kuruluşlar seçilmiştir. Bu doğrultuda . Hong kong Polytech Univ 240 makale ve 8645 atıfı ilk sırada yer alırken Griffith Univ 112 makale, 4696 atıfı ikinci sırada yer almaktadır. Çalışma kapsamında en çok katkı sağlayan ülkeler incelenmiş ve bu inceleme sonucunda USA ve Çin'in en çok katkı sağlayan ülkeler olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Son olarak çalışmalarda en sık kullanılan anahtar kelimeler incelenmiştir. Bunun sonucunda ilk sırada turizm kelimesinin yer aldığı ulaşılmıştır. Motivation ve job satisfaction kelimeleri ise en sık kullanılan anahtar kelimelerin arasında yer almaktadır.

Çalışmanın bulguları, turizm sektöründe çalışanların örgütsel bağlılığını, motivasyonunu ve iş tatminini artırmak için belirli stratejilerin benimsenmesi gerektiğini ortaya koymaktadır. Bu noktada çeşitli öneriler

geliştirilmiştir. Günümüz iş dünyasında başarılı bir yönetim anlayışı, çalışanların motivasyonunu artırma, şeffaf ve kapsamlı liderlik stratejilerini benimsemeyi gerektirmektedir. Yöneticiler, çalışanlarıyla açık ve etkili iletişim kurarak, güven ortamı oluşturmali, karar alma, parçalara ayırıp, onların kuruma yardım etmelerini güçlendirmelidir. Aynı zamanda esnek çalışma modellerinin geliştirilmesi ve kariyer gelişim fırsatlarının geliştirilmesi, çalışanların hem iş-yaşam dengelerini korumalarına hem de uzun süre sağlanan kuruma bağlılıklarını artırmalarına katkı sağlamaktadır. Bu yetenekleri, yapabilecekleri, yeteneklerini geliştirebilecekleri ve kariyerlerinde ilerleyebilecekleri sürdürülebilir bir yapı inşa etmek, kurum içi motivasyonu güçlendirmek adına kritik bir rol oynayacaktır.

Bunun yanı sıra, kişilerin maddi ve manevi olarak tatmini, iş performanslarını doğrudan göstermeleri önemli faktörlerden biridir. Adil ücretlendirme politikaları ve performansa dayalı teşvik sistemleri, çalışanların işlerinin değer artışlarını hissetmelerini sağlarken, kurumsal bağlılığı da artırmaktadır. Aynı şekilde, mesleki gelişimini destekleyen eğitim programlarının, kişilerin bilgi ve yeteneklerinin sürekli olarak güncellenmesini sağlayarak hem bireysel hem de kurumsal üretkenliğe katkı bulunmaktadır. İşletmeler, çalışan büyüme artışı karşılığında düzenli geri bildirim oluşturmali, çalışanların beklentilerini ve ihtiyaçlarını karşılamak için anketler düzenleyerek iş ortamlarını sürekli olarak desteklemeye yönelik stratejiler geliştirmelidir. Bu tür insan odaklı yönetim anlayışları, içerdiği uzun süreli rekabet avantajının elde edilmesine de önemli miktarda katkı sağlayacaktır.

Kaynakça

- Akgündüz, S. (2006). Örgütsel Stres Kaynaklarının Çalışanların İş Tatmini Üzerindeki Etkisi Ve Banka Çalışanları İçin Yapılan Bir Araştırma (Yüksek lisans tezi). Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı.
- Aksoy, C., Şengün, H. İ., & Yılmaz, Y. (2018). Turizm Sektörü Çalışanlarının İş Tatmini Düzeyleri ile Örgütsel Bağlılıkları Arasındaki İlişkinin İncelenmesi: Türkiye'nin Güneydoğu Anadolu Bölgesinde Bir Araştırma. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi (Elektronik)*, 17(65), 356-365.
- Allen, N. J., & Meyer, J. P. (1990). The Measurement and Antecedents of Affective, Continuance, and Normative Commitment to the Organization. *Journal of Occupational Psychology*, 63(1), 1-18.
- Aratuo, D. N., & Etienne, X. L. (2019). Industry Level Analysis of Tourism-Economic Growth in the United States. *Tourism Management*, 70, 333-340.
- Arruda, H., Silva, E. R., Lessa, M., Proença Jr, D., & Bartholo, R. (2022). VOSviewer and bibliometrix. *Journal of the Medical Library Association: JMLA*, 110(3), 392.
- Ayhan, F. (2006). Eğitim Örgütlerinde Öğretmenlerin İş Tatmini ile Okul Yönetiminin Lider Davranış Biçimleri Arasındaki İlişkiler. *Yeditepe Üniversitesi, İstanbul*.
- Bailey, D. E., & Kurland, N. B. (2002). A Review of Telework Research: Findings, New Directions, and Lessons for the Study of Modern Work. *Journal of Organizational Behavior*, 23(4), 383-400.
- Bass, B. M. (1990). From Transactional to Transformational Leadership: Learning to Share the Vision. *Organizational Dynamics*, 18(3), 19-31.
- Biyikbeyi, T. (2019). Benimsenmiş Ulusal Kültürel Değerler Sınıflandırması Bağlamında Panoptikon, Psikolojik Güçlendirme ve İş Tatmini Arasındaki İlişki: Bir Alan Araştırması. Yayınlanmamış doktora tezi, Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi, Kahramanmaraş.
- Calero, C., & Turner, L. W. (2020). Regional Economic Development and tourism: A Literature Review to Highlight Future Directions for Regional Tourism Research. *Tourism Economics*, 26(1), 3-26.
- Canton, H. (2021). World Tourism Organization—UNWTO. In *The Europa Directory of International Organizations 2021* (pp. 393-397). Routledge.
- Cengiz, A. A. (2001). Kişisel özelliklerin Örgütsel Bağlılık Üzerindeki Etkileri Ve Eskişehir'de Sağlık Personeli Üzerine Bir Uygulama (Yüksek Lisans Tezi). Anadolu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı.

- Dann, G. M. (1977). Anomie, Ego-enhancement and Tourism. *Annals of Tourism Research*, 4(4), 184-194.
- Deci, E. L., & Ryan, R. M. (1980). Self-determination Theory: When Mind Mediates Behavior. *The Journal of Mind and Behavior*, 33-43.
- Deci, E. L., & Ryan, R. M. (1985). *Intrinsic Motivation and Self-determination in Human Behavior*. Springer Science & Business Media.
- Dhar, R. L. (2015). Service Quality and the Training of Employees: The Mediating Role of Organizational Commitment. *Tourism management*, 46, 419-430.
- Dinçer, E., & Kart, M. E. (2021). Örgüt Kültürünün Örgütsel Bağlılık Üzerindeki Etkisinde Yetenek Yönetiminin Aracılık Rolünün İncelenmesi. *Aksaray Üniversitesi İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 13(4), 21-42.
- Dramićanin, S., Perić, G., & Pavlović, N. (2021). Job Satisfaction and Organizational Commitment of Employees in Tourism: Serbian Travel Agency Case. *Strategic Management-International Journal of Strategic Management and Decision Support Systems in Strategic Management*, 26(4).
- Düger, Y. S., & Ertaş, A. (2024). Örgütsel Bağlılık: Kavramsal Bir İnceleme. *Güncel İşletmecilik Araştırmaları*-4, 63.
- Ebata, M. (2008). Motivation Factors. In 42nd TESOL Convention in New York: Dream and Reality (p. 21).
- Ergül, H. F. (2005). Motivasyon ve Motivasyon Teknikleri. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 4(14), 67-79.
- Fischer, R. & Mansell, A. (2009). Commitment Across Cultures: A Meta-Analytical Approach. *Journal of International Business Studies*, 40(8), 1339-1358.
- Gagné, M., & Deci, E. L. (2005). Self-determination Theory and Work Motivation. *Journal of Organizational Behavior*, 26(4), 331-362.
- Garcia-Haro, M. A., Martinez-Ruiz, M. P., Martinez-Cañas, R., & Ruiz-Palomino, P. (2021). Benefits of Online Sources of Information in the Tourism Sector: The Key Role of Motivation to Co-Create. *Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research*, 16(6), 2051-2072.
- Güven, Ö. (2018). Paket Tur Kapsamında Sunulan Hizmetlerin Kalitesinin Davranışsal Niyet Üzerine Etkileri: Yurt Dışı Paket Tur Satın Alan Yerli Turistler Üzerinde Bir Araştırma. *MANAS Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 7(2), 657-674.
- Hackman, J. R., & Oldham, G. R. (1976). Motivation Through the Design of Work: Test of a Theory. *Organizational Behavior and Human Performance*, 16(2), 250-279.
- Hatipoğlu, A., Zengin, B., Batman, O., & Şengül, S. (2013). Yöresel Yemeklerin, Kırsal Turizm İşletmeleri Mönülerinde Kullanım Düzeyleri: Gelveri Örneği. *International Journal of Social and Economic Sciences*, 3(1), 06-11.
- Herzberg, F. (1959). *The motivation to work*. John Wiley & Sons.
- Herzberg, F. (2015). Motivation-hygiene Theory. *Organizational behavior* 1, 61-74.
- Hidayah, T., & Tobing, D. S. K. (2018). The Influence of Job Satisfaction, Motivation, and Organizational Commitment to Employee Performance. *International Journal of Scientific & Technology Research*, 7(7), 122-127.
- Hoş, C., & Oksay, A. (2015). Hemşirelerde Örgütsel Bağlılık ile İş Tatmini İlişkisi. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 20(4), 1-24.
- Humphrey, S. E., Nahrgang, J. D., & Morgeson, F. P. (2007). Integrating Motivational, Social, and Contextual Work Design Features: A Meta-analytic Summary and Theoretical Extension of the Work Design Literature. *Journal of Applied Psychology*, 92(5), 1332-1356.
- Judge, T. A., & Klinger, R. (2001). Job Satisfaction: Subjective Well-being at Work. In C. L. Keyes & J. Haidt (Eds.), *Flourishing: Positive Psychology and the Life Well-lived* (pp. 393-413). American Psychological Association.

- Karaca, B. (2001). İş tatmininin örgütsel bağlılık üzerindeki etkisi ve bir uygulama (Yüksek lisans tezi). Pamukkale Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı.
- Karadirek, G. (2020). Örgütsel Adaletin Örgütsel Sonuçlar Üzerindeki Etkilerine Bireyci ve Toplumcu Kültürün Aracılık Rolü: Doğu Karadeniz Üniversiteleri İdari Personeli Üzerinde Bir Araştırma.
- Karakaş, A., & Türkseven, Y. Ç. (2022). Turizm Gelirlerinin Milli Gelir Üzerindeki Etkisi: Akdeniz Havzası Ülkeleri İçin Bir Panel Veri Analizi. İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi, 11(1), 341-356.
- Kasim, A. (2006). The Need for Business Environmental and Social Responsibility in the tourism Industry. International Journal of Hospitality & tourism Administration, 7(1), 1-22.
- Kirkwood, J. (2009). Motivational Factors in a Push-Pull Theory of Entrepreneurship. Gender in Management: An International Journal, 24(5), 346-364.
- Koçoğlu, M., & Terzi, C. (2020). Örgütsel Sinizmin Örgütsel Bağlılık Üzerine Etkisinin İncelenmesi: Hekimlere Yönelik Bir Araştırma. Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi, 9(1), 129-143. <https://doi.org/10.33206/Mjss.487309>
- Kossek, E. E., & Lautsch, B. A. (2018). Work-life Flexibility for Whom? Occupational Status and Work-life Inequality in Upper, Middle, and Lower-level Jobs. Academy of Management Annals, 12(1), 5-36.
- Kudaibergenov, Z., Bolatova, B., Kurmanalina, A., & Balginova, K. (2024). Analyzing the Influence of Hygienic and Motivating Factors on Employee Performance: Insights of University's HRM Practices and Industry Settings. Journal of Eastern European and Central Asian Research, 11(2), 202-217.
- Kurkut, M., & Kayacan, E. (2022). İş Tatmini ile Örgütsel Bağlılık Arasındaki İlişkinin Analizi: Bir Otomotiv Firmasında Alan Araştırması. Journal of Management and Economics Research, 20(1), 464-485.
- Lai, Emily R. "Motivation: A Literature Review." Person Research's Report 6 (2011): 40-41.
- Lee, C. H., & Bruvold, N. T. (2003). Creating Value for Employees: Investment in Employee Development. The International Journal of Human Resource Management, 14(6), 981-1000.
- Locke, E. A. (1976). The Nature and Causes of Job Satisfaction. In M. D. Dunnette (Ed.), Handbook of Industrial and Organizational Psychology (pp. 1297-1349). Rand McNally.
- Maslow, A. H. (1943). A Theory of Human Motivation. Psychological Review Google Schola, 2, 21-28.
- Meyer, J. P., & Allen, N. J. (1991). A Three-Component Conceptualization Of Organizational Commitment. Human Resource Management Review, 1(1), 61-89.
- Meyer, J. P., Stanley, D. J., Herscovitch, L., & Topolnysky, L. (2002). Affective, Continuance, And Normative Commitment To The Organization: A Meta-Analysis of Antecedents, Correlates, and Consequences. Journal of Vocational Behavior, 61(1), 20-52.
- Meyer, J.P. & Allen, N.J. (1997). Commitment in The Workplace: Theory, Research, and Application. Newbury Park, Ca: Sage.
- Mowday, R. T., Steers, R. M., & Porter, L. W. (1982). Employee-Organization Linkages: The Psychology of Commitment, Absenteeism, and Turnover. Academic Press.
- Muwanguzi, E. (2022). Job Satisfaction: A Literature Review. Quest Journals Journal of Research in Humanities and Social Science, 10(10), 165-172.
- N, Demir & Y, İnandı/ Pamukkale Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi, 57, 1-29, 2023
- Nergiz, E., & Yılmaz, F. (2016). Çalışanların İş Tatmininin Performanslarına Etkisi: Atatürk Havalimanı Gümrüksüz Satış İşletmesi Örneği. Kastamonu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 14, 51-79.
- Neuman, Y., Pizam, A., & Reichel, A. (1980). Values as Determinants of Motivation: Tourism and Other Career Choices. Annals of Tourism Research, 7(3), 428-442.

- Parker, S. K. (2014). Beyond Motivation: Job and Work Design for Development, Health, Ambidexterity, and More. *Annual Review of Psychology*, 65, 661-691.
- Pearce, P. L. (2011). Travel Motivation, Benefits and Constraints to Destinations. In Y. Wang & A. Pizam (Eds.), *Destination Marketing and Management: Theories and Applications* (pp. 39-52). Cambridge, UK: CAB International.
- Porter, L. W., Steers, R. M., Mowday, R. T., & Boulian, P. V. (1974). Organizational Commitment, Job Satisfaction, And Turnover Among Psychiatric Technicians. *Journal of Applied Psychology*, 59(5), 603-609.
- Qasim, S., & Sayeed, F. C. (2012). Exploring Factors Affecting Employees Job Satisfaction at Work, *Journal Of Management and Social Sciences*, 8(1):31-39.
- Reinhold, S., Zach, F. J., & Krizaj, D. (2017). Business Models in Tourism: A Review and Research Agenda. *Tourism Review*, 72(4), 462-482.
- Robbins, Sp & Judge, T. (2015). (Çev. Ed. Erdem, İ), *Örgütsel Davranış*, Ankara: Nobel Akademik.
- Ryan, R. M., & Deci, E. L. (2000). Intrinsic and Extrinsic Motivations: Classic Definitions and New Directions. *Contemporary Educational Psychology*, 25(1), 54-67.
- Sabuncuoğlu, E. T. (2007). Eğitim, Örgütsel Bağlılık ve İşten Ayrılma Niyeti Arasındaki
- Sak, M. ve Erkol, G. (2020). Ekolojik Tarım Turizmine Katillerin Beklentileri, Seviyeleri, Tekrar Katılma Niyetleri ve Tavsiye Niyetlerinin Belirlenmesi Üzerine Sinop İlinde Bir Araştırma. *Sinop Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 4 (2), 527-544.
- Sari, N. P. R., Bendesa, I. K. G., & Antara, M. (2019). The Influence of Quality of Work Life on Employees' Performance with Job Satisfaction and Work Motivation as Intervening Variables in Star-rated Hotels in Ubud Tourism Area of Bali. *Journal of Tourism and Hospitality Management*, 7(1), 74-83.
- Skinner, B. F. (1953). Some Contributions of an Experimental Analysis of Behavior to Psychology as a Whole. *American Psychologist*, 8(2), 69.
- Somaskandan, K., Arulandu, S., & Parayitam, S. (2022). A Moderated-Mediation Model Of Individual Learning And Commitment: Part I. *The Learning Organization*, 29(4), 341-356.
- Şimşek, M. Ş., Çelik, A., & Akgemci, T. (2015). *Davranış Bilimlerine Giriş ve Örgütlerde Davranış*. Eğitim Yayınevi.
- Uslu, A., & Baydaş, A. (2021). Algılanan Örgütsel Adaletin Örgütsel Bağlılık, Örgütsel Sinizm ve İş Tatmini Üzerine Etkisi: Trb1 Bölgesi Örneği. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 20(79), 1556-1573. <https://doi.org/10.17755/Esosder.861027>
- Van Eck, N. J., & Waltman, L. (2011). VOSviewer manual. *Manual for VOSviewer version*, 1(0).
- Velde, N. (2021). "Job Satisfaction and Organizational Commitment. A Case Study: Professors and Administrative Staff Of The Al Dar University College".
- Vinh, N. Q., Hien, L. M., & Do, Q. H. (2022). The Relationship Between Transformation Leadership, Job Satisfaction and Employee Motivation in The Tourism Industry. *Administrative Sciences*, 12(4), 161.
- Wang, B., Liu, Y., Qian, J., & Parker, S. K. (2020). Achieving Effective Remote Working During The COVID-19 Pandemic: A Work Design Perspective. *Applied Psychology*, 70(1), 16-59.
- Zeynel, E., & Çarıkçı, İ. H. (2015). Mesleki Motivasyonun, İş Tatmini ve Örgütsel Bağlılık Üzerine Etkisi: Akademisyenler Üzerine Görgül Bir Araştırma. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 20(3), 217-248.