

Seyahat Acentesi İşgörenlerinin Çalıştıkları İşletmelere Yönelik Çevrimiçi Yorumlarının Değerlendirilmesi

Evaluation of Online Comments of Travel Agency Employees Regarding The Businesses Where They Work

Erge TÜR, Balıkesir Üniversitesi, Türkiye, erge_17@hotmail.com

Orcid No:0000-0002-2733-5199

Cihangir TEKLİ, Balıkesir Üniversitesi, Türkiye, cihangirtekli@gmail.com

Orcid No: 0000-0001-7445-6674

Ebru TAZEFİDAN, Pamukkale Üniversitesi, Türkiye, tazefidanebru@gmail.com

Orcid No: 0000-0002-3479-932X

Leyla KILICI, Balıkesir Üniversitesi, Türkiye, kilicileyla@gmail.com

Orcid No: 0000-0002-2491-9172

Barış ERDEM, Balıkesir Üniversitesi, Türkiye, bariserdem@balikesir.edu.tr

Orcid No: 0000-0003-1560-2883

Öz: Bu araştırmada, seyahat acentelerinde çalışan işgörenlerin görev yaptıkları işletmeler hakkında yapmış oldukları çevrimiçi yorumlar içerik analizi yöntemiyle incelenmiştir. Araştırma verileri, 'glassdoor.com' isimli internet sitesinden yapılan 900 adet yorumdan oluşmuştur. Verilerin çözümlenmesinde maxqda nitel veri analizi programından yararlanılmıştır. Araştırmadan elde edilen bulgulara göre, seyahat acentelerinde çalışmakta olan mevcut işgörenlerin eski çalışanlara göre memnuniyet düzeylerinin daha yüksek olduğu; işgörenlerin "çalışma koşulları", "iş arkadaşları", "çalışma kültürü", "kurumsal itibar", "çalışanlara değer algısı", "sosyal olanaklar", "ekonomik kazançlar" ve "diğer" boyutlarında yoğun olarak olumlu yorumlarda bulunduğu; bunun aksine "yönetim/yöneticiler", "kariyer", "maaş" ve "covid-19" boyutlarında ise olumsuz değerlendirmelerin çoğunlukta olduğu tespit edilmiştir.

Anahtar Sözcükler: Turizm, Seyahat Acenteleri, İşgören, Çevrimiçi Yorum

JEL Sınıflandırması: L83, M12, Z30, Z31

Abstract: In this research, the online comments made by the employees working in the travel agencies about the businesses they work for were analyzed by content analysis method. The research data consisted of 900 comments made by employees on the website "glassdoor.com". In the analysis of the data, the maxqda qualitative data analysis program was used. According to the findings obtained from the research, the satisfaction levels of current employees in travel agencies are higher than the former employees. It was determined that the employees made positive comments on the dimensions of "working conditions", "colleagues", "working culture", "corporate reputation", "perception of value to employees", "social opportunities", "economic gains" and "other". On the contrary, negative evaluations were found to be mostly in the dimensions of "management/managers", "career", "salary" and "covid-19".

Keywords: Tourism, Travel Agencies, Employee, Online Comment

JEL Classification: L83, M12, Z30, Z31

Makale Geçmişi / Article History

Başvuru Tarihi / Date of Application : 25 Ekim / October 2022

Kabul Tarihi / Acceptance Date : 19 Ocak / January 2023

© 2023 Journal of Yaşar University. Published by Yaşar University. Journal of Yaşar University is an open access journal.

1. Giriş

Hizmet sektörü, pek çok ülkenin ekonomisi üzerinde yeni istihdam alanları yaratmada baskın bir güç olarak karşımıza çıkmaktadır (Günel, 2009). Hizmet sektörü içinde insan unsurunun büyük öneme sahip olduğu alanlardan biri de turizmdir. İçöz (1991: 15), ekonomideki diğer sektörlerle karşılaştırıldığında turizmin insanlarla çok daha fazla ilgili olduğuna ve turizm arzına anlam kazandırarak talebe yanıt verebilecek duruma getiren en önemli unsurun insan olduğuna vurgu yapmaktadır. Avcıkurt (1994) ise, turizmde yürütülen işlerin büyük kısmının insan emeğine dayalı olmasının, bu sektörde otomasyondan yararlanma olanaklarını sınırlandırdığını öne sürmektedir.

Statista tarafından 29 Haziran 2022 yılında yayınlanan verilere göre, dünya genelinde seyahat ve turizm sektöründe çalışan kişi sayısı Covid-19 salgınından önce 2019 yılında 333 milyon iken, 2020 yılında bu sayı 271 milyona gerilemiş, 2021 yılında ise 289 milyona yükselmiştir. Bu veriler; ulaşım, konaklama, seyahat şirketleri ve yiyecek-içecek hizmetlerini kapsamaktadır (Statista, 2022a). Seyahat işletmeleri perspektifinden bakıldığında ise bu alanda dünya genelinde yaklaşık 196.000 firmanın faaliyet gösterdiği ve bu işletmelerde yaklaşık 1,6 milyon çalışanın istihdam edildiği belirtilmektedir (Statista, 2022b). Türkiye İstatistik Kurumu'nun (TÜİK) 16 Ocak 2023 tarihinde yayınladığı raporda Kasım 2022 itibariyle Türkiye'de sanayi, inşaat ve ticaret-hizmet sektörleri toplamında ücretli çalışan sayısı 14.824.187 kişi olarak açıklanmıştır. Söz konusu rakamın alt sektörlere dağılımına bakıldığında ise, ticaret ve hizmetler sektöründe (ticaret, ulaştırma ve depolama, konaklama ve yiyecek, bilgi ve iletişim, finans ve sigorta faaliyetleri, gayrimenkul, mesleki, bilimsel ve teknik, idari ve destek) 8.149.685 ücretli çalışanın bulunduğu verilere yansımıştır (Türkiye İstatistik Kurumu, 2023). TÜİK'in verilerinde turizm sektörünün tamamını içerecek şekilde doğrudan istihdam edilen işgücü rakamlarına rastlanamamıştır.

Seyahat acenteleri; turizm endüstrisinin pazarlama hizmetlerini sunan bölümünü oluşturan, ürün ve tüketici arasında ilişki kuran veya aracı olarak dağıtım işlevi gören ticari kuruluşlardır (Erdoğan, 2013: 66). Türkiye'de Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın (KTB) verilerine göre 2000 yılında 4077 olan seyahat acentesi sayısı 2019 yılında 11.410'a ulaşmıştır (KTB, 2022). Günümüzde seyahat acentelerinin büyük bir çoğunluğu pazarlamaya ilişkin konulardaki iletişimlerini internet aracılığı ile gerçekleştirmektedir. Başka bir ifadeyle, küresel düzeyde internet yoluyla ulaşılan müşteri kitlesi hızla artarken, turistlerin de turizme ilişkin çevrimiçi hizmet satın alma talepleri çoğalmaktadır (Baloglu ve Pekcan, 2006; Sangpikul, 2010: 107). Bununla birlikte, internet sadece hizmet satın alımında ortaya

çıkılmakta, aynı zamanda son yıllarda çevrimiçi değerlendirme platformları da turizmde birçok kesim tarafından sıklıkla kullanılmaktadır.

Çevrimiçi değerlendirme siteleri, işletmelerinin müşterilerini ve çalışanlarını daha iyi anlamalarına olanak tanıyan ve bu bağlamda zengin bilgiler sağlayan önemli platformlar arasında yer almaktadır (Jung ve Suh, 2019). Bu platformlar geçmişte daha çok tüketici temelli kullanılırken, günümüzde işgörenleri de kapsamı içine almıştır. Başka bir ifadeyle, tüketicilerin satın aldıkları ürünler/hizmetler veya yaşadıkları deneyimler hakkında çevrimiçi yorum yapma eğilimlerine benzer şekilde, son yıllarda işgörenler de görev yaptıkları işletmelerdeki iş deneyimleriyle ilgili görüşlerini bu platformlarda paylaşmaktadırlar (Könsgen vd., 2018). İşgörenler tarafından yapılan bu çevrimiçi paylaşımlar olumlu ve olumsuz yönde olabilmektedir. Özellikle olumsuz yorumların işletmelerin kurumsal itibarına zarar verebileceği ifade edilmektedir (Opitz vd., 2018). Bu nedenle, işgörenlerin bu tür platformlar üzerinden yaptıkları çevrimiçi yorumların analiz edilerek onların memnuniyet düzeylerinin keşfedilmesi, işletmelerin sahip veya yöneticileri için büyük önem arz etmektedir.

Ne var ki, ilgili yazında turizm işletmelerinde çalışan işgörenlerin çevrimiçi yorumlarının incelendiği akademik çalışmaların oldukça sınırlı olduğu dikkati çekmektedir. Az sayıdaki bu çalışmalarda, daha çok otel çalışanlarının çevrimiçi yorumlarının ele alındığı ve söz konusu çalışmaların son birkaç yıl öncesinde gerçekleştirildiği dikkati çekmektedir (Chittiprolu vd., 2020; Çatır, 2021; Shi ve Chen, 2021). Konuyla ilgili olarak yerli yazında turizm sektörü özelinde rastlanabilen tek çalışma ise Çatır (2021) tarafından kaleme alınmış olup, söz konusu çalışmada da yine bir otel işletmesi hakkında işgörenlerin çevrimiçi yorumları incelenmiştir.

Sonuç olarak, ilgili alanyazındaki çevrimiçi yorumların çoğunlukla ve sıklıkla tüketici temelli değerlendirmelere odaklandığı, konuya işgörenlerin yaklaşımının ise ihmal edildiği dikkati çekmiştir. Bu açıdan bakıldığında, tüketim temelli deneyimlerin ötesindeki konuları kapsayan çevrimiçi platformlar, diğer ilgi alanlarının incelenmesi açısından araştırmacılara yeni fırsatlar sunmaktadır. Buradan hareketle bu çalışmada, seyahat acentelerinde çalışan işgörenlerin çevrimiçi yorumlarının incelenmesi amaçlanmıştır. İşgörenler açısından memnuniyetsizlik yaratan örgütsel uygulamaların (çalışma koşulları, kariyer olanakları, ücret ve yan ödemeler vb.) seyahat acentesi yöneticileri tarafından bilinmesi, söz konusu eksiklikler konusunda örgütsel politikaların yeniden gözden geçirilmesine ve bu eksikliklerin düzeltilmesine imkân verebilecektir. Olumlu yorumlar açısından bakıldığında ise, seyahat acentesi yöneticileri, işgörenlerinin bu olumlu yorumlarını dikkate alarak işletme bünyesindeki mevcut uygulamaları daha da iyileştirme yönünde stratejiler

geliştirebileceklerdir. Bu açılardan, seyahat acentelerinde çalışan işgörenlerin çalıştıkları işletmeler hakkında yaptıkları çevrimiçi yorumların, insan kaynakları politikaları ve uygulamaları konusunda seyahat acentesi yöneticilerine bir rehber olabileceği düşünülmektedir. Bu yönleriyle, çalışmadan elde edilen bulguların ilgili yazına katkı sağlaması beklenmektedir.

2. Literatür

Alanyazın incelendiğinde, turizm işletmelerinde çalışan işgörenlerin iş deneyimlerine ilişkin olarak yürütülen birçok akademik çalışmanın mevcut olduğu, bu araştırmalarda genellikle nicel araştırma yönteminin benimsendiği, araştırma verilerinin anket tekniği kullanılarak toplandığı ve çözümlenen veriler sonucunda elde edilen bulguların yorumlandığı görülmüştür (Davras ve Gülmez, 2013; Mokaya vd., 2013; Cömert, 2014; Huang ve Rundle, 2014; Çavuş ve Kaya, 2015; Olcay vd., 2015; Nuraya ve Pratiwi, 2017; Peric vd., 2018; Sari vd., 2019; Trivellas vd., 2021). Bu çalışmaların bazılarında iş tatminine ve işgören performansına etki eden unsurlar şu şekilde belirtilmiştir. Davras ve Gülmez (2013) tarafından yapılan çalışmada, işgörenlerin iş yerine ilişkin memnuniyetini etkileyen faktörler; iş arkadaşları, yönetim tarzı, ek imkânlar, işin doğası, terfi, ücret, ödül ve iletişim olarak saptanmıştır. Cömert (2014) ise yürütmüş olduğu araştırmada, turizm eğitimi alan öğrencilerin sektörde çalışmak istedikleri alanları ve öğrencilerin sektördeki istihdamda cinsiyet ayrımcılığı ile ilgili düşüncelerini belirlemeye çalışmıştır. Çalışma sonucunda, öğrencilerin genellikle kariyer olanakları, maaş ve iş güvencesinden dolayı 4 ve 5 yıldızlı şehir otellerinde çalışmak istedikleri tespit edilmiştir. Çavuş ve Kaya (2015) ise Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi Turizm ve Otelcilik Yüksekokulu'nda lisans eğitimi alan 3. ve 4. sınıf öğrencilerinin kariyer planları ve turizm sektörüne yönelik tutumlarını belirlemeye çalışmışlardır. Araştırmanın bulgularına göre, öğrencilerin çoğunluğunun turizm sektöründe kariyerlerine devam etme ve uzun vadede turizm işletmelerinin üst pozisyonlarında çalışma isteğinde oldukları tespit edilmiştir. Ayrıca, öğrencilerin turizm sektörüne yönelik olumlu bir tutuma sahip oldukları, ancak sektörün genel yapısından kaynaklanan olumsuz durumların da farkında oldukları saptanmıştır. Nuraya ve Prawiti'nin (2017) yaptığı çalışmaya göre, işgörenlerin çalışma ortamının ve aldıkları maaşın, onların motivasyonları üzerinde etkili olduğu ve motivasyonun da iş tatminine önemli ölçüde etki ettiği sonucuna ulaşılmıştır. Sari ve diğerleri (2019) ise yaptıkları çalışmada, iş-yaşam kalitesinin turizmde çalışan işgörenlerin iş tatminini etkilediğini ve bu olgunun çalışanlar için performans artırıcı unsur olduğunu belirtmişlerdir.

Öte yandan, sınırlı da olsa son yıllarda alanyazında işgörenler tarafından yapılan çevrimiçi yorumların incelendiği birtakım çalışmalara da rastlanmaktadır. Bu çalışmaların bazılarında

işgörenlerin çalıştıkları sektör belirtilirken (Stamolampros vd., 2019; Çatır, 2021; Özdemir vd., 2021; Shi ve Chen, 2021), bazı çalışmalarda ise sektör gözetmeksizin ulusal ve uluslararası düzeyde çalışanların, birtakım çevrimiçi platformlarda, görev yaptıkları işletmeler hakkında yaptıkları yorumlar değerlendirilmiştir (Könsgen vd., 2018; Marinescu vd., 2018; Jung ve Suh, 2019; Ahamad 2020).

Könsgen ve diğerleri (2018), işgörenlerin çalıştıkları işletmelere ilişkin görüşlerini paylaştıkları ve Almanya'ya ait ulusal bir çevrimiçi yorum paylaşma platformu olan 'Kununu.de' sitesini incelemişlerdir. Araştırmacılar ilk olarak, sektör belirtmeksizin olumlu veya olumsuz yönde yapılmış toplam 25.827 işgören yorumunu analiz etmişlerdir. Bunun sonucunda, aynı şirkete ait yüksek düzeyde tutarsız yorumların bulunduğunu ve bu nedenle ek çalışmalara ihtiyaç duyulduğunu ifade etmişlerdir. Devamında ise çalışma kapsamında 311 gönüllü katılımcıya anket uygulamışlardır. Araştırma sonucunda, işgörenlerin yaptıkları yorumlardaki yüksek düzeydeki tutarsızlıkların potansiyel adayların işletmeye başvuru yapmaktan kaçınma niyetlerinin artmasına ve işletmede çalışan mevcut işgörenlerin ise işte kalma niyetlerinin azalmasına yol açtığı tespit edilmiştir. Ayrıca, potansiyel işgörenlerin işletmelere yönelik iş başvurusundan kaçınmasında veya işe başvuru yapmada bu yorumların etkili olduğu saptanmıştır.

Marinescu ve diğerleri (2018) ise yaptıkları çalışmada, 2013 yılından 2016 yılına kadar 'glassdoor.com' adresli internet sitesi üzerinden paylaşılmış, Amerika'da çalışan ve farklı sektörlerle ait toplam 188.623 işgören yorumunu incelemişlerdir. Yazarlar çalışmanın sonucunda, çevrimiçi yorumların potansiyel işgören adayları üzerinde etkili olduğuna vurgu yapmışlardır. Ayrıca, yapılan çevrimiçi yorumların, potansiyel işgören adaylarının odaklandıkları işletmeye karşı ön yargılarını önemli ölçüde azaltabileceği ve çalışanların daha bilinçli seçimler yapabileceği sonucuna ulaşmışlardır.

Jung ve Suh (2019), sektör sınıflandırması yapmadan toplamda 35.063 işgörenin çevrimiçi yorumlarını incelemişlerdir. Değerlendirilen yorumlar Güney Kore'ye ait ulusal çevrimiçi bir platform olan 'jobplanet.co.kr' adlı internet sitesinden alınmıştır. Çalışma kapsamında genel iş tatminini etkileyen faktörlerin neler olduğu ve bu faktörlerin yorumlarda yer alan yıldız oranlarına göre nasıl değişiklik gösterdiği belirlenmeye çalışılmıştır. Yazarlar, veri madenciliği yöntemi ile ele aldıkları yorumlarda iş tatminini en çok etkileyen faktörleri; tatil, örgüt kültürü, çalışma yoğunluğu & verimliliği, çalışma saatleri, kendini geliştirme, örgüt politikaları, genel refah, maaş ve insan kaynakları olarak saptamışlardır. Yazarlar çalışmanın sonucunda, iş tatminini etkileyen söz konusu faktörlerin şirketler tarafından göz önünde bulundurulmasını ve gelecekteki işgörenler için büyük öneme sahip olduğunu belirtmişlerdir.

Özdemir ve diğerleri (2021), 'tr.indeed.com' adlı internet sitesi üzerinden işgörenlerin paylaştıkları yorumları incelemişlerdir. Bu kapsamda, farklı sektörlerde (beyaz eşya, yiyecek-içecek, tekstil, telekomünikasyon, market zincirleri) çalışan işgörelere ait 2321 olumlu ve 702 olumsuz yorum değerlendirilmiştir. Yazarlar çalışma kapsamında, iş tatmini faktörlerini belirlemeye ve analiz etmeye yönelik olarak çalışanların çevrimiçi yorumlarının makine öğrenmesine dayalı analizini yapmışlardır. Çalışma sonucunda, çevrimiçi sitede yapılan yorumların insan kaynakları açısından önemli olduğu vurgusu yapılmıştır.

Diğer yandan, literatürde az sayıda olmakla birlikte son zamanlarda turizm işletmelerinde çalışan işgörenlerin çalıştıkları işletmelere ilişkin olarak çevrimiçi platformlarda yaptıkları yorumların incelendiği birtakım çalışmalar da bulunmaktadır. Bu çalışmalar aşağıda özetlenmektedir.

Stamolampros ve diğerleri (2019), Amerika'da turizm ve ağırlama endüstrisinde faaliyet gösteren işletmelerde çalışan işgörenlerin iş tatminini ve işgören devir hızını etkileyen faktörleri belirlemeye çalışmışlardır. Bu amaçla, çevrimiçi bir platform olan 'glassdoor.com' adlı internet sitesi üzerinden işgörenlerin yaptıkları yorumları değerlendirmişlerdir. Çalışmanın sonucunda; mevcut çalışanların memnuniyet düzeylerinin eski çalışanlara göre daha yüksek olduğu, bunun yanı sıra liderlik ve kültürel değerlerde yüksek puanlara sahip firmaların daha yüksek çalışan memnuniyeti sağladığı tespit edilmiştir. Ayrıca, "kariyer olanakları", "ücret ve yan haklar", "üst düzey liderlik", "iş-yaşam dengesi" ve "kültürel değerler" faktörlerinin çalışanların iş tatminini etkilediği; "kariyer olanakları" faktörünün ise işgören devir hızı için önemli olduğu saptanmıştır.

Shi ve Chen (2021) çalışmalarında, 'Indeed.com' adlı internet sitesi üzerinden işgörenlerin yaptıkları olumlu ve olumsuz yorumları değerlendirerek, onların işletmeler hakkındaki genel duygularını ve işe olan memnuniyetlerini etkileyen faktörleri tespit etmeye çalışmışlardır. Çalışmanın sonucunda; lüks (premium) otel sınıfındaki çalışanların, ekonomik otel sınıfındaki işgörelere göre daha olumlu duygulara sahip olduğu saptanmıştır. Ayrıca; işgörenlerin memnuniyet açısından "zorbalık ve etik dışı işler", "örgütsel destek" ve "kariyer gelişimi" gibi faktörlerden etkilendiği, ancak bu faktörlerin işgörenlerin istihdam durumu (mevcut veya eski çalışan) ve otelin türüne göre değişiklik gösterdiği sonucuna ulaşmışlardır.

Son olarak Çatır (2021) ise yaptığı çalışmada, zincir bir otel işletmesinde çalışan işgörenlerin bu işletme hakkında 'glassdoor.com' adlı internet sitesinde yapmış oldukları 6302 yorumu incelemiştir. Yapılan bu yorumlarda, mevcut ve eski çalışanlar arasında memnuniyet açısından farklılık olup olmadığı tespit edilmeye çalışılmıştır. Çalışmanın sonucunda, mevcut işgörenlerin genel olarak eski çalışanlara göre daha fazla memnun

oldukları saptanmıştır. Ayrıca işgörenlerin “çalışma ortamı”, “kariyer fırsatları”, “çalışan avantajı”, “çalışma saati” ve “yetenek geliştirme” gibi konularda memnun oldukları; bunun aksine “yönetim davranışı”, “iş-yaşam dengesi”, “işgören devir hızı” ve “işten ayrılma” gibi konularda ise memnuniyetsizliklerini dile getirdikleri tespit edilmiştir.

Genel bir değerlendirme yapmak gerekirse, alanyazında konuyla ilgili olarak yürütülen akademik çalışmalarda ağırlıklı olarak nicel araştırma yönteminin benimsendiği, ancak son dönemlerde sınırlı da olsa nitel araştırma deseni ile tasarlanan çalışmaların mevcut olduğu dikkati çekmiştir. Diğer bir ifadeyle; işgörenlerin çalıştıkları işletmeler hakkında yaptıkları çevrimiçi yorumların son yıllarda alanyazında yerini aldığı, konunun çeşitli ülkelerde ve farklı sektörlerde çalışan işgörenleri kapsamına alacak şekilde inceleme konusu edildiği, fakat konuyla ilgili olarak turizm işletmeleri özelinde yürütülen akademik çalışmaların halen sınırlı sayıda olduğu görülmüştür. Bu sınırlı çalışmalarda ise otel işletmelerinde çalışan işgörenlerin çevrimiçi yorumları üzerine odaklanıldığı dikkati çekmiştir. Dolayısıyla, diğer turizm işletmelerinde çalışan işgörenlerin de çevrimiçi yorumlarının incelenmesinin literatüre yeni bulgular kazandırabileceği düşünülmüştür.

3. Yöntem

Bu çalışmada, seyahat acentelerinde çalışan işgörenlerin çalıştıkları işletmeler hakkında yapmış oldukları çevrimiçi yorumların incelenmesi amaçlanmıştır. Araştırma verileri ‘glassdoor.com’ isimli internet sayfasından toplanmıştır. Bu çevrimiçi platform Amerika Birleşik Devletleri merkezli olup, 2008 yılında faaliyete geçmiştir (Glassdoor, 2022). Ahamad (2020) ele aldığı çalışmada, ‘glassdoor.com’ isimli internet sitesinde işgörenlerin yorumlarını paylaştığı 600.000 firmanın yer aldığını belirtmiştir. Yazar, bu türden çevrimiçi yorum paylaşma platformlarının iş arayan kişiler için önemli olduğunu ifade etmektedir. Bu çevrimiçi platform, sektör farkı gözetmeksizin birçok işgören yorumunu içermektedir. Çalışma kapsamında, gelir ve işgören sayısı bakımından dünyadaki en büyük üç adet seyahat acentesi belirlenmiş (Travel Weekly, 2022) ve bu seyahat acenteleri hakkında işgörenlerin yaptıkları yorumlar incelenmiştir. Araştırma verileri 15.04.2022-10.05.2022 tarihleri arasında toplanmıştır. Verilerin toplandığı dönemde ‘glassdoor.com’ isimli çevrimiçi platformda, örneklem olarak belirlenen üç seyahat acentesine ait toplam 11.814 yorum yapıldığı tespit edilmiştir. Zaman kısıtı sebebiyle bu 11.814 yorumun tamamını incelemek mümkün olmadığından, örnekleme dâhil edilen üç seyahat acentesinin her birinden 300 yorum olmak üzere toplam 900 adet yorum araştırma kapsamına alınarak incelenmiştir. Dolayısıyla araştırmanın veri tabanı 900 yorumdan oluşmuştur.

Toplanan veriler içerik analizi tekniği ile çözümlenmiş ve bu süreçte maxqda programı kullanılmıştır. Maxqda, aynı pencerede hem görüşme metnini hem de kodları gösteren ve verileri görselleştirme imkânı sunan bir nitel veri analiz programıdır (Taşkın ve Akçay, 2019).

Merriam (aktaran Türkmendağ vd., 2021), içerik analizi tekniğinin kullanıldığı çalışmalarda elde edilen veriler kapsamında kodların gruplandırılabilceğini, bu süreçte sürekli karşılaştırma, benzerlik ve farklılıklar dikkate alınarak verilere ilişkin kategorilerin oluşturulabileceğini belirtmektedir. Bu doğrultuda çalışmamızda, örnekleme oluşturan grubun yorumları incelenirken her bir yorumun içeriğine bakılmış, yorumlarda sıklıkla hangi konu veya kavramlara odaklanıldığı tespit edilmiş, bu konu veya kavramların nicelik açısından bir boyut oluşturabilecek düzeyde olup olamayacağı belirlenmiş ve tüm bu işlemler sonucunda 10 kategori oluşturulmuştur. İncelenen yorumların içerikleri dikkate alınarak bu kategoriler; “çalışma koşulları, ekonomik kazançlar (tazminat, emeklilik, sigorta, ücretli izin, prim, maaş, diğer kazançlar), iş arkadaşları, çalışma kültürü, kariyer, kurumsal/işletme itibarı, çalışanlara değer algısı, sosyal olanaklar, yönetim/yöneticiler, covid-19” olarak adlandırılmıştır.

İşgören yorumlarının incelenmesi sırasında, bazı yorum içeriklerinde birden fazla boyutun kapsamına giren ifadelerin veya kavramların yer aldığı görülmüştür. Bu tür yorumlar değerlendirilirken, yorum içerisindeki ifadelerin veya kavramların hangi boyutların kapsamına girdiği belirlenerek, bu tespite göre maxqda programı üzerinde boyut-yorum eşleştirmesi yapılmıştır. Bu durumun daha iyi anlaşılabilmesi açısından aşağıda bir örnek sunulmuştur.

Örnek Yorum;

“İyi ücretli izin politikası, iyi maaş, arkadaş canlısı iş arkadaşları ve 24x7 vardiya mevcut.”

Örnek yorum incelendiğinde, dört farklı boyuta giren ifadelerin veya kavramların olduğu görülmektedir. “İyi ücretli izin politikası” ve “iyi maaş” ifadeleri “ekonomik kazançlar” ana boyutundaki “ücretli izin” ve “maaş” alt boyutlarının kapsamına girerken; “arkadaş canlısı iş arkadaşları” ifadesi “iş arkadaşları”, “24x7 vardiya mevcut” ifadesi ise “çalışma koşulları” boyutları kapsamında değerlendirilmiştir. Böylece bu örnek yorumdaki ifadeler maxqda programında dört farklı boyut ile ayrı ayrı eşleştirilmiştir.

4. Bulgular ve Tartışma

Çalışmanın bu kısmında, araştırma sonucunda elde edilen bulgular özetlenmekte ve bu bulgular üzerinden bir tartışma yürütülmektedir. Kullanılan veri setine ilişkin betimleyici özellikler Tablo 1’de yer almaktadır.

Tablo 1. Betimleyici Özellikler

<i>Yorum Yapan İşgörenler</i>	<i>f</i>	<i>%</i>
<i>Eski Çalışan</i>	425	47,2
<i>Mevcut Çalışan</i>	475	52,8
<i>Toplam</i>	900	100

Tablo 1’de görüldüğü gibi, örneklemin %52,8’i işletmede hali hazırda çalışmakta olan mevcut işgörenlerden, %47,2’si ise eski çalışanlardan oluşmaktadır. Bu doğrultuda, örneklemini oluşturan grubun dengeli bir dağılım gösterdiği söylenebilir.

Araştırma verilerinin toplandığı çevrimiçi platformda, işgörenlerin çalıştıkları seyahat acentelerine ilişkin memnuniyetlerini 1 ile 5 arasında puanlayabilecekleri (1: en düşük, 5: en yüksek) bir olanak bulunmaktadır. Yorumların içeriklerine geçmeden önce bu puanlamalar incelenmiştir. Benzer çalışmalarda da (Gao vd., 2018; Stamolampros vd., 2019; Çatır, 2021) bu şekilde değerlendirme yapıldığı görülmektedir. Tablo 2’de bu puanlamalara ilişkin bulgular yer almaktadır.

Tablo 2. Memnuniyet Puanları

<i>Eski Çalışan</i>	<i>f</i>	<i>%</i>	<i>Mevcut Çalışan</i>	<i>f</i>	<i>%</i>	<i>Genel</i>	<i>f</i>	<i>%</i>
<i>5 puan</i>	123	29	<i>5 puan</i>	206	43,3	<i>5 puan</i>	329	36,6
<i>4 puan</i>	122	28,7	<i>4 puan</i>	144	30,3	<i>4 puan</i>	266	29,6
<i>3 puan</i>	91	21,4	<i>3 puan</i>	71	15	<i>3 puan</i>	162	18
<i>2 puan</i>	48	11,3	<i>2 puan</i>	25	5,3	<i>2 puan</i>	73	8,1
<i>1 puan</i>	41	9,6	<i>1 puan</i>	29	6,1	<i>1 puan</i>	70	7,7
<i>Toplam</i>	425	100	<i>Toplam</i>	475	100	<i>Toplam</i>	900	100

Tablo 2’deki bulgulardan hareketle, örneklemini oluşturan grubun genel olarak çalıştıkları seyahat acenteleri ile ilgili yaptıkları puanlamalar incelendiğinde, %36,6’sının 5 puan, %29,6’sının ise 4 puan verdiği görülmekte; bu doğrultuda, çalışanların yaklaşık üçte ikisinin, çalıştıkları seyahat acentelerinden memnun oldukları anlaşılmaktadır. 1 ve 2 puan veren çalışanların düşük bir yüzdeye (1 puan: %7,7; 2 puan: %8,1) sahip olduğu görülürken; 3 puan

veren çalışanların temsil ettiği oran %18 olarak belirlenmiştir. Mevcut çalışanlar ile eski çalışanların memnuniyet puanları karşılaştırıldığında ise, mevcut çalışanların memnuniyet oranlarının toplamda daha fazla olduğu dikkati çekmektedir.

Tablo 3'te A, B ve C seyahat acentelerinde görev yapan işgörenlerin olumlu ve olumsuz yorumlarına yönelik bulgular yer almaktadır. Tablo 3'teki tüm boyutlara ve ekonomik kazançlar boyutunun alt boyutlarına ilişkin istatistikler, tablonun altında yorumlanmış, yorumlara ek olarak boyutlara ve alt boyutlara ait birkaç olumlu ve olumsuz yorum örnek oluşturması açısından eklenmiştir.

Tablo 3. Seyahat Acentelerinde Görev Yapan İşgörenlerin Olumlu ve Olumsuz Yorumları

Boyut	Yorum	A	%	B	%	C	%	Genel	%
Yönetim/Yöneticiler	Olumlu Yorum	49	30,7	52	24,9	38	18,5	139	24,1
	Olumsuz Yorum	111	69,3	157	75,1	168	81,6	436	75,8
Çalışma Koşulları	Olumlu Yorum	163	65,2	127	60,5	166	68,6	456	64,9
	Olumsuz Yorum	87	34,8	83	39,5	76	31,4	246	35,1
İş Arkadaşları	Olumlu Yorum	77	91,6	91	96,8	86	91,5	254	93,4
	Olumsuz Yorum	7	8,4	3	3,2	8	8,5	18	6,6
Çalışma Kültürü	Olumlu Yorum	15	62,5	20	95,3	9	81,8	44	78,6
	Olumsuz Yorum	9	37,5	1	4,8	2	18,2	12	21,4
Kariyer	Olumlu Yorum	41	45,5	49	41,5	60	45,9	150	44,3
	Olumsuz Yorum	49	54,5	69	58,5	71	54,2	189	55,8

<i>Kurumsal/İşletme İtibarı</i>	<i>Olumlu Yorum</i>	77	90,6	101	91,0	87	82,1	265	87,7
	<i>Olumsuz Yorum</i>	8	9,4	10	9,0	19	17,9	37	12,2
<i>Çalışanlara Değer Algısı</i>	<i>Olumlu Yorum</i>	26	74,3	31	77,5	14	60,8	71	72,5
	<i>Olumsuz Yorum</i>	9	25,7	9	22,5	9	39,1	27	27,6
<i>Sosyal Olanaklar</i>	<i>Olumlu Yorum</i>	16	66,7	15	93,8	15	100,0	46	83,7
	<i>Olumsuz Yorum</i>	8	33,4	1	6,3	-	-	9	16,4
<i>Covid-19</i>	<i>Olumlu Yorum</i>	1	3,6	-	-	2	13,3	3	4,8
	<i>Olumsuz Yorum</i>	27	96,4	20	100,0	13	86,7	60	95,2
<i>Ekonomik Kazançlar</i>	<i>Olumlu Yorum</i>	72	52,5	72	49,6	60	54,5	204	52,0
	<i>Olumsuz Yorum</i>	65	47,5	73	50,4	50	45,4	188	48,0
<i>Ekonomik Kazançlar Alt Boyutları</i>	<i>Yorumlar</i>	<i>A</i>	<i>%</i>	<i>B</i>	<i>%</i>	<i>C</i>	<i>%</i>	<i>Genel</i>	<i>%</i>
<i>Maaş Alt Boyutu</i>	<i>Olumlu Yorum</i>	44	53,7	25	29,1	38	52,0	107	44,4
	<i>Olumsuz Yorum</i>	38	46,4	61	70,9	35	47,9	134	55,6
<i>Diğer Kazançlar Alt Boyutu</i>	<i>Olumlu Yorum</i>	8	30,7	10	55,6	5	71,5	23	54,9

	<i>Olumsuz Yorum</i>	18	69,2	8	44,5	2	28,6	28	45,1
<i>Ücretli İzin Alt Boyutu</i>	<i>Olumlu Yorum</i>	13	86,6	15	100,0	4	100,0	32	94,1
	<i>Olumsuz Yorum</i>	2	13,4	-	-	-	-	2	5,8
<i>Tazminat Alt Boyutu</i>	<i>Olumlu Yorum</i>	2	40,0	4	80,0	5	29,4	16	59,2
	<i>Olumsuz Yorum</i>	3	60,0	1	20,0	12	70,6	11	40,7
<i>Prim Alt Boyutu</i>	<i>Olumlu Yorum</i>	1	25,0	15	83,3	3	75,0	19	73,1
	<i>Olumsuz Yorum</i>	3	75,0	3	16,7	1	25,0	7	26,9
<i>Emeklilik Alt Boyutu</i>	<i>Olumlu Yorum</i>	3	100,0	1	100,0	1	100,0	5	100,0
	<i>Olumsuz Yorum</i>	-	-	-	-	-	-	-	-
<i>Sigorta Alt Boyutu</i>	<i>Olumlu Yorum</i>	1	50,0	2	100,0	4	100,0	7	87,5
	<i>Olumsuz Yorum</i>	1	50,0	-	-	-	-	1	12,5
<i>Diğer</i>	<i>Olumlu Yorum</i>	73	67,6	182	91,5	140	92,1	395	86,0
	<i>Olumsuz Yorum</i>	35	32,4	17	8,5	12	7,9	64	13,9

Tablo 3'teki bulgular aşağıda özetlenmektedir:

Örnekleme oluşturan grubun “Yönetim/Yöneticiler” boyutu hakkındaki yorumları genel olarak incelendiğinde %75,8 oranında olumsuz yorum içeriğine rastlanmıştır. En yüksek

olumsuz yorum oranının %81,6 ile C acentesine ait olduğu görülmektedir. Olumlu yorumlar incelendiğinde ise, bu boyut kapsamında en fazla olumlu yorumun A acentesi (%30,7) çalışanları tarafından yapıldığı görülmektedir. Bu oran, B acentesi için %24,9 iken C acentesi için ise %18,5 olarak tespit edilmiştir. Özetle, incelenen yorumların yaklaşık dörtte üçünün ‘yönetim ve yöneticiler’ hakkında olumsuz yargılar içerdiği söylenebilir.

Olumlu yorumlara örnek;

“Yönetim, hatalarınız konusunda her zaman arkanızda.”

“Lider, her bir çalışan için çok samimi ve güvenli bir ortam yaratma konusunda çok iyi bir iş çıkarıyor”.

Olumsuz yorumlara örnek;

“Yöneticiler, takım arkadaşlarına zorbalık yapmaktadır”.

“Yöneticilerin gereksiz egoları var. Teoride her şeyi biliyorlar ama pratik olarak zayıflar. Şirket pandemi döneminde çalışanlarını çıkarttı, yeni yatırımlar yapmaya devam etti. Orta düzey yönetimdeyseniz ve kendinizi geliştirip terfi etmek istiyorsanız, iyi bir lider olarak örnek teşkil edecek bir üst yönetici bu şirkette bulamayacaksınız.”

Örnekleme oluşturan grubun “Çalışma Koşulları” boyutu hakkındaki yorumları genel olarak incelendiğinde %64,9 oranında olumlu yorum içeriğine rastlanmıştır. Oranlar birbirine yakın olmakla birlikte C acentesi hakkında yapılan olumlu yorumların oranı (%68,6) diğer iki acenteye göre daha yüksektir. Özetle, incelenen yorumların yaklaşık üçte ikisinin ‘çalışma koşulları’ hakkında olumlu yargılar içerdiği söylenebilir.

Olumlu yorumlara örnek;

“Harika bir iş-yaşam dengesi var. Hafta sonları çalışmanız beklenmiyor.”

“Evden çalışma imkanınız var.”

Olumsuz yorumlara örnek;

“Herkes bitkin ve çok çalışıyor. Günde 15/16 saat çalışıyor ve hala yetişemiyor.”

“Çalışma saatleri çılgıncaydı. Ekibim Cuma'dan Pazartesi'ye kadar çalıştı ve saat programı konusunda hala o kadar esnek değillerdi. Tam bir "normal hafta sonu" tatili geçirmek zordu.”

“İş Arkadaşları” boyutu hakkındaki yorumlar genel olarak incelendiğinde, büyük bir çoğunluğunda (%93,4) olumlu yorum içeriğine rastlanmıştır. Özetle, incelenen yorumların önemli bölümünün ‘iş arkadaşları’ hakkında olumlu yargılar içerdiği söylenebilir.

Olumlu yorumlara örnek;

“Kendini işine adanmış, yetenekli iş arkadaşları.”

"Birkaç teknik beceriye sahip olan birçok arkadaş canlısı meslektaşım yardım etmek istiyor."

Olumsuz yorumlara örnek;

"Takım arkadaşları işi yerine getirme konusunda sorumsuz davranıyor".

"Takımda gruplaşmalar mevcut, iletişim sorunlarına neden oluyor."

"Çalışma Kültürü" boyutu hakkındaki yorumlar genel olarak incelendiğinde, yine çoğunluğunda (%78,6) olumlu yorum içeriğine rastlanmıştır. B acentesi çalışanlarının bu boyuta ilişkin olumlu yorum oranının (%95,3) diğer iki acenteye göre daha fazla olduğu belirlenmiştir. Özetle, incelenen yaklaşık her dört yorumdan üçünün 'çalışma kültürü' hakkında olumlu yargılar içerdiği söylenebilir.

Olumlu yorumlara örnek;

"Büyük şirket ve kültür, pandemi nedeniyle iş seyahatindeki zorluklara rağmen çalışanlara saygılı ve onurlu davrandılar. Müşterilere ve seyahat edenlere özen gösterme konusunda tutkuludurlar."

"Eğlenceli, genç, uluslararası çalışma kültürü".

Olumsuz yorumlara örnek;

"İşletme kültüründe birtakım sorunlar var."

"Bu şirket, toksik bir çalışma kültürüne dönüştürüldü."

"Kariyer" boyutu hakkındaki yorumlar genel olarak incelendiğinde, yarısından çoğunda (%55,8) olumsuz yorum içeriğine rastlanmıştır. Yapılan olumsuz yorumlarda en yüksek oran (%58,5) B acentesine aittir. A acentesi ile C acentesinin olumsuz yorum oranları ise birbirine oldukça yakındır (A=%54,5; C=%54,2). Özetle, incelenen yaklaşık her iki yorumdan birinin 'kariyer' hakkında olumsuz yargılar içerdiği söylenebilir.

Olumlu yorumlara örnek;

"Terfi fırsatı ve kariyer geliştirme desteği var."

"Kariyer inşa etmek için harika bir yer."

Olumsuz yorumlara örnek;

"Şirket içinde terfinin net bir yolu yok."

"Ağırlıklı olarak genel merkezde kariyer geliştirme fırsatları olanaksız."

"Kurumsal/İşletme İtibarı" boyutu hakkındaki yorumlar genel olarak incelendiğinde, büyük çoğunluğunda (%87,7) olumlu yorum içeriğine rastlanmıştır. Üç acente karşılaştırıldığında, en düşük olumlu yorum oranına sahip acentenin %82,1 ile C acentesi olduğu dikkati çekmektedir. A acentesinin genel olumlu yorum oranı %90,6 iken, bu oran B

acentesi için ise %91'dir. Özetle, incelenen yorumların önemli bölümünün 'kurumsal/işletme itibarı' hakkında olumlu yargılar içerdiği söylenebilir.

Olumlu yorumlara örnek;

"Her seviyede misyonu ve değerleri ile yaşayan şirket."

"Çalışmak için harika bir şirket. Bir arkadaşşıma veya meslektaşşıma gönül rahatlığı ile burada çalışmayı tavsiye edebilirim."

Olumsuz yorumlara örnek;

"Bu şirketin çalışmak için güvenilir bir şirket olmadığını söyleyebilirim."

"Kurumsallık maalesef yok."

"Çalışanlara Değer Algısı" boyutu hakkındaki yorumlar genel olarak incelendiğinde, çoğunlukla (%72,5) olumlu yorum içeriğine rastlanmıştır. En yüksek olumlu yorum oranına sahip acentenin %77,5 ile B acentesi olduğu görülmektedir. Özetle, incelenen yaklaşık her dört yorumdan üçünün 'çalışanlara değer algısı' hakkında olumlu yargılar içerdiği söylenebilir.

Olumlu yorumlara örnek;

"Şirketin gerçekten çalışanlarına öncelik verdiğini, onlarla ilgilenmeye çalıştığını hissediyorum."

"Beni sadece bir sayı olarak görmüyorlar. Değerli bir çalışan gibi hissettiriyorlar."

Olumsuz yorumlara örnek;

"İnsanlar çok pasif ve agresif. Birçok insan değerli olduğunu gösterme çabasında. Çünkü şirkette çalışanlara verilen değer düşük. Bu noktada işler gerçekten yolunda gitmiyor."

"Üst düzey yönetici seviyesinin altındaki çalışanlarını umursamıyorlar. İnsanların başarılı olmalarını değil, başarısız olmalarını isterler."

"Sosyal Olanaklar" boyutu hakkındaki yorumlar genel olarak incelendiğinde, yine büyük çoğunluğunda (%83,7) olumlu yorum içeriğine rastlanmıştır. Yapılan olumlu yorumlarda en yüksek oran (%100) C acentesine aittir. Özetle, incelenen yorumların önemli bölümünün 'sosyal olanaklar' hakkında olumlu yargılar içerdiği söylenebilir.

Olumlu yorumlara örnek;

"Çalışanlar için seyahat olanakları ve kapsayıcı sağlık hakları bulunmaktadır."

"Topluma hizmet için katılım teşvik edilmektedir. Sosyal yardım sistemi iyidir."

Olumsuz yorumlara örnek;

"Pahalı ve yetersiz sağlık yardımları."

"Seyahat acentesinde çalışmanıza rağmen yeterli tatil fırsatları sunmuyorlar."

“Covid-19” kapsamında yapılan yorumlar genel olarak incelendiğinde, çoğunlukla (%95,2) olumsuz yorum içeriğine rastlanmıştır. Yapılan olumsuz yorumlarda en yüksek oran (%100) B acentesine aittir. Özetle, incelenen yorumların neredeyse tamamına yakınının ‘covid-19’ hakkında olumsuz yargılar içerdiği söylenebilir.

Olumlu yorumlara örnek;

“Covid-19 döneminde esnek çalışma koşulları bize avantaj sağladı.”

“Pandemi sürecini iyi bir şekilde yönettiler.”

Olumsuz yorumlara örnek;

“Covid-19 sebebiyle işimi kaybettim. Eğer pandemi olmasaydı hala daha orada çalışıyor olurdum.”

“Covid-19 işten çıkarmaları personele zarar verdi ve üzücüydü.”

“Ekonomik kazançlar” boyutu genel anlamda incelendiğinde, olumlu yorum içeriklerinin az da olsa çoğunlukta olduğu görülmektedir (%52). Bu boyut kapsamında, A ve C acentesinin olumlu yorum oranlarının olumsuz yorum oranlarına göre daha yüksek olduğu söylenebilir (A=%52,5; C=54,5). Tablo 3’te görüldüğü gibi, ekonomik kazançlar boyutu yedi alt boyuta ayrılmıştır. Aşağıda bu boyutlar ayrı ayrı incelenmiştir.

“Maaş” alt boyutu incelendiğinde, %55,6 oranında olumsuz yorum içeriğine rastlanmıştır. Bu boyut kapsamında en fazla olumsuz yorumun %70,9 ile B acentesi çalışanları tarafından yapıldığı göze çarpmaktadır. Özetle, incelenen yorumların yarısından çoğunun ‘maaş’ hakkında olumsuz yargılar içerdiği söylenebilir.

Olumlu yorumlara örnek;

“Başlangıç seviyesi bir iş için güzel maaş ödüyorlar.”

“Bölgedeki ortalama maaştan daha yüksek.”

Olumsuz yorumlara örnek;

“Daha az maaş daha çok iş verilir.”

“Yıldan yıla maaş artışları içler acısı.”

“Diğer Kazançlar” alt boyutu incelendiğinde, %54,9 oranında olumlu yorum içeriğine rastlanmıştır. Olumlu yorumların %71,5’i C acentesi, %55,6’sı B acentesi, %30,7’si ise A acentesi çalışanları tarafından yapılmıştır. Özetle, incelenen yorumların yarısından çoğunun ‘diğer kazançlar’ hakkında olumlu yargılar içerdiği söylenebilir.

Olumlu yorumlara örnek;

“Bonuslar diğer işletmelere göre oldukça yeterli.”

“Çalışırken size fazla mesai imkânları sağlanıyor.”

Olumsuz yorumlara örnek;

“Promosyon anlaşmaları yeterli düzeyde değil.

“Hisse senedi verilmiyor”

“Ücretli İzin” alt boyutu incelendiğinde, %94,1 gibi yüksek bir oranda olumlu yorum içeriğine rastlanmıştır. Olumlu yorum oranları karşılaştırıldığında B ve C acentelerinin ön plana çıktığı görülmektedir. Özetle, incelenen yorumların büyük çoğunluğunun ‘ücretli izin’ hakkında olumlu yargılar içerdiği söylenebilir.

Olumlu yorumlara örnek;

“Herhangi bir ABD merkezli işverenin karşısında en iyi ücretli izin imkânını sunarlar.”

“Cömert ücretli izin politikaları”

Olumsuz yorumlara örnek;

“İyi ödeme ancak harika bir izin politikası yok açıkçası.”

“Ücretli izin süresi için çok az esneklik”

“Tazminat” alt boyutu incelendiğinde, %59,2’lik bir oranda olumlu yorum içeriğine rastlanmıştır. Üç acente arasında A ve C acentesi çalışanlarının olumsuz yönde yaptıkları yorumların daha fazla olduğu görülmektedir (A=%60; C=%70,6). Özetle, incelenen yorumların yarısından çoğunun ‘tazminat’ hakkında olumlu yargılar içerdiği söylenebilir.

Olumlu yorumlara örnek;

“Bana, bir süre ayakta kalmama yetecek kadar büyük bir kıdem tazminatı paketi ödendi”.

“Ödenen tazminat harikaydı.”

Olumsuz yorumlara örnek;

“Yönetici düzeyinde bir rolde olmadığınız sürece tazminat eksiktir.”

“Tazminat ödemeleri oldukça düşük.”

“Prim” alt boyutu incelendiğinde, %73,1’lik bir oranda olumlu yorum içeriğine rastlanmıştır. Üç seyahat acentesi arasında yalnızca A acentesi çalışanları tarafından olumsuz yorumların çoğunlukta olduğu görülürken (A=%75), B ve C acentesi çalışanlarının genellikle olumlu yorumlarda buldukları dikkati çekmektedir (B=%83,3; C=%75). Özetle, incelenen yorumların yaklaşık dörtte üçünün ‘prim’ hakkında olumlu yargılar içerdiği söylenebilir.

Olumlu yorumlara örnek;

“Performansa göre prim ödüyorlar.”

“Hafta sonu çalıştığımda prim alıyordum.”

Olumsuz yorumlara örnek;

“Prim ödememek için şirket her türlü fırsatı kullanıyor.”

“Primler zamanında yatmıyor.”

“Emeklilik” alt boyutunda ise, tüm çalışanların olumlu yönde yorum yaptıkları görülmektedir. Söz konusu bulgular kapsamında, emeklilik alt boyutu ile ilgili olarak işgörenlerin olumlu düşünceler taşıdıklarını ifade etmek mümkündür.

Olumlu yorumlara örnek;

“Yeni başlayanlar ve 5-10 yıl sonra emekli olmak isteyenler için iyi.”

“Eğer bu şirketten emekli olduysanız şanslısınız. Olanakları yeterli derecede.”

“Sigorta” alt boyutu incelendiğinde, %87,5’lik bir oranda olumlu yorum içeriğine rastlanmıştır. Bununla birlikte, sadece A acentesinde çalışanların olumlu ve olumsuz yorum oranının eşit olduğu, B ve C acentelerinde çalışanların tamamının ise olumlu yönde yorum yaptığı görülmektedir. Özetle, incelenen yorumların büyük çoğunluğunun ‘sigorta’ hakkında olumlu yargılar içerdiği söylenebilir.

Olumlu yorumlara örnek;

“İnsanlar iyi. Bebek çocuk bakımı, seyahat ödeneği, sağlık sigortası vb. gibi her türlü iyi avantajlar...”

“Evden çalışmak güzel. Sağlık sigortası birçok şeyi kapsıyor.”

Olumsuz yorumlara örnek;

“Tatil zamanı az ve düzensiz, korkunç sağlık sigortası, şirket tüm avantajlarınızı reddediyor.”

“Sağlık sigortası ruh sağlığı sorunlarını kapsamıyor.”

Bu kısımda son olarak, herhangi bir tema altında toplanamayan ve bu nedenle de ‘Diğer’ olarak olarak adlandırılan yorumlar ele alınmıştır. Bu boyut altında, işgörenlerin işletme hakkındaki genel yargılarını içeren ve çoğunlukla “mükemmel avantajlar”, “iyi haklar” gibi yorumlar yer almaktadır. Bu kapsamda %86 oranında olumlu yorum içeriğine rastlanmıştır. Acenteler ayrı ayrı incelendiğinde ise en yüksek olumlu yorum oranının %92,1 ile C acentesine ait olduğu görülmektedir.

Olumlu yorumlara örnek;

“İşletme, çalışanlarına mükemmel avantajlar sunar.”

“Herşey güzel. Beğendim.”

Olumsuz yorumlara örnek;

“Çözülmesi gereken çok fazla problem var.”

“Burada çalışmaktan kaçının.”

Tablo 3’te görüldüğü gibi, en çok yoruma ‘çalışma koşulları’ boyutu kapsamında rastlanmıştır. Bu boyutla ilgili olarak 456’sı olumlu ve 246’sı olumsuz olmak üzere toplam 702 yorum yapılmıştır. En az sayıda yorum ise ‘Sosyal Olanaklar’ boyutundadır. Bu boyutla

ilgili olarak 46'sı olumlu ve 9'u olumsuz olmak üzere toplam 55 yorum yapıldığı tespit edilmiştir. Yine Tablo 3'teki bulgulardan hareketle, en fazla olumlu yoruma (456) çalışma koşulları boyutunda, en fazla olumsuz yoruma (436) ise yönetim/yöneticiler boyutunda rastlandığı söylenebilir.

Araştırma bulgularına yönelik olarak genel bir değerlendirme yapmak gerekirse, çalışanların en fazla çalışma koşulları ile ilgili değerlendirmelerde bulunmaları, işgörenlerin seyahat acentelerinde çalışırken, çalışma ortamı ile ilgili mümkün olan en iyi şartların sağlanması hususunda beklentilerinin olduğunu ve aksi bir durum söz konusu ise bu olumsuzluğun çözümüne yönelik uygulamaların yapılmasını bekledikleri hakkında fikir verebilmektedir. Bununla birlikte, ekonomik kazançlar boyutu ile ilgili olarak en fazla yorumun maaş kapsamında yapılmış olması da, işgörenlerin ekonomik kazanç kaleminde maaş faktörünü ön plana koyduğunu ve bu alt boyuta ilişkin olarak olumsuz yorumların da çoğunlukta olduğu düşünüldüğünde aldıkları ücretin iyileştirilmesine yönelik taleplerinin olduğunu göstermektedir. Ayrıca, en fazla olumsuz yorum içeriğine 'yönetim/yöneticiler' boyutunda rastlanmış olması ise, işgörenlerin çalıştıkları işletmelerde yönetim uygulamalarından ve yöneticilerin davranışlarından fazlaca şikâyetçi olduğu ve bu olumsuzluğun çözümüne yönelik stratejilerin geliştirilmesini bekledikleri sonucunu akla getirmektedir.

Araştırmadan elde edilen bulgulara göre, seyahat acentelerinde mevcut çalışanların memnuniyet düzeylerinin eski çalışanlara göre daha yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bu yöndeki bir bulgu, ilgili alanyazındaki birtakım araştırmaların sonuçlarıyla örtüşmektedir (Stamolampros vd., 2019; Çatır, 2021). Stamolampros ve diğerlerinin (2019) yapmış olduğu çalışmada turizm ve ağırlama endüstrisinde görev yapan mevcut çalışanlar ile eski çalışanların memnuniyet düzeyleri karşılaştırıldığında mevcut çalışanların memnuniyet düzeylerinin daha yüksek olduğu gözlemlenmiştir. Çatır'ın (2021) yapmış olduğu çalışmada ise, zincir otel işletmesinde görev yapan mevcut çalışanların, eski çalışanlara göre memnuniyet düzeylerinin daha yüksek olduğu saptanmıştır.

Diğer yandan, araştırma kapsamındaki seyahat acentelerinde görev yapan işgörenlerin, kariyer ile ilgili olumsuz yorumlarının fazlaca olduğu görülmektedir. Buna göre, işgörenlerin görev yaptıkları işletmelerde kariyer anlamında beklentilerinin karşılanmadığı hususunda bir düşünceye sahip olduklarını ve bunu yorumlarda olumsuz bir bakış açısıyla dile getirdiklerini ifade etmek mümkündür. Buna karşın, Çatır'ın (2021) yapmış olduğu çalışmada, zincir bir otel işletmesinde çalışan personelin kariyer fırsatları özelinde genelde olumlu yorumlarda buldukları sonucuna ulaşılmıştır. Buradan hareketle, seyahat acentelerinde ya da herhangi

bir zincir otel işletmesinde çalışmanın, kariyer anlamında işgörelere farklı fırsatlar sunmasının muhtemel olduğu ve bu durum neticesinde söz konusu iki farklı turizm işletmesinde görev yapan işgörelerin kariyer özelinde çevrimiçi yorumlarının olumlu veya olumsuz olarak farklılaştığını ifade etmek mümkündür.

Diğer yandan, yöneticiler ile ilgili olumsuz yorumların fazlalığı dikkati çekmektedir. Yorumların içeriklerine bakıldığında işgörelenler genel olarak; yöneticilerin egosundan, liderlik özelliğinin yetersizliğinden, eleştirilere karşı olgun tavır sergilememelerinden şikâyetçi olmuşlardır. Bu durum, işgörelenlerin yöneticilere karşı güven duygusunun zedelenmesine yol açabilmektedir. Buna benzer şekilde Çatır (2021) tarafından zincir bir otel işletmesinde, Türkay (2015) tarafından ise seyahat acentelerinde yapılan bir çalışmada, işgörelenlerin, yönetim/yönetici davranışı açısından çoğunlukla memnuniyetsizliklerini dile getirdikleri saptanmıştır.

Araştırma kapsamında olumsuz yorumlar özelinde dikkati çeken bir diğer önemli unsur ise Covid-19 boyutu ile ilgilidir. Bu boyutla ilgili yorumlar incelendiğinde işgörelenlerin genellikle işlerini kaybetmelerinden yakındıkları ve işten çıkarmaların işgörelenlere zarar verdiği yönünde değerlendirmeler mevcuttur. Bu bulguya benzer şekilde Gümüş ve Belber (2021) tarafından 30 kişilik bir örneklem grubu üzerinde yapılan bir çalışmada, geçimini tamamen butik otel işletmesinde çalışarak sağlayan işgörelenlerin pandemi sürecinde işsiz kalmalarının ciddi boyutta ekonomik kayıplar yaşamalarına neden olduğu tespit edilmiştir. Şenbayram (2022) ise 910 örneklem üzerinde yürütmüş olduğu çalışmada, Covid-19 pandemisinin neden olduğu kriz ortamıyla birlikte işgörelenlerin büyük çoğunluğunun iş veya işyeri değiştirmek zorunda kaldığını, ücretlerinin önemli oranda düştüğünü, geçim stresi yaşadıklarını ve gelecek kaygısı içinde olduklarını saptamıştır. Buradan hareketle, seyahat acentesi işgörelenlerinin Covid-19 ile ilgili çevrimiçi yorumları dikkate alındığında, işgörelenlerin dile getirdikleri olumsuz yorumların literatürdeki benzer çalışmaların bulgularıyla örtüştüğünü ve Covid-19 pandemisinin işgörelenler üzerinde olumsuz ekonomik etkilerinin olduğunu ifade etmek mümkündür.

İşgörelenlerin görev yaptıkları işletmeler ile ilgili olarak çevrimiçi platformlarda dile getirdikleri olumlu veya olumsuz yorumlar, iş arayan potansiyel adayların iş yeri seçiminde etkili olabilmektedir. Alanyazında bu durumu destekleyen birtakım çalışmalar yer almaktadır (Könsgen vd., 2018; Marinescu vd., 2018). Könsgen ve diğerlerinin (2018) yapmış oldukları çalışmada, iş arayan kişiler tarafından işletmeye yapılan iş başvurularında, işgörelen yorumlarının etkili olabileceği sonucuna ulaşılmıştır. Bununla birlikte aynı çalışmada, işletmeler için yapılan yorumlardaki yüksek düzeydeki tutarsızlıkların potansiyel adayların

işletmeye iş başvurusu yapmaktan kaçınma niyetlerinin artmasına ve işletmede çalışan mevcut işgörenlerin ise işte kalma niyetlerinin azalmasına yol açtığı saptanmıştır. Buradan hareketle, çalışmamız bağlamında seyahat acentelerinde mevcut çalışanlara veya iş arayan potansiyel adaylara ait tüm kategoriler kapsamında birbirleri ile çelişmekte olan tutarsız yorumların bulunduğu dikkate alındığında, işletmeye karşı güvensizlik duymaları ile birlikte bu durumdan olumsuz bir şekilde etkilenebileceği düşünülebilir. Böyle bir sonuç, örgütsel açıdan olumsuz bir duruma işaret ederken; özellikle potansiyel işgören adayları açısından ise yanlış bir tercihin önlenmesi noktasında faydalı bir durum olarak nitelendirilebilir.

Öte yandan Marinescu ve diğerleri de (2018) yapmış oldukları çalışmada, çevrimiçi platformlarda yapılan yorumların potansiyel işgören adaylarının işletmeye karşı duydukları ön yargıyı önemli ölçüde azaltabileceğini ve bireylerin daha bilinçli seçimler yapabileceğini ifade etmişlerdir. Buradan hareketle, çalışmamız kapsamında seyahat acentelerinde çalışan işgörenlerin “çalışma koşulları”, “iş arkadaşları”, “çalışma kültürü”, “kurumsal itibar”, “çalışanlara değer algısı”, “sosyal olanaklar” ve “ekonomik kazançlar” boyutları kapsamında genel olarak olumlu yorumlarda bulunduğu düşünüldüğünde, söz konusu boyutlar özelindeki kriterleri dikkate alan potansiyel işgören adaylarının, iş yeri seçiminde bahsi geçen seyahat acentelerine karşı pozitif bir bakış açısına sahip olabileceği; bunun aksine “yöneticiler”, “kariyer” ve “maaş” boyutlarında işgörenler tarafından yapılan olumsuz yorumların fazlalığı dikkate alındığında ise, seyahat acentelerine karşı negatif bakış açısına sahip olabileceği şeklinde bir çıkarımda bulunmak mümkündür.

Alanyazındaki bazı çalışmalarda ise iş tatminini etkileyen faktörler incelenmiştir. Literatürdeki bu çalışmaların sonuçları, çalışmamızın bulgularıyla karşılaştırıldığında da birtakım çıkarımlarda bulunulabilir. Örneğin Nuraya ve Prawiti'nin (2017) yaptığı çalışmada, işgörenlerin çalışma ortamının ve aldıkları maaşın onların motivasyonları üzerinde etkili olduğu, motivasyonun da çalışanların iş tatminini önemli ölçüde etkilediği sonucuna ulaşılmıştır. Çalışmamızda ise, seyahat acentelerinde çalışan işgörenler görev yaptıkları işletmelerdeki çalışma koşulları hakkında çoğunlukla olumlu yorumlarda bulunmuşlardır. Buradan hareketle, çalışan motivasyonunun bu kriter özelinde sağlanmış olabileceği, pozitif motivasyona sahip çalışanların da iş tatmininin iyi düzeyde olabileceği çıkarımı yapılabilirken; maaş kriterinde çoğunlukla olumsuz yorumlara rastlanmış olması ise, işgörenlerin bu kriter kapsamında motivasyon kaybına uğrayabileceği ve bunun sonucunda iş tatminsizliği yaşamış olabileceklerini akla getirmektedir. Benzer şekilde Sari ve diğerlerinin (2019) yaptığı çalışmada da iş-yaşam kalitesinin işgörenlerin iş tatminini etkilediği sonucuna ulaşılmıştır. Buna göre, seyahat acentelerinde görev yapan işgörenlerin çevrimiçi

yorumlarında çalışma koşulları kapsamında iş-yaşam dengesine genelde olumlu yönde vurgu yapıldığı göz önünde bulundurulduğunda, bu açıdan da işgörenlerin iş tatmininin sağlanmış olabileceğini ifade etmek mümkündür.

Özetle; çalışmamız kapsamında seyahat acentelerinde görev yapan işgörenlerin çevrimiçi yorumları genel olarak incelendiğinde, “çalışma koşulları”, “iş arkadaşları”, “çalışma kültürü”, “kurumsal itibar”, “çalışanlara değer algısı”, “sosyal olanaklar” ve “ekonomik kazançlar” boyutlarında olumlu yorumların çoğunlukta olması bu boyutlar kapsamında işgörenlerin iş tatmininin sağlandığını; “kariyer”, “yönetim/yöneticiler” “maaş” ve “covid-19” boyutlarında olumsuz yorumların sıkça yer alması ise söz konusu boyutların işgörenlerde iş tatminsizliği oluşturduğunu akla getirmektedir.

5. Sonuç ve Öneriler

Bu çalışmada, seyahat acentelerinde çalışan işgörenlerin görev yaptıkları işletmeler hakkında ‘glassdoor.com’ isimli internet sitesinde yapmış oldukları çevrim içi yorumlar incelenmiştir. Araştırma sonucunda, işgörenlerin “çalışma koşulları”, “iş arkadaşları”, “çalışma kültürü”, “kurumsal itibar”, “çalışanlara değer algısı”, “sosyal olanaklar”, “ekonomik kazançlar” ve “diğer” boyutları özelinde çoğunlukla olumlu yorumlarda buldukları tespit edilmiştir. Örneğin; işgören yorumlarında “esnek çalışma saatleri, iş-yaşam dengesi” gibi unsurlara olumlu anlamda vurgu yapılarak çalışma koşulları boyutunun elverişli düzeyde olmasına çokça vurgu yapılmıştır. Çalışma kapsamında olumlu yorumların sıkça yer aldığı bir başka boyut ise “diğer” boyutu olarak dikkat çekmektedir. Bu boyut altında “mükemmel avantajlar” ve “iyi haklar” gibi genel yargılar yer almaktadır. İşgörenler tarafından yapılan çevrimiçi yorumlarda, seyahat acentelerinde çalışmanın çok fazla avantajı beraberinde getirdiği ve işgörelere sağlanan hakların oldukça çeşitli olduğu şeklinde genel yorumların fazla olduğu görülmüştür. Ekonomik kazançlar boyutu ile ilgili olarak ise özellikle ücretli izin, tazminat, prim, emeklilik, sigorta ve diğer kazançlar gibi alt boyutlar kapsamında işgörenlerin genel olarak olumlu yorumlarda bulunduğu dikkati çekmiştir. Bu durum, işgörenlerin görev yaptıkları işletmelerde bu anlamda memnun olduklarını göstermektedir. Buna karşın; ekonomik kazançlar boyutunun yalnızca “maaş” alt boyutunda daha fazla olumsuz yorum içeriğine rastlanmıştır. Yorumlarda genel olarak, işletmeler tarafından verilen ücrete kıyasla iş yükünün fazla olması ve piyasa standartlarına göre yetersiz düzeyde maaş ödemesinin yapılması gibi sorunlar dile getirilmiştir.

Öte yandan çalışmamızda “yönetim/yöneticiler”, “kariyer” ve “covid-19” boyutlarında çoğunlukla olumsuz yorum içerikleri ile karşılaşmıştır. İşgörenler, yöneticilerin fazla kibir ve egoya sahip olmaları, liderlik anlamında zaafiyet göstermeleri, yönetme kabiliyetlerinin

yetersiz olması ve eleştirilere açık olmamaları gibi negatif yönlere vurgu yaparak “yönetim/yöneticiler” boyutu kapsamında birçok olumsuz yorumda bulunmuşlardır. Bununla birlikte işgörenlerin; terfi, hizmet içi eğitim, kadro imkânları ve gelişim fırsatlarının yetersizliği gibi konulara değinerek kariyer anlamında çoğunlukla olumsuz yorumlarda buldukları dikkati çekmiştir. Buradan hareketle, araştırma kapsamındaki seyahat acentelerinde görev yapan işgörenlerin yöneticilere karşı duyduğu güvenin yetersiz düzeyde olduğu, ayrıca işletmelerin sağladığı kariyer olanaklarında birtakım eksiklikler gözlemledikleri ve bunların yorumlara negatif olarak yansıdığı söylenebilir. Diğer yandan işgörenler, covid-19 ile ilgili değerlendirmelerde bulunurken genellikle seyahat endüstrisinin pandemiden kötü etkilendiğini ve bunun sonucunda işe alımların durdurulup, işten çıkarmaların arttığını, iş istikrarının bozulduğunu, çalışanlar için belirsizlik durumunun hâkim olduğunu ve acentelerin birçok merkezde bulunan ofislerini kapattıklarını ifade etmişlerdir. Buradan hareketle, dünya üzerinde önemli krize neden olan covid-19 pandemisinin seyahat endüstrisinde yarattığı tahribattan hem seyahat acentelerinin hem de işgörenlerin olumsuz yönde etkilendiği anlaşılmaktadır. Bu doğrultuda, seyahat acentelerinin covid-19 pandemisi sürecinde yalnızca müşteri kaybı yaşamadığı, bunun yanında işten çıkarmalarla birlikte işgören kaybı da yaşadığı ve farklı merkezlerdeki ofislerini kapatarak ise prestij kaybına uğradıkları söylenebilir.

Araştırmamızdan elde edilen sonuçlara göre şu öneriler geliştirilmiştir:

- İşgören yorumlarında yöneticilere yönelik eleştiriler dikkate alındığında, seyahat acentelerinde yönetici pozisyonunda görev yapan işgörenlerin dikkatle seçilmesi gerekliliği ortaya çıkmaktadır. Bu durum, işletmenin mevcut nitelikli çalışanlarının elde tutulabilmesini sağlayabileceği gibi, çalışanların tüm potansiyellerini işletme için kullanabileceği bir ortamın yaratılmasında da etkili olacaktır.
- İşgörenlerin eleştiride bulunduğu diğer bir konu kariyerdir. Bu bağlamda seyahat acentesi yöneticilerine; terfi mekanizmalarını ve işgörenlerin kariyer planlamalarını gözden geçirmeleri, işletme içi ve dışı eğitim yöntemleriyle işgörenlerin gelişimlerinin desteklenmesi ve ödüllendirme sistemlerinin kariyer ile ilişkilendirilmesi gibi insan kaynakları yönetimi işlevlerini güçlendirmeleri önerilmektedir.
- Çevrimiçi yorumlarda eleştiri alan diğer bir konu maaştır. Buradan hareketle seyahat acentesi yöneticilerine, ücret ve maaş politikalarını tekrardan gözden geçirmeleri önerilmektedir.
- İşgören yorumlarında şikâyet edilen unsurların işletmeler tarafından dikkate alınması, işgörenlerin iş tatmininin sağlanması noktasında da önem arz etmektedir. İşletmelerin konuyla

ilgili birimleri, işgören yorumlarını veya onların işletme hakkındaki düşüncelerini yakından takip etmeli ve olumsuz tutumları dikkatle incelemelidirler. Bu süreçte işletmelerde özellikle insan kaynakları yöneticilerinin diğer bölüm yöneticileri ile eşgüdümlü hareket etmesi gerekmektedir.

- Alanyazın incelendiğinde “glassdoor.com”, “indeed.com”, “jobplanet.co.kr”, “kununu.de” gibi Amerika, Japonya, Güney Kore ve Almanya merkezli ulusal veya uluslararası düzeyde çevrimiçi işgören yorumlarına yer veren internet sitelerinin yer aldığı görülmektedir. Türkiye’de ise işgörenlerin çalıştıkları işletme ile ilgili değerlendirmelerde bulunabileceği bir çevrimiçi platformun eksikliği dikkat çekmektedir. Bu çalışmanın sonucunda, Türkiye merkezli, uluslararası düzeyde ve işgörenlerin çalıştıkları işletmeler hakkında değerlendirmelerde bulunabileceği bir internet sitesinin kurulması ve aktif hale getirilmesi öneri olarak sunulabilir.

Bu çalışma, araştırma verilerinin toplandığı dönemde ‘glassdoor.com’ isimli internet sitesinde yer alan üç seyahat acentesine ait, mevcut ve eski çalışanlar tarafından yapılan toplam 900 yorum ile sınırlıdır. Daha genellenebilir sonuçlara ulaşabilmek bakımından sonraki araştırmalarda örneklem sayısının artırılması faydalı olacaktır. Diğer yandan bu çalışma, araştırma kapsamındaki seyahat acentelerinde çalışan işgören yorumları ile sınırlıdır. Sonraki araştırmalarda konaklama, yiyecek-içecek ve rekreasyon işletmeleri gibi turizmin diğer alanlarında çalışan işgörenlerin çevrimiçi yorumları da incelenebilir.

KAYNAKÇA

- Ahamad, F. 2020. "Impact of Online Job Search and Job Reviews on Job Decision." *Proceedings of the 13th International Conference on Web Search and Data Mining*, 03-07 February, Houston, USA, 909-910.
- Avcıkurt, C. 1994. "Teknolojik Gelişmeler ve Turizm Sektörü." *Turizm Yıllığı*, Ankara: Kalkınma Bankası Yayınları.
- Baloglu, S., & Pekcan, Y. A. 2006. "The Website Design and Internet Site Marketing Practices of Upscale and Luxury Hotels in Turkey." *Tourism Management* 27:171-176.
- Chittiprolu, V., Singh, S., Bellamkonda, R. S., & Vanka, S. 2020. "A Text Mining Analysis of Online Reviews of Indian Hotel Employees." *Anatolia: An International Journal of Tourism and Hospitality Research* 32(2):232-245.
- Cömert, M. 2014. "Turizm Eğitimi Alan Öğrencilerin Sektörde Çalışmak İstedikleri Alanlar ve Sektördeki İstihdamda Cinsiyet Ayrımcılığıyla İlgili Düşünceleri." *Gazi Üniversitesi Turizm Fakültesi Dergisi* 1:50-62.
- Çatır, O. 2021. "Çevrimiçi Çalışan Yorumlarının İncelenmesi: Zincir Otel Örneği." *Journal of Gastronomy, Hospitality and Travel* 4(2):637-646.
- Çavuş, Ş., & Kaya, A. 2015. "Turizm Lisans Eğitimi Alan Öğrencilerin Kariyer Planları ve Turizm Sektörüne Yönelik Tutumu." *Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi* 4(5):101-117.
- Davras, Ö., & Gülmez, M. 2013. "Otel İşletmelerinde Çalışan Memnuniyetine Etki Eden Faktörler: Kemer-Lara-Belek-Side-Alanya Bölgelerinde Bir Çalışma." *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi* 24(2):167-184.
- Erdoğan, N. 2013. "Seyahat Acenteleri Örneğiyle Turizmde Sürdürülebilirlik: Ekoetiket, Sertifikasyon ve Akreditasyon Programı." *Verimlilik Dergisi* 3:65-92.
- Gao, B., Li, X., Liu, S., & Fang, D. 2018. "How Power Distance Affects Online Hotel Ratings: The Positive Moderating Roles of Hotel Chain and Reviewers' Travel Experience." *Tourism Management* 65:176-186.
- Glassdoor, 2022. "About Us". <https://www.glassdoor.com/about-us/> (Erişim Tarihi: 27.03.2022).
- Gümüş, S. E., & Belber, B. G. 2021. "Covid 19 Salgınının Butik Otel İşgörenleri Üzerindeki Etkisi: Göreme Örneği." *Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi SBE Dergisi* 11(4):2175-2195.
- Günel, Ö. D. 2009. "Turizm Sektöründe Mevsimsellik Sorunu ve Mevsimlik İstihdamın Sektör Çalışanlarının Örgütsel Bağlılıklarına Etkisi: Konaklama İşletmeleri Çalışanlarına Yönelik Bir Araştırma." *Yayımlanmamış Doktora Tezi*, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.
- Huang, Y. T., & Rundle-Thiele S. 2014. "The Moderating Effect of Cultural Congruence on the Internal Marketing Practice and Employee Satisfaction Relationship: An Empirical Examination of Australian and Taiwanese Born Tourism Employees." *Tourism Management* 42:196-206.
- İçöz, O. 1991. "Turizm Sektörünün Gelişmesinde İnsan Unsurunun Önemi." *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi* 2(6):15-18.
- Jung, Y., & Suh, Y. 2019. "Mining the Voice of Employees: A Text Mining Approach to Identifying and Analyzing Job Satisfaction Factors from Online Employee Reviews." *Decision Support Systems* 123:1-12.
- Könsgen, R., Schaarschmidt, M., Ivens, S., & Munzel, A. 2018. "Finding Meaning in Contradiction on Employee Review Sites – Effects of Discrepant Online Reviews on Job Application Intentions." *Journal of Interactive Marketing* 43:165-177.
- KTB, 2022. "Kültür ve Turizm Bakanlığı, Seyahat Acenteleri İstatistikleri." <https://yigm.ktb.gov.tr/Resim/324950.yeni-istatistik-2019jpg.png?0> (Erişim Tarihi: 27.03.2022).
- Marinescu, I., Klein, N., Chamberlain, A., & Smart, M. 2018. "Incentives Can Reduce Bias in Online Reviews." (No. w24372). National Bureau of Economic Research. <https://www.nber.org/papers/w24372> (Erişim Tarihi: 25.03.2022).
- Mokaya, S. O., Musau, J. L., Wagoki, J., & Karanja, K. 2013. "Effects of Organizational Work Conditions on Employee Job Satisfaction in the Hotel Industry in Kenya." *International Journal of Arts and Commerce* 2(2):79-90.
- Nuraya, A. S., & Pratiwi, D. 2017. "The Effect of Work Environment and Salary on Motivation and the Impact on Employee Job Satisfaction in Indonesia Tourism Development Corporation (Persero)." *Jurnal Ilmu Manajemen & Economica* 9(2):122-132.
- Olçay, A., Yıldırım, İ., & Sürme, M. 2015. "Turizm Eğitimi Alan Öğrencilerin Staj Eğitimi Hakkında Görüşleri: Gaziantep İli Örneği." *Yükseköğretim ve Bilim Dergisi* 5(3):324-334.
- Opitz, M., Chaudhri, V., & Wang, Y. 2018. "Employee Social-Mediated Crisis Communication as Opportunity or Threat?" *Corporate Communications: An International Journal* 23(1):66-83.
- Özdemir, A., Onan, A., & Ergene, V. Ç. 2021. "Çalışanların Çevrimiçi Değerlendirmelerinin İş Tatmini Faktörlerini Belirlemeye ve Analiz Etmeye Yönelik Olarak Makine Öğrenmesine Dayalı Analizi." *Avrupa Bilim ve Teknoloji Dergisi* 28:526-530.

- Peric, G., Gasic, M., Stojiljkovic, M., & Nestic, I. 2018. "The Impact of Employee Satisfaction on the Tourist Satisfaction with the Services of Spa Tourism." *Economics of Agriculture* 65(2):617-632.
- Sangpikul, A. 2010. "Marketing Ecotourism Through the Internet: A Case of Ecotourism Business in Thailand." *International Journal of Hospitality & Tourism Administration* 11(2):107-137.
- 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.
- Shi, X.(C)., & Chen, Z. 2021. "Listening to Your Employees: Analyzing Opinions from Online Reviews of Hotel Companies." *International Journal of Contemporary Hospitality Management* 33(6):2091-2116.
- Stamolampros, P., Korfiatis, N., Chalvatzis, K., & Buhalis, D. 2019. "Job Satisfaction and Employee Turnover Determinants in High Contact Services: Insights from Employees' Online Reviews." *Tourism Management* 75:130-147.
- Statista, 2022a. "Number of Travel and Tourism Jobs Worldwide from 2019 to 2021." <https://www.statista.com/statistics/1268465/number-of-travel-and-tourism-jobs> (Erişim Tarihi: 10.07.2022).
- Statista, 2022b. "Key Data on the Travel Agency Sector Worldwide as of August 2021." <https://www.statista.com/statistics/1179124/global> (Erişim Tarihi: 31.08.2022).
- Şenbayram, E. A. 2022. "Covid 19 Pandemisinin Neden Olduğu Kriz Ortamının Çalışan Bireylere Etkilerinin Demografik Özelliklerine Göre Farklılığının Tespitine Yönelik Bir Araştırma." *Econharran Harran Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi* 6(9):12-25.
- Taşkın, M., & Akçay, S. 2019. "Torunlarına Bakan Büyükannelerin Deneyimlerine İlişkin Nitel Bir Araştırma." *Toplum ve Sosyal Hizmet* 30(2):583-606.
- Travel Weekly, 2022. "Power List 2020." <https://www.travelweekly.com/Power-List-2020> (Erişim Tarihi: 20.03.2022).
- Trivellas, P., Dekoulou, P., Polychroniou, P., & Tokakis, V. 2021. "Which Leadership Roles Modify Employee Perceptions of CSR Activities? Job Satisfaction Implications in the Case of the Tourism Industry." *International Journal of Quality and Service Sciences* 13(4):618-636.
- Türkay, O. 2015. "Çalışma Yaşamı Kalitesinin İş Memnuniyeti ve Bağlılık Üzerine Etkileri: Seyahat Acentaları Üzerine Bir Araştırma." *Yönetim ve Ekonomi Dergisi* 22(1):239-256.
- Türkiye İstatistik Kurumu, 2023. "Ücretli Çalışan İstatistikleri - Kasım 2022." <https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Ucretli-Calisan-Istatistikleri-Kasim-2022-49358&dil=1> (Erişim Tarihi: 16.01.2023).
- Türkmendağ, T., Erdem, B., & Akyürek, S. 2021. "Güvenli Turizm Sertifikalı İşletmelerin Profilleri ve Sertifikaya Sahip Konaklama İşletmelerine Yönelik Çevrimiçi Misafir Yorumlarının Değerlendirilmesi." *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi* 5(2):455-476.