



GAZIANTEP UNIVERSITY JOURNAL OF SOCIAL SCIENCES

Journal homepage: <http://dergipark.org.tr/tr/pub/jss>



Araştırma Makalesi • Research Article

Turizm Pazarlaması Alanında Hazırlanmış Lisansüstü Tezlerin Bibliyometrik Profili

Postgraduate Theses Prepared in the Field of Tourism Marketing Bibliometric Profile

Ferdi BİŞKİN^a Çağdaş PEKTAŞ^{b*}

^a Dr. Öğr. Üyesi, Necmettin Erbakan Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği A.B.D., Konya / TÜRKİYE

ORCID: 0000-0002-9864-751X

^b Doktora Öğrencisi, Necmettin Erbakan Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği A.B.D., Konya / TÜRKİYE

ORCID: 0000-0003-0496-0183

MAKALE BİLGİSİ

Makale Geçmişi:

Başvuru tarihi: 19 Ocak 2021

Kabul tarihi: 20 Ağustos 2021

Anahtar Kelimeler:

Bibliyometrik analiz,

Lisansüstü tez,

Turizm,

Turizm pazarlaması

ÖZ

Bu çalışmada, ulusal düzeydeki turizm pazarlaması konulu lisansüstü tezlerin geçmişi ve gelişiminin ortaya konulması amaçlanmıştır. Bu amaç doğrultusunda, Yüksek Öğretim Kurulu Tez Merkezi'nin internet veri tabanında yer alan 1990-2020 yılları arasındaki turizm pazarlaması konulu tezler taranmış ve bibliyometrik analiz tekniğiyle incelenmiştir. Tarama sonucunda 54 teze ulaşılmıştır. Ancak erişim izni olmayan 21 tez çalışmaya dâhil edilmemiş ve çalışma 33 tez üzerinden yürütülmüştür. Çalışma kapsamında, tezlerin düzeyi, üniversitesi, yılı, araştırma yöntemi, örneklem grubu, enstitüsü, ana bilim dalı, danışman akademik düzeyi, anahtar kelime sayısı, kaynakça sayısı, kaynakça türü (yerli/yabancı), sayfa sayısı ve tez konusu gibi parametreler incelenmiştir. Elde edilen veriler, Microsoft Excel programında analiz edilmiş ve frekans ile yüzde dağılımları şeklinde sunulmuştur. Çalışma sonucunda; turizm pazarlaması alanındaki tezlerin daha çok yüksek lisans düzeyinde hazırlandığı ve Gazi Üniversitesi, Anadolu Üniversitesi ve Marmara Üniversitesinde yoğunlaştığı tespit edilmiştir. Tezlerin en çok Sosyal Bilimler Enstitüsü bünyesinde, İşletme Ana bilim dalında ve tüketici davranışları, sosyal medya ve pazarlama sorunları konularında hazırlandığı görülmüştür. Tez danışmanlarının çoğunlukla Dr. Öğr. Üyesi (Yrd. Doç. Dr.) unvanına sahip olduğu, yerli kaynak kullanımının daha fazla olduğu, tez sayılarının 2015 yılından sonra artış gösterdiği, en çok nicel araştırma yönteminin kullanıldığı ve turistler ile yöneticilerin örneklem grubu olarak daha fazla tercih edildiği elde edilen diğer sonuçlardır.

ARTICLE INFO

Article History:

Received January 19, 2021

Accepted August 20, 2021

Keywords:

Bibliometric analysis,

Graduate thesis,

Tourism,

Tourism marketing

ABSTRACT

In this study, it is aimed to reveal the history and development of postgraduate theses on tourism marketing at national level. In line with this purpose, the theses on tourism marketing between 1990-2020 in the internet database of the Higher Education Council Thesis Center were scanned and examined with bibliometric analysis technique. 54 theses were reached as a result of the scanning. However, 21 theses without access permission were not included in the study and the study was conducted over 33 theses. Within the scope of the study, parameters such as the level of theses, university, year, research method, sample group, institute, department, academic level of advisor, number of keywords, number of bibliography, type of bibliography (local / foreign), page number and thesis subject were examined. The obtained data were analyzed in Microsoft Excel program and presented as frequency and percentage distributions. In the results of working; it has been determined that theses in the field of tourism marketing are mostly prepared at the master's level and are concentrated in Gazi University, Anadolu University and Marmara University. It has been observed that the theses are mostly prepared within the Institute of Social Sciences, in the Department of Business Administration and on consumer behavior, social media and marketing problems. Most of the thesis advisors are Assistant Professor (Asst. Prof.) The number of theses increased after 2015, quantitative research method was used the most, and tourists and managers were preferred more as the sample group.

* Sorumlu yazar/Corresponding author.
e-posta: pektascagdas22@gmail.com

EXTENDED ABSTRACT

People travel constantly for different purposes. Every year, millions of people participate in tourism activities by traveling outside the places where they live and maintain their social life, albeit for a short time. In this context, tourism; it is defined as the provision of both income and employment by meeting the needs of people at a different place outside their homes, meeting their needs where they go, meeting their accommodation needs and consuming these needs.

Participation of people in tourism activities with a focus on consumption is very important for tourism stakeholders. The aim of tour operators and tourism stakeholders in the market is to gain profit from the spending of consumers. From this point of view, tourism marketing; it is the presentation of goods and services to be offered to the tourist through intermediaries in a way that creates a value by accurately determining the wishes, intentions and needs of consumers participating in tourism movements.

Studies that examine the bibliometric studies in the scientific field in many countries around the world have increased in recent years. With the increase in the number of academicians doing scientific studies in the field of tourism, it is seen that bibliometric studies in the field of tourism are also preferred more in parallel. It is stated that bibliometric studies in the national literature have improved after 1990. Studies in the field of tourism; food and beverage business, tourism management, travel management, tourism marketing, gastronomy, rural tourism, faith tourism, sustainable tourism and tourism guidance. In addition, the types of these studies are theses, articles, journals and papers.

The subject of tourism marketing is being studied more scientifically and more subject to postgraduate theses. Bibliometric studies in the field of tourism have been increasing in recent years. When the related literature is examined, it has been determined that there are bibliometric studies on different subjects related to tourism and its sub-branches. In this study, it was aimed to determine the bibliometric properties of postgraduate theses on tourism marketing in tourism literature between the years 1990-2020 within the framework of various parameters. Another aim of the study is to reveal the general characteristics of the literature in the field of tourism marketing and to facilitate the researchers who will work in this field.

Theses within the scope of the study were obtained from the internet database of the Higher Education Council Thesis Center. While the theses were being scanned, the keyword "tourism marketing" was written in the "enter search term" section of Higher Education Council Thesis Center and no selection was made in the sections that write the area to be searched, permit status and thesis type. As a result of the scanning, a total of 54 theses on "tourism marketing" were reached. Then, the permission option was selected in the permission status section and the scan was performed again. As a result, it was seen that he was not allowed to access 21 theses and he was allowed to access 33 theses. for this reason, all theses that are open to access are included in the study.

In this study, the level of the theses to be evaluated, the university they were prepared, the year they were prepared, the research method, the institute they were published in, except for the research method, the main discipline, the sample group, the academic level of the advisor, the number of keywords used, the number of bibliography, the type of bibliography (domestic / foreign), the number of pages. and parameters such as thesis topic were examined. The obtained data were analyzed in Microsoft Excel program and presented as frequency and percentage distributions.

In the results of working; it has been determined that theses in the field of tourism marketing are mostly prepared at the master's level and are concentrated in Gazi University, Anadolu University and Marmara University. It has been observed that the theses are mostly prepared within the Institute of Social Sciences, the Department of Business Administration and the subjects of consumer behavior, social media and marketing problems. Most of the thesis advisors are Assistant Professor (Asst. Prof.), the number of bibliography is between 51-100 sources, 5 keywords are used at most, and the number of pages is 101-200 pages. Other results are that the number of theses has increased after 2015, the quantitative research method is used the most, and tourists and managers are more preferred as the sample group.

Giriş

İnsanlar, farklı amaçlar doğrultusunda sürekli olarak seyahat etmektedir. Her yıl milyonlarca insan, sürekli olarak yaşadığı ve sosyal yaşantısını sürdürdüğü yerlerin dışına kısa süreli de olsa seyahat ederek turizm hareketlerine katılmaktadır (Matheson ve Wall, 1992, s. 2). Bu bağlamda turizm; insanların evleri dışında farklı bir yerde geceleme, gittikleri yerde isteklerinin karşılanması, konaklama ihtiyaçlarının giderilmesi ve bu ihtiyaçların tüketilmesiyle hem gelir elde edilmesi hem de istihdamın sağlanması olarak tanımlanmaktadır (Ryan, 1991, s. 5).

İnsanların tüketim odaklı olarak turizm faaliyetlerine katılması turizmin paydaşları açısından oldukça önemlidir. Dünya üzerinde milyonlarca insanın belirli aralıklarla yer değiştirmesi ve tüketici konumunda olması piyasalara olumlu yönde etki etmektedir. Piyasadaki tur operatörlerinin ve turizm paydaşlarının amacı tüketicilerin yaptıkları harcamalardan kazanç elde etmektir. Turizm sektöründe rekabetin artmasıyla birlikte iyi ve başarılı pazarlama faaliyetlerinde bulunan firmaların devamlılığı esas olacaktır (Tunçalp ve İrge, 2018, s. 30). Bu noktadan hareketle turizm pazarlaması; turizm hareketlerine katılan tüketicilerin isteklerini, niyetlerini ve gereksinimlerini doğru bir biçimde belirleyerek, araçlar vasıtasıyla turiste sunulacak olan mal ve hizmetlerin bir değer oluşturacak şekilde sunulmasıdır (Usta, 2009, s. 159). Turizm pazarlaması Dünya Turizm Örgütü'ne göre ise aşağıdaki gibi tanımlanmaktadır (İçöz, 1996, s. 21).

Bir turistik merkezin veya turizm işletmesinin en yüksek kazanç elde etme hedefine uygun olarak, turizm hizmetinin pazarda uygun bir yer almasını sağlamak amacı ile turizm talebinin özelliklerini de dikkate alarak turistik ürün ile ilgili araştırma, tahmin ve seçim yapmayı hedefleyen ve bu konularda, alınacak kararlarla ilgili bir yönetim felsefesidir.

Turizm sektörü dünyada kendini en hızlı geliştiren ve yenileyen sektörlerinden birisidir. Bu durum, turizm sektörünün büyümesine ve kalkınmasına yardımcı olmaktadır. Turizm sektörünün gelişmesi ve büyümesi her geçen gün yeni meslek gruplarının ortaya çıkmasına ve iş olanaklarına zemin hazırlamaktadır. Bu yönüyle ele alındığında turizm sektörü, gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelere ekonomik açıdan oldukça yarar sağlamaktadır. Ayrıca, ülkelere gelir ve istihdam sağladığından dolayı ödemeler dengesindeki sorunların çözülmesine de katkı sunmaktadır. Bu nedenler göz önüne alındığında, turizm pazarlaması konusu akademisyenlerin çalışma alanlarında daha fazla yer edinmeye başlamıştır. Turizm pazarlaması konusu artık bilimsel olarak daha fazla çalışılmakta ve lisansüstü tezlere daha fazla konu olmaktadır (Çımat ve Bahar, 2003, s. 2; İnce vd., 2016, s. 115).

Turizm alanında bibliyometrik olarak yapılan çalışmalar son yıllarda artış göstermektedir. İlgili alan yazın incelendiğinde turizm ve alt dallarıyla ilgili farklı konularda bibliyometrik çalışmaların olduğu tespit edilmiştir. Bu çalışmada, 1990-2020 yılları arasında turizm alan yazınında turizm pazarlaması ile ilgili lisansüstü tezlerin çeşitli parametreler çerçevesinde bibliyometrik özelliklerinin belirlenmesi amaçlanmıştır. Turizm pazarlaması alanındaki alan yazının genel özelliklerini ortaya koymak ve bu alanda çalışacak araştırmacılara kolaylık sağlayabilmek, çalışmanın bir diğer amacını oluşturmaktadır.

Çalışma beş kısımdan oluşmaktadır. Birinci kısımda, giriş bölümü yer almaktadır. Bu bölümde, çalışmayla ilgili bazı kavramlar açıklanmış ve genel bilgiler verilmiştir. İkinci kısımda, turizm alanı konusunda daha önce yapılmış olan bibliyometrik çalışmalar hakkında özet bilgilere yer verilmiştir. Çalışmanın üçüncü kısmında araştırmanın yöntemiyle ilgili açıklamalarda bulunulmuştur. Dördüncü kısımda araştırma bulguları yer alırken beşinci kısımda ise araştırmanın sonuçları ve tartışma yer almaktadır.

Literatür

Dünyadaki çoğu ülkede bilimsel alanda hazırlanan çalışmaların bibliyometrik olarak incelendiği çalışmalar son yıllarda artış göstermektedir (Kozak, 1994, s. 24; Webster ve Watson, 2002, s. 15). Turizm alanında bilimsel çalışma yapan akademisyenlerin sayısının artmasıyla birlikte, turizm alanındaki bibliyometrik çalışmaların da buna paralel olarak daha fazla tercih edildiği görülmektedir (Hall, 2011, s. 17). Ulusal literatürdeki bibliyometrik çalışmaların ise 1990 yılından sonra gelişim gösterdiği belirtilmektedir (Yılmaz, 2017, s. 67). Turizm alanında yapılan çalışmalar; yiyecek içecek işletmeciliği, turizm işletmeciliği, seyahat işletmeciliği, turizm pazarlaması, gastronomi, kırsal turizm, inanç turizmi, sürdürülebilir turizm ve turizm rehberliği alanlarındadır. Bunun yanı sıra, yapılan bu çalışmaların türlerini ise tezler, makaleler, dergiler ve bildirimler oluşturmaktadır (Aydın ve Aksöz, 2019, s. 616). Bu bağlamda, ulusal literatürde turizm alanında hazırlanan bibliyometrik çalışmalar incelenmiş ve kısa bilgiler halinde sunulmuştur.

Kozak (2001) tarafından yapılan çalışmada, 1972-1998 yılları arasında turizm pazarlaması alanında hazırlanan 131 tez incelenmiştir. Çalışma sonucunda; yüksek lisans düzeyindeki tezlerin daha fazla olduğu, en çok İstanbul Üniversitesi ve Gazi Üniversitesinde hazırlandığı, 1986 yılından sonra daha fazla tezin yazıldığı ve konaklama alt sektöründeki konuların daha fazla çalışıldığı tespit edilmiştir.

Özel ve Kozak (2012) tarafından yapılan çalışmada, 2000-2010 yılları arasında turizm pazarlaması alanında yayımlanan 286 makale ve bu makalelerdeki 4048 atıf incelenmiştir. Çalışma sonucunda; kaynak türlerin arasında dergilerin en fazla olduğu, yabancı kaynaklara daha çok atıf yapıldığı, atıf dağılımlarının Bradford Yasası'na uygun olduğu ve yapılan atıfların yarı yaşam süresinin yedi yıl olduğu tespit edilmiştir.

Arslan ve Emeksiz (2016) tarafından yapılan çalışmada, turizmde çevre yönetimi konusunda 1995-2014 yıllarını kapsayan 67 ulusal ve uluslararası makale incelenmiştir. Çalışma sonucunda; çevresel varlıkların korunması ve yenilenebilir enerji kaynaklarının kullanımı konularının çoğunlukta olduğu, makalelerin büyük kısmının süreli yayınlardan oluştuğu ve makalelerin yarıya yakınında nicel çalışma yönetiminin kullanıldığı tespit edilmiştir.

İnce vd. (2017) tarafından yapılan çalışmada, 1990-2016 yılları arasında turizm pazarlaması konusunda hazırlanmış 177 tez SPSS programı ile incelenmiştir. Çalışma sonucunda; tezlerin en fazla yüksek lisans düzeyinde yazıldığı, en çok tezin 2015 yılında yazıldığı, Turizm İşletmeciliği Ana bilim dalında daha fazla hazırlandığı, Gazi Üniversitesi ve Balıkesir Üniversitesi bünyesinde yoğunlaştığı ve nicel araştırma yöntemlerinin ağırlıklı kullanıldığı tespit edilmiştir.

Tayfun vd. (2016) tarafından yapılan çalışmada, Gazi Üniversitesinde 1985-2016 yılları arasında turizm alanında hazırlanmış 367 tez incelenmiştir. Çalışma sonucunda; yüksek lisans tezlerinin daha fazla olduğu, pazarlama ve yönetim organizasyon alanlarının ön plana çıktığı, danışmaların daha çok Yrd. Doç. Dr. unvanı taşıdığı ve tezlerin büyük çoğunluğunda tartışma ve önerilere yer verilmediği tespit edilmiştir.

Tekin (2016) tarafından yapılan çalışmada, 1984-2015 yılları arasında turizm alanındaki 1370 tez içerik analizi tekniğiyle incelenmiştir. Çalışma sonucunda; yüksek lisans tezlerinin ağırlıkta olduğu, Turizm İşletmeciliği Ana bilim dalında daha fazla tezin hazırlandığı, yazarların yarısından fazlasını erkeklerin oluşturduğu, tezlerin yarısından fazlasının Gazi Üniversitesi, Dokuz Eylül Üniversitesi, Akdeniz Üniversitesi ve Balıkesir Üniversitelerinde hazırlandığı ve tezlerde en çok örgütsel davranış konusunun araştırıldığı tespit edilmiştir.

Alımanoğlu ve Ayazlar (2017) tarafından yapılan çalışmada, 2003-2016 yılları arasında kırsal turizm alanında hazırlanan 20 tez incelenmiştir. Çalışmada doküman inceleme tekniği kullanılmıştır. Çalışma sonucunda; yüksek lisans tezlerinin çoğunlukta olduğu, tezlerin çok büyük bir kısmının uygulamalı olarak yapıldığı, tezlerin İç Anadolu Bölgesi'nde yoğunlaştığı, örneklem olarak yerel halkın seçildiği ve tezlerin çoğunluğunun Sosyal Bilimler Enstitüsü bünyesinde hazırlandığı tespit edilmiştir.

Altaş (2017) tarafından yapılan çalışmada, 1998-2017 yılları arasında Türkçeye tercüme edilen gastronomi kitapları değerlendirilmiştir. Türkiye'de faaliyet gösteren iki internet sitesindeki 90 kitap içerik analizi yöntemiyle incelenmiştir. Çalışma sonucunda, tercüme edilen kitapların en çok İş Bankası Kültür Yayınları tarafından yayınlandığı, en fazla tercüme edilen kitapların Carla Badi isimli yazara ait olduğu, kitapların çoğunun spesifik ürünler üzerine yazıldığı, en çok çeviri yapılan kitapların tek bir ürünü kapsadığı ve kitapların büyük kısmının yemek tarifi üzerine yazıldığı tespit edilmiştir.

Aydın (2017) tarafından yapılan çalışmada, 1988-2013 yılları arasında yiyecek-içecek işletmeciliği alanında hazırlanmış 179 tez SPSS programı aracılığıyla analiz edilmiştir. Çalışma sonucunda; tezlerin en fazla Sosyal Bilimler Enstitüsü bünyesinde ve Turizm İşletmeciliği Ana bilim dalında hazırlandığı, tezlerin en çok Gazi Üniversitesi'nde hazırlandığı, yönetim ve organizasyon konusunun ön planda olduğu, danışmanların büyük kısmının Prof. Dr. unvanına sahip olduğu, nicel araştırma yönteminin ve uygulamalı araştırmaların daha fazla kullanıldığı tespit edilmiştir.

Ayaz ve Türkmen (2018) tarafından yapılan çalışmada, 1999-2017 yılları arasında hazırlanan ve yöresel yiyecekleri konu alan 45 tez içerik analizi tekniği ile incelenmiştir. Çalışma sonucunda; tezlerin büyük çoğunluğunun yüksek lisans düzeyinde olduğu, çoğunluğunun 2016 yılında hazırlandığı, en fazla yöresel ürün ve yemek kültürü anahtar kelimelerinin kullanıldığı ve tezlerin Turizm İşletmeciliği Ana bilim dalında yoğunlaştığı ve en fazla tezin Mersin Üniversitesi ile Gazi Üniversitesi bünyesinde hazırlandığı tespit edilmiştir.

Akkaşoğlu vd. (2019) tarafından yapılan çalışmada, tarım turizmi kapsamında 19 tez çeşitli parametreler çerçevesinde değerlendirilmiştir. Çalışmada içerik analizi tekniği kullanılmıştır. Çalışma sonucunda; yüksek lisans tezlerinin daha fazla olduğu, lisansüstü tezlerin çoğunluğunun 2010 yılından sonra hazırlandığı, Sosyal Bilimler Enstitüsü'nde yayınlanan tezlerin ağırlıkta olduğu ve yerli kaynak kullanımının çoğunlukta olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca, tezlerin yarısında nitel çalışma yöntemi kullanılmış ve araştırmaların Akdeniz, Marmara ve Ege Bölgesi'nde yoğunlaştığı tespit edilmiştir.

Aydın ve Aksöz (2019) tarafından yapılan çalışmada, 2013-2018 yıllarını kapsayan destinasyon alanında hazırlanmış 236 tez kodlanarak SPSS programı ile analiz edilmiştir. Çalışma sonucunda; tezlerin çoğunluğunun yüksek lisans düzeyinde olduğu, Sosyal Bilimler Enstitüsü bünyesinde ve Turizm İşletmeciliği Ana bilim dalında hazırlandığı, nicel araştırma yönteminin ağırlıkta olduğu, örneklem büyüklüklerinin 0-50 arasında yoğunlaştığı, sayfa sayılarının 101-200 arasında olduğu ve danışmanların çoğunluğunun Doç. Dr. unvanı taşıdığı tespit edilmiştir.

Polat Üzümcü (2019) tarafından yapılan çalışmada, 1987-2019 yılları arasında turizmi eğitimi alanında hazırlanmış 139 tez incelenmiştir. Çalışma sonucunda; en fazla tezin yüksek lisans düzeyinde hazırlandığı, 2015-2019 yılları arasında daha fazla tezin yazıldığı, tezlerin en çok Sosyal Bilimler Enstitüsü bünyesinde hazırlandığı, 101-150 sayfa aralığında olduğu ve nicel araştırma yöntemlerinin daha fazla kullanıldığı tespit edilmiştir.

Albayrak ve Tüzünkan (2020) tarafından yapılan çalışmada, kırsal turizm kapsamında 144 tez analiz edilmiştir. Çalışmada belgesel tarama yönteminden yararlanılmıştır. Çalışma sonucunda; tezlerin büyük çoğunluğunun eko turizm alanında olduğu, büyük bir kısmının büyük şehirlerdeki üniversitelerde yazıldığı, en fazla Sosyal Bilimler Enstitüsünde yayınlandığı, en çok Turizm İşletmeciliği Ana bilim dalı kapsamında hazırlandığı tespit edilmiştir. Bunun yanı sıra, yüksek lisans tezlerinin çoğunluğunda örneklem seçimine yer verilmediği ve yüksek lisans tezlerinin çoğunluğunda nicel araştırma yöntemlerinin doktora tezlerinin çoğunluğunda ise nitel araştırma yöntemlerinin kullanıldığı sonucuna ulaşılmıştır.

Tablo 1: Ulusal Literatürde Turizm Alanında Hazırlanan Diğer Bibliyometrik Çalışmalar

Yazar	Yıl	Çalışma Başlığı	İncelenen Tür
Kozak	1994	Anatolia Dergisinde Yayınlanan Yazılar Üzerine Bir İnceleme	Yazı
Kozak	1995	Türkiye’de Yayınlanan Turizm Konulu Makaleler Üzerine Bir İnceleme	Makale
İçöz ve Kozak	1999	Turizm İşletmeciliği Dergisi’nin Turizm Literatürüne Katkısı Hakkında Bir İnceleme	Dergi
Kozak	2003	Türkiye’de Yayınlanan Akademik Dergilerin Niteliklerindeki Zaman İçerisindeki Değişim Nedenleri: Sağlık, Sosyal ve Teknik Bilim Alanlarında Yayınlanan Dergiler Üzerine Bir İnceleme	Dergi
Çiçek ve Kozak	2012	Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi’nde Yayınlanan Hakem Denetimli Makalelerin Bibliyometrik Profili	Makale
Evren ve Kozak	2012	Türkiye’de 2000-2010 Yılları Arasında Yayınlanan Turizm Konulu Makalelerin Bibliyometrik Analizi	Makale
Zencir ve Kozak	2012	Sosyal Bilimler Enstitü Dergilerinde Yayınlanan Turizm Makalelerinin Bibliyometrik Profili (2000-2010)	Makale
Türktaş	2013	Türkiye’de Turizm Pazarlaması Alan Yazınının Gelişim Süreci (1990-2012)	Makale
Karagöz ve Kozak	2014	Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi’nin Bibliyometrik Analizi: Araştırma Konuları ve Kurumlar Arası İş Birliğinin Sosyal Ağ Analizi ile İncelenmesi	Makale
Nergiz	2014	Türkiye’de Lisansüstü Turizm Tezlerinin Bibliyometrik Profili (1990-2013)	Tez
Cevizkaya vd.	2014	Turizm Alan Yazınında Engelliler İle İlgili Çalışmaların Bibliyometrik Profili (2000-2013)	Makale, Tez
Turan	2014	Turizm Konulu Yüksek Lisans Tezlerinin Bibliyometrik Özellikleri (1984-2013)	Tez
Şahin ve Acun	2015	Turist Rehberliği Alanının Bibliyometrik Profili (Ulusal Turizm Kongreleri Bildirileri)	Bildiri
Temizkan vd.	2015	Sağlık Turizmi Konusunda Yayınlanan Makalelerin Bibliyometrik Profili	Makale
Ulu ve Akdağ	2015	Dergilerde Yayınlanan Hakem Denetimli Makalelerin Bibliyometrik Profili: Selçuk İletişim Örneği	Makale
Bozok vd.	2017	Turizm Literatüründe Kırsal Turizmin Bibliyometrik Analizi	Makale
Civelek Oruç ve Türkay	2017	Turizmi Konu Alan Lisansüstü Çalışmalarının Bibliyometrik Analizi	Tez
Güdü Demirbulat ve Tetik Dinç	2017	Sürdürülebilir Turizm Konulu Lisansüstü Tezlerin Bibliyometrik Profili	Tez
Sünnetçioğlu vd.	2017	Turizm Alanında Yazılmış Olan Gastronomiye İlişkin Tezlerin Bibliyometrik Profili	Tez
Gül ve Gül	2017	Kırsal Kalkınma ve Kırsal Turizm Konulu Lisansüstü Tezlerin Bibliyometrik Profili	Tez
Yılmaz	2017	Restoranlarda Bahşiş İle İlgili Yayınlanan Makalelerin Bibliyometrik Analizi	Makale
Altürk	2018	Türkiye Turizm Literatürünün Durumu: Uluslararası Dergi Makalelerinin Bibliyometrik Analizi	Makale

Boğan vd.	2018	Turizm Yazınında Kurumsal Sosyal Sorumluluk: Türkiye’de Yapılan Çalışmaların Bibliyometrik Analizi	Makale, Bildiri, Tez
Boyraz ve Sandıkçı	2018	Gastronomi Bildirilerinin Değerlendirilmesi: Turizm Kongreleri Örneği 2013-2017	Bildiri
Çapar vd.	2018	Turizm Rehberliği Alanında Yapılan Akademik Çalışmaların İncelenmesi	Makale, Bildiri, Tez
Olçay vd.	2018	Helal Turizm Alanının Bibliyometrik Profili	Makale
Sökmen ve Özkanlı	2018	Gastronomi Turizmi Alanyazının Gelişimi: Journal of Tourism and Gastronomy Studies Dergisinde Yayımlanan Makaleler Üzerine Bir İnceleme	Makale
Şahin vd.	2018	Gastronomi Ve Mutfak Sanatları Anabilim Dallarında Yayımlanan Tezlerin Bibliyometrik Analizi	Tez
Tayfun vd.	2018	Turizm Alanında Yiyecek ve İçecek ile İlgili Lisansüstü Tezlerin Bibliyometrik Analizi	Tez
Yeşilyurt ve Koçak	2018	Yerel Halkın Turizm Gelişimine Yönelik Desteğini İnceleyen Makalelerin Bibliyometrik İncelemesi	Makale
Baytok vd.	2019	Turizm İşletmeciliği Alanında Yapılan Yüksek Lisans Tezlerini Değerlendirilmesi: Afyon Kocatepe Üniversitesi Örneği	Tez
Büyükşalvarcı ve Keleş	2019	Turizm Alanında Yazılan Lisansüstü Tezlerin Bibliyometrik Açından İncelenmesi	Tez
Çalhan ve Çakıcı	2019	Uluslararası İndekslerce Taranan Kış Turizmi Başlıklı Makalelerin Bibliyometrik Analizi	Makale
Çelik	2019	Turizm Alanında Liderlik Konusu ile İlgili Hazırlanmış Tezlere Yönelik Bibliyometrik Bir Analiz	Tez
Çıkrık vd.	2019	Türkiye’de Turizmin Etkileri Konusunda Yerel Halkın Bakış Açısını Konu Alan Lisansüstü Tezlerin Bibliyometrik Profili	Tez
Çolakoğlu vd.	2019	Türkiye’deki Medikal Turizm Tezlerinin Bibliyometrik Profili (2008-2018)	Tez
Düşmezkalender ve Metin	2019	Alternatif Turizme Yönelik Bibliyometrik Bir Araştırma	Makale
Işık vd.	2019	Turizm Ve Girişimcilik Alanında Yapılmış Çalışmaların Bibliyometrik Analizi	Makale, Bildiri, Tez
Kaygalak Çelebi ve Kırklar Can	2019	Turizm Rehberliği Alanında Yapılan Makalelerin Bibliyometrik Analizi	Makale
Kervankıran ve Şardağ	2019	Türkiye’de Turizm Coğrafyası Araştırmaları: Lisansüstü Tezlere Yönelik Bir İçerik Analizi	Tez
Nebioğlu	2019	Turizm ve Yiyecek Tüketimi: Uluslararası Alan yazın Üzerine Bibliyometrik Bir Analiz	Makale
Polat vd.	2019	İklim Değişikliğinin Turizme Etkisini Belirlemeye Yönelik Hazırlanan Lisansüstü Tezlerin Bibliyometrik Profili	Tez
Tayara ve Özel	2019	Annals of Tourism Research Dergisinde Yayımlanan Postmodern Dönemde Turizm Konulu Makaleler: Bibliyometrik İnceleme	Makale
Yeksan ve Akbaba	2019	Sürdürülebilir Turizm Makalelerinin Bibliyometrik Analizi	Makale
Bahçeci ve Yılmaz	2020	Ulusal Deniz Turizmi Sempozyumlarında Sunulan Bildirilerin Bibliyometrik Analizi	Bildiri
Arikan Saltık	2020	Turist Rehberliği Konulu Ulusal Lisansüstü Tezlerin Bibliyometrik Profili (1989-2018)	Tez
Çuhadar ve Morçin	2020	Türkiye’de Gastronomi Turizmi ile İlgili Çalışmaların Bibliyometrik Analizi	Tümü
Ercan	2020	Türkiye’deki Gastronomi Turizmi Konulu Makalelerin Bibliyometrik Analizi	Makale
Ergün ve Kalıpçı	2020	Turizm ve Şikâyet: Bibliyometrik Bir Analiz	Makale
Karasakaloğlu	2020	Kış Turizmi Çalışmaları Üzerine Bibliyometrik Bir İnceleme	Makale
Özçoban	2020	İnanç Turizmi Alanında Yayımlanan Yüksek Lisans ve Doktora Tezlerinin Bibliyometrik Analizi (1998-2019)	Tez
Ünal ve Bayar	2020	Türkiye’de Destinasyon Konusunda Yayımlanmış Lisansüstü Tezlerin Bibliyometrik İncelenmesine Yönelik Bir Araştırma	Tez

Ünal	2020	Türkiye’de Sürdürülebilir Turizm Konusunda Yayınlanmış Lisansüstü Tezlerin Bibliyometrik İncelenmesine Yönelik Bir Araştırma	Tez
Zengin ve Atasoy	2020	Turizm Rehberliği Alanındaki Lisansüstü Tezlerin Bibliyometrik Çerçevesi	Tez

Tablo 1’e göre, turizmin hemen hemen bütün alanlarında bibliyometrik çalışmaların yapıldığı ve özellikle son üç yıl içerisinde daha fazla çalışmanın ön plana çıktığı görülmektedir. Yapılan bu çalışmalar, genel itibariyle makaleler ve tezler üzerine yoğunlaşmıştır. Bunların yanı sıra bildirilerin, dergilerin ve projelerin de çalışıldığı görülmektedir. Ancak ilgili literatür incelendiğinde bildirilerin ve dergilerin diğerlerine oranla daha az çalışıldığı anlaşılmıştır.

Yöntem

Bu çalışmada, 1990-2020 yılları arasında turizm alan yazınında turizm pazarlaması ile ilgili lisansüstü tezlerin çeşitli parametreler çerçevesinde bibliyometrik özelliklerinin belirlenmesi amaçlanmıştır. Turizm pazarlaması alanındaki alan yazının genel özelliklerini ortaya koymak ve bu alanda çalışacak araştırmacılara kolaylık sağlayabilmek, çalışmanın bir diğer amacını oluşturmaktadır.

Özellikleri tam olarak bilinmeyen bir bilim dalının durumunu anlayabilmek, ortaya çıkarabilmek ve değerlendirebilmek için o bilim dalındaki yapılmış olan çalışmaları incelemek ve yazarlarının görüşlerini değerlendirmek akademisyenler tarafından kabul görülmektedir (İçöz ve Kozak, 1999, s. 9; Kozak, 2001, s. 26). Bir bilim dalı ile ilgili alan yazının taranması ve özelliklerinin ortaya konulması o bilim dalının gelişmesine katkı sağlamaktadır. Belirli bir konuda araştırma yapacak olan yazara fikir vermesi ve ilgili bilim dalındaki sorunlara çözüm önerileri getirebilmesi bu konunun önemini artırmaktadır (İnce vd., 2016, s. 118; Kozak, 2001, s. 26). Bu nedenle, bu çalışma daha güncel veriler sunacağından ve daha farklı parametreleri incelediğinden dolayı alan yazına katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Çalışma kapsamındaki tezler Yüksek Öğretim Kurulu Tez Merkezi’nin (YÖKTEZ) internet veri tabanından elde edilmiştir. Tezler taranırken YÖKTEZ’in tarama terimi giriniz kısmına “turizm pazarlaması” anahtar kelimesi yazılmış ve aranacak alan, izin durumu ve tez türü yazan kısımlarında hiçbir seçim yapılmamıştır. Tarama sonucunda “turizm pazarlaması” konusunda toplam 54 teze ulaşılmıştır. Daha sonra izin durumu kısmında izinli seçeneği seçilmiş ve tarama tekrar yapılmıştır. Bunun sonucunda, 21 teze erişim izni olmadığı görülmüştür. Bu nedenle çalışma erişime açık olan 33 tez üzerinden yürütülmüştür.

Ulusal alan yazında turizm pazarlaması alanını konu alan ve bu konuda makale ve tezleri inceleyen çalışmalar (İnce vd., 2016; Kozak, 2001; Özel ve Kozak, 2012; Türktarhan, 2013) bulunmaktadır. Bu çalışmada, 2020 yılına kadarki sürede turizm pazarlaması alanında hazırlanmış olan tezler bibliyometri analiz yöntemiyle incelenecektir. Birçok farklı bilim dalında kullanılan bir analiz tekniği olan bibliyometri, akademisyenler tarafından yazılan bilimsel çalışmaların yapılarını belirlemek amacıyla kullanılmaktadır (Pendlebury, 2008, s. 2).

Bibliyometri analizi; ilgili bilim dalında yapılan çalışmaların niteliğini belirlemek, etkisini artırmak, daha fazla çalışılmasını sağlamak, disiplini derinlemesine incelemek ve alan yazının gelişmesine katkı sağlamak amacıyla kullanılan bir analiz tekniğidir (Borgman ve Furner, 2005, s. 2; Hall, 2011, s. 16; Palmer vd., 2005, s. 176). Bu çalışmada, değerlendirilecek tezlerin düzeyi, hazırlandığı üniversite, hazırlandığı yıl, araştırma yöntemi, ana bilim dalı gibi özelliklerin dışında yayınlandığı enstitü, örneklem grubu, danışman akademik düzeyi, kullanılan anahtar kelime sayısı, kaynakça sayısı, kaynakça türü (yerli/yabancı), sayfa sayısı ve tez konusu gibi parametreler incelenmiştir.

Tezlerin hangi ölçütlere göre değerlendirileceği ve analiz edileceği konusunda önceden yapılmış olan bazı çalışmalardan (Akkaşoğlu vd., 2019; Aydın ve Aksöz, 2019; Bahçeci ve Yılmaz, 2020; Özel ve Kozak, 2012; Polat Üzümcü, 2019) yararlanılmıştır. Ayrıca, güvenilirliği sağlamak amacıyla tezler 03.12.2020-11.12.2020 tarihleri arasında kontrol edilmiş ve herhangi bir değişikliğin olmadığı görülmüştür. Çalışmanın amacı doğrultusunda aşağıdaki sorulara yanıtlar aranmıştır. Bu soruların cevapları doğrultusunda, elde edilen veriler Microsoft Excel programında analiz edilmiş ve frekans ile yüzde dağılımları şeklinde sunulmuştur.

1. Turizm pazarlaması alanında hazırlanan lisansüstü tezlerin düzeyi nedir?
2. Turizm pazarlaması alanında hazırlanan lisansüstü tezlerin hazırlandığı üniversiteler hangileridir?
3. Turizm pazarlaması alanında hazırlanan lisansüstü tezlerin enstitülere göre dağılımları nasıldır?
4. Turizm pazarlaması alanında hazırlanan lisansüstü tezlerin ana bilim dallarına göre dağılımları nasıldır?
5. Turizm pazarlaması alanında hazırlanan lisansüstü tezlerdeki tez danışmanlarının akademik unvan dağılımları nasıldır?
6. Turizm pazarlaması alanında hazırlanan lisansüstü tezlerde kullanılan anahtar kelime sayıları nasıl bir dağılım göstermiştir?
7. Turizm pazarlaması alanında hazırlanan lisansüstü tezlerdeki kaynakçaların sayısal dağılımları nasıldır?
8. Turizm pazarlaması alanında hazırlanan lisansüstü tezlerin kaynakçaları türlerine göre (yerli/yabancı) nasıl bir dağılım göstermiştir?
9. Turizm pazarlaması alanında hazırlanan lisansüstü tezlerin yayımlandığı yıllara göre dağılımları nasıldır?
10. Turizm pazarlaması alanında hazırlanan lisansüstü tezlerin sayfa sayıları nasıl bir dağılım göstermiştir?
11. Turizm pazarlaması alanında hazırlanan lisansüstü tezlerin araştırma yöntemleri nelerdir?
12. Turizm pazarlaması alanında hazırlanan lisansüstü tezlerin örneklem grubunu kimler oluşturmaktadır?
13. Turizm pazarlaması alanında hazırlanan lisansüstü tezlerin konuları nelerdir?

Bulgular

Çalışmanın bu bölümünde, turizm pazarlaması alanında hazırlanmış olan lisansüstü tezlerin düzeyi, hazırlandığı üniversite, hazırlandığı yıl, araştırma yöntemi, örneklem grubu, yayımlandığı enstitü, ana bilim dalı, danışman akademik düzeyi, kullanılan anahtar kelime sayısı, kaynakça sayısı, kaynakça türü (yerli/yabancı), sayfa sayısı ve tez konusu ile ilgili bilgiler tablolar halinde sunulmuştur. Turizm pazarlaması alanında hazırlanmış olan lisansüstü tezlerin düzeyleri ile ilgili bilgiler aşağıda Tablo 2’de gösterilmiştir.

Tablo 2: Lisansüstü Tezlerin Düzeylerine İlişkin Bulgular

Tez Düzeyi	f	%
Yüksek Lisans	26	78,8
Doktora	7	21,2
TOPLAM	33	100,0

Tablo 2’ye göre; turizm pazarlaması alanında hazırlanmış olan tezlerin %78,8’ini yüksek lisans tezleri, %21,2’si ise doktora tezleri oluşturmaktadır. Turizm pazarlaması alanında hazırlanmış olan lisansüstü tezlerin üniversitelere göre dağılımları ile ilgili bilgiler aşağıda Tablo 3’te gösterilmiştir.

Tablo 3: Lisansüstü Tezlerin Üniversitelere Göre Dağılımına İlişkin Bulgular

Üniversite	f	%
Gazi	3	9,1
Anadolu	3	9,1
Marmara	3	9,1
İnönü	2	6,1
İstanbul Aydın	2	6,1
Hitit	2	6,1
Akdeniz	1	3,0
Isparta Uygulamalı Bilimler	1	3,0
Kadir Has	1	3,0
Selçuk	1	3,0
Ağrı İbrahim Çeçen	1	3,0
Haliç	1	3,0
Atılım	1	3,0
Atatürk	1	3,0
Dumlupınar	1	3,0
Gaziantep	1	3,0
Ege	1	3,0
Adnan Menderes	1	3,0
Karadeniz Teknik	1	3,0
Dokuz Eylül	1	3,0
Muğla Sıtkı Koçman	1	3,0
Balıkesir	1	3,0
Niğde	1	3,0
Erciyes	1	3,0
TOPLAM	33	100,0

Tablo 3'e göre; turizm pazarlaması alanında hazırlanan tezlerin %9,1'i Gazi Üniversitesi, %9,1'i Anadolu Üniversitesi ve %9,1'i Marmara Üniversitesi bünyesindedir. Bunun yanı sıra, tezlerin %6,1'i İnönü Üniversitesi, %6,1'i Hitit Üniversitesi ve %6,1'i İstanbul Aydın Üniversitesi'nde hazırlanmıştır. Turizm pazarlaması alanında hazırlanmış olan lisansüstü tezlerin enstitülere göre dağılımları ile ilgili bilgiler aşağıda Tablo 4'te gösterilmiştir.

Tablo 4: Lisansüstü Tezlerin Enstitülere Göre Dağılımlarına İlişkin Bulgular

Enstitü	f	%
Sosyal Bilimler	31	93,9
Fen Bilimleri	--	--
Sağlık Bilimleri	--	--
Eğitim Bilimleri	1	3,0
Lisansüstü Eğitim	1	3,0
TOPLAM	33	100,0

Tablo 4'e göre; turizm pazarlaması alanındaki lisansüstü tezlerin çok büyük bir kısmı %93,9'u Sosyal Bilimler Enstitüsü çatısı altında hazırlanmıştır. Tezlerin %3,0'ı Eğitim

Bilimleri Enstitüsü ve yine %3,0'ı Lisansüstü Eğitim Enstitüsü bünyesinde hazırlanmıştır. Fen Bilimleri Enstitüsü ve Sağlık Bilimleri Enstitülerinde ise bu alanda hiçbir tezin hazırlanmadığı görülmektedir. Turizm pazarlaması alanında hazırlanmış olan lisansüstü tezlerin ana bilim dallarına göre dağılımları ile ilgili bilgiler aşağıda Tablo 5'te gösterilmiştir.

Tablo 5: Lisansüstü Tezlerin Ana Bilim Dallarına Göre Dağılımlarına İlişkin Bulgular

Ana Bilim Dalı	Yüksek Lisans		Doktora		Toplam	
	f	%	f	%	f	%
İşletme	15	57,7	5	71,4	20	60,6
Turizm İşletmeciliği	4	15,4	--	--	4	12,1
Belirsiz	2	7,7	--	--	2	6,1
Tarım Ekonomisi	1	3,8	--	--	1	3,0
Uluslararası Ticaret	1	3,8	--	--	1	3,0
Halkla İlişkiler	1	3,8	--	--	1	3,0
Halkla İlişkiler ve Tanıtım	1	3,8	--	--	1	3,0
Turizm	--	--	1	14,3	1	3,0
Turizm İşletmeciliği Eğitimi	--	--	1	14,3	1	3,0
Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik	1	3,8	--	--	1	3,0
TOPLAM	26	100,0	7	100,0	33	100,0

Tablo 5 incelendiğinde birçok farklı ana bilim dalında turizm pazarlaması alanında lisansüstü tez yazıldığı görülmektedir. Buna göre; turizm pazarlaması alanındaki tezlerin %60,6'sı İşletme Ana bilim dalında, %12,1'i ise Turizm İşletmeciliği Ana bilim dalında hazırlanmıştır. Yüksek lisans düzeyindeki tezlerin %57,7'si ve doktora düzeyindeki tezlerin %71,4'ü İşletme Ana bilim dalında hazırlanmıştır. Buna ek olarak, yüksek lisans düzeyindeki tezlerin %15,4'i Turizm İşletmeciliği Ana bilim dalında ve doktora düzeyindeki tezlerin %14,3'ü Turizm Ana bilim dalı, %14,3'ü ise Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Ana bilim dalında hazırlanmıştır. Ayrıca, yüksek lisans düzeyinde hazırlanan tezlerin %7,7'sinde tezin hazırlandığı ana bilim dalının belirtilmediği tespit edilmiştir. Turizm pazarlaması alanında hazırlanmış olan lisansüstü tez danışmanlarının akademik unvan dağılımları ile ilgili bilgiler aşağıda Tablo 6'da gösterilmiştir.

Tablo 6: Lisansüstü Tez Danışmanlarının Akademik Unvan Dağılımlarına İlişkin Bulgular

Danışman Unvan	Yüksek Lisans		Doktora		Toplam	
	f	%	f	%	f	%
Prof. Dr.	8	30,8	5	71,4	13	39,4
Doç. Dr.	5	19,2	1	14,3	6	18,2
Dr. Öğr. Üyesi (Yrd. Doç. Dr.)	13	50,0	1	14,3	14	42,4
TOPLAM	26	100,0	7	100,0	33	100,0

Tablo 6'ya göre; turizm pazarlaması alanındaki lisansüstü tezlerin %42,4'ünde Dr. Öğr. Üyesi (Yrd. Doç. Dr.) unvanlı, %39,4'ünde Prof. Dr. unvanlı akademisyenlerin danışmanlık yaptığı görülmektedir. Yüksek lisans öğrencilerinin tezlerine danışmanlık yapan akademisyenlerin %50,0'ı Dr. Öğr. Üyesi (Yrd. Doç. Dr.) unvanına sahip iken doktora öğrencilerinin tezlerine danışmanlık yapan akademisyenlerin %71,4'ü Prof. Dr. unvanına sahiptir. Turizm pazarlaması alanında hazırlanmış olan lisansüstü tezlerdeki anahtar kelime sayılarının dağılımları ile ilgili bilgiler aşağıda Tablo 7'de gösterilmiştir.

Tablo 7: Lisansüstü Tezlerdeki Anahtar Kelime Sayılarının Dağılımına İlişkin Bulgular

Anahtar Kelime Sayısı	Yüksek Lisans		Doktora		Toplam	
	f	%	f	%	f	%
3 anahtar kelime	3	11,5	--	--	3	9,1
4 anahtar kelime	3	11,5	1	14,3	4	12,1
5 anahtar kelime	9	34,6	4	57,1	13	39,4
6 anahtar kelime ve üzeri	4	15,4	1	14,3	5	15,2
Belirsiz	7	26,9	1	14,3	8	24,2
TOPLAM	26	100,0	7	100,0	33	100,0

Tablo 7'ye göre; turizm pazarlaması alanındaki lisansüstü tezlerin %39,4'ü 5 anahtar kelime kullanılarak hazırlanmıştır. Yüksek lisans düzeyindeki tezlerin %34,6'sında, doktora düzeyindeki tezlerin %57,1'inde 5 anahtar kelime kullanılmıştır. Ayrıca, dikkat çeken bir nokta ise tezlerin %24,2'sinde anahtar kelimelerin belirtilmemiş olmasıdır. Bu durum, yüksek lisans düzeyindeki tezlerin %26,9'unu, doktora düzeyindeki tezlerin ise %14,3'ünü oluşturmaktadır. Ayrıca tezlerin %24,2'sinde anahtar kelime sayısının belirtilmediği tespit edilmiştir. Turizm pazarlaması alanında hazırlanmış olan lisansüstü tezlerdeki kaynakçaların sayısal dağılımları ile ilgili bilgiler aşağıda Tablo 8'de gösterilmiştir.

Tablo 8: Lisansüstü Tezlerdeki Kaynakçaların Sayısal Dağılımlarına İlişkin Bulgular

Kaynakça Sayısı	Yüksek Lisans		Doktora		Toplam	
	f	%	f	%	f	%
50 kaynak ve altı	3	11,5	--	--	3	9,1
51-100 kaynak arası	13	50,0	1	14,3	14	42,4
101-150 kaynak arası	7	26,9	1	14,3	8	24,2
151-200 kaynak arası	1	3,8	1	14,3	2	6,1
201-250 kaynak arası	--	--	1	14,3	1	3,0
251 kaynak ve üzeri	2	7,7%	3	42,9	5	15,2
TOPLAM	26	100,0	7	100,0	33	100,0

Tablo 8'e göre; turizm pazarlaması alanındaki lisansüstü tezlerin %42,4'ü 51-100 kaynak aralığında ve %24,2'si 101-150 kaynak aralığındadır. Yüksek lisans düzeyindeki tezlerin yarısı %50,0'ı 51-100 kaynak aralığında iken doktora düzeyindeki tezlerin %42,9'u 251 kaynak ve üzerindedir. Ayrıca, yüksek lisans düzeyinde 201-250 kaynak aralığında ve doktora düzeyinde 50 kaynak ve altında kaynakçaya sahip tezin bulunmadığı tespit edilmiştir. Turizm pazarlaması alanında hazırlanmış olan lisansüstü tezlerdeki kaynakça türlerinin dağılımları ile ilgili bilgiler aşağıda Tablo 9'da gösterilmiştir.

Tablo 9: Lisansüstü Tezlerdeki Kaynakça Türlerinin Dağılımlarına İlişkin Bulgular

Kaynakça Türü	Yüksek Lisans		Doktora		Toplam	
	f	%	f	%	f	%
Yerli	23	88,5	5	71,4	28	84,8
Yabancı	3	11,5	2	28,6	5	15,2
TOPLAM	26	100,0	7	100,0	33	100,0

Tablo 9'a göre; turizm pazarlaması alanındaki lisansüstü tezlerin %84,8'inde ağırlıklı olarak yerli kaynak kullanılmıştır. Bunun yanı sıra, yüksek lisans düzeyindeki tezlerin %88,5'inde ve doktora düzeyindeki tezlerin %71,4'ünde ağırlıklı olarak yerli kaynak tercih

edilmiştir. Turizm pazarlaması alanında hazırlanmış olan lisansüstü tezlerin yayınlandığı yılların dağılımları ile ilgili bilgiler aşağıda Tablo 10'da gösterilmiştir.

Tablo 10: Lisansüstü Tezlerin Yayınlandığı Yılların Dağılımlarına İlişkin Bulgular

Yıl	Yüksek Lisans		Doktora		Toplam	
	f	%	f	%	f	%
1990-1994 yılları arası	2	7,7	--	--	2	6,1
1995-1999 yılları arası	2	7,7	--	--	2	6,1
2000-2004 yılları arası	1	3,8	2	28,6	3	9,1
2005-2009 yılları arası	5	19,2	1	14,3	6	18,2
2010-2014 yılları arası	5	19,2	3	42,9	8	24,2
2015-2020 yılları arası	11	42,3	1	14,3	12	36,4
TOPLAM	26	100,0	7	100,0	33	100,0

Tablo 10'a göre; turizm pazarlaması alanındaki lisansüstü tezlerin büyük bir kısmı %36,4'ü 2015-2020 yılları arasında, %24,2'si ise 2010-2014 yılları arasında hazırlanmıştır. Yüksek lisans düzeyindeki tezlerin büyük bölümü %42,3'ü 2015-2020 yılları arasında iken doktora düzeyindeki tezlerin büyük bölümü %42,9'u 2010-2014 yılları arasındadır. Ayrıca, doktora düzeyinde 1990-1999 yılları arasında turizm pazarlaması alanında hiçbir tezin hazırlanmadığı görülmektedir. Turizm pazarlaması alanında hazırlanmış olan lisansüstü tezlerin sayfa sayılarının dağılımları ile ilgili bilgiler aşağıda Tablo 11'de gösterilmiştir.

Tablo 11: Lisansüstü Tezlerin Sayfa Sayılarının Dağılımlarına İlişkin Bulgular

Sayfa Sayısı	Yüksek Lisans		Doktora		Toplam	
	f	%	f	%	f	%
100 sayfa ve altı	6	23,1	--	--	6	18,2
101-200 sayfa arası	17	65,4	4	57,1	21	63,6
201-300 sayfa arası	3	11,5	3	42,9	6	18,2
301 sayfa ve üzeri	--	--	--	--	--	--
TOPLAM	26	100,0	7	100,0	33	100,0

Tablo 11'e göre; turizm pazarlaması alanındaki lisansüstü tezlerin %63,6'sı 101-200 sayfa aralığında hazırlanmıştır. Yüksek lisans düzeyindeki tezlerin %65'i, doktora düzeyindeki tezlerin ise %57,1'i 101-200 sayfa aralığındadır. Ayrıca yüksek lisans ve doktora düzeyinde 301 sayfa ve üzerinde hazırlanan hiçbir tezin olmadığı tespit edilmiştir. Turizm pazarlaması alanında hazırlanmış olan lisansüstü tezlerin araştırma yöntemlerinin dağılımları ile ilgili bilgiler aşağıda Tablo 12'de gösterilmiştir.

Tablo 12: Lisansüstü Tezlerin Araştırma Yöntemlerinin Dağılımlarına İlişkin Bulgular

Araştırma Yöntemi	Yüksek Lisans		Doktora		Toplam	
	f	%	f	%	f	%
Nicel	20	76,9	5	71,4	25	75,8
Nitel	4	15,4	--	--	4	12,1
Karma	2	7,7	2	28,6	4	12,1
TOPLAM	26	100,0	7	100,0	33	100,0

Tablo 12'ye göre; turizm pazarlaması alanındaki lisansüstü tezlerin %75,8'i nicel araştırma yöntemiyle hazırlanmıştır. Yüksek lisans düzeyindeki tezlerin %76,9'u, doktora düzeyindeki tezlerin ise %71,4'ü nicel araştırma yöntemiyle hazırlanmıştır. Buna ek olarak, doktora düzeyindeki tezlerin hiçbirinde nitel araştırma yöntemi kullanılmadığı görülmektedir. Turizm pazarlaması alanında hazırlanmış olan lisansüstü tezlerdeki örneklem gruplarının dağılımı ile ilgili bilgiler aşağıda Tablo 13'te gösterilmiştir.

Tablo 13: Lisansüstü Tezlerdeki Örneklem Gruplarının Dağılımına İlişkin Bulgular

Örneklem Grubu	Yüksek Lisans		Doktora		Toplam	
	f	%	f	%	f	%
Turistler	6	23,1	2	28,6	8	24,2
Yöneticiler	4	15,4	1	14,3	5	15,2
Yöneticiler + diğer	4	15,4	1	14,3	5	15,2
Tüketiciler	4	15,4	--	--	4	12,1
Literatür Tarama	2	7,7	--	--	2	6,1
Seyahat Acenteleri	--	--	2	28,6	2	6,1
Yerel Halk	2	7,7	--	--	2	6,1
Turist Rehberleri	--	--	1	14,3	1	3,0
Turizm Örgütleri	1	3,8	--	--	1	3,0
Turizm İşletmeleri	1	3,8	--	--	1	3,0
Otel İşletmeleri	1	3,8	--	--	1	3,0
Öğrenciler	1	3,8	--	--	1	3,0
TOPLAM	26	100,0	7	100,0	33	100,0

Tablo 13'e göre; turizm pazarlaması alanındaki lisansüstü tezlerin örneklem grubunun %24,2'sini turistlerin, %15,2'sini yöneticilerin ve yine %15,2'sini yöneticiler + diğer kişilerin oluşturduğu tespit edilmiştir. Yüksek lisans düzeyindeki tezlerin örneklem grubunun %23,1'ini, doktora düzeyindeki tezlerin ise %28,6'sını turistler oluştururken doktora düzeyindeki tezlerin %28,6'sında seyahat acentelerinin örneklem olarak seçildiği görülmektedir. Turizm pazarlaması alanında hazırlanmış olan lisansüstü tezleri konu dağılımları ile ilgili bilgiler aşağıda Tablo 14'te gösterilmiştir.

Tablo 14: Lisansüstü Tezlerin Konu Dağılımlarına İlişkin Bulgular

Konu	f	%
Tüketici Davranışları	4	12,1
Sosyal Medya	3	9,1
Pazarlama Sorunları	3	9,1
Destinasyon	2	6,1
Reklam	2	6,1
Pazarlama Uygulamaları	1	3,0
Dijitalleşme	1	3,0
Kırsal Turizm	1	3,0
Yavaş Şehir	1	3,0
İletişim ve Halkla İlişkiler	1	3,0
Çevrimiçi Siteler	1	3,0
Engelli Turizmi	1	3,0

Nörogörüntüleme	1	3,0
Yerel Halkın Tutumu	1	3,0
Marka İmajı	1	3,0
Alan Yazın	1	3,0
Finansal Krizler	1	3,0
Görsel ve Yazılı Tanıtım	1	3,0
Hizmet İçi Eğitim	1	3,0
Bilgi İletişim Teknolojileri	1	3,0
Müşteri Sadakati	1	3,0
Alternatif Turizm	1	3,0
Pazarlama Faaliyetleri	1	3,0
Yapısal Analiz	1	3,0
TOPLAM	33	100,0

Tablo 14 incelendiğinde birçok farklı konunun çalışıldığı görülmektedir. Buna göre, turizm pazarlaması alanındaki lisansüstü tezlerin %12,1’inde tüketici davranışları konusu ağırlıklı olarak çalışılmıştır. Tezlerin %9,1’inde sosyal medya konusu ve yine %9,1’inde pazarlama sorunları konusunun çalışıldığı görülmektedir. Ayrıca destinasyon konusu %6,1 ve reklam konusu %6,1 çalışılan diğer konular olarak dikkat çekmektedir.

Sonuç ve Tartışma

Türkiye’de turizm pazarlaması alanında hazırlanmış lisansüstü tezlerin bibliyometrik araştırma tekniği kullanılarak analiz edildiği bu çalışmada, turizm pazarlamasına ilişkin alan yazının gelişimini ve genel özelliklerini ortaya koymak amaçlanmıştır. Bu kapsamda, “turizm pazarlaması” anahtar kelimesi Yüksek Öğretim Kurulu Tez Merkezi internet veri tabanında taranmış ve 1990-2020 yılları arasındaki konu ile ilgili tezler analiz edilmiştir. Tarama sonucu analiz edilen tezler turizm pazarlaması konusunun geçmişi, gelişim süreci ve geleceğine ilişkin eğilimler konusunda bilgi sunmaktadır. Bu doğrultuda, “turizm pazarlaması” anahtar kelimesiyle taranan tezler çeşitli parametreler açısından bibliyometrik analize tabi tutulmuştur.

Yapılan analiz sonucunda, turizm pazarlaması alanında hazırlanan tezlerin büyük bir bölümünün yüksek lisans düzeyinde olduğu ve doktora düzeyinde daha az sayıda tezin hazırlandığı görülmüştür. Turizm alanında yüksek lisans eğitiminin daha fazla üniversitede verilmesinin (Pektaş, 2019: 29-30) bu sonuçla paralellik gösterdiği söylenebilir. Tezlerin hazırlandığı üniversiteler incelendiğinde; en çok tezin Gazi Üniversitesi, Anadolu Üniversitesi ve Marmara Üniversitesi’nde hazırlandığı ortaya çıkmıştır. Bu üniversitelerin köklü bir geçmişe sahip olmaları ve turizm eğitiminin verildiği ilk kurumlar olmaları bakımından böyle bir farklılığın olduğu düşünülmektedir. Ortaya çıkan bu sonuç daha önce yapılan bazı çalışmalarla (Kozak, 2001 ve Turan, 2004) benzerlik gösterirken bazı çalışmalarla (İnce vd., 2016 ve Tekin, 2016) ise kısmen benzerlik göstermektedir.

Turizm pazarlaması alanında hazırlanan tezlerin enstitülere göre dağılımına bakıldığında çok büyük bir kısmının Sosyal Bilimler Enstitüsü bünyesinde hazırlandığı görülmüştür. Ortaya çıkan bu sonuç turizm pazarlaması konusu dışındaki diğer bibliyometrik çalışmalar (Akkaşoğlu, 2019; Albayrak ve Tüzüncan, 2020; Aydın, 2017; Aydın ve Aksöz, 2019; Çelik, 2019; Çıkrık vd., 2019; Gülü Demirebulat ve Tetik Dinç, 2017; Gül ve Gül, 2018; Özçoban, 2020; Tayfun vd., 2018) ile büyük ölçüde benzerlik gösterirken (Tayfun vd., 2016) ile farklılık göstermektedir. İnsan faktörü olmadan turizmin de yapılamayacağı düşünüldüğünde, turizmin farklı alanlarındaki çalışmalarda da ortaya çıkan bu sonucun şartıcı olmadığı söylenebilir.

Çalışma kapsamında elde edilen bir diğer sonuç, yüksek lisans ve doktora düzeyinde hazırlanan tezlerin ağırlıklı olarak İşletme Ana bilim dalında hazırlanmış olmasıdır. Bununla beraber Turizm ve İşletme Ana bilim dallarının dışındaki diğer ana bilim dallarında da turizm ile ilgili çalışmalara rastlanmıştır. Turizmin multidisipliner bir alan olması ve pazarlama konusunun birçok farklı alan içerisinde yer alması dolayısıyla bu sonucun ortaya çıktığı düşünülmektedir. Bu sonuç, turizm pazarlaması konusunda daha önce çalışan ve Turizm İşletmeciliği Ana bilim dalında daha fazla tezin hazırlandığı sonucuna ulaşan (İnce vd.'nin 2016) çalışmasıyla ve turizmin farklı alanlarını inceleyen çalışmalar (Polat vd., 2019; Saltık, 2020; Ünal, 2020; Ünal ve Bayar, 2020; Zengin, 2020) ile farklılık göstermektedir.

Lisansüstü düzeyde hazırlanan tezlere en çok Dr. Öğr. Üyesi (Yrd. Doç. Dr.) unvanlı öğretim üyelerinin danışmanlık yaptığı görülmüştür. Tez düzeylerine göre bakıldığında, yüksek lisans tezlerine Dr. Öğr. Üyesi (Yrd. Doç. Dr.) unvanlı öğretim üyeleri danışmanlık yaparken doktora tezlerine ise Prof. Dr. unvanlı öğretim üyelerinin danışmanlık yaptığı sonucuna ulaşılmıştır. Akademik anlamda turizm diğer alanlara göre daha yeni bir alandır. Bundan dolayı turizm alanında yetişmiş olan akademisyenlerin sayısı diğer alanlara göre daha az sayıdadır. Buna paralel olarak akademik unvanların ve danışmanlıkların daha çok Dr. Öğr. Üyesi düzeyinde olduğu söylenebilir.

Akademik çalışmalarda kullanılan kaynakça sayıları o çalışmanın niteliğinin belirlenmesindeki önemli unsurlardan birisidir (Akkaşoğlu, 2019: 1207). İncelenen lisansüstü tezlerde genel olarak 51 ile 100 arasında kaynak kullanıldığı görülmüştür. Ayrıca, yüksek lisans düzeyindeki tezlerde kaynak kullanımı 51 ile 100 kaynak arasında iken doktora düzeyindeki tezlerde ise 251 kaynak ve üzerindedir. Bu durum, doktora düzeyindeki tezlerin yüksek lisans düzeyindeki tezlere göre daha nitelikli olduğunu göstermektedir. Bu nedenle, yüksek lisans düzeyinde nitelikli bir tez hazırlamak isteyen araştırmacılara daha fazla kaynaktan yararlanmaları önerilmektedir. Böylece yazılan tezin daha özgün olacağı düşünülmektedir. Analiz edilen tezlerde yerli kaynak kullanımının hem yüksek lisans düzeyinde hem de doktora düzeyinde ağırlıklı olduğu görülmüştür. Bunun nedeninin, hazırlanan tezlerin ulusal düzeyde ele alınması olduğu düşünülmektedir. Ayrıca, danışmanlık yapan akademisyenlerin öğrencileri yabancı kaynaklara yönlendirmeleri tezin kalitesi için yarar sağlayacaktır.

Yapılan analizler neticesinde, hazırlanan lisansüstü tezlerin büyük bölümü 2015 yılı ve sonrasında gerçekleştirilmiştir. Yüksek lisans ve doktora düzeylerinde incelendiğinde ise genel olarak tez sayılarının 2005 yılından sonra kademeli olarak arttığı görülmektedir. 2010 yılından sonra turizm fakültelerinin sayısının artmasıyla birlikte üniversitelerdeki lisansüstü programlar da yıllar itibariyle artış göstermiştir. Bu durum lisansüstü düzeyde yazılan tezlere olumlu bir şekilde yansımış ve böyle bir sonuç ortaya çıkmıştır.

Araştırma kapsamında incelenen yüksek lisans ve doktora düzeyindeki tezlerde araştırma yöntemi olarak nicel araştırmaların daha çok tercih edildiği görülmüştür. Nicel araştırma yönteminde veri toplarken en fazla anket tekniğinden yararlanılmaktadır. Bu doğrultuda, anket tekniğinin daha kolay olduğu ve verilerin bilgisayar destekli programlar aracılığıyla analiz edildiği göz önüne alındığında bu yöntemin daha fazla tercih edildiği düşünülmektedir. Bu sonuç (İnce vd., 2016)'nin çalışmasıyla benzerlik göstermektedir. Ayrıca, doktora düzeyindeki hiçbir tezde nitel araştırma yönteminin kullanılmaması araştırma kapsamındaki dikkat çeken sonuçlardan birisidir. Araştırma yöntemlerinin çok iyi anlaşılması olması veya farklı sebepler dolayısıyla bu sonuç ortaya çıkmış olabilir.

Lisansüstü tez hazırlayan araştırmacıların doğru örneklem seçmesi hem araştırmanın niteliği hem de güvenilirliği açısından önemlidir. Çalışma kapsamında değerlendirilen yüksek lisans düzeyindeki tezlerde örneklem grubu olarak en çok turistlerin tercih edildiği ve bunu

tüketiciler ile yöneticilerin izlediği görülmüştür. Doktora düzeyindeki tezlerde ise turistler ve seyahat acenteleri en çok tercih edilen örneklem gruplarıdır. Örneklem gruplarının ağırlıklı olarak turistler, tüketiciler ve seyahat acenteleri seçilmesi nicel araştırma yöntemlerinin daha fazla kullanıldığını doğrular niteliktedir. Seçilen bu örneklem gruplarının genel olarak kolay ulaşılabilir olması araştırmacıları bu duruma itmiş olabilir.

Tezlerin konuları incelendiğinde, en çok çalışılan konuların tüketici davranışları, pazarlama sorunları ve sosyal medya olduğu görülmüştür. Bu sonuç tutundurma konusunun daha fazla çalışıldığı sonucuna ulaşan çalışmalar (İnce vd., 2016 ve Kozak, 2001) ile farklılık göstermektedir. Bunun yanı sıra, destinasyon, reklam, dijitalleşme, bilgi iletişim teknolojileri ve çevrimiçi siteler gibi konuların da çalışılması turizm pazarlaması alanının gelişimi için önemlidir. E-ticaretin önem kazandığı günümüzde turizm pazarlaması alanında bu gibi konuların çalışılmasının değerli olduğu düşünülmektedir. Ayrıca, turizm pazarlaması alanında tez yazacak olan araştırmacıların çalışılmamış konular ya da az çalışılan konular üzerinde odaklanmaları önerilmektedir.

Kaynakça

- Akkaşoğlu, S., Akyol, C., Ulama, Ş. ve Zengin, B. (2019). Tarım turizmine yönelik hazırlanan lisansüstü tezlerin bibliyometrik analizi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 7 (2), 1193-1218.
- Albayrak, A. ve Tüzünkan, D. (2020). Kırsal turizm ve türlerine yönelik hazırlanan lisansüstü tezlerin bibliyometrik analizi. *Turkish Studies-Social*, 15(1), 845-859. <https://dx.doi.org/10.29228/TurkishStudies.40613>
- Alımanoğlu, Ç. ve Ayazlar, G. (2017). Türkiye’de kırsal turizm konulu lisansüstü tez çalışmaları üzerine bibliyometrik bir inceleme (2003-2016). *International Rural Tourism and Development Journal*, 1 (1), 6-12.
- Altaş, A. (2017). Türkçe’ye tercüme edilen gastronomi kitaplarının bibliyometrik analizi. *Kırklareli Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, (1), 103-117.
- Altürk, A. (2018). *Türkiye turizm literatürünün durumu: uluslararası dergi makalelerinin bibliyometrik analizi*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Batman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. Batman.
- Arıkan Saltık, I. (2020). Turist rehberliği konulu ulusal lisansüstü tezlerin bibliyometrik profili (1989-2018). *ÇAKÜ Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 11 (1), 45-69.
- Arslan, E. ve Emeksiz, M. (2016). Konaklama işletmelerinde çevre yönetimi konusunun bibliyometrik profili ve gelecek çalışmalar için öneriler. *Journal of Multidisciplinary Academic Tourism*, 1 (1), 1-12.
- Ayaz, N. ve Türkmen, B. M. (2018). Yöresel yiyecekleri konu alan lisansüstü tezlerin bibliyometrik analizi. *Gastroia: Journal of Gastronomy and Travel Research*, 2 (1), 22-38. <https://doi.org/10.32958/gastoria.411345>
- Aydın, B. (2017). Yükseköğretim Kurulu Tez Merkezinde (Yöktez) yiyecek içecek işletmeciliği alanında kayıtlı bulunan tezlerin bibliyometrik analizi. *Journal of Multidisciplinary Academic Tourism*, 2 (1), 23-38.
- Aydın, B. ve Aksöz, E. O. (2019). Destinasyon alanında yayınlanmış lisansüstü tezlerin bibliyometrik profili. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 7 (1), 615-636. DOI: 10.21325/jotags.2019.381
- Bahçeci, V. ve Yılmaz, Ö. D. (2020). Ulusal deniz turizmi sempozyumlarında sunulan bildirilerin bibliyometrik analizi. *Denizcilik Fakültesi Dergisi*, (Özel Sayı), 85-102. DOI: 10.18613/deudfd.803409
- Baytok, A., Boyraz, M. ve Pelit, E. (2019). Ulusal deniz turizmi sempozyumlarında sunulan bildirilerin bibliyometrik analizi. *Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*,

- 21 (1), 287-305. DOI: 10.32709/akusosbil.479290
- Boğan, E., Çalışkan, C. ve Dedeoğlu, B. B. (2018). Turizm yazınında kurumsal sosyal sorumluluk: Türkiye’de yapılan çalışmaların bibliyometrik analizi. *Turizm Akademik Dergisi*, 5 (2), 47-62.
- Borgman, C. L. & Furner, J. (2005). Scholarly communication and bibliometrics. *Annual Review of Information Science and Technology*. (36), 2-72.
- Boyras, M. ve Sandıkçı, M. (2018). Gastronomi bildirilerinin değerlendirilmesi: turizm kongreleri örneği 2013-2017. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 6 (4), 873-889. DOI:10.21325/jotags.2018.338
- Bozok, D., Kılıç, S. N. ve Özdemir, S. S. (2017). Turizm literatüründe kırsal turizmin bibliyometrik analizi. *Journal of Human Sciences*, 14 (1), 187-202. doi:10.14687/jhs.v14i1.4274
- Büyüksalvarcı, A. ve Keleş, H. (2019). Turizm alanında yazılan lisansüstü tezlerin bibliyometrik açıdan incelenmesi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 7 (4), 2758-2773. DOI: 10.21325/jotags.2019.498
- Cevizkaya, G., İlsay, S. ve Avcıkurt, C. (2014). Turizm alan yazınında engelliler ile ilgili çalışmaların bibliyometrik profili (2000-2013). *Gazi Üniversitesi Turizm Fakültesi Dergisi*, (2). 101-108.
- Civelek Oruç, M. ve Türkay, O. (2017). Turizmi konu alan lisansüstü çalışmalarının bibliyometrik analizi. *IWACT’17 International West Asia Congress of Tourism Research*, 28 September- 01 October, 251-258.
- Çalhan, H. ve Çakıcı, C. (2019). Uluslararası indekslerce taranan kış turizmi başlıklı makalelerin bibliyometrik analizi. *The First International Winter Tourism Congress*, 19-21 December, 2-11.
- Çapar, G., Toksöz, D. ve Dönmez, B. (2018). Turizm rehberliği alanında yapılan akademik çalışmaların incelenmesi. *Turist Rehberliği Dergisi*, 1 (2), 57-73.
- Çelik, S. (2019). Turizm alanında liderlik konusu ile ilgili hazırlanmış tezlere yönelik bibliyometrik bir analiz. *Journal of Academic Value Studies*, 5 (4), 516-527.
- Çıkrık, R., Yılmaz, İ. ve Toprak, L. S. (2019). Türkiye’de turizmin etkileri konusunda yerel halkın bakış açısını konu alan lisansüstü tezlerin bibliyometrik profili. *Journal of Hospitality and Tourism Issues*, 1 (1), 17-29.
- Çımat, A. ve Bahar, O. (2003). Turizm sektörünün Türkiye ekonomisi içindeki yeri ve önemi üzerine bir değerlendirme. *Akdeniz İ.İ.B.F. Dergisi*, 3 (6), 1-19.
- Çiçek, D. ve Kozak, N. (2012). Anatolia turizm araştırmaları dergisi’nde yayımlanan hakem denetimli makalelerin bibliyometrik profili. *Türk Kütüphaneciliği*, 26 (4), 734-756.
- Çolakoğlu, Ü., Altun, E. H. ve Kıykaç, B. (2019). Türkiye’deki medikal turizm tezlerinin bibliyometrik profili (2008-2018). *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 30 (2), 135-143.
- Çuhadar, M. ve Morçin, İ. (2020). Türkiye’de gastronomi turizmi ile ilgili çalışmaların bibliyometrik analizi. *Journal of Recreation and Tourism Research*, 7 (1), 92-106. DOI: 10.31771/jrtr.2020.56
- Düşmezkalender, E. ve Metin, M. (2019). Alternatif turizme yönelik bibliyometrik bir araştırma. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi*, 22 (2), 813-824.
- Ercan, F. (2020). Türkiye’deki Gastronomi turizmi konulu makalelerin bibliyometrik analizi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 8 (2), 1058-1075. DOI: 10.21325/jotags.2020.595
- Ergün, G. S. ve Kalıpçı, B. (2020). Turizm ve şikâyet: bibliyometrik bir analiz. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 17 (3), 444-463. DOI:10.24010/soid.707251

- Evren, S. ve Kozak, N. (2012). Türkiye’de 2000-2010 yılları arasında yayımlanan turizm konu makalelerin bibliyometrik analizi. *VI. Lisansüstü Turizm Öğrencileri Araştırma Kongresi*, 12-15 Nisan, 250-266.
- Güdü Demirbulat, Ö. ve Tetik Dinç, N. (2017). Sürdürülebilir turizm konulu lisansüstü tezlerin bibliyometrik profili. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 14 (2), 20-30.
- Gül, M. ve Gül, K. (2018). Kırsal kalkınma ve kırsal turizm konulu lisansüstü tezlerin bibliyometrik profili. *International Journal of Social and Economic Sciences*, 8 (2), 56-62.
- Hall, C. M. (2011). Publish or perish? bibliometric analysis, journal ranking and the assesment of research quality in tourism. *Tourism Management*, 32 (1), 16-27. doi:10.1016/j.tourman.2010.07.001
- Işık, C., Günlü Küçükaltan, E., Kaygalak Çelebi, S., Çalkın, Ö., Enser, İ. ve Çelik, A. (2019). turizm ve girişimcilik alanında yapılmış çalışmaların bibliyometrik analizi. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 3 (1), 119-149. DOI: 10.32572/guntad.519018
- İçöz, O. (1996). *Turizm işletmelerinde pazarlama*. Ankara: Anatolia Yayıncılık.
- İçöz, O. ve Kozak, N. (1999). Turizm işletmeciliği dergisi'nin turizm literatürüne katkısı hakkında bir inceleme. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 10 (2), 9-17.
- İnce, M., Gül, H. ve Bozyiğit, S. (2017). Türkiye'de turizm pazarlaması konusunda yazılan lisansüstü tezlerin içerik analizi yöntemiyle incelenmesi: 1990-2016. *MANAS Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 6 (5), 113-130.
- Karagöz, D. ve Kozak, N. (2014). Anatolia turizm araştırmaları dergisi'nin bibliyometrik analizi: araştırma konuları ve kurumlar arası iş birliğinin sosyal ağ analizi ile incelenmesi. *Türk Kütüphaneciliği*, 28 (1), 47-61.
- Karasakaloğlu, B. (2020). Kış turizmi çalışmaları üzerine bibliyometrik bir inceleme. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 17 (3), 407-426. DOI:10.24010/soid.726176
- Kaygalak Çelebi, S. ve Kırlar Can, B. (2019). Turizm rehberliği alanında yapılan makalelerin bibliyometrik analizi. *International Journal of Contemporary Tourism Research*, (2), 213-223. doi: 10.30625/ijctr.580271
- Kervankıran, İ. ve Şardağ, A. (2019). Tourism geography researches in Turkey: a content analysis for graduate theses. *International Journal of Geography and Geography Education*, (39), 151-170.
- Kozak, N. (1994). Anatolia dergisinde yayımlanan yazılar üzerine bir inceleme. *Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi*, 5 (3), 22-33.
- Kozak, N. (1995). Türkiye’de yayımlanan turizm konulu makaleler üzerine bir inceleme. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 6 (1), 62-72.
- Kozak, N. (2001). Türkiye' de turizm pazarlaması literatürünün gelişim süreci: 1972-1998 yılları arasında hazırlanmış lisansüstü tez çalışmaları üzerine biyo-bibliyografik bir inceleme. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 12 (1), 26-33.
- Kozak, N. (2003). Türkiye’de yayımlanan akademik dergilerin niteliklerindeki zaman içerisindeki değişim nedenleri: sağlık, sosyal ve teknik alanlarında yayımlanan dergiler üzerine bir inceleme. *Bilgi Dünyası*, 4 (2), 146-174.
- Matheson, A. ve Wall, G. (1992). *Tourism, economic, physical and social impacts*. Longman Specific and Technical, London: Longman Singapore Publisher Ltd.
- Nebioğlu, O. (2019). Turizm ve yiyecek tüketimi: uluslararası alanyazın üzerine bibliyometrik bir analiz. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 16 (1), 71-88.
- Nergiz, H. G. (2014). Türkiye’de lisansüstü turizm tezlerinin bibliyometrik profili (1990-2013). *VII. Lisansüstü Turizm Öğrencileri Araştırma Kongresi*, 04-05 Nisan, Aydın 212-221.
- Olçay, A., Karaçıl, G. ve Sürme, M. (2018). Helal turizm alanının bibliyometrik profili. *Iğdır Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, (15), 389-408.

- Özçoban, E. (2020). İnanç Turizmi alanında yayımlanan yüksek lisans ve doktora tezlerinin bibliyometrik analizi (1998-2019). *Turkish Studies - Social*, 15 (3), 1363-1375. <https://dx.doi.org/10.29228/TurkishStudies.41530>
- Özel, Ç. H. ve Kozak, N. (2012). Turizm pazarlaması alanının bibliyometrik profili (2000-2010) ve bir atıf analizi çalışması. *Türk Kütüphaneciliği*, 26 (4), 715-733.
- Pektaş, Ç. (2019). *Gaziantep'te ön lisans düzeyinde turizm eğitimi alan öğrencilerin kariyer planlamaları ve turizm sektörüne ilişkin algılarının değerlendirilmesi*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. Gaziantep.
- Palmer, L., A, Sese, A. ve Montaña, J. J. (2005). Tourism and statistics: bibliometric study 1998-2002. *Annals of Tourism Research*, 32 (1), 167-178. doi:10.1016/j.annals.2004.06.003
- Pendlebury, D. A. (2008). *White paper using bibliometrics in evaluating research, research department*. USA Philadelphia: Thomson Reuters.
- Polat E., Düzgün E. & Yeşiltaş M. (2019). İklim değişikliğinin turizme etkisini belirlemeye yönelik hazırlanan lisansüstü tezlerin bibliyometrik profili. *Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Elektronik Dergisi*, 10 (EkSayı), 240-249.
- Polat Üzümcü, T. (2019). Turizm eğitimi alanına yönelik bibliyometrik bir çalışma. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 3 (4), 1433-1449. DOI: 10.26677/TR1010.2019.251
- Ryan, C. (1991). *Recreational tourism: a social science perspective*. New York: Routledge.
- Sökmen, C. ve Özkanlı, O. (2018). Gastronomi turizmi alanyazının gelişimi: journal of tourism and gastronomy studies dergisinde yayımlanan makaleler üzerine bir inceleme. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 6 (2), 99-127.
- Sünnetçioğlu, A., Yalçınkaya, P., Olcay, M. ve Mercan, Ş. O. (2017). Turizm alanında yazılmış olan gastronomiye ilişkin tezlerin bibliyometrik profili. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 5 (Özel Sayı), 345-354.
- Şahin, E., Akdağ, G., Çakıcı, C. ve Onur, N. (2018). Gastronomi ve mutfak sanatları anabilim dallarında yayınlanan tezlerin bibliyometrik analizi. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 2 (Ek.1), 30-41.
- Şahin, S. ve Acun, A. (2015). Turist rehberliği alanının bibliyometrik profili (ulusal turizm kongreleri bildirileri). *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 18 (34), 213-234.
- Tayara, M. ve Özel, Ç. H. (2019). Annals of Tourism Research dergisinde yayımlanan postmodern dönemde turizm konulu makaleler: bibliyometrik inceleme. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 30 (2), 100-111. <https://10.17123/atad.636845>
- Tayfun, A., Küçükergin, F. G., Aysen, E., Eren, A. ve Özekici, K. (2016). Turizm alanında yazılan lisansüstü tezlere yönelik bibliyometrik bir analiz. *Gazi Üniversitesi Turizm Fakültesi Dergisi* (1), 50-69.
- Tayfun, A., Ülker, M., Gökçe, Y., Tengilimoğlu, E., Sürücü, Ç. ve Durmaz, M. (2018). Turizm alanında yiyecek ve içecek ile ilgili lisansüstü tezlerin bibliyometrik analizi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 6 (2), 523-547.
- Tekin, Ö. A. (2016). Türkiye'deki lisansüstü turizm tezlerinde odaklanılan konular: 1984-2015. *Uluslararası Alanya İşletme Fakültesi Dergisi*, 8 (2), 175-187.
- Temizkan, S. P., Çiçek, D. ve Özdemir, C. (2015). Sağlık turizmi konusunda yayınlanan makalelerin bibliyometrik profili. *International Journal of Human Sciences*, 12 (2), 394-415. doi: 10.14687/ijhs.v12i2.387
- Tunçalp, O. ve İrge, N. T. (2018). Turizm pazarlamasında çevrimiçi sitelerindeki müşteri yorumları ve puanlama sisteminin otel satış fiyat tercihlerine etkisi. *Uluslararası Beşeri ve Sosyal Bilimler İnceleme Dergisi*, 2 (2), 28-40.
- Turan, A. (2014). Turizm konulu yüksek lisans tezlerinin bibliyometrik özellikleri (1984-2013).

- VII. Lisansüstü Turizm Öğrencileri Araştırma Kongresi, 04-05 Nisan, Aydın, 3-15.
- Türkatarhan, G. (2013). *Türkiye’de turizm pazarlaması alan yazınının gelişim süreci (1990-2012)*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Eskişehir Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. Eskişehir.
- Ulu, S. ve Akdağ, M. (2015). Dergilerde yayınlanan hakem denetimli makalelerin bibliyometrik profili: Selçuk İletişim örneği, *Selçuk İletişim*, 9 (1), 5-21. doi: 10.18094/si.04052
- Usta, Ö. (2009). *Turizm genel ve yapısal yaklaşım*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Ünal, A. ve Bayar, S. B. (2020). Türkiye’de destinasyon konusunda yayınlanmış lisansüstü tezlerin bibliyometrik incelenmesine yönelik bir araştırma. *Karadeniz Sosyal Bilimler Dergisi*, 12 (12), 237-250.
- Ünal, A. (2020). Türkiye’de sürdürülebilir turizm konusunda yayınlanmış lisansüstü tezlerin bibliyometrik incelenmesine yönelik bir araştırma. *Uluslararası Göbeklitepe Sosyal ve Beşeri Bilimler Kongresi*, 5-7 Haziran, 83-95.
- Webster, J. ve Watson, R. T. (2002). Analyzing the past to prepare for the future: writing a literature review. *MIS Quarterly*, 26 (2), 13-23.
- Yeksan, Ö. ve Akbaba, A. (2019). Sürdürülebilir turizm makalelerinin bibliyometrik analizi. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 3 (2), 220-231. DOI: 10.32572/guntad.502563
- Yeşilyurt, H. ve Koçak, N. (2018). Yerel halkın turizm gelişimine yönelik desteğini inceleyen makalelerin bibliyometrik incelemesi. *Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (Özel Sayı), 191-206.
- Yılmaz, G. (2017). Restoranlarda bahşiş ile ilgili yayınlanan makalelerin bibliyometrik analizi. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 14 (2), 65-79.
- Zencir, E. ve Kozak, N. (2012). Sosyal Bilimler Enstitü dergilerinde yayımlanan turizm makalelerinin bibliyometrik profili (2000-2010), VI. Lisansüstü Turizm Öğrencileri Araştırma Kongresi, 12-15 Nisan Antalya, 673-682.
- Zengin, B. ve Atasoy, B. (2020). Turizm Rehberliği alanındaki lisansüstü tezlerin bibliyometrik çerçevesi. *Alanya Akademik Bakış Dergisi*, 4 (3), 975-992.