

Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi/
Journal of Travel and Hotel Business
Cilt/Vol:22(2),Yıl/ Year:,2025 ss/pp:488-509
Gönderim Tarihi/ Received: 19.03.2025
Kabul Tarihi /Accepted: 24.06.2025
DOI: 10.24010/soid.1661317

Araştırma Makalesi/ Research Article

Turizm Alanyazınında Konumlandırma Konulu Çalışmaların Bibliyometrik Analizi ve Bilimsel Haritalaması

Bibliometric Analysis and Scientific Mapping of Studies on Positioning in the Tourism Literature

Dr. Öğr. Üyesi Birgül AYDIN 
Doğuş Üniversitesi
Sanat ve Tasarım Fakültesi
İstanbul, Türkiye
E-posta: baydin@dogus.edu.tr

Öz

Bu çalışmanın amacı, turizm literatüründeki "konumlandırma" araştırmalarını bibliyometrik analiz ve bilimsel haritalama yöntemleriyle incelemektir. 1981-2024 yılları arasında Web of Science veri tabanında yayımlanan 2517 makale analiz edilmiştir. Yazar, ülke ve anahtar kelimeler düzeyinde iş birlikleri ve kavramsal bağlantılar değerlendirilmiştir. Analizlerde BibExcel ve VOSviewer yazılımları kullanılmıştır. Bulgular, konumlandırma alanında en fazla katkı sağlayan yazarların Steven Pike, Stephen Page ve Rein Ahas olduğunu göstermektedir. Smugovic ve Tesanovic güçlü iş birlikleriyle öne çıkarken, İspanya, Çin, ABD ve Birleşik Krallık yüksek yayın ve atıf performansına sahiptir. "Tourism (turizm)", "sustainability (sürdürülebilirlik)" ve "sustainable tourism (sürdürülebilir turizm)" anahtar kelimeleri ön plana çıkmıştır. Çalışmada gelecekteki araştırmalara ve uygulamaya yönelik öneriler sunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Konumlandırma, Turizm, Bibliyometri, Bilimsel Haritalama

Abstract

The aim of this study is to examine "positioning" research in tourism literature through bibliometric analysis and scientific mapping methods. We analyzed 2,517 articles published in the Web of Science database between 1981 and 2024. Collaborations and conceptual links at the level of author, country and keywords were evaluated. BibExcel and VOSviewer software were used in the analysis. The findings show that Steven Pike, Stephen Page and Rein Ahas are the authors who have contributed the most in the field of positioning. Smugovic and Tesanovic stand out with strong collaborations, while Spain, China, the US and the UK have high publication and citation performance. The keywords "tourism", "sustainability" and "sustainable tourism" came to the fore. The study provides recommendations for future research and practice.

Key Words: Positioning, Tourism, Bibliometrics, Scientific Mapping

Extended Summary

Purpose

The aim of this study is to explore the academic development of destination positioning in an environment where intense competition in the tourism sector, blurred destination differences, and the importance of effective positioning strategies for sustainable competitive advantage are prevalent. To achieve this, bibliometric analysis and scientific mapping methods are used to examine key contributors, intellectual structure, and emerging themes in the field.

Background

Bibliometrics, defined by Pritchard (1969), quantitatively analyzes scientific publications to examine the development of a field. In tourism research, it helps map the literature's structure, revealing emerging trends and developments (Donthu et al., 2021; Park et al., 2018). By evaluating academic collaboration and productivity, bibliometric analyses offer insights into research directions and the field's evolution (Sweileh, 2020).

Positioning in tourism guides destination marketing by emphasizing key attributes in visitors' perceptions (Botha et al., 1999). Effective positioning helps destinations stand out in competitive markets, enhancing economic and social benefits for local communities (Pike, 2004). A robust tourism supply chain and sustainability further strengthens positioning strategies, ensuring long-term success through economic growth and environmental stewardship (Becken et al., 2017).

Method

This study uses bibliometric analysis and scientific mapping to examine academic publications on destination positioning in tourism. Analyzing 2,517 articles published between 1981 and 2024, the research employs performance analysis for quantitative evaluation and scientific mapping to explore the structure of knowledge domains. BibExcel was used for performance analysis, while VOSviewer facilitated co-authorship, co-citation, and co-word analyses, along with creating scientific maps.

Findings

The bibliometric analysis of destination positioning in tourism reveals several key findings. Steven Pike, Stephen Page, and Rein Ahas are the most influential contributors, focusing on destination marketing and spatial analysis. Co-authorship networks highlight central figures like Smugovic, Stefan, and Tesanovic, Dragan, reflecting strong collaborations. Spain, China, the United States, and the United Kingdom are prominent contributors, with China forming key regional and global partnerships. Keyword analysis shows a strong focus on "tourism," "sustainability," and "sustainable tourism." Journals like Sustainability, Tourism Management, and the Journal of Sustainable Tourism are key platforms, highlighting the link between destination positioning and sustainability.

Conclusion

This study offers a systematic analysis of trends, key contributors, countries, journals, and collaboration networks in destination positioning research within tourism.

Findings highlight the importance of sustainability and destination image in shaping academic discussions and practical applications. The study underscores the value of interdisciplinary collaboration and provides insights into future research. Emerging technologies like AI and big data analytics present promising opportunities to enhance destination positioning strategies. Future research could also focus on community participation, environmental impacts, and social sustainability in the positioning process. This study serves as a valuable resource for researchers, policymakers, and practitioners developing innovative, sustainable tourism strategies.

1. Giriş

Günümüzde yatırım, bilgi üretimi ve paylaşımının hızlanması, seyahat erişilebilirliğinin artması ve ulaşım engellerinin azalması, turizm sektöründe farklılaşma ihtiyacını kaçınılmaz kılmaktadır. Bu dinamik ortamda, destinasyonların sürdürülebilir rekabet avantajı elde edebilmesi için etkili konumlandırma stratejileri geliştirmeleri ve uygulamaları kritik bir gereklilik haline gelmiştir. Özellikle destinasyonlar arasındaki farklılıkların giderek belirsizleştiği günümüzde, benzersiz ve ayırt edici özellikler yaratmak her zamankinden daha önemli hale gelmiştir (Evren ve Kozak, 2018; Lv ve diğ., 2024). Bu bağlamda, güçlü bir destinasyon imajı oluşturmak ve etkili konumlandırma stratejileri benimsemek, destinasyonların küresel ölçekte fark edilmesi ve tercih edilmesinde belirleyici bir rol oynamaktadır (Michaelidou ve diğ., 2013; Styliadis ve Cherifi, 2018; Mabillard ve diğ., 2023).

Konumlandırmanın stratejik önemi, bu alana yönelik çok sayıda akademik çalışmanın yapılmasına zemin hazırlamıştır. Bu kapsamda araştırmalar genellikle destinasyon markalaşması çerçevesinde ele alınmakta; talep odaklı yaklaşımlar (Kristal ve diğ., 2016; Donner ve Fort, 2018; France ve diğ., 2020; Castañeda-García ve diğ., 2020; Deb, 2021; Kotsi ve Pike, 2021; Lin ve diğ., 2024) ve rakip destinasyonların karşılaştırmalı analizleri üzerine yoğunlaşmaktadır (Gartner, 1989; Calantone ve diğ., 1989; Kim HongBum, 1998; Botha ve diğ., 1999; Chen ve Uysal, 2002; Melian-Gonzalez ve García-Falcon, 2003; Pike ve Ryan, 2004; Crompton ve diğ., 1992; Toral ve diğ., 2018; Evren ve Kozak, 2018; Lewis ve diğ., 2019; Lin ve diğ., 2024). Ayrıca, destinasyon imajı (Gövce ve diğ., 2018; Tür, 2022), lisansüstü tezler (Aydın ve Aksöz, 2019; Ünal ve Bayar, 2020), pazarlama (Ekşi ve diğ., 2022) ve dijitalleşme (Esen, 2024) gibi konular kapsamında çeşitli bibliyometrik çalışmalar gerçekleştirilmiştir. Ancak, destinasyon konumlandırması kavramının gelişimini sistematik bir yaklaşımla inceleyen kapsamlı araştırmalara literatürde yeterince rastlanmamaktadır. Bu durum, alana yönelik bibliyometrik çalışmaların yapılmasını gerekli kılmaktadır.

Bu çalışma turizm alanında destinasyon konumlandırması üzerine gerçekleştirilen akademik araştırmaları, bibliyometrik analiz ve bilimsel haritalama yöntemleri aracılığıyla kapsamlı şekilde incelemeyi amaçlamaktadır. Literatürdeki temel eğilimlerin belirlenmesi, öne çıkan yazarların, kurumların ve ülkelerin sistematik olarak ortaya konması hedeflenmektedir. Ayrıca, bilimsel iş birlikleri ve atıf ağları analiz edilerek, bilgi akışının ve akademik etkileşimlerin yapısı da değerlendirilecektir. Böylece, destinasyon konumlandırması konusundaki bilgi birikiminin hangi temalarda yoğunlaştığı, hangi alanlarda ise görece daha az çalışıldığı tespit edilerek literatürdeki boşlukların belirlenmesi amaçlanmaktadır. Çalışmanın, hem mevcut akademik gelişmeleri ortaya koyması hem de gelecekteki araştırmalara yön vermesi bakımından araştırmacılar ve uygulayıcılar için yol gösterici bir kaynak oluşturması beklenmektedir. Elde edilen bulguların, turizm yazınına teorik katkı sağlamasının yanı sıra, destinasyon yönetim örgütleri, pazarlama uzmanları ve diğer paydaşlar açısından stratejik planlama

süreçlerine de katkı sunması öngörülmektedir. Bu doğrultuda çalışmanın alt amaçları aşağıdaki şekilde belirlenmiştir:

- Konumlandırma araştırmalarının yıllara göre gelişimini ortaya koymak ve bu alana en fazla katkı sağlayan yazarları, atıf oranlarını, ülkeleri ve h-indeks değerlerini belirlemek.
- Konumlandırma temalı çalışmaların yayımlandığı akademik dergileri inceleyerek, atıf sayıları ve h-indeksleri üzerinden değerlendirmelerde bulunmak.
- Alanda çalışan yazarlar arasındaki iş birliği ve ağ yapılarını analiz etmek.
- Konumlandırma araştırmalarında yer alan kurumları ve bu kurumlar arasındaki iş birliği ağlarını belirlemek.
- Kullanılan anahtar kelimeler arasındaki ilişkileri analiz ederek, konu başlıklarının zaman içindeki evrimini ortaya koymak.

2. Literatür

2.1. Bibliyometri Kavramı

Bibliyometri kavramı ilk olarak 1969 yılında Pritchard tarafından tanımlanmış ve "matematiksel ve istatistiksel yöntemlerin kitaplar ve diğer iletişim araçları üzerinde uygulanması" olarak açıklanmıştır (Pritchard, 1969). Bibliyometri, belirli bir uzmanlık alanındaki akademik çalışmaların gelişim sürecini analiz etmek için kullanılan önemli bir yöntemdir. Bibliyometrik analiz, bilimsel yayınların niceliksel değerlendirilmesi yoluyla alanın entelektüel gelişimini çerçevelemekte ve araştırmacılara bilgi üretim süreçlerine dair kapsamlı veriler sunmaktadır (Donthu ve diğ., 2021).

1970'li yıllardan itibaren bibliyometri, başta iletişim, bilgisayar bilimi, ekonomi, eğitim ve psikoloji olmak üzere çeşitli disiplinlerde uygulanmaya başlanmış; ilerleyen dönemlerde tarih, sosyoloji, kütüphane ve bilgi bilimi gibi alanlarda da önemli bir metodolojik yaklaşım haline gelmiştir (Lee, 2015; Zopiatı ve diğ., 2015; Donthu ve diğ., 2021). Son yıllarda ise yapay zekâ destekli analiz araçlarının entegrasyonu ile bibliyometri, disiplinler arası araştırmalarda daha da işlevsel hale gelmiştir (Jing ve diğ., 2023).

Bibliyometrik yöntemler, turizm araştırmalarında giderek daha fazla kullanılmakta ve alanın yapısı, eğilimleri ile gelişim dinamikleri hakkında değerli bilgiler sunmaktadır. Bu analizler, araştırmacıların alanın tarihsel gelişimini, üretken yazarları, iş birliği ağlarını ve araştırma boşluklarını belirlemelerine olanak tanımaktadır (Park ve diğ., 2018; Van Nunen ve diğ., 2018; Jing ve diğ., 2023). Özellikle ortak atıf, ortak kelime ve kümeleme teknikleri kullanılarak turizm ve konaklama literatürünün entelektüel yapısı haritalanabilmektedir (Strandberg ve diğ., 2016; Li ve diğ., 2021). Ayrıca, bibliyometrik analizler yalnızca geçmiş eğilimleri tanımlamakla kalmayıp, gelecekteki araştırmalara yön verecek stratejik çıkarımlar sunar (Moral-Muñoz ve diğ., 2020; Zeng ve diğ., 2022).

2.2. Turizm Destinasyonlarında Konumlandırma

Destinasyon konumlandırması, ziyaretçilerin zihninde öne çıkan özellikleri belirleyip güçlendirmeyi gerektirir (Botha ve diğ., 1999; Pinke-Sziva ve diğ., 2023). Kotler ve diğ. (1993) bu süreci, destinasyonun rakiplerine kıyasla güçlü yönlerinin vurgulanması olarak tanımlamaktadır. Günümüzde konumlandırma; sürdürülebilirlik, toplumsal katılım ve ekonomik katkı boyutlarıyla stratejik bir önem taşımaktadır. Etkili

konumlandırma, destinasyonun algısını ve yerel kalkınmayı desteklerken, sürdürülebilir turizm hedeflerine de katkı sağlar (Kotler ve diğ., 2002; Ritchie ve Crouch, 2003; Pike, 2004; Weaver ve diğ., 2022). Ayrıca, tedarik zinciri verimliliği, kültürel sinerji ve turizmin sosyo-ekonomik ve çevresel etkilerini bütüncül bir yaklaşımla ele almaktadır (Kotler ve Gertner, 2011).

Etkili konumlandırma stratejilerinin, yerel halkın turizmden elde ettiği faydaların yanı sıra çevresel sürdürülebilirliği teşvik etmesi gerektiği, giderek daha fazla araştırmacı tarafından kabul edilmektedir. Çevresel ve sosyal sürdürülebilirlik, turizmdeki uzun vadeli başarıyı sağlamak için temel faktörlerdendir (Becken ve diğ., 2017; Gössling ve diğ., 2018). Bu bağlamda, etkili turizm stratejilerinin sadece ekonomik büyümeyi değil, aynı zamanda çevresel koruma ve toplumsal refahı da hedeflemesi gerektiği vurgulanmaktadır. Ayrıca, turizm konumlandırma stratejilerinin hem turistlerin deneyimlerini hem de yerel toplumların yaşam kalitesini iyileştirmeye yönelik olması gerektiği, turizmin sürdürülebilir kalkınma hedeflerine katkı sağlamak için kritik bir gerekliliktir.

3. Yöntem

Bu araştırma, turizm alanında konumlandırma konusuna odaklanan akademik çalışmaları bibliyometrik yöntemle analiz etmeyi amaçlamaktadır. Bu doğrultuda, Web of Science (WoS) Core Collection veri tabanında 1981–2024 yılları arasında yayımlanan makaleler taranarak veri seti oluşturulmuştur. Verilerin analizinde performans analizi ve bilimsel haritalama tekniklerinden yararlanılmış; böylece araştırma alanının yapısal özellikleri, iş birliği ağları ve kavramsal kümelenmeleri ortaya konmuştur.

3.1. Veri toplama

Çalışmada, Web of Science (WOS) veri tabanında yayımlanan, turizm alanında konumlandırma (positioning) konusunu ele alan akademik makaleler incelenmiştir. Daha fazla yayına erişim sağlamak ve kapsamı genişletmek amacıyla arama, makalelerin başlık, özet ve anahtar kelime alanlarını içeren “topic” seçeneği üzerinden gerçekleştirilmiştir. Zaman aralığı olarak 1981 yılı başlangıç yılı olarak belirlenmiş; yalnızca “Makale” ve “Derleme Makalesi” türündeki yayınlar çalışmaya dahil edilmiştir. Konferans bildirileri ve kitap bölümleri ise kapsam dışında bırakılmıştır. Ayrıca, yalnızca SSCI ve ESCI indekslerinde yer alan yayınlar değerlendirmeye alınmıştır. Bu kapsamda, “hospitality, tourism ve leisure” kategorileri esas alınarak 1981–2024 yılları arasında yayımlanan ve “konumlandırma (positioning)” konusunu içeren toplam 2517 makaleye ulaşılmıştır (Tablo 1). Veriler, WoS sisteminden 500'erlik gruplar hâlinde indirilmiş ve tüm parçalar birleştirilerek tek bir bütüncül veri seti oluşturulmuştur.

Tablo 1: Arama Kriterleri

Veri Tabanı	Web of Science
Operator	Topic
Terim	Positioning (Konumlandırma)
Veri aralığı	01.01.1981-31.12.2024
Index	SSCI or ESCI
N	2517

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur

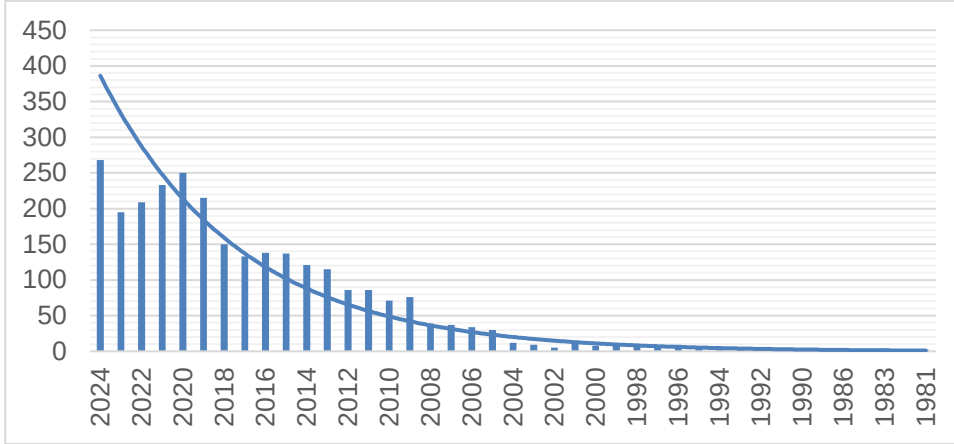
3.2. Verilerin analizi

Araştırmada verilerin analiz süreci iki aşamalı olarak yürütülmüştür. İlk aşamada bibliyometrik analiz, ikinci aşamada ise bilimsel haritalama yöntemi uygulanmıştır. Bu analiz sürecinde iki farklı yazılım aracı kullanılmıştır. İlk olarak, BibExcel yazılımı aracılığıyla temel bibliyometrik veriler düzenlenmiş ve performans analizine yönelik metrikler hesaplanmıştır. Bu metrikler arasında yazar üretkenliği, atıf sayıları, h-endeksi ve yayınların yıllara göre dağılımı yer almaktadır. İkinci aşamada ise, VOSviewer yazılımı kullanılarak ortak yazarlık (co-authorship), ortak atıf (co-citation) ve ortak kelime (co-word) analizleri gerçekleştirilmiştir. Bu analizler sonucunda, anahtar kelime kümeleri, kurumsal iş birliği ağları, yazar iş birlikleri ve atıf ağları görselleştirilmiştir. VOSviewer aracılığıyla araştırma alanının yapısal özellikleri ortaya konmuştur. Bu doğrultuda, çalışmada incelenen başlıca bibliyometrik parametreler aşağıda yer almaktadır:

- Yayınların Yıllara Göre Dağılımı
- **Yazarlar:** Yayın sayısı, toplam atıf sayısı, h-endeksi ve yazarlar arası iş birliği ağı (co-authorship)
- **Ülkeler:** Ülkelere göre yayın dağılımı, uluslararası iş birliği ağları ve ülke bazlı h-endeksi
- **Dergiler:** Dergi bazlı yayın ve atıf sayıları, h-endeksi ve kaynak bazlı ortak atıf (co-citation) analizleri
- **Anahtar Kelimeler:** Anahtar kelime sıklıkları, ortak kelime (co-word) analizi ve kavramsal kümelenme (conceptual clustering) yapıları

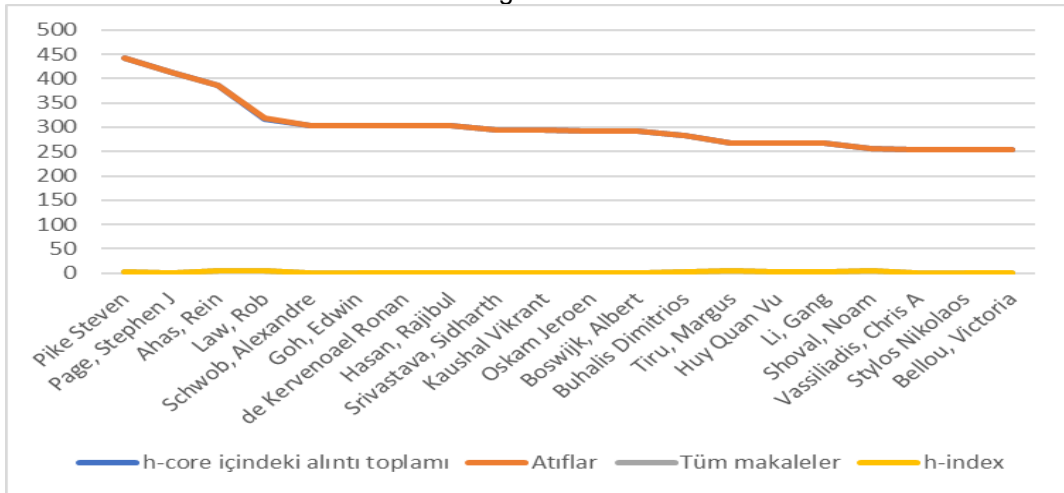
4. Bulgular

Konulandırma konusuna ilişkin akademik yayınların yıllara göre dağılımı incelendiğinde, bu alandaki ilk çalışmaların 1981 yılında ortaya çıktığı görülmektedir. 1980'li ve 1990'lı yıllar boyunca sınırlı sayıda çalışma gerçekleştirilmiş olup, bu durum konunun literatürde henüz yeni yer bulmaya başladığını göstermektedir. Ancak 2000'li yıllarla birlikte konulandırma konusuna olan akademik ilginin artışa geçtiği dikkat çekmektedir. Özellikle 2010'lu yıllardan sonra yayın sayısında artış yaşanmış, bu artış eğilimi 2020'li yıllarda da devam etmiştir. Bu gelişme, dijitalleşme, artan rekabet koşulları ve tüketici odaklı yaklaşımların konulandırmayı stratejik bir zorunluluk haline getirmesiyle ilişkilendirilebilir. Ancak 2024 yılı, bu alanda en fazla çalışmanın yayımlandığı yıl olarak öne çıkmakta; bu da konulandırma konusunun günümüzde hem teorik hem de uygulamalı düzeyde yoğun ilgi gördüğünü ortaya koymaktadır.

Şekil 1: Konumlandırma Konulu Araştırmaların Yıllara Göre Dağılımı

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Şekil 2'de, turizm literatüründe "konumlandırma" temalı çalışmalara katkı sağlayan en üretken 20 yazarın toplam atıf sayıları ve h-indeks değerleri sunulmaktadır. Şekil 2 incelendiğinde, en yüksek atıf ve etki değerlerine sahip yazarların sırasıyla Steven Pike, Stephen Page ve Rein Ahas olduğu belirlenmiştir. Bu bulgu, söz konusu yazarların destinasyon pazarlaması ve mekânsal analiz gibi, destinasyonların algısal ve fiziksel konumlarına odaklanan temalarda öncü çalışmalar gerçekleştirdiklerini göstermektedir. Bu temalar, destinasyonların hedef kitle nezdindeki konumlandırılma biçimlerini, algısal farklılıklarını ve mekânsal yapılarını ele aldıkları için konumlandırma odaklı çalışmalar kapsamında değerlendirilmektedir. Dolayısıyla, adı geçen yazarların çalışmaları, konumlandırma literatürüne önemli katkılar sunmaktadır.

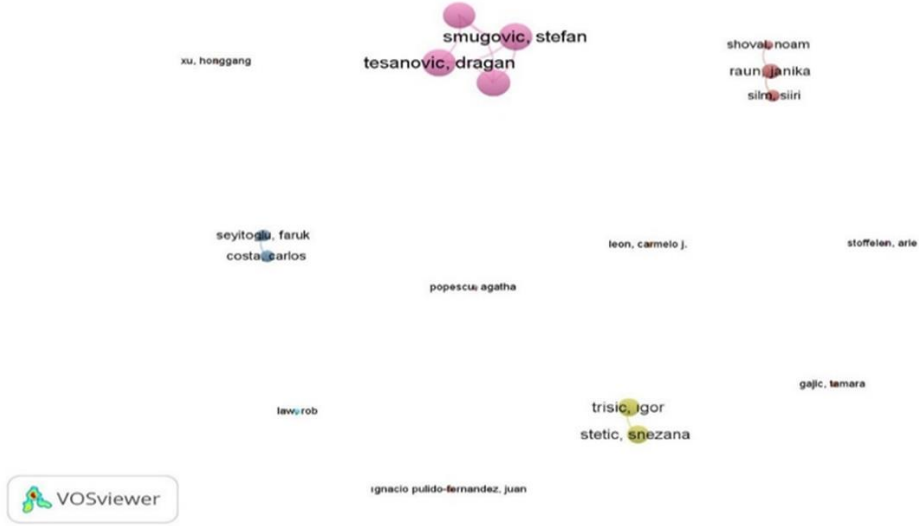
Şekil 2: Konumlandırma Alanında En Üretken Yazarlar, Atıf Sayıları, h-İndeks Değerleri

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Şekil 3, VOSviewer yazılımı kullanılarak oluşturulan araştırmacılar arası iş birliği ağını göstermektedir. Haritada, Smugovic, Stefan ve Tesanovic, Dragan gibi yazarların ağı merkezinde konumlandığı ve güçlü iş birlikleri geliştirdiği görülmektedir. Bunun yanında, Shoval, Noam, Raun, Janika ve Siirla, Siiri gibi araştırmacıların ise daha

küçük ve sıkı bağlı kümeler oluşturduğu dikkat çekmektedir. Buna karşılık, bazı yazarların ağ yapısı içerisinde daha izole bir konumda yer aldığı, dolayısıyla sınırlı sayıda iş birliğine sahip olduğu gözlemlenmektedir.

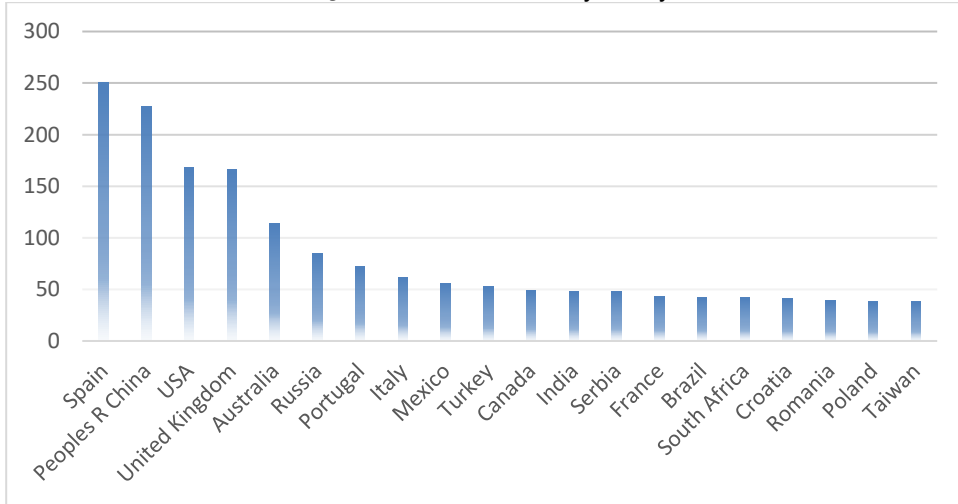
Şekil 3: Konumlandırma Alanında Yazarlar Arası Ortak Yazarlık Ağı Haritası



Kaynak: VOSviewer ile oluşturulmuştur.

Şekil 4'te, turizm literatüründe konumlandırma temalı çalışmaların yürütüldüğü ilk 20 ülke ve yayın sayılarına yer verilmiştir. Bulgular, söz konusu araştırmaların büyük oranda Spain (İspanya), China (Çin), United States of America (Amerika Birleşik Devletleri) ve United Kingdom (Birleşik Krallık) olarak gerçekleştirildiğini göstermektedir.

Şekil 4: Ülkeler ve Yayın Sayıları



Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Şekil 5'te, turizm literatüründe konumlandırma temalı çalışmaların yürütüldüğü ilk 20 ülkenin yayın sayıları, toplam atıf miktarları ve h-indeks değerleri verilmiştir. Bulgular, h-core içindeki alıntı toplamı" değişkeni üzerinden yapılan karşılaştırmada,

Singapur ve Namibya'nın en yüksek değerlere sahip olduğu görülmektedir. Bununla birlikte, Slovakya, Yunanistan, Gana, İspanya ve Güney Kore de nispeten yüksek etki düzeyine sahip ülkeler arasında yer almaktadır. Ayrıca, Sri Lanka, Polonya ve Meksika gibi ülkelerin oldukça düşük atıf toplamlarına sahip olduğu belirlenmiştir.

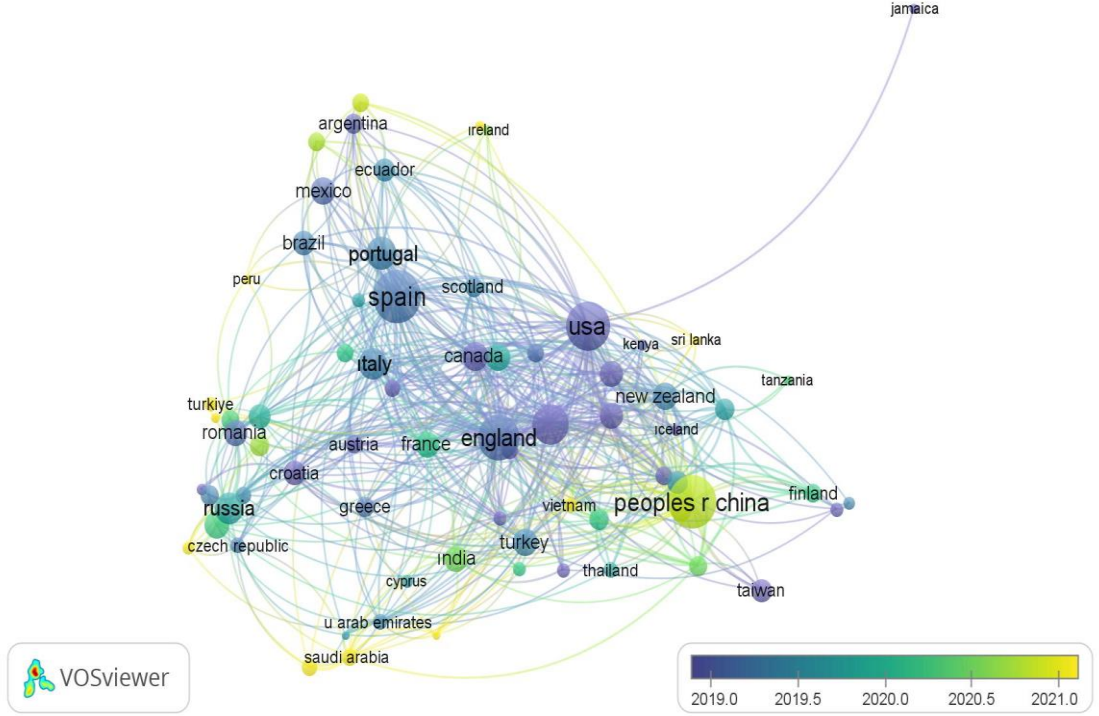
Şekil 5: Ülkeler ve h İndex



Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Şekil 6, turizm literatüründe "konumlandırma" temalı araştırmalarda ülkeler arasındaki bilimsel iş birliğini göstermektedir. Düğümler, ülkeleri ve atıf hacimlerini, çizgiler ise ülkeler arasındaki iş birliği yoğunluğunu yansıtmaktadır. People's Republic of China (Çin), United States (ABD), England (İngiltere) ve Spain (İspanya), ağın merkezinde yer alırken, yüksek atıf hacimleri ve geniş iş birliği ağlarıyla öncülük etmektedir. China (Çin), hem bölgesel hem de küresel düzeyde yoğun iş birliği yaparak dikkat çekmektedir. United States of America (Amerika Birleşik Devletleri), England (İngiltere) ve Spain (İspanya) geniş bir coğrafyada güçlü bağlantılar kurmaktadır. Italy (İtalya), France (Fransa), Canada (Kanada) ve Portugal (Portekiz) gibi ülkeler de önemli düğümler arasında yer almakta, ancak Russia (Rusya), Germany (Almanya) ve Netherlands (Hollanda), merkez ülkelerle sınırlı iş birliği yapmaktadır. Jamaica (Jamaika) ise ağın periferisinde yer almaktadır. Renk skalası, özellikle 2020 sonrasında China (Çin), United States of America (Amerika Birleşik Devletleri) ve England (İngiltere)'in iş birliği ağlarının genişlediğini ve gelişmekte olan birliğine daha fazla dahil olduğunu göstermektedir.

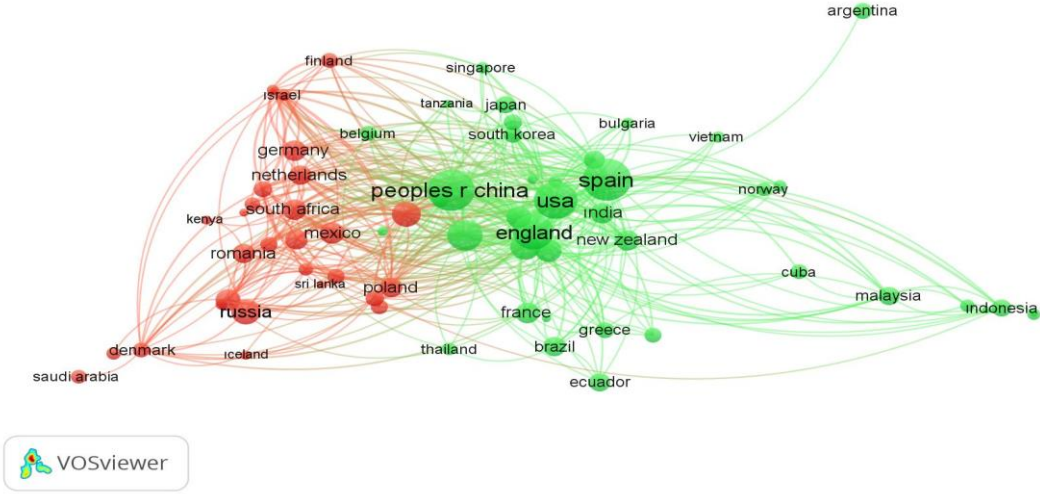
Şekil 6: Ülkeler Arası Bilimsel İş Birliği Ağı Analizi



Kaynak: VOSviewer ile oluşturulmuştur.

Şekil 7, turizm alan yazınında “konumlandırma” temalı çalışmalar temelinde gerçekleştirilen ülkeler arası atıf analizini göstermektedir. Atıf analizi sonuçlarına göre, People’s Republic of China (Çin), United States of America (Amerika Birleşik Devletleri), England (İngiltere) ve Spain (İspanya) ülkeleri, yüksek atıf alan çalışmalar üretmeleri ve alanyazında merkezî bir konumda bulunmalarıyla öne çıkmaktadır. Bu ülkeler, sadece yüksek atıf almakla kalmayıp, aynı zamanda diğer ülkelerden gelen atıflarla güçlü bilimsel etkileşimler geliştirmiştir. China (Çin), en yüksek atıf yoğunluğuna sahip ülke olarak ağıın merkezinde konumlanmış; Unites States of America (Amerika Birleşik Devletleri), England (İngiltere) ve Spain (İspanya) ise geniş bir coğrafyada atıf aldığı ve atıf yaptığı ülkelerle güçlü bağlantılar kurmuştur. Bu durum, söz konusu ülkelerin turizm alanyazınında konumlandırma araştırmalarına öncülük ettiğini ve küresel bilimsel üretimde merkezi bir rol oynadığını ortaya koymaktadır. Bununla birlikte, Russia (Rusya), Germany (Almanya) ve Netherlands (Hollanda) gibi ülkeler, kırmızı kümelenmede yer almakta ve kendi aralarında güçlü atıf ilişkilerine sahiptir. Ancak bu ülkelerin, ana kümede bulunan merkez ülkelerle olan atıf ilişkileri görece daha sınırlıdır. Benzer şekilde, Indonesia (Endonezya), Malaysia (Malezya) ve Vietnam gibi ülkeler, yeşil kümelenme içerisinde bulunmakta ve özellikle Çin ve İngiltere ile yoğun atıf ilişkileri geliştirmiştir. Argentina (Arjantin) ve Saudi Arabia (Suudi Arabistan) gibi ülkeler ise ağıın periferik alanlarında konumlanmış olup, sınırlı sayıda ülke ile çift yönlü atıf ilişkisine sahiptir.

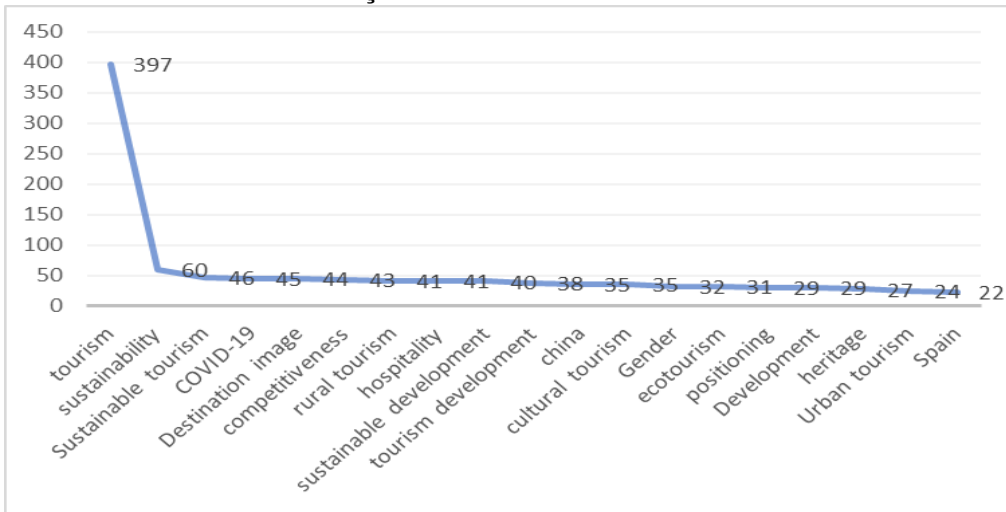
Şekil 7: Ülkeler Arası Atıf Ağı



Kaynak: VOSviewer ile oluşturulmuştur.

Şekil 8, turizm alanyazınında konumlandırma konulu araştırmalarda en çok kullanılan ilk 20 anahtar kelimeyi göstermektedir. Grafikte, en sık kullanılan anahtar kelimenin "tourism (turizm)" olduğu, ardından "sustainability (sürdürülebilirlik)" ve "sustainable tourism (sürdürülebilir turizm)" geldiği görülmektedir. Diğer önemli temalar arasında "COVID-19", "destination image (destinasyon imajı)", "competitiveness (rekabet)", "rural tourism (kırsal turizm)" ve "hospitality (otelcilik)" öne çıkmaktadır. Bu dağılım, literatürde sürdürülebilirlik, destinasyon imajı ve rekabetçilik gibi konuların sıklıkla ele alındığını ve güncel temalar olan sürdürülebilirlik ile COVID-19'un etkilerinin yoğun şekilde araştırıldığını göstermektedir.

Şekil 8: Anahtar Kelimeler



Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Şekil 9: Anahtar Kelime Ağı

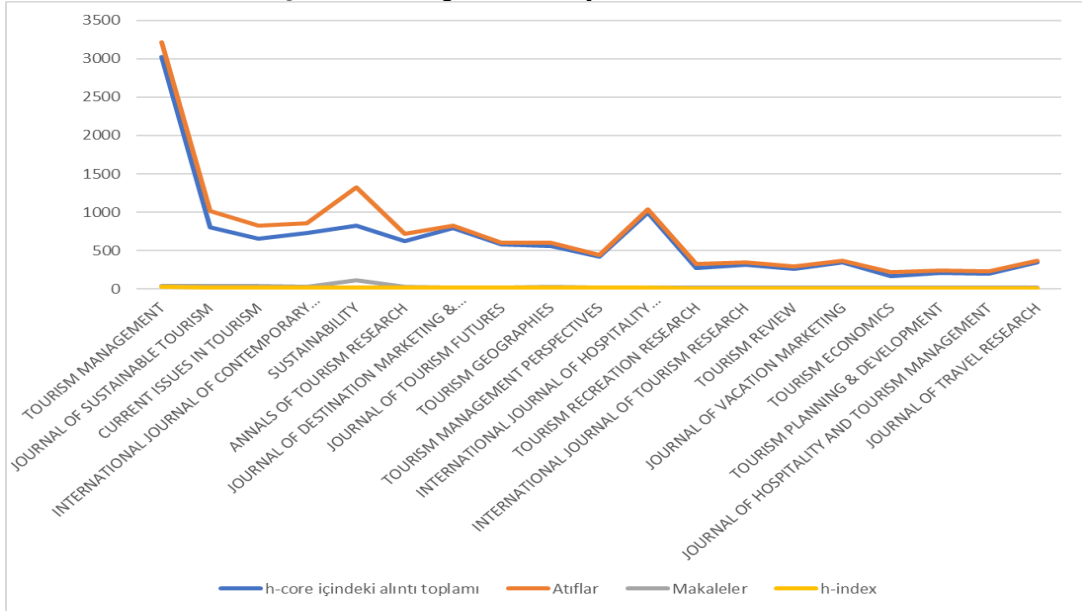


Şekil 10: Konumlandırma Konulu Çalışmaların Yayınlandığı Dergiler



Şekil 11, konumlandırma konulu yayınların yer aldığı ilk 20 dergiye ilişkin atıf sayıları ve h-indeks değerlerini göstermektedir. Analiz bulgularına göre, toplam atıf sayısının en yüksek olduğu dergiler sırasıyla "Tourism Management, Journal of Sustainable Tourism ve Current Issues in Tourism" olarak belirlenmiştir. Bu sonuç, söz konusu dergilerin yalnızca yayın hacmi açısından değil, aynı zamanda alanyazına sağladıkları akademik etki bakımından da ön plana çıktıklarını göstermektedir. Bununla birlikte, h-core içindeki atıf sayıları açısından değerlendirildiğinde, en yüksek atıf alan dergilerin "Tourism Management, International Journal of Sustainability, Journal of Sustainable Tourism ve Journal of Destination Marketing and Management" olduğu görülmektedir. Bu dergiler, hem yüksek h-indeks değerleri hem de alanyazında sıkça referans gösterilmeleri sebebiyle, konumlandırma temalı araştırmaların yayımlandığı temel akademik platformlar olarak öne çıkmaktadır.

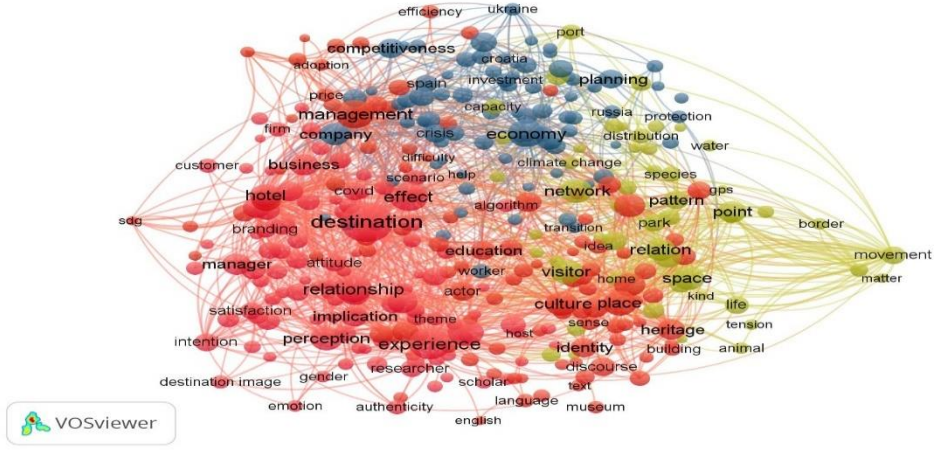
Şekil 11: Dergiler, Atıf Sayısı ve h Index



Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Şekil 12, makale özetlerinin eşzamanlılık analizine dayalı olarak oluşturulmuş ağ yapısını göstermektedir. Bu yapıda, "destination (destinasyon)" kelimesi ağın merkezinde yer almakta ve diğer birçok kelimeyle güçlü bağlantılar kurmaktadır. Özellikle, "destination (destinasyon)" kelimesinin "experience (deneyim)", "perception (bakış açısı)" ve "relationship (ilişki)" gibi kelimelerle olan güçlü ilişkisi olduğu görülmektedir. Bu durum destinasyonun ziyaretçi deneyimi ve algısıyla ilişkili bir tema olduğunu ortaya koymaktadır.

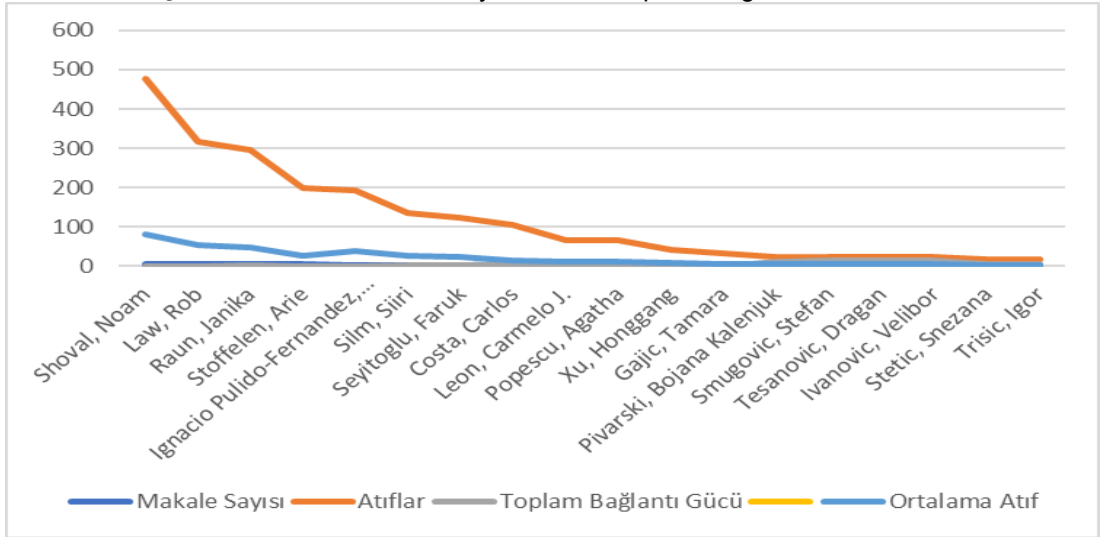
Şekil 12: Makale Özetlerinin Eşzamanlılık Analizi



Kaynak: VOSviewer ile oluşturulmuştur.

Şekil 13, turizm literatüründe öne çıkan yazarların makale sayıları, aldıkları toplam atıf sayıları, ortalama atıf değerleri ve toplam bağlantı güçlerine dair bir analiz sunmaktadır. Analiz sonuçlarına göre, toplam atıf sayısı, ortalama atıf değeri ve makale sayısının en yüksek olduğu yazarlar sırasıyla Noam Shoval, Rob Law ve Janika Raun olarak belirlenmiştir. Ayrıca, toplam bağlantı gücünün en yüksek olduğu yazarlar ise Velibor Ivanovic, Stefan Smugovic ve Dragan Tesanovic olarak öne çıkmaktadır. Toplam bağlantı gücü, yazarların diğer araştırmacılarla olan iş birliği ağlarındaki merkezi konumlarını ve literatürdeki etkileşimlerini göstermektedir. Bu bağlamda, Ivanovic, Smugovic ve Tesanovic'in akademik iş birliği ve ağ oluşturma açısından önemli bir rol oynadığı anlaşılmaktadır.

Şekil 13. Yazar Makale Sayısı, Atıflar Toplam Bağlantı Gücü

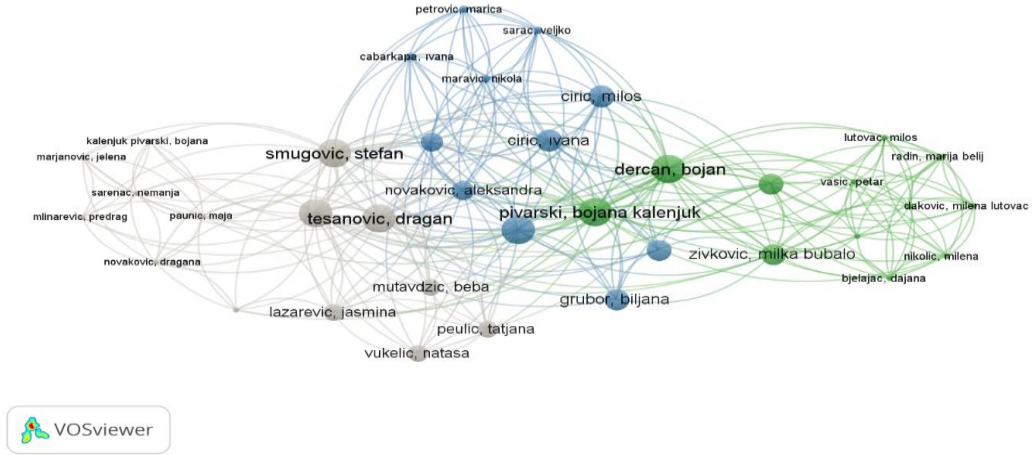


Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Şekil 14'te yazarlar arasındaki akademik iş birliği, bağlantıların gücü ve kümelenme yapıları yer almaktadır. Analiz sonucunda üç ana iş birliği kümesi ortaya çıkmıştır. İlk kümede, Dercan, Bojan, Zivkovic, Milka Bubalo ve Vasic, Petar gibi

yazarlar merkezde yer almakta ve yoğun bir iş birliği ağı oluşturmaktadır. İkinci kümede, Pivarski, Bojana Kalenjuk, Ciric, Ivana ve Dercan, Bojan gibi yazarların dahil olduğu daha geniş bir iş birliği yapısı görülmektedir. Üçüncü kümede ise Tesanovic, Dragan, Smugovic, Stefan ve Novakovic, Aleksandra gibi yazarların güçlü bir iş birliği içinde oldukları dikkati çekmektedir.

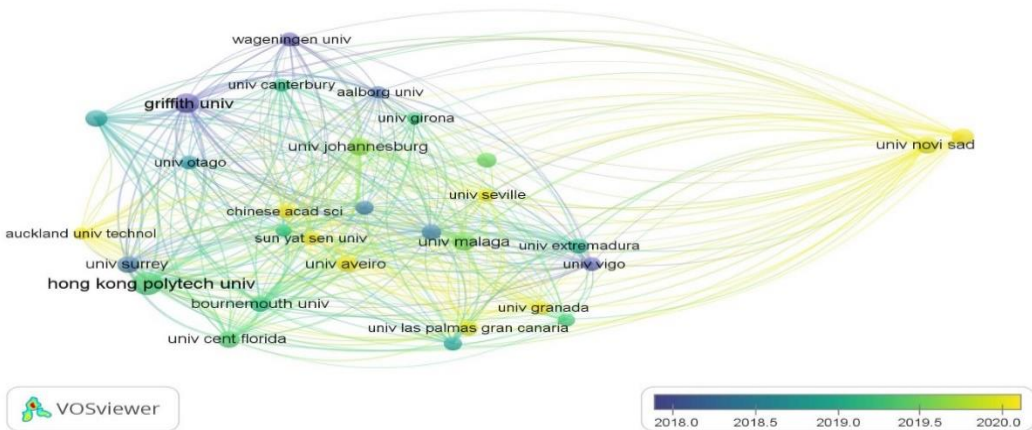
Şekil 14: Yazarlar Arasındaki Akademik İş Birliği ve Bağlantı Gücü



Kaynak: VOSviewer ile oluşturulmuştur

Şekil 15'te kurumlar arası iş birliği ağını ve bu iş birliklerinin yoğunluğuna yer verilmiştir. "Univ Novi Sad" düğümü, ağı en merkezi ve etkili kurumlarından biri olarak öne çıkmakta ve diğer birçok kurumla güçlü bağlantılar kurarak lider bir rol üstlenmektedir. "Hong Kong Polytechnic Univ" ve "Griffith Univ" gibi kurumlar da ağda önemli düğümler arasında yer almakta, geniş iş birliği ağlarına sahip olduklarını göstermektedir.

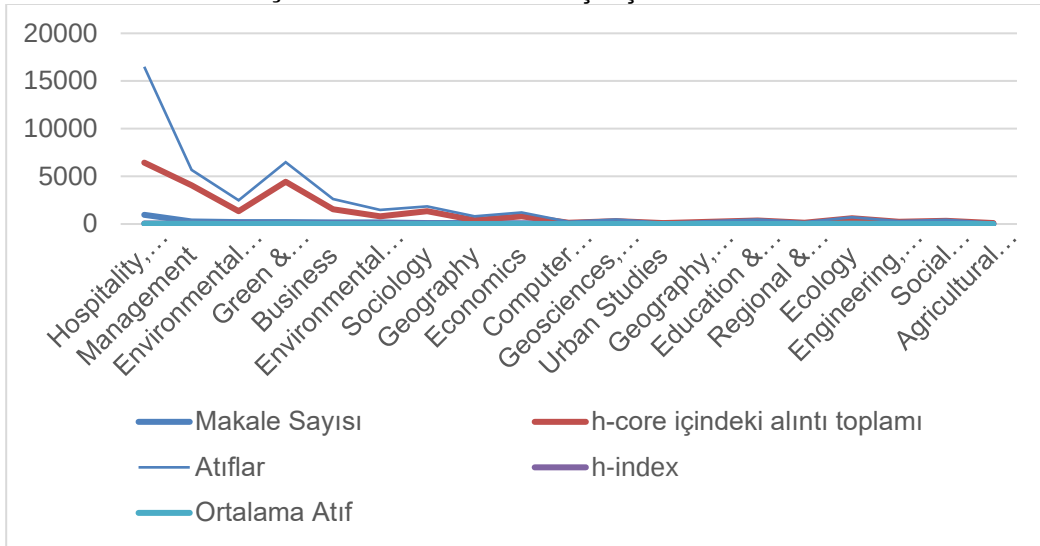
Şekil 15: Kurumlar Arasındaki İlişki Ağı



Kaynak: VOSviewer ile oluşturulmuştur.

Şekil 16'da konumlandırma konusunun yer aldığı alanlar yer almaktadır. Bu kapsamda, Hospitality (Otelcilik), Leisure (Eğlence), Sport (Spor) ve Tourism (Turizm) alanı hem toplam makale sayısı hem de atıf performansı açısından öne çıkmaktadır. Sırasıyla, Environmental Sciences (Çevre Bilimleri) ve Business and Economics (İşletme ve Ekonomi) alanları da toplam atıf ve h-index değerleri açısından dikkat çekmektedir. Diğer disiplinlerde ise yayın ve atıf sayılarında belirgin bir düşüş gözlemlenmektedir. Sociology (Sosyoloji), Geography (Coğrafya) ve Urban Studies (Kentsel Çalışmalar) gibi alanlar ortalama performans sergilerken, mühendislik ve tarım gibi disiplinlerde makale sayısı ve atıf etkisi sınırlıdır. Ortalama atıf sayısı genelde benzer seviyelerde olsa da Hospitality (Otelcilik) alanı bu oranın diğer alanlara göre daha yüksek olduğu dikkat çekmektedir.

Şekil 16: Konumlandırma Çalışma Alanları



Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

5. Sonuç ve Değerlendirme

Konumlandırma konusuna ilişkin akademik ilginin yıllar içinde önemli ölçüde arttığı çalışmanın sonuçlarıyla ortaya konulmuştur. 1981 yılında sınırlı sayıda olan yayınlar, özellikle 2010 sonrası dönemde belirgin bir artış göstermiş ve 2024 yılında en yüksek seviyeye ulaşmıştır. Bu eğilim, literatürde de vurgulandığı üzere (Pike, 2004; Ritchie ve Crouch, 2003), konumlandırma kavramının yalnızca teorik bir çerçeveden ibaret olmadığını; dijitalleşme, tüketici odaklılık ve yoğun rekabet ortamı bağlamında stratejik bir zorunluluğa dönüştüğünü göstermektedir.

Sonuçlar, konumlandırma alanındaki akademik üretimin belirli yazarlar, ülkeler ve dergiler etrafında yoğunlaştığını ve disiplinler arası iş birliğinin önem kazandığını göstermektedir. Bu kapsamda, araştırmada konumlandırma alanında Steven Pike, Stephen Page ve Rein Ahas gibi isimlerin, yüksek atıf ve h-indeks değerleriyle konumlandırma literatüründe öncü bir konumda olduğu belirlenmiştir. Steven Pike'in konumlandırma araştırmalarındaki öncülüğü (Pike ve Ryan, 2004), bu çalışmanın sonuçlarıyla da örtüşmektedir.

Ülkeler düzeyindeki analizler, Spain (İspanya), China (Çin), United States of Amerika (Amerika Birleşik Devletleri) ve England (İngiltere) gibi ülkelerin yüksek yayın performanslarıyla turizm literatüründe merkezi bir konumda yer aldığını göstermektedir.

Bu ülkeler arasındaki yoğun bilimsel iş birliği, uluslararası araştırma projeleri ve veri paylaşımının önemini ortaya koymaktadır. Öte yandan, h-core içindeki alıntı toplamı değişkeni üzerinden yapılan değerlendirmede, Singapur ve Namibya en yüksek değerlere sahip ülkeler olarak öne çıkmaktadır. Bu durum, bu ülkelerde üretilen sınırlı sayıdaki bilimsel çalışmanın yüksek düzeyde atıf aldığını ve dolayısıyla araştırmaların nitelik açısından etkili olduğunu göstermektedir. Bu bağlamda, ülkeler arası bilimsel etkinin yalnızca yayın sayısına değil, yayınların kalitesine ve atıf alma potansiyeline bağlı olarak şekillendiği söylenebilir. Diğer yandan, Russia (Rusya), Germany (Almanya) ve Netherlands (Hollanda) gibi ülkeler kendi aralarındaki güçlü atıf ilişkilerine rağmen, merkez ülkelerle daha sınırlı bağlantılar kurmaktadır. Bu durum, bölgesel iş birliği ağlarının küresel araştırma ağlarıyla entegrasyonunda bazı kısıtların bulunduğu işaret etmektedir. Özellikle Spain (İspanya), China (Çin), United States of America (Amerika Birleşik Devletleri) ve England (İngiltere)'da konumlandırma üzerine yapılan yoğun çalışmalar, bu konunun söz konusu ülkelerdeki turizm endüstrisinin ihtiyaçlarına doğrudan yanıt verdiğini göstermektedir (San Martín ve Rodríguez del Bosque, 2008; Bao ve diğ., 2018). Bu ülkeler, güçlü bir turizm altyapısına sahip olmalarının yanı sıra, sürdürülebilirlik odaklı yaptıkları yatırımlarla da konumlandırma araştırmalarının önem kazanmasını sağlamıştır (Pike, 2005; Morgan ve diğ., 2011).

Anahtar kelimeler üzerinden gerçekleştirilen analiz, “tourism (turizm)”, “sustainability (sürdürülebilirlik)” ve “sustainable tourism (sürdürülebilir turizm)” kavramlarının literatürde en sık kullanılan terimler arasında yer aldığını ortaya koymuştur. Bu sonuç Gössling ve diğ. (2018) ile Becken ve diğ. (2017) gibi çalışmaların da vurguladığı üzere, sürdürülebilirliğin destinasyon konumlandırma stratejilerinin önemli bir parçası haline geldiğini göstermektedir. Dolayısıyla destinasyonların yalnızca ekonomik değil; çevresel ve sosyal boyutlarıyla birlikte değerlendirilmesi, marka kimliğinin daha bütüncül bir yaklaşımla inşa edilmesini mümkün kılmaktadır (Gallarza ve diğ., 2002). Elde edilen bu sonuç akademik ilginin giderek daha fazla sürdürülebilirlik, çevresel sorumluluk ve toplumsal katkı gibi temalar etrafında yoğunlaştığını göstermektedir. Söz konusu temalar, destinasyonların pazarlama ve konumlandırma süreçlerinde yalnızca rekabet avantajı sağlamaya değil, aynı zamanda toplumsal ve ekolojik değer üretmeye de odaklandığını ortaya koymaktadır. Bu bağlamda, sürdürülebilirlik teması, destinasyonların hem marka kimliğinin hem de rekabetçi konumlandırmasının stratejik bir bileşeni haline gelmiştir. Literatürdeki bu eğilim, sürdürülebilirlik ekseninde şekillenen konumlandırma yaklaşımlarına olan ilgiyi açıklamakta ve çevresel duyarlılığın stratejik planlama süreçlerine entegre edildiğini göstermektedir. Buna karşılık, konumlandırma konulu çalışmalarda yapılan eşzamanlılık analizleri, “destination (destinasyon)” kavramının turizm literatüründe merkezi bir rol oynadığını ve bu kavramın ziyaretçi deneyimi, algı, duygusal bağ, ekonomik değer ve kültürel miras gibi farklı temalarla güçlü etkileşimler içinde ele alındığını göstermektedir. Bu bulgu, disiplinler arası yaklaşımların ve temalar arası bağlantıların turizm araştırmalarında giderek daha fazla önem kazandığını ortaya koymaktadır.

Konumlandırma araştırmalarının *Sustainability*, *Tourism Management* ve *Journal of Sustainable Tourism* gibi dergilerde en fazla yayımlanmış olması, konunun sürdürülebilir turizm ve destinasyon yönetimiyle doğrudan ilişkili olduğunu ve bu dergilerin bu tür araştırmalara ev sahipliği yaptığını işaret etmektedir. Bu sonuç araştırmaların sektöre olan uygulamalı katkılarının arttığını ve sürdürülebilir destinasyon yönetimi ile ilgili önemli stratejik çıkarımlar yapıldığını göstermektedir.

Yazarlar ve kurumlar arası iş birliği ağ analizine göre, Noam Shoval, Rob Law ve Janika Raun gibi araştırmacıların yüksek atıf ve yayın sayılarıyla literatürde öne çıktığı

görülmüştür. Bununla birlikte, Velibor Ivanovic, Stefan Smugovic ve Dragan Tesanovic gibi isimler, iş birliği ağındaki merkezi konumları sayesinde bilgi paylaşımı ve akademik etkileşim açısından önemli bir rol oynamaktadır. Kurumlar düzeyinde ise Univ Novi Sad, Hong Kong Polytechnic Univ ve Griffith Univ gibi üniversiteler, geniş iş birliği ağlarıyla araştırma üretimi ve dağılımında etkin oldukları tespit edilmiştir. Bu bulgular, akademik iş birliğinin yalnızca yayın sayısını artırmakla kalmayıp, aynı zamanda bilginin daha geniş kitlelere ulaşmasını ve disiplinler arası etkileşimleri güçlendirdiğini ortaya koymaktadır.

Disiplinlerarası bir yaklaşımın benimsenmesi, konumlandırma araştırmalarının farklı alanlarla entegre edilerek geliştirildiğini göstermektedir. Özellikle, Hospitality, Leisure, Sport ve Management, Management ve Environmental Studies gibi alanlarda yapılan araştırmalar, turizm destinasyonlarının sadece ticari değil, aynı zamanda çevresel, sosyal ve kültürel açıdan da sürdürülebilir bir rekabet avantajı elde etmesini sağlayacak stratejiler geliştirilmesine olanak tanımaktadır. Bu disiplinlerarası çalışmalar, konumlandırma stratejilerinin farklı yönlerini analiz ederek daha kapsamlı ve etkili çözümler sunmaktadır.

5.1. Sınırlılıklar ve Gelecek Araştırmalar İçin Öneriler

Bu çalışma, turizm konumlandırma alanındaki akademik araştırmaların genel bir çerçevesini sunarak, mevcut durumu ve gelecekteki potansiyel araştırma alanlarını ele almıştır. 31 Aralık 2024'e kadar Web of Science veri tabanında yayımlanan makaleler incelenmiş olup, sadece belirli bir zaman aralığında yayımlanan çalışmalar dikkate alınmıştır. Bu durum, daha yeni araştırmaların analiz dışında kalmasına yol açmıştır. Gelecekteki çalışmalarda, farklı veri tabanları ve yayın türlerinin sürece dahil edilmesiyle daha kapsamlı sonuçlar elde edilebilir. Ayrıca, yalnızca İngilizce dilindeki çalışmaların incelenmesi, yerel ya da bölgesel düzeyde yapılan araştırmaların dışarıda kalmasına neden olmuştur. Bu eksiklik, Türkçe ve diğer dillerde yayımlanan çalışmaların dahil edilmesiyle giderilebilir ve literatüre daha kapsamlı bir bakış açısı kazandırılabilir.

Konumlandırma konusu önümüzdeki yıllarda da hem akademik çalışmalarda hem de sektörel uygulamalarda gündemde kalmaya devam edeceğini göstermektedir. İlerleyen araştırmalarda, nitel analiz yöntemlerinin bibliyometrik bulgularla desteklenmesi, literatürdeki tematik eğilimlerin ve araştırma boşluklarının daha ayrıntılı bir şekilde ortaya konmasını sağlayacaktır. Bu yaklaşım hem teorik hem de uygulamalı anlamda derinlemesine analizlere olanak tanıyabilir.

Çalışmada, konumlandırma konusuna ilişkin literatürde en çok vurgulanan temaların sürdürülebilirlik ve sürdürülebilir turizm olduğu belirlenmiştir. Gelecek araştırmalarda, yerel toplulukların katılımı, çevresel etkiler ve sosyal sürdürülebilirlik gibi faktörlerin konumlandırma süreçlerine etkisi daha ayrıntılı bir biçimde incelenebilir. Bunun yanı sıra, yapay zekâ, büyük veri analizi ve benzeri yeni teknolojilerin turizmde konumlandırma stratejilerinde nasıl kullanıldığı konusu, sektöre yönelik önemli bir araştırma alanı sunmaktadır. Bu teknolojilerin özellikle destinasyon yönetimi ve pazarlama bağlamında sunduğu fırsatlar, gelecekteki çalışmalar için geniş bir inceleme alanı oluşturmaktadır. Ayrıca, sürdürülebilirlik temalarının konumlandırma stratejileri üzerindeki etkisinin derinlemesine analiz edilmesi hem akademik literatüre katkı sağlayacak hem de sektör paydaşlarına yol gösterici nitelikte bulgular sunacaktır. Bu doğrultuda, konumlandırma stratejilerinin teknolojik gelişmeler, tüketici beklentileri ve sürdürülebilirlik boyutları ile bütüncül bir yaklaşımla ele alınması büyük önem taşımaktadır.

5.2. Uygulamaya Dönük Öneriler

Konumlandırma çalışmalarının sürdürülebilirlik odaklı olması, destinasyon yöneticilerinin sürdürülebilirlik stratejileri geliştirmesini zorunlu kılmaktadır. Bu durum, sürdürülebilir turizm ve yerel kalkınma kavramlarının destinasyon konumlandırma stratejilerinde temel bir unsur haline gelmesini sağlamaktadır. Özellikle sürdürülebilirlik, yerel halkla etkileşim ve katılım gibi temaların vurgulanması, daha verimli ve kapsayıcı turizm politikaları oluşturulmasına katkı sunabilir. Turizm sektörü paydaşları, akademik araştırmalardan faydalanarak etkili stratejiler geliştirebilir. Ayrıca, turist deneyimlerinin yönetimi ve destinasyon konumlandırma stratejilerinin bu deneyimleri nasıl şekillendirdiği de dikkate alınmalıdır. Kişiselleştirilmiş pazarlama ve turist ilişkileri yönetim sistemlerinin geliştirilmesi, turist deneyimlerini daha verimli yönetmeye ve destinasyonların rekabet gücünü artırmaya katkı sağlayacaktır.

6. Kaynakça

- Aria, M., & Cuccurullo, C. (2017). "Bibliometrix: An R-Tool for Comprehensive Science Mapping Analysis." *Journal of Informetrics*, 11(4), ss. 959-975. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.joi.2017.08.007>
- Aydın, B., & Aksöz, E. O. (2019). "Destinasyon Alanında Yayınlanmış Lisansüstü Tezlerin Bibliyometrik Profili (Bibliometric Profile of Graduated Thesis in the Destination Area)." *Journal of Tourism ve Gastronomy Studies*, 7(1), ss. 615-636. DOI: 10.21325/jotags.2019.381
- Bao, J., Chen, G., & Jin, X. (2018). "China Tourism Research: A Review of Publications from Four Top International Journals." *Journal of China Tourism Research*, 14(1), 1-19. DOI: <https://doi.org/10.1080/19388160.2018.1434094>.
- Becken, S., Jin, X., Zhang, C., & Gao, J. (2017). "Urban Air Pollution in China: Destination Image and Risk Perceptions." *Journal of Sustainable Tourism*, 25(1), ss. 130-147. DOI: <https://doi.org/10.1080/09669582.2016.1189923>
- Botha, C., Crompton, J. L., & Kim, S. S. (1999). "Developing a Revised Competitive Position for Sun/Lost City, South Africa." *Journal of Travel Research*, 37(4), ss. 341-352. DOI: <https://doi.org/10.1177/004728759903700404>
- Calantone, R. J., Di Benedetto, C. A., Hakam, A., & Bojanic, D. C. (1989). "Multiple Multinational Tourism Positioning Using Correspondence Analysis." *Journal of Travel Research*, 28(2), ss. 25-32. DOI: <https://doi.org/10.1177/004728758902800204>
- Castañeda-García, J. A., Frías-Jamilena, D. M., Del Barrio-García, S., & Rodríguez-Molina, M. A. (2020). "The Effect of Message Consistency and Destination-Positioning Brand Strategy Type on Consumer-Based Destination Brand Equity." *Journal of Travel Research*, 59(8), ss. 1447-1463. DOI: <https://doi.org/10.1177/0047287519878508>
- Chen, J. S., & Uysal, M. (2002). "Market Positioning Analysis: A Hybrid Approach." *Annals of Tourism Research*, 29(4), ss. 987-1003. DOI: [https://doi.org/10.1016/S0160-7383\(02\)00004-4](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(02)00004-4)
- Crompton, J. L., Fakeye, P. C., & Lue, C. C. (1992). "Positioning: The Example of the Lower Rio Grande Valley in the Winter Long Stay Destination Market." *Journal of Travel Research*, 31(2), ss. 20-26. DOI: <https://doi.org/10.1177/004728759203100203>
- Deb, M. (2021). "An Empirical Investigation on Heritage Destination Positioning and Loyalty." *Current Issues in Tourism*, 24(12), ss. 1735-1748. DOI: <https://doi.org/10.1080/13683500.2020.1800609>

- Donner, M., & Fort, F. (2018). "Stakeholder Value-Based Place Brand Building." *Journal of Product & Brand Management*, 27(7), ss. 807-818. DOI: <https://doi.org/10.1108/JPBM-01-2017-1402>
- Donthu, N., Kumar, S., Mukherjee, D., Pandey, N., & Lim, W. M. (2021). "How to Conduct a Bibliometric Analysis: An Overview and Guidelines." *Journal of Business Research*, 133, ss. 285-296. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2021.04.070>
- Ekşi, O., Cesur, Z., & Güven, T. (2022). "Destinasyon Pazarlamasının Görsel Haritalama Tekniği ile Bibliyometrik Analizi." *Çatalhöyük Uluslararası Turizm & Sosyal Araştırmalar Dergisi*, (8), ss. 136-147.
- Esen, O. (2024). "Turizm Alanında Destinasyon İmajına İlişkin Çalışmaların Bibliyometrik Analizle İncelenmesi: Scopus Dergileri Üzerine Bir Araştırma." *Journal of Gastronomy, Hospitality and Travel*, 7(4), ss. 1104-1114. DOI: 10.33083/joghat.2024.457
- Evren, S., & Kozak, N. (2018). "Competitive Positioning of Winter Tourism Destinations: A Comparative Analysis of Demand and Supply Sides Perspectives—Cases from Turkey." *Journal of Destination Marketing & Management*, 9, ss. 247-257. DOI: 10.1016/j.jdmm.2017.10.001
- France, C., Grace, D., Lo Iacono, J., & Carlini, J. (2020). "Exploring the Interplay Between Customer Perceived Brand Value and Customer Brand Co-Creation Behaviour Dimensions." *Journal of Brand Management*, 27, ss. 466-480. DOI: 10.1057/s41262-020-00200-0
- Gallarza, M. G., Saura, I. G., & García, H. C. (2002). Destination image: Towards a conceptual framework. *Annals of Tourism Research*, 29(1), 56–78. DOI: 10.1016/S0160-7383(01)00031-7
- Gartner, W. C. (1989). "Tourism Image: Attribute Measurement of State Tourism Products Using Multidimensional Scaling Techniques." *Journal of Travel Research*, 28(2), ss. 16-20. DOI: 10.1177/004728758902800202
- Gössling, S., Scott, D., & Hall, C. M. (2018). "Global Trends in Length of Stay: Implications for Destination Management and Climate Change." *Journal of Sustainable Tourism*, 26(12), ss. 2087-2101. DOI: 10.1080/09669582.2018.1473089
- Jing, Y., Wang, C., Chen, Y., Wang, H., Yu, T., & Shadiev, R. (2024). Bibliometric mapping techniques in educational technology research: A systematic literature review. *Education and Information Technologies*, 29(8), 9283-9311. DOI: 10.1007/s10639-023-12178-6
- Kim HongBumm, K. H. (1998). "Perceived Attractiveness of Korean Destinations." *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 7(1), ss. 37-46. DOI: 10.1300/J073v07n01_04
- Kotler, P. (2002). *Marketing Places*. Simon and Schuster.
- Kotler, P., & Gertner, D. (2011). "A Place Marketing and Place Branding Perspective Revisited." In *Destination Brands* (ss. 33-53).
- Kotler, P., Bowen, J. T., & Makens, J. C. (2002). *Marketing for Hospitality and Tourism* (3rd ed.). Pearson Education. DOI: 10.1016/B978-0-13-208379-4.50006-7
- Kotsi, F., & Pike, S. (2021). "Destination Brand Positioning Theme Development Based on Consumers' Personal Values." *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 45(3), ss. 573-587. DOI: 10.1177/1096348020934103
- Kristal, S., Baumgarth, C., & Henseler, J. (2020). "Performative Corporate Brand Identity in Industrial Markets: The Case of German Prosthetics Manufacturer Ottobock." *Journal of Business Research*, 114, ss. 240-253. DOI: 10.1016/j.jbusres.2019.07.004

- Lee, S. H. (2015). "A Bibliometric Analysis of the Field of Records Management: A Case Study of 'Records Management Journal', 1989-2013." University of Toronto (Canada).
- Lewis, C., Kerr, G., & Burgess, L. (2019). "Positioning a Destination as Fashionable: The Destination Fashion Conditioning Framework." *Tourism Management*, 72, ss. 209-219. DOI: 10.1016/j.tourman.2018.11.010
- Li, Y., Rong, Y., Ahmad, U. M., Wang, X., Zuo, J., & Mao, G. (2021). "A Comprehensive Review on Green Buildings Research: Bibliometric Analysis During 1998–2018." *Environmental Science and Pollution Research*, 28, ss. 46196-46214. DOI: 10.1007/s11356-021-12199-6
- Lin, S., Xu, S., Liu, Y., & Zhang, L. (2024). "Destination Brand Experience, Brand Positioning, and Intention to Visit: A Multi-Destination Comparison Study." *Journal of Vacation Marketing*, 30(3), ss. 599-614. DOI: 10.1177/13567667231154388
- Lv, X., Zhang, C., & Li, C. (2024). "Beyond Image Attributes: A New Approach to Destination Positioning Based on Sensory Preference." *Tourism Management*, 100, ss. 104819. DOI: 10.1016/j.tourman.2023.104819
- Mabillard, V., Pasquier, M., & Vuignier, R. (2023). "Marketing Tools in Attractiveness Policies." In *Place Branding and Marketing from a Policy Perspective* (ss. 170-194). Routledge. (No DOI available)
- Melian-Gonzalez, A., & García-Falcón, J. M. (2003). "Competitive Potential of Tourism in Destinations." *Annals of Tourism Research*, 30(3), ss. 720-740. DOI: 10.1016/S0160-7383(03)00052-X
- Michaelidou, N., Siamagka, N. T., Moraes, C., & Micevski, M. (2013). "Do Marketers Use Visual Representations of Destinations that Tourists Value? Comparing Visitors' Image of a Destination with Marketer-Controlled Images Online." *Journal of Travel Research*, 52(6), ss. 789-804. DOI: 10.1177/0047287513481277
- Moral-Muñoz, J. A., Herrera-Viedma, E., Santisteban-Espejo, A., & Cobo, M. J. (2020). "Software Tools for Conducting Bibliometric Analysis in Science: An Up-to-Date Review." *Profesional de la Información*, 29(1). DOI: 10.3145/epi.2020.ene.04
- Morgan, N., Pritchard, A., & Pride, R. (2011). *Destination Brands: Managing Place Reputation*. Routledge.
- Park, E., Chae, B., & Kwon, J. (2018). "Toward Understanding the Topical Structure of Hospitality Literature." *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 30(11), ss. 3386-3411. DOI: 10.1108/ijchm-11-2017-0714
- Pike, A. (Ed.). (2011). *Brands and Branding Geographies*. Edward Elgar Publishing.
- Pike, S. (2004). *Destination Marketing and Management*. Oxford: Elsevier. DOI: 10.1016/B978-0-08-044599-4.50008-5
- Pike, S. (2005). "Tourism Destination Branding Complexity." *Journal of Product & Brand Management*, 14(4), 258-259. DOI: <https://doi.org/10.1108/10610420510609267>
- Pike, S. (2012). *Destination Marketing*. Routledge.
- Pike, S., & Page, S. J. (2014). "Destination Marketing Organizations and Destination Marketing: A Narrative Analysis of Literature." *Tourism Management*, 41, ss. 202-227. DOI: 10.1016/j.tourman.2013.09.008
- Pike, S., & Ryan, C. (2004). "Destination Positioning Analysis Through a Comparison of Cognitive, Affective, and Conative Perceptions." *Journal of Travel Research*, 42(4), ss. 333-342. DOI: 10.1177/0047287504263022
- Pinke-Sziva, I., Keller, K., & Kovács, L. (2023). "Smart Positioning: How Smart Technologies Can Increase the Attractiveness of Heritage Tourism Destinations? The Case of a Small-Scale Hungarian Heritage City." *Journal of Heritage Tourism*, ss. 1-19. DOI: 10.1080/1743873X.2023.2198599

- Pritchard, A. (1969). Statistical Bibliography: An Interim Bibliography.
- Ritchie, J. R. B., & Crouch, G. I. (2003). The Competitive Destination: A Sustainable Tourism Perspective. *CABI Publishing*. DOI: 10.1079/9780851996453.0000
- San Martín, H., & Del Bosque, I. A. R. (2008). "Exploring the Cognitive–Affective Nature of Destination image and the Role of Psychological Factors in Its Formation." *Tourism Management*, 29(2), 263-277. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2007.03.012>
- Strandberg, C., Nath, A., Hemmatdar, H., & Jahwash, M. (2016). "Tourism Research in the New Millennium: A Bibliometric Review of Literature in Tourism and Hospitality Research." *Tourism and Hospitality Research*, 18(3), ss. 269-285. DOI: 10.1177/1467358416642010
- Stylidis, D., & Cherifi, B. (2018). "Characteristics of Destination Image: Visitors and Non-Visitors' Images of London." *Tourism Review*, 73(1), ss. 55-67. DOI: 10.1108/TR-06-2017-0093
- Sweileh, W. M. (2020). "Bibliometric Analysis of Peer-Reviewed Literature on Climate Change and Human Health." *Globalization and Health*, 16(1), ss. 1-15. DOI: 10.1186/s12992-020-00619-5
- Toral, S. L., Martínez-Torres, M. R., & Gonzalez-Rodriguez, M. R. (2018). "Identification of the Unique Attributes of Tourist Destinations from Online Reviews." *Journal of Travel Research*, 57(7), ss. 908-919. DOI: 10.1177/0047287517739683
- Tür, E. (2022). "Türkiye’de Destinasyon İmajı Üzerine Yayınlanmış Olan Lisansüstü Tezlerin Bibliyometrik Analizi." *Tourism and Recreation*, 4(2), ss. 58-71. DOI: <https://dx.doi.org/10.53601/tourismandrecreation.1160357>
- Ünal, A., & Bayar, S. B. (2020). "Türkiye’de Destinasyon Konusunda Yayınlanmış Lisansüstü Tezlerin Bibliyometrik İncelenmesine Yönelik Bir Araştırma." *Karadeniz Sosyal Bilimler Dergisi*, 12(22), ss. 237-250.
- Van Nunen, K., Li, J., Reniers, G., & Ponnet, K. (2018). "Bibliometric Analysis of Safety Culture Research." *Safety Science*, 108, ss. 248-258. DOI: 10.1016/j.ssci.2018.02.016
- Weaver, D. B., Moyle, B., & McLennan, C. L. J. (2022). The citizen within: Positioning local residents for sustainable tourism. *Journal of Sustainable Tourism*, 30(4), 897-914. DOI: 10.1080/09669582.2021.1903017
- Zeng, L., Li, R. Y. M., Nuttapong, J., Sun, J., & Mao, Y. (2022). Economic development and mountain tourism research from 2010 to 2020: Bibliometric analysis and science mapping approach. *Sustainability*, 14(1), 562. DOI: 10.3390/su14010562
- Zopiatas, A., Theocharous, A. L., & Constanti, P. (2015). "'The Past Is Prologue to the Future': An Introspective View of Hospitality and Tourism Research." *Scientometrics*, 102, ss. 1731-1753. DOI: 10.1007/s11192-015-1700-1

Hakem Değerlendirmesi: Dış bağımsız.	Bilgilendirilmiş Onam Formu: Tüm taraflar kendi rızaları ile çalışmaya dâhil olmuşlardır.
Teşekkür: Katkılarından dolayı hakemlere teşekkür ederiz.	Araştırmacıların Katkı Oranı: Yazar çalışmaya %100 oranında katkı sağlamıştır
Destek Bilgisi: Herhangi bir kurum ve/veya kuruluştan destek alınmamıştır.	Etik Kurul Onayı: Çalışmada ikincil verilerden yararlanıldığı için etik kurul raporu alınmamıştır.
Çıkar Çatışması:	