



Turizm Akademik Dergisi

Tourism Academic Journal

www.turizmakademik.com



Seyahat Acenteciliği Konulu Uluslararası Makalelerin Bilim Haritalama Tekniği İle Bibliyometrik Analizi: Scopus Veri Tabanı Örneği*

Serkan AYLAN**^a

^a Selçuk Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm Rehberliği Bölümü, Konya, Türkiye, E-mail: serkaylan@gmail.com, ORCID: 0000-0002-7262-4440

Öz

Araştırmanın amacı, seyahat acenteciliği "Travel Agency" konusunun uluslararası literatürdeki son 53 yıllık (1967-2020) eğilimini ve gelişimini ortaya koymaktır. Bu amaçla araştırmada, nicel araştırma yöntemlerinden biri olan bibliyometrik analiz yöntemi kullanılmıştır. Araştırmanın verisini oluşturan ve başlıklarında seyahat acenteciliği (Travel Agency) kavramı geçen 368 makaleye yönelik bilgiler Scopus veri tabanından çekilmiş olup, elde edilen verilerin analizinde belirli parametreler doğrultusunda, Bibliyometrix R-paketi (RStudio yazılımı) bibliyometrix kütüphanesi ve bibliyometrix için bir web arayüz sağlayıcısı uygulama ve açık kaynaklı bir yazılım tasarımı olan Biblioshiny kullanılmıştır. Yapılan analizler sonucunda ortaya çıkan bulgulardan bazıları ele alındığında, seyahat acenteciliği konulu, 180 farklı dergide 368 makalenin olduğu, makalelerin büyük çoğunluğunun çok yazarlı olduğu, en çok makalenin 2020 yılında yayınlandığı, en fazla makale yayınlayan derginin Tourism Management, yazarın Leo Huang'ın, üniversitenin National Kaohsiung University of Hospitality and Tourism'in olduğu görülmüştür. Ayrıca, yapılan eşbirliklik, birlikte atf ağı, çoklu müteakabiliyet ve faktör analizlerinde 2 ve daha fazla kümeden oluşan ağların meydana geldiği görülmüştür. Seyahat acenteciliği konulu makalelerin ortaya çıkmasında ülkeler arasındaki işbirliği açısından bakıldığında ise, ABD'nin diğer ülkelerle en fazla işbirliği yapan ülke olduğu tespit edilmiştir. Ulusal literatürde seyahat acenteciliği konusunu bibliyometrik açıdan inceleyen herhangi bir çalışmaya rastlanmaması sebebiyle bu araştırmanın özgünlük arz ettiği, çalışmada ortaya çıkan sonuçların ise uluslararası düzeyde seyahat acenteciliği ile ilgili yapılan araştırmaların gelişim sürecinin görsel anlamda haritalandırılarak okuyucuya aktarılması açısından, gelecekte bu konuda yapılacak olan çalışmalara ışık tutması açısından önem arz ettiği düşünülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Seyahat Acentesi, Bilim Haritalama Tekniği, Scopus, R-Studio.

Bibliometric Analysis of International Articles on Travel Agency by Using Sciencemapping Technique: Case of Scopus Database

Abstract

The aim of the research is to reveal the trend and development of the travel agency subject of "Travel Agency" in the international literature for the last 53 years (1967-2020). For this purpose, bibliometric analysis method, one of the quantitative research methods, was used in the study. The information for 368 articles that make up the data of the research and have the concept of Travel Agency in their titles were extracted from the Scopus database, and in the analysis of the obtained data, the Bibliometrix R-package (RStudio software) was used to apply a web interface provider for bibliometrix library and bibliometrix. Used Biblioshiny, an open source software design. When some of the findings obtained as a result of the analysis are considered, it's seen that there are 368 articles in 180 different journals, most of articles titled travel agency were written by multi-authors, the most articles were published in 2020, The most articles were published by the journal of Tourism Management, the author Leo Huang, the university National Kaohsiung University of Hospitality and Tourism. In addition, in the co-occurrence, co-citation network, multiple correspondence and factor analysis, it was seen that networks consisting of 2 or more clusters were formed. In terms of collaboration between countries in the emergence of articles on travel agency, it has been determined that the USA has most collaborations with other countries.

Keywords: Travel Agency, Sciencemapping Tecniqe, Scopus, R-Studio.

JEL CODE: L83

Makalenin Geçmişi:

Gönderim Tarihi : 13.02.2021

Düzeltilme : 17.05.2021

Kabul : 23.08.2021

Makale Türü : Bibliyografi

Aylan, S. (2021). Seyahat Acenteciliği Konulu Uluslararası Makalelerin Bilim Haritalama Tekniği İle Bibliyometrik Analizi: Scopus Veri Tabanı Örneği, Turizm Akademik Dergisi, 8 (2), 15-36.

* Bu çalışma, TR Dizin etik kurul izni gerektiren çalışma grubunda yer almamaktadır.

** Sorumlu yazar e-posta: serkaylan@gmail.com

GİRİŞ

Turizm sektöründe büyük bir yere ve öneme sahip olan seyahat acenteleri sadece sektör için değil turizm akademisyenleri, araştırmacılar ve akademik camia için de oldukça önemli hale gelmiştir. Üniversitelerde hem ön lisans hem de lisans düzeyinde eğitim veren turizm bölümlerinde seyahat acenteciliği adında dersler okutulmakta (Akoğlan Kozak & Kozak, 2000), akademisyenlerce ulusal ve uluslararası düzeyde makale yayınlayan dergilerde seyahat acenteleriyle ilgili bilimsel çalışmalar yayınlanmaktadır. Yayınlanan çalışmalarda seyahat acentelerinde pazarlama (Aksöz & Yücel, 2019; Bahar & Petrova, 2019; Özüpek & Öz, 2011), yönetim (Avcı & Ulu, 2014; Erdoğan Morçin & Morçin, 2013; Tütüncü & Akgündüz, 2012) gibi birçok alanda seyahat acentelerinin konu edildiği ve seyahat acenteciliği ile ilgili literatürün oldukça geniş olduğu görülmektedir.

Bir bilim alanının veya alt disiplinin gelişim seyri, eğilimi, söz konusu alana veya disipline yapılan katkıyı ve mevcut durumu ortaya koymak için yapılan bibliyometrik araştırmalarda (Al, 2012), bilimsel makaleler, kitaplar, bilimsel toplantılarda sunulan tebliğler gibi yayınlar ele alınmaktadır. Farklı parametreler çerçevesinde gerçekleştirilen bibliyometrik araştırmalarda, ilgili alandaki çalışmaların yıllara göre yayın sayısı; alana en fazla katkı veren yazarlar, dergiler, kurumlar, ülkeler; çalışmalarda en sık kullanılan anahtar kelimeler, faydalanılan referanslara yönelik atıf analizleri ve eşbirliklilik analizleri ile söz konusu alan derinlemesine incelenebilmektedir, böylece gelecekte o alanla ilgili çalışma yapacak olan araştırmacılara yeni fikirler sunulmaktadır.

Bu bağlamda bu araştırmada seyahat acenteciliği "Travel Agency" konusunun uluslararası literatürdeki son 53 yıllık (1967-2020) eğilimini ve gelişimini ortaya koymak amaçlanmıştır ve bu amaç doğrultusunda Scopus veri tabanında "Seyahat acenteleri" ile ilgili yazılmış olan uluslararası düzeyde makalelerin bibliyometrik analizi yapılmıştır. Araştırma Scopus veri tabanında taranan uluslararası makalelerle sınırlandırılmış olup, söz konusu veri tabanındaki kitaplar, bildirimler vb. diğer çalışmalar araştırmamızın kapsamı dışında bırakılmıştır. Alan yazın taraması sonucunda seyahat acentelerine yönelik; hizmet performansı (Sellers-Rubio & Nicolau-Gonzalbez, 2010), çalışanlarının stres kaynakları (Özcan vd., 2010), insan sermayesi (Garcia Pozo vd., 2011), ekonomik kriz (Kim vd., 2012), hizmet kalitesi, müşteri sadakati ve memnuniyeti (Kuo vd., 2013), örgütsel stresin örgütsel bağlılıklarının ilişkisi (Şahin, 2014), sürdürülebilir turizm (Alagöz vd., 2015), işte var olamama ile yaşam doyumu, fiziksel ve ruhsal iyilik hali (Demirbulat & Bozok, 2015), çalışanların eğitim sorunları (Lather vd., 2015), seyahat acentalarının tercih sıralaması (Uygurtürk & Korkmaz,

2015), bilgi ve iletişim teknolojileri (Ünal & Özkan, 2016), seyahat acentelerinin web sitesi (Rianthong, 2016), mobil pazarlama ve online alışveriş (Şahin & Cıbit, 2016), ilişki pazarlama (Ergoğan Aracı vd., 2016), istihdam (Tsai, 2017), günlük tur programları (Akgün & Çizel, 2017), iş değerleri algısı ve işten ayrılma niyeti (İnce & Gök, 2018), çevrimiçi seyahat acenteciliği (McLeod, 2018), seyahat acentesi müşterileri (Ahn vd., 2019), kriz yönetimi (Sarıaltun & Ünlüönen, 2019), sadakat modeli (Dudek vd., 2019), çalışanların cam tavan sendromu (Akdağ & Üçyıldız, 2020) enformasyon sistemi (Özcan & Çizel, 2020), fiyat (Kim vd., 2020), yaşlı ve engelli yerli turistlere sunulan hizmetler (Erkılıç & Eren, 2020), hizmet kalitesi (Shi vd., 2020) ve hizmet inovasyonu (Xie vd., 2020) konularının çalışıldığı tespit edilmiş olup, seyahat acenteciliği konusunu bibliyometrik açıdan inceleyen herhangi bir çalışmaya rastlanmaması sebebiyle bu araştırmanın özgünlük arz ettiği, çalışmada ortaya çıkan sonuçların ise uluslararası düzeyde seyahat acenteciliği ile ilgili yapılan araştırmaların gelişim sürecinin görsel anlamda haritalandırılarak okuyucuya aktarılması açısından, gelecekte bu konuda yapılacak olan çalışmalara ışık tutması açısından önem arz ettiği düşünülmektedir.

KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Seyahat Acenteleri

Seyahat acentesi kavramı Oxford İngilizce Sözlüğü (2020)'ne göre "Tatile veya yolculuğa çıkan insanlar için seyahat ve / veya konaklama düzenleyen bir şirket" olarak tanımlanmaktayken, Türk Dil Kurumu Sözlüğü'nde (2020) "Yolculuk bileti satılan ticari kuruluş, geziyle ilgili hizmetleri düzenleyen ticari kuruluş" olarak tanımlanmaktadır. Dünya Turizm Örgütü'ne göre seyahat acentesi "Halka, konaklama ve ulaştırma hizmetleri hakkında bilgi sunma, belli bir komisyon karşılığında seyahat ve turizm ürünlerini belli fiyatlarla nihai tüketicilere satış yapmak üzere aracılık eden işletmelerdir" (Mısırlı, 2015:51).

1618 Sayılı Seyahat Acentaları ve Seyahat Acentaları Birliği Kanunu'nda ise seyahat acenteleri "Kâr amacı ile turistlere turizm ile ilgili bilgiler vermeye, paket turları ve turları oluşturmaya, turizm amaçlı konaklama, ulaştırma, gezi, spor ve eğlence hizmetlerini görmeye yetkili olan, oluşturduğu ürünü kendi veya diğer seyahat acentaları vasıtası ile pazarlayabilen ticari kuruluş" şeklinde tanımlanmaktadır (TURSAB, 2007). Seyahat acentelerinin geçmişine bakıldığında bu işletmelerinin kökeninin İngiltere'nin Leicester kentine ve 19. Yüzyılın ilk yarısına dayandığı görülmektedir. İlk seyahat acenteciliği faaliyetinde 1841 yılında, marangozluk yapan Thomas Cook'un, bir derneğin (Temperance Derneği) üyelerini Loughbrough'taki içki karşıtı bir toplantıya götürmek için tren kiralama ve sefer düzenler, ancak Cook bu geziyi

o dönem için çok ucuza mâl ederek (1 şiling) tüm hazırlıkları kendisi yapmasına karşın herhangi bir kazanç elde etmez. İnsanların kendileri için başkaları tarafından geziler düzenlemelerinden hoşnut olduğunu gören Cook bu işten para kazanılabileceğini görür ve 1860 yılında ilk seyahat işletmesini açarak bu mesleğin başlamasına vesile olur (İçöz, 2014:13-14). Türkiye'nin ilk seyahat acentesi, Cumhuriyetin ilk yıllarında Pera Palas Oteli'nde faaliyete geçerek (Kozak, Akoğlan Kozak & Kozak, 2017:147), 18 Ekim 1925 tarihinde kurulan Milli Türk Seyahat Acenteciliği Ziya ve Şürekası (Ortakları) –NATTA'dır. Adı geçen bu şirket bilet satışı yapmanın yanı sıra araç kiralama, turist rehberi bulma, yurt içine ve yurt dışına seyahatler düzenleme gibi faaliyetler de gerçekleştirmiştir (Aylan, 2020:691; İçöz, 2014:27). NATTA'nın kuruluşundan yaklaşık yarım asır sonra 1972'de 1618 sayılı Seyahat Acenteleri ve Seyahat Acenteleri Birliği yasa-sının çıkmasıyla bu iş kurumsal bir zemine oturtulmuş ve Türkiye'de tüm seyahat acenteleri Kültür ve Turizm Bakanlığı çatısı altında faaliyet gösteren Türkiye Seyahat Acenteleri Birliği'ne bağlanmıştır.

Seyahat acenteleri yapı ve fonksiyonlarına göre genel olarak, büyük dağıtım acenteleri, firma bazında çalışan acenteler, karşılayıcı (incoming) acenteler, gönderici (outgoing) seyahat acenteleri ve bağımsız acenteler olarak faaliyet göstermektedirler (Mısırlı, 2015:68-69). Bunlardan belki de en önemlisi olan karşılayıcı acenteler, yurt dışındaki tur operatörlerinin ülke içindeki operasyonlarını gerçekleştiren, gelen yabancı turistlerin terminalerde karşılanması, transferleri, konaklamaları ve geri dönüşte uğurlanmaları gibi tüm işlemleri yerine getiren acentelerdir. Bu acenteler ülkeye en çok döviz girişi sağlayan acenteler olarak kabul edilebilir.

Bibliyometri

İlk olarak 1969 yılında Alan Pritchard tarafından ortaya koyulan Bibliyometri kavramı, yaklaşık on yıllık kısa bir süre içinde kütüphaneciler ve bilgi bilimciler tarafından neredeyse - ama tam olarak değil - evrensel olarak kabul görmüş ve buna karşılık bu yeni terim sık sık alıntılanmıştır (Wittig, 1978: 240). Pritchard (1969:348) bibliyometriyi, istatistiki ve matematiksel metotların kitaplar ve diğer iletişim ortamlarına uygulanması olarak tanımlamaktadır. Bunlar temelde kitaplar, monografiler, raporlar, tezler, süreli yayınlardaki ve süreli yayınlardaki makaleleri ve günümüzde ayrıca e-kitapları ve e-dergileri ve - en geniş anlamıyla - WEB'i içermektedir (Glänzel, 2003:11). Genel manada nicel bir analiz yöntemi olan bibliyometride, dergilerde yayımlanan makaleler ve yapılan atıflar istatistiksel olarak analiz edilir (Godin, 2006; De Nicola, 2009), kitaplar, tezler, raporlar ve patentler bibliyometrik analiz öğeleri olarak sayılıyor olmalarına rağmen, bilimsel makaleler asıl öğeyi oluşturmakta, yayın ve yazar sayı-

ları ile yayınlara yapılan atıflar bibliyometrik ölçümün temelini meydana getirmektedir (Karasözen, Bayram & Zan, 2009:6; Polat ve Alkan, 2015:26). Araştırmacıların farklı sebeplerle bibliyometrik çalışmalara yöneldiği bilinmektedir. Bibliyometrik araştırmalarla bir taraftan herhangi bir konudaki etkili araştırmacılar tespit edilirken, öteki taraftan söz konusu yazarlar arasındaki etkileşimin boyutları ortaya konabilmektedir (Al, 2008:19). Bibliyometrik analiz yöntemi sayesinde, akademik bir disiplin veya alanda yayımlanmış çalışmalar farklı bibliyometrik özellikler (konu, yıl, katkı veren kurum, kullanılan anahtar sözcükler, eserlerin yazar sayısı, eserlere yapılan atıflar, ortak atıflar vb.) açısından incelenmek suretiyle, bilimsel iletişime ilişkin bazı bulgular elde edilmektedir. Söz konusu bulgular çeşitli konulara göre ülkeler ve kurumlar arasında kıyaslamalar yapılmasında, bilimsel iletişim araçlarının kullanım oranlarının tespitinde, ilgili literatürdeki en etkili yazarların belirlenmesinde ve bir derginin değerlendirilmesinde kullanılabilir (Çiçek ve Kozak, 2012:736; Yalçın, 2010: 206). Bibliyometri, akademik çalışmalara ait farklı unsurların, nicel analizler ve istatistikler yoluyla incelenmesini ele alır. Bibliyometrik analizler, betimleyici ve değerlendirmeye üzere iki şekilde yapılabilir. Betimleyici bibliyometrik analize örnek olarak, belirli bir yılda yayımlanan makale sayısının belirlenmesi, değerlendirici nitelikteki bibliyometrik analize örnek olarak ise makalenin kendisinden sonra gelen araştırmaları ne şekilde etkilediğini ortaya koymak için atıf analizi yapılması verilebilir (Çetinkaya Bozkurt ve Çetin, 2016:232; McBurney ve Novak, 2002: 40). Türkiye'de, bibliyometrik anlamda yapılan ilk çalışma, 1970 yılında Ahmet Kemal Özınönü tarafından yayınlanan "Growth in Turkish Positive Basic Sciences" isimli çalışmasıdır. Söz konusu eserde Türkiye'nin temel bilimlerdeki durumu incelenmiş ve belli alanlardaki (astronomi, biyoloji, fizik, kimya, matematik, yer bilimleri) bilimsel verimlilik ölçülmeye çalışılmıştır (Al, 2008:10).

Bibliyometrik çalışmaların bilim dünyasının birçok farklı alanında yapıldığı görülmektedir. Bu alanlardan biri de turizm alanıdır. Turizm akademisindeki turizm araştırmaları külliyatının parçalanmış, dağınık ve eklektik yapıya sahip olması; turizmin olgunluk seviyesinin gösterilmesi, turizm literatürünün entelektüel yapısının, akademik temelini ve sosyal yapısını tanımlanmasında bibliyometrik çalışmaların yapılmasına zemin hazırlamıştır (Arıca & Çorbacı, 2019: 265; Benckendorff & Zehrer, 2013:121-122). Türkiye'de turizm literatürü ile ilgili farklı kaynaklar baz alınarak çalışmaların yapıldığı görülmektedir. Örneğin, turizm alanında yazılan lisansüstü tezlerin (Aylan ve Başoda, 2020; Büyükşalvarcı ve Keleş, 2019; Çelik, 2019; Gök-kaya, Acar, & Yıldırım, 2017; Örnek & Karamustafa, 2020; Tayfun, Küçükergin, Aysen, Eren & Özekici, 2016), turizmle ilgili makalelerin (Bahçeçi & Devrim

Yılmaz, 2020; Boğan, Çalışkan & Dedeoğlu, 2018; Boyraz & Kabakulak, 2020; Çiçek ve Kozak, 2012; Ergün & Kalıpçı, 2020; Sandıkçı & Mutlu, 2019), bildirilerin (Boyraz & Sandıkçı, 2018; Çakıcı, Yıldırım & Karacaoğlu, 2013; Gümüş & Yeksan, 2019; Şahin & Acun, 2015; Yılmaz, 2017) bibliyometrik analizlere tabi tutularak incelendiği görülmektedir. Ayrıca konu açısından bakıldığında ise, turizm alanında yapılan bibliyometrik çalışmalarda sürdürülebilir turizm (Yeksan & Akbaba, 2019), turist rehberliği (Şahin & Acun, 2015), turizm eğitimi (Polat Üzümcü, 2019), turizm pazarlaması (Özel & Kozak, 2012), helal turizm (Olcaç & Karaçıl, 2018), inanç turizmi (Özçoban, 2020), kırsal turizm (Albayrak & Tüzünkan, 2020), sağlık turizmi (Temizkan, Çiçek & Özdemir, 2015), kış turizmi (Ardıç Yetiş & Çokal, 2018; Karasakloğlu, 2020), spor turizmi (Aylan & Başoda, 2020), destinasyonlar (Aydın & Aksöz, 2019) gibi konulara sahip akademik çalışmaların incelendiği görülmektedir. Bu çalışmada ise, Scopus veri tabanında “Seyahat acenteleri” ile ilgili yazılmış olan uluslararası düzeyde makalelerin bibliyometrik analizi yapılmış olup, çalışmanın bu yönüyle özgünlük taşıdığı düşünülmektedir.

YÖNTEM

Bu çalışmanın amacı seyahat acenteciliği “Travel Agency” konusunun uluslararası literatürdeki son 53 yıllık (1967-2020) eğilimini ve gelişimini ortaya koymaktır. Bu amaçla çalışmada, nicel araştırma yöntemlerinden biri olan bibliyometrik analiz yöntemi kullanılmıştır. Belirli bir alan, dönem ve bölgede bireyler veya kurumlarca üretilen yayınları ve bu yayınlar arasındaki ilişkileri sayısal olarak analiz eden bibliyometrik analiz, doküman incelemesi olarak içerik analizi ve sayısal analiz bakımından da nicel araştırma yöntemi olarak kabul edilebilir (Çatı & Öcel, 2018:509; Evren & Kozak, 2014:67). Bibliyometrik analiz yöntemi olarak da çalışmada bilim haritalama tekniği kullanılmıştır. Bilim haritalama tekniği, veri tabanlarından elde edilen yayın bilgilerine ait veri kümelerinin oluşturulması, işlenmesi, ağların oluşturulması ve uzman kişi tarafından yorumlanmasıdır (Kıdak, Demir & Özdemir, 2017:44). Bibliyometrik çalışmalarda en önemli veri kaynakları Science Citation Index (SCI), Social Science Citation Index (SSCI) ve Art & Humanities Citation Index (A&HCI) olmak üzere, uluslararası bilimsel atıf indeksleridir (Gözen, 2020:576). Söz konusu indekslere ve bu indekslerdeki yayınlara ait tüm materyallere Web of Science (WOS) ve Scopus gibi veri tabanları sayesinde ulaşma imkânı vardır. Bu çalışmada Scopus veri tabanından faydalanılmıştır. Bunun sebebi Scopus veri tabanının Web of Science (WOS) veritabanından daha gelişmiş olmasıdır (Atabay ve ark. 2019:1132; Martín-Martín, Orduna-Malea, Thelwall, & López-Cózar, 2018;). Bu açıdan, araştırmanın verileri, 1967-2020 yılları arasında

yayımlanan ve Scopus veri tabanında yer alan makalelerin 25.01.2021 tarihinde taranmasıyla elde edilmiştir. Tarama yapılırken: TITLE (“travel agency”) AND (EXCLUDE (PUBYEAR , 2021)) AND (EXCLUDE (DOCTYPE , “cp”) OR EXCLUDE (DOCTYPE , “ch”) OR EXCLUDE (DOCTYPE , “no”) OR EXCLUDE (DOCTYPE , “re”) OR EXCLUDE (DOCTYPE , “le”) OR EXCLUDE (DOCTYPE , “er”) OR EXCLUDE (DOCTYPE , “sh” parametresi kullanılmış, böylece başlığında “Travel Agency” geçen makaleler filtrelenerek toplamda 368 makaleye ulaşılmıştır. Elde edilen veriye tanımlayıcı veri analizlerinin yanı sıra eş-birliktelik (co-occurrence), birlikte atıf (co-citation), sosyal ağ, üçlü karşılaştırma, çoklu müttekabiliyet ve faktör analizleri uygulanmıştır. Adı geçen analizlerin uygulanmasında, Bibliyometrix R-paketi (RStudio yazılımı) bibliyometrix kütüphanesi ve bibliyometrix için bir web arayüz sağlayıcısı uygulama ve açık kaynaklı bir yazılım tasarımı olan (Dönbak, 2020:56) Biblioshiny kullanılmıştır.

Araştırmanın amacı doğrultusunda aşağıdaki sorulara cevap aranmıştır:

Scopus veri tabanında;

- seyahat acenteciliği konusunda yayınlanmış makalelerin yıllara göre yayınlanma ve atıf sayılarının dağılımı ne durumdadır?
- seyahat acenteciliği konusunda yayınlanmış makalelerin tekli ve çoklu yazar dağılımı nasıldır?
- seyahat acenteciliği konusunda en çok yayın yapılan dergilerin dağılımı nasıldır ?
- seyahat acenteciliği ile ilgili yayınlara yönelen dergilerin yıllar içindeki gelişimi nasıl olmuştur?
- seyahat acenteciliği konusunda en çok atıf yapılan dergilerin dağılımı nasıldır ?
- seyahat acenteciliği konusunda en çok atıf yapılan makalelerin dağılımı nasıldır ?
- seyahat acenteciliği konulu makalelerde yer alan anahtar kelimelerin kullanım sıklığı nasıldır?
- seyahat acenteciliği konulu makalelerin başlıklarında en çok geçen kelimelerin dağılımı ve birbiriyle ilişkileri nasıldır?
- seyahat acenteciliği konulu makalelerin özetlerinde geçen kelimelerin dağılımı ve birbiriyle ilişkileri nasıldır?
- seyahat acenteciliğiyle ilgili en verimli yazarlar

- kimlerdir ve söz konusu yazarların yaptıkları yayınların yıllara göre dağılımı nasıldır?
- k)seyahat acenteciliği konulu makalelerin üretiminde zaman içerisinde yazarların birbirinden esinlenme / etkilenme durumları nasıldır?
- l) seyahat acenteciliği konulu makalelerin kaynakçalarında geçen kelimelerin dağılımı ve birbirleriyle ilişkileri nasıldır?
- m)seyahat acenteciliği konusunda yayınlanan makalelerde kullanılan kaynakların birbirleriyle ilişkisi nasıldır?
- n) seyahat acenteciliği konulu araştırmaların tematik gelişimi (özet-ülke-dergi açısından) nasıl olmuştur?
- o)seyahat acenteciliğiyle ilgili en verimli üniversiteler hangileridir?
- p) seyahat acenteciliği konusunda hazırlanan makalelerde en fazla atıf yapılan ülkeler hangileridir?
- q)seyahat acenteciliği konusunda yazarların bulunduğu ülkeler arasındaki işbirliği ne durumdadır?

ANALİZ VE BULGULAR

Çalışmanın bu bölümünde, araştırma verilerine yapılan analizlere ve bu analizler sonucunda elde edilen bulgulara yer verilmiştir.

Tablo 1. Makalelere İlişkin Genel Bilgiler

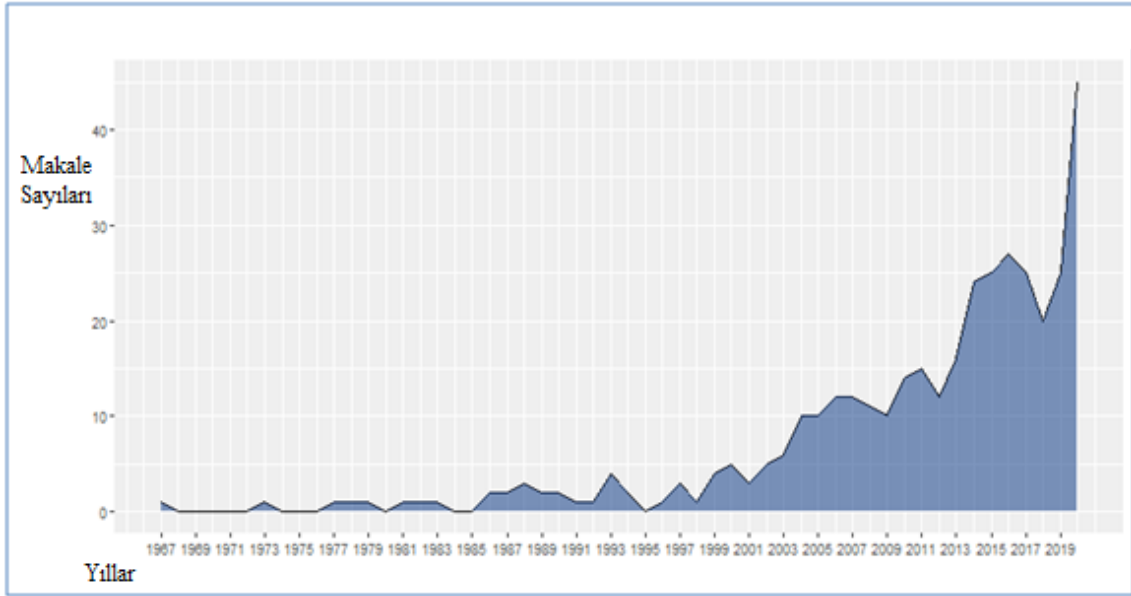
Kriterler	Sayısal Veriler
Zaman aralığı	1967-2020
Kaynaklar (Dergiler)	180
Makaleler	368
Anahtar Kelimeler	961
Yayın başına ortalama atıf sayısı	14,08
Doküman başına yıllık ortalama atıf	1,307
Yazarlar	781
Yazar görünüm sayısı	888
Tek yazarlı yayın sayısı	84
Çok yazarlı yayın sayısı	697
Yazar başına düşen yayın	0,471
Doküman başına düşen yazar	2,12
İşbirliği indeksi (CI)	2,56

Tablo 1’de sunulduğu üzere, Scopus veri tabanında 53 yıllık (1967-2020) süre boyunca, “seyahat acentecileri” ile ilgili çalışmaların 781 yazar tarafından, 368 makale ile 180 farklı dergide yayımlandığı görülmektedir. Ayrıca makale başına düşen ortalama atıf sayısı 14,08; yıllık ortalama atıf sayısı ise 1,307’dir. Makale başına düşen yazar sayısı ortalama 2,12 iken, yazar başına düşen makale sayısının 0,471 olduğu ve tek yazarlı makale sayısının (n=84), çok yazarlı yayın sayısından epey az olduğu görülmektedir (n=697).

Scopus veri tabanında “seyahat acenteciliği” alanında ilk makale 1967 yılında (1)¹ yayımlanmıştır. İkinci makale, 6 yıl sonra 1973 yılında (1) yayımlanmıştır. Daha sonra 1977 – 2003 yılları arasında 1 ile 6 arasında makale yayımlanırken, 2004 yılında bu sayı 10 makale ile çift haneli rakamlara çıkmıştır. 2004 - 2013 yılları arasında 10 ile 16 arasında yayınlanan makale sayısı 2014 yılında 24’e çıkmıştır. Seyahat acenteciliği konusunda en fazla yayın ise 2020 yılında (45) yayımlanmıştır (Grafik 1).

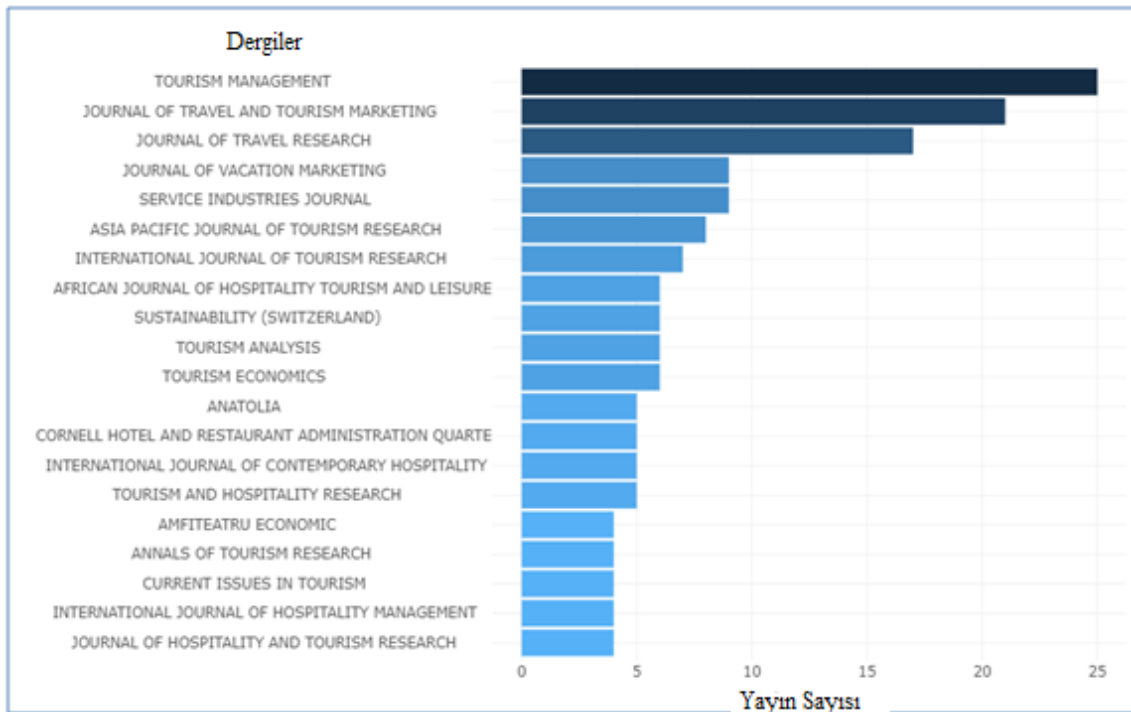
Grafik 2’de Scopus veri tabanında “seyahat acenteciliği” konusunda en fazla yayın yapan ilk 20 dergi görülmektedir. Tourism Management isimli derginin, 25 makale ile bu konuda en fazla yayın yapan dergi olduğu, ikinci sırada, 21 makale ile Journal Of Travel And Tourism Marketing dergisinin yer aldığı ve onu takiben üçüncünün, 17 makale ile Journal Of Travel

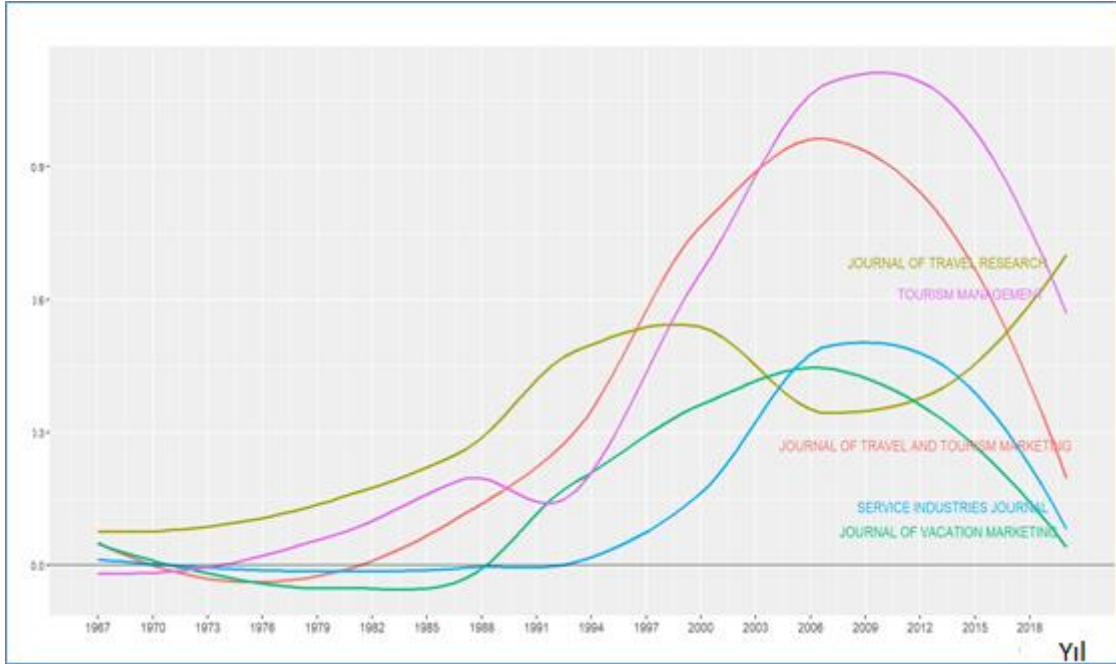
¹ Parantez içindeki değer yayın sayılarını göstermektedir.

Grafik 1: Yıllara Göre Yayın Sayıları

Research dergisinin olduğu söylenebilir. Bu konuda en fazla yayın yapan diğer dergilere örnek olarak; Journal Of Vacation Marketing (9), Service Industries Journal (9), Asia Pacific Journal Of Tourism Research (8), International Journal Of Tourism Research (7), African Journal Of Hospitality Tourism And Leisure (6), Sustainability (Switzerland) (6), Tourism Analysis (6), Tourism Economics (6) dergileri verilebilir.

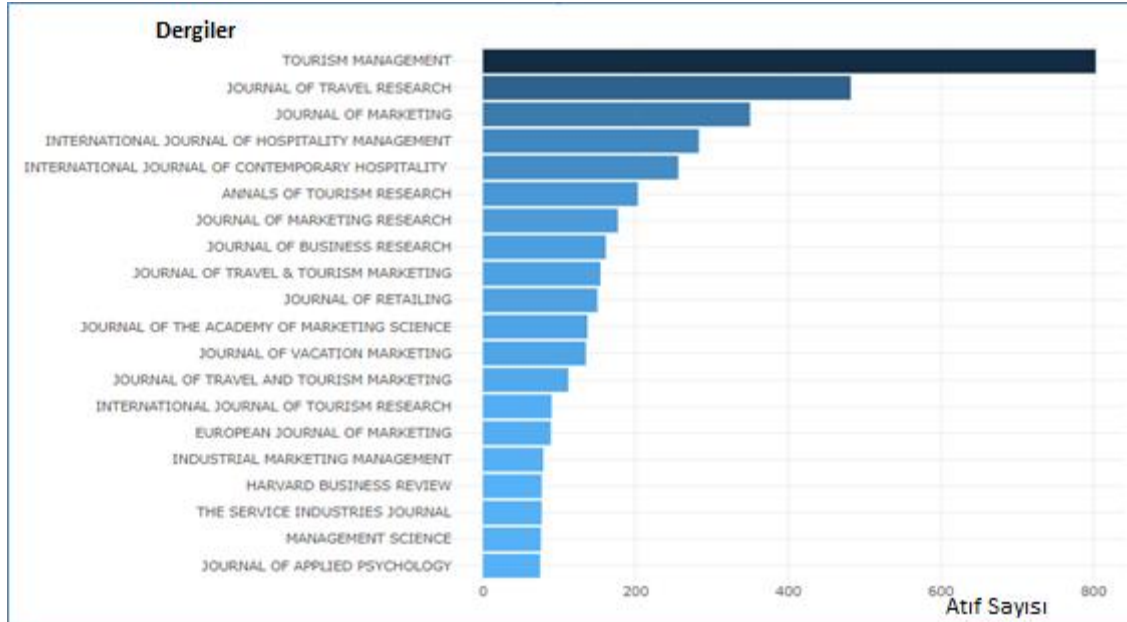
Grafik 3'te Seyahat acenteciliği konusunda alana yön veren 5 dergi gösterilmektedir. "Tourism Management" dergisi, seyahat acenteciliği konusunda ilk makaleyi 1987 yılında yayınlamıştır. Sonraki 20 yıllık (1987-2007 yılları arasında) süre içerisinde toplamda sadece 10 makale yayınlanmış olup, 2007 yılından sonra yayınlanan makale sayısında bir artış meydana

Grafik 2. Seyahat Acenteciliği Konusunda En Çok Yayın Yapılan Dergilerin Dağılımı

Grafik 3. Seyahat Acenteciliği Alanına Yön Veren Dergilerin Yıllar İçerisindeki Gelişimi

gelmiştir. 2007-2012 yılları arası zirve olduğu dönemde 10 makale yayınlanmıştır. 2012 yılından sonra Tourism Management dergisindeki seyahat acentesi başlıklı makale yayın seyrinin azaldığı görülmektedir. Bu konuda

(1 makale) yayınlamıştır. 1973-2000 yılları arasında toplamda 9 makale yayınlayan bu dergi, 2001-2020 yılları arasında 8 yayın çıkarmıştır. “Journal Of Vacation Marketing” dergisi 1998 yılında (1) ilk yayını yapmıştır.

Grafik 4. Seyahat Acenteciliği Konusu ile İlgili En Çok Atıf Yapılan Dergiler

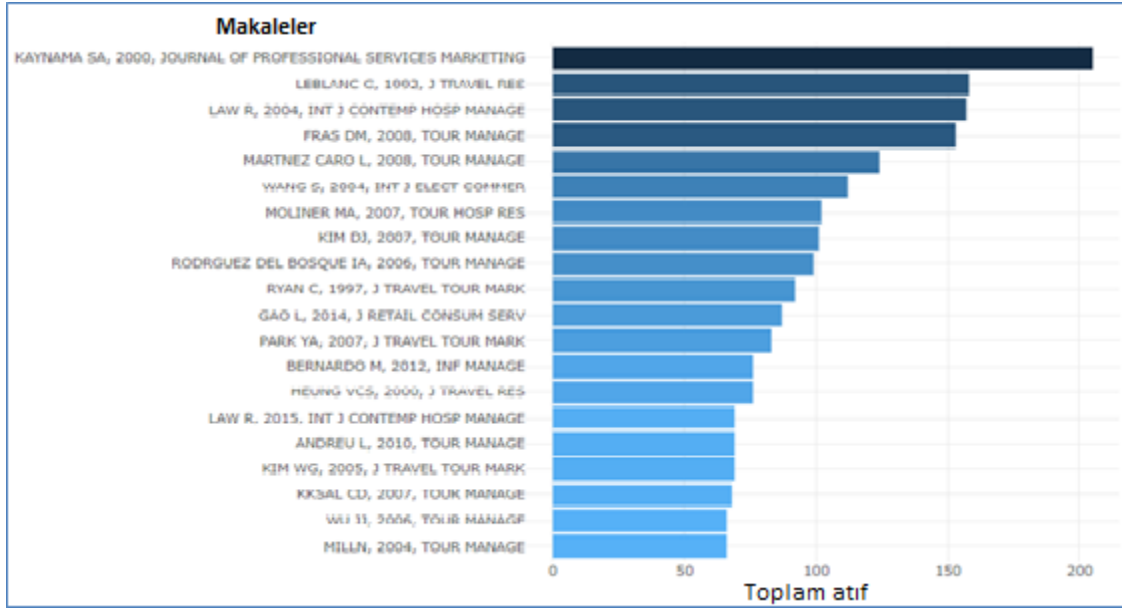
alana yön veren diğer bir dergi olan “Journal of Travel and Tourism Marketing” dergisi ilk olarak 1993 yılında 2 makale yayınlamış ve yıllar içerisinde genellikle artan bir ivme göstermiştir. Derginin yayın çıkarmadaki zirve noktası 2006-2009 yılları arasındadır (9 makale). Alan için önemli diğer bir dergi olan “Journal of Travel Research” bu konudaki ilk makalesini 1973 yılında

1998 yılından 2020 yılına kadar 9 makale yayınlamıştır. “Service Industries Journal” dergisi ise, seyahat acenteleri konulu ilk makaleyi 1999 yılında yayınlamış olup, derginin ilgili konuya yönelik yayın artışı 2008 yılından sonra yaşanmıştır. Dergide seyahat acenteciliği konusunda en fazla yayın 2008-2014 yılları arasında (8 makale) yapılmıştır.

Grafik 4'te Seyahat acenteciliği konusunda yayınlanan makalelerde en çok atıf yapılan derginin "Tourism Management" (803 atıf) olduğu görülmektedir. Daha

"Annals of Tourism Research" (203 atıf), "Journal of Marketing Research" (177 atıf), "Journal of Business Research" (161 atıf), "Journal of Travel & Tourism

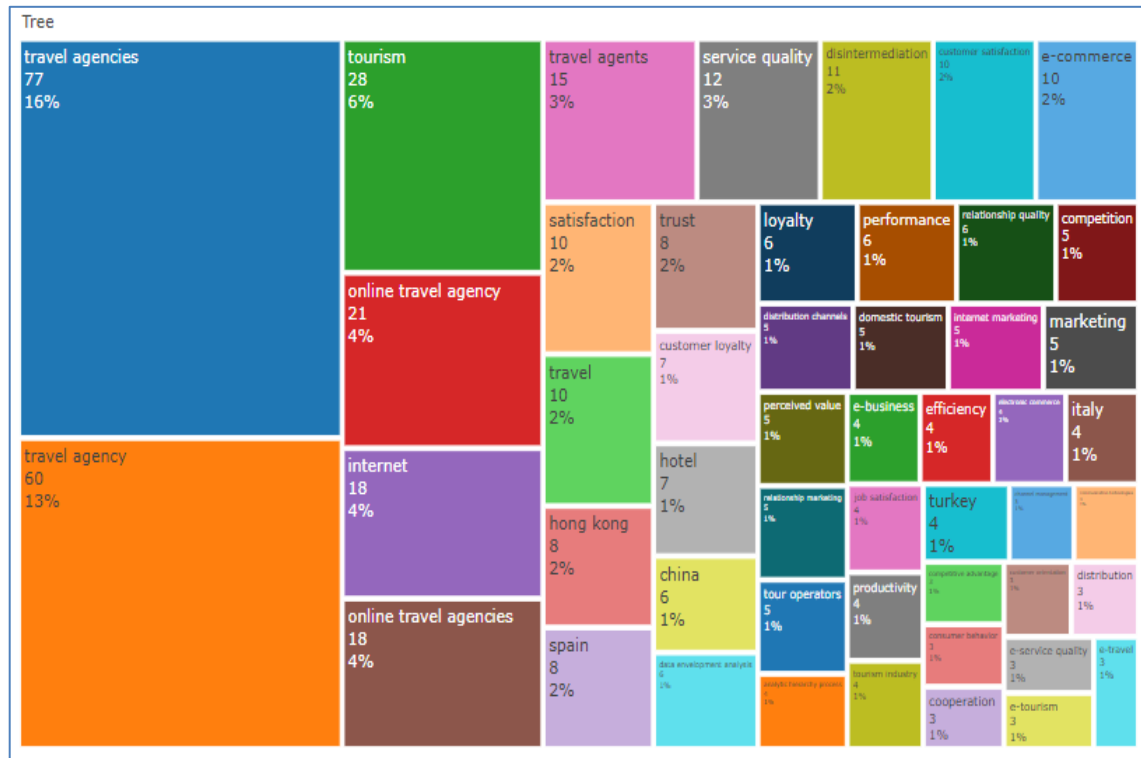
Grafik 5. Seyahat Acenteciliği Konusuyla İlgili En Çok Atıf Alan Makaleler



sonra sırasıyla en çok atıf yapılan dergiler; sırasıyla "Journal of Travel Research" (482 atıf), "Journal of Marketing" (350 atıf), "International Journal of Hospitality Management" (283 atıf), "International Journal of Contemporary Hospitality Management" (256 atıf),

"Marketing" (154 atıf), "Journal of Retailing" (150 atıf), "Journal of the Academy Of Marketing Science" (137), "Journal of Vacation Marketing" (135 atıf), "Journal of Travel and Tourism Marketing" (112 atıf) şeklindedir.

Şekil 1. Seyahat Acenteciliği Makalelerinde Kullanılan Anahtar Kelime Sayıları



Şekil 2. Seyahat Acenteciliği Makalelerinin Başlıklarına İlişkin Kelime Bulutu Analizi

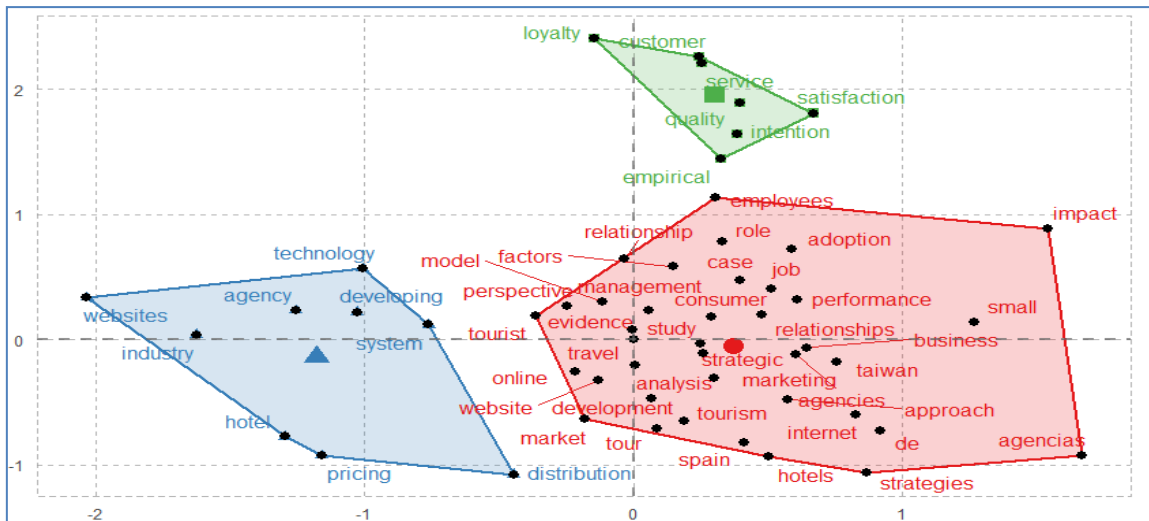


Grafik 5'te seyahat acenteciliği konusunda yapılmış olan makalelerde en çok atıf alan kaynaklar verilmiştir. Bu konuda en çok Kaynama'nın 2000 yılında Journal of Professional Services Marketing dergisinde yayınlamış olduğu "A Proposal to Assess the Service Quality of Online Travel Agencies: An Exploratory Study" isimli makaleye atıfın (205) yapıldığı görülmektedir. Kaynama (2000)'yı sırasıyla 158 atıfı Leblanc (1992)'ın makalesi ve 157 atıf ile Law (2004)'un makalesi takip etmektedir.

Şekil 1'de seyahat acenteciliği konulu makalelerde anahtar kelime olarak, seyahat acenteciliği ile ilgili kavramların, çalışma yöntemleri ve uygulama alanları ile ilgili terimlerin kullanıldığı görülmektedir. En çok kullanılan anahtar kelime; çalışmanın konusu ile doğru orantılı olarak "seyahat acenteciliği" (167-seyahat acenteleri+seyahat acentesi) terimi olmuştur. Makalelerde,

"çevrimiçi seyahat acenteciliği" (39), "turizm" (28), "memnuniyet" (20; müşteri memnuniyeti 10+ memnuniyet 10), "internet" (18), sadakat" (13; sadakat 6+müşteri sadakati 7) "hizmet kalitesi" (12), "seyahat" (10), "güven" (8), "otel" (7), "performans" (6), "ilişki kalitesi" (6), "rekabet" (5), "dağıtım" (8-dağıtım 3+dağıtım kanalları 5), "iç turizm" (5), "internet pazarlaması" (5), "pazarlama" (5), "algılanan değer" (5), "ilişkisel pazarlama" (5), "tur operatörleri" (5), "verimlilik" (4), "elektronik ticaret" (8- elektronik ticaret 4+ e-ticaret 4), "iş tatmini" (4), "verimlilik" (4), "turizm endüstrisi" (4), "iletişim teknolojileri" (3), "rekabet avantajı" (3), "tüketici davranışı" (3), "müşteri odaklılık" (3), "e-hizmet kalitesi" (3), "e-turizm" (3), ve "e-seyahat" 3 terimleri anahtar kelimelerden bazılarıdır. Anahtar kelimelerde araştırma yöntemi ile ilgili; "veri zarflama analizi" (6) ve "analitik hiyerarşi süreci" (4) terimleri kullanılmıştır.

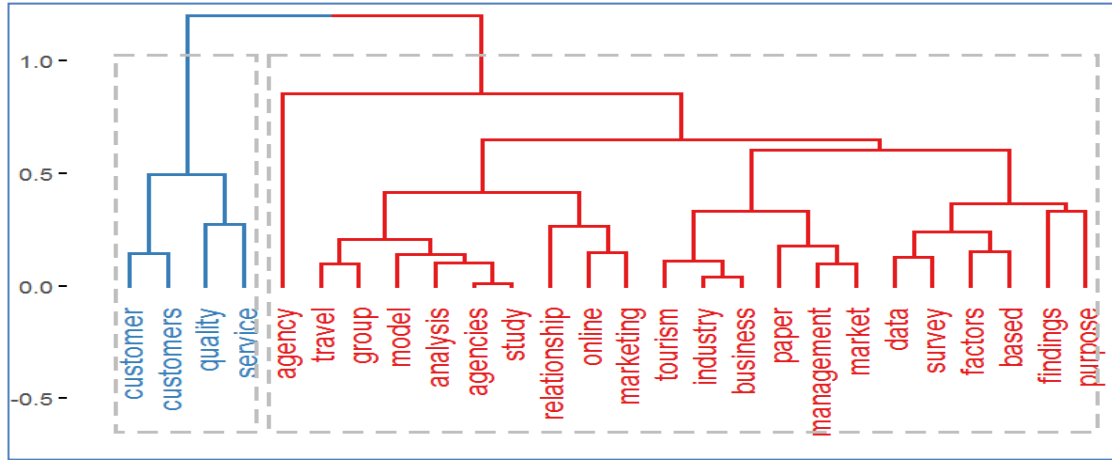
Şekil 3. Seyahat Acenteciliği Makalelerinde Geçen Kelimelere Yönelik Çoklu Mütetekabiliyet Analizi



Ayrıca “Hong Kong” (8), “İspanya” (8), “Çin” (4), “Türkiye” (4) ve “İtalya” (4) gibi ülke isimlerinin de anahtar kelimelerde geçtiği görülmektedir.

ce Analysis) sonucu verilmiştir. Analiz sonucuna göre kelimelerin 3 boyutlu (faktörlü) bir dağılıma sahip olduğu, dolayısıyla bu konuda başlık yazımında 3 farklı

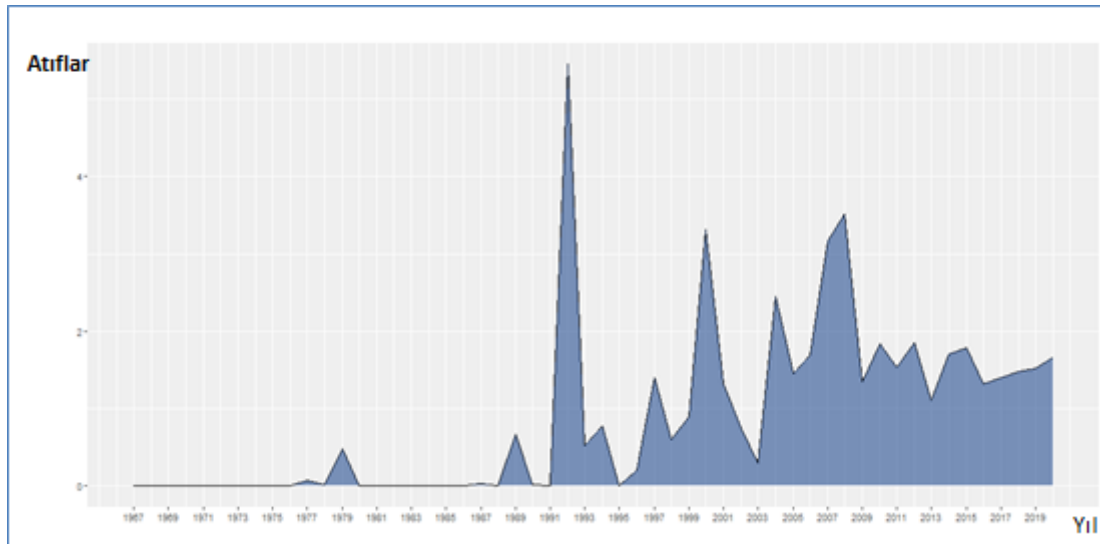
Şekil 4. Seyahat Acenteciliği Makalelerinin Özetlerinde Geçen Kelimelere Yönelik Faktör Analizi



Şekil 2’de seyahat acenteciliği makalelerinin başlıklarında geçen kelimelerin bulut analizi sonucu verilmiştir. Seyahat acenteciliği makalelerinin başlıklarında kullanılan kelimelere örnek olarak, “seyahat” (382), “acente” (369), “çevrimiçi” (78), “kalite” (41), “hizmet” (32), “otel” (31), “yönetim” (27), “pazarlama” (27), “turizm” (27), “müşteri” (26), “internet” (21), “otel” (18), “memnuniyet” (15), “performans” (13), “dağıtım” (12), “niyet” (12), “tur” (12), “stratejiler” (11), “web siteleri” (11), “tüketici” (10), “turist” (10), “çalışanlar” (9), “sadedat” (9) gösterilebilir.

ekolün varlığından söz edilebilir. Örneğin mavi renkli 1. faktörde başlıklarda “websiteler, endüstri, otel, acente, teknoloji, sistem, fiyatlandırma, gelişim, dağıtım” kelimelerinin birbiriyle ilişkili olduğu ve başlık yazarken bu kelimelerin birlikte kullanıldığı görülmektedir. Diğerlerine nazaran daha büyük bir kümeyi oluşturan kırmızı renkli faktörde “strateji, kalkınma, tüketici, yönetim, işgörenler, ilişkiler, oteller, performans, turizm” gibi birçok kelimenin ilişkili olduğu ve birlikte kullanıldığı, son olarak en küçük kümeyi oluşturan yeşil renkli 3. faktörde “tatmin, müşteri, hizmet, kalite, sadakat,

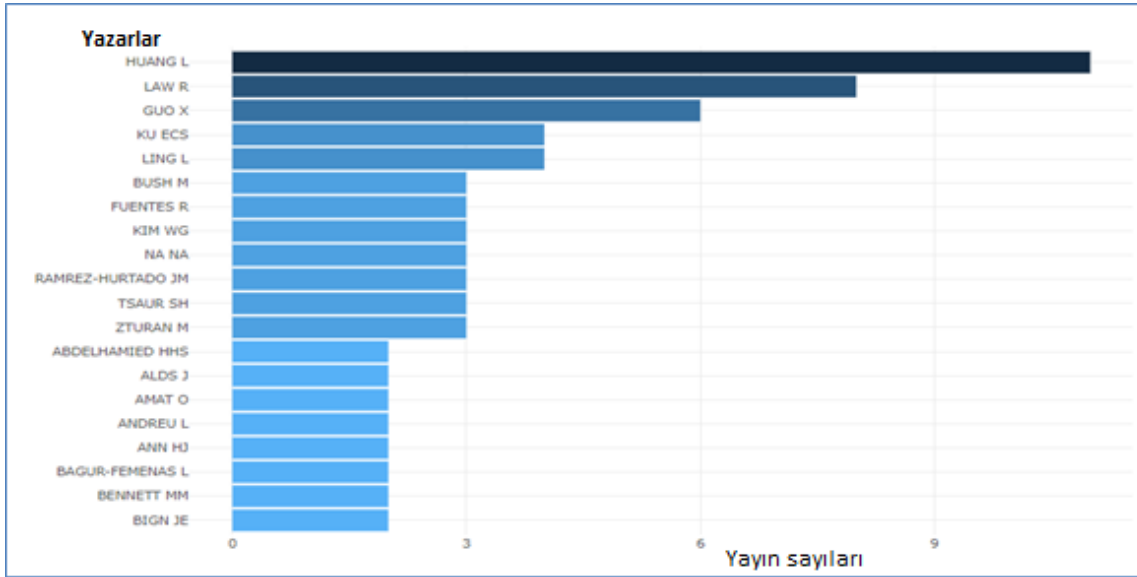
Grafik 6. Seyahat Acenteciliği Konulu Makalelere Yapılan Atıfların Yıllara Göre Dağılımı



Şekil 3’te seyahat acenteciliği makalelerinin başlıkta geçen kelimelerin sıklıklarına göre birbirleriyle olan ilişki örüntülerini göstermek amacıyla yapılan Çoklu Mütakabiliyet Analizi (Multiple Corresponden-

niyet” gibi kelimelerin ilişki içerisinde olduğu ve başlıklarda birlikte yer aldıkları görülmektedir.

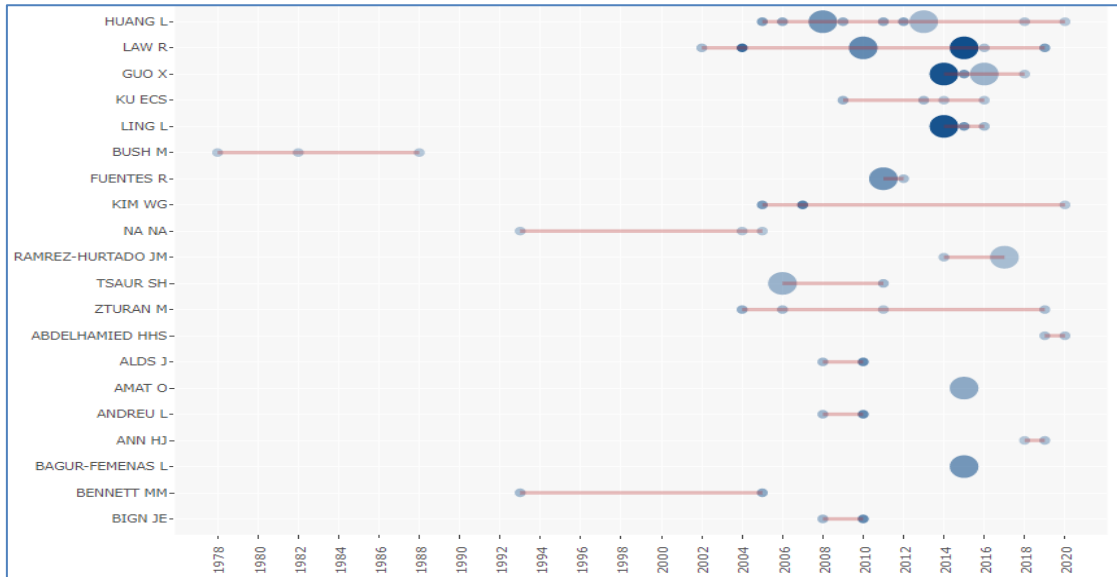
Şekil 4’te seyahat acenteciliği konulu makalelerin özetlerinde geçen kelimelere yönelik yapılan faktör

Grafik 7. Seyahat Acenteciliği İle İlgili En Verimli Yazarlar

analiz sonucu verilmiştir. Analiz sonucuna göre, makale özetlerinde geçen kelimelerin 2 faktör altında toplandığı görülmektedir. Örneğin mavi renkli 1. Faktörün altında «müşteri/ler, kalite ve hizmet» kelimeleri

2000 ve 2008 yıllarında söz konusu makalelere yapılan atıfların artış gösterdiği söylenebilir (Grafik 6).

Grafik 7’de seyahat acenteciliği ile ilgili en çok çalışma yapan yazarların dağılımı gösterilmiştir. Seyahat

Grafik 8. Yazarların Seyahat Acenteciliği Konusunda Yapmış Oldukları Yayınların Zaman Aralığı

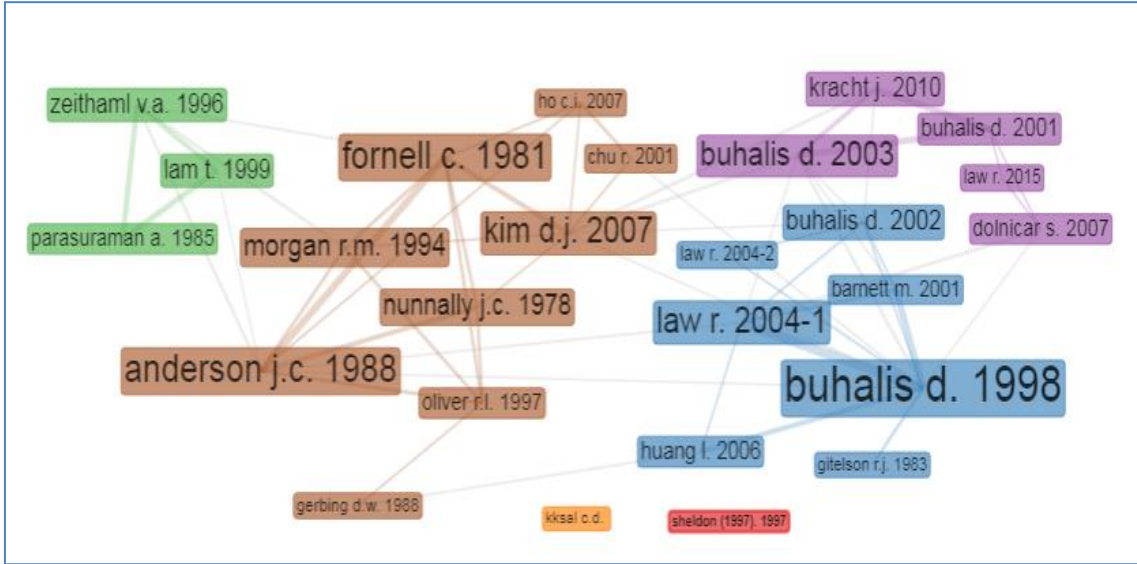
yer almakta ve bu kelimelerin birbiriyle ilişki içerisinde olduğu görülmektedir. Kırmızı renge sahip ve daha büyük bir küme olan diğer faktör altında ise “acente/ler, seyahat, grup, pazarlama, turizm, endüstri, yönetim, pazar, işletme, ilişki” gibi birçok kelimenin birlikte yer aldığı ve ilişki içerisinde olduğu söylenebilir.

Scopus veri tabanındaki seyahat acenteciliği konulu makalelere yapılan atıfların yıllara göre dağılımına bakıldığında en çok atfın 1992 yılında yapıldığı, sonrasında

Acenteciliği konusunda en fazla yayına sahip olan yazar, 11 makale ile Huang L’dir. Daha sonra ise, 8 makale ile Law R’nin en fazla yayın yaptığı tespit edilmiştir. Bu konuda, Guo X 6 makale, Ku Ecs 4 makale, Ling L 4 makale ile en fazla makale yayınlayan yazarlar arasındadır.

Seyahat acenteleri konusunda yazarların farklı zaman aralıklarında yayın yaptığı görülmektedir (Grafik 8). Grafik 8’de görülen düğümlerin yoğunluğu makale

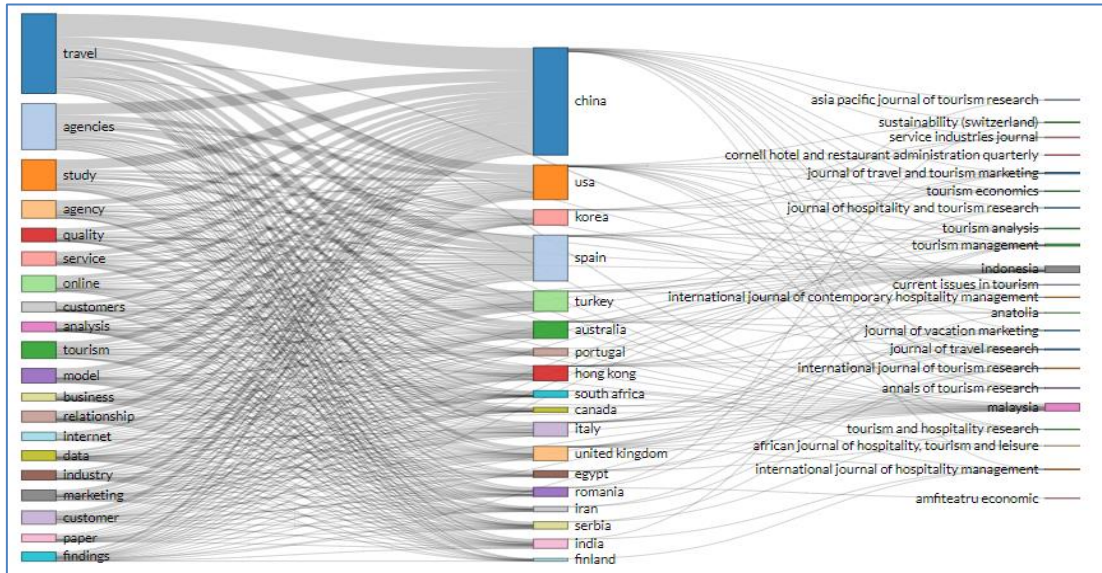
Şekil 6. Seyahat Acenteciliği Başlıklı Makalelere Yönelik Birlikte Atıf Ağı



(2013)'i etkilemiştir. Ku Ecs (2013)'den de 2015 yılında Ban O, 2016 yılında Yeh CC ve Quintana Ta'nın etkilendiği görülmektedir. Bir diğer etki oluşturan yazar ise, 2012 yılında yapmış olduğu yayınlı Lin Sw'dir.

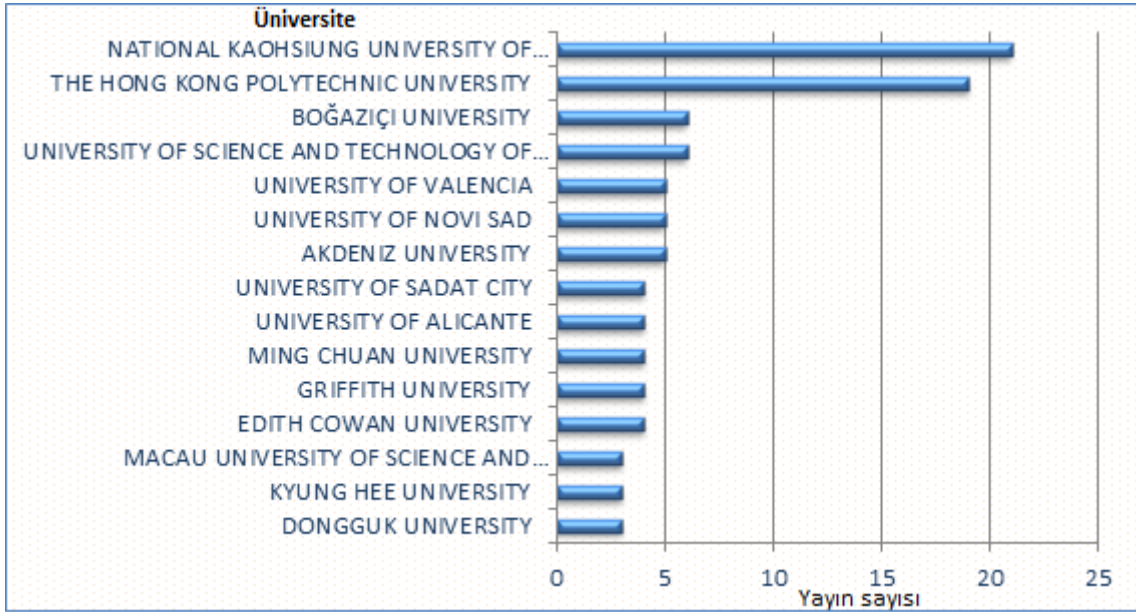
fructerman & reingold, association, no, louvain, no.) parametresiyle yapılan analiz sonucunda ortaya çıkan Şekil 5'te beş kümenin oluştuğu görülmektedir. Kırmızı, sarı, mavi, mor ve kahverengi renklerden oluşan

Şekil 7. Seyahat Acenteciliği Araştırmalarının Tematik Gelişimine Yönelik Sankey Diyagramı



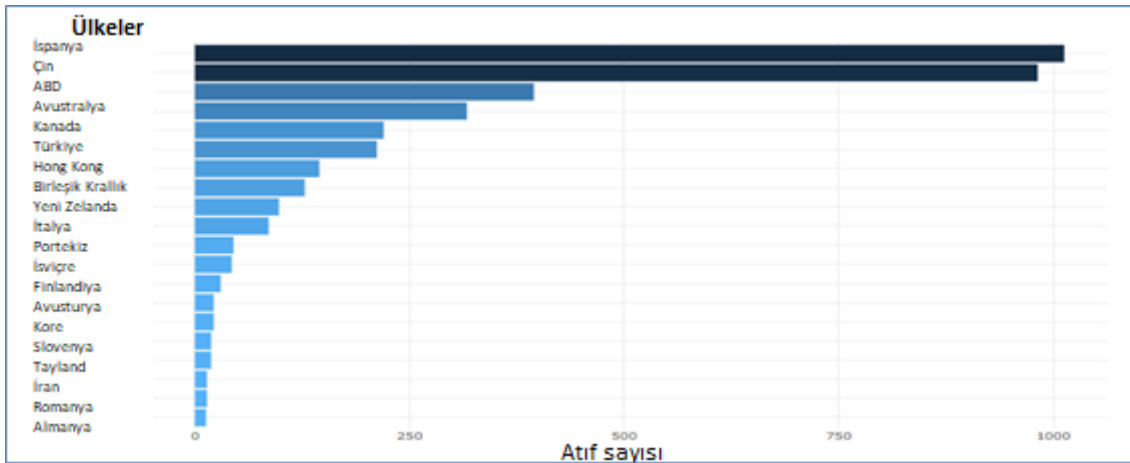
Şekil 5'te Scopus'ta seyahat acenteciliği konulu makalelerin kaynakçalarında geçen kelimelere yönelik yapılmış eş birliktelik (co-occurrence/keyword plus) analiz sonucu gösterilmektedir. Şekilde makalelerin kaynakça kısımlarında geçen kelimelerin birlikte kullanımına göre ağdaki güçleri ve buldukları kümeler yer almaktadır. Ağda yer alan aynı renkteki elemanlar kümeleri temsil etmekteyken, kelimelerin büyüklükleri ise kullanım sıklığını göstermektedir. Biblioshiny ara yüzünde, Co-occurrence network (keyword plus,

kümelere bakıldığında, en yoğun kümenin kırmızı küme olduğu ve bu küme içerisinde en sık birlikte kullanılan terimlerin "pazarlama, turizm pazarı, internet ve turizm işletmeciliği" olduğu söylenebilir. Diğer bir eş birliktelik ağ kümesi olan sarı kümede Tayvan, Avrasya ve turizm kelimelerinin daha sık kullanıldığı görülmektedir. Geri kalan mavi, mor ve kahverengi kümelere ise sırasıyla karar verme, seyahat acentesi ve eğlence sektörü gibi terimleri kullanıldığı görülmektedir. Dolayısıyla seyahat acenteciliği ile ilgili yazılan

Grafik 10. Seyahat Acenteciliği Konusunda En Fazla Makale Yayınlayan Üniversitelerin Dağılımı

makalelerin kaynakçalarında kullanılan referanslarda geçen kelimelerin 5 küme etrafında toplandığı ve söz konusu referanslarda en sık kullanılan kelimelerin, pazarlama, turizm pazarı, internet, turizm işletmeciliği,

kümelendikleri görülmektedir. Aynı renkteki ve birbirine yakın düğümlerin temsil ettiği makaleler diğer dokümanların kaynakçalarında daha sık birlikte

Grafik 11. Seyahat Acenteciliği Konusunda Hazırlanan Makalelerde En Fazla Atıf Yapılan Ülkelerin Dağılımı

Tayvan, Avrasya, turizm, karar verme, seyahat acentesi ve eğlence endüstrisi gibi terimlerin olduğu söylenebilir.

Birlikte atıf ağı analizlerinde, iki dokümanın (örn. makale) diğer dokümanlarda birlikte yer alma durumlarına bakılır. Söz konusu dokümanlar diğer dokümanlarda geçtiği sıklık durumuna göre birlikte atıf ağındaki düğümler de büyür ve birbirine yakınlaşır (Atabay ve ark., 2019:1135). Şekil 6'da, başlığında seyahat acenteciliği kavramının geçtiği makalelerin birlikte atıf ağları gösterilmiştir. Ağ üzerinde önemli konumdaki makalelerin kahverengi, mavi, mor ve yeşil renklerinde

görüldüğü ifade edilebilir. Örneğin kahverengi kümedeki yayınlarda «anderson j.c 1988» en sık «fornell c. 1981» ile birlikte, mavi kümedeki «buhalis d.1998» en sık «law r. 2004-1» ile birlikte, yeşil kümedeki «parasuraman a.1985» en sık «zeithaml v.a 1996» ve «lam t. 1999» ile birlikte diğer dokümanlarda yer almaktadır.

Şekil 7'de Seyahat acenteciliği araştırmalarının son 53 yıl (1967-2000) içerisindeki gelişimine yönelik Sankey Diyagramı verilmiştir. Tema kümelerinin zaman içerisinde birbiriyle nasıl etkileşime girdiğini ve temaların temel evrimsel yollarını tespit etmek için kullanı-

lan Sankey Diyagramında görülen her bir düğüm, en yüksek frekansa ve karşılık gelen alt dönemlere sahip anahtar kelimeyle etiketlenen bir tema kümesini temsil eder. Düğümdeki boyut, karşılık gelen tema için anahtar kelime sayısı ile orantılıdır. Düğümler arasındaki

city of Hospitality and Tourism” 21 makale yayını ile ilk sıradadır. İkinci sırada 19 makale yayını ile “The Hong Kong Polytechnic University” sırada yer almaktadır. Bu konuda “University Of Science And Technology of China” 6 makale yayınlamıştır. Türkiye’den de

Şekil 8. Seyahat Acenteciliği Makalelerinde Gerçekleştirilen Ülkelerarası İşbirliği Ağı



akış, tema kümelerinin evrimsel yönünü göstermektedir. Kenar genişliği, bağlantılı iki temanın toplamı kadardır (Dönbak, 2020:70). Üçlü karşılaştırmanın yapıldığı bu diyagramın sol tarafında seyahat acenteciliği konusunda yayınlanan makalelerin özetinde en sık geçen kelimeler, orta kısmında yayın yapılan ülkeler ve sağ tarafında makalelerin yayınlandığı dergiler bulunmaktadır. Bu konuda “özet-ülke-kaynak” eşleşmesinde en fazla yayın yapılan ülkelerin sırasıyla, Çin, İspanya, ABD, Türkiye, Avustralya’nın olduğu tespit edilmiştir. Çin’de yapılan çalışmaların özetinde kullanılan kelimeler arasında, “seyahat”, “acente”, “kalite”, “servis”, “online”, “müşteri”, “internet” ve “pazarlama” terimleri yer almaktadır. Çin’de bu konuda hazırlanan makalelerin bazıları, “Asia Pacific Journal of Tourism Research”, “Sustainability (Switzerland)”, “Service Industries Journal”, “International Journal of Hospitality Management”, “Journal of Travel and Tourism Marketing”, “Annals of Tourism Research” dergilerinde yayınlanmaktadır. Türkiye’de seyahat acenteciliği konusunda yayınlanan makalelerin özetlerinde geçen kelimelerden bazıları, “seyahat”, “acente”, “online”, “internet”, “servis”, “kalite”, “pazarlama” ve “turizm” terimleridir. Bu konuda Türkiye’de hazırlanan makaleler “Journal of Travel and Tourism Marketing”, “Tourism Analysis”, “Tourism Management” ve “Anatolia” dergilerinde yayınlanmıştır.

Grafik 10’da seyahat acenteciliği konusunda en fazla makale yayınlayan üniversitelerin dağılımı gösterilmiştir. Grafığe göre “National Kaohsiung Univer-

“Boğaziçi Üniversitesi” 6 ve “Akdeniz Üniversitesi” 5 yayın ile en fazla yayın yapan üniversiteler arasına girmiştir. Her ne kadar grafikte yer almasa da seyahat acenteciliği konusunda ilgili veri tabanında; “Pamukkale Üniversitesi” (1), “Gazi Üniversitesi” (1), “Doğuş Üniversitesi” (1), “Dokuz Eylül Üniversitesi” (1), “Antalya Bilim Üniversitesi” (1), “Anadolu Üniversitesi” (1) ve “Adnan Menderes Üniversitesi” (1) Türkiye’den yayın yapan diğer üniversiteler arasındadır.

Grafik 11’de seyahat acenteciliği konusunda hazırlanan makalelerde en fazla atıf yapılan ülkelerin dağılımı gösterilmektedir. Buna göre seyahat acenteciliği konusunda hazırlanan makalelerde en fazla atıf yapılan ülke sıralamasında, ilk sırada yer alan ülke İspanya’dır (1013 atıf). İspanya’yı takiben 982 atıf sayısı ile Çin, 395 atıf sayısı ile ABD ve 317 atıf sayısı ile Avustralya takip etmektedir. Türkiye ise sahip olduğu 212 atıf sayısı ile seyahat acenteciliği konulu makalelerde atıf gösterilen yayınların çıktığı ülkeler sıralamasında 6. Sırada yer almıştır. Türkiye’nin ardından, Hong Kong (145 atıf), Birleşik Krallık (128 atıf), Yeni Zelanda (98 atıf) ve İtalya (86 atıf) takip etmektedir.

Şekil 8’de seyahat acenteciliği konulu makalelerin hazırlanmasında ortaya çıkan uluslararası işbirliği ağı gösterilmektedir. Şekil incelendiğinde en fazla işbirliğinin Çin ile ABD arasında yapıldığı söylenebilir (4 kez). Başka ülkelerle en fazla işbirliği yapan ülke ABD’dir (9 ülkeyle). Onu takiben 8 ülkeyle yaptığı işbirliğiyle Birleşik Krallık, 7 ülkeyle yaptığı işbirliğiyle İspanya ve 4 ülkeyle yaptığı işbirliğiyle Çin gelmektedir. Türkiye

ile işbirliği yapan tek ülkenin ise ABD (1 kez) olduğu söylenebilir.

SONUÇ

Bir bilim alanının veya disiplinin gelişim seyri, eğilimi ve mevcut durumu hakkında ayrıntılı bilgiler verilmesini sağlayan bibliyometrik araştırmalarda, bilimsel makaleler, kitaplar, bilimsel toplantılarda sunulan tebliğler gibi yayınlar ele alınmaktadır. Değişik parametreler kapsamında gerçekleştirilen bibliyometrik araştırmalarda, söz konusu alandaki çalışmaların yıllara göre yayın sayısı; alana en fazla katkı veren yazarlar, dergiler, kurumlar, ülkeler arası işbirlikleri, çalışmalarda en sık kullanılan anahtar kelimeler, faydalanılan referanslara yönelik atıf analizleri ve eşbirliktelik analizleri ile çalışma alanı derinlemesine incelenebilmektedir, bu sayede gelecekte o alanla ilgili çalışma yapacak olan araştırmacılara yeni fikirler sunulmaktadır.

Bu doğrultuda araştırmanın amacı Scopus veri tabanında yer alan, seyahat acentesi "Travel Agency" konulu makalelerin son 53 yıllık (1967-2020) eğilimini ve gelişimini ortaya koymaktır. Belirlenen amaç ekseninde, söz konusu yıllar arasında "seyahat acenteciliği" konusunda yayınlanmış olan uluslararası makalelere farklı parametreler kullanılarak bibliyometrik analiz yapılmıştır. Yapılan bibliyometrik analiz sonucunda seyahat acenteciliği ile ilgili ilk makalenin 1967 yılında yayınlandığı, toplamda ise, 180 dergide, 368 makalenin bulunduğu görülmüştür. Birden fazla yazarlı makalenin daha fazla olduğu tespit edilmiştir. Seyahat acenteciliği konusunda en fazla yayın yapan dergi *Tourism Management*, yazar *Leo Huang*, kurum ise *National Kaohsiung University of Hospitality and Tourism*'dir. Makalelere ilişkin atıf analizlerine bakıldığında, en fazla atıf alan dergi yine *Tourism Management*; ülke, İspanya, makale ise Kaynama'nın 2000 yılında *Journal of Professional Services Marketing* dergisinde yayınlamış olduğu "A Proposal to Assess the Service Quality of Online Travel Agencies: An Exploratory Study" isimli makaledir.

Yapılan çoklu mütakabiliyet analizleri sonucunda, makale başlıklarında 3 faktörlü, özetlerde ise 2 faktörlü bir dağılımın ortaya çıktığı görülmüştür. Yapılan eşbirliktelik analizleriyle, makalelerin kaynakça kısımlarındaki kelimelerin 5 küme halinde toplandığı, birlikte atıf analiziyle ise diğer çalışmalarda birlikte referans olarak gösterilen yayınların oluşturduğu 4 farklı kümenin ortaya çıktığı görülmüştür. Ülkeler arası işbirliği açısından bakıldığında ise Amerika Birleşik Devletleri'nin seyahat acenteciliği konusunda diğer ülkelerle en çok işbirliği yapan ülke olduğu ortaya çıkmıştır.

Sonuç olarak çalışmada, seyahat acenteciliği alanının 53 yıllık akademik gelişim süreci ortaya koyulmaya

çalışılmış olup, bu alanda çalışılan konular, kullanılan anahtar kelimeler, en fazla yayın yapan dergiler tespit edilmiştir. Çalışmada bu alanda yayın yapan ülkelerin, üniversitelerin ve yazar bilgilerinin de yer alması bu konuda çalışacak yazarların uluslararası işbirliği yapmasına imkan sağlayacaktır. Bu doğrultuda çalışma bu konuda araştırma yapmak isteyen yazarlar için yol haritası niteliği taşımaktadır. Bu çalışmada, sadece Scopus veri tabanındaki seyahat acenteciliği konulu makaleler ile sınırlandırılmış olup, gelecekte bu konuyla ilgili yapılacak olan araştırmalarda, farklı veri tabanlarındaki ve sadece makale değil kitap, bildiri gibi diğer bilimsel yayınlar için de bibliyometrik analizler yapılabilir.

KAYNAKÇA

- Ahn, Y. J. Lee, S. K. & Ahn, Y. Y. (2019). Who are domestic travel agency users and who buys full package trips? A study of korean outbound travelers, *Journal Of Asian Finance Economics and Business*, 6(4), 147-158.
- Akdağ, G. & Üçyıldız, U. H. (2020). Seyahat acentası çalışanlarının cam tavan sendromu algulamaları Ege Bölgesi seyahat acentalarında bir uygulama, *Journal of Business Research - Turk*, 12(3), 2540-2654.
- Akgün, A. & Çizel, B. (2017). Günlük tur programları oluşturmada veri madenciliği A grubu seyahat acentası örneği. *Turizm Araştırma Dergisi*, 6(1), 73-87.
- Akoğlan Kozak, M. & Kozak, N. (2000). Türkiye'de lise, önlisans ve lisans düzeyindeki seyahat acenteciliği programlarında okutulan derslerin sektörün beklentilerine uygunluğu. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 11: 57 - 67
- Aksöz, E. O. & Yücel, E. (2019). Seyahat acentelerinin pazarlama stratejileri Ankara ili A grubu seyahat acenteleri üzerine bir araştırma. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 7(2), 1093-1107.
- Al, U. (2008). Türkiye'nin Bilimsel Yayın Politikası: Atıf Dizininin Dayalı Bibliyometrik Bir Yaklaşım. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Ankara Üniversitesi, Ankara.
- Al, U. (2012). Avrupa Birliği ülkeleri ve Türkiye'nin yayın ve atıf performansı. *Bilgi*, 62: 1-20
- Al, U. & Tonta, Y. (2004). Atıf analizi: Hacettepe Üniversitesi kütüphanecilik bölümü tezlerinde atıf yapılan kaynaklar. *Bilgi Dünyası*, 5(1), 19-47.
- Alagöz, G., Güneş, E. & Uslu, A. (2015). Otel İşletmeleri ve Seyahat Acentaları Yöneticilerinin Sürdürülebilir Turizme Bakış Açısı Bir Alan Araştırması. Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Elektronik Dergisi, 6(14), 83-98.
- Albayrak, A. & Tüzünkan, D. (2020). Kırsal turizm ve türlerine yönelik hazırlanan lisansüstü tezlerin bibliyometrik analizi, *Turkish Studies - Social*, 15(1), 845-859. DOI: <https://dx.doi.org/10.29228/TurkishStudies.40613>
- Ardıç, Yetiş, Ş. & Çokal, Z. (2018). Kış turizmi alanında yayımlanan makalelerin bibliyometrik profili. *Journal of Recreation and Tourism Research*, 5 (1), 38-52
- Arıca, R. & Çorbacı, A. (2019). Müşterilerin ortak üreticilik rolünü konu edinen araştırmaların incelenmesi: scopus veri tabanında taranan turizm ve otelcilik dergilerinin bibliyometrik açıdan değerlendirilmesi. *Turizm Akademik Dergisi*, 5 (1), 263-276.
- Atabay E., Çizel B. & Ajanovic, E. (2019). Akıllı Şehir Araştırmalarının R Programı ile Bibliyometrik Analizi, 20. Ulusal Turizm Kongresi, Eskişehir, Türkiye, 16-19 Ekim 2019, vol.3, pp.1130-1136
- Avcı, N. & Ulu, G. G. (2014). İstanbul'da faaliyet gösteren seyahat acentelerinde personel güçlendirme ve inovasyon ilişkisi. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 17(31), 327-344.
- Aydın, B. & Aksöz, O. E. (2019). Destinasyon Alanında Yayınlanmış Lisansüstü Tezlerin Bibliyometrik Profili. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 7(1), 615-636
- Aylan, S. (2020). Seyahat acentelerinin sosyal medya paylaşımlarının göstergebilimsel analizi: Konya ili örneği. *Journal of Recreation and Tourism Research*, 7(4), 689-714.
- Bahar, E. & Petrova, O. (2019). Türkiye'de seyahat acentelerinde halkla ilişkiler aracı olarak sosyal medyanın kullanımı. *Eysad*, 4(1), 16-31.
- Bahçeci, V. & Devrim Yılmaz, Ö. (2020). *Ulusal Deniz Turizmi Sempozyumlarında sunulan Bildirilerin Bibliyometrik Analizi*. The 5. Ulusal Deniz Turizmi Sempozyumu "Dijital Dönüşüm", İzmir.
- Benckendorff, P. & Zehrer, A. (2013). A network analysis of tourism research. *Annals of Tourism Research*. 43: 121-149.
- Boğan, E., Çalışkan, C. & Dedeoğlu, B. B. (2018). Turizm Yazınında Kurumsal Sosyal Sorumluluk: Türkiye'de Yapılan Çalışmaların Bibliyometrik Analizi, *Turizm Akademik Dergisi*, 5 (2), 47-62.
- Boyras, M. & Sandıkçı, M. (2018). Gastronomi bildirilerinin değerlendirilmesi: turizm kongreleri örneği, 2013-2017. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 6 (4), 873-889.
- Boyras, M. & Kabakulak, A. (2020). Türkiye'deki turizm rehberliği bölümlerinde görev yapan akademisyenlerin bilimsel yayınlarının bibliyometrik analizi. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi (TUTAD)*, 4(3), 2152-2163.
- Büyükşalvarcı, A. & Keleş, H. (2019). Turizm alanında yazılan lisansüstü tezlerin bibliyometrik açıdan incelenmesi. *Journal Of Tourism And Gastronomy Studies*, 7(4), 2758-2773.
- Çakıcı, C., Yıldırım, O. & Karacaoğlu, O. (2013). Ulusal Turizm Kongreleri Bildirilerinin Bibliyometrik Profili. 14. Ulusal Turizm Kongresi, Kayseri.
- Çatı, K. & Öcel, Y. (2018). Türkiye'de pazarlama ile ilgili yayınlanan makalelerin bibliyometrik incelenmesi. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 10 (3), 508-519
- Çelik, S. (2019). Turizm alanında liderlik konusu ile ilgili hazırlanmış tezlere yönelik bibliyometrik bir analiz. *International Journal of Academic Value Studies (Javstudies JAVS)*, 5(4), 516-527.

- Çetinkaya Bozkurt, Ö. & Çetin, A. (2016). Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi'nin bibliyometrik analizi. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 11(2): 229-263
- Çiçek, D. & Kozak, N. (2012). Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi'nde yayımlanan hakem denetimli makalelerin bibliyometrik profili. *Türk Kütüphaneciliği*, 26 (4): 734-756.
- De Nicola, B. (2009). *Bibliometrics and citation analysis: from the Science citation index to cybermetrics*. Scarecrow Press. p. 417. ISBN 0810867133.
- Demirbulat, Ö. & Bozok, D. (2015). Presenteeism işte varolamama ile yaşam doyumu fiziksel ve ruhsal iyilik halinin etkileşimine yönelik seyahat acentası işgörenleri üzerinde bir araştırma. *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 17 (28), 7-13.
- Dönbak, E. R. (2020). Kültür ve turizm araştırmalarının bilim haritalama teknikleri ile bibliyometrik analizi. *Journal of Travel and Tourism Research*, 17, 52-78
- Dudek, A., Jaremen, D. E. Michalska-Dudek, I. & Walesiak, (2019). Loyalty model proposal of travel agency customers, *Sustainability*, 11(13).
- Erdoğan Morçin, S. & Morçin, İ. (2013). Etkileşimci liderliğin örgütsel özdeşleşmeye etkisi Adanadaki seyahat acenteleri örneği. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 5(4), 71-86.
- Ergün, G. S. & Kalıpçı, M. B. (2020). Turizm ve Şikâyet. Bibliyometrik Bir Analiz. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 17(3), 444-463.
- Erkılıç, C. E. & Eren, A. (2020). Seyahat acentalarında yaşlı ve engelli yerli turistlere sunulan hizmetlerin değerlendirilmesi. *Üçüncü Sektör Sosyal Ekonomi*, 55(1), 564-585.
- Evren, S. & Kozak, N. (2014). Bibliometric analysis of tourism and hospitality related articles published in Turkey. *Anatolia An International Journal of Tourism and Hospitality Research*, 25(1), 61-80.
- Garcia Pozo, A., Marchante Mera, A. J. & Sanchez Ollero, J. L. (2011). Occupational differences in the return on human capital in the Spanish travel agency and hospitality industries, *Tourism Economics*, 17(6), 1325-1345.
- Glänzel, W. (2003). Bibliometrics as A Research Field - A course on theory and application of bibliometric indicators. Course Handouts. https://www.researchgate.net/publication/242406991_Bibliometrics_as_a_research_field_A_course_on_theory_and_application_of_bibliometric_indicators (Erişim Tarihi: 28.01.2021)
- Godin, B. (2006). On the origins of bibliometrics. *Scientometrics*, 68(1), 109-133
- Gökkaya, S., Acar, A. & Yıldırım, M. (2017). Ekoturizm konusunun lisansüstü tezlerdeki bibliyometrik profili. *Karabuk University Journal Of Institute Of Social Sciences*, 3: 122-130.
- Gözen, E. (2020). Rekreasyon bilim alanının geçmişten günümüze bibliyometrik analizi. *Gaziantep University Journal Of Social Sciences*, 19 (2), 572-588
- Gümüş, A. & Yeksan, Ö. (2019). Ulusal Turizm Kongrelerinde Örgütsel Davranış Alanında Yapılan Bildirilerin Bibliyometrik Analizi. *Yüzüncü Yıl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 3. Uluslararası Batı Asya Turizm Araştırmaları Kongresi Özel Sayısı, 153-175.
- İçöz, O. (2014). Seyahat acentaları ve tur operatörlüğü yönetimi. Ankara: Turhan Kitabevi.
- İnce, C., & Gök, T. (2018). Seyahat acentası çalışanlarının iş değerleri algısı ve işten ayrılma niyeti ilişkisi. *Turkish Studies (Elektronik)*, 13(30), 179-201.
- Karasakaloğlu, B. (2020). Kış turizmi çalışmaları üzerine bibliyometrik bir inceleme. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 17(3), 407-426 . DOI: 10.24010/soid.726176
- Karasözen, B., Bayram, Ö. & Zan, B.U. (2009). 19972006 Türkiye bilim göstergeleri analizi. *Türk Kütüphaneciliği* 23(1): 4-21
- Kıdak, L. B., Demir, H. & Özdemir, E. (2017). Bilimsel haritalama yöntemiyle hastane yönetimi alanındaki tematik değişimin analizi. *Genel Tıp Dergisi*, 27(2): 43-50
- Kim, J., Franklin, D., Phillips, M. & Hwang, E. (2020). Online travel agency price presentation: examining the influence of price dispersion on travelers' hotel preference, *Journal Of Travel Research*, 59(4), 704-721.
- Kim, Y. G., Kim, S. & Yoo, J. L. (2012). Travel agency employees' career commitment and turnover intention during the recent global economic crisis, *Service Industries Journal*, 32 (8), 1247-1264.
- Kozak, N., Akoğlan Kozak, M. & Kozak, M. (2017). *Genel turizm ilkeler-kavramlar*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Kuo, N.T., Chang, K. C., Cheng, Y. S. & Lai, C. H. (2013). How service quality affects customer loyalty in the travel agency: the effects of customer satisfaction, service recovery and perceived value, *Asia Pacific Journal Of Tourism Research*, 18(7), 803-822.
- Lather, A.S., Garg, S. & Vikas, S. (2015). Identifying training problems of travel agency employees across India using structured equation modelling, *International Journal Of Indian Culture And Business Management*, 10 (4), 409-432.

- Martín-Martín, A., Orduna-Malea, E., Thelwall, M. & López-Cózar, E. D. (2018). Google Scholar, Web of Science, and Scopus: A systematic comparison of citations in 252 subject categories. *Journal of Informetrics*, 12(4), 1160-1177.
- McBurney, M. K. & Novak, P. L. (2002). What is bibliometrics and why should you care?. In Professional Communication Conference, IPCC Proceedings. IEEE International, 108-114.
- McLeod, B., Litvin, S. W., Heriot, K. C., Jauregui, A. & Dempsey, E. (2018). The effect of delisting a hotel market from online travel agency websites: evidence from Columbus, Georgia. *Tourism Review International*, 22(1), 41-48.
- Mısırlı, İ. (2015). *Seyahat acentacılığı ve tur operatörlüğü*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Olçay, A. & Karaçil, G. (2018). Helal turizm alanının bibliyometrik profili. *Iğdır Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 15: 289 - 408.
- Oxford İngilizce Sözlüğü. (2020). *Travel agency*. <https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/english/travel-agency?q=travel+agency> (Erişim Tarihi: 27.01.2021)
- Özinönü, A. K. (1970). *Growth in Turkish positive basic sciences, 1933-1966*. Middle East Technical University, Faculty of Arts and Sciences, Ankara
- Örnek, N. & Karamustafa, K. (2020). Turist Rehberliği Alanındaki Lisansüstü Tezlerin Bibliyometrik Analiz İle Değerlendirilmesi 1989-2019. *Turist Rehberliği Dergisi*, 3(2), 115-138.
- Özcan, İ., Alpar, M. Ö., Çiğner, A. & Doğan, S. (2010). Antalya şehrindeki seyahat acentası çalışanlarının stres kaynakları belirtileri ve sonuçlarının belirlenmesine yönelik ampirik bir araştırma. *ESOSDER*, 9(33), 41-64.
- Özcan, S. & Çizel, B. (2020). Seyahat acentası enformasyon sistem başarısının kullanıcı perspektifinden incelenmesi. *Akdeniz İnsani Bilimler Dergisi*, 10(1): 363-380.
- 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. & Kozak, N. (2012). Turizm pazarlaması alanının bibliyometrik profili (20002010) ve bir atıf analizi çalışması. *Türk Kütüphaneciliği*, 26(4), 715-733
- Özüpek, M. N. & Öz, G. (2011). Seyahat acentelerinde uygulanan halkla ilişkiler faaliyetlerinin iç tanıtıma etkisi manavgat örneği. *Gazi Üniversitesi Ticaret Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, 1(1).
- Polat Üzümcü, T. (2019). Turizm eğitimi alanına yönelik bibliyometrik bir çalışma. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 3(4): 1433-1449.
- Polat Z. A. & Alkan, M. (2015). Jeodezi, Jeoinformasyon ve Arazi Yönetimi Dergisi'nin Bibliyometrik Analizi, TMMOB Harita ve Kadastro Mühendisleri Odası, 15. Türkiye Harita Bilimsel ve Teknik Kurultayı, 25-28 Mart 2015, Ankara
- Pritchard, A. (1969). Statistical bibliography or bibliometrics? *Journal of Documentation*, 25: 348-349.
- Rianthong, N., Dumrongsiri, A. & Kohda, Y. (2016). Improving the multidimensional sequencing of hotel rooms on an online travel agency web site. *Electronic Commerce Research And Applications*, 17: 74-86.
- Sarıaltun, P. & Ünlüöner, K. (2019). Seyahat acentası yöneticilerinin kriz yönetimi uygulamaları üzerine Ankara'da bir araştırma. *Journal of Recreation and Tourism Research*, 6(3), 238-254.
- Sellers-Rubio, R. & Nicolau-Gonzalbez, J. L. (2010). Assessing performance in services: the travel agency industry. *Service Industries Journal*, 29(5), 653-667.
- Shi, P. P. & Hu, Y. (2020). Service quality assessment of travel agency o2o model based on improved evidence theory. *Journal Of Quality Assurance In Hospitality & Tourism*, 21 (5), 524-541.
- Şahin, B. (2014). Seyahat acentası çalışanlarında örgütsel stresin örgütsel bağlılıkla ilişkisi üzerine bir araştırma İstanbul örneği. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 17(32): 193-211.
- Şahin, B. & Cıbit, Ö. (2016). Mobil pazarlama ve online alışveriş ilişkisine yönelik tüketici algıları seyahat acentası müşterilerine yönelik bir araştırma. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi-The Journal of International Social Research*, 9(44), 1221-1231.
- Şahin, S. & Acun, A. (2015). Turist rehberliği alanının bibliyometrik profili ulusal turizm kongreleri bildirileri. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 18 (34), 213-234.
- Tayfun, A., Küçükergin, F. N., Aysen, E., Eren, A. & Özekici, Y. K. (2016). Turizm alanında yazılan lisansüstü tezlere yönelik bibliyometrik bir analiz. *Gazi Üniversitesi Turizm Fakültesi Dergisi*, 1(1), 50-69.
- Temizkan, S. P., Çiçek, D. & 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
- Tsai, Y. H. (2017). Travel agency managers' perceptions of tourism industry employability. *Journal Of Hospitality Leisure Sport & Tourism Education*, 20, 122-133.
- TURSAB. (2007). 1618 Sayılı Seyahat Acenteleri ve Seyahat Acenteleri Birliği Kanunu. http://www.tursab.org.tr/dosya/7221/1618sk05072012tarihlideiiklikilen-mihali_7221_3807623.pdf (Erişim Tarihi:27.01.2021)

Türk Dil Kurumu Sözlüğü (2020). *Seyahat acentesi*. <https://sozluk.gov.tr/> (Erişim Tarihi: 27.01.2021)

Tütüncü, Ö. & Akgündüz, Y. (2012). Seyahat acentelerinde örgüt kültürü ve liderlik arasındaki ilişki Kuşadası bölgesinde bir araştırma. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 23(1): 59–72.

Uygurtürk, H. & Korkmaz, T. (2015). Türkiye deki A grubu seyahat acentalarının tercih sıralamasının promethee yöntemi ile belirlenmesi. *Business and Economics Research Journal*, 6(2), 141–155.

Ünal, A. & Özkan, S. (2016). The use of information and communication technology in travel agencies a research on agencies that are members of IATA in Istanbul. *Yalova Sosyal Bilimler Dergisi*, 12: 255–267.

Wittig, G. R. (1978). Documentation note statistical bibliography—a historical footnote. *Journal of Documentation*, 34 (3), 240-241

Xie, L., Guan, X., Cheng, Q. & Huan, T. C. (2020). Using customer knowledge for service innovation in travel agency industry, *Journal Of Hospitality And Tourism Management*, 45: 113-123.

Yalçın, H. (2010). Milli Folklor Dergisi'nin bibliyometrik profili (2007-2009). *Milli Folklor*, 22(85), 205-211.

Yeksan, Ö. & Akbaba, A. (2019). Sürdürülebilir turizm makalelerinin bibliyometrik analizi. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 3(2), 220-231.

Yılmaz, G. (2017). Ulusal turizm kongrelerinde gastronomi ve mutfak sanatları alanı ile ilgili yayınlanan bildiriler üzerine bir araştırma, *Turizm ve Araştırma Dergisi*, 6 (1), 24-39.

Destek Bilgisi: Bu çalışmanın hazırlanması süresince herhangi bir bireyden ya da kurumdan aynı ya da nakdi bir yardım/destek alınmamıştır.

Çıkar Çatışması: Makalede herhangi bir çıkar çatışması ya da kazancı yoktur.

Etik Onayı: Bu çalışmanın tüm hazırlanma süreçlerinde etik kurallara riayet edildiğini yazar beyan eder. Aksi bir durumun tespiti halinde Turizm Akademik Dergisinin hiçbir sorumluluğu olmayıp, tüm sorumluluk makale yazarlarına aittir.

Etik Kurul Onayı: Bu çalışma, TR Dizin etik kurul izni gerektiren çalışma grubunda yer almamaktadır.

Araştırmacıların Katkı Oranı: 1. Yazar = 100%

Extensive Summary

Bibliometric Analysis of International Articles on Travel Agencies by Using Sciencemapping Technique: Case of Scopus Database

Serkan AYLAN*

Introduction

Travel agencies, which have a great place and importance in the tourism sector, have become so crucial not only for the sector but also for tourism academics, researchers and the academic community. In the tourism departments of universities that offer both associate degree and undergraduate education, courses in the name of travel agency are taught (Akoğlan Kozak & Kozak, 2000), scientific studies on travel agencies are published in journals that publish articles by academics at national and international level. It is seen that the concept of travel agency is discussed in the published studies, in many areas such as marketing (Özüpek & Öz, 2011; Bahar & Petrova, 2019; Aksöz & Yücel, 2019), management (Tütüncü & Akgündüz, 2012; Avcı & Ulu, 2014; Erdoğan Morçin & Morçin, 2013) and the literature on travel agency is quite extensive.

Publications such as scientific articles, books, and papers presented in scientific meetings are discussed in bibliometric studies (Al, 2012), which are conducted to reveal the development course and trend of a field or sub-discipline, the contribution made to the field or discipline, and the current situation. In bibliometric research conducted within the framework of different parameters, the area in question can be examined in depth with the number of publications in the related field by years; authors, journals, institutions, countries that contributed most to the field; The most frequently used keywords in studies, citation analysis for references and co-occurrence analysis for papers used. Thus, new ideas are presented to researchers who will work in that field in the future.

In this context, it is aimed to reveal the trend and development of the travel agency subject in the international literature for the last 53 years (1967-2020) and for this purpose, bibliometric analysis of the articles written on "Travel Agencies" in Scopus database at international level has been made.

It's thought that this study is unique since there are no bibliometric studies in the Turkish literature related to travel agencies. The results of the study are thought to be important in terms of mapping the development

process of the researches about travel agency at the international level and conveying it to the reader and shedding light on future studies on this subject.

Methodology

In this study, it is aimed to reveal the trend and development of the "Travel Agency" subject in the international literature for the last 53 years (1967-2020). For this purpose, bibliometric analysis method, one of the quantitative research methods, was used in the study. Bibliometric analysis, which numerically analyzes the publications produced by individuals or institutions in a specific area, period and region and the relationships between these publications, can be considered as a content analysis as document analysis and as a quantitative research method in terms of numerical analysis (Evren & Kozak, 2014: 67; Çatı & Öcel, 2018: 509). Science mapping technique was used in the study as a bibliometric analysis method. Science mapping technique is the creation and processing of data sets of the publication information obtained from databases, the creation of networks and their interpretation by an expert (Kıdak, Demir & Özdemir, 2017: 44). The most important data sources in bibliometric research are the International Scientific Citation Index (SCI), Social Science Citation Index (SSCI) and Art & Humanities Citation Index (A & HCI) (Gözen, 2020: 576). It is possible to access these indexes and all materials belonging to the publications in these indexes through databases such as Web of Science (WOS) and Scopus. Scopus database was used in this research. This is because the Scopus database is more developed than the Web of Science (WOS) database (Martín-Martín, Orduna-Malea, Thelwall, & López-Cózar, 2018; Atabay et al. 2019: 1132). In this respect, the data of the study were obtained by scanning the articles published between 1967-2020 and included in the Scopus database on 25.01.2021. When scanning: TITLE ("travel agency") AND (EXCLUDE (PUBYEAR, 2021)) AND (EXCLUDE (DOCTYPE, "cp") OR EXCLUDE (DOCTYPE, "ch") OR EXCLUDE (DOCTYPE, "no") OR EXCLUDE (DOCTYPE, "re") OR EXCLUDE (DOCTYPE, "le") OR EXCLUDE (DOCTYPE, "er") OR EXCLUDE (DOCTYPE, "sh") parameter is used, thus filtering the articles with "Travel Agency" in their title, a total of 368 articles were reached. In addition to descriptive data analysis, co-occurrence, co-citation, social network, triple comparison, multiple correspondance and factor analyzes were applied to the obtained data. In the implementation of the aforementioned analyzes, Biblioshiny, which is an open source software design (Dönbak, 2020: 56), and a web interface provider application for bibliyometrix library and Bibliometrix R-package (RStudio software) were used.

* Corresponding author at: Selcuk University, Faculty of Tourism,
E-mail Address: serkaylan@gmail.com

Results and Conclusion

It is seen that the studies on “travel agencies” were published in 180 different journals with 368 articles by 781 authors in the Scopus database for 53 years (1967-2020). In addition, the average number of citations per article is 14.08; The annual average number of citations is 1.307. While the average number of authors per article is 2.12, it is seen that the number of articles per author is 0.471 and the number of articles with a single author ($n = 84$) is considerably less than the number of publications with multiple authors ($n = 697$). The first article in the field of “travel agency” in the Scopus database was published in 1967 (1). The most publications on travel agency were published in 2020 (45).

Tourism Management has the most published journal on travel agency. In addition, looking at the journals that direct the field of travel agency, it was determined that the journals of Journal of Travel and Tourism Marketing, Journal of Travel Research, Journal of Vacation Marketing and Service Industries Journal published the most articles in 53 years. The author with the most publications on travel agency is Leo Huang has 11 articles. The most published institution on travel agency is the National Kaohsiung University of Hospitality and Tourism with 21 articles. When the citation analysis of the article, it's emerged that Tourism Management journal is also most cited journal in an article on (803 citations) that, Spain is the most cited country (1013 citations), Turkey's said the rankings with 212 citations It turned out to be in the 6th place. It is seen that the most cited article in travel agency studies is the article titled “A Proposal to Assess the Service Quality of Online Travel Agencies: An Exploratory Study” (205 citations) published in Journal of Professional Services Marketing by Kayama in 2000. It was observed that the most frequently repeated words in the keywords of the articles were “travel agency + travel agencies” (167 times). As a result of the multiple correspondance analyzes, it was seen that a distribution of 3 factors in the article titles and 2 factors in the abstracts.

With the co-occurrence analysis, it was seen that the words in the bibliography sections of the articles were collected in 5 clusters, and with the co-citation network analysis, 4 different clusters of the publications that were referred to as reference in other studies were formed. In terms of collaboration between countries in the emergence of articles on travel agency, it has been determined that the USA has most collaboration with other countries. This study is limited to only articles on travel agency in the Scopus database, and bibliometric analyzes can be made in different databases and not

only for articles but also for other scientific publications such as books and papers in further researches on this subject.