

## SÜRDÜRÜLEBİLİR TURİZM VE PAZARLAMA KONULU ARAŞTIRMALARIN BİBLİYOMETRİK ANALİZİ

Bibliometric Analysis of Sustainable Tourism And Marketing Research

*Mete SEZGİN \*- Ceren BİLGİÇ \*\*- Seda ÖZDEMİR AKGÜL\*\*\**

\* Prof. Dr., Selçuk  
Üniversitesi Turizm  
Fakültesi, Turizm  
İşletmeciliği Bölümü,  
ORCID: 0000-0001-9079-  
2520  
metesezgin@hotmail.com

\*\* Doktora Öğrencisi,  
Selçuk Üniversitesi Sosyal  
Bilimler Enstitüsü, Turizm  
İşletmeciliği Bölümü,  
ORCID: 0000-0001-7939-  
517X  
cerenata97@gmail.com

\*\*\* Doç. Dr., Selçuk  
Üniversitesi Turizm  
Fakültesi, Turizm  
İşletmeciliği Bölümü,  
ORCID: 0000-0003-4482-  
4119  
sedaozdemir8@gmail.com

**Makale Türü**  
**Article Type**  
Araştırma Makalesi  
Research Article

**Geliş Tarihi**  
**Received**  
16.11.2024

**Kabul Tarihi**  
**Accepted**  
24.12.2024

**Önerilen Atıf Şekli /**  
**Recommended Citation:**  
Sezgin, M., Bilgiç, C. &  
Özdemir Akgül, S. (2024).  
Sürdürülebilir Turizm ve  
Pazarlama Konulu  
Araştırmaların  
Bibliyometrik Analizi,  
Akşehir Meslek  
Yüksekokulu Sosyal  
Bilimler Dergisi, 18, 81-  
97.

### ÖZET

Son yıllarda yaşanan sayısız kriz ve çevre sorunları, küreselleşen dünya için titizlikle incelenmesi gereken bir konu olarak sürdürülebilirlik kavramını ilk sıraya taşımıştır. Kaynağı doğal, tarihi ve kültürel çevre olan turizm sektörü için de sürdürülebilirlik dikkatle ele alınması gereken öncelikli bir konudur. Pazarlamanın sürdürülebilirlik kavramını hayata geçirme ve sürdürülebilir tüketiciler yaratma sorumluluğunu üstlenmesi ve yaklaşımlarının çevreci/sorumlu mesajlar iletmesi esastır. Pazarlama, araştırma/geliştirme sonuçlarını değerlendirerek ilerleyen bir disiplindir. Turizmde sürdürülebilirlik ve pazarlama üzerine yapılan çalışmaların güncel durumunun araştırılması, literatürde turizme ve kaynaklarına verilen değeri göstereceği için önemlidir. Bu nedenle bu çalışma, sürdürülebilir turizm anlayışının pazarlama alanında yapılan bilimsel araştırmalara yansımaları hakkında bilgi toplamayı amaçlamaktadır. Çalışmada bibliyometrik analiz ve bibliyometrik analiz prosedürlerinden performans analizi tercih edilmiştir. Scopus veri tabanında "sürdürülebilir turizm (sustainable tourism) - pazarlama (marketing)" anahtar kelimeleri kullanılarak geliştirilmiş bir arama yapılmış ve toplam 698 çalışma bulunmuştur. Analizler Scopus veri tabanının "Sonuçları Analiz Et" özelliği kullanılarak gerçekleştirilmiştir. Analiz sonucunda yayın yılı, yayın türü, araştırmanın yapıldığı alanlar, yayınlandığı ülkeler, çalışmaların yazarları, yayınlandığı kurumlar, çalışmaların yayınlandığı kaynaklara göre dağılımı ve yatırım sponsorları incelenerek alanın mevcut durumu ortaya çıkarılmıştır. Yıllara göre dağılımlar incelendiğinde akademik araştırmaların 1993 yılında başladığı ve 2024 yılında en yüksek seviyesine ulaştığı görülmektedir. Araştırmalar türlerine göre incelendiğinde yüksek oranda makale şeklinde yayınlandığı tespit edilmiştir. Ülkelere göre incelendiğinde ise söz konusu arama terimleriyle ilgili en fazla akademik araştırmanın Amerika Birleşik Devletleri'nde yapıldığı görülmektedir. Çalışmanın sonuçları, alandaki bilimsel üretimin mevcut durumunu ortaya koyacak, bütüncül olarak değerlendirilecek ve literatüre yeni bakış açıları sağlayacaktır.

**Anahtar Kelimeler:** sürdürülebilir turizm, pazarlama, bibliyometrik analiz, scopus veri tabanı

### ABSTRACT

Numerous crises and environmental problems in recent years have brought the concept of sustainability to the first place as an issue that needs to be studied meticulously for the globalizing world. Sustainability is also a priority issue that needs to be carefully considered for the tourism sector, whose source is the natural, historical, and cultural environment. It is essential that marketing takes responsibility for implementing the concept of sustainability and creating sustainable consumers and that its approaches convey environmentalist/responsible messages. Marketing is a discipline that progresses by evaluating research/development results. Investigating the current status of studies on sustainability and marketing in tourism is important as it will indicate the value given to tourism and its resources in the literature. Therefore, this study aims to collect information about the reflection of sustainable tourism understanding on scientific research conducted in marketing. Bibliometric analysis and performance analysis (one of the bibliometric analysis procedures) were preferred for the study. An advanced search was performed on the Scopus database using the keywords "sustainable tourism - marketing" and a total of 698 studies were found. The "Analyze Results" feature of the Scopus database was used to perform the analyses. As a result of the analysis, the current status of the field was revealed by examining the publication year, publication type, fields where the research was conducted, countries where it was published, authors of the studies, institutions where they were published, distribution of the studies according to the sources they were published and investment sponsors. When the distributions by year are examined, it is seen that academic research started in 1993 and reached its highest level in 2024. When the researches are analyzed according to their types, it is determined that they are published in the form of articles at a high rate. When examined by country, it is seen that the United States of America has conducted the most academic research related to the search terms in question. The study's results will reveal the current status of the field's scientific production, evaluate it holistically and provide new perspectives to the literature.

**Keywords:** sustainable tourism, marketing, bibliometric analysis, scopus database

## GİRİŞ

Bulduğumuz yüzyıl tüm dünya ülkelerini etkisine alan büyük krizlerin (pandemi, ekonomik baskı, savaşlar, doğal afetler gibi) yaşandığı zorlu bir dönem olmuştur. Bu krizlerin etkisi halen devam etmektedir. Hatta mevcut savaşlar dışında yeni savaş sinyalleri (İran-İsrail gerilimi, ABD ultimatoları) tüm dünya ülkelerini tedirgin etmekte ve en büyük toplumsal baskı olan ‘belirsizlik’ unsuru yaşanmaktadır. Her ülke gibi ülkemiz için de belirsizlik bir risk taşımaktadır. Çıkacak olan yeni savaşlar bölgeye yakın ülkeleri en fazla etkileyecek olsa da artık günümüz koşullarında her yeni durum/değişiklik tüm toplumları belli bir süreçte içine almaktadır.

İnsan yaşamı, önemli iklim değişiklikleri, ozon tabakasının incilmesi, toprak bozulması ve çölleşme, hava ve su kirliliği, doğal kaynakların tüketilmesi gibi çeşitli çevresel sorunların tehdidi altındadır (Yükselen, 2020; 11). Çevreye dayalı bu sıkıntılar, geçmişi 30 yılı bulan bir süreçte tüm ülkelerin ve uluslararası birliklerin gündeminde yer almıştır, almaya devam etmektedir. Çevreye dayalı problemler yanında ekonomik eşitsizlikten dolayı yaşanan uluslararası nüfus göçü, sosyal adaletsizlik, kültürel şoklar insanlık önünde büyük bir ayıp ve yeni sorunların habercisi olarak durmaktadır. Küresel anlamda bir dönüşümün gerektiği ortadadır.

Dünyanın gerçekliği kanıtlanacak bir hipotez değildir (Hall, 2019; 4). Sınırlı kaynaklara sahip bir sistemde sınırsız büyüme imkansızdır (Oesselman ve Pfeifer-Schaupp, 2012; 123). Herkesin nefes almakta zorlandığı bir kentte, nefes almakta zorlanılmasına rağmen birilerinin çıkıp da burada çevre sorunu yok demesi doğru olmayacaktır (Şahin, 2022; 273). Ekonominin küreselleşmesi, çevre sorunlarının ve diğer krizlerin (doğal afetler, savaşlar, salgın hastalıklar gibi) bulunduğu ülke sınırları dışında diğer ülkeler içinde tehdit oluşturması, mevcut olan doğal kaynakların (özellikle enerji ve su kaynaklarının) azalması gibi sorunlar uluslararası olarak tüm toplumların gündeminde yer almaktadır. Bu nedenle küresel bir tehlike arz eden bu sorunların çözümünde ivedilikle işbirliğine gidilmesi önemli olmaktadır. Bilim insanları bu durumların farkındadır; öngörülerini, araştırma sonuçlarını ortaya koyarak, değerlendirmeler yaparak konulara dikkat çekmektedir. Son 54 yılda (yarım asırlık) sürdürülebilirlik başlığı ile yapılan 465.830 adet (Kasım 2024 tarihine kadar) araştırma sayısı bunu doğrulamaktadır. Çok sayıda araştırmaya rağmen turizmin sürdürülebilir gelişimi; uygulanan teknolojiler ve tüketim yönlerinin değişmesi nedeniyle sürekli olarak yeni zorluklarla karşılaşan dinamik bir süreç geçirmektedir (Streimikiene vd., 2020; 260).

Sürdürülebilirlik, bugünün gereksinimlerini; gelecek kuşakların gereksinimlerini karşılama kabiliyetinden ödün vermeden karşılayan bir kalkınmadır (Sezgin ve Karaman, 2008; 429). Uzun vadeli bir düşünme sürecini tanımladığı için ilgili olduğu alanda stratejik düşünme olarak koruma yani koruyarak kullanma hedefini içermektedir. Sadece bugün için değil gelecek nesiller için de önem taşımaktadır. Tüm endüstrilerde çok sayıda ilke, strateji ve hedeflerle gerçekleştirilmeye çalışılan sürdürülebilirlik; başlanıp bitirilen bir süreç değil, yaşamın devamı (gelecek nesiller) için başvurulmuş mucizevi bir direnç gösterme, kredi aktarma mücadelesidir. Yani gelecek nesillerin ihtiyaçlarının; atıklar azaltılarak, doğal kaynaklar tekrar ve verimli kullanılarak karşılanması, çevrenin sürdürülebilir bir şekilde korunmaya (Boyacıoğlu, 2013; 139); alınarak yaşatılmasıdır.

Kaynağı doğal, tarihi ve kültürel çevre olan, alan yazında “bacasız sanayi” olarak nitelendirilen turizm sektörü için de çevre sorunları, üzerinde durulması ve çözülmesi gereken öncelikli bir konudur. Günümüz koşullarında yaşanan çevresel, teknolojik ve sosyal değişimler/ilerlemeler sürdürülebilir turizm ile birlikte toplumda çevre bilincinin geliştirilmesini, sürdürülebilir kalkınma kavramlarına dayalı yeni turizm stratejilerinin ortaya konmasını gerekli hale getirmiştir. Bu nedenle sürdürülebilirlik kavramı, doğa koruma, çevresel hassasiyet gibi konular için önerilmiş olan iyi örnekler, zaman kaybetmeden değerlendirilmeli ve uygulamaya alınmalıdır. Ayrıca sürdürülebilir turizm gelişimi için herkes sorumluluk almalıdır. Çünkü, her insanın yaşadığı bölge sonuçta bir turizm destinasyonunu temsil etmektedir. İnsan etkileri metaforu, sürdürülebilir turizmin ana odağıdır (Hall, 2019; 5). Bu doğrultuda her ülke, sınırları içerisinde yer alan doğal, tarihi ve kültürel değerleri sahiplenmeli ve korumalıdır. Bu değerlerin tüm dünya toplumlarına ait olduğu, tüm yaşamları etkileyebileceği gerçeği dikkate alınmalıdır. Bu nedenle geleceği tehlikeye atmadan turizm kaynaklarından en iyi şekilde faydalanılması olarak sürdürülebilirlik büyük önem arz etmektedir (Özdemir, 2014; 38).

Sürdürülebilir tüketici davranışlarını anlamak, teşvik etmek ve sürdürülebilir bir turizm pazarlaması teklifi yaratabilmek için tüm paydaşların kaygısını giderebilecek, gerçekçi ve etik değerlerle hazırlanmış çalışmalardan yararlanılmalıdır. Bu noktada kısa vadeli planlamalarla, kar amacı düşünülerek yapılandırılmış bir pazarlamadan; sürdürülebilir uzun vadeli ve kendilerinden çok uzak insanları (gelecek nesilleri, sınır ötesi ulusları) düşünerek gerçek ve ciddi değişikliklere gitmek kolay olmayacaktır. Çözüm her alanda ve konuda bilinçli ve eğitilmiş sürdürülebilir tüketici davranış değişikliğine dayanmaktadır.

## LİTERATÜR TARAMASI

### **Sürdürülebilirlik ve Sürdürülebilir Kalkınma**

Ekonomilerde büyüme kadar belki de en az onun kadar önem taşıyan ve toplumun sosyal açıdan gelişimini ifade eden kavram kalkınmadır (Yükselen, 2020; 15). Sürdürülebilirlik ise, sürekliliği olan herhangi bir sistemin ya da belirli bir eko sistemin; aşırı kullanımla tükenmeden, kesintisiz, bozulmadan ve ana kaynaklara yüklenilmeden aktarılması yetkinliği olarak bilinmektedir (Kale ve Belber, 2018; 92). Sürdürülebilir kalkınma; toplumların ve iş hayatının, yaşam kalitesini artırmak ve çevreyi korumak için çevre ile uyum içinde yaşamaya çalıştığı bir süreçtir; temelinde tüketmeden kullanım fikri yatar (Nemli, 1998; 289). Sürdürülebilir kalkınmada hedef, doğal kaynakları koruyarak ekonomik büyümeyi sağlamaktır; bu durumun süreklilik gösterebilmesi içinde ekolojik dengenin oluşturulması önemlidir (Akış, 1999; 37).

Kullanılan kaynakların sadece korunması değil, geliştirilmesi de önemli bir konudur; bu da doğal ve tarihi çevreye zarar vermeyen, ekolojiye duyarlı, yerel toplulukları dışlamayan, onların onayını ve katılımını sağlayan faaliyetleri gerektirir (Boz, 2019; 146). Sürdürülebilirlik insan yaşamının koşulları nedeniyle çok sayıda yönlendirici strateji, hedef ve ilkeyi içeren bir kavram olarak tüm sektörlerde sosyo-kültürel, ekonomik ve çevresel olarak uygulanmaktadır (Sarkın, 2014; 279-280). Yaşama yönelim ve tasarımlarla ilgili temel düşünceleri başlatan sürdürülebilirlik; bu nedenle teknik bir terim değil, yaşamın çok eski bir prensibidir ve bu haliyle anlamlı ve gereklidir (Oesselman ve Pfeifer-Schaupp, 2012; 129).

Yaşanılan çevre, gelecek nesillere aktarılacak olan en değerli varlıklardan bir tanesidir; dolayısıyla çevreyi korumak, tüm bireylerin, hükümetlerin ve işletmelerin en temel görevleri arasında yer almalıdır (Güneş ve Akyurt Kurnaz, 2019; 61). Sorunların çözülmesi toplumların devamı için gereklidir. Sürdürülebilirlik hedefiyle planlanan tüm kalkınma hareketleri bir toplumla sınırlı kalmamalı küresel ortak bir karar ile uygulamaya geçirilmelidir. Ortak refah, gelişen küresel toplum ve buna bağlı ilişkiler ve sorunlar karşısında merkezi bir görevdir; sosyal adalet-ortak refah, tüm insanlığın görevi olarak kabul edilmeli ve kalkınma küresel bağlamda gerçekleştirilmelidir (Oesselman ve Pfeifer-Schaupp, 2012; 128). Bu anlamda birçok çalışma gerçekleştirilmiştir. Bu çalışmalardan en önemlisi 1987 yılında Birleşmiş Milletler Konseyi (WCED, 1987) tarafından hazırlanan “Ortak Geleceğimiz” raporudur. Bu raporda “gelecek kuşakların ihtiyaçlarını karşılama yeteneklerini tehlikeye atmadan, mevcut kuşakların ihtiyaçlarını karşılamak” şeklinde yaklaşım ile sürdürülebilirliğe dikkat çekilerek sürdürülebilir kalkınmanın yol haritası belirlenmeye çalışılmıştır (Çalık, 2019; 85). Ortak geleceğimiz raporundan sonra Birleşmiş Milletler Çevre ve Kalkınma Konferansı 1992 yılında Brezilya’nın Rio de Janeiro kentinde yapılmış “insanın sürdürülebilir gelişme olgusunun merkezinde yer aldığı, her insanın doğa ile uyumlu sağlıklı ve verimli bir yaşam hakkı olduğu” (Bozdoğan, 2005; 1020); ileri sürülerek, “Gündem 21” adlı eylem planı birçok disiplinin sürdürülebilir çalışma alanına temel olmuştur.

Sürdürülebilirlik, yaşamla ilgili temel ilkeler merkezinde geleceğe yönelik tasarımların başlatılması ve geliştirilmesi sürecini kapsayan bir kavramdır. Sürdürülebilir yaşamın temel ilkelerinden, eylemlere geçişte toplumsal etik değerler ve uluslararası uyum-avantajlar üzerinde dikkatle durulması gerekmektedir. Bu nedenle öncelikle sürdürülebilir kalkınmada bilinçli tüketici davranışı oluşturulmalıdır. Bu noktada firmalar, kurumlar, hükümet politikaları vb. unsurlar; sürdürülebilir, sorumlu, çevreci yaşam tarzının benimsenmesi ve farkındalığın oluşması için bilgilendirme/bilinçlendirme çalışmalarını devam ettirmelidir ve konuyu güncel tutmalıdır.

### **Sürdürülebilir Turizm**

Turizmin doğasını diğerlerinden daha fazla değiştirme gücünü gösterebilecek bir unsur olarak ‘sürdürülebilir kalkınma’ (Butler, 1999; 8); turizm gelişmesinin tüm aşamalarında paydaşlarla uyum içinde çalışmayı gerektiren, uzun dönemli hedef, ilke ve stratejilerle kuşaklararası eşitlik/denge gözetilen bir kavram olarak karşımıza çıkmaktadır. Turizm sektöründe sürdürülebilir kalkınma anlayışının etkisiyle kitle turizminin neden olduğu görüntü ve gürültü kirliliği, doğal alanların tahribi, aşırı kalabalıklaşma gibi problemlerin çözüme kavuşturulması amacıyla “sürdürülebilir turizm” kavramı tanımlanmıştır (Çalık, 2019; 86). Bu nedenle sürdürülebilir turizm, sürdürülebilir kalkınma yaklaşımının turizmde uygulanmasıdır (Pelit vd., 2015; 55).

Dünya Turizm Örgütü (2005)’e göre sürdürülebilir turizm; “turizmin mevcut ve gelecekteki ekonomik, sosyal ve çevresel etkilerini dikkate alan; ziyaretçilerin, endüstrinin, çevrenin ve ev sahibi toplulukların

ihtiyaçlarını dengeli bir şekilde karşılayan turizm anlayışı” olarak tanımlanmaktadır. Turizmin bir destinasyonda varlığını devam ettirebilmesi, gelişim göstermesi, içinde bulunduğu çevresel, sosyal ve kültürel değerlerle uyum içinde olmasına bağlıdır. Turizm hizmetlerinin üretimi ve tüketimi birbirinden ayrılamaz olduğundan bir çevrenin turizmi yarattığı ileri sürülebilirken, turizmin yerel kaynakları tüketerek atık ürettiğini, dolayısıyla çevre kirliliğine ve bozulmasına neden olduğunu da ifade edebiliriz (Pencarelli vd., 2015; 2). Bu nedenle turizmde “sürdürülebilirlik” kavramının nasıl işlevsel hale getirileceğinin iyi planlanması, uygulanma aşamalarının kontrollü olması gerektiği önem taşımaktadır.

Turizmde olumlu gelişim için öncelikle ilkelerin belirlenmesi gerekir. Turizmin genel ilkeleriyle birlikte sürdürülebilir turizm geliştirme ilkelerinin de dikkate alınması önemlidir. Sürdürülebilir turizm gelişiminde genel ilkeler: “kaynakları sürdürülebilir biçimde kullanmak; aşırı tüketimi, atıkları, israfı azaltmak; çeşitliliği sağlamak ve bunları sürdürmek; yerel ekonomileri desteklemek, güçlendirmek; yöre halkının karar mekanizmalarına katılımını sağlamak; sektör bileşenlerine ve halka danışmak; turizmi sağduyulu bir şekilde pazarlamak; araştırma yapmak” olarak sıralanmıştır (Sarkım, 2014; 285). Gelişmekte olan veya popüler olan turistik yerlerde, bölgeyi ve insanlarını koruyacak çok sayıda ilke/yaklaşım, sürdürülebilir turizm sürecini etkilemektedir. Örneğin ekoturizm, sorumlu turizm geniş kapsamlı ele alındığında sürdürülebilirlik ilkelerinden faydalandığı görülmektedir. Ayrıca genel anlamda turizmin her alanında etkisi önemli olan paydaş yönetimi, taşıma kapasitesi, teknolojik gelişmeler, eko turizm ve sorumlu turizm gibi turizm çeşitleri de sürdürülebilir turizmin gelişim sürecinde kilit rol üstlenmektedir.

Sürdürülebilirliğin sağlanması için tüm paydaşların sürece gönüllü olarak katılmasının sağlanması gerekmektedir (Butler, 1999; 20). Paydaşlardan biri olan turist profilinin daha katılımcı, bilinçli motivasyonu; daha çevreci ve duyarlı bir yaklaşım olan sürdürülebilir turizm döngüsünün ve paydaşlarla bağlantı kurmanın gerekliliğini geniş çapta kabul ettirmiştir. Bu nedenle turizmde sürdürülebilir kalkınma sürecinde turist memnuniyetinin en üst düzeye çıkarabilmesi için tüm paydaşların (yerel halk, liderler, kamu ve sivil toplum kurumları, işletmeler, üniversiteler gibi) turizm yönetim ve pazarlama süreçlerinde iş birliği içinde olması ve sorumluluklarını yerine getirmesi, bir kalkınma politikası olarak ele alınmalıdır.

## **Sürdürülebilir Turizmde İletişim ve Pazarlama Süreci**

Her anlamda sürdürülebilir kalkınma çabaları, yaşadığımız yüzyılda gerekliliğini göstermektedir. İnsanlığın içinde bulunduğu tüm sistemler sürdürülebilirliğe dikkat çekmektedir. Hizmet alanlarının amacı; kullanıcılarına unutulmaz anlar, deneyimler yaşatmak, mutlu hissettirmek, dinlendirmek, rahatlatmak gibi duygular yaşatmak olan turizm de sürdürülebilirlik özellikle daha önemlidir. Sürdürülebilir turizm çalışmalarının temel amaçlarını; ekonomide sürdürülebilirlik, yerel halkın sosyal refahı, mevcut tarihi ve kültürel zenginliklerin korunması, kaynak verimliliği; hava, su ve toprak kirliliğinin azaltılması; turist ve turizm faaliyetlerinin yarattığı atıkların en aza indirgenmesi oluşturmaktadır (Yılmaz ve Zeybek, 2023; 105). Burada yapılması gereken, sahip olunan doğal çevrenin, kültürün, tarihin ve toplumsal değerlerin sürdürülebilir turizm ilkeleriyle pazarlanabilmesi ve ileriye dönük projeksiyonlar ile arz ve talebin dengelenmesidir (Bahar ve Kozak, 2012; 153-154). Pazarlama, hedeflenen müşteri ihtiyaçlarının tespitinden yola çıkarak onların tatminini hedefleyen bir işletme yönetim anlayışı olduğuna göre, tüm süreçlerde bir sorumluluk üstlenmesi gerektiği açıktır (Yükselen, 2020; 25).

Günümüz koşullarında teknolojinin hızlı değişimi, tüketicilerin daha aktif ve araştırmacı olması, paydaşlardan olan yerel halkın beklentilerinin ve kaygılarının bulunması, sık sık değişen turizm politikaları, artan sürdürülebilir turizm gelişimi konularının olması ve rekabet koşulları, turizm pazarlamasında bilgilendirme ve bilinçlendirme mesajlarında doğru yönlendirmenin gerekliliğini ortaya koymaktadır. Sürdürülebilirlik iletişimi, tüketicilerin sürdürülebilir seyahat ürünlerinin varlığı konusunda bilinçlendirilmesini, bu tekliflerin ihtiyaçlarını nasıl karşıladığını ve sürdürülebilirlik kriterlerine nasıl uyduğunu, tüketicileri bilgilendirmeyi ve sonuçta sürdürülebilirlik yanlısı satın alımları teşvik etmeyi amaçlamaktadır (Tölkes, 2018; 10).

İşletmelerin sürdürülebilirlik ile ilgili mesajlarının tüketiciyle aynı tarafta olduğunu gösteren bir içerikte olması, zorlayıcı iletişim uygulamalarını kullanmaması, tüketicinin seçim özgürlüğünü sağlaması ve kalkınmanın uzun vadeli hedeflerine ulaşmak için bütünleştirici bir yaklaşımı benimsemesi, geniş kapsamlı sürdürülebilirlik pazarlama stratejisinin bir parçası olmalıdır. Bu nedenle sürdürülebilir tüketici oluşturulmasında pazarlamanın üstlendiği yaklaşımların çevreci ve sorumlu mesajlar iletmesi önemlidir. Tüketici davranışları çeşitlidir ve birçok faktör etkili olmaktadır ama çevre duyarlılığı veya gelecek kaygısı toplumun büyük bir çoğunluğu için önemli olan hassas noktalar ve sadece doğru işlenmesi gerekmektedir. Mesajı ileten kaynakların, sürdürülebilirlik ilkeleri

çerçevesinde bireysel ve kurumsal olarak sürdürülebilir uygulamaları bir yaşam tarzı olarak gösterilmeli yani konu/mesaj içeriği normalleştirilmelidir. Çalışanlarına çevre eğitimi veren, kurumunu bu noktada hazırlayan ve ürünlerini çeşitlendiren, ekolojik farkındalıkları artırıcı birtakım projelerin sorumluluğunu aldığını gösterebilen mesajlarla, iletişim gerçekçi olacağı için kabul edilebilir olacaktır.

Bu yönüyle artık daha fazla turizm işletmesi pazarlama politikalarına sürdürülebilirlik amaç ve ilkelerini dahil etmeye başlamıştır. Çünkü günümüzde artık tüketici profili daha araştırmacı, sorgulayıcı durumdadır ve ilgilendiği alanda gerekli bilgilere rahatlıkla ulaşabilmektedir. Sürdürülebilirlik ve sürdürülebilir kalkınma kavram tanımları, tüm dünyada çevre koruma temelli ele alınan değerlendirme raporları, konferanslarda alınan kararlar, gelecek nesillerin yaşam haklarına saygı duyulmasına dikkat çekilmesi gibi mesajlar, pazarlamanın üstleneceği misyonun öncülleri olarak karşımıza çıkmaktadır. Sürdürülebilir temelli pazarlamada, tüketiciyi dünya vatandaşı olgusu olarak değerlendiren ve ihtiyaçları bu doğrultuda yönlendiren çalışmaların yapılması önemli olmaktadır.

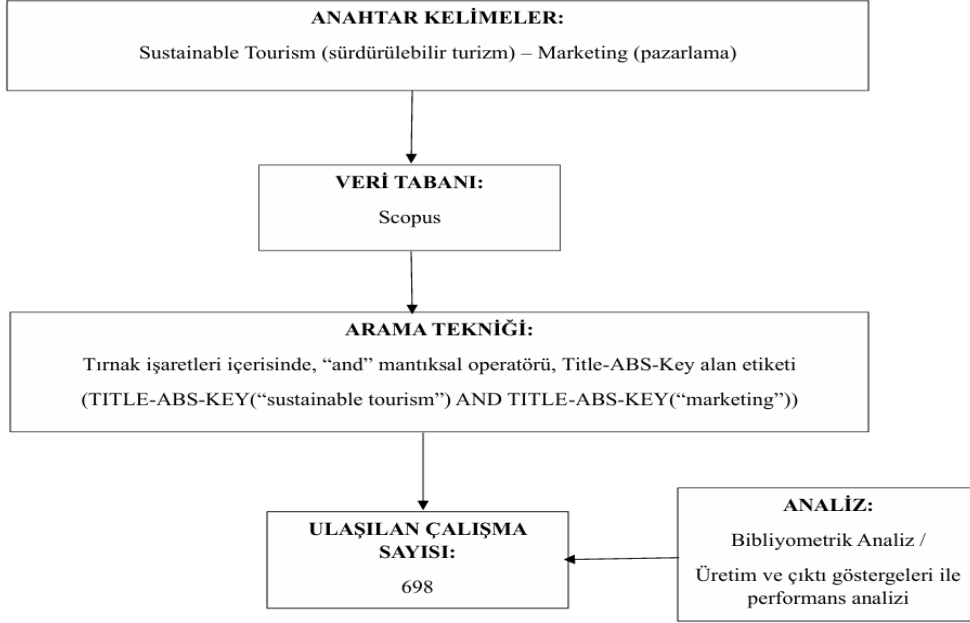
## **YÖNTEM**

Araştırmanın amacı, sürdürülebilir turizm anlayışının pazarlama alanı kapsamında gerçekleştirilen bilimsel araştırmalara yansımaları ile ilgili bilgi toplamaktır. Elde edilecek çalışma sonuçlarıyla, alanın bilimsel üretimiyle ilgili mevcut durumu ortaya konularak bütüncül bir şekilde değerlendirilmesi ve alan yazına yeni bakış açılarının kazandırılmasının sağlanacağı düşünülmektedir. Turizm bağlamında sürdürülebilirlik konularını; pazarlama teorileri, stratejileri ve uygulamalarıyla uzlaştırmanın içsel zorluklarına rağmen ve bu zorluklar nedeniyle, teori geliştirme ve pratik çözümler için ileriye dönük yollar arayan daha odaklı araştırmalara ihtiyaç duyulmaktadır (Font ve McCabe, 2017; 871).

Çalışmada nitel araştırma yöntemi tercih edilmiştir. Niteliksel araştırmalar, belirli bir ortam veya durumla ilgilidir; araştırmacı neden, nasıl, kim gibi sorulara cevap bulmak amacıyla belirli bir ortama girer ve olguların/insan davranışlarının derinliğinde yatan gerçekliği keşfetmeye çalışır (Gürbüz ve Şahin, 2018; 103). Nitel yöntemlerden elde edilecek bilgi parçacıkları, mevcut bilgi birikimindeki boşluğun doldurulması bakımından önemlidir (Kozak, 2021; 78). Veri toplama tekniği olarak, nitel veri toplama tekniklerinden biri olan doküman incelemesi kullanılarak ikincil kaynaklardan elde edilen veriler toplanmıştır.

Bir bütünün parçası olarak öncelikle insanın kendini nasıl yenileyebileceği, ortak hareketle çoklu bakış açılarının nasıl geliştirilebileceği, geleceğin eğitiminin nasıl şekillendirileceği, üzerinde durulması gereken önemli noktalar. Yaşamsal döngü içerisinde sorumluluk her alanda tüm dünya ülkelerine aittir. Bu nedenle her ülkenin bilim insanları üzerine düşen sorumluluk ve görev bilinciyle, alanlarıyla ilgili sürekli araştırma/geliştirme çalışmaları yapmaktadır. Her yeni gün, binlerle tanımlanan çok sayıda akademik çalışma ortaya konulmaktadır. Dolayısıyla hedeflenen yeni çalışmalar için önceden yapılan çalışmaları dikkate almak, incelemek ve değerlendirmek zorlaşmaktadır. Bu noktada bibliyometrik analiz en sık tercih edilen yöntemlerden biri olarak kullanılmaktadır. Bibliyometrik analizin popüleritesi bir heves değil; büyük miktarda bilimsel veriyi işleme ve yüksek araştırma etkisi yaratma konusundaki faydasının bir yansımasıdır (Donthu vd., 2021; 285).

Bibliyometrik analiz, matematiksel ve istatistiksel yöntemler kullanılarak herhangi bir araştırma alanındaki öğelerin performanslarını sınıflandırmak, ölçmek, sıralamak yoluyla analiz etmek ve incelenen alandaki bilimsel iletişimi yansıtan entelektüel, kavramsal ve sosyal yapıyı haritalama teknikleri yardımıyla görselleştirmek olarak ifade edilmektedir (Şimşir, 2022; 14). Bu nedenle araştırmanın amacına uygun olarak bibliyometrik analiz ve bibliyometrik analiz prosedürlerinden biri olan performans analizi kullanımı tercih edilmiştir. Performans analizi bireylerin ve kurumların araştırma ve yayın performanslarını değerlendirmeyi amaçlamaktadır (Zupic ve Cater, 2015; 3). Analizlerin gerçekleştirilmesinde Scopus veri tabanının "Analyze Results" özelliği kullanılmıştır. Scopus analiz aracı, veri tabanında bulunan ilgili yayınların mevcut durumunu açıklayan istatistikleri oluşturmaktadır ve sonuçları araştırmacıya daha iyi bir anlayış sağlayacak bazı yapılandırılmış şekillerde görselleştirmektedir (İdayu vd., 2017; 9). Bu şekilde elde edilen üretim/çıkış göstergeleri ve görselleriyle alanın performans analizi gerçekleştirilebilmektedir. Bu doğrultuda araştırmanın veri setinin oluşturulmasında; en ilgili ve güvenilir bilimsel dergileri içermesi (Ferjanic Hodak ve Krajinovic, 2020; 411); önemiyle Scopus veri tabanı kullanımı tercih edilmiştir.



**Şekil 1. Çalışmanın Veri Toplama Süreci**

Scopus veri tabanı üzerinde “sustainable tourism (sürdürülebilir turizm)” ve “marketing (pazarlama)” anahtar kelimeleri kullanılarak gelişmiş arama (advanced search) gerçekleştirilmiştir. Bu aramada ilgili kelime grupları tırnak işaretleri içerisine alınmış, makale başlığı, özet ve anahtar kelime (title-abs-key) alan etiketi seçilmiş ve “and” mantıksal operatörü kullanılmıştır. Veri toplama süreci Şekil 1’ de sunulmaktadır.

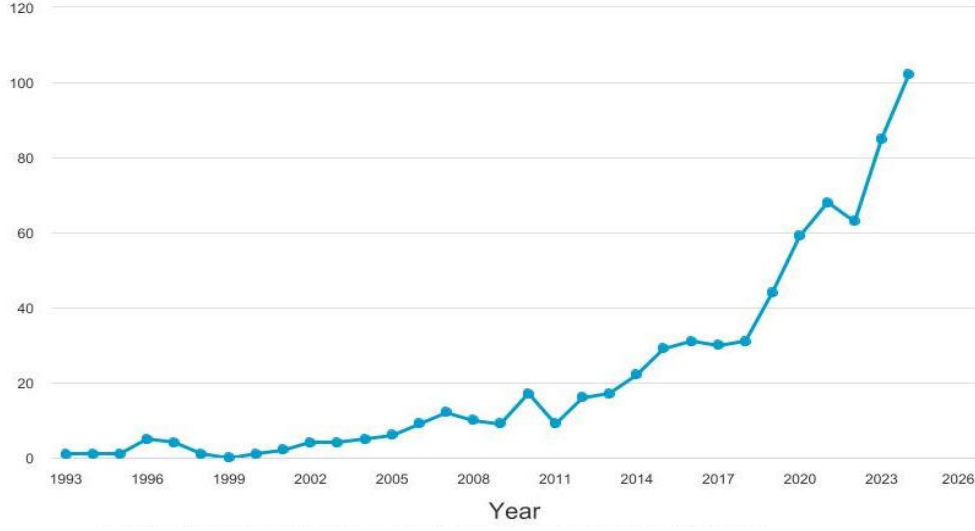
Araştırmada konuyu derinlemesine inceleyebilmek amacıyla doküman tipi ve yayın yılları konusunda bir sınırlandırma yapılmamıştır. Arama sonucunda ulaşılan belgelerin tümünün analize dahil edilmesi uygun görülmüştür. Toplam 698 adet çalışma olduğu tespit edilmiştir. Yüzlerce (örneğin, 500 veya daha fazla) veya binlerce makale varsa, o araştırma alanı bibliyometrik analiz kullanımını garanti edecek kadar büyük kabul edilebilir (Donthu vd., 2021; 292). Bibliyometrik verilere 30 Ekim 2024 tarihinde ulaşılmıştır.

Bilimsel araştırmaların kalitesinin bir ifadesi olarak nicel araştırmalarda kullanılan geçerlilik ve güvenilirlik kavramları nitel araştırmalarda farklı şekillerde ele alınmaktadır. Toplanan verilerin ayrıntılı olarak rapor edilmesi ve araştırmacının sonuçlara nasıl ulaştığını açıklaması nitel bir araştırmada geçerliliğin önemli ölçütleri arasında yer almaktadır (Yıldırım ve Şimşek, 2021; 282). Diğer yandan, nitel veri elde etme tekniklerinin ve nitel verilerin analizi süreçlerinin mümkün olduğu ayrıntıda araştırmada açıklanması, güvenilirliğe katkı sağlayan hususlardandır (Sığırı, 2021; 137). Bu doğrultuda araştırma yöntemi, süreçleri ve bulguları ayrıntılı ve şeffaf bir şekilde betimlenerek geçerlilik ve güvenilirliğin artırılması amaçlanmıştır.

## BULGULAR

Analiz sonucunda elde edilen bulgular; yayın yılı, yayın türü, araştırmaların yapıldıkları alanlar, yayınlandıkları ülkeler, çalışmaların yazarları, yayınlandıkları kurumlar, araştırmaların yayınlandıkları kaynaklara göre dağılımları ve yatırım sponsorlarına göre olmak üzere sekiz başlık halinde sunulmaktadır.

## Yıllara göre araştırmalar



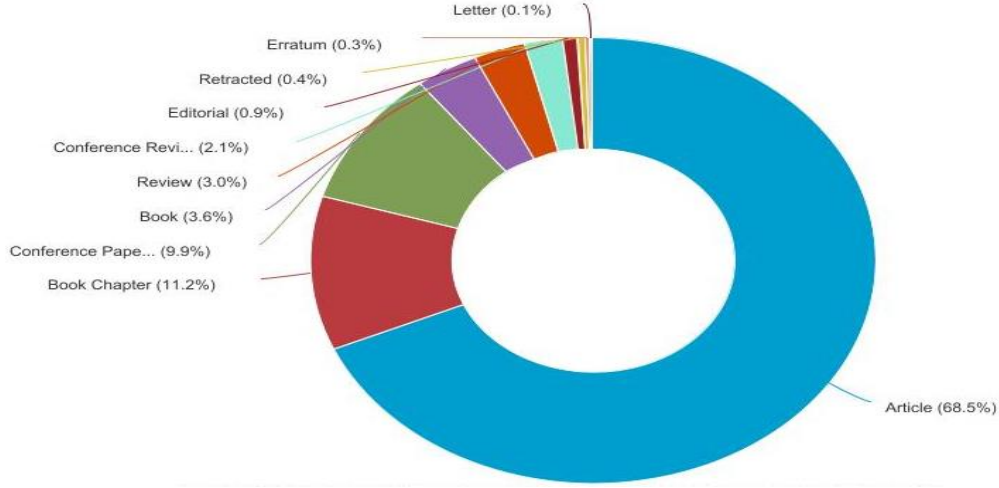
Şekil 2: Yıllara Göre Araştırmalar

Yıllara göre dağılımlar incelendiğinde akademik araştırmaların 1993 yılında başladığı görölmektedir. 2015 yılına kadar ve sonrasında çalışmalar artarak devam etmiştir. Sürdürülebilir turizm ve pazarlama konuları doğrultusunda yapılan çalışmaların 2024 yılında ise en yüksek seviyeye ulaştığı görölmektedir. Tablo 1’de yıllar ve yayın sayıları sunulmaktadır.

Tablo 1: Yıllar ve Yayın Sayıları

Yıllar	Yayın Sayıları	Yıllar	Yayın Sayıları
1993	1	2009	9
1994	1	2010	17
1995	1	2011	9
1996	5	2012	16
1997	4	2013	17
1998	1	2014	22
1999	0	2015	29
2000	1	2016	31
2001	2	2017	30
2002	4	2018	31
2003	4	2019	44
2004	5	2020	59
2005	6	2021	68
2006	9	2022	63
2007	12	2023	85
2008	10	2024	102

### Türlerine Göre Araştırmalar



Şekil 3. Türlerine Göre Araştırmalar

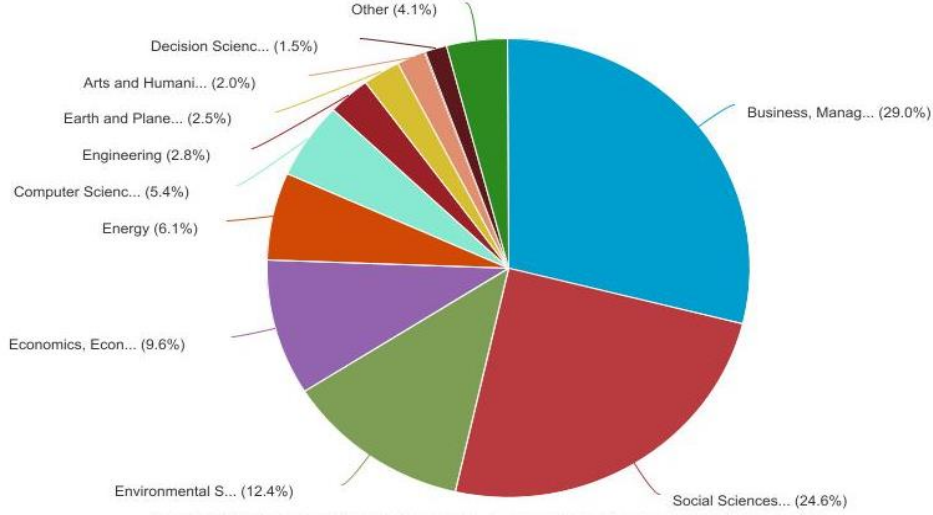
Sürdürülebilir turizm ve pazarlama konularında gerçekleştirilen araştırmalar türlerine göre incelendiğinde en yüksek oranda makale (article – 478 yayın %68.5) biçiminde yayınlandığı belirlenmiştir. Bunu sırasıyla kitap bölümü (book chapter – 78 yayın %11.2) ve konferans bildirisi (conference paper – 69 yayın %9.9) takip etmektedir.

Tablo 2: Yayın Türleri ve Yayın Sayıları

Yayın Türü	Yayın Sayıları
Makale	478
Kitap Bölümü	78
Konferans Bildirisi	69
Kitap	25
İnceleme	21
Konferans İncelemesi	15
Editoryal	6



## Konu Alanlarına Göre Araştırmalar



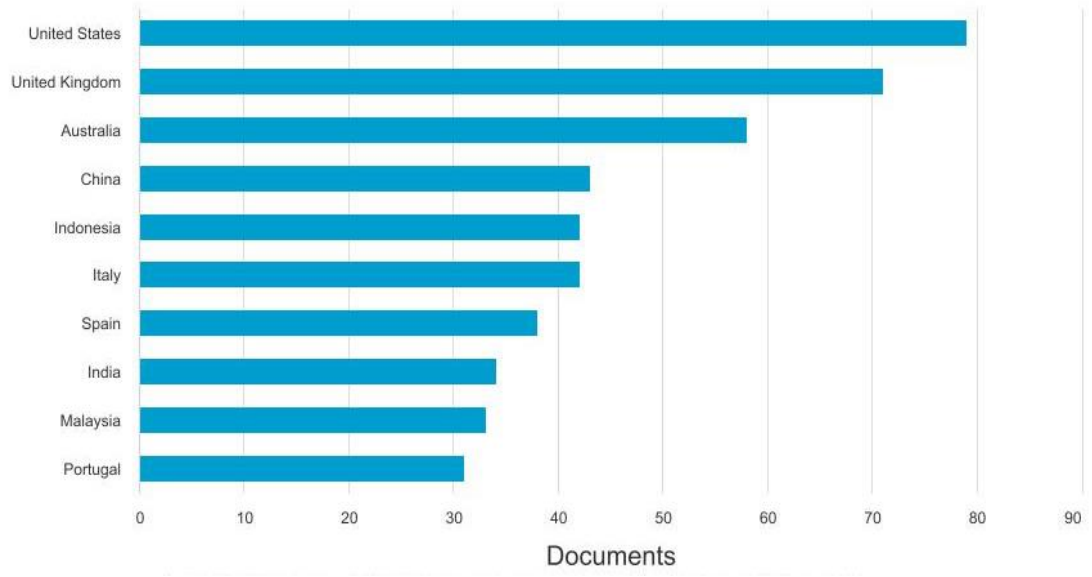
Şekil 4. Konu Alanlarına Göre Araştırmalar

Sürdürülebilir turizm ve pazarlama konularındaki araştırmalar alanlarına göre incelendiğinde en fazla araştırma gerçekleştirilen alanın “İşletme, Yönetim ve Muhasebe (Business, Management and Accounting – 429 yayın %29)” olduğu; bunu sırasıyla “Sosyal Bilimler (Social Sciences – 364 yayın %24.6)” ve “Çevre Bilimi (Environmental Science – 184 yayın %12.4)” alanlarının takip ettiği tespit edilmiştir.

Tablo 3: Araştırma Alanları ve Yayın Sayıları

Çalışma Alanı	Yayın Sayıları
İşletme, Yönetim ve Muhasebe	429
Sosyal Bilimler	364
Çevre Bilimi	184
Ekonomi, Ekonometri ve Finans	142
Enerji	91
Bilgisayar Bilimi	80
Mühendislik	42
Dünya ve Gezegen Bilimleri	37
Sanat ve Beşeri Bilimler	29

## Ülke/Bölgeye Göre Araştırmalar



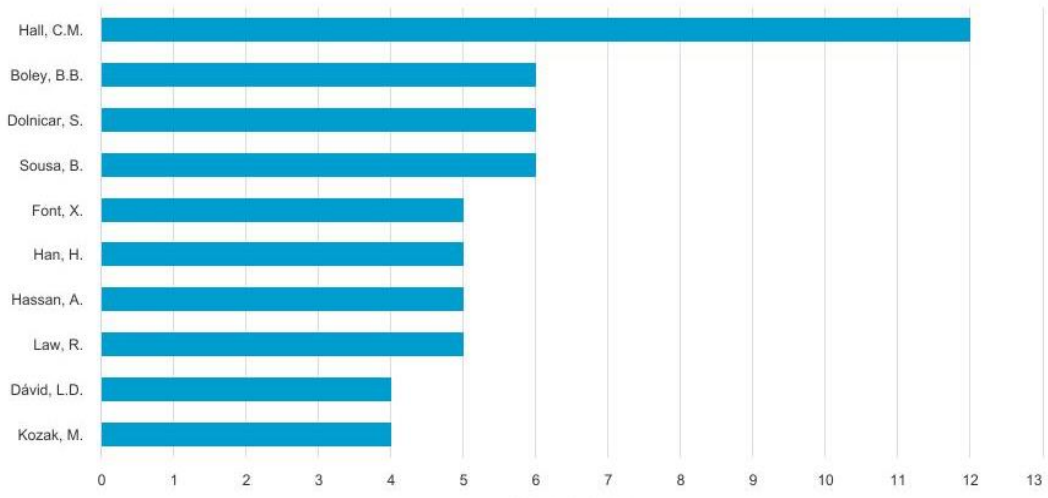
Şekil 5. Ülke veya Bölgeye Göre Araştırmalar

Ülkelere göre bakıldığında ise söz konusu arama terimleri ile ilgili en fazla akademik araştırmayı (79 yayın) Amerika Birleşik Devletleri'nin gerçekleştirdiği görülmektedir. Amerika Birleşik Devletleri'ni sırasıyla Birleşik Krallık, Avustralya, Çin, Endonezya, İtalya, İspanya, Hindistan, Malezya ve Portekiz takip etmektedir.

Tablo 4: Ülkeler ve Yayın Sayıları

Ülkeler	Yayın Sayıları
Amerika Birleşik Devletleri	79
Birleşik Krallık	71
Avustralya	58
Çin	43
Endonezya	42
İtalya	42
İspanya	38
Hindistan	34
Malezya	33
Portekiz	31

### Yazarlara Göre Araştırmalar



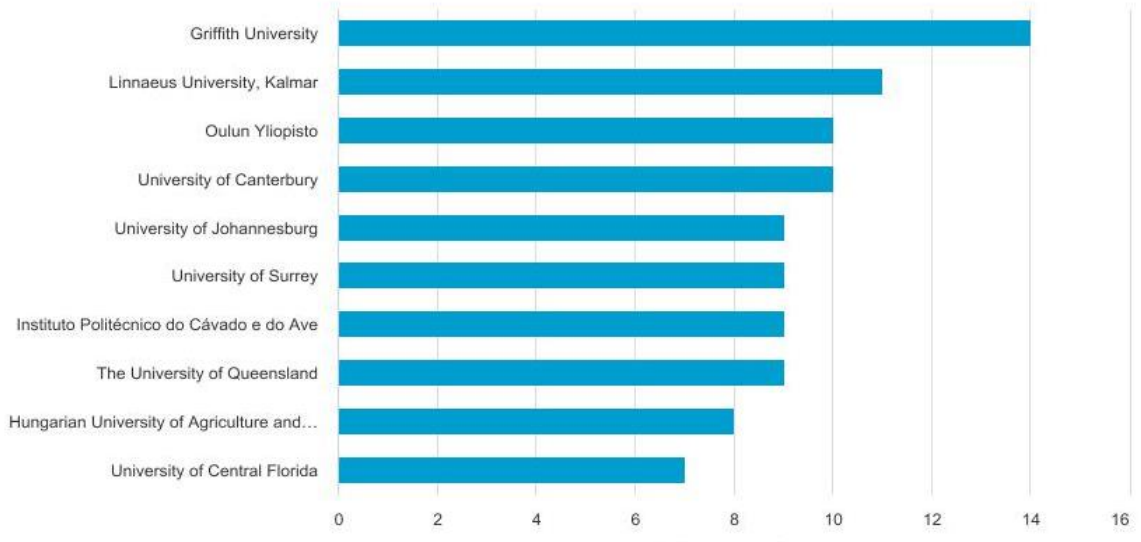
Şekil 6. Yazarlara Göre Araştırmalar

Sürdürülebilir turizm ve pazarlama konularında yapılan araştırmalar yazarlarına göre incelendiğinde en fazla yayının Hall, C.M. isimli araştırmacıya ait olduğu görülmektedir. Hall tarafından gerçekleştirilen 12 adet yayın bulunmaktadır. Ayrıca bu konuda yapılan araştırmalara en çok katkıda bulunan yazarlar arasında 4 adet yayınıyla ülkemizden Prof.Dr. Metin Kozak yer almaktadır.

Tablo 5: Yazarlar ve Yayın Sayıları

Yazarlar	Yayın Sayıları
Hall, C.M.	12
Boley, B.B.	6
Dolnicar, S.	6
Sousa, B.	6
Font, X.	5
Han, H.	5
Hassan, A.	5
Law, R.	5
David, L.D.	4
Kozak, M.	4

## Bağlı Olunan Kurumlara Göre Araştırmalar



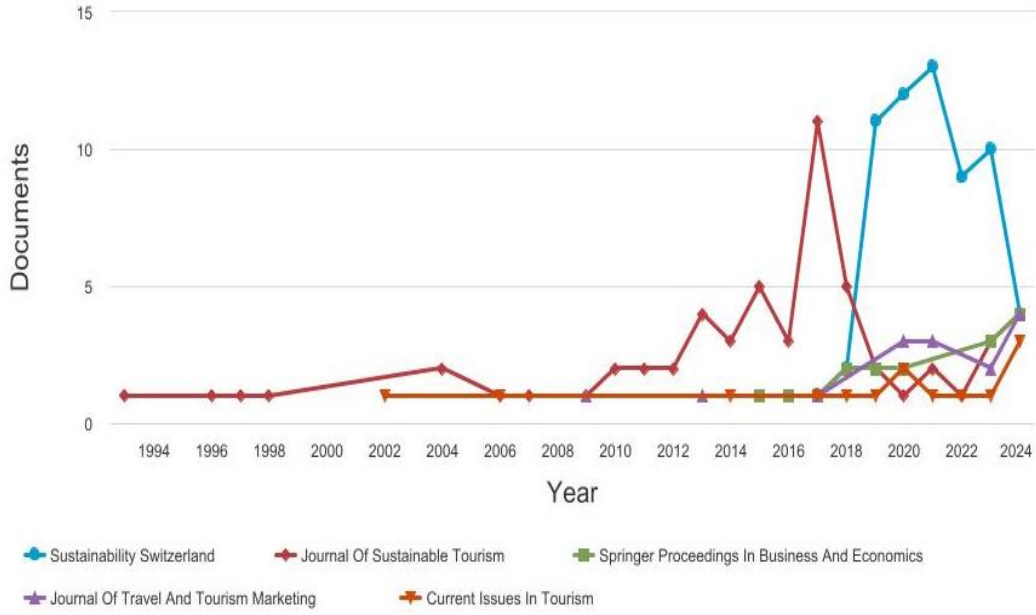
Şekil 7. Bağlı Olunan Kuruma Göre Araştırmalar

Bağlı olunan kurumlara göre araştırmalar incelendiğinde, ilgili literatüre en fazla katkıda bulunan kurumun 14 yayınlı Griffith Üniversitesi (Avustralya) olduğu görülmektedir. Bu sıralamayı Linnaeus Üniversitesi, Kalmar (İsveç – 11 yayın), Oulun Üniversitesi (Finlandiya – 10 yayın) ve Canterbury Üniversitesi (Yeni Zelanda – 10 yayın) takip etmektedir.

Tablo 6: Kurumlar ve Yayın Sayıları

Kurumlar	Yayın Sayıları
Griffith Üniversitesi	14
Linnaeus Üniversitesi, Kalmar	11
Oulun Üniversitesi	10
Canterbury Üniversitesi	10
Johannesburg Üniversitesi	9
Surrey Üniversitesi	9
Cávado ve Ave Politeknik Enstitüsü	9
Queensland Üniversitesi	9
Macaristan Tarım ve Yaşam Bilimleri Üniversitesi	8
Florida Merkez Üniversitesi	7

## Kaynaklara Göre Araştırmalar



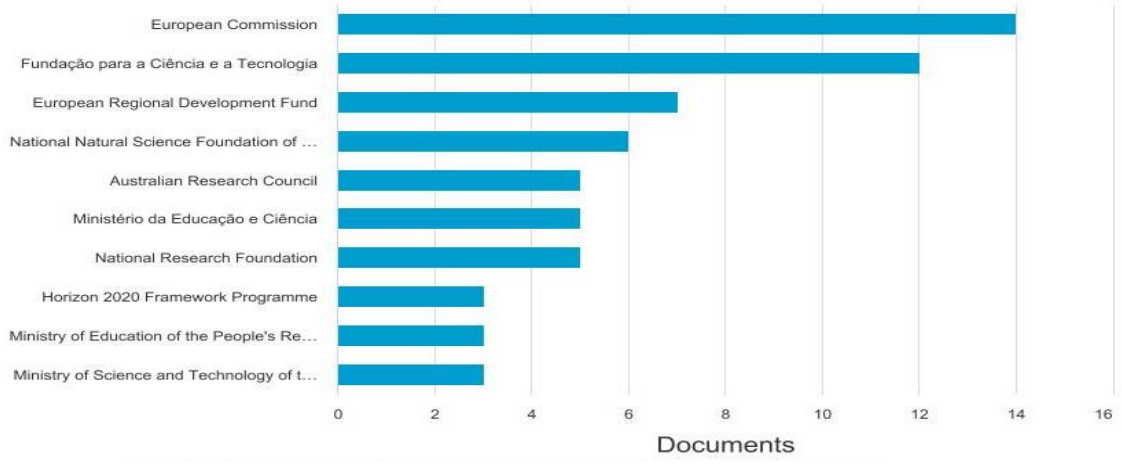
### Şekil 8. Kaynaklara Göre Araştırmalar

Sürdürülebilir turizm ve pazarlama konularındaki araştırmalar kaynak dağılımlarına göre incelendiğinde en fazla yayın (62 yayın) “Sustainability Switzerland” isimli dergide yayınlanmıştır. Bu dergiyi sırasıyla “Journal of Sustainable Tourism” ve “Springer Proceedings In Business And Economics” dergileri takip etmektedir.

Tablo 7: Kaynaklar ve Yayın Sayıları

Kaynaklar	Yayın Sayıları
Sustainability Switzerland	62
Journal of Sustainable Tourism	59
Springer Proceedings In Business And Economics	16
Journal of Travel and Tourism Marketing	15
Current Issues In Tourism	14

## Yatırım Sponsorlarına Göre Araştırmalar



**Şekil 9. Yatırım Sponsorlarına Göre Belgeler**

Yatırım sponsorlarına göre incelendiğinde sürdürülebilir turizm ve pazarlama konularındaki araştırmalara destek sağlayarak katkıda bulunan kurum ve kuruluşlar Tablo 8’de sunulmaktadır. Buna göre European Commission – Avrupa Komisyonu (14 yayın) ile en fazla desteği sunduğu görülmektedir. Bunu sırasıyla Fundação para a Ciência e a Tecnologia – Portekiz Bilim ve Teknoloji Vakfı (12 yayın) ve European Regional Development Fund – Avrupa Bölgesel Kalkınma Fonu (7 yayın) takip etmektedir.

**Tablo 8. Sponsorlar ve Yayın Sayıları**

Sponsorlar	Yayın Sayıları
European Commission (Avrupa Komisyonu)	14
Fundação para a Ciência e a Tecnologia (Bilim ve Teknoloji Vakfı – Portekiz)	12
European Regional Development Fund (Avrupa Bölgesel Kalkınma Fonu)	7
National Natural Science Foundation of China (Çin Ulusal Doğa Bilimleri Vakfı)	6
Australian Research Council (Avustralya Araştırma Konseyi)	5
Ministério da Educação e Ciência (Eğitim ve Bilim Bakanlığı – Portekiz)	5
National Research Foundation (Güney Afrika Ulusal Araştırma Vakfı)	5
Horizon 2020 Framework Programme (Horizon 2020 Çerçeve Programı)	3
Ministry of Education of the People’s Republic of China (Çin Halk Cumhuriyeti Eğitim Bakanlığı)	3
Ministry of Science and Technology of the People’s Republic of China (Çin Halk Cumhuriyeti Bilim ve Teknoloji Bakanlığı)	3

## SONUÇ VE ÖNERİLER

21. Yüzyılın ilk 25 yıllık dönemini geçirdiğimiz şu günlerde hem 20. yüzyılı hem de çeyrek asırlık 21. yüzyılı değerlendirdiğimizde; dünyada çok büyük hızlı değişim ve gelişmelerin önemli etkilerinin olduğunu görmekteyiz. Bu süreçte dünyada; savaşlar, sanayi devrimi ve buna bağlı olarak haberleşme/ulaştırmada ilerlemeler, küreselleşme, teknolojik gelişmeler, internet, iklim değişikliği sorunları, küresel ısınma, su sorunu, çevre sorunları, salgın hastalıklar, halen devam eden savaşlar, doğal afetler, yakın bir zamanda hayatımıza dahil olan yapay zeka ürünü teknolojik araçlar gibi derin etkileri olmuş olgu ve olayların yaşandığı görülmektedir. Yaşı 50'nin üstünde olan insanların birebir şahit olduğu, yaşadığı bu önemli değişim ve gelişmeler, gelecek nesiller için yeni değişim ve gelişmelerin hızlı bir şekilde gelmekte olduğunu habercisi olmaktadır. Bu durum toplumlarda ilerleme olarak heyecan uyandırırken beraberinde “Yeni sorunlar çıkacak mı?” kaygısını da yaşatmaktadır. Çünkü insanlığın yararına olarak görülen gelişmeler bile süreç içerisinde sonraki dönemlerinde yeni isimleriyle çok sayıda problemi beraberinde getirmiştir. Örneğin; sanayi devriminden bu yana dünya nüfusunun üretim ve tüketiminin hızlı artışı, dünyanın geleceğini tehdit edecek biçimde çevrenin bozulmasına ve doğal kaynakların azalmasına yol açmıştır (Nemli, 1998; 287). Çünkü sanayileşme, toplumları doğal düzene hükmetmelerine (bunu yaparken doğru olduğunun düşünülmesine) sevk ederken, tüketim duygusundaki kontrolsüz tavır, kaynakların hiç tükenmeyecekmiş gibi kullanılmasına yani çevre sorunlarının ortaya çıkmasına neden olmuştur. Bu nedenle özellikle son yarım asırlık süreçte yaşanan çevre sorunları, toplumların gündeminden düşmeyen bir konu olarak sürdürülebilirlik ve sürdürülebilir kalkınma kavramlarının ortaya çıkmasına neden olmuştur.

Birleşmiş Milletler İnsan Çevresi Konferansı ilk kez 1972 yılında Stockholm’de gerçekleştirilmiştir. 1987 yılında ise Birleşmiş Milletler Komisyonun isteği ile Brundtland Raporu ile ilk kez “Sürdürülebilir Kalkınma” kavramı ortaya konulmuş; “nesiller arasında adaletli paylaşım, kaynak tabanının korunması, yeniden kazanılabilen, kirlenmeyen ürünler sağlayan teknolojinin kullanımı, nüfus kontrolü, risk yönetimi, çevre ve ekonomiyi bütünleştirme gibi” konularda işbirliğine gidilmesi önerilmiştir (Alada vd., 1993). 1987 yılında “Ortak Geleceğimiz Raporu”nda sürdürülebilirliğin tanımlanmasıyla birlikte ekoturizme olan ilgi artmıştır (Çalık, 2019; 83). Ayrıca turizm sektöründe sertifikasyonun ortaya çıkışı, 1992 Birleşmiş Milletler Dünya Zirvesi’nde (Rio Zirvesi) onaylanan Gündem 21’in (eylem planı) sonucu olmuştur (Sucheran ve Arulappan, 2020; 980). Bu doğrultuda Tablo 1 incelendiğinde sürdürülebilir turizm ve pazarlama ile ilgili çalışmaların; 1992 yılında turizmde sertifikasyon ve eko-etiketlerin geliştirilmesi sonrasında 1993 yılında başladığı görülmektedir. 2000 yılında ise kalkınma için evrensel bir çerçeve ortaya koyan ve 2015 yılını hedefleyen Birleşmiş Milletler Bin Yıl Zirvesi’nin de 2000’li yıllarda çalışma sayıları üzerinde etkili olduğu düşünülmektedir. 2015 yılına kadar ve sonrasında çalışmalar artarak devam etmiştir. Binyıl kalkınma Hedefleri’nin devamı niteliğinde 2015 tarihinde New York’ta 17 hedef ve 169 alt hedef olarak “Gündem 2030: BM Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri” kabul edilmiştir. Bu doğrultuda incelendiğinde 2030 yılına yaklaştığımız 2024 yılına gelindiğinde ise akademik araştırmaların bu nedenle en yüksek seviyesine ulaştığı düşünülmektedir.

Ülkeler ve yayın sayıları bulguları incelendiğinde en çok yayın sayısına sahip ülkelerin sırasıyla Amerika Birleşik Devletleri, Birleşik Krallık ve Avustralya olduğu görülmektedir. Amerika Birleşik Devletleri, Birleşik Krallık ve Avustralya gibi ülkelerin dünya çapında büyük bir ekonomik güce sahip olması, ABD’nin bazı eyaletlerinde çevre koruma ve sürdürülebilirlik konusunda çeşitli teşvik ve düzenlemelerin bulunmasının çevre sorunlarının çözümlenmesi anlamında akademik araştırma sayısını arttırdığı sonucunu düşündürmektedir. Çin, Hindistan gibi nüfusun fazla olduğu ülkelerde çevresel kaynakların sürdürülebilir kullanımı üzerine akademik araştırmalarının olması doğal bir sonuçtur. Halkın eğitilmesi, bilinçlendirilmesi ve endüstriyel kullanıma alternatif arayışlar akademik çalışmaların yapılmasını tetiklemiştir. Aynı durum Avrupa ülkeleri içinde geçerlidir. Küresel ısınma, enerji/su kaynaklarının tükenmesi durumu ve özellikle İtalya, İspanya gibi Afrika kıtasına yakın olan ülkelerde mülteci akını olması konusu kültürel-sosyal çatışmalar doğurabilmesi riski, çevresel kaynakların korunması ve sürdürülebilir kalkınma araştırmalarının yapılması ihtiyacını oluşturmuştur. Örneğin; Rusya-Ukrayna savaşında, enerji hattının kesintiye uğraması Avrupa Ülkelerinde enerji sorununa neden olmuş ve kriz yaşanmıştır.

Sürdürülebilir kalkınmanın turizme uygulanabilirliğinde ilk adım sorunların bölgesel olarak belirlenmesi olmalıdır. Sorun belirlemede sadece turizm paydaşları değil tüm destinasyon topluluğu alanlarının düzeyine göre sürdürülebilirlik çözüm sürecine dahil edilmeli ve “koruma-denetim-kontrollü kullanım” olarak süreç güçlendirilmelidir. Özellikle sınır tanımayan küresel olarak değerlendirilen turizmde, sürdürülebilirlikte

işlevselliğin artırılması için ölçüt geliştirmek önemli olmaktadır. Dünyada eko-etiketler olarak bilinen bazı ölçütler bulunmaktadır ama bunların uygulanması, denetimi de isteğe bağlı olarak, farklı boyutlarda küçük oranlarda, çevreci yaklaşımı gerçekten benimsediği için veya sadece ticari itibar/rekabette üstünlük kazanmak için uygulanmaktadır. Dolayısıyla sürdürülebilirlik halen bir kavram özelliği taşıyarak araştırmalarda yer almaktadır. Gerçek amaçlar için büyük bir iş birliğine gidilmesi, yaptırımların olması gerekmektedir.

Öncelikle çevreye duyarlı, saygılı, ortak hedefler ve faydalar düşünülerek bilinçlendirme ve eğitime çalışmalarının teşvik edilmesi, sonuçların duyurularak yaygınlaştırılması etkili olacaktır. Toplumlar, rahatsız etmeyen tedbirlerle çevreci yaklaşımlara özendirilmelidir. Örneğin; boş pet şişelerin market alışverişlerinde kullanılmak üzere (belirli tutarlarda) fiş ile değişimi güzel bir uygulamadır ama henüz her yerde kullanımı mümkün değildir. Çevreci yaklaşım girişiminde bulunan işletmelerde uygulanabilecek vergi indirimleri, yapılan araştırmalara devlet tarafından bütçe desteğinde bulunulması da teşvik edici olacaktır. En temel görevin mevcut kaynakların korunması/aktarılması olduğu odak noktası olmalıdır. Bu doğrultuda tüm doğal kaynakların, işletmelerin, insanların yaşadığı tüm yerlerin birbirine entegre bir şekilde izlenmesi sağlanmalı ve toplum temelli çalışmaların hız kazanması gerekmektedir.

Tek hedefin dünya birliği ve yaşamı düşünülerek bütünleşmiş çevre-sosyal ve ekonomik planlama analizlerinin yapılması gerekmektedir. Günümüz teknolojisi ile bu öneriler başarılamayacak boyutta değildir. Bu nedenle küresel anlamda acilen geleceğimizi tehdit eden yanlış uygulamalardan, savaşlardan, ticari/inanç egolarından, gelişmişlik olarak gösterilen sömürgecilik tutumundan vazgeçilmesi gerekmektedir.

## KAYNAKÇA

- Akış, S. (1999). “Sürdürülebilir Turizm ve Türkiye”, *Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi*, s.36-46.
- Alada, A., Gürpınar, E. ve Budak, S. (1993). “Rio Konferansı Üzerine Düşünceler”, *İstanbul Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi*, (3-4-5).
- Bahar, O. ve Kozak, M.(2012) *Turizm ve Rekabet*, Ankara, Detay Yayıncılık.
- Boyacıoğlu, E. Z.(2013). Turizm İşletmelerinin Çevresel Etkileri. İçinde *Turizmde Güncel Konu ve Eğilimler* (Ed. Aydın Tükeltürk, Ş. ve Boz, M.). Detay Yayıncılık, Ankara, 2013.
- Boz, M.(2019) *Sürdürülebilir Pazarlama Bakış Açısıyla Turizm Endüstrisi*, Bursa, Ekin Yayınevi.
- Bozdoğan, R. (2005). “Sürdürülebilir Gelişme Düşüncesinin Tarihsel Arka Planı”, *Sosyal Siyaset Konferansları Dergisi*, 50, s.1011-1028.
- Butler, R. W. (1999). “Sustainable tourism: A state- of- the- art review”, *Tourism Geographies: An International Journal of Tourism Space, Place and Environment*, 1(1), s.7-25.
- Çalık, İ. (2019). Ekoturizm ve Sürdürülebilirlik. İçinde *Turizmin Geleceği: Yeni Arayışlar* (Ed. Kanca, B. ve Ertaş, Ç.). Detay Yayıncılık, Ankara.
- Donthu, N., Kumar, S., Mukherjee, D., Pandey, N. ve Lim, W. M. (2021). “How to conduct a bibliometric analysis: An overview and guidelines”, *Journal of Business Research*, 133, s.285-296.
- Dünya Turizm Örgütü (2005). *Sustainable Development*. <https://www.unwto.org/sustainable-development> Erişim Tarihi: 10.11.2024
- Ferjanić Hodak, D. ve Krajinović, V. (2020). “Examining recent research in the field of sharing economy in tourism: Bibliometric and content analysis”, *Tourism: An International Interdisciplinary Journal*, 68(4), s.402-414.
- Font, X. ve McCabe, S. (2017). “Sustainability and marketing in tourism: its contexts, paradoxes, approaches, challenges and potential”, *Journal of Sustainable Tourism*, 25(7), s.869–883.
- Güneş, S. Gül ve Akyurt Kurnaz, H. (2019). Gelecekte Eko Oteller Geleceğin Dijital Otelleri. İçinde *Turizm 4.0 Dijital Dönüşüm* (Ed. Sezgin, M., Özdemir Akgül, S. ve Atar, A.). Detay Yayıncılık, Ankara.
- Gürbüz, S. ve Şahin, F. (2018). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri Felsefe-Yöntem-Analiz*, Ankara, Seçkin Yayıncılık.



- Hall, C. M. (2019). "Constructing sustainable tourism development: The 2030 agenda and the managerial ecology of sustainable tourism", *Journal of Sustainable Tourism*, s.1-17.
- Idayu, S.I., Asari, S., Hussin, N., Zam, A., ve Samsudin, H. (2017). "The Need for Research on Record Keeping Metadata Standardization of Electronic Health Records System Integration", *Journal of Information and Knowledge Management*, 7(2), s.8-21.
- Kale, E. ve Belber, B. G. (2018). Konaklama İşletmelerinin Enerji Kullanımı. İçinde *Turizmde Güncel Konu ve Eğilimler 2* (Ed. Aydın, Ş. ve Boz, M.). Detay Yayıncılık, Ankara.
- Kozak, M. (2021). *Bilimsel Araştırma: Tasarım, Yazım ve Yayımlama Teknikleri*, Ankara, Detay Yayıncılık.
- Nemli, E. (1998). "Sürdürülebilir Kalkınma ve İşletmelerin Rolü", *Öneri*, 2(9), s.287-294.
- Oesselman, D. ve Pfeifer-Schaupp, U. (2012). "Sustainability – Six Dimensions of a Holistic Principle", *Amazon, Organizations and Sustainability*, 3(2), s.121-132.
- Özdemir, G. (2014). *Destinasyon Yönetimi ve Pazarlaması*, Ankara, Detay Yayıncılık.
- Pelit, E., Baytok, A. ve Soybalı, H.H. (2015). "Sürdürülebilir Turizm mi? Turizmde Sürdürülebilirlik mi? Kavramsal Bir Tartışma", *Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Elektronik Dergisi*, 6(14), s.39-58.
- Pencarelli, T., Splendiani, S. ve Fraboni, C. (2015). "Enhancement of the "Blue Flag" Eco-label in Italy: an empirical analysis", *Anatolia*, 27(1), s.28-37.
- Sarkım, M. (2014). Turistik Ürün Çeşitlendirmesinde Sürdürülebilirlik. İçinde *Turistik Ürün Politikası* (Ed. Timur, A.). Detay Yayıncılık, Ankara.
- Sezgin, M. ve Karaman, A. (2008). "Turistik Destinasyon Çerçevesinde Sürdürülebilir Turizm Yönetimi ve Pazarlaması", *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (19), s.429-438.
- Sığırı, Ü. (2021) *Nitel Araştırma Yöntemleri*, İstanbul, Beta Yayıncılık.
- Streimikiene, D., Svagzdiene, B., Jasinskas, E. ve Simanavicius, A. (2020). "Sustainable tourism development and competitiveness: The systematic literature review", *Sustainable Development*, 29(1), s.259-271.
- Sucheran, R. ve Arulappan, L. (2020). "Eco-labels in the tourism sector in South Africa: benefits and barriers", *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*. 9(6), s.979-996.
- Şahin, Y. (2022) *Kentleşme Politikası*, Bursa, Ekin Yayınevi.
- Şimşir, İ. (2022). Bibliyometri ve Bibliyometrik Analize İlişkin Kavramsal Çerçeve. İçinde *Bir Literatür İncelemesi Aracı Olarak Bibliyometrik Analiz* (Ed. Öztürk, O. ve Gürler, G.). Nobel Akademik Yayıncılık, Ankara.
- Tölkes, C. (2018). "Sustainability communication in tourism – A literature review", *Tourism Management Perspectives*, 33, s.10-21.
- Yıldırım, A., Şimşek, H. (2021). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*, Ankara, Seçkin Yayıncılık.
- Yılmaz, Ö. ve Zeybek, F. (2023). Turizm Pazarlaması Açısından Sürdürülebilir Turizm Kavramı ve Uygulama Örnekleri. İçinde *Sosyal Bilimlerde Yeşil Yaklaşımlar Dijitalleşme ve Enerji* (Ed. Başarır, Ç. Ve Yılmaz, Ö.). Özgür Yayınları, Gaziantep.
- Yükselen, C. (2020) *Pazarlamanın Yeni Paradigması Sürdürülebilirlik Bugün Geç Kalmadan Harekete Geçme Zamanı*, Ankara, Detay Yayıncılık.
- Zupic, I. ve Cater, T. (2015). "Bibliometric methods in management and organization", *Organizational Research Methods*, 18(3), s.429-472.