

Pandemi Sonrası Yeşil Otel Araştırmaları: Sistemik Literatür Taraması

 Okan KÜÇÜKMUSTAFA¹  Beykan ÇİZEL²

Oteller (Green Hotels) kavramını konu alan 2020-2024 yılları arasında yayınlanmış akademik literatürü sistemik bir şekilde incelemiştir. PRISMA protokolü kullanılarak SCOPUS ve WOS veri tabanlarından çalışmaya dahil edilen toplam 87 makale, TCM (Teori-Bağlam-Yöntem) ve ADO (Öncüller-Kararlar-Sonuçlar) çerçeveleri kullanılarak sentezlenmiştir. Araştırma kapsamında konu ile ilgili mevcut bilgi birikimi özetlenmiş, teorik ve pratik çıkarımlar geliştirilmiş ve son olarak gelecekte yapılabilecek araştırmalar ile ilgili öneriler sunulmuştur. Özetle elde edilen sonuçlar, çevresel sürdürülebilirlik algısının artışında yeşil otellerin yükselen öneminin rol oynadığını göstermiştir. Planlı Davranış Teorisi, Tüketici Davranışı Teorisi gibi teorilerin, tüketicilerin yeşil otel tercihlerini açıklamada sıklıkla başvurulan kuramlar olduğu saptanmıştır. Yeşil sertifikaların tüketici güvenini artırdığı ve çevrim içi yorumların tüketicilerin yeşil otel tercihleri üzerinde etkili olduğu önemle vurgulanmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Yeşil Oteller, Sürdürülebilirlik, Sistemik Literatür Taraması, PRISMA, TCM, ADO
JEL Kodu/Code: L83.

Research on Green Hotel After The Pandemic: A Systematic Literature Review

Abstract

This study focused on the concept of Green Hotels, which has gained importance in parallel with the increasing perception of sustainability during and after the pandemic, and systematically examined the academic literature published between 2020 and 2024. A total of 87 articles included in the study from SCOPUS and WOS databases using the PRISMA protocol were synthesized using the TCM (Theory-Context-Method) and ADO (Antecedents-Decisions-Consequences) frameworks. Within the scope of the research, the existing knowledge on the subject was summarized, theoretical and practical inferences were developed, and finally, suggestions for future research were presented. In summary, the results obtained showed that the rising importance of green hotels plays a role in the increase in the perception of environmental sustainability. It was determined that theories such as the Theory of Planned Behavior and the Theory of Consumer Behavior are frequently used in explaining consumers' green hotel preferences. It is emphasized that green certificates increase consumer confidence and online comments are effective on consumers' green hotel preferences.

Keywords: Green Hotels, Sustainability, Systematic Literature Review, PRISMA, TCM, ADO

Referans/Citation: Küçükmustafa, O.& Çizel, B. (2025). Pandemi sonrası yeşil otel araştırmaları: Sistemik literatür taraması, *Journal of Tourism and Hospitality Issues*, 7(2), 20-45.

¹Doktora Öğrencisi, Akdeniz Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği, okankm@gmail.com, Orcid Id: 0000-0001-5134-6050

² Prof.Dr, Akdeniz Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü, beykan@akdeniz.edu.tr, ORCID Id: 0000-0003-0474-9222

1. GİRİŞ

Yirminci yüzyılın başlarından itibaren, turizm sektörünün çevre konusundaki hassasiyetleri ve sektör faaliyetlerinin çevre üzerindeki etkileri konusundaki farkındalıkları artmıştır (Yadav vd., 2019). Bu gelişmede tüketicilerin çevresel konulara artan ilgisi önemli bir paya sahiptir. Yükselen farkındalık durumu, yaşadığımız dünyayı koruyan, su ve enerji tasarrufu sağlayan ve atık üretimi konusunda daha dikkatli olan işletmelerin, yani “Yeşil Oteller” kavramının konaklama endüstrisinde doğmasını sağlamıştır (Amandeep, 2017; Wang vd., 2024). Yeşil oteller, bir yandan ürettiği atıkları azaltırken, diğer yandan tesisin enerji, su ve para tasarrufu yapmasını sağlayacak planları hayata geçiren, çevreye duyarlı konaklama tesisleri şeklinde tanımlanabilir. Otel operasyonlarının büyük miktarda su ve enerji kaynağı kullanıp oldukça çok atık üretmesi (Han vd., 2018), giderek daha önemli bir kavram haline gelen sürdürülebilirlik çerçevesinde otellerin de sorumluluk almaları ve bunu açıkça ortaya koymalarını gerektirmektedir (Gupta vd., 2019).

2020 yılından itibaren küresel ölçekte sağlıklı yaşam, çevrenin korunması ve iklim değişikliği gibi konularda tüm davranış, düşünce ve karar süreçlerini etkileyen Covid-19 pandemisi, insanların çevrenin önemini daha iyi anlamaları, tüketim kararlarında farkındalık oluşması ve yeşil mal ve hizmetlerin tercihi konusundaki çevresel tutumlarını büyük ölçüde etkilemiştir (Salama & Mansour, 2022). Turizm sektöründe yaşanan bu süreçle paralel olarak, seyahat edenlerin de satın alma davranışlarında, aldıkları kararların çevre üzerindeki etkileri konusundaki farkındalıklarının arttığı gözlemlenmiştir (Baniya vd., 2023). Bu bağlamda çeşitli akademik çalışmalar (Patwary vd., 2021; Acampora vd., 2022; Huy vd., 2023) tüketicilerin çevre ve doğal kaynaklara yönelik endişelerinin ve kişisel ahlaki yükümlülük duygularının yeşil otelleri ziyaret etme niyetlerini artırdığını göstermiştir.

Sürdürülebilirlik ve çevresel konularda farkındalığın artmaya başladığı ve otelcilik alanında bu konudaki çalışmaların yoğunlaştığı son dönemde, yeşil oteller bağlamında yapılmış akademik çalışmalarda da artış görülmüştür. Çalışma sayılarında artışa paralel olarak yazında sınırlı sayıda literatür taraması bulunmaktadır (Myung vd., 2012; Gao vd., 2016; T.M. vd., 2021; Songur vd., 2023; Khalil vd., 2024; Damigos., 2024; Fauzi vd., 2025). Yeşil oteller bağlamındaki literatür taramaları incelendiğinde bibliyometrik ve nitel sistematik derleme yöntemlerinin ön plana çıktığı görülmektedir. Bu çalışmanın temel motivasyonu küresel COVID-19 pandemisi süreci ve sonrasında yapılan yeşil otel araştırmalarını, hibrit bir sistematik literatür taraması ile nitel ve nicel olarak sentezlemektir. Çalışmada kullanılan hibrit (PRISMA, TCM ve ADO) literatür taraması ile konu kapsamlı olarak incelenmiş, makalelerin teoriler, bağlamlar, yöntemler, öncüller, kararlar ve sonuçlar açısından analizi yapılarak, sürdürülebilir turizm ve çevre dostu otelcilik konularında kapsamlı bir bilgi birikiminin mevcut durumu sunulmuştur. Makale kapsamında öncelikle kullanılan hibrit sistematik tarama yöntemi hakkında bilgi verilmiştir. Makalelerin analizi sonrasında konu ile ilgili teorik ve pratik çıkarımlar sunulmuş ve gelecekte yapılabilecek araştırmalar ile ilgili önerilerde bulunulmuştur.

2. YÖNTEM

2.1. PRISMA Protokolü

Pandemi ile başlayan süreçteki yeşil oteller konulu makalelerin analiz edildiği bu çalışmada, taramaya dahil edilecek makaleleri belirlemek için Sistematik İncelemeler ve Meta-Analizler için Tercih Edilen Raporlama Öğeleri (PRISMA) protokolü benimsenmiştir. Bu protokol, tanımlama, tarama, uygunluk

ve dahil etme olmak üzere dört inceleme aşamasını içermektedir (Moher vd., 2009) ve inceleme sürecine rehberlik etmek için yapılandırılmış bir yaklaşım sunmaktadır (Page vd., 2021). SCOPUS ve Web of Science (WOS) veri tabanlarından elde edilen 87 makale, PRISMA protokolü doğrultusunda literatür taramasına dahil edilmiştir. Yeşil oteller üzerine yapılan bu çalışmada, ADO ve TCM çerçevelerinin bir arada kullanılması, tüketici davranışlarının, sürdürülebilirlik uygulamalarının ve yerleşik çevre bilincinin çok boyutlu bir perspektiften incelenmesini mümkün kılmıştır. PRISMA protokolü çerçevesinde yapılan çalışmanın ilk aşaması için (Tanımlama) Green Hotels (Yeşil Oteller) alanındaki çalışmaları belirlemek amacıyla Web of Science (WOS) ve SCOPUS veri tabanlarında aşağıda sıralanan notasyonlar kullanılarak taramalar yapılmıştır.

- WOS için: (TOPIC=(“green hotels”))
- SCOPUS için: (TITLE-ABS-KEY (“green hotels”))

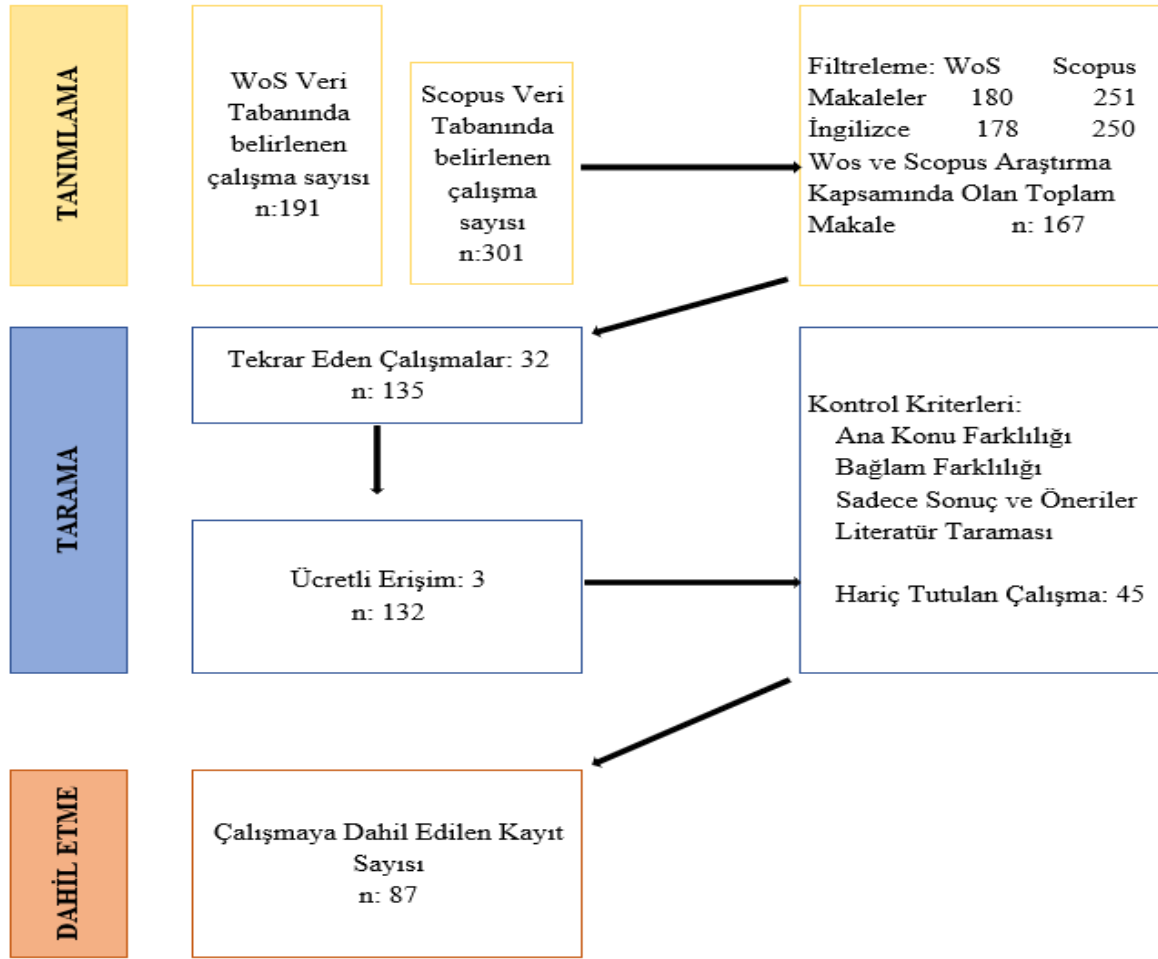
10 Ekim 2024 tarihinde yapılan veri taramasında, 2020–2024 yıllarını kapsayan dönem için WOS’ta 191, SCOPUS’ta 301 akademik çalışmaya ulaşılmıştır. Ulaşılan çalışmalar bazı filtrelere tabi tutulmuştur. Bu bağlamda dosya türü olarak makaleler seçilmiş WOS’ta 180, SCOPUS’ta 251 çalışma belirlenmiştir. Devamında çalışma dili olarak İngilizce seçilmiş WOS’ta 178 ve SCOPUS’ta 250 çalışma belirlenmiştir. Araştırma konusu olan Green Hotels (Yeşil Otel) kavramının turizm dışında çok farklı alanlarda da çalışmalar yapılan bir konu olması sebebiyle, daha spesifik sonuçlara ulaşmak amacıyla WOS’ta çalışma alanı “Hospitality, Leisure, Sport and Tourism” (Konaklama, Boş Zaman, Spor, Turizm) seçilerek ve SCOPUS’ta anahtar kelimeler “Green Hotels ve Sustainability” (Yeşil Oteller ve Sürdürülebilirlik) belirlenerek toplam 167 çalışmaya ulaşılmıştır.

İkinci aşamada (tarama) makalelerin bulunduğu iki veri tabanı birleştirilerek tek bir liste oluşturulmuştur. 167 makalenin bilgileri Excel programında bir dosyaya indirilerek incelenmiş, tekrar eden 32 makale tespit edilmiştir (n: 135 Makale). Tek bir listeye dönüştürülen makaleler detaylı kriterler ile incelemeye tabi tutulmuştur. Öncelikli olarak ücretli erişime açık olan 3 makale listeden çıkarılmış ve geri kalan 132 makale veri tabanlarından indirilerek tam metin olarak bir dosyaya kaydedilmiştir. Makaleler tarafımızca belirlenen “çalışmanın ana konusunun yeşil oteller olmaması, çalışma bağlamının turizm dışında olması, yeşil oteller konusuna sadece çalışmanın sonuç veya öneriler kısımlarında yer verilmesi ve çalışmanın literatür taraması olması” kriterleri ile incelenmiştir. Bu inceleme sonunda 45 makale hariç tutulmuştur. Nihai olarak son aşamada (Dahil Etme) 87 adet makale araştırma kapsamına alınmıştır (Şekil 1).

2.2.TCM ve ADO Çerçeveleri

Paul ve diğerlerinin (2017) oluşturduğu TCM çerçevesi, akademik bakış açılarına rehberlik eden ve temel sağlayan teorileri, ampirik araştırmanın yürütüldüğü bağlamları ve araştırmanın nasıl yürütüldüğünü açıklayan yöntemleri ortaya koymaktadır. ADO çerçevesi ise (Paul & Benito, 2018) bir çalışmada ele alınan olay, süreç veya fenomenin başlangıçtaki öncüllerini, bu öncüller doğrultusunda alınan kararları ve bu kararların doğurduğu sonuçları sistematik bir şekilde analiz eden bir çerçevedir. ADO ve TCM çerçevelerinin birlikte kullanılması, yeşil otelleri konu alan bu literatür taramasında incelenen araştırmaların, teorik temelleri ve araştırmaların bağlamları (TCM) ile bu araştırmaya yönelten öncüller ve araştırma sonuçlarının ulaştığı kararlar (ADO) arasındaki ilişkileri sistematik olarak değerlendirme imkânı sunar (Khodayari vd., 2025; Aulia vd., 2024; Jain vd., 2023; Bhatia vd., 2021). Böylece araştırma bağlamı, kullanılan teoriler, metodolojik yaklaşımlar ve elde

edilen sonuçlar arasında kapsamlı bir bütünlük sağlanarak mevcut literatürdeki boşluklar ve gelecek araştırmalar için fırsatlar daha net bir şekilde ortaya konmuş olur (Bhatia vd., 2021; Lim vd., 2021).



Şekil 1. PRISMA Protokolü adımları

3. BULGULAR

3.1. Çalışmaya Dahil Edilen Makalelerin Betimsel Analizi

Covid pandemisinin dünya genelinde yarattığı doğaya ve doğal olana yönelik ilgi, çevre koruma konusunda artan hassasiyet, sürdürülebilir tüketim algısı (Minh & Quynh, 2024; Elshaer vd., 2022) ve küresel çevre sorunları konusunda artan farkındalık (Wang vd., 2024) nedeniyle bu çalışmada Covid dönemi ile başlayan bir tarih aralığı seçilmiştir. Covid pandemisinin resmi olarak kabul edildiği yıl olan 2020’de Yeşil Otelleri konu edinen, belirlediğimiz kriterlere uygun sadece 7 çalışma bulunmuşken, sonraki yıllarda bu sayı artmıştır. 2021 yılında 11, 2022 yılında 29, 2023 yılında 18 ve 2024 yılında yayınlanmış 22 çalışmaya ulaşılmıştır. Sürdürülebilirlik ve çevre konularında uzmanlaşmış dergiler başta olmak üzere, turizm araştırmaları konusunda yayın yapan dergilerde yoğunlaşmış olsa da mimarlık, mühendislik gibi farklı disiplinlere ait dergilerde de Yeşil Oteller konusunda çalışmalar yayınlanmıştır. En yüksek sayıda yayına Sustainability (Sürdürülebilirlik) dergisinde 12 adet ile ulaşılmıştır.

Çevresel duyarlılık ve doğal kaynakların korunması günümüzde küresel bir sorun olarak tüm bölgeleri ve ülkeleri ilgilendirmektedir (Kaypak, 2012). Bu düşüncenin devamı olarak Yeşil Oteller konusunda yapılan akademik çalışmaların geniş bir coğrafyaya yayıldığı söylenebilir. En çok sayıda

çalışmanın Çin Halk Cumhuriyeti (13), Malezya (9), Hindistan (5) gibi Asya ülkelerinde yapılmış olması, bölgede sürdürülebilirlik algısının yükselmesini Covid ve SARS gibi salgın hastalıklara bağlayan çalışmalar ile paralellik göstermektedir (González-Marin & Garrido-Cumbrera, 2024; Delina vd., 2023).

3.2. TCM Çerçevesi

3.2.1. Teori

Makale analizleri, teorilerin çevre dostu uygulamalar ve sürdürülebilirlik odaklı çerçeveler etrafında şekillendiğini göstermektedir. İncelenen makalelerde ön plana çıkan bazı temel teorik temalar olduğu görülmüştür. Yeşil otellerin, tüketici algıları ve tüketicilerin davranış eğilimleri üzerindeki etkisini inceleyen çalışmalarda, çeşitli teorik yaklaşımlar ve kavramların öne çıktığı görülmüştür. Örneğin Planlı Davranış Teorisi (TPB) en sık kullanılan teori olmuştur. Tüketicilerin çevresel bilinçleri ile otel tercihleri arasındaki ilişkiyi, tüketici davranışları ve çevresel sürdürülebilirlik bağlamında bu teori ile açıklayan pek çok çalışma taramaya dahil edilmiştir (Yeh vd. 2021; Kim & Ha, 2022; Luong & Nguyen, 2024; Wang vd. 2024). Dwivedi ve diğerleri (2022) ise çalışmalarında, TPB ile Tutum-Davranış-Bağlam teorisini entegre bir şekilde kullanarak Covid-19 pandemisi sırasında yeşil otel konseptinin nasıl algılandığını, çevresel endişelerin bu algıya nasıl etki ettiğini incelemişler ve tüketicilerin yeşil otellere yönelik davranışsal niyetlerini açıklamışlardır.

Tüketici davranışı teorisini kullanan makalelerde, yeşil otel tercihlerini etkileyen faktörler ve bu satınalma kararlarının arkasındaki motivasyon kaynakları incelenmiştir. Örneğin Zong & Fukushima (2024), Motivasyon-Fırsat-Yetenek modelini kullanan makalelerinde Çin’li turistlerin yeşil otel tercihlerini incelemiştir. Çevrimiçi seyahat acenteleri ile yeşil oteller arasında tespit edilen uyumsuzlukların, müşterilerin bu otel için daha fazla bedel ödeme istekleri üzerindeki etkilerini araştıran çalışma (Wei vd., 2024) ve pazarlama faaliyetlerinde olumlu mesaj çerçevelemenin tüketicilerin yeşil otel tercihleri üzerinde olumlu etkileri olduğunu gösteren çalışma (Nimri vd., 2022), tüketici davranışı teorisini kullanan diğer örneklerdir. Bu örnekler dışında yine tüketicilerin yeşil otel tercihlerini adı geçen teoriye dayanarak açıklayan pek çok çalışma yapılan analiz sonucunda tespit edilmiştir (Dang-Van vd., 2022; Filimonau vd., 2022; Çalık, 2022; Chen & Petersen, 2022; D’Souza vd., 2021).

Çevresel sorumluluk, sürdürülebilirlik standartları ve çevre dostu uygulamaların otelcilik sektöründeki etkilerini vurgulayan teoriler arasında Sosyo-Materyal Teori (Liu vd., 2022) sayılabilir, bu teoriyle turistik konaklamalarda kaynak tüketimi ve çevresel sürdürülebilirliğin uyumu vurgulanmıştır. Sürdürülebilirlik bir kavram olarak pek çok makalede farklı temalar içinde ele alınmıştır. Örneğin müşterilerin çevre bilinci ve çevresel sürdürülebilirlik eğilimlerinin otel tercihleri üzerindeki etkisini araştıran (Patwary vd., 2021; Kim & Ha, 2022; Ferreira vd. 2023; Alreahi vd., 2023) çalışmalar mevcuttur. Çevre dostu yapı standartlarının, otelcilikte çevresel dikkat ve süreklilik konusundaki önemini vurgulayan (Kürüm-Varolgüneş vd. 2023) çalışmada, Türkiye’de yeşil oteller ve yeşil bina uygulamaları incelenmiştir. Yeşil otellerin sertifikasyon süreçlerini inceleyen çalışmalarda, özellikle bu sertifikaların tüketici algılarındaki ve satın alma tercihlerindeki yeri araştırılmıştır (Trišić vd., 2021; Qubbaj vd. 2023; Kürüm-Varolgüneş vd. 2023). Bazı çalışmalarda tüketicilerin yeşil otellerde konaklama niyetlerini etkileyen unsurları incelerken çevre bilinci, sahip olunan değer ve inançlar ile sosyal normların bu kararlar üzerindeki etkileri vurgulanmıştır (Nimri vd., 2020; Eid vd. 2021; Wang vd. 2022; Filimonau vd., 2022; Quan vd. 2023; Fauzi vd., 2024).

Yeşil otellerin teknolojik yenilikler ve ekolojik inovasyonlar sayesinde çevresel sürdürülebilirliği nasıl desteklediğini vurgulayan çalışmalara örnek olarak Pai ve diğerlerinin (2023) çalışmalarında, yeşil otellerin çevresel sürdürülebilirlik uygulamalarına dahil edilen teknoloji ürünlerinin kullanımı incelemiştir. Sharma ve diğerleri (2024) ise çalışmalarında yeşil otellerde çevre dostu yeniliklerin tüketici tercihleri ve davranışları üzerindeki etkisini inceleyerek, ziyaretçilerin yeşil otellerde tecrübe ettikleri çevre dostu yenilikleri benimsedikçe, daha sürdürülebilir ve çevre dostu tüketim davranışları sergilediğini ortaya koymuştur. “Doğanın korunması, sürdürülebilir yönetimi ve restorasyonu ile çevresel, ekonomik ve toplumsal sorunlara çözüm sunarak hem insanlara hem de doğaya fayda sağlamayı amaçlayan yaklaşımlar” (Doğa Temelli Çözümler Derneği, 2025) olarak tanımlanan Doğa Temelli Çözümler-Nature Based Solutions (NBS) çalışmalarının, uygulandıkları otellerde, o otellerin yeniden tercih edilmesi noktasında etkili olduğu görülmüştür (Yun & Kim, 2022; Kim & Yun vd., 2022)

Otellerin çevre dostu taahhütlerini tüketicilere iletme ve algı yönetimi stratejilerini ele alan çalışmalarda kullanılan teoriler arasında Sinyal Verme Teorisinin olduğu görülmüştür. Rahman ve diğerleri (2020) çalışmalarında çevre dostu uygulamaların müşteri çekmek için bir pazarlama stratejisi olarak nasıl kullanıldığı ve bu uygulamaların otel seçiminde etkili olup olmadığı incelerken bu teoriden yararlanmışlardır. Tüketicilerin yeşil oteller için bir bedel ödeme konusunda istekli olup olmadığını inceleyen çalışmalarda (Shehawy vd., 2024; Galati, 2023; Wei vd., 2024; Özkan vd., 2024), tüketicilerin çevresel kaygıları ve çevre dostu otel algılarının, bu tarz oteller için diğerlerine göre fazla ödeme yapmaları üzerindeki etkileri Tüketici Ödeme İstekliliği Teorisi kullanılarak incelenmiştir. D’Souza ve diğerleri (2021) yaptıkları araştırmada çevresel sürdürülebilirlik odaklı çalışmaların, pazarda rekabet avantajı getirip getirmediği konusunu pazarlama stratejileri teorileri çerçevesinde incelemişlerdir. Yukarıda detaylandırılan teori kullanımları frekans sayılarını içerecek şekilde Tablo 1’de görülebilir.

Tablo 1: Makalelerde kullanılan teoriler

Kullanıldığı Makale Sayısı	Teoriler
15	Planlı Davranış Teorisi (TPB)
12	Sürdürülebilirlik Teorisi
10	Tüketici Davranışı Teorisi
9	Çevre Dostu Uygulamalar Teorisi
6	Sosyo-Materyal Teori
5	Eko-Innovasyon Teorisi
4	Lüks Markalama Teorisi
4	Doğa Temelli Çözümler (NBS)
3	Etik İdeoloji ve Dindarlık Teorileri
3	Teknoloji ve Çevresel Sürdürülebilirlik
2	Stres Azaltma Teorisi
2	Sinyal Verme Teorisi
2	Hedef-Çerçeveleme Teorisi
2	Yeşil İnsan Kaynakları Yönetimi (GHRM)
8	Diğer Teoriler

3.2.2. Bağlam

Literatür taramasında incelenen çalışmalar, pandeminin sürdürülebilir turizm üzerindeki etkilerinden çevre dostu uygulamalar, müşteri algıları ve liderlik stratejilerine kadar geniş bir perspektif

sunmaktadır. Bağlamsal analizlere bakıldığında, yeşil otel uygulamalarının çeşitli bölgesel, psikolojik, sosyolojik, sektörel ve teknolojik boyutları ile incelendiği görülmektedir.

Bölgesel boyutta, yeşil otel uygulamalarının dünyanın farklı köşelerinde çevresel sürdürülebilirlik algıları ve bu algının yarattığı satın alma kararları üzerindeki etkileri vurgulanmaktadır. Türkiye, Norveç, İngiltere, Macaristan ve Güney Avrupa'daki yeşil otellerde kalite ve sürdürülebilirlik uygulamalarının birleştirilmesi, uluslararası turist beklentileriyle uyumlu örnekler sunmuştur (Ali vd., 2023; Kürüm-Varolgüneş, vd. 2023; Trišić vd., 2021; Chen & Peng, 2023; Çalık, 2022). Asya – Pasifik bölgesi, yeşil oteller ve sürdürülebilirlik temalı çalışmalarda sayısal olarak ön plana çıkmaktadır. Bölgenin küresel ölçekteki son iki büyük salgının çıkış noktası olması (Liu vd., 2020) ve bu bölgenin salgın kaynaklı olarak turizm bağlamında en çok etkilenen yer olması (UNWTO, 2024) nedeniyle bu konulara ilginin arttığı tarafımızca değerlendirilmektedir. Örnek olarak Çin, Tayland, Malezya, Bangladeş ve Endonezya'daki yeşil oteller, bölgesel çevre bilincini artırıcı uygulamalarıyla dikkat çekmiştir (Wei vd., 2024; Wang & Nguyen vd., 2022; Quan vd., 2022; Fuchs vd., 2024; Yun & Kim, 2022; Patwary vd., 2023; Damaiani vd., 2023). Çin'de kaplıca turizmi ile geleneksel otellerden yeşil otellere doğru yöneliş (Liu vd., 2022; Quan vd., 2023) ve Malezya'daki liderlik temelli sürdürülebilirlik stratejileri (Ahmed vd., 2021) öne çıkmıştır. İncelenen makaleler göstermektedir ki; Ekvador ve Latin Amerika bölgesindeki ekolojik oteller, doğaya duyarlı turizm uygulamalarını desteklemekte (Moreno Brito vd., 2024) ve çevrimiçi yorumlar üzerinden müşteri memnuniyetini ölçmektedir (Moreno Brito vd., 2023). Güney Afrika, yerel kültüre dayalı sürdürülebilirlik perspektiflerini yeşil oteller aracılığıyla uygulama alanı bulmuştur (Fatoki, 2020). Suudi Arabistan ve Katar gibi ülkelerde yeşil sertifikaların çevrimiçi platformlarda müşteri davranışlarını nasıl etkilediği incelenmiştir (Qubbaj vd., 2023; Al-Gharibah & Mahfod, 2022). Avustralya'da artan çevresel farkındalığın, yeşil otel konseptinin benimsenmesini kolaylaştırdığı görülmüştür (Nimri vd., 2020; D'Souza vd., 2021).

Psikolojik ve sosyolojik bağlamda, müşterilerin çevre bilinci ve sürdürülebilirlik algıları yeşil otel tercihlerini belirleyen en önemli unsur olarak ortaya çıkmakta ve pek çok akademik araştırmanın temel noktasını oluşturmaktadır (Agag & Çölmekçioğlu, 2020; Kim & Ha, 2022; Sultana vd., 2022; Kement vd. 2024). Ayrıca Jayanetti ve diğerleri (2024) yeşil otel uygulamalarının müşterilerin çevresel bilinç algılarını etkilediğini ortaya koyan bir çalışma yapmışlardır. Literatür taramamızın temel çıkış noktalarından olan Covid-19 pandemisinin çevresel bilinç ve sürdürülebilirlik algısı üzerinde yarattığı etki ile hijyen ve çevre dostu uygulamalar arasındaki bağlantının, tüketici tercihlerini belirlemede kritik bir rol oynadığı görülmüştür (Feng vd., 2024; Dwivedi vd., 2022; Alreahi vd., 2023; Chen & Peng, 2023; Salama & Mansour, 2022).

İncelenen araştırmaların bazılarının lüks otelleri (Chen & Petersen, 2022; Dang-Van vd., 2022), yeşil insan kaynakları uygulamalarını (Nisar vd., 2021; İrani vd., 2022) ve fiyatlandırma davranışlarını (Özkan vd., 2024; Shehawy vd., 2024; Galati vd., 2023) sektörel ve stratejik iş modelleri temelinde bağlam olarak belirledikleri görülmüştür. Otellerin sahip oldukları yeşil sertifikaların tüketici algıları üzerindeki etkileri ve bir pazarlama argümanı olarak kullanılmaları da bazı araştırmaların bağlamını oluşturmuştur (Cembruch-Nowakowski, 2022; Kürüm-Varolgüneş vd. 2023; Trišić vd., 2021; Qubbaj vd., 2023). Yeşil otel web sitelerindeki bilgi kalitesi ve bu oteller hakkında yapılan online yorumlar, tüketici algılarını ve otel tercihlerini önemli ölçüde etkileyen bir faktör olarak ele alınan araştırmalarda göze çarpmıştır (Ray vd. 2024; Chuang vd., 2024; Moreno Brito vd. 2024). Makalelerde kullanılan tüm bağlamlar ve frekansları Tablo 2'de görülebilir.

Tablo 2: Makalelerin hazırlandığı bağlamlar

Kullanım Sayısı	Bağlamlar
25	Coğrafik Alanlar (Ülkeler ve Bölgeler)
12	Pandemi Etkisi
10	Yeşil Uygulamalar ve Teknoloji Kullanımı
15	Sürdürülebilir Turizm ve Çevresel Sürdürülebilirlik
12	Müşteri Davranışları ve Algılar
10	Pazarlama Stratejileri ve Tüketici Eğilimleri
7	Liderlik ve Yönetim
4	Çevrim İçi Yorumlar ve Dijital Platformlar
2	Yeşil Sertifikalar ve Etiketler

3.2.3. Yöntem

Yeşil otel uygulamalarının incelenmesine dayalı 87 makalede kullanılan yöntemler, çalışmalardaki metodolojik çeşitliliği göstermektedir. Araştırmaların büyük bir kısmı, nitel ve nicel yöntemlerin birlikte kullanımı veya belirli analiz yöntemlerini kullanarak sürdürülebilirlik ve çevre dostu uygulamaları anlamaya odaklanmıştır. En yaygın kullanılan yöntemlerden biri olan anketler, turistlerin yeşil otel tercihlerini etkileyen faktörleri anlamak için kullanılmıştır. Örnek olarak davranışsal niyetlerin (Dwivedi vd., 2022; Nimri vd., 2020; Ferreira vd., 2023) ve çevresel endişe değişkenlerinin (Sultana vd., 2022) anketler aracılığıyla incelenmesi gösterilebilir. Tüketicilerin çevresel bilinç düzeyleri ile yeşil otel tercihlerindeki etkileşimlerin değerlendirilmesi (Kim & Ha, 2022) gibi temalar anket analizleri ile araştırılmıştır. Ayrıca bir çalışmada yeşil otellerin sunduğu sürdürülebilirlik faktörlerinin, misafirlerin çevresel algılarına etkisi ölçülmüştür (Hasan, 2023).

Yeşil otel uygulamalarının liderlik stratejileri ve sürdürülebilirlik hedeflerine katkıları, nitel analizlerle derinlemesine incelenmiştir. Örnek olarak liderlik stratejilerinin, sürdürülebilir gelişim hedeflerine olan etkilerinin bir durum çalışması aracılığıyla değerlendirilmesi (Ahmed vd., 2021), otel dernekleri ve otel yönetimleriyle yapılan görüşmeler aracılığı ile sürdürülebilirlik uygulamalarına yönelik tutumların analiz edilmesi (Damaianti vd., 2023) şeklindeki çalışmalar gösterilebilir. Ayrıca çevrimiçi otel yorumlarından elde edilen verilerin analiz edilmesiyle, yeşil otellerin müşteri algısı üzerindeki etkisi de araştırılmıştır (Moreno Brito vd., 2024; Chuang vd., 2024).

Hem nitel hem de nicel veri toplama tekniklerini birleştiren yaklaşımlar, sürdürülebilirlik stratejilerinin ve yeşil otel uygulamalarının çok yönlü analizini sunmuştur. Örneğin otellerde kullanılan teknoloji ürünlerinin çevresel sürdürülebilirlik ve müşteri algıları üzerindeki etkileri (Pai vd., 2022) karma bir yöntemle incelenmiştir. Web sitelerindeki sürdürülebilirlik bilgileri ve müşteri niyetleri arasındaki uyum karma yöntemlerle değerlendirilmiştir (Ray vd., 2024). NBS uygulamalarının çevresel performans üzerindeki etkisi yine karma bir şekilde nitel ve nicel veri toplama yöntemleriyle incelenmiştir (Kim & Yun, 2022; Yun & Kim; 2022).

Klasik araştırma yöntemleri dışında bazı çalışmalarda ileri araştırma yöntemlerinin kullanıldığı görülmüştür. Sürdürülebilir stratejilerin, müşteri algıları ve duygusal imaj üzerindeki etkilerini analiz etmek için kısmi en küçük kareler ve bulanık küme nitel karşılaştırmalı analiz yöntemleri kullanılmıştır (Salem vd., 2022). Yeşil otellerdeki sürdürülebilirlik performansının ve rekabet stratejilerinin analizi için bazı çalışmalarda karmaşık veri analitik teknikleri (Makine Öğrenimi ve Çok Kriterli Karar Verme) uygulanmıştır (Bagheri vd., 2020; Yadegaridehkordi vd., 2021; Wang & Nguyen, 2022).

Yapılan analiz sonucunda, anket yöntemi 38 makale ile en çok kullanılan veri toplama yöntemi olarak öne çıkmıştır. Anketlerin analiz yöntemleri arasında Yapısal Eşitlik Modeli 6 çalışmada kullanılarak ön plana çıkmaktadır. Nicel ve nitel analiz yöntemleri, sırasıyla 15 ve 9 makalede tercih edilmiştir. Bunun yanı sıra, karma yöntemler (7 makale) ve özel teknikler de dikkate değer bir kullanım göstermiştir (18 makale, ör. AHP, PLS-SEM, metin madenciliği). Çalışmalarda genel olarak nicel yaklaşımların baskın olduğu, ancak nitel ve karma yöntemlerin de destekleyici bir rol oynadığı gözlenmiştir. Makalelerin tamamında kullanılan yöntemler Tablo 3'te görülebilir.

Tablo 3: Makalelerde kullanılan yöntemler

Yöntemlerin Kullanım Sayısı	Yöntemler
38	Anket
15	Nicel Yöntemler
9	Nitel Yöntemler
7	Hibrit (Karma) Yöntemler
18	Diğer Teknik ve Yöntemler
5	DeneySEL Yöntemler
3	Metin Madenciliği ve İçerik Analizi
3	IPA (Önem-Performans Analizi)
2	Makine Öğrenimi
2	Yapısal Eşitlik Modellemesi
1	Doğal Dil İşleme
1	GHRM (Yeşil İnsan Kaynakları Yönetimi)
1	PLS-Sem ve fsOCA
1	AHP (Analitik Hiyerarşi Süreci)

3.3. ADO Çerçevesi

3.3.1. Öncüller

ADO çerçevesinin ilk adımı olan öncüllerin belirlenmesi, araştırma öncesindeki koşulların (Khodayari vd., 2025) belirlenmesini ve yeşil oteller konusundaki tutum ve alınan aksiyonların nedenlerini (Aulia vd., 2024) ortaya koymaktadır. Bu yaklaşım ile bakıldığında, incelenen makalelerde öncüller aşağıda açıklandığı şekilde belirli konu başlıkları altında toplanmaktadır. Araştırma kapsamında incelenen çalışmalarda, otelcilik sektöründe çevresel farkındalığın ve tüketicilerin taleplerinden kaynaklanan sürdürülebilirlik baskısının giderek arttığı ve bu durumun yeşil otellere yönelimi hızlandırdığı görülmektedir. Özellikle, çevre dostu yeşil bina standartları (Hou & Wu, 2021; Kürüm-Varolüneş vd., 2023) ve teknoloji kullanımı gibi konular (Pai vd., 2022; Ray vd., 2023) çevresel etkileri azaltma amacıyla ön plana çıkmıştır. Çin'deki turizm sektörü örneğinde, artan çevresel baskılar ve kaynak tüketimiyle ilgili sorunlar, sürdürülebilirlik uygulamalarına olan ilgiyi hızlandırmıştır (Liu vd., 2022). ABD, Avustralya ve Norveç gibi farklı coğrafyalarda, tüketicilerin sahip olduğu çevre bilincinin otel tercihleri üzerindeki etkilerinin giderek arttığı görülmüştür (Nimri vd., 2020a; Nimri vd., 2020b; D'souza vd., 2021; Chen vd., 2022; Ali vd., 2023).

Makalelerde, küresel Covid-19 pandemisinin otelcilik sektöründe çevresel sürdürülebilirlik algısı üzerinde etkili olduğu görülmüştür. Pandemi döneminde sağlık ve çevre konusundaki endişelerin artması, yeşil otellere yönelik ilginin de çoğalmasını sağlamıştır (Dwivedi vd., 2022; Chen & Peng, 2023; Feng vd., 2024). Tüketiciler, doğa temelli çözümler ve stres azaltma uygulamaları gibi yenilikçi sürdürülebilirlik hizmetlerine yönelik artan bir talep göstermiştir (Yun & Kim, 2022). Pandemi krizinden etkilenen bölgelerde, pandemi sürecinde ortaya çıkan çevresel hassasiyetlerin, otel

yöneticilerinin sürdürülebilirlik odaklı stratejiler geliştirmelerine öncülük ettiği görülmüştür (Salama & Mansour, 2022; Ray vd., 2023).

Çalışmalar, yeşil otelcilik trendinin küresel olarak yükseldiği bu dönemde, tüketici davranışlarındaki değişimlerin dikkat çekici olduğunu ortaya koymuştur. Latin Amerika ve Malezya gibi farklı coğrafyalarda yapılan çalışmalar, çevresel sürdürülebilirlik bilinciyle paralel olarak yeşil otel tercihlerine olan ilginin artışına vurgu yapmıştır (Ahmed vd., 2021; Patwary vd., 2021; Moreno Brito vd., 2023; Fauzi vd., 2024; Patwary vd., 2023). Tüketicilerin, çevresel bilince sahip otellere daha fazla ödeme yapma konusundaki istekliliği, pek çok çalışmada incelenmiştir (Galati vd., 2023; Wei vd., 2024; Shehawy vd., 2024; Özkan vd., 2024). Çevrimiçi platformlarda tesislerin çevresel öncelikleri hakkında yapılan yorumlar (Chuang vd., 2024) ve tesislerin sahip olduğu çevre dostu sertifikasyonların (Trišić vd., 2021; Cembruch-Nowakowski, 2022; Qubbaj vd., 2023), tüketici karar süreçlerini önemli ölçüde etkilediği de çeşitli araştırmalarda görülmüştür.

İncelenen çalışmalarda, otelcilik sektöründe sürdürülebilirlik uygulamalarını benimsemenin, sektörel rekabet avantajı sağlama yolunda önemli bir adım olarak kabul edildiği söylenmektedir (Floričić, 2020; Wu, 2021; Preziosi vd., 2022; Wang & Nguyen, 2022). Lüks otellerde hayata geçirilen yeşil uygulamaların yarattığı müşteri algısı ve bu uygulamaların marka değeri üzerindeki etkisinin, bu segmentte sürdürülebilirliğin giderek daha çok benimsenmesini sağladığı görülmüştür (Chen & Petersen, 2022; Dang-Van vd., 2022). Ayrıca bazı çalışmalarda otel yöneticilerinin, liderlik rollerini kullanarak çevresel performansı iyileştirici uygulamaları, insan kaynakları yönetimi gibi konuları da dahil edecek şekilde yaygınlaştırmakta oldukları ortaya konmuştur (Ahmed vd., 2021; Nisar vd., 2021; İrani vd., 2022; Salama & Mansour, 2022).

İçsel değerlerin ve sosyal normların, yeşil otel tercihleri üzerindeki etkisi önemli bir araştırma konusu olmuştur (Wang vd., 2023; Fauzi vd., 2024). Biyosferik değerler ve altruistik yaklaşımların, turistlerin yeşil otellere yönelik algısını ve tercihlerini önemli ölçüde şekillendirdiği görülmüştür (Torres-Moraga vd., 2021; Patwary vd., 2022). Trabzon, Çin Halk Cumhuriyeti ve Katar gibi yerel bağlamlarda yapılan çalışmalar, bireylerin taşıdığı çevresel sorumluluk duygusunun ve bağlı oldukları sosyal normların, yeşil otelcilik uygulamalarına olan desteklerini artırdığını ortaya koymuştur (Çalık, 2022; Al-Gharibah & Mahfod, 2022; Wang vd., 2022; Quan vd., 2023).

3.3.2. Kararlar

Sistematiik literatür taraması kapsamında incelenen makaleler, ADO çerçevesinin ikinci adımı olan kararlar bağlamında analiz edildiğinde yeşil otelcilik kapsamında alınan kararların sadece çevresel sürdürülebilirlik hedeflerine ulaşmayı değil, aynı zamanda tüketici memnuniyetini artırmayı ve otelcilik sektöründe rekabet avantajı sağlamayı amaçladığını ortaya koymaktadır. Çevresel sürdürülebilirlik ve tüketici davranışları odaklı olarak; yeşil bina standartlarının otelcilik sektörüne uygunluğunun belirlenmesi (Hou & Wu, 2021; Kürüm-Varolüneş vd., 2023), sosyo-materyal yaklaşım ile kaynak tüketiminin analiz edilerek sürdürülebilirlik stratejilerinin geliştirilmesi (Liu vd., 2022) ve teknoloji ürünlerinin müşteri deneyimi üzerindeki etkilerinin değerlendirilmesi (Pai vd., 2022; Ray vd., 2023) incelenen makalelerde alınan kararlar olarak göze çarpmaktadır. Diğer taraftan, yeşil otellere yönelik turist algılarının tercih ve davranışlara olan etkilerinin incelenmesi çeşitli çalışmalarda ele alınmıştır (Patwary vd., 2021; Fuchs vd., 2024). Hameed ve diğerleri (2022) çalışmalarında Uyarın-Organizma-Tepki (SOR) modeli çerçevesinde otellerdeki yeşil uygulamaların, ağızdan ağıza iletişim ile bilinirliğini artırabileceğini ve otel için olumlu tanıtıma

katkı sunabileceğini ortaya çıkarmışlardır. Müşterilerin yeşil otelleri tekrar ziyaret etme istekleri ve bu tarz otellere fazladan bir bedel ödeme isteklerinin neden-sonuç ilişkilerinin araştırılması da alınan kararlar arasındadır (Yun & Kim, 2022; Hasan, 2023; Hasan & Rahman, 2023; Mohammed vd., 2024; Sreen vd., 2024; Özkan vd., 2024; Shehawy vd., 2024). Pandeminin turizm üzerindeki etkileri bağlamında tüketicilerin daha fazla çevresel sürdürülebilirlik ve hijyen taleplerine yönelik kararlar alındığı da görülmüştür (Dwivedi vd., 2022; Sultana & Amin, 2022; Quan vd., 2022; Ferreira vd., 2023).

Araştırmaların ulaştığı diğer kararlar arasında tüketicilerin yeşil otellerde konaklama niyetlerini etkileyen faktörlerin, pazarlama stratejileri üzerindeki etkilerinin değerlendirilmesi de sayılabilir (Nimri vd., 2020a; D'Souza vd., 2021). Ayrıca yeşil otellerin sunduğu kalite özelliklerinin misafir algısını nasıl etkilediği ve müşteri memnuniyetine olan katkılarının değerlendirilmesi incelenen konular arasındadır (Çalık, 2022; Ali vd., 2023; Moreno Brito vd., 2024). Çevrimiçi yorumların, metin madenciliği ile yeşil otellerin hizmet iyileştirme alanlarını belirleme ve seyahat edenlerin psikolojik algılarını yansıtmaya potansiyeli taşıdığı vurgulanmıştır (Moreno Brito vd., 2024; Chuang vd., 2024). Otellerde liderlik rollerinin sürdürülebilir gelişim stratejilerine katkıları ve çevre dostu hedeflere destek rolleri analiz edilmiş (Ahmed vd., 2021), yeşil insan kaynakları yönetimi uygulamalarının, yeşil otellerin çevresel performansına olan etkisi incelenmiştir (Nisar vd., 2021; İrani vd., 2022). Yeşil otellerin sertifikasyon süreçlerinin müşteri güvenini ve tercihinin nasıl etkilediğinin değerlendirilmesi (Trišić vd., 2021; Qubbaj vd., 2023; Cembruch-Nowakowski, 2023) ve sürdürülebilir uygulamaların otel rekabet gücü üzerindeki etkilerinin analiz edilmesi (Floričić, 2020; Wu, 2021) makalelerde önemli yer bulmuştur. Tüketicilerin yeşil otel tercihlerine yönelik değer, yenilik ve katılım etkilerinin değerlendirilmesi (Kemboj vd., 2022), tüketici davranışlarını etkileyen çevresel bilgi ve yeşil faydaların incelenmesi ve çevresel sorumluluk algısının turistlerin yeşil otel tercihleri üzerindeki etkisinin analiz edilmesi (Chang & Lin, 2022; Tan, 2023; Raza & Farrukh, 2023; Alreahi vd., 2023; Van Huy vd., 2023; Fuchs vd., 2024) çalışmalarda ulaşılan kararlar arasındadır.

3.3.3. Sonuçlar

Literatür taramasında ulaşılan makalelerin sonuçları incelendiğinde, yeşil bina standartlarının, kaynak kullanımında tasarruf ve sürdürülebilirlik tutumu bakımından farklı nitelikleri ön plana çıkardığı görülmüştür (Hou & Wu, 2021; Kürüm-Varolgüneş vd., 2023). Araştırmalarda ayrıca sosyo-materyal etkileşimlerle kaynak optimizasyonu önerilmiş (Liu vd., 2022) ve teknoloji ürünlerinin enerji verimliliğini ve müşteri memnuniyetini artırıcı sonuçlar sağlayacağı (Pai vd., 2022; Ray vd., 2023) ortaya konmuştur. Geçmişte yeşil otellerde konaklamış müşterilerin, yeniden bu otelleri tercih etme eğiliminde olduğunu gösteren çalışmaları ile Zeng ve diğerleri (2024), yeşil otellerin sadık müşteri yaratma potansiyellerini göstermişlerdir. Tüketici davranışları ve yeşil algılar temelli sonuçlar incelendiğinde; yeşil algıların turist davranışlarını olumlu etkilediği (Kim vd., 2022; Patwary vd., 2023; Fuchs vd., 2024), çevre bilincinin otel tercihlerinde belirleyici olduğu (Sultana vd., 2022; Ferreira vd., 2023; Moreno Brito vd., 2023) görülmüştür.

Pandemi döneminde yeşil otel tercihlerinin arttığı (Dwivedi vd., 2022; Salama & Mansour, 2022; Feng vd., 2024), doğa temelli çözümlerin tüketiciler açısından stres azaltıcı olduğu (Yun & Kim, 2022) ve sahip olunan Altruistik değerlerin yeşil otel niyetini güçlendirdiği (Patwary vd., 2022) belirlenmiştir. Pazarlama ve algısal stratejiler bağlamında sürdürülebilirlik vurgusunun müşteri ilgisini artırdığı (Nimri vd., 2020a; D'Souza vd., 2021; Sun & Kim, 2024) ve çevre dostu

düzenlemelerin rekabet avantajı sağladığı (Floričić, 2020; Wu, 2021; Chang & Cheng, 2022; Preziosi vd., 2022; Alreahi vd., 2023; Perera vd., 2024) görülmüştür. Çevrimiçi yorumlar ve bu kanalla kurulan iletişimin gezginlerin yeşil algılarını yansıttığı (Moreno Brito vd., 2024; Chun-Ming vd., 2024) ve tesislerin sahip olduğu yeşil özgünlüğün müşteri etkileşimlerini artırdığı (Yu vd., 2024) belirlenmiştir. Rahman ve diğerleri (2020) pazarlama ve tanıtım faaliyetlerinde yeşil sinyal vermenin, işletmelerin çevreci kimliğini güçlendirerek, tüketici tercihlerini olumlu yönde etkileyebileceğini göstermiştir. İncelenen makalelerde yeşil insan kaynakları yönetimi (GHRM) uygulamalarının, tesisin çevresel performansını artırıcı etkileri olduğu (Nisar vd., 2021; İrani vd., 2022) ve etkin liderliğin sürdürülebilir uygulamalarda başarı getirdiği (Ahmed vd., 2021) ortaya konmuştur. Otellerin sahip olduğu yeşil sertifikaların müşteri güvenini artırdığı (Trišić vd., 2021; Cembruch-Nowakowski, 2023) ve rekabet avantajı sağladığı görülmüştür (Qubbaj vd., 2023). Tüketicilerin sahip olduğu çevresel bilgi, duyarlılık ve biyosferik değerlerin yeşil otel tercih etme niyetlerini güçlendirdiği (Eid vd., 2021; Patwary vd., 2021; Acampora vd., 2022; Al-Gharibah & Mahfod, 2022; Kim & Ha, 2022; Dwivedi vd., 2022; Sultana vd., 2022; Zong & Fukushima, 2024), sosyal medyanın özellikle genç tüketicilerin yeşil otellere olan ilgisini artırdığı (Luong & Nguyen, 2024) görülmüştür.

4. SONUÇ VE KATKILAR

Sistemik literatür taraması ile elde edilen akademik makalelerin teoriler, bağlamlar, yöntemler, öncüller, kararlar ve sonuçlar açısından analizi, sürdürülebilir turizm ve çevre dostu otelcilik konularında kapsamlı bir bilgi birikimi sunmaktadır. Çalışmada incelenen 87 makalenin TCM ve ADO çerçevesine göre analizi sonucunda elde edilen verilerin toplu olarak görülebilmesi için Tablo 4 incelenebilir.

TCM analizine göre, Planlı Davranış Teorisi (TPB) ve Tüketici Davranış Teorisi, yeşil otel tercihlerini açıklamada en sık kullanılan teorilerdir (%38 oranında kullanım sıklığı vardır). Bu teoriler, tüketicilerin çevresel bilinç, sosyal normlar ve algılanan davranışsal kontrolünün satın alma niyetlerini şekillendirdiğini vurgulamaktadır (Yeh vd., 2021; Nimri vd., 2020). Sosyo-Materyal Teori gibi yaklaşımlar ise kaynak optimizasyonu ve teknoloji entegrasyonunu destekleyerek, sürdürülebilirlik uygulamalarının operasyonel boyutunu aydınlatmıştır (Liu vd., 2022). Bağlamsal analizlere bakıldığında, Asya-Pasifik bölgesinin tüm çalışmalar içinde %60 ile en çok kullanılan bölge olarak pandemi sonrası yeşil otel araştırmalarında merkezi bir rol oynadığını göstermiştir. Özellikle Çin ve Malezya'daki çalışmalar, bölgesel çevre politikalarının turist davranışlarını nasıl şekillendirdiğini ortaya koymuştur (Wei vd., 2024; Ahmed vd., 2021).

Yöntemsel olarak, nicel anketler ve Yapısal Eşitlik Modeli (SEM) gibi teknikler baskınken, karma yöntemler derinlemesine bağlamsal analizler sunmuştur. Yöntemler, anketler, nitel analizler ve karma yöntemler gibi çeşitli tekniklerle zenginleştirilmiştir. Çoğu çalışma, yapısal eşitlik modelleme (SEM) ve çok kriterli karar verme (MCDM) gibi analitik yöntemlerle sürdürülebilirlik performansını ölçmeye odaklanırken (Bagheri vd., 2020; Nimri vd., 2020b; Yeh vd., 2021; Salem vd., 2022; Wang vd., 2022; Wang vd., 2023; Wang vd., 2024); metin madenciliği ve doğal dil işleme (NLP) gibi teknolojik yöntemler (Ray vd., 2023; Chuang vd., 2024; Moreno Brito vd., 2024) çevrimiçi tüketici davranışlarını analiz etmek için kullanılmıştır.

Tablo 4: TCM ve ADO Çerçevesi Analizi

TCM ÇERÇEVESİ		ADO ÇERÇEVESİ		
Teoriler	Bağlamlar	Öncüller	Kararlar	Sonuçlar
Planlı Davranış Teorisi (TPB)	Coğrafik Alanlar (Ülkeler ve Bölgeler)	Çevresel Farkındalığın ve Sürdürülebilirlik Baskısının Yükselişi	Çevresel Sürdürülebilirlik Stratejileri	Yeşil Bina Standartlarının uygunluğunun incelenmesi
Sürdürülebilirlik Teorisi	Pandemi Etkisi	Çevresel sürdürülebilirlik baskısı artışı.	Yeşil bina standartlarının uygunluğunun belirlenmesi.	Sosyo-materyal etkileşimlerle kaynak optimizasyonu
Tüketici Davranış Teorisi	Yeşil Uygulamalar ve Teknoloji Kullanımı	Yeşil bina standartlarına olan talep.	Kaynak tüketiminin analizi ve sürdürülebilirlik stratejilerinin geliştirilmesi.	Teknoloji ürünleri sayesinde enerji verimliliği ve müşteri memnuniyeti
Çevre Dostu Uygulamalar Teorisi	Sürdürülebilir Turizm ve Çevresel Sürdürülebilirlik	Teknoloji kullanımında çevresel duyarlılık.	Teknoloji ürünlerinin etkilerinin değerlendirilmesi.	Yeşil algıların turist davranışlarını olumlu etkilemesi
Sosyo-Materyal Teori	Müşteri Davranışları ve Algılar	Çin'de kaynak tüketimi sorunları.	Tüketici Davranışları ve Yeşil Algılar	Çevre bilincinin otel tercihlerinde belirleyici olması
Eko-Innovasyon Teorisi	Pazarlama Stratejileri ve Tüketici Eğilimleri	Çeşitli bölgelerde çevre bilinci yükselişi.	Yeşil otellere yönelik turist algılarının incelenmesi.	Pandemi döneminde yeşil otel tercihlerinin artması
Lüks Markalama Teorisi	Liderlik ve Yönetim	COVID-19'un Etkisi ve Yeniden Biçimlenen Talepler	Pandemi koşullarında davranışsal niyetlerin analiz edilmesi.	Doğa temelli çözümlerin stres azaltıcı olması
Doğa Temelli Çözümler (NBS)	Çevrim İçi Yorumlar ve Dijital Platformlar	Pandemi sonrası çevresel duyarlılığın artması.	Çevre dostu otellere ödeme eğilimlerinin araştırılması.	Altruist değerler yeşil otel niyetini güçlendirmektedir
Etik İdeoloji ve Dindarlık Teorileri	Yeşil Sertifikalar ve Etiketler	Sağlık ve çevre endişelerinin yükselmesi.	Pazarlama ve Algısal Stratejiler	Sürdürülebilirlik vurgusu müşteri ilgisini artırır
Teknoloji ve Çevresel Sürdürülebilirlik	Yöntemler	Yeşil otelerde stres azaltıcı çözümler.	Pazarlama stratejilerinin etkilerinin incelenmesi.	Çevre dostu girişimler rekabet avantajı sağlamaktadır
Stres Azaltma Teorisi	Anket	Kriz sonrası sürdürülebilirlik stratejilerine yönelim.	Üç-faktörlü müşteri memnuniyeti teorisi ile analiz yapılması.	Çevrim içi yorumlar gezginlerin yeşil algılarını yansıtır
Sinyal Verme Teorisi	Nicel Yöntemler	Tüketici Davranışları ve Çevre Dostu Tercihlerin Artışı	Yeşil otellerin misafir algısına etkilerinin değerlendirilmesi.	Yeşil özgünlük müşteri etkileşimlerini artırır
Hedef-Çerçeveleme Teorisi	Nitel Yöntemler	Çevre bilinci yükselişi ve artan sürdürülebilirlik talebi.	Çevrim İçi Yorumlar ve İletişim	GHRM uygulamaları otelin çevresel performansını artırır
Yeşil İnsan Kaynakları Yönetimi (GHRM)	Hibrit (Karma) Yöntemler	Yeşil otellere yönelik ödeme istekliliği.	Çevrim içi yorumlardan iyileştirme noktalarının belirlenmesi.	Etkin liderlik sürdürülebilirlik uygulamalarında başarı getirir
Değer-İnanç-Norm (VBN) Teorisi	Diğer Teknik ve Yöntemler	Çevrim içi yorumların tüketici davranışını etkilemesi.	Çevrim içi yorumların yeşil otel algılarını yansıtmaya potansiyeli.	Yeşil sertifikalar müşteri güvenini artırıcıdır
Sosyal Kimlik Teorisi	Deneysel Yöntemler	Sürdürülebilirlik Stratejilerinin Rekabet Avantajı	Liderlik ve Çalışan Davranışları	Yeşil oteller, pazarda rekabet avantajı sağlar
Etik İdeoloji ve Dindarlık Teorisi	Metin Madenciliği ve İçerik Analizi	Sürdürülebilirlik ile rekabet avantajı sağlanması.	Yeşil insan kaynakları uygulamalarının çevresel performansa etkileri.	Çevresel bilgi ve duyarlılık yeşil otel satınalma niyetlerini güçlendirir
Çevresel Sorumluluk ve Sosyal Normlar Teorisi	IPA (Önem-Performans Analizi)	Lüks otelerde yeşil uygulamalara ilgi artışı.	Liderlik rollerinin sürdürülebilirlik katkılarının incelenmesi.	Biyosferik değerler yeşil otel tercihinin artırmaktadır
Hiyerarşik Değer Haritası Yaklaşımı	Makine Öğrenimi	Liderlik ile çevresel performansın iyileştirilmesi.	Yeşil Sertifikalar ve Sürdürülebilirlik Performansı	Sosyal medya, genç tüketicilerin yeşil otellere olan ilgisini artırır
Ekosantrik ve Antroposantrik Tutumlar	Yapısal Eşitlik Modellemesi	Sosyal Normlar ve İşsel Değerlerin Yükselişi	Yeşil sertifikaların müşteri güveni ve tercihlerine etkileri	
Çok Kriterli Karar Verme (MCDM) Yaklaşımı	Doğal Dil İşleme	Biyosferik değerlerin tercihleri şekillendirmesi.	Sürdürülebilir uygulamaların rekabet gücüne etkileri	
Sinyal Verme Teorisi	GHRM (Yeşil İnsan Kaynakları Yönetimi)	Sosyal normların tüketici davranışına etkisi.	Tüketici Algıları ve Karar Süreçleri	
	PLS-Sem ve fsOCA	Çevresel sorumluluk farkındalığı.	Tüketici niyetleri üzerinde değer, yenilik ve katılım etkileri	
	AHP (Analitik Hiyerarşi Süreci)		Çevresel bilgi ve faydaların tüketici davranışına etkileri	
			Çevresel sorumluluk algısının otel tercihleri üzerindeki etkisi	

Bu çalışmada, yeşil otelcilik literatürü ADO çerçevesiyle sistematik bir şekilde analiz edilerek, sürdürülebilir turizm dinamiklerine ilişkin kapsamlı bir perspektif sunulmuştur. Öncüller (Antecedents) bağlamında, yeşil otel uygulamalarının benimsenmesinde üç temel faktör öne çıkmıştır:

- **COVID-19 pandemisinin yarattığı çevresel hassasiyetler**, hijyen ve doğa dostu hizmetlere olan talebi küresel ölçekte artırmıştır (Dwivedi vd., 2022; Chen & Peng, 2023). Özellikle Asya-Pasifik bölgesinde (Liu vd., 2022), pandeminin kaynak tüketimi ve sağlık endişeleri üzerindeki etkisi, otel yöneticilerini sürdürülebilir stratejilere yönlendiren (Chang & Cheng, 2022) kritik bir tetikleyici olmuştur.
- **Tüketici davranışlarındaki köklü değişimler**, çevresel bilinç ve biyosferik değerlerin yeşil otel tercihlerini şekillendirdiğini göstermiştir. Örneğin, Avustralya ve Norveç'teki çalışmalar (Nimri vd., 2020; Ali vd., 2023), müşterilerin “yeşil prim” ödeme istekliliğinin, altruistik motivasyonlarla doğrudan ilişkili olduğunu ortaya koymuştur.
- **Teknolojik ve operasyonel baskılar**, otellerin enerji verimliliği ve dijital iletişim stratejilerini yeniden yapılandırmasına yol açmıştır. Yeşil bina standartları (Kürüm-Varolgüneş vd., 2023) ve çevrimiçi platformlarda sürdürülebilirlik vurgusu (Ray vd., 2024) bu baskıların somut yansımalarıdır.

Kararlar aşamasında, otelcilik sektörünün sürdürülebilirliği sağlamak için benimsediği stratejiler hem mikro hem de makro ölçekte incelenmiştir. Mikro düzeyde, müşteri algısını yönetmeye yönelik kararlar, örneğin yeşil sertifikaların pazarlama stratejilerine entegrasyonu (Cembruch-Nowakowski, 2022; Qubbaj vd., 2023) öne çıkarken, makro düzeyde liderlik odaklı sürdürülebilirlik politikaları (Ahmed vd., 2021) ve kaynak optimizasyonu (Liu vd., 2022) gibi yapısal dönüşümler dikkat çekmiştir. Özellikle, lüks otel segmentinde yeşil uygulamaların marka değerini artırması (Chen & Petersen, 2022), sektörün geleneksel “lüks-maliyet” paradigmasını yeniden sorgulamasına neden olmuştur. Ayrıca, çevrimiçi yorumların müşteri tercihlerini şekillendirmedeki rolü (Moreno Brito vd., 2024), otellerin dijital iletişim stratejilerini yeniden tasarlama gerekliliğini ortaya koymuştur.

Sonuçlar ise, bu kararların somut etkilerini yansıtmaktadır. İncelenen çalışmalar, yeşil otel uygulamalarının müşteri memnuniyetinde artış sağladığını ve yeniden konaklama niyetini yükselttiğini göstermiştir (Wang vd., 2024; Kim & Ha, 2022). Aynı zamanda, sürdürülebilir stratejilerin otellere rekabet avantajı kazandırıyor olması (D'Souza vd., 2021), sektördeki dönüşümün ekonomik boyutunu açıkça vurgulamaktadır. Ayrıca yapılan araştırmalar, bu sonuçların başarısının bölgesel faktörlere bağlı olmadığını göstermektedir. Örneğin, Macaristan'da ya da Avustralya'da tüketicilerin yeşil otellere yönelik talepleri benzer şekilde artmaktadır (Nimri vd., 2020s; Alreahi vd., 2023). Ayrıca karşılıklı bir etkileşim yaratılarak, otellerdeki yeşil uygulamaların tüketiciler üzerindeki etkileri, Türkiye veya Çin Halk Cumhuriyeti'nde bölgesel farklılıklar göstermeden benzer sonuçlar vermektedir (Kement vd., 2024; Dang-Van vd., 2022). Bu durumda, çeşitli standardizasyon ve sertifika programları ile (Kürüm-Varolgüneş vd., 2023; Qubbaj vd., 2023; Cembruch-Nowakowski, 2023) küresel bir “yeşil otel modeli” oluşturma çabaları sayesinde, sürdürülebilirlik ve çevresel önceliklerin tüm bölgelerde paralel davranış ve iş yapış modellerini ön plana çıkardığı söylenebilir.

4.1. Teorik Katkılar

ADO-TCM entegrasyonunu kullanarak yapılan bu çalışma yeşil otelcilik literatürüne bütüncül bir perspektif kazandırmıştır. Hem teorik çerçevelerin bağlamsal uyarlanabilirliği hem de pratik stratejilerin rekabet avantajı yaratmadaki rolü, sektör paydaşları için yol gösterici olabilir. Bu bütünlük yaklaşım, yeşil otelcilik literatüründeki parçalı yaklaşımları aşarak, sürdürülebilirliğin çok

boyutlu etkileşimlerini anlamada yeni bir kapı aralamıştır. Ancak, sürdürülebilir turizmin dinamik doğası, gelecek araştırmaların teknolojik ve kültürel bağlamları daha fazla dikkate almasını gerektirmektedir.

4.2.Pratik Katkılar

Bulgular, özellikle Planlı Davranış Teorisi (TPB) ve Tüketici Davranışı Teorisinin yeşil otel tercihlerini açıklamada merkezi bir rol oynadığını ortaya koymuştur. Örneğin, Dwivedi ve diğerlerinin (2022) COVID-19 pandemisi bağlamında TPB'yi genişleterek kullanması, teorinin dinamik kriz koşullarına uyarlanabilirliğini kanıtlamıştır. Bu durum, teorik çerçevelerin bağlamsal esnekliğinin altını çizerken, literatürdeki parçalı yaklaşımları bütünleştirme potansiyelini de vurgulamaktadır. Ayrıca, Sosyo-Materyal Teorinin otelcilik sektörüne uygulanması (Liu vd., 2022), sürdürülebilirlik stratejilerinin yalnızca çevresel değil, sosyal ve materyal etkileşimlerle de şekillendiğini göstererek, literatürdeki dar kapsamlı yaklaşımları genişletmiştir.

Çalışmanın pratik katkıları, özellikle otel yöneticileri, politika yapıcılar ve tüketiciler için önemli çıkarımlar barındırmaktadır. Örneğin, yeşil sertifikaların müşteri güvenini artırdığına dair bulgular (Qubbaj vd., 2023), otellerin bu sertifikaları pazarlama stratejilerinin merkezine yerleştirilmesi gerekliliğini desteklemektedir. Benzer şekilde, Asya-Pasifik bölgesindeki başarılı uygulamalar (Mugiarti vd., 2022; Fuchs vd., 2024; Perera vd., 2024; Sangpikul & Thipbharos, 2024), küresel sürdürülebilirlik politikalarının bölgesel dinamiklerle uyumlaştırılmasına rehberlik edebilir. Tüketici tarafında ise, çevrimiçi yorumların tercihler üzerindeki etkisi (Chuang vd., 2024), otellerin dijital platformlarda şeffaf ve tutarlı bir çevreci kimlik sergilemesinin kritik olduğunu göstermektedir.

4.3.Gelecek Araştırmalar İçin Öneriler

Mevcut literatür ağırlıklı olarak Planlı Davranış Teorisi (TPB) ve Tüketici Davranışı Teorisi üzerine kuruludur. Gelecekte duygusal zekâ, çevresel farkındalık duygusallığı veya nöro-pazarlama gibi disiplinlerarası teorik yaklaşımlar araştırmalara entegre edilebilir. Özellikle sürdürülebilirlikte “duygu ve deneyim temelli karar modelleri” öne çıkmalıdır. “Yeşil Sertifikalar” konusundaki tüketici güveni etkisi kanıtlanmıştır. Ancak bu sertifikaların otel operasyonları üzerindeki somut etkileri (maliyet, verimlilik, çalışan bağlılığı gibi) henüz yeterince araştırılmamıştır. Bunun yanında, yerel ve küresel sertifika programlarının karşılaştırmalı analizleri yapılabilir.

Yeşil İnsan Kaynakları Yönetimi uygulamalarının çalışan motivasyonu, bağlılığı ve performansı üzerindeki etkileri derinlemesine incelenmelidir. “Çalışanların çevresel katılımı – hizmet kalitesi – müşteri memnuniyeti” arasındaki ilişki modellenmelidir. “Yeşil liderlik” kavramı daha derinlemesine incelenmelidir. Özellikle otel yöneticilerinin sürdürülebilirlik stratejilerindeki liderlik rolleri, ekip motivasyonu ve çevre dostu dönüşüm süreçleri açısından analiz edilmelidir. Otellerin çevre dostu mimari tasarımlar, peyzaj kullanımı ve doğayla bütünleşik hizmet modellerinin misafir memnuniyeti ve tekrar ziyaret niyeti üzerindeki etkisi ölçülmelidir. Yeşil otellerde tüketicilerin çevresel değerler için ekstra ödeme yapma istekliliği detaylı şekilde incelenmeye devam edilmelidir. Fiyatlandırma stratejilerinin pazarlama başarısı ile olan bağlantıları araştırılmalıdır.

Teknolojinin getirdiği avantajlar kullanılarak, yeşil oteller hakkında yapılan yorumlar doğal dil işleme ve metin madenciliği teknikleri ile analiz edilerek, müşteri memnuniyetinin hangi unsurlardan etkilendiği daha iyi anlaşılabilir. Ayrıca, online değerlendirmeler ile fiziksel hizmet kalitesi arasında ilişki kuran modeller geliştirilebilir. Diğer taraftan, yeşil otellerin dijital platformlarda (web sitesi, sosyal medya, mobil uygulama) çevre dostu imajlarını nasıl sundukları ve bu algının tüketici

davranışlarına etkisi çalışılmalıdır. Misafir deneyiminde artırılmış gerçeklik (AR), yapay zekâ ile çevreci bilgilendirme sistemleri gibi yenilikçi teknolojilerin etkisi araştırılabilir.

Yeşil uygulamaların otelin finansal performansına etkisi (gelir artışı, maliyet düşüşü, yatırım geri dönüş süresi v.b.) ölçülebilir. Yatırımcı perspektifinden çalışılabilecek bir diğer konu ise yatırımcıların “yeşil yatırımlara bakışı” konusudur. Bölgesel ve kültürel farklılıkların etkisinin tartışılmasının alanı genişletebileceği düşünülmektedir. Tüketicilerin yeşil otel algıları kültürel değerlere göre değişebilir. Türkiye gibi gelişmekte olan ülkeler için özel modeller geliştirilmelidir. Aynı uygulamanın farklı kültürlerde nasıl algılandığını karşılaştıran çapraz-kültürel araştırmalar yapılabilir.

KAYNAKLAR

- Acampora, A., Preziosi, M., Lucchetti, M.C., & Merli, R. (2022). The role of hotel environmental communication and guests' environmental concern in determining guests' behavioral intentions. *Sustainability*, 14, 11638. <https://doi.org/10.3390/su141811638>
- Agag, G., & Çölmekçioğlu, N. (2020). Understanding guests' behavior to visit green hotels: The role of ethical ideology and religiosity. *International Journal of Hospitality Management*, 91 (102679). <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2020.102679>
- Ahmed, M.F., Mokhtar, M.B., Lim, C.K., Hooi, A.W.K., & Lee, K.E. (2021). Leadership roles for sustainable development: The case of a Malaysian green hotel. *Sustainability*, 13, 10260. <https://doi.org/10.3390/su131810260>
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179-211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Al-Gharibah, O.B., & Mahfod, J.O. (2022). The influence of personality traits on tourists' intention to visit green hotel in Qatar: The role of attitude and perceived value. *GeoJournal of Tourism and Geosites*, 45(4spl), 1602–1609. <https://doi.org/10.30892/gtg.454spl09-980>
- Ali, U. Arasli, H., Arasli, F., Saydam, M.B., Capkiner, E., Aksoy, E., & Atai, G. (2023). Determinants and impacts of quality attributes on guest perceptions in Norwegian green hotels. *Sustainability*, 15, 5512. <https://doi.org/10.3390/su15065512>
- Alreahi, M., Bujdosó, Z., Lakner, Z., Pataki, L., Zhu, K., Dávid, L.D., & Kabil, M. (2023). Sustainable tourism in the post-COVID-19 era: Investigating the effect of green practices on hotels attributes and customer preferences in Budapest, Hungary. *Sustainability*, 15, 11859. <https://doi.org/10.3390/su151511859>
- Amandeep, A. (2017). Green hotels and sustainable hotel operations in India. *International Journal of Management and Social Sciences Research*, 6(2), 9-16.
- Aulia, M., Afiff, A.Z., Hati, S.R.H., & Gayatri, G. (2024). Consumers' sustainable investing: A systematic literature review and research agenda. *Cleaner and Responsible Consumption*, 14:100215. <https://doi.org/10.1016/j.clrc.2024.100215>
- Bagheri, M., Shojaei, P., Jahromi, S. A., & Kiani, M. (2020). Proposing a model for assessing green hotels based on ecological indicators. *Tourism and Hospitality Research*, 20(4), 406-422. <https://doi.org/10.1177/1467358420904123>

- Baniya, R., An, Y. & Thapa, B. (2023). Green hotel selection: the effects of social learning and eco-labels. *Tourism Review*, 78(1), 245-259. <https://doi.org/10.1108/TR-04-2022-0178>
- Bhatia, R., Bhat, A.K., & Tikoria, J. (2021). Life insurance purchase behaviour: A systematic review and directions for future research. *International Journal of Consumer Studies*, 45, 1149–1175. <https://doi.org/10.1111/ijcs.12681>
- Moreno Brito, Y.L., Wang, J., & Kim, H.-S. (2023). Green trust: How consumer demographics moderate environmental commitment in Latin America. *Sustainability*, 15, 15219. <https://doi.org/10.3390/su152115219>
- Cembruch-Nowakowski, M. (2020). Labels and certificates for green hotels. *Middle Pomeranian Scientific Society of The Environment Protection*, 22, 308-323.
- Chang, T.-Y. & Lin, Y.-C. (2022). The effects of atmosphere on perceived values and customer satisfaction toward the theme hotel: The moderating role of green practice perception. *Sustainability*, 14, 9153. <https://doi.org/10.3390/su14159153>
- Chang, Y.-Y. & Cheng, C.-C. (2022). Evaluating the strategic implications of the service quality in green hotels from a new insight, *Current Issues in Tourism*, 25:13, 2037-2041. <https://doi.org/10.1080/13683500.2020.1868414>
- Chen, A. & Peng, N. (2023). Antecedents to consumers' green hotel stay purchase behavior during the COVID-19 pandemic: The influence of green consumption value, emotional ambivalence, and consumers' perceptions. *Tourism Management Perspectives*. 47, 101107. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2023.101107>
- Chen, N. & Petersen, F. (2022). Consumers' cooperation with sustainability programs: The role of luxury branding and profit motive attribution. *Journal of Macromarketing*. 42. 027614672211119 <https://doi.org/10.1177/02761467221111987>
- Chen, Q., Hu, M., He, Y., Lin, I., & Mattila, A.S. (2022). Understanding guests' evaluation of green hotels: The interplay between willingness to sacrifice for the environment and intent vs. quality-based market signals, *International Journal of Hospitality Management*, 104, 103229. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2022.103229>
- Chuang, C. M., Yeh, Y. C., Hsiao, T. Y., & Wu, J. Y. (2024). Exploring the online hotel reviews on travelers' green psychological cognition. *Journal of Tourism and Services*, 15(28), 116–142. <https://doi.org/10.29036/jots.v15i28.607>
- Çalık, İ. (2022). The effect of environmentally-friendly practices on hotel customers: The case of Trabzon, Turkey. *Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 20(4), 1071-1081. <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2022.20.071>
- Damaianti, I., Farradia, Y., Shafi, S., Arzaman, A.F.M., & Salleh, H.S. (2023). Sustainable practices in West Java hotels: Perspectives from the hotel association, hotel management, and visitors. *International Journal of Sustainable Development and Planning*, 18(11), 3575-3584. <https://doi.org/10.18280/ijstdp.181122>
- Damigos, D. (2023). How much are consumers willing to pay for a greener hotel industry? A systematic literature review. *Sustainability*, 15, 8775, 1-19. <https://doi.org/10.3390/su15118775>

- Dang-Van, T., Wang, J., Vo-Thanh, T., Jiang, X., & Nguyen, N. (2023). Green practices as an effective business strategy to influence the behavior of hotel guests in the luxury hotel sector: Evidence from an emerging market. *Business Strategy and the Environment*, 32(6), 3612–3627. <https://doi.org/10.1002/bse.3318>
- Delina, L.L., Anne Perez, O., Afable, S.B., & Steuer, B. (2023). Do global public health crises change people's behaviors towards sustainability? Evidence of the COVID-19 and sustainability nexus from Hong Kong. *Cleaner and Responsible Consumption*, 10 (2023), 100132, 1-14. <https://doi.org/10.1016/j.clrc.2023.100132>
- Doğa Temelli Çözümler Derneği (2025). <https://dogatemellicozumler.org/mesajimiz/> (Erişim Tarihi: 23.01.2025)
- D'Souza, C., Apaolaza, V., Hartmann, P., & Brouwer, A. R. (2021). Marketing for sustainability: Travellers' intentions to stay in green hotels. *Journal of Vacation Marketing*, 27(2), 187-202. <https://doi.org/10.1177/1356766720975063>
- Dwivedi, R.K., Pandey, M., Vashisht, A., Pandey, D.K. & Kumar, D. (2022). Assessing behavioral intention toward green hotels during COVID-19 pandemic: the moderating role of environmental concern. *Journal of Tourism Futures*, Vol. ahead-of-print No. ahead-of-print. <https://doi.org/10.1108/JTF-05-2021-0116>
- Eid, R., Agag, G., & Shehawy, Y. M. (2021). Understanding guests' intention to visit green hotels. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 45(3), 494-528. <https://doi.org/10.1177/1096348020947800>
- Elshaer, A. M., Al-Abyadh, M. H. A., Alsetoohy, O., Marzouk, A. M., & Agina, M. F. (2022). COVID-19 Pandemic: A motive for pro-environmental behaviors (pebs) in the Egyptian tourism and hospitality industry. *Rocznik Ochrona Środowiska*, 24, 415-438. <https://doi.org/10.54740/ros.2022.030>
- Fatoki, O. (2020). Consumers' intention to stay in green hotels in South Africa: The effect of altruism and green self-identity. *GeoJournal of Tourism and Geosites*, 32(4), 1310–1316. <https://doi.org/10.30892/gtg.32418-574>
- Fauzi, M.A., Han, H., Loureiro, S.M.C., Ariza-Montes, A. & Wider, W. (2025). Bibliometric analysis on green hotels: past, present and future trends. *Journal of Hospitality and Tourism Insights*, 8(1), 241-262. <https://doi.org/10.1108/JHTI-01-2024-0121>
- Feng,J., Tong, Z. & Feng, W. (2024). Effects of COVID-19 pandemic areas on green hotel consumption: exploring the congruence effect between location and timing, *Journal of Sustainable Tourism*, 1-21. <https://doi.org/10.1080/09669582.2024.2376724>
- Ferreira, S. & Pereira, O. & Simões, C. (2023). Determinants of consumers' intention to visit green hotels: Combining psychological and contextual factors. *Journal of Vacation Marketing*. 0(0), 1-14. <https://doi.org/10.1177/13567667231217755>
- Filimonau, V., Matute, J., Mika, M., Kubal-Czerwińska, M., & Pawłowska-Legwand, A. (2022). Predictors of patronage intentions towards 'green' hotels in an emerging tourism market, *International Journal of Hospitality Management*, 103, 103221. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2022.103221>

- Floričić, T. (2020). Sustainable solutions in the hospitality industry and competitiveness context of “green hotels”. *Civil Engineering Journal*, 6(6), 1104-1113. <http://dx.doi.org/10.28991/cej-2020-03091532>
- Fuchs, K., Prideaux B., & Konar, R. (2024). An exploratory study on tourist perception of green hotels: Empirical evidence from Thailand. *Journal of Vacation Marketing*, 0(0), 1-15. <https://doi.org/10.1177/13567667231225475>
- Galati, A., Thrassou, A., Christofi, M., Vrontis, D., & Migliore, G. (2023). Exploring travelers’ willingness to pay for green hotels in the digital era, *Journal of Sustainable Tourism*, 31(11), 2546-2563. <https://doi.org/10.1080/09669582.2021.2016777>
- Gao, Y. L., & Mattila, A. S. (2016). The impact of option popularity, social inclusion/exclusion, and self-affirmation on consumers' propensity to choose green hotels. *Journal of Business Ethics*, 136(3), 575–585. <https://doi.org/10.1007/s10551-014-2536-6>
- González-Marin, A., & Garrido-Cumbrera, M. (2024). Did the COVID-19 pandemic influence access to green spaces? Results of a literature review during the first year of pandemic. *Landsc Ecol*, 39(23), 1-15. <https://doi.org/10.1007/s10980-024-01833-z>
- Gupta, A., Dash, S., Mishra, A. (2019). All that glitters is not green: Creating trustworthy eco-friendly services at green hotels. *Tourism Management*. 70, 155–169. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2018.08.015>
- Gündüz Songur, A., Türktarhan, G., & Çobanoğlu, C. (2023). Progress on green technology research in hotels: a literature review. *Journal of Hospitality and Tourism Insights*, 6(5), 2052–2072. <https://doi.org/10.1108/JHTI-10-2021-0280>
- Hameed, I., Hussain, H. & Khan, K. (2022). The role of green practices toward the green word-of-mouth using stimulus-organism-response model. *Journal of Hospitality and Tourism Insights*, 5(5), 1046-1061. <https://doi.org/10.1108/JHTI-04-2021-0096>
- Han H, Lee JS, Trang HLT, vd. (2018). Water conservation and waste reduction management for increasing guest loyalty and green hotel practices. *International Journal of Hospitality Management*, 75, 58–66. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2018.03.012>
- Han, X., & Chan, K. (2013). Perception of green hotels among tourists in Hong Kong: An exploratory study. *Services Marketing Quarterly*, 34(4), 339–352. <https://doi.org/10.1080/15332969.2013.827069>
- Hasan, A.A. (2023). Theory of repeat purchase behavior (TRPB): A case of green hotel visitors of Bangladesh. *International Journal of Tourism Cities*, 9(2), 462-480. <https://doi.org/10.1108/IJTC-09-2022-0224>
- Hasan, A.A & Rahman, T. (2023). Factors influencing green hotel revisit intentions after the COVID-19 in Bangladesh. *International Journal of Tourism Cities*, 9(1), 143-158. <https://doi.org/10.1108/IJTC-03-2022-0065>
- Hou, H. & Wu, H. (2021). Tourists’ perceptions of green building design and their intention of staying in green hotel. *Tourism and Hospitality Research*, 21(1), 115–128. <https://doi.org/10.1177/1467358420963379>

- Huy, L.V., Nguyen, H.T.T., Hoang Long, P., Quyen Phu Thi, P. & Pham, N.T. (2024). Going green: Predicting tourists' intentions to stay at eco-friendly hotels – the roles of green attitude and environmental concern, *Journal of Hospitality and Tourism Insights*, 7(5), 2723-2741. <https://doi.org/10.1108/JHTI-05-2023-0355>
- Irani, F., Kiliç, H. & Adeshola, I. (2022). Impact of green human resource management practices on the environmental performance of green hotels, *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 31(5), 570-600. <https://doi.org/10.1080/19368623.2022.2022554>
- Jain, S., Sharma, K. & Devi, S. (2023). The dynamics of value co-creation behavior: A systematic review and future research agenda. *International Journal of Consumer Studies*. 48(1). <https://doi.org/10.1111/ijcs.12993>
- Jayanetti, T., Perera, S. L., Ranadewa, T., Seneviratne, I., & Perera, B. (2024). Impact of green practices on ecological conscious consumer behaviour: An empirical investigation of hotels in Sri Lanka. *A|Z Journal of The Faculty of Architecture*, 21(1), 169–192. <https://doi.org/10.58278/0.2024.37>
- Kang, K.H., Stein, L., Heo, C.Y., & Lee, S. (2012). Consumers' willingness to pay for green initiatives of the hotel industry. *International Journal of Hospitality Management*, 31, 564–572. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2011.08.001>
- Kamboj, S., Matharu, M., Marc Lim, W., Ali F. & Kumar S. (2022). Consumer adoption of green hotels: Understanding the role of value, innovation, and involvement, *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 31(7), 819-849. <https://doi.org/10.1080/19368623.2022.2071370>
- Kaypak, Ş. (2012). Ekolojik turizm ve sürdürülebilir kırsal kalkınma. *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi* 14(22), 11-29.
- Khalil, N., Che Abdullah, S.N., Haron, S.N., & Hamid, M.Y. (2024). A review of green practices and initiatives from stakeholder's perspectives towards sustainable hotel operations and performance impact. *Journal of Facilities Management*, 22(4), 653-682. <https://doi.org/10.1108/JFM-03-2022-0025>
- Khodayari, M., Akbari, M. & Foroudi, P. (2025). The sharing economy: A systematic literature review and research agenda. *International Journal of Consumer Studies*. 49, e70010. <https://doi.org/10.1111/ijcs.70010>
- Kement, U., Dogan, S., Baydeniz, E., Bayar, S.B., Erkol Bayram, G. & Basar, B. (2024). Effect of environmental attitude on environmentally responsible behavior: A comparative analysis among green and non-green hotel guests in Türkiye. *Journal of Hospitality and Tourism Insights*, Vol. ahead-of-print No. ahead-of-print. <https://doi.org/10.1108/JHTI-03-2024-0230>
- Kim, T. & Ha, J. (2022). An investigation of customer psychological perceptions of green consciousness in a green hotel context: Applying a extended theory of planned behavior. *Int. J. Environ. Res. Public Health*, 19, 6795. <https://doi.org/10.3390/ijerph19116795>
- Kim, T. & Yun, S. (2022). Research framework built natural-based solutions (NBSs) as green hotels. *Sustainability*, 14, 4282. <https://doi.org/10.3390/su14074282>

- Kürüm Varolgüneş, F., Varolgüneş, S., del Río-Rama, M. vd. (2023). A proposal for the selection of green building standards through the analytical hierarchy process (AHP): A roadmap for green hotels in Turkey. *Quality & Quantity, Erken görünüm*, 1-25.
- Lim, W.M., Yap, S.F., & Makkar, M. (2021). Home sharing in marketing and tourism at a tipping point: What do we know, how do we know, and where should we be heading? *Journal of Business Research*, 122, 534–566. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.08.051>
- Liu, Q., Xu, K., Wang, X., & Wang, W. (2020). From SARS to COVID-19: What lessons have we learned? *Journal of Infection and Public Health*. 13, 1611-1618. <https://doi.org/10.1016/j.jiph.2020.08.001>
- Liu, Q., Browne, A.L., & Iossifova, D. (2022). A socio-material approach to resource consumption and environmental sustainability of tourist accommodations in a Chinese hot spring town. *Sustainable Production and Consumption*, 30, 424-437. <https://doi.org/10.1016/j.spc.2021.12.021>
- Luong, T.B. & Nguyen, D.T.A. (2024). Examining social media influence's role in the TPB model for young Vietnamese visiting green hotels. *Journal of Ecotourism*, 24(1), 20-42. <https://doi.org/10.1080/14724049.2024.2332272>
- Minh, T.C. & Quynh, N.N.T. (2024). Factors affecting sustainable consumption behavior: Roles of pandemics and perceived consumer effectiveness. *Cleaner and Responsible Consumption*. 12, 100158. <https://doi.org/10.1016/j.clrc.2023.100158>
- Mohammed, M., Zhou, S., Hael, M.A., Abdulwase R. & Almuwaffaq F. (2024). The impact of green service quality on consumers' intentions to revisit green hotels based on theory of planned behavior, *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, Printed online, <https://doi.org/10.1080/1528008X.2024.2343716>
- Moher, D., Liberati, A., Tetzlaff, J., Altman, D. G., & PRISMA Group (2009). Preferred reporting items for systematic reviews and meta-analyses: The PRISMA statement. *PLoS Medicine*, 6(7), e1000097. <https://doi.org/10.1371/journal.pmed.1000097>
- Moreno Brito, Y.L., Ban, H.-J. & Kim, H.-S. (2024). Ecological hotels' customer satisfaction through text mining of online reviews: A case of Ecuador hotels. *Journal of Hospitality and Tourism Insights*, 7(3), 1532-1552. <https://doi.org/10.1108/JHTI-09-2022-0467>
- Mugiarti, M., Adawiyah, W.R., & Rahab, R. (2022). Green hotel visit intention and the role of ecological concern among young tourists in Indonesia: A planned behavior paradigm. *Tourism: An International Interdisciplinary Journal*, 70(2), 243 – 257. <https://doi.org/10.37741/t.70.2.6>
- Myung, E., McClaren, A., & Li, L. (2012). Environmentally related research in scholarly hospitality journals: Current status and future opportunities. *International Journal of Hospitality Management*, 31(4), 1264–1275. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2012.03.006>
- Nimri, R., Patiar, A., Kensbock, S. & Jin, X. (2020a). Consumers' intention to stay in green hotels in Australia: Theorization and implications. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 44(1), 149–168. <https://doi.org/10.1177/1096348019862602>

- Nimri, R., Patiar, A. & Jin, X. (2020b). The determinants of consumers' intention of purchasing green hotel accommodation: Extending the theory of planned behaviour, *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 45, 535-543. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2020.10.013>
- Nimri, R., Patiar, A. & Jin, X. (2022). The impact of message framing on travellers' behavioural intentions towards green hotels. *Consumer Behavior in Tourism and Hospitality*, 17(3), 249-263. <https://doi.org/10.1108/CBTH-12-2021-0280>
- Nisar, Q.A., Haider, S., Ali, F., Jamshed, S., Ryu, K., & Gill, S.S. (2021). Green human resource management practices and environmental performance in Malaysian green hotels: The role of green intellectual capital and pro-environmental behavior. *Journal of Cleaner Production*, 311, 127504. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2021.127504>
- Oskam, J. & Davis, T. (2023). The Covid-pandemic has ended. Again. *Journal of Tourism Futures*, 9(1), 4-20. <https://doi.org/10.1108/JTF-03-2022-0091>
- Özkan, N., Sarıışık, M. & Ulema, Ş. (2024). Can eco-friendly hotels affect customer willingness to pay more? *Anatolia*, 35(3), 594-606. <https://doi.org/10.1080/13032917.2023.2289039>
- Page, M.J., McKenzie, J.E., Bossuyt, P.M., Boutron, I., Hoffmann, T.C., Mulrow, C.D., ... Moher, D. (2021). The PRISMA 2020 statement: an updated guideline for reporting systematic reviews. *BMJ*, 372. <https://doi.org/10.1136/bmj.n71>
- Pai, C., Shang, Y., Wang, L., & Zhang, Y. (2023). A Study on the influence of technology products introduced into green hotels. *Journal of Organizational and End User Computing (JOEUC)*, 35(1), 1-20. <https://doi.org/10.4018/JOEUC.325649>
- Patwary, A.K., Aziz, R.C. & Hashim, N.A.A.N. (2023). Investigating tourists' intention toward green hotels in Malaysia: A direction on tourist sustainable consumption. *Environmental Science and Pollution Research*, 30, 38500–38511. <https://doi.org/10.1007/s11356-022-24946-x>
- Patwary, A.K., Omar, H., & Tahir, S. (2021). The impact of perceived environmental responsibility on tourists' intention to visit green hotel: The mediating role of attitude. *GeoJournal of Tourism and Geosites*, 34(1), 9–13. <https://doi.org/10.30892/gtg.34101-612>
- Patwary, A.K., Rasoolimanesh, S.M., Rabiul, M.K., Aziz, R.C. & Hanafiah, M.H. (2022). Linking environmental knowledge, environmental responsibility, altruism, and intention toward green hotels through ecocentric and anthropocentric attitudes. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 34(12), 4653-4673. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-01-2022-0039>
- Paul, J., Parthasarathy, S., & Gupta, P. (2017). Exporting challenges of SMEs: A review and future research agenda. *Journal of World Business*, 52(3), 327–342. <https://doi.org/10.1016/j.jwb.2017.01.003>
- Preziosi, M., Acampora, A., Lucchetti, M.C., & Merli, R. (2022). Delighting hotel guests with sustainability: Revamping importance-performance analysis in the light of the three-factor theory of customer satisfaction. *Sustainability*, 14(6). <https://doi.org/10.3390/su14063575>
- Quan L., Kim, J.J. & Han, H. (2022). Customer views on comprehensive green hotel selection attributes and analysis of importance-performance, *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 39(6), 535-554. <https://doi.org/10.1080/10548408.2022.2162657>

- Quan, L., Koo, B., & Han, H. (2023). Exploring the factors that influence customers' willingness to switch from traditional hotels to green hotels. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 40(3), 185-202. <https://doi.org/10.1080/10548408.2023.2236649>
- Qubbaj, A.I., Peiró-Signes, A., & Najjar, M. (2023). The effect of green certificates on the purchasing decisions of online customers in green hotels: A case study from Saudi Arabia. *Sustainability*, 15(7). <https://doi.org/10.3390/su15075892>
- Rahman, I., Chen, H., & Reynolds, D. (2020). Evidence of green signaling in green hotels. *International Journal of Hospitality Management*, 85, 102444. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2019.102444>
- Ray, A., Ray, A., Bala, K.P. & P. Rana, N.(2023). What affects the use of green technology in hotels? Assessing hotel management viewpoint using natural language processing based qualitative study, *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 32(7), 917-946. <https://doi.org/10.1080/19368623.2023.2221256>
- Ray, A., Sachdeva, I., P. Rana, N., Nunkoo, R. & She, L.(2024). Is the information on green hotel websites aligned with the drivers affecting customers' intention to visit green hotels? A mixed-methods approach. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 33(1), 1-32. <https://doi.org/10.1080/19368623.2023.2235335>
- Raza, A. & Farrukh, M. (2023). Going green: An application of personal value theory to understand consumers visiting intention toward green hotels in Pakistan. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 35(9), 3322-3343. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-05-2022-0602>
- Salama, W.M.E. & Mansour, H. (2022). The impact of Covid-19 pandemic on green hotel management. *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*, 11(2), 440-456. <https://doi.org/10.46222/ajhtl.19770720.235>
- Salem, I.E., Elbaz, A.M., Al-Alawi, A., Alkathiri, N.A., & Rashwan, K.A. (2022). Investigating the role of green hotel sustainable strategies to improve customer cognitive and affective image: Evidence from PLS-SEM and fsQCA. *Sustainability*, 14, 3545. <https://doi.org/10.3390/su14063545>
- Sangpikul, A. & Thipbharos, P. (2024). Understanding green hotel selection in the real-world situation through a decision-making theory:a case of Thailand. *Tourism and Hospitality Management*, 30(2), 283-291. <https://doi.org/10.20867/thm.30.2.11>
- Sharma, T., Chen, J.S., Ramos, W.D. & Sharma, A. (2024). Visitors' eco-innovation adoption and green consumption behavior: the case of green hotels. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 36(4), 1005-1024. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-04-2022-0480>
- Shehawy, Y.M., Agag, G., Alamoudi, H.O., Alharthi, M.D., Brown, A., Labben, T.G., & Abdelmoety, Z.H. (2024). Cross-national differences in consumers' willingness to pay (WTP) more for green hotels. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 77,103665. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2023.103665>

- Sreen, N., Mukherjee, S., Jebarajakirthy, C., Kumar S., & Sharma, H. (2024). Role of personal values on revisiting green hotels: a hierarchical value map approach, *Tourism Recreation Research*, 49(4), 854-874. <https://doi.org/10.1080/02508281.2022.2076190>
- Stern, P.C., Dietz, T., & Kalof, L. (1999). Value orientations, gender, and environmental concern. *Environment and Behavior*, 31(5), 450-471. <https://doi.org/10.1177/0013916593255002>
- Sultana, N., Amin, S. & Islam, A. (2022). Influence of perceived environmental knowledge and environmental concern on customers' green hotel visit intention: Mediating role of green trust. *Asia-Pacific Journal of Business Administration*, 14(2), 223-243. <https://doi.org/10.1108/APJBA-08-2021-0421>
- Sun, B. L., & Kim, W. G. (2024). Exploring the influence of cultural values on green purchasing and its consequence. *Journal of Vacation Marketing*, 0(0). 1-18 <https://doi.org/10.1177/13567667241270790>
- Tan, L.L. (2023). Understanding consumers' preferences for green hotels – the roles of perceived green benefits and environmental knowledge. *Journal of Hospitality and Tourism Insights*, 6(3), 1309-1327. <https://doi.org/10.1108/JHTI-01-2022-0038>
- T. M. A, Kaur P, Bresciani S, & Dhir A. (2021). What drives the adoption and consumption of green hotel products and services? A systematic literature review of past achievement and future promises. *Business Strategy and the Environment*. 30, 2637–2655. <https://doi.org/10.1002/bse.2768>
- Torres-Moraga, E.I., Alonso-Dos-Santos, M., & Carvajal-Trujillo, E. (2021). Green hotel patronage intention through biospheric values. *Sustainable Production and Consumption*, 27, 602-612. <https://doi.org/10.1016/j.spc.2021.01.028>
- Trišić, I., Štetić, S., Privitera, D., Petrović, M.D., Maksin, M., Vujović, S., Jovanović, Z., & Kalinić, M. (2021). Perspectives on sustainable tourism development in the hotel industry —A case study from Southern Europe. *Sustainability*, 13, 5563. <https://doi.org/10.3390/su13105563>
- UNWTO (2024). World Tourism Barometer, May 2024. *UN Tourism, Madrid, Spain*. 22(2).
- Wang, C.N. & Nguyen, H.P. (2022). Evaluating the sustainability of hotels using multi-criteria decision making methods. *Proceedings of the Institution of Civil Engineers – Engineering Sustainability*, 175(3), 129-140. <https://doi.org/10.1680/jensu.21.00084>
- Wang, L., Wang, Z.X., Zhang, Q., Jebbouri, A., & Wong, P.P.W. (2022). Consumers' intention to visit green hotels – a goal-framing theory perspective. *Journal of Sustainable Tourism*, 30(8), 1837-1857. <https://doi.org/10.1080/09669582.2021.1977937>
- Wang, L., Zhang, Q., Ding, Y.-Y. & Wong, P.W.W. (2023). The effect of social and personal norm on intention to patronize green hotels: Extension of theory of planned behavior, *Journal of China Tourism Research*, 19(2), 311-334. <https://doi.org/10.1080/19388160.2022.2070567>
- Wang, L., Zhang, Q. & Wong, P.W.W. (2024). Reexamination of consumers' willingness to stay at green hotels: rethinking the role of social identity theory, value-belief-norm theory, and theory of planned behavior, *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 33(4), 547-581. <https://doi.org/10.1080/19368623.2023.2292639>

- Wei, C. (Victor), Lu, L., Chen, H., & Lee, Y. M. (2024). Paying a premium for green-label hotels: The role of the mismatched hotel-OTA involvement. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 48(4), 595-606. <https://doi.org/10.1177/10963480231188736>
- Wu, C.-H. (2021). Exploring green hotel competitive strategies by using the hybrid method for complex data analysis. *Mathematical Problems in Engineering*, 2021, 9982387. <https://doi.org/10.1155/2021/9982387>
- Yadav, R., Balaji, M.S., & Jebarajakirthy, C. (2019). How psychological and contextual factors contribute to travelers' propensity to choose green hotels? *International Journal of Hospitality Management*, 77, 385-395. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2018.08.002>
- Yadegaridehkordi, E., Nilashi, M., Nizam Bin Md Nasir, M.H., Momtazi, S., Samad, S., Supriyanto, E., & Ghabban, F., (2021). Customers segmentation in eco-friendly hotels using multi-criteria and machine learning techniques, *Technology in Society*, 65, 101528. <https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2021.101528>
- Yeh, S.-S., Guan, X., Chiang, T.Y., Ho, J.-L., & Huan, T.-C. (2021). Reinterpreting the theory of planned behavior and its application to green hotel consumption intention, *International Journal of Hospitality Management*, 94, 102827. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2020.102827>
- Yu, J., Baah, N.G., Kim, S.(S), Moon, H., Chua, B.-L. & Han, H. (2024). Effects of green authenticity on well-being, customer engagement and approach behavior toward green hospitality brands. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 36(9), 3129-3150. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-02-2023-0194>
- Yun, S. & Kim, T. (2022). Can nature-based solutions (NBSs) for stress recovery in green hotels affect re-patronage intention? *Sustainability*, 14, 3670. <https://doi.org/10.3390/su14063670>
- Zeng, X., Kralj, A., Nimri, R., & Li, Y. (2024). Past reflection and future selection: A study of green hotel choices. *International Journal of Hospitality Management*, 122, 103880. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2024.103880>
- Zong, X. & Fukushige, A. (2024). Motivation, opportunity, and ability of Chinese tourists to stay at green hotels in Thailand, *Journal of China Tourism Research*, 20(2), 241-260. <https://doi.org/10.1080/19388160.2023.2190187>

Yazar(lar) Hakkında/About Author(s)

Okan KÜÇÜKMUSTAFA/okankm@gmail.com

Akdeniz Üniversitesi, Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu'nda lisans eğitimini aldı. Aynı üniversitede Turizm İşletmeciliği alanında Yüksek Lisans diplomasını da aldıktan sonra halen doktora programında öğrenci olarak devam etmektedir. 1992 yılından itibaren otelcilik sektöründe Türkiye'nin çeşitli bölgelerinde çalışan Okan Küçükmustafa, son 15 yıldır Otel Genel Müdürü olarak Gloria Verde Resort, Megasaray Belek, Pine Bay Kuşadası, Belek Beach Resort, Nirvana Dolce Vita gibi işletmelerde görev almıştır. Evli ve iki çocuk babası olan Küçükmustafa, İngilizce ve Almanca bilmektedir.

Beykan ÇİZEL/beykan@akdeniz.edu.tr

Akdeniz Üniversitesi Turizm Fakültesi'nde profesör ve turizm İşletmeciliği Bölümü öğretim üyesidir. Eturizm, turist davranışı ve turizm yönetimi alanlarında çalışmalar yapmaktadır. *Advances in Hospitality and Tourism Research Dergisi*'nin Editörü olarak akademik yayıncılık faaliyetlerinde aktif rol almaktadır.

ETİK BEYAN FORMU

Araştırma Desteği Bilgisi: Araştırma desteği alınmamıştır.

Etik Kurul Onay Durumu

() Etik kurul raporu vardır.

Etik Kurul Raporunu Veren Kurum:

Etik kurul raporu karar tarihi:

Karar Sayı No:

(X) Etik kurul onayı gerekmemektedir. (Nedenini kısaca açıklayınız.)

Literatür taraması olduğu için etik kurul onayı gerekmemektedir.

Yazar(lar)ın Katkı Oranı

1.Yazar: 50 %

2.Yazar 50 %

Bilgilendirilmiş Onam Formu: Tüm taraflar kendi rızaları ile çalışmaya dâhil olmuşlardır.

EKLER

Ek 1. Makalelerin hazırlandığı ülkeler

ABD	3
Almanya	1
Avusturalya	4
Bangladeş	3
Çin Halk Cumhuriyeti	13
Ekvador	1
Endonezya	2
Güney Afrika	1
Güney Avrupa	1
Güney Kore	5
Hırvatistan	1
Hindistan	5
İngiltere	1
İran	1
İtalya	3
Katar	1
Latin Amerika	1
Macaristan	1
Malezya	9
Mısır	3
Norveç	1
Pakistan	1
Polonya	1
Portekiz	1
Sosyal Medya	2
Sri Lanka	1
Suudi Arabistan	1
Şili	1
Tayland	3
Tayvan	5
Türkiye	4
Umman	1
Vietnam	3