

Paket Tur Konusunda Yapılan Araştırmaların Bibliyometrik Analizi: Web of Science Örneği (Bibliometric Analysis of Research on Package Tour: A Web of Science Example)

* Esra GÜL YILMAZ ^a



^a Afyon Kocatepe University, Faculty of Tourism, Department of Tourism Guidance, Afyonkarahisar/Türkiye

Makale Geçmişi

Gönderim Tarihi: 19.08.2023

Kabul Tarihi: 27.09.2023

Anahtar Kelimeler

Paket tur, bibliyometri

Web of Science

VOSviewer

Öz

Bu çalışmada uluslararası alanyazında yer alan paket tur ile ilgili makalelerin incelenmesi amaçlanmıştır. Web of science veri tabanında paket tur anahtar kelimesi ile arama yapılmış ve çeşitli ölçütlere göre 108 makale seçilmiştir. Makaleler; yayın yılı, dergi adı, yazar sayısı, yazar isimleri, yazarın bağlı olduğu kurum ve ülkeleri, araştırma deseni, anahtar kelimeler ve atıf gibi parametreler temel alınarak incelenmiştir. Yüzde ve frekans analizlerinin yanı sıra yazarlararası işbirliği, atıf ilişkileri ve anahtar kelime analizi için VOSviewer programından yararlanılmıştır. Elde edilen bulgulara göre, paket tur konusundaki ilk makalenin 1994 yılında ve en fazla makalenin 2019 yılında yayınlandığı tespit edilmiştir. Konu ile ilgili en çok makale Tourism Management isimli dergide yayınlanmıştır. Makalelerin çoğu nicel yöntemlerle yazılmıştır. En fazla makale Sheng-Hshiung Tsaur tarafından yazılmıştır. En çok atıf alan ve en çok işbirliği içerisinde olan yazar ise Wang, Kuo-Ching'dir. Anahtar kelime analizi sonucu dokuz küme, ortak atıf analizi sonucu ise altı küme ortaya çıkmıştır.

Keywords

Package tour

Bibliometrics

Web of Science

VOSviewer

Abstract

In this study, it is aimed to examine the articles on package tours in the international literature. Web of science database was searched with the keyword package tour and 108 articles were selected according to various criteria. The articles were analyzed based on parameters such as publication year, journal name, number of authors, author names, institutions and countries that authors worked for, research design, keywords and citations. In addition to percentage and frequency analyses, VOSviewer program was used for collaboration between authors, citation relationships and keyword analysis. According to the findings, it was determined that the first article on package tours was published in 1994 and the most articles were published in 2019. The most articles on the subject were published in the journal named Tourism Management. Most of the articles were written with quantitative methods. The most articles were written by Sheng-Hshiung Tsaur. The most cited and collaborated author is Wang, Kuo-Ching. Keyword analysis revealed nine clusters and co-citation analysis revealed six clusters.

Makalenin Türü

Araştırma Makalesi

* Sorumlu Yazar

E-posta: esragul@aku.edu.tr (E. Gül Yılmaz)

DOI: 10.21325/jotags.2023.1298

GİRİŞ

Paket tur seyahat endüstrisinin en önemli bileşenidir. En genel ifadeyle paket tur, ulaşım, konaklama, yiyecek-içecek ve gidilen destinasyonda çevre gezilerinin dâhil edildiği ve müşterilere tek bir fiyattan satılan turistik üründür. Paket turu oluşturan bileşenlerin tek tek fiyatları turist tarafından bilinmemekle birlikte, tercihe bağlı olarak her bir bileşen tek tek seyahat işletmelerinden ya da doğrudan ürün sağlayıcılardan satın alınabilmektedir (Sheldon & Mak, 1987). Bu şekilde turistik ürün satın alan turistler münferit hareket etmekte ve turistik deneyimini kendisi şekillendirmektedir. Cohen (1972) tarafından “organize kitle turisti” olarak adlandırılan turist grubu ise turistik deneyimlerini şekillendirme işini tamamen seyahat işletmelerine bırakmaktadır ve giderek büyüyen paket tur piyasasının müşterisi olmaktadır (Enoch, 1996). Paket turlar dünyadaki turist hareketliliğinin oldukça büyük bir kısmını oluşturmakta ve özellikle uluslararası turizm hareketliliğinde, en yaygın tercih olarak görülmektedir (Lv, Wang, Su, Chen & Kot 2022; Wong & Wang, 2009).

Turizme katılan kişi sayısının sürekli artış içerisinde olması kitle turizmini, kitle turizmi ise paket tur organizasyonlarını zorunlu hale getirmektedir. Gürdal (2015)’e göre paket turlar kitle turizmi için gereken ucuzluk, güvenilirlik ve satın alım kolaylığı gibi özelliklere sahip olmasıyla, moda olmanın ötesinde ekonomik zorunluluğun sonucudur ve bu nedenle uluslararası turizm hareketlerinin temel unsurlarından birisi olmaya devam edecektir. Picazo ve Moreno-Gil (2018), önceki dönemlerde destinasyonların özelliklerine bağlı ve standartlaştırılmış paket turların yaygın olduğunu, günümüzde ise farklı özelliklere sahip gruplara, farklı yaşam tarzlarına uygun ve daha çok bireyselleştirilmiş paket turlara doğru bir gelişim seyri olduğunu vurgulamaktadır.

Sürekli değişen turist taleplerinin karşılanması amacıyla birbirinden oldukça farklı özelliklere sahip paket turlar düzenlenmektedir. Küçük gruplar için düzenlenen bağımsız turlar, dinlenme odaklı gözetimli turlar, kültür ve doğa ağırlıklı yönetilen turlar, farklı ulaşım araçları ile düzenlenen turlar (tren turları, kruvaziyer turları gibi), kısa mesafeli ya da uzak mesafeli turlar ve özel ilgi turları gibi birçok çeşit sayılabilir (Küçükaslan, 2009). Çeşitliliğin yanı sıra üretim, dağıtım, yönetim gibi birçok farklı yönünün olması, birleşik yapıya sahip olması, soyut olması gibi özellikleri nedeniyle paket tur konusu turizm akademisyenlerinin de ilgisini çeken bir konu olmuştur. Turizm alanyazınında paket tur konusunu ele alan çok sayıda çalışma vardır.

Bu çalışmada paket tur konusu ile ilgili uluslararası alanyazında yayınlanan makalelerin belirli parametrelere göre incelenmesi amaçlanmaktadır. Belirlenen amaca hizmet eden yöntemler arasında en yaygın olarak kullanılanı bibliyometridir. Bibliyometri, belirli bir bilimsel konunun tarihsel süreci ve mevcut durumunu ortaya koymak amacıyla kullanılır. Bu bağlamda çalışmanın ilerleyen kısımlarında öncelikle paket tur konusu kavramsal olarak incelenmiş, ardından turizm alanında gerçekleştirilen bibliyometrik çalışmalara ilişkin literatür incelemesi yapılmıştır. Web Of Science veri tabanından alınan makalelerin hangi yöntemle incelendiğine ilişkin açıklamaların ardından, analiz sonuçlarına yer verilmiştir. Paket tur konusunda yapılan çalışmaların hangi alanlarda yoğunlaştığının ve hangi yöntemlerle ele alındığının belirlenmesi önemlidir. Aynı zamanda elde edilecek sonuçlar geleceğe yönelik eğilimlerin belirlenmesi noktasında yol gösterici olabilecektir. Bu çalışmadan elde edilecek sonuçların ilerleyen yıllarda paket tur konusunda çalışma yürütecek araştırmacılara kolaylık sağlayacağı düşünülmektedir.

Alanyazın Taraması

Çalışmanın bu kısmında öncelikle paket tur konusu kavramsal olarak incelemeye alınmıştır. Devamında bibliyometrik analiz ile ilgili bilgilere yer verilerek, turizm alanında gerçekleştirilmiş olan bibliyometri çalışmalarına değinilmiştir.

Paket Tur

Paket tur bir tatil ya da seyahat programının gerektirdiği tüm hizmetleri veya bu hizmetlerin bir kısmını kapsayan, tek bir fiyattan satılan, genellikle tatil başlamadan önce tahsil edilen turistik üründür (Çolakoğlu, Epik & Efendi 2010: s.12). Sadece ulaşım ya da sadece konaklama hizmetini içeren ürünler ve süresi 24 saatten az olan günübirlik geziler paket tur kapsamında değerlendirilmemektedir (Küçükaslan, 2009). Diğer bir tanıma göre paket tur, seyahatin konaklama, yiyecek-içecek, ulaştırma, eğlence gibi ayrı ayrı parçalarının birleştirilerek tüketicilere tek bir ürün ve fiyat olarak satılmasıdır (Sheldon, 1990).

Paket turların başlangıcı 17. yüzyılda İngiltere’de varlıklı ailelerin çocukları için düzenlenen ve eğitim amaçlı gerçekleştirilen “Grand Tour” isimli organizasyonlara dayandırılmaktadır. Avrupa’nın birçok şehrini kapsayan, bir rota dâhilinde hareket edilen, rehberlerin eşlik ettiği ve içerisinde konaklama, yiyecek-içecek gibi ihtiyaçların karşılanmasını içeren bu organizasyonlar paket turların ilk örneklerini oluşturmaktadır (Çakmak & Eren, 2021: s.69). 1841 yılında Thomas Cook tarafından İngiltere’de düzenlenen gezi, ilk paket tur olarak kabul edilmektedir. Tatil boyunca ihtiyaç duyulan transfer, yiyecek-içecek gibi hizmetlerin bir arada olduğu paket turlar ise ilk kez Thomas Bernett tarafından düzenlenmiştir (Kozak, Akoğlan Kozak & Kozak, 2019: s.54).

İkinci dünya savaşından sonra sivil havayolu taşımacılığının önem kazanması ve charter uçuşlarının da devreye girmesiyle birlikte tur operatörlüğü gündeme gelmiş ve paket turların sayısı her geçen yıl artış göstermiştir (Aylan, 2020: s.3). 60’lı yıllarda batı Avrupa’da giderek yaygınlaşmaya başlayan paket turlar yurtdışına giden turist sayısını önemli ölçüde artırmıştır. O dönemlerde bağımsız bir seyahat organize etme bilgisine, güvene ve dil becerisine sahip olmayan çok sayıda insan için düşük fiyata alınan paket turlar oldukça çekici ürünler haline gelmiştir (Evans & Stabler, 1995). Seyahat işletmelerinin paket turları teşvik etmesi ve deniz-kum-güneş destinasyonlarına olan talebin yüksek düzeyde olması nedeniyle günümüze kadar geçen süreçte grup seyahatleri bireysel seyahatlere kıyasla daha fazla gelişmiştir (Kozak vd. 2019).

İnsanlar farklı ihtiyaç ve isteklerini gidermek için paket turlara katılabilmektedir. Yaşlı turistler için daha konforlu, genç kadınlar için güvenli olması, destinasyona ilk kez gidecek kişiler için daha fazla bilgi alma imkânı sağlaması (Sheldon & Mak, 1987), belirli bir destinasyona düzenlenen farklı içerikteki turlardan yararlanmak, tatilini planlayamayacak kadar yoğun olmak, bir rehber eşliğinde gezmeyi tercih etmek gibi birçok neden sayılabilir (Enoch, 1996). Turistler tatillerini planlamak için çoğu kez kısıtlı bir zamana sahiptir. Destinasyondaki turistik ürünler ile ilgili bilgi toplama, aralarından en uygun olanı tercih etme ve satın alım prosedürlerinin yerine getirilmesinin birtakım maliyetleri vardır ve özellikle yurtdışına gerçekleştirilen seyahatlerde bu maliyetler daha yüksektir. Bireysel seyahatler yerine paket turların tercih edilmesi bu maliyetlerin azaltılmasını sağlamaktadır. Bununla birlikte paket turun tercih edilmesi, hem bireysel olarak gerçekleştirilen seyahatten daha fazlasının deneyimlenmesini sağlayacak hem de zaman kullanımı ve maliyet gibi birçok konuda belirsizliği azaltacaktır (Sheldon & Mak, 1987).

Paket turlar içerisinde konaklama, yiyecek-içecek, ulaştırma ve rehberlik hizmeti gibi birçok unsuru barındırır. Dolayısıyla paket tura katılan bir kişi paket turun düzenlendiği destinasyonda bulunan doğal ve kültürel çekicilikler, o bölgede yaşayan yerel halk, tura katılan diğer turistler, turda görevli olan kişiler gibi birçok farklı unsurla etkileşim halindedir. Paket tur, yarattığı atmosfer ile tura katılan kişilerle sosyalleşme imkânı sağlayan, bilinmeyen bir ülkede kendini güvende hissetme duygularını da içeren karmaşık bir üründür (Kandampully, 2000: s.14).

Paket turların satın alınmadan önce denenmesi mümkün değildir ve bu nedenle soyut ürün olarak nitelendirilmektedir. Paket turlar ulaştırma, konaklama, yiyecek-içecek, eğlence, çekicilikler, çevre gezileri, sigorta, rehberlik hizmeti gibi birçok farklı unsuru bünyesinde barındıran, birleşik yapıya sahip ürünlerdir. Paket turun hazırlanması ve gerçekleştirilmesi aşamalarında birçok farklı işletmenin sürece dâhil olduğu söylenebilir (Küçükaslan, 2009). Üretim ve tüketimin eş zamanlı olduğu paket turlar bu özellikleri nedeniyle kişisel beklentilere göre farklı şekillerde algılanabilmektedir. Sahip olduğu özellikler nedeniyle, paket turlar turistlerin seyahat algılarını ve deneyimlerini etkilemekte, buna bağlı olarak da turizm aktörleri açısından hizmet kalitesini sağlamak, sürdürmek ve ölçmek zorlaşmaktadır (Wang, Hsieh, Chou & Lin, 2007: s.363).

Turistlerin birbirlerinden farklı ihtiyaç ve isteklerinin olması, paket tura katılım motivasyonlarının farklı olması paket turların da çeşitlenmesine neden olmuştur. İlgili alanyazın incelendiğinde paket turların farklı kriterlere göre sınıflandırıldıkları görülmektedir. Konaklama şeklinde göre paket turlar sejour turlar ve itinerant turlar olmak üzere ikiye ayrılmaktadır. Sejour turlar daha çok dinlenme amaçlı düzenlenen, tek bir konaklama işletmesinde uzun süre konaklamayı içeren ve çoğunlukla sahil destinasyonlarına yönelik hazırlanan turlardır. Itinerant turlarda ise belirli rotanın takip edilmesi, farklı konaklama tesislerinden yararlanılması söz konusudur. Daha çok kültürel ağırlıklı turlarda ve ekoturlarda kullanılmaktadır (Çolakoğlu, 2016). Seyahat amacına göre; dinlenme-eğlenme amaçlı turlar, kültür amaçlı turlar, macera turları, ekolojik turlar, spor ve rekreasyon turları gibi farklı çeşitlilikte turlar düzenlenmektedir (Aylan, 2020).

Paket turlar nitelikleri açısından bağımsız turlar, gözetimli turlar ve eşlikli turlar olmak üzere üçe ayrılır. Bağımsız turlar küçük gruplar için hazırlanan ve katılımcıların kendi programlarını düzenlemelerine olanak sağlayan turlardır. Gözetimli turlar daha çok dinlenmeye yönelik hazırlanan, tek bir konaklama işletmesinden yararlanan ve diğer tur çeşitlerine kıyasla fiyatların daha düşük olduğu turlardır. Eşlikli turlar ise her günü ve dakikası önceden programlanmış, tur lideri, turist rehberi gibi farklı görevlilerin bir veya birkaçının tur boyunca gruba eşlik ettiği turlardır. Her ne kadar ilgili literatürde paket turları çeşitli kriterlere göre sınıflandırma çabası olsa da sektörde tur çeşitlerinin sıklıkla karma bir şekilde uygulandığı görülmektedir. Tatilin bir kısmının dinlenme amaçlı, kalan kısmının kültürel amaçlı planlanması (Ahıpaşaoğlu, 2006) ya da paket turun bir parçası olarak (önceden ödenmiş) veya tur esnasında ekstra ücret ödenerek katılım sağlanabilecek günübirlik turlarla esas paketin zenginleştirilmesi durumuna sıklıkla rastlanmaktadır.

İnsanların ihtiyaç ve isteklerine göre şekillendirilmiş birçok farklı paket turun olması ve paket turların sahip olduğu özellikler gibi nedenlerle paket tur konusu turizm akademisyenleri tarafından da sıklıkla farklı boyutları ile ele alınan bir konu olmuştur. İlgili alanyazın incelendiğinde paket turların içeriği, kalitesi, satın almayı etkileyen faktörler, paket turların pazarlanması, hukuki boyutuyla paket tur sözleşmeleri, paket turlarda görevli olan çalışanların performansı, motivasyonu gibi birçok konuda çalışmalar olduğu görülmektedir.

Turizm Alanında Bibliyometri

Bibliyometrinin en yaygın bilinen tanımı Pritchard (1969) tarafından yapılmıştır. Buna göre bir disiplinin doğasını ve tarihsel gelişimini aydınlatmak amacıyla, kitap ve dergi gibi yazılı iletişim araçlarının özelliklerini matematik ve istatistiksel yöntemleri kullanarak saymaya ve analiz etmeye bibliyometri adı verilmektedir (Pritchard, 1969). Bibliyometri çalışmaları bireylerin ya da kurumların yayın performanslarının değerlendirilmesi, bir bilim alanının yapısını ve dinamiklerini haritalandırmak ve bilim alanının kavramsal yapısını ortaya koymak amaçlarına hizmet etmektedir. Ayrıca araştırmaların çıktılarının değerlendirilmesi, araştırmalarda kullanılan yöntem ve örnekleme gibi birçok unsurun nesnel bir şekilde ortaya konulması ve aralarındaki bağlantıların belirlenmesinde kullanılmaktadır (Köseoğlu, Rahimi, Okumuş & Liu, 2016).

Uluslararası alanyazında turizm konusundaki ilk bibliyometri çalışmaları Reid ve Andreck tarafından 1989 yılında ve Sheldon tarafından 1990 yılında gerçekleştirilmiştir (Tsang & Hsu, 2011). 2000'li yıllarda turizm alanyazınının inceleyen bibliyometri çalışmalarının sayısında artış olmuş ve bu çalışmalarda makalenin yayınlandığı dergi, yazarlar ve bağlı oldukları kurumlar gibi parametreler kullanılmıştır (Huang 2012). Köseoğlu vd. (2016) tarafından SSCI veri tabanında yer alan, bibliyometrik analiz yöntemini kullanan ve turizm alanındaki dergilerde yayınlanan makaleler analiz edilmiştir. İlgili çalışmada 2008 yılından itibaren bibliyometri yöntemini kullanan çalışmaların sayısının büyük ölçüde artış gösterdiği ifade edilmektedir.

Türkiye’de ise 70’li yıllardan itibaren fizik, matematik, kimya, iktisat, yönetim gibi alanlarda bibliyometri çalışmalarının yapıldığı görülmektedir (Kozak, 1995). Turizm alanında ise alanyazının değerlendirilmesine yönelik ilk çalışmalar Ağaoğlu tarafından 80’li yıllarda hazırlanan turizm bibliyografyaları ve Kozak tarafından 1995, 2000 ve 2001 yıllarında yapılan çalışmalardır. Kozak 1995 yılında yürüttüğü çalışmasında Türkiye’de yayınlanan turizm konulu makaleleri çeşitli parametrelere göre değerlendirmiştir, 2001 yılında ise tez çalışmalarını değerlendirerek turizm pazarlaması literatürünün gelişim sürecini ortaya koymuştur.

Son yıllarda bibliyometri çalışmalarının sayısında ciddi bir artış gözlenmektedir. Öyle ki 2017 yılında Yılmaz, Karakuş, Çamlıca ve Toprak tarafından turizm alanında yapılan 48 bibliyometri çalışması yine bibliyometrik analiz yoluyla incelenmiştir. Bu çalışmadan dört yıl sonra Ünal ve Çelen (2021) tarafından benzer bir çalışma gerçekleştirilmiş ve tespit edilen 113 yayın incelemeye alınmıştır. Sadece dört yıllık kısa bir süre içerisinde bile bibliyometri yayınlarının iki kattan daha fazla artmış olması artış hızı ile ilgili fikir vermektedir. Bu çalışmada en çok bibliyometrik çalışmanın gastronomi alanında yapıldığı, bunu sürdürülebilir turizm konulu bibliyometrik çalışmaların takip ettiği ve turizm rehberliği alanında yapılan bibliyometrik çalışmaların da üçüncü sırada yer aldığı tespit edilmiştir.

Son iki yılda turizm alanında farklı konular ile ilgili bibliyometrik çalışmaların gerçekleştirildiği görülmektedir. Öztürk (2023) turizm alanında atmosfer konulu tezleri, Yılmaz ve Karamustafa (2023) endüstri 4.0 ve uygulamalarını konu alan makaleleri, Öncülokur, Akaslan ve Barış (2023) turizm ve deneyim ilişkisine yönelik tezleri, Yaşar (2023) turizm alanında kişilik özellikleri ile ilgili tezleri, Süntar ve Esin (2023) yerel halkın turizme yaklaşımlarını inceleyen çalışmaları, Balyalı ve İlhan (2023) turizm ve dijitalleşme konulu araştırmaları, Dülgaroğlu ve Erge (2023) Airbnb ile ilgili çalışmaları, Şahin ve Akova (2023) turizm ve çocuğu ilişkilendiren çalışmaları incelemişlerdir. Bunların yanı sıra tükenmişlik, marka deneyimi, edebiyat turizmi, animasyon, gönüllü turizmi, yayla turizmi, hüznün turizmi, iletişim temalı turist rehberliği çalışmaları ve somut olmayan kültürel miras gibi birçok konu son iki yıl içerisinde

bibliyometrik analiz ile incelenmiştir. Belirli bir konuda yoğunlaşan çalışmaların yanı sıra mekânsal bağlamda incelemeler yapan çalışmalar da bulunmaktadır. Çeşmeci ve Ertan (2023) Kayseri turizmi hakkındaki tezleri, Solmaz ve Uyar (2022) Alanya ile ilgili çalışmaları, Ekren (2022) ise Sinop ile ilgili çalışmaları incelemişlerdir. Belirli bir dergide yayınlanan makaleleri inceleyen bibliyometri çalışmaları da bulunmaktadır. Göral ve Kılınç (2023) Tourism Management dergisinde yayınlanan makaleleri ve Ünüvar ve Yurtlu (2022) ise Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi (SOİD) makalelerini incelemişlerdir.

Alanyazındaki ulaşılabilen tüm bibliyometri çalışmaları detaylı bir şekilde incelenmiş, ancak bu çalışmanın kapsamını aşması dolayısıyla büyük bir kısmına yer verilememiştir. Turizm ile ilgili birçok farklı konuda bibliyometri çalışması yapılmasına rağmen, turizm alanının temel turistik ürünü olan paket tur ile ilgili bibliyometrik çalışmaya rastlanılmamıştır. Bu noktadan hareketle paket tur ile ilgili çalışmaların incelenmesine karar verilmiştir.

Yöntem

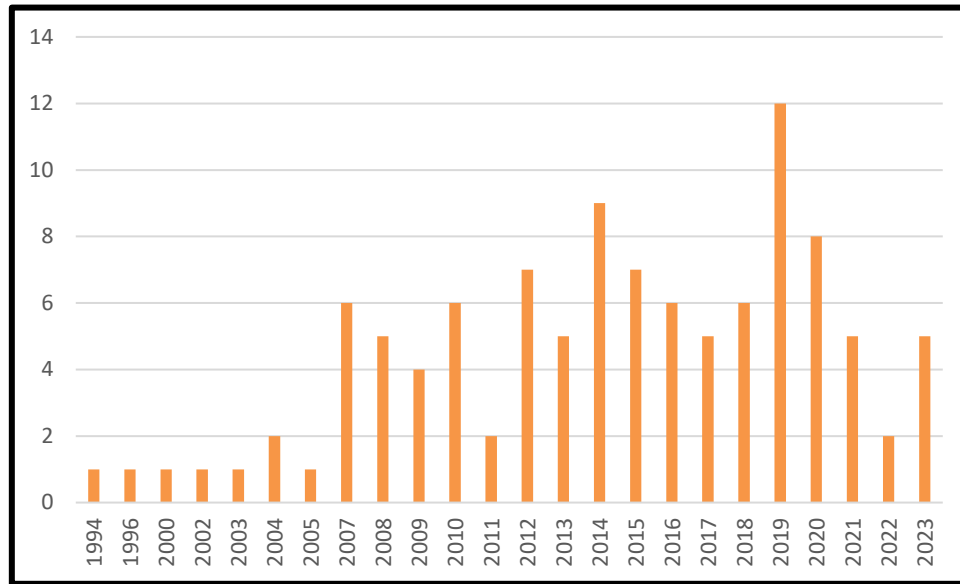
Bu çalışmada paket tur konusunda yayınlanan makalelerin incelenmesi amaçlanmıştır. Etki değeri yüksek olan dergileri bünyesinde barındırması dolayısıyla Web of Science (WOS) veri tabanı tercih edilmiştir. WOS veri tabanında yer alan ve anahtar kelimeleri arasında paket tur (package tour) ya da paket tatil (package holiday) bulunan tüm makaleler araştırma alanına dâhil edilmiştir. Kategoriler bölümünde ağırlama, boş zaman, spor ve turizm alanı işaretlenmiş, doküman türü olarak makaleler (derleme makaleler ve erken erişim dahil) seçilerek, kitap bölümü ve konferans bildirisi gibi yayın türleri çalışma kapsamı dışında bırakılmıştır. Toplamda 116 çalışmaya ulaşılmıştır.

Ulaşılan 116 makalenin başlığı, özeti ve anahtar kelimeleri tek tek gözden geçirilmiştir. Araştırmacı tarafından gerek görüldüğü durumlarda bazı makalelerin tam metni incelemeye alınmıştır. İncelemeler sonucunda, doğrudan paket tur ile ilgili olmayan sekiz makale veri setinden çıkarılmış ve 108 makale ile analiz sürecine geçilmiştir. Çalışmada kullanılan parametreler; yayın yılı, dergi adı, yazar sayısı, yazar isimleri, yazarın bağlı olduğu kurum ve ülkeleri, araştırma deseni, anahtar kelimeler, atıf sayısıdır. Belirlenen parametrelere göre analizleri gerçekleştirmek için Excel ve VOSviewer programından yararlanılmıştır.

Bulgular ve Değerlendirme

Paket tur ile ilgili olduğu tespit edilen 108 makaleye ilişkin veriler, makalelerin tek tek incelenmesi yoluyla araştırmacı tarafından manuel olarak Excel programına işlenmiştir. İlgili program yardımıyla yayın yılı, dergi adı, yazar sayısı, araştırma deseni ve atıf sayısı parametreleri frekans ve yüzde analizi teknikleri ile incelenmiştir.

Veri tabanında paket tur ile ilgili ilk makalenin 1994 yılında Tourism Management adlı dergide yayınlandığı tespit edilmiştir. T. Atherton tarafından kaleme alınan makalede paket turun soyut olma ve dayanıksızlık gibi özelliklerinin hukuk sistemi açısından zorlukları ele alınmıştır. Bu makalenin yayınlanmasından sonraki yaklaşık on yıllık dönem boyunca sadece yedi makale daha yayınlanmıştır. İncelenen makalelerin yıl bazında dağılımı Şekil 1'de gösterilmektedir. Veriler incelendiğinde paket tur ile ilgili en fazla çalışmanın 2019 yılında yapıldığı görülmektedir (12 makale).



Şekil 1. Makalelerin Yıllara Göre Dağılımı

Paket tur ile ilgili makalelerin 36 farklı dergide yayınlandığı tespit edilmiştir. İncelenen makalelerin dergilere göre dağılımına bakıldığında, paket tur ile ilgili en fazla makalenin (23 makale) yer aldığı derginin Tourism Management olduğu görülmektedir. Asia Pacific Journal of Tourism Research dergisi ikinci sırada (9 makale) yer alırken, üçüncü sırada 8 makale ile Journal of Travel Research gelmektedir. Analiz sonuçları ile ilgili hazırlanan tabloya (Tablo-1) dört ve üzeri makale yayınlayan dergiler alınmıştır. Diğer kategorisinin içinde; paket tur ile ilgili üç makale bulunan üç dergi, iki makale bulunan dört dergi ve bir makale bulunan 19 dergi vardır.

Tablo 1. Makalelerin Dergilere Göre Dağılımı

Dergi adı	Sayı	Yüzde
Tourism Management	23	21.2
Asia Pacific Journal of Tourism Research	9	8.3
Journal of Travel Research	8	7.4
Tourism Economics	6	5.5
Current Issues in Tourism	5	4.6
Journal of Quality Assurance in Hospitality Tourism	5	4.6
Annals of Tourism Research	4	3.7
Journal of China Tourism Research	4	3.7
Journal of Vacation Marketing	4	3.7
Tourism Analysis	4	3.7
Diğer (26 Dergi)	36	33.6
Toplam	108	100

Makalelerin yazar sayılarına ilişkin analizler Tablo 2’de görülebilmektedir. İlgili tablo incelendiğinde makalelerin yaklaşık yüzde 35’inin iki yazarlı olduğu görülmektedir. Çalışmaların yaklaşık yüzde 85 gibi büyük bir kısmı iki, üç ve dört yazarlı olarak kaleme alınmıştır. Tek yazarlı ve beşin üzerinde yazarı olan çalışmaların sayısı oldukça azdır.

Tablo 2. Yazar Sayıları

Makaledeki yazar sayısı	Sayı	Yüzde
Tek yazarlı	12	11,1
İki yazarlı	38	35,1
Üç yazarlı	32	29,7
Dört yazarlı	22	20,4
Beş yazarlı	3	2,8
Altı yazarlı	1	0,9

Analizler sonucu makalelerin 222 farklı yazar tarafından yazıldığı tespit edilmiştir. Alana en fazla katkı sağlayan yazarlar Tablo 3'te gösterilmektedir. İlgili tabloda sadece konuyla ilgili dört ve üzeri makalesi olan yazarlar yer almaktadır. Paket tur alanına en fazla katkı sağlayan yazar dokuz makale ile Sheng Hshiung Tsaur'dur. Yedi makale ile Haiyan Song ikinci olmuştur. Tablo 3'te görülebileceği gibi dört yazar toplamda dörder makale yazarak alana katkı sağlamışlardır. Üç makaleye sahip yazar sayısı beş, iki makaleye sahip yazar sayısı 32'dir. 179 yazarın ise bir makalesi bulunmaktadır. Yazarların bağlı olduğu kurumlara bakıldığında Hong Kong Polytechnic University - Hong Kong (16 makale), National Chiayi University - Tayvan (12 makale), Providence University - Tayvan (6 makale) ile üçüncü sırada yer almaktadır.

Tablo 3. Yazarlar ve Makale Sayıları

Yazar adı-soyadı	Makale sayısı
Tsaur, Sheng Hshiung	9
Song, Haiyan	7
Wang, Kuo-ching	4
Kwek, Anna	4
Wang, Ying	4
Weaver, David B.	4

İlgili makaleler araştırma deseni bakımından değerlendirildiğinde (Tablo 4) sadece bir çalışmanın kavramsal olduğu, diğer tüm çalışmaların görgül yöntemlerle hazırlandığı görülmektedir. Görgül makalelerin ise büyük bir kısmı nicel yöntemle hazırlanmıştır. Nitel yöntemlerle hazırlanan makalelerin oranı yüzde 28,7 iken, karma yöntemle hazırlanan makalelerin oranı yüzde 7,5'tir. Nicel çalışmalar içerisinde ağırlıklı olarak çeşitli ölçekler aracılığıyla toplanan verilerin analiz edilmesine dayalı çalışmalar yer almaktadır. Nitel çalışmalarda ise durum çalışmalarının sayısının daha fazla olduğu gözlemlenmiştir. Katılımlı gözlem yoluyla veri toplanan çalışmaların yanı sıra paket tur katılımcıları ya da düzenleyicileri ile mülakat yapılan çalışmalara ve paket turlarla ilgili broşür ve haber gibi dokümanların incelenmesine yönelik çalışmalara da rastlanmıştır.

Tablo 4. Makalelerin Araştırma Desenine Göre Dağılımı

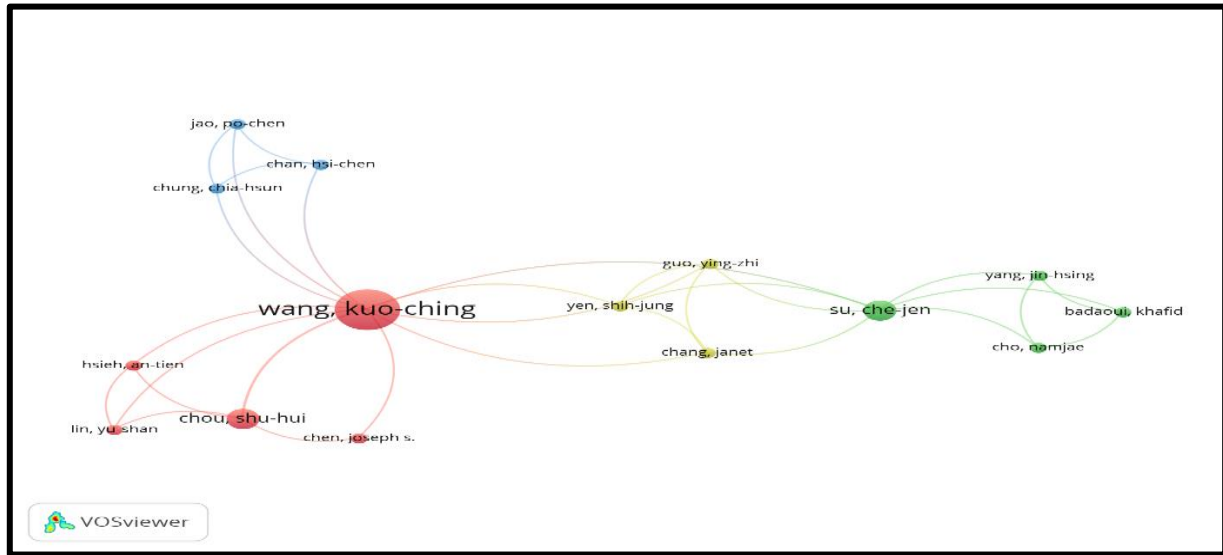
Araştırma deseni	Sayı	Yüzde
Nicel	68	62,9
Nitel	31	28,7
Karma	8	7,5
Kavramsal	1	0,9
Toplam	108	100

Paket tur konusunda veri tabanında yer alan makaleler aldıkları atıf bakımından incelenmiş ve sonuçlar Tablo 5'te sunulmuştur. En çok atıf alan çalışma Wang vd. tarafından 2000 yılında yapılmıştır. En çok atıf alan ilk on çalışma genel olarak değerlendirildiğinde çoğunlukla 2000'li yılların başlarında yazılan makaleler olduğu görülmektedir. Wang, K.C.'nin ilk yazar olduğu dört çalışmanın da listede yer alması araştırmacının paket tur çalışmaları konusunda verimli bir araştırmacı olduğunu göstermektedir. Bağlantı gücü açısından değerlendirildiğinde de bağlantı gücü en yüksek yazarın Wang, KC olduğu görülmektedir.

Tablo 5. En Çok Atıf Alan Makaleler

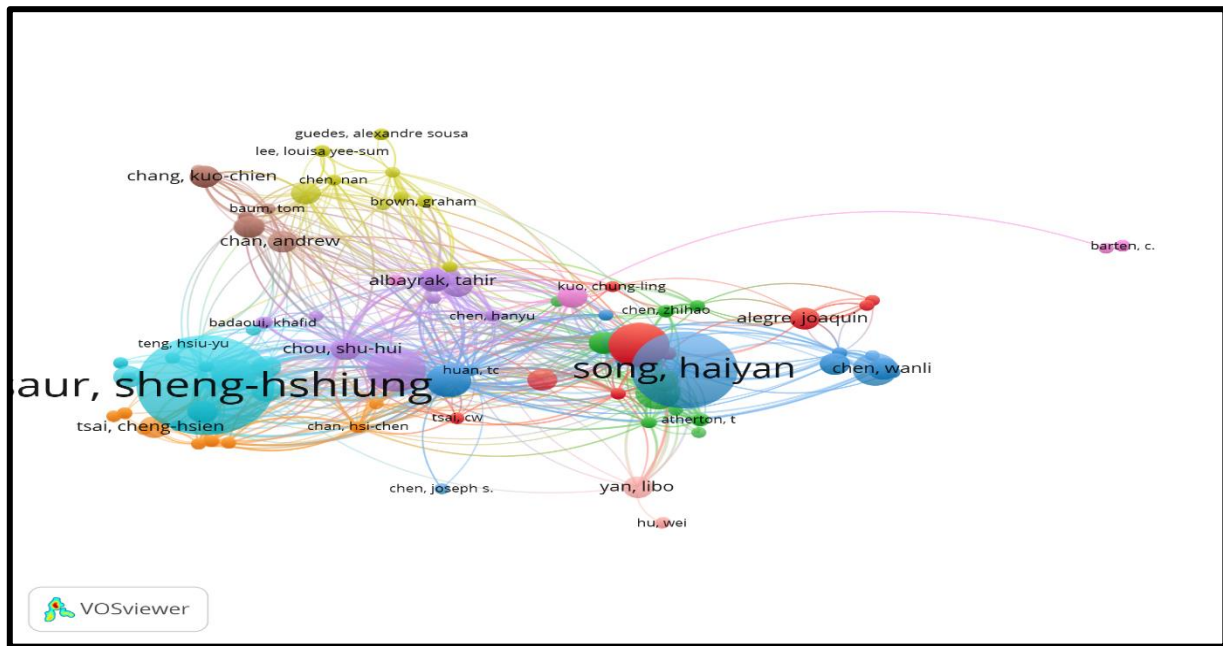
Makale adı	Yazarlar ve yılı	Toplam atıf sayısı	Bağlantı gücü
Critical service features in group package tour: An exploratory research	Wang, K. C.; Hsieh, A. T.; Huan, T. C. (2000)	150	31
Who is the decision-maker: the parents or the child in group package tours?	Wang, K. C.; Hsieh, A. T.; Tsai, C. W. (2004)	141	5
Outbound tourists' selection criteria for choosing all-inclusive package tours	Wong, C. K. S.; Kwong, W. Y. Y. (2004)	117	16
A Mediation Model of Tourists' Repurchase Intentions for Packaged Tour Services	He, Y.Q.; Song, H. Y. (2009)	92	1
GPTCCC: An instrument for measuring group package tour service	Wang, K. C.; Hsieh, A. T.; Chou, S. H.; Lin, Y. S. (2007)	85	23
The Impact of Tour Service Performance on Tourist Satisfaction and Behavioral Intentions: A Study of Chinese Tourists in Hong Kong	Chan, A; Hsu, C. H. C; Baum, T. (2015)	80	10
Is the tour leader an effective endorser for group package tour brochures?	Wang, K. C.; Hsieh, A. T.; Chen, W. Y. (2002)	78	14
Understanding European tour operators' control on accommodation companies: an empirical evidence	Medina-Munoz, R. D.; Garcia-Falcon, J. M. (2003)	70	7
How do Mainland Chinese travelers choose restaurants in Hong Kong? An exploratory study of individual visit scheme travelers and packaged travelers	Law, R; To, T; Goh, C (2008)	65	0
Contents of tour packages - A cross-cultural comparison	Enoch, Y (1996)	63	15

Ortak yazarlık durumunu analiz etmek ve en fazla iş birliği yapan yazarları tespit etmek için bir ağ haritası oluşturulmuştur (Şekil 2). Analizlerde en az bir yayın ve en az bir atıf kriteri belirlenmiştir. Analiz sonucunda en çok iş birliği yapan 15 farklı yazarın dört kümede gruplandığı görülmektedir. Şekildeki yuvarlak görsellerin büyüklüğü, bağlantıyı güçlendiren yazarları göstermektedir. En çok atıf alan ilk iki makalede birinci yazar olarak yer alan Wang, KC'nin bağlantı gücü yüksektir. Yazar aynı zamanda konu ile ilgili en üretken yazarlar arasında üçüncü sırada gelmektedir. Genel olarak değerlendirildiğinde, konu ile ilgili en çok makalesi olan yazarların aynı zamanda en bağlantılı araştırmacılar olduğu söylenebilir.



Şekil 2. Yazarlar Arası İşbirliği Ağ Haritası

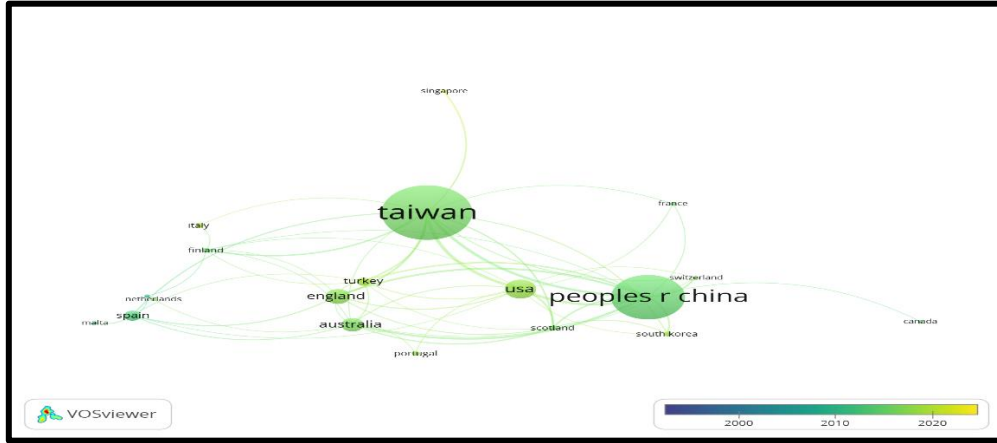
Yazarların atıf ağlarını tespit edebilmek için en az bir yayın ve en az bir atıf kriteri ile ağ haritası çıkarılmış ve Şekil 3'te sunulmuştur. Yapılan analizde on farklı küme ve 1367 bağlantı bulunmuştur. Toplam bağlantı gücü ise 1817'dir. En fazla atıf alan yazar sıralamasında 369 atıf ile birinci sırada yer alan iki yazar vardır: Wang, K.C. ve Hsieh, A.T. İki yazarın da bağlantı gücü 149'dur. Haiyan, S., 248 atıf ile üçüncü sıradadır ve bağlantı gücü 65'dir, Tsaur, S.H. ise 197 atıf almasına rağmen bağlantı gücü (139) yüksek bulunmuştur.



Şekil 3. Yazarların Atıf Bağları

Makalelerin menşei ülkeleri temel alınarak ağ haritası oluşturmak için en az bir eser yayınlanan ülke ve bir atıf alınması kriteri kapsamında analiz gerçekleştirilmiştir. Yedi farklı kümenin yer aldığı sonuçlar Şekil 4'te izlenebilmektedir. Ülkeler arasında 54 bağlantı ve 194 toplam bağlantı gücü tespit edilmiştir. Hem en fazla yayın yapan hem en çok atıf alan hem de bağlantı gücü en yüksek ilk üç ülke aynıdır. Bu ülkeler sırasıyla Çin, Tayvan ve ABD'dir. Çin ve ABD yıllardır hem en çok turist gönderen ülkeler içerisinde, hem de en çok turist kabul eden ülkeler içerisinde çoğu kez ilk üç içerisinde yer almaktadır. Tayvan ise özellikle Covid-19 pandemisi öncesinde en çok turist

kabul eden ülkeler arasında çoğunlukla ilk on içerisinde yer almaktadır. Dolayısıyla, bu ülkelerde akademisyenlerin de konuya daha fazla ilgi gösterdikleri söylenebilir. Türkiye açısından bir değerlendirme yapılacak olursa makale sayısı ve bağlantı gücü açısından yedinci sırada yer alırken, atıf açısından 16. sırada yer almaktadır. En çok turist kabul eden ülkelere birisi olan Türkiye’de turizm akademisyenlerinin paket tur konusuna yeterince ilgi göstermedikleri söylenebilir.

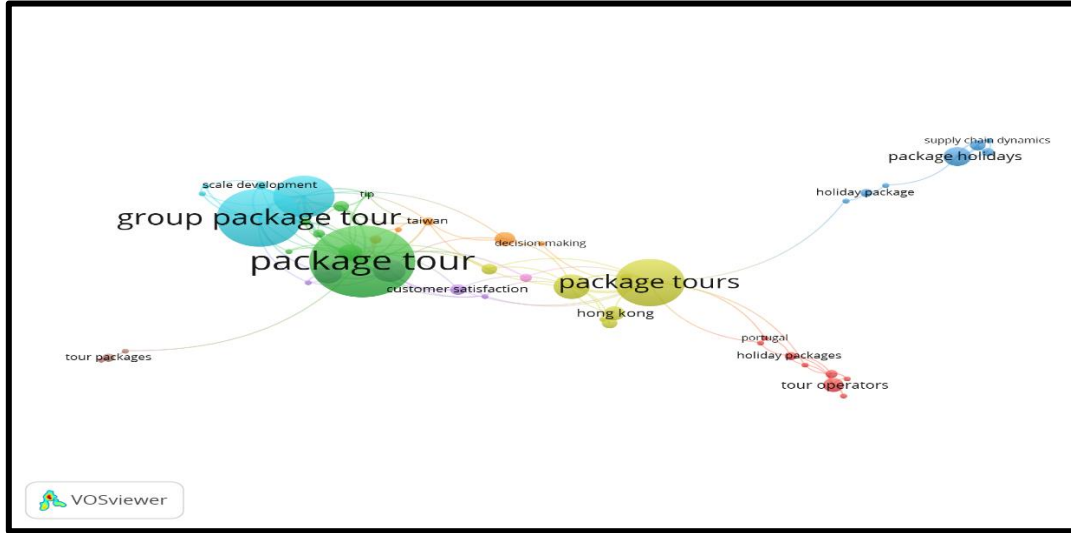


Şekil 4. Ülkelerin Atıf Bağları

Makalelerdeki toplam anahtar kelime sayısı 376’dır. En sık tekrarlanan anahtar kelimeler; package tour (26 tekrar), group package tour (21 tekrar), package tours (17 tekrar), tour leader (15 tekrar) ve China (9 tekrar) olmuştur. Anahtar sözcükler analiz edilirken en az iki defa tekrarlanmış olması baz alındığından 48 anahtar kelime tespit edilmiştir. Analizde dokuz küme oluşmuştur (Şekil 5). Bağlantı gücü (41) en yüksek olan ve harita üzerinde yeşil renk ile gösterilmiş olan birinci kümede package tour, service failure, tip, tour guide, tour operator, travel agency ve chinese tourists anahtar kelimeleri yer almaktadır. Bu kümedeki çalışmaların daha çok eşlikli turlar ile ilgili olduğu söylenebilir. Açık mavi renk ile belirtilen ikinci kümede; group package tour, content analysis, tour leader, scale development, qualitative interview anahtar kelimeleri vardır. Bu grupta eşlikli turlarda liderlik davranışlarının incelendiği nitel çalışmalar yer almaktadır. Sarı renk ile işaretli üçüncü kümede; package tours, overseas chinese, hong kong, group package tours, forced shopping, china, asymmetric information kelimeleri yer almaktadır. Bu gruptaki çalışmaların Asya-pasifik bölgesindeki gözetimli turlarla ilgili olduğu anlaşılmaktadır. Mor renkle belirtilen dördüncü kümede; customer satisfaction, price, behavioral intention, satisfaction, service quality kelimeleri vardır. Bu kümede paket tur müşterilerinin algılarına odaklanan çalışmaların olduğu söylenebilir. Beşinci küme (koyu mavi) package holidays, holiday package, tourism supply chain, tourist decision-making, supply chain dynamics, game theory, climate change anahtar kelimeleri vardır. Bu kümenin turist sayısının çok fazla olduğu, daha çok kitlesel olarak ifade edilen turları incelediği ve konaklama ve ulaşım işletmeleri gibi tedarikçilerle olan ilişkilere odaklandığı görülmektedir. Altıncı küme kırmızı ile renklendirilmiştir. Bu kümede; destinations, GIS (Geographic Information Systems), hedonic prices, holiday packages, portugal, price index, tour operators, travel agents kelimeleri yer almaktadır. Dolayısıyla bu kümede yer alan çalışmaların kitle turizmine yönelik deniz-kum-güneş paketleri ile ilgili olduğu söylenebilir. Yedinci küme (turuncu küme); group package tour (gpt), Taiwan, perceived value, destination image, decision-making kelimeleri bulunmaktadır. Bu kümedeki araştırmaların paket tur katılımcılarının destinasyon tercihleri ve seçim kriterlerine odaklandığı görülmektedir. Kahverengi ile işaretlenmiş olan sekizinci kümedeki anahtar kelimeler; tour package, tourism, conjoint analysis’dır. Bu kümede paket tur ile ilgili tüketici tercihlerinin

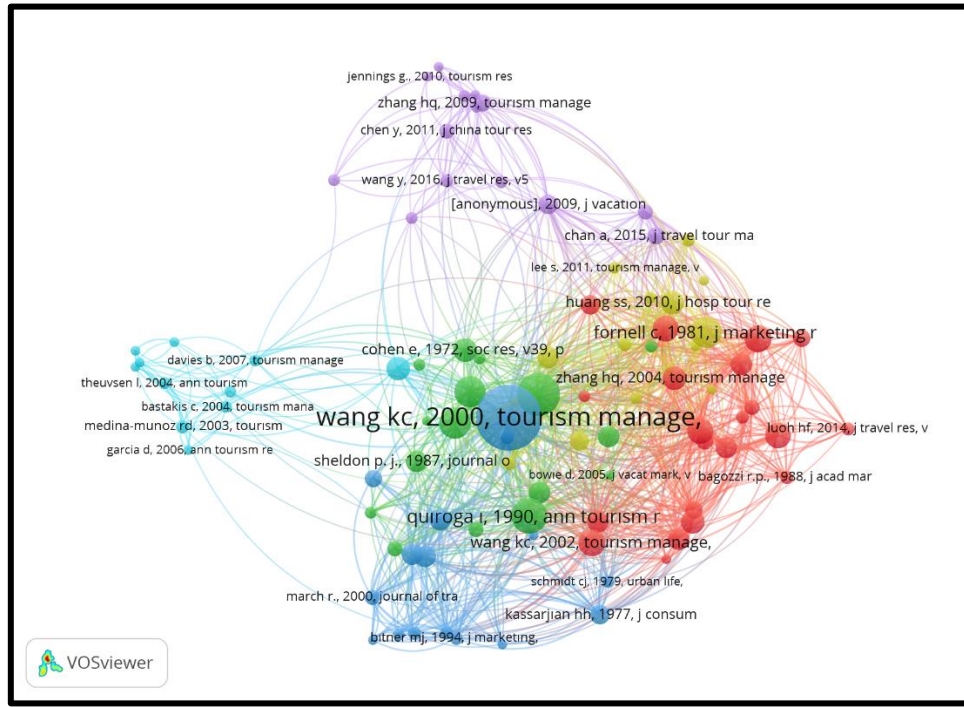
belirlenmesine yönelik çalışmalar yer almaktadır. Dokuzuncu ve son küme ise pembe renklendirilmiştir. Bu kümede sadece tourist satisfaction kelimesi yer almaktadır.

Anahtar kelime haritası detaylı bir şekilde incelendiğinde orta kısımda bir yoğunlaşma olduğu görülmektedir. İki düğüm arasındaki mesafenin kısa olması, bu düğümlerdeki anahtar kelimelerin daha sık bir arada kullanıldıklarını göstermektedir (Eck ve Waltman, 2022). Şekilde görülebileceği gibi üç küme diğerleri ile daha fazla mesafeye sahiptir. Koyu mavi, kırmızı ve kahverengi ile renklendirilmiş olan bu kümelerin kitlesel turizm hareketlerine hizmet eden paketlerle ilgili olduğu görülmektedir. Dolayısıyla eşlikli turlar ve gözetimli turlar şeklindeki ayrımın alanyazına da yansıdığını söylemek mümkündür.



Şekil 5. Anahtar Kelime Haritası

İncelenen makalelerde yer alan kaynaklara dayalı olarak gerçekleştirilen ortak atıf analizi sonucu elde edilen harita Şekil 6’da gösterilmiştir. İncelenen makalelerdeki toplam referans sayısı 4808’dir. Yapılan analizde altı farklı kümenin oluştuğu gözlemlenmiştir. Mavi kümede paket turu oluşturan unsurlara yönelik kaynaklar yer almaktadır. Wang vd. 2000; Leblanc, 1992; Bitner vd. 1994 gibi çalışmalar bu kümede yer almaktadır. Kırmızı kümede tur yönetimi, tur liderliği ve turist rehberliği ile ilgili kaynaklar yer almaktadır. Örneğin; Ap ve Wong, 2001; Cohen, 1985 ve Wang vd. 2002. Mor kümede kitle turizmine yönelik paket turlarla ilgili kaynaklar vardır. Zhang vd. 2009 ve Wang vd. 2016 gibi çalışmalar buna örnek gösterilebilir. Açık mavi kümede yer alan kaynaklarda paket tur ve dağıtım kanalları ilişkisinin ele alındığı gözlemlenmiştir. Buhalis, 2000; Theuvsen, 2004; Aguilo vd. 2003 gibi. Yeşil kümede kültürel farklılıklar perspektifinden paket turları ele alan kaynaklar yer almaktadır. Örneğin Cohen, 1972; Bowie ve Chang, 2005 ve Enoch, 1996. Son olarak sarı kümede paket turlarda hizmet kalitesi ve kalitenin ölçümü konuları ile ilgili kaynaklar (Parasaruman vd. 1985 ve Zeithaml vd. 1996) vardır. Bu kümede alanyazında en çok tanınan hizmet kalitesi boyutlarını geliştiren ve yaygın bir şekilde kullanılan Servqual ölçeğini geliştiren yazarların eserleri ve buna benzer eserler bulunmaktadır.



Şekil 6. Kaynakların ortak atıf analizi

Sonuç ve Öneriler

Bu çalışmada paket tur konusu ile ilgili web of science veri tabanında yer alan makaleler incelenmiştir. Yapılan araştırma sonucunda ulaşılan 108 makale incelemeye alınmıştır. Makaleler yayın yılı, dergi adı, yazar sayısı, yazar isimleri, yazarın bağlı olduğu kurum ve ülkeleri, araştırma deseni, anahtar kelimeler, atıf sayısı parametrelerine göre analize tabi tutulmuştur. Konu ile ilgili ilk makale Atherton tarafından yazılan, 1994 yılında Tourism Management dergisinde yayınlanan “Package Holidays - Legal-Aspects” isimli çalışmadır. Konu ile ilgili makalelerin 2007 yılından itibaren artış eğilimine girdiği ve en fazla makalenin 2019 yılında üretildiği bulunmuştur.

Paket tur konusunda yazılan makalelerin toplamda 36 farklı dergiye dağıldığı görülmektedir ve en fazla yayın Tourism Management dergisinde yayınlanmıştır. Tourism Management genel turizm odaklı etki gücü yüksek dergiler arasında yer almaktadır (Acar, 2022). Makalelerin genellikle iki ve üç yazarlı olarak yazıldığı tespit edilmiştir. Araştırma deseni bakımından çalışmaların yüzde 62 gibi büyük bir kısmı nicel yöntemlerle hazırlanmıştır. Turizm çalışmalarında sıklıkla karşılaşıldığı gibi nicel çalışmaların oranı bu çalışmada da yüksek bulunmuştur. Bununla birlikte, nitel çalışmaların sayısının da oldukça yüksek olduğu söylenebilir. Bunlar içerisinde katılımlı gözlem yoluyla verilerin toplandığı netnografik çalışmaların da yer aldığı görülmüştür. Konu ile ilgili sadece bir kavramsal çalışma olması dikkat çekicidir.

En fazla makaleyi üreten araştırmacı Sheng Hshiung Tsaur’dur. En üretken yazar olmasına rağmen en fazla atıf alanlar listesinde çalışmaları yer almamaktadır. Bunun nedeni sorgulandığında araştırmacının makalelerinin diğer yazarlara kıyasla daha yeni tarihli makaleler olduğu görülmüştür. En çok atıf alan ve bağlantı gücü en yüksek yazar ise Kuo-Ching Wang’tır. Araştırmacının ilk yazar olarak yer aldığı iki makale en çok atıf alan çalışmalar sıralamasında birinci ve ikinci sırada yer almıştır. Beş ve yedinci sırada da yine aynı yazarın çalışmaları yer almaktadır. En fazla atıf almış olan “Critical service features in group package tour: An exploratory research” isimli çalışmada paket turlarda kaliteyi belirleyen temel unsurların tespit edilmesine çalışılmıştır.

Ortak yazarlık analizinde en çok iş birliği yapan 15 yazarın dört kümeye ayrıldığı görülmektedir. En çok makale üreten yazarların aynı zamanda bağlantı gücü de yüksek olan yazarlar olduğu tespit edilmiştir. Yazarların atıf ağları incelendiğinde ise on farklı küme olduğu görülmüştür. Özellikle Asya-Pasifik bölgesinde görev yapan araştırmacıların birbirlerinin yayınlarını takip ettikleri söylenebilir. Atıf bağlantılarına ülkesel bağlamda bakıldığında da benzer sonuçla karşılaşılmıştır. Yayın sayısı, bağlantı gücü ve atıf sayısı olmak üzere üç parametre açısından da ilk üç sıralaması değişmemiştir. Bu ülkeler Çin, Tayvan ve ABD'dir. Türkiye listede oldukça geri sıralarda yer almaktadır.

Anahtar kelime analizinde dokuz küme oluşmuştur. Kümeler içerisinde yer alan anahtar kelimeler ve kümelerin birbirine olan mesafesi değerlendirildiğinde, eşlikli turlara yönelik tur lideri, hizmet kalitesi, bahşiş, alışveriş baskısı, destinasyon imajı gibi anahtar kelimelerin yer aldığı kümelerin birbirine yakın konumlandığı görülmektedir. Haritada daha uzak konumlanmış olan üç farklı kümede ise turizm tedarik zinciri, fiyat indeksi, iklim değişikliği gibi kitle turizmi ile ilgili anahtar kelimeler yer almıştır. Haritadaki dikkat çeken diğer husus orta kümede paket tur ifadesinin tekil olarak “package tour ve group package tour” şeklinde kullanılmasıdır. Uzak olan kümelerde ise çoğul kullanım ve tatil paketi (package holidays, holiday package, tour packages) şeklindeki kullanım daha belirgindir. İlgili alanyazında net bir ayırım olmamakla birlikte yazarların kendi seçtiği anahtar kelimelerinde çalışmalarını kavramsal olarak temellendirmeye çalıştıkları söylenebilir. Ortak atıf analizinde de anahtar kelime analizine yakın bir harita olduğu görülmüştür. Birbirine yakın olarak konumlanmış dört kümede yer alan kaynakların teması sırasıyla; paket turu oluşturan unsurlar, tur yönetimi ve turist rehberliği, kültürel farklılıklar, hizmet kalitesi ve ölçümüdür. Uzakta konumlanmış iki küme ise kitle turizmine yönelik kaynaklar ve dağıtım kanalları ilişkisini ele alan kaynaklar vardır.

Bu çalışma, turizmin temel ürünü olan paket tur ile ilgili olarak alanyazındaki mevcut durumun incelenmesine yönelik ilk çalışmalar arasında yer almaktadır. Çalışma ile paket tur konusunda yapılan araştırmalara, kapsamlı bir genel bakış sunulmuştur. Paket tur konusundaki eğilimlerin, en etkili olan yazarların, konuyla ilgili anahtar kavramların, yazarlar arası iş birliği ve atıf ilişkilerinin ortaya konulduğu bu araştırmanın, ileride konu ile ilgili çalışma yapacak kişilere yararlı olacağı düşünülmektedir. Belirli bir konunun akademik anlamda nasıl ilerlediğinin ve evrimleştiğinin belirlenmesi, ilgili disiplinin akademik temellerinin güçlenmesi bakımından önemlidir (Köseoğlu vd. 2016). Bu bağlamda bu çalışma ile ilgili alanda bilgi birikimine yön veren temel kaynaklar ortaya konulmuştur. Aynı zamanda yapılan anahtar kelime analizi ile paket tur konusunda yapılan çalışmaların hangi ana temalar etrafında toplandığı tespit edilmiştir. Eşlikli turlar ve kitle turizmine yönelik gözetimli turlar gibi standartlaştırılmış paket turları konu edinen çok sayıda çalışma olduğu görülmektedir. Bununla birlikte gelecekteki eğilimler farklı olduğundan, bu konuda çalışma yapmak isteyen araştırmacılara, bireyselleştirilmiş paket turlar, farklı yaşam tarzlarına uygun turlar, özel ilgili alanlarına yönelik turlar gibi daha spesifik konulara odaklanmaları önerilebilir. Türkiye adresli yayınların sayısının oldukça az olduğu görülmüştür. Türk turizminde oldukça önemli bir yeri olan paket turlara yönelik çalışmaların sayısının artması gerekmektedir. Paket tur ile ilgili kavramsal makalelerin sayısının oldukça sınırlı olduğu tespit edildiğinden, uygulamalı araştırmalar kadar teori geliştirmeye yönelik çalışmaların da yürütülmesi önerilebilir.

Bu çalışma, Web Of Science veri tabanında yer alan, 1994 yılından 2023 yılı Haziran ayına kadar yayınlanmış olan ve anahtar kelimesinde paket tur geçen makaleleri kapsamaktadır. Bununla birlikte her çalışmada olduğu gibi bu çalışmada da bazı sınırlılıklar mevcuttur. Bu bağlamda gelecekte yapılacak çalışmalar için bir takım öneriler

getirilebilir. Aynı veri tabanı kullanılarak kitap bölümü, bildiri vb. diğer yayın türlerinin dâhil edildiği ve farklı parametrelerin kullanıldığı çalışmalar yapılabilir. Araştırma kapsamına alınan makaleler içerik incelemesine tabi tutularak ve daha detaylı konu analizi yapılarak sistematik alanyazın incelemesi yapılabilir. Aynı zamanda gerek uluslararası gerek ulusal düzeyde farklı veri tabanları kullanılarak araştırmanın tekrarlanması sonuçların karşılaştırılmasına imkân sağlar. Paket turla ilgili olmasına rağmen anahtar kelimeleri arasında paket tur ifadesi bulunmayan makalelerin bu çalışmada yer almaması çalışmanın diğer bir sınırlılığını oluşturmaktadır. Konu ile ilgili bir anahtar kelime havuzu oluşturularak daha geniş kapsamlı bir çalışma yürütülebilir.

KAYNAKÇA

- Acar, D. (2022). Turizm deneyim tasarımı: sistematik ve bibliyometrik bir araştırma. Ankara: Detay yayıncılık.
- Aguiló, E., Alegre, J., & Sard, M. (2003). Examining the market structure of the German and UK tour operating industries through an analysis of package holiday prices. *Tourism Economics*, 9(3), 255-278.
- Ahipaşaoğlu, S. (2006). Turizmde rehberlik (2. Baskı). Ankara: Gazi Kitabevi.
- Ap, J., & Wong, K. K. (2001). Case study on tour guiding: Professionalism, issues and problems. *Tourism Management*, 22(5), 551-563.
- Aylan, S. (2020). Rekreatif tur yönetimi. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Balyalı, T. Ö., & İlhan, Ö. A. (2023). Turizm ve dijitalleşme konulu araştırmaların bilimsel haritalama tekniği ile bibliyometrik analizi. *Ahi Evran Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 9(1), 117-133.
- Bitner, M. J., Booms, B. H., & Mohr, L. A. (1994). Critical service encounters: The employee's viewpoint. *Journal of Marketing*, 58(4), 95-106.
- Bowie, D., & Chang, J. C. (2005). Tourist satisfaction: A view from a mixed international guided package tour. *Journal of Vacation Marketing*, 11(4), 303-322.
- Buhalis, D. (2000). Relationships in the distribution channel of tourism: Conflicts between hoteliers and tour operators in the Mediterranean region. *International Journal of Hospitality & Tourism Administration*, 1(1), 113-139.
- Cohen, E. (1972). Toward a sociology of international tourism. *Social Research*, 39(1), 164-182.
- Cohen, E. (1985). The tourist guide: The origins, structure and dynamics of a role. *Annals of Tourism Research*, 12(1), 5-29.
- Çakmak, T.H. & Eren, A. (2021). Paket tur kavramı ve çeşitleri, içinde Örneklerle tur planlaması ve yönetimi (Ed. Ö. Değirmencioglu). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Çeşmeci, N. & Ertan, F. (2023). Kayseri turizmi üzerine hazırlanmış lisansüstü tezlere yönelik bibliyometrik bir inceleme, İçinde Sosyal, Beşeri ve İdari Bilimler Alanında Uluslararası Araştırmalar 2. Ankara: Platanus Yayınları.
- Çolakoğlu, O. E., Epik, F. & Efendi, E. (2010). Tur yönetimi ve turist rehberliği. Ankara: Detay Yayıncılık.

- Çolakoğlu, O.E. (2016). Tur çeşitleri ve tur organizasyonunda görev alan personel, içinde Tur planlaması ve yönetimi (Ed. O. Emir). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları, no:3262.
- Dülgaroğlu, O., & Erge, T. Ü. R. (2023). Airbnb üzerine yapılan çalışmaların bibliyometrik profili. *Journal of Humanities and Tourism Research*, 13(1), 175-191.
- Eck, N.J.V. & Waltman, L. (2022). VOSviewer Manual, https://www.vosviewer.com/documentation/Manual_VOSviewer_1.6.8.pdf, Erişim tarihi: 15.06.2023.
- Ekren, G. (2022). Sinop ile ilgili turizm araştırmaları üzerine bir değerlendirme. *Journal of Humanities and Tourism Research*, 12(2), 332-346.
- Enoch, Y. (1996). Contents of tour packages: A cross-cultural comparison. *Annals of Tourism Research*, 23(3), 599-616.
- Evans, N. G., & Stabler, M. J. (1995). A future for the package tour operator in the 21st century?. *Tourism Economics*, 1(3), 245-264.
- Göral, R. & Kılınç, H. Tourism Management dergisinin bibliyometrik analizi: Son 25 yıl üzerine bir değerlendirme. *Selçuk Turizm ve Bilişim Araştırmaları Dergisi*, (3), 22-39.
- Huang, S. (2012). Similar exercises, different consequences: An examination of tourism research in national research assessment frameworks, *Tourism Management Perspectives*, 2(3), 13-18.
- Kandampully, J. (2000). The impact of demand fluctuation on the quality of service: a tourism industry example. *Managing Service Quality: An International Journal*, 10(1), 10-19.
- Kozak, N. (1995). Türkiye turizm araştırmalarının neresinde?.. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 6 (1), 62-72.
- Kozak, N. (2001). Türkiye'de turizm pazarlaması literatürünün gelişim süreci: 1972-1998 yılları arasında hazırlanmış lisansüstü tez çalışmaları üzerine biyo-bibliyografik bir inceleme. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 12(1), 26-33.
- Kozak, N., Akoğlan Kozak, M. & Kozak, M. (2019). Genel turizm ilkeler-kavramlar (Yenilenmiş 21. Baskı). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Köseoğlu, M. A., Rahimi, R., Okumuş, F., & Liu, J. (2016). Bibliometric studies in tourism. *Annals of tourism research*, 61, 180-198.
- Küçükaslan, N. (2009). Seyahat işletmelerinde tur planlaması ve tur yönetimi. İstanbul: Alfa Akademi Yayıncılık.
- Leblanc, G. (1992). Factors affecting customer evaluation of service quality in travel agencies: an investigation of customer perceptions. *Journal of Travel Research*, 30(4), 10-16.
- Lv, W. Q., Wang, Y. J., Su, C. H. J., Chen, M. H., & Kot, H. W. (2022). A comprehensive analysis of package tour quality: A stochastic evolutionary game. *Tourism Management*, 91, 1-18.
- Öncülokur, A., Akaslan, E., & Barış, N. (2023). Turizm ve deneyim ilişkisi: YÖK ulusal tez merkezindeki lisansüstü tezlere yönelik bibliyometrik bir değerlendirme. *Mezopotamya Disiplinlerarası Çalışmalar Dergisi*, 1(1), 58-68.

- Öztürk, İ. (2023). Turizm alanında yayınlanmış atmosfer konulu lisansüstü tezlerin bibliyometrik analizi. *Uluslararası Türk Dünyası Turizm Araştırmaları Dergisi*, 8(1), 27-41.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1985). A conceptual model of service quality and its implications for future research. *Journal of Marketing*, 49(4), 41-50.
- Picazo, P., & Moreno-Gil, S. (2018). Tour operators' marketing strategies and their impact on prices of sun and beach package holidays. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 35, 17-28.
- Pritchard, A. (1969) Statistical bibliography or bibliometrics?, *journal of documentation*, 25 (4): 348-349. <https://bb97105d33e5a08095dbae5bd2c6799b516e760b.vetisonline.com/insight/content/doi/10.1108/eb026482/full/pdf?title=documentation-notes>, Erişim tarihi: 13.06.2023.
- Sheldon, P. J., & Mak, J. (1987). The demand for package tours: A mode choice model. *Journal of travel research*, 25(3), 13-17.
- Sheldon, P.J. (1990). Tur operatörlüğü endüstrisi (çev. M.K. Peser), *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 1(1): 27-30.
- Solmaz, C., & Uyar, M. (2022). Alanya turizm çalışmaları üzerine bibliyometrik bir analiz. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 10 (3): 2605-2637.
- Süntar, E. B., & Esin, C. A. N. (2023). Yerel halkın turizme ilişkin yaklaşımlarını inceleyen literatür üzerine bibliyometrik analiz. *Journal of Travel and Tourism Research*, 22(22), 62-95.
- Şahin, G., & Akova, O. (2023). Turizm ve çocuk ilişkisi: turizm ile çocuğu ilişkilendiren çalışmalara yönelik bibliyometrik bir değerlendirme. *Uluslararası Beşeri ve Sosyal Bilimler İnceleme Dergisi*, 7(1), 34-50.
- Theuvsen, L. (2004). Vertical integration in the European package tour business. *Annals of Tourism Research*, 31(2), 475-478.
- Tsang, N.K.F. & Hsu, C.H.C. (2011). Thirty years of research on tourism and hospitality management in china: a review and analysis of journal publications. *International Journal of Hospitality Management*, 30 (4): 886-896.
- Ünüvar, Ş., & Yurtlu, M. (2022). Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi (SOİD) makalelerinin bibliyometrik analizi. *Sosyal, Beşeri ve İdari Bilimler Dergisi*, 5(4): 378-404.
- Wang, K. C., Hsieh, A. T., & Chen, W. Y. (2002). Is the tour leader an effective endorser for group package tour brochures?. *Tourism management*, 23(5), 489-498.
- Wang, K. C., Hsieh, A. T., Chou, S. H., & Lin, Y. S. (2007). GPTCCC: An instrument for measuring group package tour service. *Tourism Management*, 28(2), 361-376.
- Wang, K.C, Hsieh, A.T. & Huan, T. C. (2000). Critical service features in group package tour: An exploratory research. *Tourism Management* 21(2), 177-189.
- Wang, Y., Weaver, D. B., & Kwek, A. (2016). Beyond the mass tourism stereotype: Power and empowerment in Chinese tour packages. *Journal of Travel Research*, 55(6), 724-737.

- Wong, J. Y., & Wang, C. H. (2009). Emotional labor of the tour leaders: An exploratory study. *Tourism Management*, 30(2), 249-259.
- Yaşar, E. (2023). Turizm alanında kişilik özellikleri ile ilgili lisansüstü tezlerin bibliyometrik incelemesi. *Journal of Humanities and Tourism Research*, 13(1), 86-99.
- Yılmaz, İ., Karakuş, Y., Çamlıca, K. & Toprak, L.S. (2017). Turizm alanındaki bibliyometrik çalışmalar: Türkiye örneği, *TURAN: Stratejik Araştırmalar Merkezi Dergisi*, 9 (36): 83-88.
- Yılmaz, M., & Karamustafa, K. (2023). Turizm alanında endüstri 4.0 ve uygulamalarını konu alan makalelerin bibliyometrik analizi. *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (54), 229-255.
- Zeithaml, V. A., Berry, L. L., & Parasuraman, A. (1996). The behavioral consequences of service quality. *Journal of Marketing*, 60(2), 31-46.
- Zhang, X., Song, H., & Huang, G. Q. (2009). Tourism supply chain management: A new research agenda. *Tourism management*, 30(3), 345-358.

Bibliometric Analysis of Research on Package Tour: A Web of Science Example**Esra GÜL YILMAZ**

Afyon Kocatepe University, Faculty of Tourism, Afyonkarahisar/Türkiye

Extended Summary

Package tours are the most important component of the travel industry. In the most general terms, a package tour is a touristic product that includes transportation, accommodation, food and beverage and sightseeing in the destination and is sold to customers at a single price (Sheldon & Mak, 1987). The continuous increase in the number of people participating in tourism makes mass tourism and mass tourism makes package tour organizations compulsory. According to Gurdal (2015), package tours are the result of economic necessity rather than being a fashion, as they have the features such as cheapness, reliability and ease of purchase required for mass tourism, and for this reason, they will continue to be one of the main elements of international tourism movements. Picazo and Moreno-Gil (2018) emphasize that in previous periods, standardized package tours based on the characteristics of destinations were common, while today there is a development trend towards more individualized package tours suitable for groups with different characteristics and different lifestyles.

Due to the fact that there are many different package tours shaped according to the needs and desires of tourists and the characteristics of package tours (being intangible, simultaneous production and consumption, having a unified structure, etc.), the package tours has become a subject that is frequently addressed by tourism academics with different dimensions. When the related literature is examined, it is seen that there are studies on many topics such as the content and quality of package tours, factors affecting purchasing, marketing of package tours, contracts with legal dimension, performance and motivation of employees working on package tours. It is important to determine in which areas the studies on package tours are concentrated and with which methods they are handled.

Bibliometrics is one of the most widely used methods to reveal the existing body of knowledge in a particular field. Bibliometrics is the process of counting and analyzing the characteristics of written communication media such as books and journals using mathematical and statistical methods in order to illuminate the nature and historical development of a discipline (Pritchard, 1969). In the international literature, the first bibliometric studies on tourism were conducted by Reid and Andreck in 1989 and Sheldon in 1990 (Tsang & Hsu, 2011). In the 2000s, there was an increase in the number of bibliometric studies examining the tourism literature, and these studies used parameters such as the journal in which the article was published, the authors and the institutions they were affiliated with (Huang 2012). In Turkey, the first studies to evaluate the literature are the tourism bibliographies prepared by Ağaoğlu in the 80s and the studies conducted by Kozak in 1995, 2000 and 2001. In his study published in 1995, Kozak evaluated the articles on tourism published in Turkey according to various parameters, and in 2001, he evaluated thesis studies and revealed the development process of tourism marketing literature.

This study aims to analyze the articles published in the international literature on package tours according to certain parameters. All articles in the Web of Science (WOS) database with the keywords "package tour" or "package holiday" were included in the research area. In the categories section, hospitality, leisure, sports and tourism were selected, articles (including review articles and early access) were selected as the document type, and publication types such as book chapters and conference proceedings were excluded from the scope of the study. In total, 116

studies were reached. As a result of the reviews, eight articles that were not directly related to package tours were excluded from the data set and the analysis process started with 108 articles. The parameters used in the study are the year of publication, journal name, number of authors, author names, institutions and countries that authors worked for, research design, keywords, and number of citations. Excel and VOSviewer programs were used to perform the analysis according to the determined parameters.

In the database, it was found that the first article on package tours was published in 1994 in the journal *Tourism Management*. In the article written by Atherton, the difficulties of the package tour in terms of the legal system such as intangibility and perishability were discussed. Since 2007, the number of studies on package tours has gradually increased and the most studies were made in 2019. The most articles on the subject were published in the journal *Tourism Management*. The author who contributed most to the field of package tours is Sheng Hshiung Tsaur (9 articles). The top three institutions that published the most articles are Hong Kong Polytechnic University - Hong Kong (16 articles), National Chiayi University - Taiwan (12 articles), Providence University - Taiwan (6 articles). Quantitative method was used in most of the articles (62.9%).

The most cited study was made by Wang and the others in 2000. Four studies in which Wang, K.C. was the first author were included in the top ten most cited articles. It is also seen that Wang, K.C. is the author with the highest linking power. When an evaluation is made in terms of countries, the top three countries with the highest number of publications, the highest number of citations and the highest linking power are the same: China, Taiwan and the USA. Turkey, on the other hand, ranks 16th.

The total number of keywords in the articles is 376. The most frequently repeated keywords were package tour (26 times), group package tour (21 times), package tours (17 times), tour leader (15 times) and China (9 times). According to the results of Co-occurrence of Keywords analysis, nine clusters were formed. When the keywords within the clusters and the distance of the clusters to each other are evaluated, it is seen that the clusters containing keywords such as tour leader, service quality, tipping, shopping pressure, destination image for escorted tours are located close to each other. The three clusters located further away on the map included keywords related to mass tourism such as tourism supply chain, price index and climate change. Another noteworthy point in the map is the use of the term package tour in the middle cluster as "packagetour and grouppackagetour" in the singular. In the distant clusters, the plural usage and the use of vacation package (packageholidays, holidaypackage, tourpackages) are more prominent. Although there is no clear distinction in the relevant literature, it can be said that the authors try to conceptually ground their studies in the keywords they choose.

According to the results of co-citation analysis, six clusters were formed. The first cluster includes resources on package tour elements, the second cluster includes resources on tour management, tour leadership and tourist guiding, the third cluster includes resources on package tours for mass tourism, the fourth cluster includes resources on the relationship between package tours and distribution channels. In the fifth cluster, there are resources on package tours from the perspective of cultural differences and in the last cluster there are resources on service quality and quality measurement in package tours. In the co-citation analysis, a map close to the keyword analysis was observed. The theme of the resources in the four clusters positioned close to each other are the elements that make up the package tour, tour management and tourist guidance, cultural differences, service quality and measurement, respectively. Two

distantly located clusters are those that address the relationship between sources and distribution channels for mass tourism.