



# Sürdürülebilir Otelcilik Üzerine Bir Meta Sentez Çalışması

## A Meta-Synthesis Study on Sustainable Hospitality

Hami ÜNLÜ<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Bayburt Üniversitesi, Bayburt  
• hamionlu@bayburt.edu.tr • ORCID > 0000-0002-8436-8704

### Makale Bilgisi/Article Information

**Makale Türü/Article Types:** Araştırma Makalesi/Research Article

**Geliş Tarihi/Received:** 10 Ekim/October 2025

**Kabul Tarihi/Accepted:** 31 Aralık/December 2025

**Yıl/Year:** 2026 | **Cilt-Volume:** 4 | **Sayı-Issue:** 1 | **Sayfa/Pages:**53-72

**Atıf/Cite as:** Ünlü, H. "Sürdürülebilir Otelcilik Üzerine Bir Meta Sentez Çalışması"  
Ondokuz Mayıs Üniversitesi Karadeniz Turizm Araştırmaları Dergisi, 4(1), Ocak 2026:53-72.

## SÜRDÜRÜLEBİLİR OTELCİLİK ÜZERİNE BİR META SENTEZ ÇALIŞMASI

### ÖZ

Bu çalışma ile Web of Science (WOS) veri tabanında yer alan sürdürülebilir otel başlıklı araştırmaların Meta-sentez yaklaşımı ile analiz edilmesi amaçlanmıştır. Bu amaç doğrultusunda WOS veri tabanında “sustainable hotel” anahtar kelimesiyle yapılan tarama yapılmıştır. Bu doğrultuda 2009-2025 yılları arasında yayınlanmış 92 çalışmaya ulaşılmıştır. Bu çalışmalardan yalnızca makale olarak yayınlanmış ve İngilizce dilinde yazılmış 21 makaleye erişim sağlanmıştır. Bu makaleler amaç, yöntem, örneklem grubu, veri toplama araçları ve sonuç bakımından analiz edilmiştir. Daha sonra ilgili çalışmaların sonuçları baz alınarak 10 adet tema elde edilmiştir. Söz konusu temalara hangi çalışmalarda yer verildiği tespit edilmiştir. Çalışma sonucunda, araştırma bulgularının misafir odaklı ve işletme odaklı iki boyutta kümelendiği tespit edilmiştir. Araştırma bulguları sürdürülebilir uygulamaların memnuniyet **düzeyini** ve rezervasyon niyetini artırdığını göstermiştir. Sürdürülebilirlik sertifikalarının misafir tercihlerini etkilediği fakat tek başına belirleyici olmadığı ortaya konmuştur. Buna ek olarak, fiyat, puan ve otel konumunun diğer değişkenlere kıyasla daha yüksek etkiye sahip olduğu tespit edilmiştir. Konum ve mekânsal özellikler ile Yeşil İK (İnsan Kaynakları) ve yeşil örgütsel iklimin sürdürülebilirliğinin benimsenmesi ve otel performansı üzerinde olumlu etkilerinin olduğu görülmüştür. Öte yandan sürdürülebilirliğin çoğunlukla çevresel boyutta değerlendirildiği, ekonomik ve sosyal boyutların arka plana atıldığı çalışma sonucunda belirlenmiştir.

**Anahtar Kelimeler:** Sürdürülebilirlik, Sürdürülebilir Otel, Web of Science.



## A META-SYNTHESIS STUDY ON SUSTAINABLE HOSPITALITY

### ABSTRACT

This study aims to analyze sustainable hotel research in the Web of Science (WOS) database using a meta-synthesis approach. For this purpose, the WoS database was searched using the keyword “sustainable hotel. Ninety-two studies published between 2009 and 2025 were retrieved. Of these studies, only 21 articles published in English were **included** in the analysis. These articles were analyzed in terms of purpose, methods, sample groups, data collection tools, and results. Ten themes were then derived from the findings of the selected studies. Studies addressing these themes were subsequently identified. The study determined that the

research findings clustered into two dimensions: guest-focused and business-focused. The research findings showed that sustainable practices increased satisfaction levels and booking intentions. Sustainability certifications influenced guest preferences but were not the sole determinant. Furthermore, price, rating, and hotel location were found to have a greater impact than other variables. The study found that location and spatial characteristics, along with Green HR (Human Resources) and a green organizational climate, had positive effects on sustainability adoption and hotel performance. Furthermore, the study found that sustainability is often evaluated from an environmental perspective, with economic and social dimensions being overlooked.

**Keywords:** Sustainability, Sustainable Hotel, Web of Science.



## GİRİŞ

Küresel ölçekte iklim değişikliğinin yaşanması biyolojik çeşitliliğin kaybolmasına ve doğal kaynakların hızlı bir şekilde tükenmesine yol açmaktadır. Bu durum sürdürülebilirliği tüm sektörler açısından zorunlu bir hale getirmiştir (Demir, 2009). Sürdürülebilirlik sadece çevresel etkilerin azalması değil, bununla birlikte ekonomik etkinlik ve toplumsal refahın sağlanmasını da kapsamaktadır. Bu yaklaşım üçlü kâr hanesi olarak ifade edilen çevresel, ekonomik ve toplumsal boyutların dengeli bir şekilde yönetilmesini ve paydaş işbirliği anlayışını ön plana çıkarmaktadır (Gedik, 2020). Turizm sektörü içerisinde yer alan konaklama işletmeleri, enerji tüketimi, atık üretimi, karbon emisyonları ve yerel halkla etkileşim durumlarından dolayı sürdürülebilirlik tartışmalarının odak noktasında yer almaktadır (İlban vd., 2023). Sürdürülebilir oteller, çevresel ayak izini azaltırken ekonomik sürdürülebilirliği güvence altına almayı ve toplumsal değer yaratmayı hedefleyen, paydaş odaklı uygulamaları benimseyen işletmeler olarak tanımlanmaktadır. Bu kapsamda enerji verimliliği ve yenilenebilir enerji kullanımı, su yönetimi, atıkların azaltılması, sürdürülebilir tedarik zinciri, yeşil bina etiketleri, çalışanların ve misafirlerin sürdürülebilir davranışlara teşviki gibi uygulamalar öne çıkmaktadır (Canbay, 2011). Son zamanlarda dijital teknolojiler ve inovasyon bu dönüşümün hızlanmasına katkı sağlamıştır (Pricopoaia vd., 2025). Bunun yanı sıra sürdürülebilirlik uygulamalarının destinasyon özelliklerine, işletmenin sahip yapısına ve rekabet ortamına duyarlılığı literatürde bulguların parçalı ve yöntemsel olarak heterojen bir görünüm sergilemesine yol açmaktadır. Bu çalışma, bu görünümü bütünleştirme ve literatürdeki eğilimleri şeffaflaştırmak amacıyla, Web of Science (WOS) veri tabanında yer alan çalışmaların meta-sentez yöntemiyle sistematik bir şekilde sunulmasını amaçlamıştır. Literatürde sürdürülebilir otellere odaklanan çeşitli sistematik derlemeler, bibliyometrik haritalamalar ve tematik çalışmalar yer almaktadır (Blanco-Moreno vd., 2025; Fauzi vd., 2025; Popşa, 2025). Fakat bu ça-

lışmalar çoğunlukla konu başlıkları, anahtar kelimeler ve atıf ağlarına odaklanmıştır. Farklı yöntemlerle üretilmiş ampirik bulgular amaç, yöntem, örneklem grubu, veri toplama süreçleri ve sonuç ekseninde çözümlenmemiştir. Bununla birlikte, destinasyon, işletme türü ve otel türü gibi bağlamsal farklılıklar çoğunlukla ayrı ayrı değerlendirilmiş, bulguların karşılaştırılması sınırlı kalmıştır. Bu bakımdan mevcut çalışma hem sürdürülebilir otel başlığını WOS çalışmaları ile netleştirerek literatürdeki boşluğu azaltacak hem de meta-sentez yaklaşımı ile farklı yöntemlerden elde edilen bulguları ortak bir kavramsal çerçevede bir araya getirerek alanın yöntemsel mimarisini görünür kılacaktır. Meta-sentez çalışmaları, yöntemsel çeşitlilik içeren ampirik bulguları yorumlayarak bir araya getiren, kavramsal derinlik ve bütünlük sağlamayı amaçlayan çalışmalardır (Nebioğlu, 2021). Bu doğrultuda, mevcut çalışma ile WOS veri tabanında sürdürülebilir otel başlıklı 21 makale amaç, yöntem, örneklem grubu, veri toplama araçları ve çalışma sonuçları bakımından değerlendirilmiştir. Böylece, ilgili alanın kuramsal yönelimleri, yöntem desenleri ve pratik yansımaları sistematik olarak elde edilmiştir. Bu çalışma ile sürdürülebilir otel literatürü sadece tematik içerik üzerinden değil, aynı zamanda amaç, yöntem, veri toplama araçları, örneklem ve sonuç boyutları ile birlikte ele alınmış ve alanın yöntemsel mimarisi ortaya konmuştur. Bununla birlikte dağınık olan bulgular meta-sentez yaklaşımı ile bir araya getirilerek otel işletmelerinin uyguladıkları sürdürülebilirlik çalışmalarının hangi bağlamlarla, hangi veri kanıtlarıyla ve hangi sonuçlarla ilişkilendirildiği ortaya konmuştur. Çalışmada WOS kapsamındaki çalışmalara odaklanılması, sürdürülebilir otel literatürünün akademik güvenliğini ve bulguların genellenebilirliğini de güçlendirmektedir. Meta-sentez yaklaşımının benimsenmesi de alanın mevcut durumunun tespitine ve gelecekteki çalışmaların yönüne katkı sağlayacaktır.

## KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Sürdürülebilir turizm, turizmden kaynaklanan olumsuz etkilerin azaltılması ve olumlu etkilerin artırılması hedefiyle turizmin ekonomik, sosyal ve çevresel etkilerine odaklanmaktadır. Sürdürülebilir turizm, doğal kaynakların ve kültürel mirasın korunmasını önceleyen ve yerel toplulukların güçlendirilmesini destekleyen bir yaklaşım olarak turist memnuniyetinin artırılmasını amaçlamaktadır (UNWTO, 2013). Bu amacın gerçekleşmesi için turistlerin, turizm sektörünün, doğal-kültürel çevrenin ve turizm faaliyetlerinden etkilenen toplulukların ihtiyaçları arasında hassas bir dengenin kurulması gerekmektedir (Streimikiene vd., 2020). Turizm faaliyetleri sonucunda enerji, su ve tek kullanımlık ürünlerin tüketiminin artış göstermesi, yerel kültürün özgünlüğünü kaybetmesi, doğal kaynakların tahribatının artması gibi birçok olumsuz durum ortaya çıkmıştır (Santos, Méxas & Meiriño, 2017). Bu olumsuz etkilerin azaltılması sektörün sürdürülebilirliği açısından büyük önem taşımaktadır. Konaklama işletmeleri turizm sektöründeki diğer işletmelere kıyasla çevresel ve sosyal yönetime daha fazla önem vermektedir (Elkhwesky vd., 2022). Bu durumun nedeni ise sürdürülebilirliğin oteller ve diğer konaklama

işletmeleri için çeşitli avantajlar sağlamasıdır. Konaklama işletmelerinde sürdürülebilir uygulamaların geliştirilmesi, işletme maliyetlerinin düşürülmesi ve operasyonel verimliliğin artırılması yoluyla kârlılığı desteklemektedir (Kularatne vd., 2019). Bu uygulamalar, ekonomik getirilerin ötesinde çevre ve yerel topluluklar üzerinde olumlu etkiler yaratmakta; atıkların etkin yönetimi, doğal kaynakların korunması ve karbon ayak izinin asgari düzeye indirilmesi gibi sonuçlar üretmektedir. Ayrıca, sürdürülebilirlik odaklı yaklaşımlar işletmelerin sosyal sorumluluk kapasitesini güçlendirerek müşteriler ve yerel halk nezdinde olumlu bir kurumsal imajın oluşumuna katkı sağlamaktadır (Chan, 2021).

Günümüzde turistler toplumsal ve çevresel sorunlara daha fazla odaklanmakta ve sürdürülebilir uygulamalara daha fazla önem vermektedirler. Birçok turist artık otellerin daha yüksek düzeyde yeşil bilince sahip olmalarını önemsemektedirler. Bu bağlamda, otellerin kirliliği azaltmak, müşteri tercihlerini etkilemek, memnuniyeti artırmak ve imaj sorunlarını önlemek için sürdürülebilir çözümleri hayata geçirmesi giderek daha fazla önem kazanmaktadır (Wong vd., 2021). Bu nedenle birçok otel çevre bilinci yüksek müşterileri kazanmak için operasyonlarında sürdürülebilirlik uygulamalarına daha fazla yer vermekte ve sürdürülebilirlikle ilgili yönergeleri daha fazla benimsemektedirler (Kim, Jin-Su & Kim, 2008). Sinyalizasyon teorisi uyarınca, bazı oteller çevreye duyarlı uygulamaları stratejik sinyal araçları olarak kullanarak çevresel hassasiyetlerini müşterilere iletmekte ve algılanan çekiciliklerini artırmayı hedeflemektedir (Hwang & Kim, 2021). Bundan dolayı birçok otel işletmesi operasyon süreçlerine atık azaltma, geri dönüşüm, enerji tasarrufu ve çevre eğitim programları gibi uygulamaları entegre etmektedirler (Han vd., 2019). Bazı otel işletmeleri ise Enerji ve Çevresel Tasarımda Liderlik (LEED), Energy Star ve Green Seal gibi yeşil sertifikasyonlara başvurarak çevre bilinci yüksek ziyaretçileri çekmeyi hedeflemişlerdir (Lee & Cheng, 2018). Literatür incelendiğinde, bireylerin çevre bağlılıkları ile çevreyi korumak için fedakârlık yapma istekleri arasında bir ilişkinin olduğu görülmektedir (Rahman & Reynolds, 2016). Sürdürülebilir özelliklere sahip otellere yönelik ziyaretçiler daha yüksek fiyat ödeme ve rahatlıktan ödün verme fedakarlığında bulunabilmektedirler. Bu oteller için daha fazla fiyat ödeme isteğinin çevre dostu bir davranış olduğu ifade edilmektedir (Galati vd., 2023; Shehawy vd., 2024). Otellerin gerçekleştirdikleri yeşil uygulamalar genellikle maliyetleri artırdığından dolayı bu durum fiyatlara da yansımaktadır. Bu tür otellerin sunduğu hizmetlerin tüketicilerin daha yüksek ödeme istekliliği üzerindeki etkisini inceleyen çok sayıda çalışma bulunmaktadır (García-Pozo., 2013; Rayman & Reynolds, 2016; Nelson vd., 2021). Bu çalışmaların ortak noktası bireylerin çevre dostu davranış sergileme eğilimidir.

Konaklama işletmeleri doğal ve kültürel çevre ile bütünleşen bir yapıya sahip olmalıdırlar. Bulunduğu doğal ve kültürel çevreye karşı sorumlu davranış sergilemesi bu işletmelerin sürdürülebilirliğini de olumlu yönde etkilemektedir (Esen, 2024). Bu nedenle konaklama işletmeleri gerçekleştirdikleri uygulamalarda doğa-

nın korunmasını, daha az kaynak kullanımını ve atık yönetimini ön planda tutmalıdır (Deste, Binbaşıoğlu & Türk, 2018). Konaklama işletmeleri gerçekleştirdikleri sürdürülebilir uygulamalarla sürdürülebilir otel etiketi alabilirler. Bu etiketler, atık azaltma, enerji ve su tasarrufu, yerel halkın desteklenmesi vb. uygulamalarla elde edilmektedir. Bu rozetler, otellerin sürdürülebilirlik çabalarının bir göstergesi olarak konukların algılarına etkilene gücüne sahiptir (Chen & Peng, 2012). Bu etiketler müşterilerin otel rezervasyonlarına etki ederek rekabet avantajı kazandırmaktadır. Becken ve Hay (2012) çalışmalarında müşterilerin otel rezervasyonlarında sürdürülebilirlik etiketlerinin rolünü incelemişler ve müşterilerin sürdürülebilir etiketi olan otelleri daha fazla tercih ettiklerini belirlemişler.

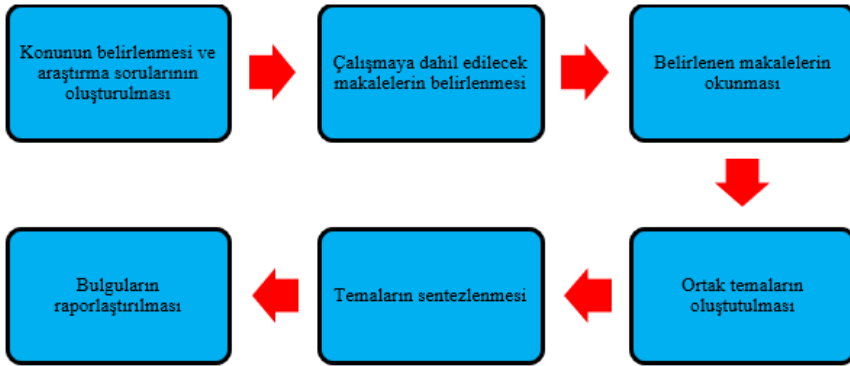
## YÖNTEM

### Araştırma Tasarımı

Bu çalışma sürdürülebilir otellerle ilgili yapılan çalışmaların nitel araştırma yöntemleri ile analiz edildiği ve eğilimlerin belirlendiği meta-sentez çalışmasıdır. Meta-sentez; benzer konu başlıklarındaki nitel araştırma sonuçlarını yöntemsel bir çerçeveye belirleyip, temalar ve üst kavramlar etrafında yeniden anlamlandırarak, alana bütüncül ve eleştirel bir bakış kazandırmayı amaçlar (Çalık & Sözbilir, 2014). Meta-sentez, nicel meta-analizden farklıdır. Sayısal sonuçları birleştirmek yerine, çalışmalardaki katılımcı sözleri ve araştırmacı yorumlarını bir araya getirip bunlardan yeni ve daha kapsamlı yorumlar üretir (Thomas & Harden, 2008).

### Araştırma Kapsamı, Veri Toplama ve Analizi

Araştırma kapsamında Web of Science (WOS) veri tabanında sürdürülebilir otel (sustainable hotel) başlıklı makaleler incelenmiştir. Çalışmaların belirlenmesinde “sustainable hotel” anahtar kelimesi kullanılmıştır. Bu doğrultuda 2009–2026 yılları arasında yayınlanmış 92 çalışmaya ulaşılmıştır. Bu çalışmalardan 82 tanesi makale olarak yayınlanmıştır. Turizm alanında yayınlanan makalelerin belirlenmesi için “Hospitality Leisure Sport Tourism” kategorisi seçilmiş ve 26 makalenin olduğu belirlenmiştir. Bu çalışmalardan 22 tanesine ulaşılmış ve bir makalede İngilizce dilinde olmadığından çalışmaya dâhil edilmemiştir. Çalışma 21 makale üzerinden gerçekleştirilmiştir. İlgili makaleler içerik analizine tabi tutulmuş ve elde edilen veriler temalar altında bir araya getirilmiştir. Meta-sentez üzerine kurgulanan çalışmanın işlem basamakları Şekil 1’de yer almaktadır.



**Şekil 1:** Meta-sentez çalışması işlem basamakları

**Kaynak:** Polat ve Ay, 2016

Araştırmaya dâhil edilen çalışmalar detaylı bir şekilde okunarak temalara göre kodlanmıştır. İncelenen çalışmalar A1, A2, A3.....A21 şeklinde kodlanmış ve Tablo 1’de gösterilmiştir.

**Tablo 1.** Araştırmaya kapsamında incelenen makaleler

| Makalenin Kodu | Makalelerin Künyesi                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
|----------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| A1             | “Ponnapureddy, S., Priskin, J., Vinzenz, F., Wirth, W., & Ohnmacht, T. (2020). The mediating role of perceived benefits on intentions to book a sustainable hotel: a multi-group comparison of the Swiss, German and USA travel markets. <i>Journal of Sustainable Tourism</i> , 28(9), 1290-1309.”    |
| A2             | “Marciš, M., Kvasnová, D., & Strnáďová, P. (2025). Sustainable Hotel Practices: A Comparison Between Higher and Lower Ranking Hotels. <i>DETUROPE-The Central European Journal of Regional Development and Tourism</i> , 16(2), 36-56.”                                                                |
| A3             | “Berezan, O., Millar, M., & Raab, C. (2014). Sustainable hotel practices and guest satisfaction levels. <i>International Journal of Hospitality &amp; Tourism Administration</i> , 15(1), 1-18.”                                                                                                       |
| A4             | “Farshbafiyān Hosseini-nezhad, M., Heidari, M., & Letizia Guerra, M. (2025). The framing effect and sustainable hotel booking behaviour: A nudge marketing study. <i>European Journal of Tourism Research</i> , 39, 1-14.”                                                                             |
| A5             | “Berezan, O., Raab, C., Yoo, M., & Love, C. (2013). Sustainable hotel practices and nationality: The impact on guest satisfaction and guest intention to return. <i>International Journal of Hospitality Management</i> , 34, 227-233.”                                                                |
| A6             | “Ponnapureddy, S., Priskin, J., Ohnmacht, T., Vinzenz, F., & Wirth, W. (2019). The influence of trust perceptions on German tourists’ intention to book a sustainable hotel: A new approach to analysing marketing information. In <i>Marketing for Sustainable Tourism</i> (pp. 102-120). Routledge.” |

|     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
|-----|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| A7  | "Weaver, D., Davidson, M. C., Lawton, L., Patiar, A., Reid, S., & Johnston, N. (2013). Awarding sustainable Asia-Pacific hotel practices: Rewarding innovative practices or open rhetoric?. <i>Tourism recreation research</i> , 38(1), 15-28."                                                                                            |
| A8  | "Reid, S., Johnston, N., & Patiar, A. (2017). Coastal resorts setting the pace: An evaluation of sustainable hotel practices. <i>Journal of hospitality and tourism management</i> , 33, 11-22."                                                                                                                                           |
| A9  | "Hegedüs, S., Boros, K., Kiss, K., & Fekete-Frojimovics, Z. (2024). Interpretation and Practice of Sustainable Tourism Among Accommodation Providers. <i>Tourism: An International Interdisciplinary Journal</i> , 72(3), 353-364."                                                                                                        |
| A10 | "Zhao, Z., Cheng, M., Lv, K., & Huang, L. (2025). What matters most? A sustainable or a conventional hotel experience? The interaction effect on guest satisfaction: A mixed-methods approach. <i>International Journal of Hospitality Management</i> , 124, 103988."                                                                      |
| A11 | "Jiang, H. L., Lu, L. H., Yuen, T. W., & Liu, Y. L. (2025). Promoting sustainable hospitality: examining the impact of voice assistant recommendations on customer engagement in pre-travel decision-making: moderating effects of use purpose and cultural orientation. <i>Journal of Hospitality Marketing &amp; Management</i> , 1-39." |
| A12 | "Martín-Gago, A. B., Camarero, C., & Laguna-García, M. (2025). Pay more and sacrifice more for environmental practices? The role of compensation in hotel booking intentions. <i>Tourism Management Perspectives</i> , 58, 101384."                                                                                                        |
| A13 | "Nisar, Q. A., Hussain, K., Sohail, S., Yaghmour, S., Nasir, N., & Haider, S. (2023). Green HRM and sustainable performance in Malaysian hotels: the role of employees' pro-environmental attitudes and green behaviors. <i>Tourism: An International Interdisciplinary Journal</i> , 71(2), 367-387."                                     |
| A14 | "Tanford, S., Kim, M., & Kim, E. J. (2020). Priming social media and framing cause-related marketing to promote sustainable hotel choice. <i>Journal of Sustainable Tourism</i> , 28(11), 1762-1781."                                                                                                                                      |
| A15 | "Maté-Sánchez-Val, M., & Teruel-Gutierrez, R. (2022). Evaluating the effects of hotel location on the adoption of green management strategies and hotel performance. <i>Journal of Sustainable Tourism</i> , 30(8), 2029-2052."                                                                                                            |
| A16 | "Assaker, G., & O'Connor, P. (2023). The importance of green certification labels/badges in online hotel booking choice: A conjoint investigation of consumers' preferences pre-and post-COVID-19. <i>Cornell Hospitality Quarterly</i> , 64(4), 401-414."                                                                                 |
| A17 | "Pérez López, M. D. C., Plata Díaz, A. M., Martín Salvador, M., & López Pérez, G. (2025). A machine learning approach to classifying sustainability practices in hotel management. <i>Journal of Sustainable Tourism</i> , 33(8), 1634-1657."                                                                                              |
| A18 | "Vinzenz, F., Priskin, J., Wirth, W., Ponnappureddy, S., & Ohnmacht, T. (2019). Marketing sustainable tourism: The role of value orientation, well-being and credibility. <i>Journal of Sustainable Tourism</i> , 27(11), 1663-1685."                                                                                                      |
| A19 | "Liu, J., Liu, J., & Wang, Y. (2025). How to inspire green creativity among Gen Z hotel employees: an investigation of the cross-level effect of green organizational climate. <i>Journal of Sustainable Tourism</i> , 33(2), 189-206."                                                                                                    |
| A20 | "Paiva Neto, A., Lopes da Silva, E. A., Ferreira, L. V. F., & Araújo, J. F. R. (2020). Discovering the sustainable hotel brand personality on TripAdvisor. <i>Journal of Hospitality and Tourism Technology</i> , 11(2), 241-254."                                                                                                         |
| A21 | "Krstinić Nižić, M., & Matoš, S. (2018). Energy efficiency as a business policy for eco-certified hotels. <i>Tourism and hospitality management</i> , 24(2), 307-324."                                                                                                                                                                     |

## Araştırma Soruları

Bu çalışma ile sürdürülebilir otel başlıklı WOS veri tabanında yer alan makalelerin amaç, yöntem, örneklem grubu, veri toplama süreci ve sonuç açısından analiz edilmesi amaçlanmıştır. Bu amaç doğrultusunda aşağıda yer alan sorulara cevap aranmıştır.

**S1.** Sürdürülebilir otel çalışmalarında hedeflenen amaçlar nelerdir?

**S2.** Hangi örneklem grupları tercih edilmiştir?

**S3.** Amaçlara ulaşmada hangi yöntemler tercih edilmiştir?

**S4.** Hangi veri toplama araçları kullanılmıştır?

**S5.** Sürdürülebilir otel çalışmalarında hangi sonuçlara ulaşılmıştır?

## BULGULAR

Bu bölümde sürdürülebilir otel başlıklı çalışmalardan elde edilen bulgular sırasıyla yer almaktadır. Tablo 2’de ilgili çalışmaların amaçlarına ilişkin bulgular yer almaktadır.

**Tablo 2.** Sürdürülebilir otel çalışmalarının amaçları

| Araştırma Kodu | Araştırmanın Amacı                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
|----------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>A1</b>      | Bu çalışma, sürdürülebilir otlere yönelik rezervasyon yapma niyeti (BI) üzerinde algılanan faydaların (PB) aracılık rolünü incelemektedir. Özellikle, tutum (ATT) ile BI arasındaki ilişkide PB’nin nasıl bir aracı işlev gördüğünü ve benzer biçimde öznal normlar (SN) ile BI arasındaki ilişkide PB’nin aracılık etkisini test etmektedir. Yaklaşım, Planlanmış Davranış Teorisi’ne (TPB) dayanmaktadır. Bu yaklaşıma göre davranışsal, normatif ve kontrol inançları sırasıyla tutumu, öznal normları ve algılanan davranışsal kontrolü şekillendirir ve bu yapılar da niyeti belirler. Bu çerçevede PB, ATT ve SN’nin BI üzerindeki etkilerini açıklayan aracı bir mekanizma olarak modellenmiştir. |
| <b>A2</b>      | Bu çalışma, COVID-19’a ilişkin algılanan tehdidin sürdürülebilir bir otel markasını seçme niyetini artırıp artırmadığını incelemiştir. Ayrıca, çevresel kaygı ve sürdürülebilir bir işletmeyi tercih etmenin algılanan değerinin, bu tehdit algısı ile sürdürülebilir davranış niyeti arasındaki ilişkide aracılık etkisine sahip olup olmadığını test etmiştir.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| <b>A3</b>      | Bu çalışma, misafirlerin hangi sürdürülebilir otel uygulamalarından en fazla memnuniyet duyduklarını ve bu uygulamalara katılım motivasyonlarını belirlemeyi amaçlamıştır. Ayrıca, katılımcıların sosyokültürel arka planlarına bağlı olası farklılıkları ve çevre dostu bir otel için ek ücret ödeme istekliliklerini test etmiştir.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |

|     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
|-----|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| A4  | Bu araştırma, seyahat bağlamında sürdürülebilir bir otelde konaklama için rezervasyon yapma niyetini artırmada kazanç ve kayıp çerçeveli mesajların etkililiğini değerlendirmeyi amaçlamaktadır.                                                                                                                        |
| A5  | Bu çalışma, sürdürülebilir otel uygulamalarının farklı milliyetlerden misafirlerin memnuniyeti ve yeniden konaklama niyeti üzerindeki etkisini belirlemeyi amaçlamaktadır.                                                                                                                                              |
| A6  | Bu çalışma ile Alman turistlerin güven algıları ile sürdürülebilir otel rezervasyonu yapma niyetleri arasında ki ilişkinin belirlenmesi amaçlanmıştır.                                                                                                                                                                  |
| A7  | Bu çalışma Asya-Pasifik otellerinin sürdürülebilir otel uygulamalarının, kendi beyan ettikleri ödül başvurularının keşfedici ve tümevarımsal içerik analizi ile belirlenmesi amaçlamaktadır.                                                                                                                            |
| A8  | Bu çalışma, yeşil bina sertifikasyon programlarını kullanan Asya-Pasifik otellerinin sürdürülebilir otel uygulamalarını ve kendi bildirdikleri ödül başvurularını tümevarımsal içerik analizi ile belirlemeyi amaçlamıştır.                                                                                             |
| A9  | Bu çalışma, konaklama işletmelerindeki yöneticilerin sürdürülebilirliği nasıl yorumladıklarını ve sürdürülebilirlikle ilgili uygulamaları nasıl gerçekleştirdiklerini belirlemeyi amaçlamaktadır.                                                                                                                       |
| A10 | Bu çalışma sürdürülebilir otellerdeki sürdürülebilir deneyimlerin ve geleneksel deneyimlerin memnuniyet üzerindeki etkileşim etkisinin belirlenmeyi amaçlanmıştır.                                                                                                                                                      |
| A11 | Bu araştırmanın amacı, çevresel sürdürülebilirlik içeriklerinin, kullanıcıların sanal asistanlarla (VA) etkileşim düzeyi ile seyahat öncesi aşamada bu asistanlar tarafından sunulan önerileri benimseme eğilimi üzerindeki etkisini değerlendirmektir.                                                                 |
| A12 | Bu çalışma, çevresel uygulamalara sahip otellere rezervasyon yaparken fedakârlık yapma isteğini ve daha yüksek bir fiyat ödeme isteğini belirlemeyi amaçlanmıştır.                                                                                                                                                      |
| A13 | Bu çalışma, Malezya otellerinde sürdürülebilir çevresel performansa ulaşmada Yeşil İK uygulamalarının rolünü, çalışanların çevre dostu tutumlarının, yeşil davranışlarının ve yeşil çalışma ortamı algılarının kritik rolünü belirlemeyi amaçlamaktadır.                                                                |
| A14 | Bu çalışma ile duygusal hazırlanmanın odaklı pazarlama (CRM) ile birlikte yeşil bir otelin algılanan imajını nasıl etkilediğinin belirlenmesi amaçlanmıştır.                                                                                                                                                            |
| A15 | Bu çalışma ile otelin konumunun yeşil stratejileri uygulamadaki etkisi ve otel performansındaki rolü incelenmiştir.                                                                                                                                                                                                     |
| A16 | Bu çalışma ile tüketicilerin çevrimiçi otel seçiminde yeşil sertifika etiketlerinin öneminin belirlenmesi amaçlanmıştır.                                                                                                                                                                                                |
| A17 | Bu çalışma ile küçük ölçekli otel işletmelerinin sürdürülebilirlik uygulamalarını sınıflandırmak için makine öğrenimi tekniklerinin kullanılması amaçlanmıştır.                                                                                                                                                         |
| A18 | Bu çalışma, öz geliştirme yönelimli bireylerin sürdürülebilir otellere rezervasyon yapmaya ikna edilmesinde, bireylerin değer yönelimleri göz önünde bulundurularak duygusallık düzeyleri, sürdürülebilirlik konusunda sahip oldukları bilgi miktarı ve etiketleme yönteminin etkinliğinin saptanmasını amaçlamaktadır. |

|            |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
|------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>A19</b> | Sosyal bilgi işleme teorisi ve yaratıcılığın bilişsel modelinden yararlan bu çalışma ile prososyal motivasyon, izlenim yönetimi motivasyonu ve ekolojik refleksivite değişkenleri bir araya getirilerek yeşil organizasyonel iklimin Z kuşağı çalışanlarının yeşil yaratıcılık algısı üzerindeki etkisinin belirlenmesi amaçlanmıştır. |
| <b>A20</b> | Bu makale, elektronik ağızdan ağıza pazarlama yoluyla bir otel marka kişiliği performansını incelemeyi amaçlamaktadır. Marka kişiliği ölçeğinde hâlihazırda mevcut olan beş boyuta ek olarak, sürdürülebilirlik adı verilen tamamlayıcı bir özellik tasarlanıp test edilmiştir.                                                        |
| <b>A21</b> | Bu araştırma ile Hırvatistan'da sürdürülebilir otel sertifikasına sahip 40 otelin enerji verimliliği bakımından etkin bir şekilde faaliyet gösterip göstermediğinin belirlenmesi ve yöneticilerin otel enerji yönetimine yönelik tutumlarının belirlenmesi amaçlanmıştır.                                                              |

Araştırmanın amaçları, misafir odaklı niyet, memnuniyet ve tekrar ziyaret niyeti ile işletme odaklı uygulama ve performans olmak üzere iki ana eksenle toplanmıştır. Misafir odaklı çalışmalar incelendiğinde, sürdürülebilir otellere yönelik rezervasyon yapma niyeti, memnuniyet ve ekstra ödeme isteğine odaklanıldığı görülmektedir. Ayrıca, COVID-19 tehdidi, çevresel kaygı, güven, değer yönelimi, yeşil sertifika etiketi ile geleneksel ve sürdürülebilir deneyim etkileşiminin rolü de bu çalışmaların önemli bir bölümünün odağını oluşturmaktadır. İşletme odaklı çalışmaların amaçları incelendiğinde ise, otellerin ödül başvuruları ve yeşil bina sertifikaları gibi sürdürülebilir uygulamalarının değerlendirildiği belirlenmiştir. Bunun yanı sıra, otel konumunun yeşil strateji ve performans üzerindeki etkisi, yeşil sertifikalı otellerin enerji verimliliğinin incelenmesi ve yöneticilerin sürdürülebilirliği nasıl algıladıklarının ortaya konulması da bu çalışmaların amaçları arasında yer almaktadır. Söz konusu çalışmalarda kullanılan örneklem gruplarına ilişkin bilgiler Tablo 3'te sunulmuştur.

**Tablo 3.** İncelenen çalışmaların örneklemelerine ilişkin bulgular

| <b>Araştırma Kodu</b> | <b>Örneklem Grubu</b>                                                                                                                                                                                                                                                                             |
|-----------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>A1</b>             | Veriler Şubat 2017'de İsviçre, Almanya ve ABD'de uygulanan web tabanlı bir anketten elde edilmiştir ve 3290 başarılı yanıt alınmıştır. Geçerlilik kontrollerinden sonra (aşırı uzun broşür okuma süresi ve tüm maddelere aynı yanıt verenlerin hariç tutulması) nihai örneklem N = 2564 olmuştur. |
| <b>A2</b>             | Haziran-Eylül 2017 tarihleri arasında Slovakya Cumhuriyetinde yer alan 563 otelden 108 otele ulaşılmış ve veriler e-posta üzerinden toplanmıştır.                                                                                                                                                 |
| <b>A3</b>             | Araştırma verileri Meksika'nın lüks bir turizm merkezi olan San Miguel de Allende'nin halka açık alanlarında turistlerden toplanmıştır. Araştırma 303 katılımcının verdiği yanıtlar üzerinden gerçekleştirilmiştir.                                                                               |
| <b>A4</b>             | Araştırma verileri Instagram ve LinkedIn üzerinden Z ve Y kuşağından Mart-Nisan 2023 tarihleri arasında toplanmıştır. Çalışma 116 katılımcıdan elde edilen veriler üzerinden gerçekleştirilmiştir.                                                                                                |

|     |                                                                                                                                                                                                              |
|-----|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| A5  | Araştırma verileri Meksika'da San Miguel de Allende'de 329 katılımcıdan toplanmıştır.                                                                                                                        |
| A6  | Araştırma verileri çevrimiçi olarak 300 katılımcıdan toplanmıştır.                                                                                                                                           |
| A7  | Araştırma verilerini 2009-2010 yılları arasında Otel Yatırım Konferansı Asya-Pasifik Sürdürülebilir Otel Ödülü programına başvuran 64 otel oluşturmaktadır.                                                  |
| A8  | Araştırma verilerini Macaristan'da yer alan yeşil otel derecelendirmesine sahip 14 konaklama tesisine ilişkin bilgiler oluşturmaktadır.                                                                      |
| A9  | Araştırma verilerini ABD'deki en yüksek puanlı on yeşil otele yönelik TripAdvisor'da yapılan 60.725 yorum oluşturmaktadır.                                                                                   |
| A10 | Araştırmanın verileri Tayvan ve Birleşik Krallık'tan 744 katılımcıdan toplanmıştır.                                                                                                                          |
| A11 | Araştırmanın verilerini İspanya'da yaşayan 594 İspanya vatandaşından alınan yanıtlar oluşturmaktadır.                                                                                                        |
| A12 | Araştırmanın verileri Malezya'da bulunan sürdürülebilir otellerde çalışan personellerden toplanmıştır.                                                                                                       |
| A13 | Araştırmanın verileri Malezya'nın Kuala Lumpur, Langkawi ve Selangor şehirlerinde yer alan üç, dört ve beş yıldızlı otellerde çalışan 350 kişiden toplanmıştır.                                              |
| A14 | Araştırma verileri Instagram kullanan 115 kullanıcıdan elde edilmiştir.                                                                                                                                      |
| A15 | Araştırmanın verileri Barselona'da bulunan 335 otelden elde edilmiştir.                                                                                                                                      |
| A16 | Araştırmanın verileri Nisan 2020 tarihinde ABD'de yaşayan 270 katılımcıdan elde edilmiştir.                                                                                                                  |
| A17 | Araştırmanın verileri Nisan 2020'nin son haftasında ABD'de nüfusuna kayıtlı çevrimiçi bir panelden en son iki ayda orta segmentli bir otelde kalan ve TripAdvisor kullanan 270 katılımcıdan elde edilmiştir. |
| A18 | Araştırmanın verileri İsviçre'nin Almanca konuşulan bölgelerinde yaşayan 572 katılımcıdan elde edilmiştir.                                                                                                   |
| A19 | Araştırmanın verileri Çin'de 37 tane dört ve beş yıldızlı otelde çalışan 260 Z kuşağı çalışanından toplanmıştır.                                                                                             |
| A20 | Araştırmanın verileri bir markanın sahip olduğu üç otele yapılan 16.175 TripAdvisor yorumundan oluşmaktadır.                                                                                                 |
| A21 | Araştırmanın verileri Hırvatistan'da yer alan sürdürülebilir otel sertifikalı 40 otelden toplanmıştır.                                                                                                       |

Tablo 3 incelendiğinde örneklemin geniş bir coğrafyaya (İsviçre, Almanya, ABD, Slovakya, Macaristan, İspanya, Birleşik Krallık, Tayvan, Malezya, Çin, Hırvatistan ve Meksika) yayıldığı ve hem bireyler hem de tesislerin dahil edildiği görülmüştür. Veri kaynağı bakımından değerlendirildiğinde, turistler, yerel halk, çevrimiçi paneller ve otel çalışanlarına kadar geniş bir yelpazenin olduğu belirlenmiştir. Ayrıca, veri kaynağı olarak otellerin kendilerinin yanı sıra Instagram gibi sosyal medya platformları ile TripAdvisor yorumlarının da kullanıldığı görülmektedir. Örneklem büyüklükleri açısından incelendiğinde ise, küçük ölçekli sosyal medya örneklemelerinin, sınırlı sayıdaki tesisin ve kitle kaynaklı çok büyük veri setlerinin

çalışmalara veri sağladığı tespit edilmiştir. Örneklem yaklaşımında ise çoğunlukla olasılıksız ve kolayda örneklemelerin kullanıldığı belirlenmiştir. Bu durum çalışma bulguların temsil gücünü ve ön yargı riskini artırarak genellenebilirliğini sınırlamıştır. İlgili araştırmalarda kullanılan yöntemlere ilişkin bilgiler Tablo 4’de yer almaktadır.

**Tablo 4.** Araştırmaların yöntemlerine ilişkin bulgular

| Araştırma Yöntemi | Çalışmalar                                                              | f  |
|-------------------|-------------------------------------------------------------------------|----|
| Nicel             | A1,A2, A3, A4, A5, A6, A11, A12, A13, A14, A15, A16, A17, M18, A19, A21 | 16 |
| Nitel             | A7,A8, A9, A10,                                                         | 4  |
| Karma             | A20                                                                     | 1  |

Tablo 4 incelendiğinde 16 tanesinin nicel araştırma deseni üzerine kurgulandığı, dört çalışmanın nitel araştırma deseni üzerinden gerçekleştirildiği ve bir çalışmanın da karma desen üzerinden gerçekleştirildiği görülmektedir. Nicel, nitel ve karma yöntemlerin benimsendiği bu araştırmalarda veri toplanmasında kullanılan araçlar ise Tablo 5’de yer almıştır.

**Tablo 5.** Veri toplama araçlarına ilişkin bulgular

| Veri toplama aracı                 | Çalışmalar                                                               | f  |
|------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------|----|
| Anket                              | A1, A2, A3, A4, A5, A6, A11, A12, A13, A14, A16, A17, A18, A19, A20, A21 | 16 |
| İkincil kaynaklar, dokümanlar      | A7, A8                                                                   | 2  |
| Görüşme formu                      | A9                                                                       | 1  |
| Python tabanlı bir tarayıcı        | A10                                                                      | 1  |
| Web kazıma ve açık veri kaynakları | A15, A20                                                                 | 2  |

Tablo 5 incelendiğinde 16 çalışmada verilerin anketler kullanılarak elde edildiği belirlenmiştir. İkincil kaynaklar, dokümanlar, web kazıma ve açık veri kaynaklarının ise ikiyeşer araştırmada veri toplama aracı olarak kullanıldığı görülmüştür. Görüşme formu ve Python tabanlı bir tarayıcı ise birer araştırmada veri toplama aracı olarak kullanılmıştır. Genel olarak değerlendirildiğinde ilgili çalışmalarda veri toplama araçlarında çoğunlukla anket kullanıldığı belirlenmiştir. Araştırma kapsamında incelenen makalelerin sonuçları kısa ve açıklayıcı bir anlatımla Tablo 6’da yer almaktadır.

**Tablo 6.** Araştırma sonuçlarına ilişkin bulgular

| Kodu | Araştırma sonuçları                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
|------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| A1   | Algılanan faydaların açık bir şekilde sunulması ve sosyal normların güçlü etkisi, bireylerin sürdürülebilir otellere rezervasyon yapma niyetini artırmaktadır. Ayrıca, bu etki pazarlar arasında, özellikle de ABD’de, farklılık göstermektedir.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| A2   | Beş deneysel çalışma, pandeminin sürdürülebilir davranış niyetini artırmaya katkı sağladığını ortaya koymuştur.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| A3   | Çalışma, otel yönetiminin misafirlerin sosyokültürel geçmişlerini dikkate alması ve misafirleri, sosyal sorumluluk ile misafir hizmeti beklentileri arasında denge kurmanın yararları konusunda bilinçlendirmeye yönelik çaba göstermesi gerektiği sonucuna varmıştır.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
| A4   | Araştırma, sürdürülebilir konaklama mesajlarında kazanç çerçevesinin rezervasyon niyetini anlamlı biçimde artırdığını, kayıp çerçevesinin ise kontrol koşuluna kıyasla ek bir artış sağlamadığını göstermektedir.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| A5   | Bu çalışmanın sonuçları, yeşil uygulamaların genel olarak Meksikalılar, Amerikalılar ve diğer milletlerden gelen misafirlerin memnuniyet düzeyleri ve tekrar gelme niyetleri üzerinde pozitif bir ilişkiye sahip olduğunu gösteren araştırma hipotezlerini desteklemiştir.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
| A6   | Araştırma sonuçları genel güvenin, otele güvenmenin ve broşürün algılanan kullanışlılığının rezervasyon niyetleriyle pozitif ve anlamlı bir şekilde ilişkili olduğunu göstermiştir.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
| A7   | Araştırma sonucu, sürdürülebilirlik uygulamalarının prestijli otel ödülleri bağlamında rekabet avantajı sağladığını göstermiştir.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| A8   | Araştırma sonucunda sürdürülebilirlik ödüllerine başvuran 64 otelin 594’ten fazla sürdürülebilir otel uygulamasının olduğu belirlenmiştir. En fazla sürdürülebilirlik uygulamasının kentsel konumlu otellerde (290 uygulama) olduğu belirlenmiştir. Bunu 247 uygulama ile kıyı otelleri ve 57 uygulama ile diğer oteller izlemiştir.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
| A9   | Katılımcılar tarafından sürdürülebilirliğe ilişkin genel yorum, literatürle de uyumlu olarak, öncelikle çevresel yönlere odaklanmıştır. En çok vurgulanan iki alan enerji verimliliği ve atık yönetimi olmuştur. Katılımcıların sürdürülebilirliği karmaşık bir kavram olarak gördükleri belirlenmiştir. Görüşme yapılan kişilerin çoğu sektörde iş birliği olmadığını ve sürdürülebilir uygulamaları gerçekleştiren işletmelerin bunu nasıl yaptıklarını bilmediklerini ifade etmişler.                                                                                                                                                                                                 |
| A10  | Bu çalışma, sürdürülebilir otellerde sürdürülebilir ve geleneksel otel deneyimleri arasındaki etkileşim etkilerinin kapsamlı bir incelemesini sunmaktadır. 60.725 TripAdvisor yorumu analiz edilmiş ve çevrimiçi bir deney gerçekleştirilmiştir. Analizler sonucunda hem sürdürülebilir hem de geleneksel otel deneyimlerinin misafir memnuniyetini olumlu yönde etkilediği belirlenmiştir.                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
| A11  | Çalışma sonucunda çevresel sürdürülebilirlikle ilgili konaklama içeriklerini teşvik eden sanal asistanların kullanıcı etkileşimini ve tavsiye kabulünü etkili bir şekilde artırdığına ulaşılmıştır. Önceki araştırmalar sanal asistanlarla ilgili olarak yoğunlukla seyahat esnası ve seyahat sonrasına odaklanmış olsa da, mevcut çalışma sanal asistanların konukların seyahat öncesi karar alma süreçlerine de katkı sağlayabileceğini ortaya koymaktadır. Ayrıca, çeşitli konaklama işletmelerinin çevresel sürdürülebilirliğe yönelik çabalarının önemli bir karar alma faktörü olduğunu göstererek, konaklama alanındaki sanal asistan literatürüne anlamlı bir katkı sunmaktadır. |

|     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
|-----|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| A12 | Çalışma sonucunda müşterilerin fedakârlık isteklerinin ve daha fazla ödeme yapma isteklerinin müşterilerin sürdürülebilir tutumları ve algılanan davranışları ile ilişkili olduğuna ulaşılmıştır. Müşterilerin yaptıkları fedakârlıkların ödüllendirilmesi sürdürülebilir otellere rezervasyon yapma eğilimlerini etkilemektedir.                                     |
| A13 | Çalışma sonucunda Yeşil İK uygulamalarının çalışanların çevre dostu tutumlarını olumlu ve anlamlı bir şekilde etkilediğine, yeşil davranışa teşvik ettiğine ulaşılmıştır. Ayrıca, çalışanların yeşil davranışlarının sürdürülebilir otel performansını teşvik etmede kilit bir rol oynadığı da çalışma sonucunda belirlenmiştir.                                      |
| A14 | Araştırma sonuçları olumlu duygusal hazırlanmanın ve olumlu çerçevelenmiş CRM reklamlarının iyi bir otel imajı oluşturduğu ve bunun daha yüksek rezervasyon niyetine katkı sağladığını göstermiştir. Dahası, çevre dostu tutumların rezervasyon niyeti, daha fazla ödeme yapma isteği ve kulaktan kulağa pazarlama gibi çeşitli sonuçlara etki ettiği belirlenmiştir. |
| A15 | Çalışma otel konumunun otel içi özellikleri temsil eden bazı değişkenlerden daha yüksek açıklayıcı katsayılara sahip olduğunu göstermiştir. Çalışma ile sürdürülebilir otel yönetimi uygulamalarının tasarımı dış ağların ve konumsal özelliklerin daha fazla vurgulanması gerektiği sonucuna ulaşılmıştır.                                                           |
| A16 | Çalışma, Barcelona örneğinde konumun otellerin sürdürülebilir stratejileri benimseme olasılığını ve performansını anlamlı biçimde artırdığını; bu etkilerin mekânsal Heckman modeliyle doğrulandığını ve konumsal değişkenlerin birçok içsel otel özelliğinden daha güçlü açıklayıcılığa sahip olduğunu göstermektedir.                                               |
| A17 | Yeşil sertifika etiketleri müşteri tercihlerini anlamlı bir şekilde etkilese de, otellerin iptal politikaları, puanları, fiyatları ve konumları tercihlerde daha etkili olmuştur. Covid-19 sonrasındaki süreçte ise katılımcıların yaklaşık %45'i yeşil sertifikalı oteller için daha yüksek ödeme yapmaya istekli görünmüştür.                                       |
| A18 | Çalışma sonucunda sürdürülebilirliğe ilgi duyan tüketicilerin sosyal-çevresel refahı artırmak amacıyla otelin sürdürülebilirlik performansı hakkındaki ayrıntılı mesajlara ikna oldukları belirlenmiştir.                                                                                                                                                             |
| A19 | Araştırma, Z kuşağı çalışanları arasında yeşil örgütsel iklimin yeşil yaratıcılığı anlamlı bir şekilde artırdığını ve bu etkinin prososyal motivasyon ile izlenim yönetimi motivasyonu aracılığıyla kısmen açıklandığını ortaya koymuştur.                                                                                                                            |
| A20 | Araştırma sonuçları otel marka kişiliğinde samimiyetin en baskın, dayanıklılığın ise en zayıf boyut olduğunu göstermiştir. Ayrıca oteller bağlamında dayanıklılık boyutunun sürdürülebilirlikle değiştirilmesinin yerinde olacağını ve sürdürülebilirlik odaklı marka stratejilerinin ekonomik, sosyal ve çevresel faydalar sağlayabileceği ortaya konmuştur.         |
| A21 | Çalışma sonucunda Hırvatistan'da bulunan otellerin enerji verimliliği konusunda AB otellerinin düzeyine erişemediği belirlenmiştir. Ayrıca otel yöneticilerin enerji verimliliği ve enerji tasarrufu konusunda yeterli bilgiye sahip olmadıkları da tespit edilmiştir.                                                                                                |

Tablo 6'da yer alan araştırma sonuçlarına göre temalar oluşturulmuş ve bu temalar araştırma sonuçlarından alıntılarla desteklenmiştir. Araştırma sonuçlarına göre oluşturulan temalar ve bu temaları destekleyen çalışmalar Tablo 7'de yer almaktadır.

**Tablo 7.** Araştırma sonuçlarına ilişkin temalar

| Tema                                     | Destekleyen Araştırmalar | Yaygınlık |
|------------------------------------------|--------------------------|-----------|
| 1. Mesaj tasarımı ve ikna etme           | A1, A4, A11, A14, A18    | 5/21      |
| 2. Sosyal normlar ve pazar farklılığı    | A1, A2, A5, A17          | 4/21      |
| 3. Sertifika ve ödüller                  | A7, A8, A17              | 3/21      |
| 4. Ödeme ve fedakârlık                   | A12, A14, A17            | 3/21      |
| 5. Müşteri deneyimi ve güven             | A6, A10, A11             | 3/21      |
| 6. Konum ve mekânsal özellikler          | A8, A15, A16, A17        | 4/21      |
| 7. Örgüt iklimi                          | A13, A19                 | 2/21      |
| 8. Müşteri algısı                        | A9                       | 1/21      |
| 9. Enerji verimliliği ve bilgi eksikliği | A9, A21                  | 2/21      |
| 10. Marka ve imaj                        | A14, A20                 | 2/21      |

Tablo 7 incelendiğinde araştırma sonuçlarına ilişkin 10 adet temanın oluşturulduğu görülmektedir. Oluşturulan temalar incelendiğinde birinci temanın beş çalışma da vurgulandığı görülmektedir. Bu temada sürdürülebilirlikle ilgili mesajların nasıl tasarlandığı, mesajların müşterilere ulaştırılmasında hangi kanalların etkin bir şekilde kullanıldığı ve müşteri rezervasyon niyetleri üzerindeki etkisi incelenmiştir. Araştırmacının ikinci teması olan sosyal normlar ve pazar farklılıkları temasının dört çalışmada vurgulandığı belirlenmiştir. Bu temada, sürdürülebilirlik niyetini açıklamada toplumsal normlar, COVID-19 gibi dönemsel şoklar ve pazar farklılıklarının analitik çerçeve olarak kullanıldığı görülmektedir. Çalışmasının üçüncü temasında sürdürülebilirlikle ilgili sertifika ve ödüllerin rekabet avantajı oluşturma durumları incelenmiştir. İlgili çalışmalarda sertifika ve ödüllerin işletmelerin tercih edilebilirliğini etkilediği fakat tek başına bir belirleyici olmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Ödeme ve fedakârlık temasında, müşterilerin fedakârlık ve daha fazla ödeme yapma isteklerinin, tutum ve davranışlarının algılarıyla ilişkili olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Puciato vd., (2023) müşterilerin çevresel duyarlılık gösteren davranışlarının, sürdürülebilir otel hizmetleri için daha yüksek ödeme yapma istekleriyle olan ilişkisini incelemiştir. Çalışma sonucunda belirli çevreci alışkanlıkları olan müşterilerin sürdürülebilir otel hizmetleri için ödeme yapma isteklerinin anlamlı bir biçimde yüksek olduğu belirlenmiştir. Örneğin yemek israf etmemeye çalıştığını ifade eden müşterilerin ödeme isteklerinin %79 oranında daha yüksek olduğu görülmüştür. Fedakârlık ve fazla ödeme yapma isteği ile sürdürülebilir tutum ve algılanan davranış arasında bir ilişkinin olduğu, çevre dostu tutumlar ile daha fazla ödeme isteği arasında bir ilişkinin olduğu bu tema altında toplanan çalışmalarda ön plana çıkmıştır.

Müşteri deneyimi ve güven bağlamında, sürdürülebilir ve geleneksel hizmet deneyimlerinin dengeli bir biçimde sunulmasının memnuniyet düzeyiyle ilişkili

olduğuna yönelik bulgular mevcuttur. Nitekim Susskind (2014) tarafından yürütülen çalışmada, çevreye duyarlı ürünlerin performansının geleneksel ürünlerle aynı seviyede olduğunda misafirlerin memnuniyet ve algılanan hizmet kalitesinin olumsuz etkilenmediği, aksine çevresel duyarlılığın sağladığı ek değer sayesinde bu algıların güçlenebildiği ortaya konulmaktadır. Bunun yanı sıra otellere güven ve sürdürülebilir uygulamaları gösteren broşürlerin kullanışlılığı ile sürdürülebilir otellere rezervasyon niyeti arasında ilişkinin olduğu da ilgili tema altında yer alan çalışmaların sonucunda ortaya çıkmıştır. Makoondall-Chadee ve Bokhoree (2024) çalışmalarında otellerin sürdürülebilir uygulamalarının müşteri memnuniyeti ve tekrar gelme niyetleri üzerinde etkisinin olduğunu belirttiler. Konum ve mekânsal özellikler temasında, otelin konumunun ve mekânsal özelliklerinin rezervasyon niyetli ile ilişkisi olduğunu gösteren çalışmalar yer almıştır. Dahası rezervasyon niyeti üzerinde otel konumunun sertifikalardan daha etkili olduğunu gösteren çalışma sonuçlarının olduğu görülmektedir. Örgütsel iklim teması altında yer alan çalışmalarda Yeşil İK uygulamalarının ve yeşil örgütsel iklimin çalışan tutum ve davranışlarını etkilediği ve bu durumun otelin sürdürülebilirlik performansını artırdığı vurgusu yapılmıştır. Konyalılar (2018) Kocaeli/Kartepe'deki otel çalışanları üzerine gerçekleştirdiği çalışmada hizmet içi eğitimlerin, demografik özelliklerin ve sürdürülebilirlik uygulamalarının çevreci davranışlar üzerinde etkili olduğunu belirlemiştir. Müşteri algısı teması altında yalnızca bir çalışmanın olduğu görülmektedir. Bu çalışmada sürdürülebilirliğin yanlış algılandığı vurgusu yapılmıştır. Sürdürülebilirliğin yalnızca çevresel boyutlarının ön plana çıkarıldığı sıklıkla tekrarlanmış fakat diğer boyutlarına ilişkin her hangi bir bilgilendirmenin olmadığı ifade edilmiştir. Enerji verimliliği ve bilgi eksikliği temasında ise enerji verimliliği performansı ve bu konuda yöneticilerin bilgi seviyeleri arasında farklılıklar olduğuna ilişkin bulgular ortaya çıkmıştır. Hırvatistan'da gerçekleştirilen bir çalışmada otel yöneticilerin enerji verimliliği konusunda bilgi düzeylerinin yetersiz olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Araştırmanın son teması olan marka ve imaj temasına ilişkin çalışmalarda ise marka düzeyinde sürdürülebilirlik çalışmalarının açıkça konumlanmasının sosyal-çevresel faydalar sağlayabileceği ve bu durumun müşteri ile olumlu iletişimi güçlendirebileceği vurgusu ön plana çıkmıştır. Benzer sonuçlara Vatan ve Poyraz (2016) tarafından yapılan çalışma sonucunda ulaşılmıştır. İlgili çalışmada otellerin çevreci uygulamalarının marka imajını olumlu yönde etkilediği tespit edilmiştir.

## SONUÇ

Bu çalışma ile Web of Science (WOS) veri tabanında sürdürülebilir otel başlıklı çalışmaların meta-sentez yöntemi ile analiz edilmesi amaçlanmıştır. Bu amaç doğrultusunda WOS veri tabanında "sustainable hotel" anahtar kelimesi ile arama yapılmış ve yalnızca makale olarak yayınlamış ve İngilizce yazılmış çalışmalara ulaşılmıştır. Yapılan tarama sonucunda erişilebilen 21 çalışma amaç, yöntem, ör-

neklem grubu, veri toplama araçları ve sonuç bakımından meta-sentez yaklaşımı ile analiz edilmiştir. Web of Science veri tabanında 2009-2025 yılları arasında yayınlanmış 21 çalışmanın bulguları tematik olarak bütünleştirilmiş ve sürdürülebilir otel literatüründeki eğilimler misafir odaklı ve işletme odaklı olmak üzere iki ana eksen üzerinden çerçevelenmiştir. Misafirler tarafından algılanan faydaların açık ve inandırıcı bir biçimde iletilmesinin rezervasyon niyetini güçlendirdiği, misafirlere kazanç sağlayacak mesajların kayıp sağlayacak mesajlara oranla daha etkili olduğu, güven algısı ve pazar farklılıklarının rezervasyon niyeti üzerinde etkili olduğu sonuçlarına ulaşılmıştır. Sürdürülebilir ve geleneksel hizmet deneyimlerinin bir arada ve dengeli bir şekilde sunumunun memnuniyeti artırdığı sonucuna ulaşılmıştır. Upadhyay vd. (2013) çalışmalarında benzer bulgulara ulaşmışlardır. Çalışmalarında sürdürülebilir uygulamaların memnuniyeti artırdığı ve işletmelere rekabet avantajı sağladığı sonucuna ulaşmışlar. Wong vd. (2021) çalışmalarında otellerin müşteri memnuniyetini artırmada yeşil uygulamaları kullanmalarını ve sürdürülebilir çözüm odaklı olmalarını vurguladılar. Sanal asistanlar kullanılarak sunulan sürdürülebilirlik içeriklerinin seyahat öncesi etkileşimi artırdığı, yeşil etiketlerin tercihleri olumlu etkilediği ve bunların yanı sıra fiyat ve otel konumunun da tercihlerde büyük bir etkisinin olduğu belirlenmiştir.

İşletme boyutundan bakıldığında Yeşil İK uygulamaları ve yeşil örgütsel iklimin çalışanların sorumlu davranışları üzerinde olumlu etkisinin olduğu ve sürdürülebilir performanslarını desteklediği sonucu ortaya çıkmıştır. Otellerin konumunun ve dış ağların sürdürülebilirlik uygulamalarının benimsenme durumunu ve otelin sürdürülebilirlik performansını olumlu bir şekilde yükselttiği sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca enerji verimliliği uygulamalarında bazı ülkelerin AB standartlarına ulaşmadığı ve yöneticilerin bu konuda bilgi seviyelerin düşük olduğu görülmüştür. Araştırma bulguları ayrıca sürdürülebilirliğinin çoğunlukla çevresel boyutta değerlendirildiğini, sosyal ve ekonomik boyutların arka planda kaldığını göstermiştir. Yöntem açısından birçok çalışmada anketlerin kullanıldığı ve olasılıksız örnekleme yöntemlerinin tercih edildiği görülmüştür. Kolayda örnekleme yöntemin sıklıkla tercih edilmesi temsil gücü ve genellenebilirlik konusunda temkinli bir yaklaşım sergilenmesi gerektiğini ortaya koymuştur. Haşıloğlu vd. (2015)'de çalışmalarında kolayda örnekleme yönteminin evreni temsil etme gücünün sınırlı olduğuna vurgu yapmışlar. Genel olarak değerlendirildiğinde, sürdürülebilirlik mesajlarının tasarımı, ikna, mekânsal stratejiler ve örgütsel kapasitenin eş zamanlı olarak ele alınması durumunda hem misafir davranışlarında hem de işletme performansında anlamlı ve tutarlı kazançlarının ortaya çıkacağı sonucuna ulaşılmıştır. Genel olarak, mesaj tasarımı ve ikna, deneyim mimarisi, mekânsal strateji ve örgütsel kapasitenin eş zamanlı ele alınması hem misafir davranışları hem de işletme performansı üzerinde anlamlı ve tutarlı kazanımlar sağlamaktadır. Otellerin sürdürülebilirlik uygulamalarının belirlenmesi ve bu uygulamaların müşteriler üzerindeki etkisinin tespit edilmesi amacıyla yapılan diğer çalışmalar incelendiğinde (Khalil vd., 2024; dos Santos vd., 2020; Prakash vd., 2023; Tirado vd., 2019) sürdürülebilir uygulamaların

müşteri memnuniyetini artırdığı sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca sürdürülebilir uygulamaların bazı müşteriler için bir tercih nedeni olduğu da vurgulanmıştır.

## KAYNAKÇA

- Assaker, G., & O'Connor, P. (2023). The importance of green certification labels/badges in online hotel booking choice: A conjoint investigation of consumers' preferences pre-and post-COVID-19. *Cornell Hospitality Quarterly*, 64(4), 401-414.
- Becken, S., & Hay, J. (2012). *Climate change and tourism: From policy to practice*. Routledge.
- Berezan, O., Millar, M., & Raab, C. (2014). Sustainable hotel practices and guest satisfaction levels. *International Journal of Hospitality & Tourism Administration*, 15(1), 1-18.
- Berezan, O., Raab, C., Yoo, M., & Love, C. (2013). Sustainable hotel practices and nationality: The impact on guest satisfaction and guest intention to return. *International Journal of Hospitality Management*, 34, 227-233.
- Blanco-Moreno, S., Aydemir-Dev, M., Santos, C. R., & Bayram-Arli, N. (2025). Emerging sustainability themes in the hospitality sector: A bibliometric analysis. *European Research on Management and Business Economics*, 31(1), 100272.
- Canbay, N. (2011). Turizm sektöründe yükselen trend: Yeşil oteller. *Yeşil Bina Dergisi*, 9, 28-31.
- Chan, E. S. W. (2021). Influencing stakeholders to reduce carbon footprints: Hotel managers' perspective. *International Journal of Hospitality Management*, 94, 102807.
- Chen, A., & Peng, N. (2012). Green hotel knowledge and tourists' staying behavior. *Annals of Tourism Research*, 39, 2211-2219.
- Çalık, M., & Sözbilir, M. (2014). İçerik analizinin parametreleri. *Education & Science/Eğitim ve Bilim*, 39(174).
- Demir, A. (2009). Küresel iklim değişikliğinin biyolojik çeşitlilik ve ekosistem kaynakları üzerine etkisi. *Ankara Üniversitesi Çevre Bilimleri Dergisi*, 1(2), 37-54.
- Deste, M., Binbaşoğlu, H., & Türk, M. (2018). Konaklama işletmelerinde atık yönetimi ve geri dönüşüm: İnönü Üniversitesi Kale Göl Otel örneği. *Anemon Muş Alparslan Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 6(2), 225-234.
- dos Santos, R. A., Méxas, M. P., Meirino, M. J., Sampaio, M. C., & Costa, H. G. (2020). Criteria for assessing a sustainable hotel business. *Journal of Cleaner Production*, 262, 121347.
- Elkhwesky, Z., Salem, I. E., Varmus, M. (2022). Sustainable practices in hospitality pre and amid COVID-19 pandemic: Looking back for moving forward post-COVID-19. *Sustainable Development*, 30(5), 1426-1448.
- Esen, O. (2024). Konaklama işletmelerinde sürdürülebilirlik kapsamında çevre dostu uygulamaların incelenmesi. *Turizm Akademik Dergisi*, 11(1), 17-34.
- Farshbafiyar Hosseinezhad, M., Heidari, M., & Letizia Guerra, M. (2025). The framing effect and sustainable hotel booking behaviour: A nudge marketing study. *European Journal of Tourism Research*, 39, 1-14.
- 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.
- Galati, A., Thrassou, A., Christofi, M., Vrontis, D., & Migliore, G. (2023). Exploring travellers' willingness to pay for green hotels in the digital era. *Journal of Sustainable Tourism*, 31(11), 2546-2563.
- García-Pozo, A., Sánchez-Ollero, J. L., & Marchante-Mera, A. (2013). Environmental sustainability measures and their impacts on hotel room pricing in Andalusia (southern Spain). *Environmental Engineering & Management Journal (EEMJ)*, 12(10), 1971-1978.
- Gedik, Y. (2020). Sosyal, ekonomik ve çevresel boyutlarla sürdürülebilirlik ve sürdürülebilir kalkınma. *Uluslararası Ekonomi Siyaset İnsan ve Toplum Bilimleri Dergisi*, 3(3), 196-215.
- Han, H., Yu, J., Lee, J. S., & Kim, W. (2019). Impact of hotels' sustainability practices on guest attitudinal loyalty: Application of loyalty chain stages theory. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 28(8), 905-925.
- Haşiloğlu, S.B., Baran, T., & Aydın, O. (2015). Pazarlama araştırmalarındaki potansiyel problemlere yönelik bir araştırma: kolayda örnekleme ve sıklık ifadesi ölçek maddeleri. *Pamukkale İşletme ve Bilişim Yönetimi Dergisi*, 2(1), 19-28.
- Hegedüs, S., Boros, K., Kiss, K., & Fekete-Frojmovics, Z. (2024). Interpretation and Practice of Sustainable Tourism Among Accommodation Providers. *Tourism: An International Interdisciplinary Journal*, 72(3), 353-364.
- Hwang, J., & Kim, H. (2021). Examining the importance of green food in the restaurant industry: Focusing on behavioral intentions to eat insects. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 18(4), 1905.
- İlban, M. O., Çolakkoğlu, F., & Gümrükcü, S. (2023). Konaklama işletmelerinde sürdürülebilirlik. *Uluslararası Global Turizm Araştırmaları Dergisi*, 7(2), 123-137.

- Jiang, H. L., Lu, L. H., Yuen, T. W., & Liu, Y. L. (2025). Promoting sustainable hospitality: examining the impact of voice assistant recommendations on customer engagement in pre-travel decision-making: moderating effects of use purpose and cultural orientation. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 34(6), 767-805.
- 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.
- Kim, W.G., Jin-Sun, B., Kim, H.J. (2008). Multidimensional customer-based brand equity and its consequences in mid-priced hotels. *Journal of Hospitality and Tourism Research* 32(2), 235-254.
- Krstinić Nižić, M., & Matoš, S. (2018). Energy efficiency as a business policy for eco-certified hotels. *Tourism and Hospitality Management*, 24(2), 307-324.
- Kularatne, T., Wilson, C., Månsson, J., Hoang, V., & Lee, B. (2019). Do environmentally sustainable practices make hotels more efficient? A study of major hotels in Sri Lanka. *Tourism Management*, 71, 213-225.
- Konyalılar, N. (2018). Sürdürülebilir otel paradigmasının, turizm işletmelerinde uygulanabilirliği üzerine bir araştırma. *İstanbul Gelişim Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 5(2), 91-107.
- Lee, W.H., Cheng, C.C. (2018). Less is more: A new insights for measuring service quality of green hotels. *International Journal of Hospitality Management*, 68, 32-40.
- Liu, J., Liu, J., & Wang, Y. (2025). How to inspire green creativity among Gen Z hotel employees: an investigation of the cross-level effect of green organizational climate. *Journal of Sustainable Tourism*, 33(2), 189-206.
- Marciš, M., Kvasnová, D., & Strnáďová, P. (2025). Sustainable Hotel Practices: A Comparison Between Higher and Lower Ranking Hotels. *DEUROPE-The Central European Journal of Regional Development and Tourism*, 16(2), 36-56.
- Martín-Gago, A. B., Camarero, C., & Laguna-García, M. (2025). Pay more and sacrifice more for environmental practices? The role of compensation in hotel booking intentions. *Tourism Management Perspectives*, 58, 101384.
- Maté-Sánchez-Val, M., & Teruel-Gutierrez, R. (2022). Evaluating the effects of hotel location on the adoption of green management strategies and hotel performance. *Journal of Sustainable Tourism*, 30(8), 2029-2052.
- Nebioğlu, O. (2021). Restoran işletmelerinin menülerindeki yöresel yemekleri inceleyen yerli yazın üzerine bir meta sentez çalışması. *Alanya Akademik Bakış*, 5(2), 1031-1047.
- Nelson, K. M., Partelow, S., St'abler, M., Graci, S., & Fujitani, M. (2021). Tourist willingness to pay for local green hotel certification. *PLoS One*, 16(2), e0245953.
- Nisar, Q. A., Hussain, K., Sohail, S., Yaghmour, S., Nasir, N., & Haider, S. (2023). Green HRM and sustainable performance in Malaysian hotels: the role of employees' pro-environmental attitudes and green behaviors. *Tourism: An International Interdisciplinary Journal*, 71(2), 367-387.
- Paiva Neto, A., Lopes da Silva, E. A., Ferreira, L. V. F., & Araújo, J. F. R. (2020). Discovering the sustainable hotel brand personality on TripAdvisor. *Journal of Hospitality and Tourism Technology*, 11(2), 241-254.
- Pérez López, M. D. C., Plata Díaz, A. M., Martín Salvador, M., & López Pérez, G. (2025). A machine learning approach to classifying sustainability practices in hotel management. *Journal of Sustainable Tourism*, 33(8), 1634-1657.
- Puciato, D., Szromek, A., & Bugdol, M. (2023). Willingness to pay for sustainable hotel services as a perspective of pro-environmental behaviors of hotel guests. *Economics and Sociology*, 16 (1), 106-122.
- Polat, S., & Ay, O. (2016). Meta-sentez: Kavramsal bir çözümleme. *Eğitimde Nitel Araştırmalar Dergisi*, 4(2), 52-64.
- Ponnareddy, S., Priskin, J., Ohnmacht, T., Vinzenz, F., & Wirth, W. (2019). The influence of trust perceptions on German tourists' intention to book a sustainable hotel: A new approach to analysing marketing information. In *Marketing for Sustainable Tourism* (pp. 102-120). Routledge.
- Ponnareddy, S., Priskin, J., Vinzenz, F., Wirth, W., & Ohnmacht, T. (2020). The mediating role of perceived benefits on intentions to book a sustainable hotel: a multi-group comparison of the Swiss, German and USA travel markets. *Journal of Sustainable Tourism*, 28(9), 1290-1309.
- Popşa, R. E. (2025). Sustainability and Consumer Behavior in Green Hotels: Insights from a Bibliometric Analysis. *Studies in Business and Economics*, 20(2), 238-252.
- Prakash, S., Sharma, V. P., Singh, R., & Vijayvargy, L. (2023). Adopting green and sustainable practices in the hotel industry operationsan analysis of critical performance indicators for improved environmental quality. *Management of Environmental Quality: An International Journal*, 34(4), 1057-1076.
- Pricopoaia, O., Cristache, N., Lupaşcu, A., & Iancu, D. (2025). The implications of digital transformation and environmental innovation for sustainability. *Journal of Innovation & Knowledge*, 10(3), 100713.
- Rahman, I., & Reynolds, D. (2016). Predicting green hotel behavioural intentions using a theory of environmental commitment and sacrifice for the environment. *International Journal of Hospitality Management*, 52, 107-116

- Reid, S., Johnston, N., & Patiar, A. (2017). Coastal resorts setting the pace: An evaluation of sustainable hotel practices. *Journal Of Hospitality and Tourism Management*, 33, 11-22.
- Santos, R. A., Méxas, M. P., & Meiriño, M. J. (2017). Sustainability and hotel business: Criteria for holistic, integrated and participative development. *Journal of Cleaner Production*, 142, 217-224.
- 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 more for green hotels. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 77, 103665.
- Streimikiene, D., Svagzdiene, B., Jasinskas, E., & Simanavicius, A. (2020). Sustainable tourism development and competitiveness: The systematic literature review. *Sustainable Development*, 29(1), 259-271.
- Susskind, A. M. (2014). Guests' reactions to in-room sustainability initiatives: An experimental look at product performance and guest satisfaction. *Cornell Hospitality Quarterly*, 55(3), 228-238.
- Tanford, S., Kim, M., & Kim, E. J. (2020). Priming social media and framing cause-related marketing to promote sustainable hotel choice. *Journal of Sustainable Tourism*, 28(11), 1762-1781.
- Tirado, D., Nilsson, W., Deyà-Tortella, B., & García, C. (2019). Implementation of water-saving measures in hotels in Mallorca. *Sustainability*, 11(23), 6880.
- Thomas, J., & Harden, A. (2008). Methods for the thematic synthesis of qualitative research in systematic reviews. *BMC Medical Research Methodology*, 8(1), 45.
- UNWTO. (2013). Sustainable Tourism for Development Guidebook - Enhancing capacities for Sustainable Tourism for development in developing countries. UNWTO: Madrid. 226 ISBN: 978-92-844-1549-6.
- Upadhyay, A., Vadam, C., & Mohan, S. (2013). Sustainable operations in hotel industry. *Turizm Journal*, 1-10.
- Vatan, A., & Poyraz, M. (2016). Nasıl sürdürülebilir otel olunur? Çatalhöyük Uluslararası Turizm ve Sosyal Araştırmalar Dergisi, (1), 15-30.
- Vinzenz, F., Friskin, J., Wirth, W., Ponnappureddy, S., & Ohnmacht, T. (2019). Marketing sustainable tourism: The role of value orientation, well-being and credibility. *Journal of Sustainable Tourism*, 27(11), 1663-1685.
- Weaver, D., Davidson, M. C., Lawton, L., Patiar, A., Reid, S., & Johnston, N. (2013). Awarding sustainable Asia-Pacific hotel practices: Rewarding innovative practices or open rhetoric? *Tourism Recreation Research*, 38(1), 15-28.
- Wong, A., Kim, S., Lee, S., Elliot, S. (2021). An application of Delphi method and analytic hierarchy process in understanding hotel corporate social responsibility performance scale. *Journal of Sustainable Tourism*. 29(7), 1153-1179.
- Zhao, Z., Cheng, M., Lv, K., & Huang, L. (2025). What matters most? A sustainable or a conventional hotel experience? The interaction effect on guest satisfaction: A mixed-methods approach. *International Journal of Hospitality Management*, 124, 103988.