EDİTÖRLER
Dr. Öğr. Üyesi Mert ÖĞRETMENOĞLU
Dr. Öğr. Üyesi Hilal Saadet AKTEPE

YAZARLAR
Prof. Dr. Derya Fatma BİÇER
Doç. Dr. Murat Fatih TUNA
Dr. Öğr. Üyesi Gizem ŞAHİN
Dr. Öğr. Üyesi İsmail BOZKURT
Dr. Öğr. Üyesi Özlem AKBULUT DURSUN
Dr. Öğr. Üyesi Refika ÜLKE ŞİMDİ
Öğr. Gör. Dr. Arzu ÜNAL
Dr. Gülşah KOCAKAYA
Arş. Gör. Sinan DEMİREZEN
Arş. Gör. Tayfun Görkem YÜKSEL

TURİZM VE PAZARLAMA ALANLARINDA ÇEVRE DOSTU TÜKETİCİ DAVRANIŞLARI

FİLİZ KİTABEVİ
İSTANBUL
2026

Filiz Kitabevi Basım Yayın Dağıtım
Petrol Ürünleri San. ve Tic. Ltd. Şti.
Genel Yayın No | General Publication Number: 1422
Sertifika no | Certificate Number: 77398

Filiz Kitabevi
Yayın No | Publication Number: 2026/172

Kitap Adı: Turizm ve Pazarlama Alanlarında Çevre Dostu Tüketici Davranışları
Book Title: Eco-Friendly Consumer Behaviors in Tourism and Marketing
ISBN: 978-625-5007-64-3
DOI: doi.org/10.64161/filiz.9786255007643

Yazar(lar) | Author(s): Dr. Öğr. Üyesi Mert ÖĞRETMENOĞLU
Kurum | Institution: İstanbul Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Hilal Saadet AKTEPE
Kurum | Institution: Erzincan Binali Yıldırım Üniversitesi
Prof. Dr. Derya Fatma BİÇER
Kurum | Institution: Sivas Cumhuriyet Üniversitesi
Doç. Dr. Murat Fatih TUNA
Kurum | Institution: Sivas Cumhuriyet Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Gizem ŞAHİN
Kurum | Institution: İstanbul Yeni Yüzyıl Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi İsmail BOZKURT
Kurum | Institution: Başkent Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Özlem AKBULUT DURSUN
Kurum | Institution: Sivas Cumhuriyet Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Refika ÜLKE ŞİMDİ
Kurum | Institution: Erzincan Binali Yıldırım Üniversitesi
Öğr. Gör. Arzu ÜNAL
Kurum | Institution: İstanbul Topkapı Üniversitesi
Dr. Gülşah KOCAKAYA
Kurum | Institution: İstanbul Üniversitesi
Arş. Gör. Sinan DEMİREZEN
Kurum | Institution: İstanbul Üniversitesi
Arş. Gör. Tayfun Görkem YÜKSEL
Kurum | Institution: İstanbul Üniversitesi

Konu Kategorisi | Subject Categories: Akademik, Bilimsel

Yayın Türü | Publication Type: Kitap | Book- Monograph
Yayın Dili | Language: Türkçe | Turkish
Ebat | Dimensions: 16 x 23 cm
Baskı Sayısı | Edition: 1
Sayfa Sayısı | Pages: 232

Yayım Tarihi | Publication Date: Ekim 2026 | October 2026
Yayım Yeri | Place of Publication: İstanbul, Türkiye
Mizanpaj | Layout: Vildan YAVUZ
Baskı ve Cilt | Printing and Binding: Filiz Kitabevi Basım Yayın Dağıtım Petrol Ürünleri San. ve Tic. Ltd. Şti. (Sertifika no: 77398)

© All rights reserved | Filiz Kitabevi Basım Yayın Dağıtım Petrol Ürünleri San. ve Tic. Ltd. Şti.

Filiz Kitabevi Basım Yayın Dağıtım
Petrol Ürünleri San. ve Tic. Ltd. Şti.
Mollahüsrev Mah. Cemalyener Tosyalı Cad. No: 57A
Vefa-Fatih / İstanbul • Tel: +90 (212) 527 07 18
www.filizkitabevi.com • bilgi@filizkitabevi.com

SUNUŞ

Çevre dostu tüketici davranışları, turizm ve pazarlama alanlarında sürdürülebilirliğin anlaşılması ve uygulanması açısından önemli bir çalışma alanıdır. Çevresel farkındalığın kalıcı davranışlara dönüşmesi; bireysel değerler, sosyal normlar, ekonomik koşullar, kurumsal uygulamalar ve tüketim ortamlarının birlikte değerlendirilmesini gerektirmektedir.

"Turizm ve Pazarlama Alanlarında Çevre Dostu Tüketici Davranışları" başlıklı bu kitap, on bölüm aracılığıyla bu ilişkileri farklı disiplinlerin bakış açılarıyla ele almaktadır. Sorumlu turist davranışları, yeşil satın alma ve çevre psikolojisine ilişkin değerlendirmeler, çevre dostu tercihlerin oluşumunu açıklarken; ahlaki lisanslama tartışması bu davranışların sürekliliğini sorgulamaktadır. Yeşil pazarlama, destinasyon markalaşması ve yeşil yıkama üzerine çalışmalar ise çevresel uygulamalar, marka iletişimi ve tüketici güveni arasındaki ilişkiyi incelemektedir.

Kitapta sağlık bilişiminin destinasyon pazarlamasındaki rolü ve yapay zekâ destekli verimliliğin ekolojik maliyetleri de ele alınmaktadır. En az gelişmiş ülkelerin temiz enerji göstergeleri açısından karşılaştırılması, sürdürülebilir dönüşümün altyapı ve kaynaklara erişim boyutlarını değerlendirmeye katmaktadır. Böylece eser, çevre dostu tüketimin olanaklarını ve sınırlarını bireysel, kurumsal ve yapısal düzeylerde tartışmaktadır.

Kitabın araştırmacılar, öğrenciler ve sektör profesyonelleri için yararlı bir kaynak olmasını; yeni araştırmalara ve çevresel sorumluluğu gözeten uygulamalara katkı sağlamasını diliyoruz. Eserin yayıma hazırlanması sürecinde değerli görüş ve önerileriyle katkı sağlayan Yüksek Gıda Mühendisi Cengiz KESİCİ'ye; son okuma sürecinde değerli desteklerini esirgemeyen Feryat IRMAK ve Nasuh ÇELEBİ'ye teşekkürlerimizi sunarız.

Editörler

Dr. Öğr. Üyesi Mert ÖĞRETMENOĞLU

Dr. Öğr. Üyesi Hilal Saadet AKTEPE

İÇİNDEKİLER

SUNUŞ.....III
İÇİNDEKİLER.....V
ÖZET.....VII
ABSTRACT.....VII

BÖLÜM 1

SORUMLU TURİST DAVRANIŞLARININ ÇEVRESEL BOYUTU: KURAMSAL BİR DEĞERLENDİRME.....1

Dr. Öğr. Üyesi Gizem ŞAHİN | orcid.org/0000-0002-6184-8350

BÖLÜM 2

SAĞLIK TURİZMİ DESTİNASYONLARININ PAZARLANMASINDA SAĞLIK BİLİŞİMİ UYGULAMALARI.....23

Dr. Öğr. Üyesi Refika ÜLKE ŞİMDİ | orcid.org/0000-0001-8394-2383

BÖLÜM 3

ÇEVRE DOSTU DAVRANIŞIN SINIRLARI: AHLAKİ LİSANSLAMA DAVRANIŞSAL MÜDAHALELERİNİN ETKİSİNİ AŞINDIRIR MI?.....49

Dr. Gülşah KOCAKAYA | orcid.org/0000-0002-4252-4772

BÖLÜM 4

SÜRDÜRÜLEBİLİR DESTİNASYON MARKALAŞMASINDA YEŞİL PAZARLAMA STRATEJİLERİNİN ROLÜ.....63

Öğr. Gör. Dr. Arzu ÜNAL | orcid.org/0000-0001-6505-5385

BÖLÜM 5

TURİZMDE YEŞİL MARKALAMA VE SÜRDÜRÜLEBİLİR MARKA YÖNETİMİNİN TURİST DAVRANIŞI ÜZERİNDEKİ ETKİLERİ: KAVRAMSAL BİR ÇERÇEVE.....81

Arş. Gör. Tayfun Görkem YÜKSEL| orcid.org/0009-0005-5904-1063

BÖLÜM 6

EN AZ GELİŞMİŞ ÜLKELERİN ERİŞİLEBİLİR VE TEMİZ ENERJİ SÜRDÜRÜLEBİLİR KALKINMA HEDEFİ AÇISINDAN KARŞILAŞTIRILMASI 99

Arş. Gör. Sinan DEMİREZEN | orcid.org/0000-0002-5009-6421

BÖLÜM 7

YAPAY ZEKÂ DESTEKLİ DİJİTAL VERİMLİLİĞİN EKOLOJİK MALİYETİ: AKILLI TURİZM PAZARLAMASINDA JEVONS PARADOKSU VE BÜYÜME SONRASI PARADİGMA 121

Doç. Dr. Murat Fatih TUNA | orcid.org/0000-0002-8634-8643

BÖLÜM 8

TURİZM SEKTÖRÜNDE GREENWASHING (YEŞİL YIKAMA) VE TÜKETİCİ GÜVENİNİN ÖNEMİ 147

Dr. Öğr. Üyesi İsmail BOZKURT | orcid.org/0000-0003-0543-4556

BÖLÜM 9

YEŞİL SATIN ALMA NİYETİ VE DAVRANIŞI.....177

Prof. Dr. Derya Fatma BİÇER | orcid.org/0000-0002-3359-1236

BÖLÜM 10

ÇEVRE PSİKOLOJİSİ VE TÜKETİCİ DAVRANIŞLARI 209

Dr. Öğr. Üyesi Özlem AKBULUT DURSUN | orcid.org/0000-0002-6212-8531

ECO-FRIENDLY CONSUMER BEHAVIORS IN TOURISM AND MARKETING

ÖZET

Bu kitap, çevre dostu tüketici davranışlarını turizm, pazarlama, çevre psikolojisi ve sürdürülebilir kalkınma perspektiflerinden ele almaktadır. On bölümden oluşan kitapta sorumlu turist davranışları, ahlaki lisanslama, yeşil pazarlama ve markalaşma, sağlık bilişimi, yeşil satın alma davranışı, yeşil yıkama, yapay zekânın ekolojik maliyetleri ve temiz enerji konuları incelenmektedir. Eserde, çevre dostu tercihlerin bireysel değerler, ahlaki sorumluluk, sosyal normlar, tüketici güveni ve ekonomik koşullar gibi çeşitli faktörlerden etkilendiği vurgulanmaktadır. Ayrıca çevresel farkındalığın her zaman gerçek davranışa dönüşmediği; sürdürülebilir tüketimin desteklenmesi için güvenilir kurumsal uygulamalara, şeffaf pazarlama stratejilerine ve uygun davranışsal müdahalelere ihtiyaç duyulduğu ortaya konulmaktadır. Kitap, çevresel sorumluluğun bireysel, kurumsal ve yapısal boyutlarını bütüncül bir yaklaşımla değerlendirerek sürdürülebilir turizm ve pazarlama uygulamalarına katkı sunmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Çevre dostu tüketici davranışları, sürdürülebilir turizm, yeşil pazarlama, yeşil satın alma, çevresel sürdürülebilirlik.

ABSTRACT

This book examines eco-friendly consumer behaviors from the perspectives of tourism, marketing, environmental psychology, and sustainable development. Consisting of ten chapters, the book explores responsible tourist behavior, health informatics, moral licensing, green marketing and branding, sustainable brand management, green purchasing behavior, greenwashing, the ecological costs of artificial intelligence, and clean energy. It emphasizes that environmentally friendly choices are influenced by various factors, including individual values, moral responsibility, social norms, consumer trust, and economic conditions. The book also highlights that environmental awareness does not always translate into actual behavior. Therefore, promoting sustainable consumption requires trustworthy corporate practices, transparent marketing strategies, and appropriate behavioral interventions. By examining the individual, corporate, and structural dimensions of environmental responsibility through a comprehensive approach, the book contributes to the development of sustainable tourism and marketing practices.

Keywords: Eco-friendly consumer behavior, sustainable tourism, green marketing, green purchasing, environmental sustainability.