



Bilgi Teknolojisi Çağında Turizm Endüstrisinde Kullanılan Mobil Turizm Uygulamalarına Yönelik Bir Analiz

An Analysis of Mobile Tourism Applications Used in the Tourism Industry in the Age of Information Technology

Nuray YILDIZ¹

Ahu YAZICI AYYILDIZ²

¹Doktora Öğrencisi, Aydın Adnan Menderes Üniversitesi, Turizm İşletmeciliği ABD,
ORCID ID: 0000-0002-8170-6472, nuray95_yildiz@hotmail.com

²Doç. Dr., Aydın Adnan Menderes Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü,
ORCID ID: 0000-0002-1301-2428, ayazici@adu.edu.tr

Özet

İnsan hayatını kolaylaştıran bilgi teknolojisindeki ilerlemeler beraberinde akıllı şehir, akıllı turizm, mobil uygulamalar, artırılmış gerçeklik gibi çeşitli kavramların gün yüzüne çıkmasını sağlamıştır. TÜİK verilerine göre 2021 yılı toplam mobil hizmet kullanıcısı %96,0 olarak belirlenmiştir. Dolayısıyla yıl bazında bakıldığında 2020 yılında %95,3 iken bir yıl sonra teknolojik araçların kullanımında artış olduğu görülmektedir. Günümüzde turizm sektörünün her alanında bilgi teknolojisi kapsamında mobil uygulamalardan yararlanılmakta, böylece zamanın trendlerine ayak uydurmaya çalışılmaktadır. İşletmeler açısından yenilikleri takip etmek ve bu uygulamaları işletmelerde faaliyete geçirmek önemlidir. Tüm bu faktörler işletme, destinasyon ve bu kapsamda turizm faaliyetlerinin başarısını oldukça etkilemekte sonuçta turist memnuniyetinin oluşmasına fayda sağlamaktadır. Bu noktadan hareketle çalışmanın amacı, turizm sektöründe bilgi ve iletişim teknolojilerine yönelik çalışmalara ilişkin mobil turizm ile ilgili çeşitli araştırmaları literatür taraması ile incelemektir. Her yıl teknoloji gelişim gösterse de mobil turizm ile ilgili literatürdeki çalışmalarda bir boşluk olduğu anlaşılmıştır. Bu boşluğu doldurmak için, bu çalışmada 2016-2021 yıllarında akademik dergilerde yayınlanan turizm ve otelcilik, turizm rehberliği konusundaki makaleler değerlendirilmiştir. Anahtar kelimeler ile yapılan arama sayesinde 66 akademik eser konu ile alakalı olarak doküman analizi tekniği ile incelenmiştir.

Anahtar kelimeler: Mobil turizm, Mobil uygulama, Mobil teknoloji, Sanal ve artırılmış gerçeklik, Turizm sektörü

Abstract

Along with the advances in information technology that make human life easier, various concepts such as smart city, smart tourism, mobile applications, augmented reality have enabled the emergence of various concepts. According to TURKSTAT data, the total mobile service user in 2021 was determined as 96.0%. Therefore, when viewed on a year-by-year basis, it is seen that while 95.3% in 2020, there is an increase in the use of technological tools a year later. Nowadays, mobile applications are used within the scope of information technology in every field of the tourism sector, thus trying to keep up with the trends of the time. From the point of view of enterprises, it is important to follow the innovations and put these applications into operation in enterprises. All these factors greatly affect the success of the business, destination and tourism activities in this context and ultimately benefit the formation of tourist satisfaction. From this point of view, the aim of the study is to examine various researches related to mobile tourism related to studies on information and communication technologies in the tourism sector with a literature review. Although technology is improving every year, it has been understood that there is a gap in the literature on mobile tourism. In order to fill this gap, articles on tourism and hospitality management and tourism guidance published in academic journals in 2016-2021 were evaluated in this study. Thanks to the search made with keywords, 66 academic works were Deciphered with the document analysis technique related to the subject.

Key words: Mobile tourism, Mobile application, Mobile technology, Virtual and augmented reality, Tourism sector

GİRİŞ

Günümüzde teknolojinin gelişmesiyle büyük bir değişimin yaşandığı mobil araçlar ve uygulamalar, sadece turizm sektöründe faaliyet gösteren işletmelere değil aynı zamanda bu hizmetlerden faydalanmayı arzulayan tüketicilere pratik, eğlenceli ve avantajlı seçenekler sunmaktadır. Aynı zamanda bir ürün hakkında çabuk ve derinlemesine bilgi elde etme, alışveriş olanağına sahip olma, zamanı verimli kullanma gibi birtakım yararlar söz konusu olmaktadır (Ström vd., 2014; Gövce, 2020).

İnsanların teknolojik aygıtları kullanıma yönelik ilgisi internet tabanlı yeni uygulamaların ortaya çıkmasına yol açmıştır. Önceleri bilgi edinme, çevredeki insanlarla iletişim kurma gibi çeşitli amaçlarla kullanılan internet teknolojileri, günümüzde müşterilerin ürün ve hizmet alternatiflerini incelediği ve satın alma eyleminde bulunduğu bir araç rolüne dönüşmüştür. Dolayısıyla bilgi ve iletişim teknolojileri sayesinde ürün ve hizmetler hakkında bilgiye erişme, uygun fiyat, daha kısa sürede daha çok ürüne ulaşabilme açısından bir pazar yeri oluşmuştur. Bu sebeple dijital teknolojileri insanların giderek daha fazla kullanması, işletmeler ve destinasyonlar açısından daha geniş kitlelere ulaşabilmek amacıyla faaliyetlerini dijital platformlara taşımalarına neden olmuştur (Meydan Uygur vd., 2018; Ercan, 2020).

Bu kapsamda çalışmada, 2016 yılında yayınlanan akademik eserlerden 2021 yılına kadar olan mobil turizm uygulamalarının kullanılmasına yönelik akademik çalışmalar incelenmiştir. Yalnızca sanayi sektörü ve tüketiciler üzerindeki etkiyi değil aynı zamanda mobil turizm uygulamaları konaklama, yiyecek- içecek ve rehberlik hizmetlerine yönelik çeşitli faaliyet biçimleri ve uygulamaları da kapsamaktadır. Dolayısıyla bu çalışmada iki yaklaşım benimsenmektedir. İlk olarak, mobil turizm ile ilgili tüm bilimsel ulusal literatür, ortaya çıkan konulara, bulgulara, uygulanan yöntemlere ve alanın içerik açısından nasıl geliştiğine genel bir bakış üretmek için gözden geçirilmiştir. İkincisi, akademik eserler değerlendirilerek hem araştırmacılar hem de sektör için çıkarımlar yapılmıştır. Bu kapsamda anahtar kelimeler aracılığıyla çalışmalar incelenmiştir.

LİTERATÜR TARAMASI

İnsanlık tarihine bakıldığında teknoloji ile toplumun birbiriyle yakından ilişkili olduğu görülmekte, çift taraflı etkileşim sayesinde dünya üzerinde önemli değişiklikler gün yüzüne çıkmaktadır. Bu kapsamda sosyal hayatta ortaya çıkan her bir yeni teknoloji beraberinde Tarım Devrimi, Sanayi Devrimi ve Teknoloji Devrimi gibi birtakım dönemlerin ortaya çıkmasına neden olmuştur. Dünya üzerinde son olarak Bilişim Devrimi yani bilgi ve iletişim teknolojilerinde (BİT) görülen değişimler meydana gelmiştir. Bilişim Devrimi, modern toplum yapısında değişikliğe yol açarak bilgi toplumuna dönüştürmüştür (Yeşilorman ve Koç, 2014). Bilgi teknolojileri bilginin bir bütün haline getirilmesini, işlenmesini, saklanmasını ve bir alıcıya iletilmesini

sağlamakta aynı zamanda bu bilgiye erişilmesini çeşitli elektronik araçlarla sağlayan teknolojilerin bütünü olarak görülmektedir (Türk Dil Kurumu [TDK], 2022).

Bilgi teknolojileri, gün geçtikçe zor bir hal alan rekabet koşullarında küreselleşmenin de etkisi ile tüketici ihtiyaçlarını en uygun şekilde ve zamanda karşılayabilen sistemler olarak gün yüzüne çıkmaktadır. Bugün bilgi gün geçtikçe büyüyen, durmaksızın üretilen ve paylaşılan bir değer biçimi haline gelmiştir. Ayrıca bilgi teknolojileri ile beraber işlevselliğinin artması beraberinde işletmelerin rekabet açısından kilit noktası haline gelmiştir. Bilgi teknolojileri değer yaratmanın önemli bir unsuru olarak görülmekte bu nedenle, işletmelerin yenilikçiliği göz ardı etmeden uzun dönemde sürdürülebilir bir güç elde etmeleri amaçlanmaktadır (Aksoy ve Kara, 2013).

Günümüzde sosyal platformlar, akıllı telefonlar gibi taşınabilir mobil cihazlar için akıllı uygulamalar kullanılırken diğer sektörlerin yanı sıra turizm sektörünü de etkilemekte (Kırlar vd., 2017), dolayısıyla bu platformlar turistlerin seyahat kararında etkili olmaktadır (Buhalis ve Law, 2008; Gretzel vd., 2006; Werthner ve Klein, 1999; Tekin vd., 2015; Esen ve Türkay, 2017). Sosyal platformların çokça kullanılması, yalnızca tüketiciler açısından değil aynı zamanda işletmeler açısından günümüzde sosyal medyayı farklı bir boyuta taşımıştır (Sürücü ve Bayram, 2016). Sosyal medya araçları, uygulamalar sayesinde kullanıcılara paylaşım yapma ve benzer uygulamaları kullanan bireyler ile etkileşim kurma, kendini ifade etme gibi birtakım imkanlar sağlarken (İşlek, 2012; Aymanıuy vd., 2016) işletmelere ise bu platformlar aracılığıyla çoğunlukla rekabet etme olanağı tanımaktadır (Eröz ve Doğdubay, 2012; Bekar ve Özçetin, 2015). Taşınabilir internet ve telefonlar sayesinde insanlar arzu ettikleri ürün ya da hizmete kısa sürede erişebilirken, işletmeler ise pazarlama ve satış mesajlarını aracısız bir şekilde tüketicilere ulaştırarak onların satın alma davranışlarına yön vermektedir (Scharl vd. 2005; Şanlıöz vd., 2013). Bu sebeple, mobil telefonlar ve akıllı uygulamaların pazarlamanın yanı sıra satış faaliyetlerinde kritik bir rol üstlendiğinden bahsedilebilir (Çelik ve Topsakal, 2017; Güzel ve Başaran, 2017).

Teknolojik gelişmelerle beraber gün yüzüne çıkan mobil pazarlama, telefon kullanımının son dönemlerde hızlı bir artış göstermesiyle işletmelerin ürünlerini pazarlarken çoğunlukla benimsedikleri bir uygulamadır. Mobil araçların kullanımı incelendiğinde, lüks olarak görülmenin aksine temel gereksinim haline dönüştüğü anlaşılmaktadır. Dolayısıyla internet kullanımına duyulan ilgiyi arttırarak, tüketicilere

ve işletmelere sağladığı faydalar ile önemli bir pazarlama aracı görevi üstlenmektedir (Şahin ve Cıbit, 2016; Atabay vd., 2019). Mobil teknolojideki gelişmelerle beraber giyilebilir cihazların ve '*nesnelerin interneti*' algısının ortaya çıkması, seyahat endüstrisi için sosyal, yerel ve mobil bir teknoloji yaratmak amacıyla mobil turizme ivme kazandırmaktadır (Liang vd., 2016). Buna ek olarak, mobil uygulamaların kültürel miras eserlerine ulaşımında kolaylık sunması, turizme teşvik etmesi ve öğrenmeyi desteklemesi, teknolojik araçlarla ilgili yeni yöntemlerin ortaya çıkmasına aracılık etmiştir (Vargün ve Nuhuğlu, 2019).

İkinci Dünya Savaşı'na kadar turizm faaliyetleri sadece varlıklı bireyler veya ticaretle uğraşan kişiler tarafından gerçekleştirilmekteydi. Savaş sonrası dönemde küreselleşmenin etkisiyle turizmin ekonomik faydası anlaşılmıştır. Turizmin yeni bir sektör olarak pazara açılmasıyla yeni istihdam fırsatları ortaya çıkmıştır. Bunun yanı sıra turizm sektörü emek yoğun bir sektör olduğu için merkezde insan faktörü yer almaktadır. Zamanla insanların izin hakları ve ekonomik refah düzeylerinde artış meydana gelmiştir. Bu durum turizm faaliyetlerini doğrudan etkisi altına almış ve dinlenme, eğlenme, gezme, keşfetme gibi ihtiyaçlarını gidermeyi arzulayan insanlar tatile çıkma karar sürecine dahil olmuşlardır. Böylelikle ülke ekonomisinde turizm gelirlerinin payı zamanla artış göstermiştir. 1990 yılları sonrasında insan yaşamına internet girmiş dolayısıyla bütün sektörleri etkilediği gibi turizm sektörü de bu değişimden büyük ölçüde etkilenmiştir. İnternetin yaygın olarak kullanılmaya başlamasıyla beraber ilk olarak geleneksel pazarlama yöntemleri geride bırakılmış, sonrasında sektörde dijitalleşme hız kazanmıştır. Dolayısıyla otel rezervasyonu, bilet alışverişi gibi neredeyse her türlü işlemin online olarak gerçekleştirilebilmesi, turizmi küresel bir pazar haline dönüştürmüştür. Bu kapsamda teknolojik değişikliklerle beraber rekabet ortamı çetin bir sürece dönüşmüştür (Çalıklı, 2019).

KONUyla İLGİLİ ÇALIŞMALAR

Sanal ya da artırılmış gerçeklik konusunda (Gafni, 2008; Herzwurm ve Schockert, 2003) mobil teknolojilere ilişkin söz konusu kullanıcı değerlendirmesi araştırmaları (Pulli vd., 2007; Tan, vd., 1998; Zheng ve Pulli, 2005) benzerlik göstermektedir. Müze ziyareti açısından artırılmış gerçeklik araştırılmış (Akkoç ve Coşkun, 2019) ve AR teknolojisinin ziyaretçiler tarafından dikkat çekici olduğu,

bilgilendirici ve eğitici bulunduğu sonucu tespit edilmiştir. Tekin (2017) çalışmasında, sanal gerçeklik teknolojisinin sağlamış olduğu imkanların yanı sıra artırılmış gerçeklik teknolojisi ile seyahat acentelerinin pazarlama departmanlarının verimli çalışmasını sağladığını belirtmiştir. Kocabıyık (2019), otel içerisinde mobil uygulamaların kullanılması konusunda memnuniyet seviyelerinin erkeklerin kadınlara oranla daha yüksek olduğunu belirlemiştir. Yaş gruplarına göre memnuniyet ve kullanım düzeyi arasında Y ve Z kuşakları yer almaktadır. Araştırmadan elde edilen verilerde, otel içi mobil uygulamanın menü anlaşılabilirliği ve kullanılabilirliğinin memnuniyeti etkilediği anlaşılmıştır. Ayrıca lisans eğitimi almış bireylerin mobil uygulamaya hâkim olma düzeyinin daha yüksek olduğu bulgusuna ulaşılmıştır. Sonuç olarak, katılımcıların tatilleri sırasında otel içi mobil uygulamayı kullanmaktan memnuniyet duydukları bulgusu ortaya konulmuştur.

Atabay vd. (2019) çalışmasında mobil uygulamaların Türkiye'deki beş yıldızlı otel işletmelerinde nasıl kullanıldığını incelemiş ve bu uygulamaların teknik özelliklerini tespit etmiştir. Bu kapsamda birbirine benzeyen uygulamaların belirli sayıda firmanın üretimiyle gün yüzüne çıktığı belirlenmiştir. Pek çok otelin mobil uygulamaya sahip olmamasının yanı sıra bu uygulamaların uluslararası kriterler kapsamında eksikliklere sahip olduğu anlaşılmıştır. Özgürel ve Yılmaz (2021), aşırı turizmde kalabalık yönetiminde belediyelerin yararlanacakları akıllı turizm uygulamalarına yönelik yapılan çalışmada ise aşırı turizme bağlı kalabalık yönetiminde yararlanılabilecek birtakım uygulamaların bulunduğu anlaşılmıştır. Bu uygulamaların belediyeler tarafından kullanılabileceği bulgusuna ulaşılmıştır. Söylemez ve Karahan (2020) çalışmasında katılımcıların sosyo-demografik özellikleri ve mobil uygulama kullanım durumları incelenmiştir. Araştırmadan elde edilen bulguya göre e-hizmet kalitesinin alt boyutlarından biri olan etkinlik değişkeni ile güven değişkeninin e-memnuniyet üzerinde anlamlı bir etkisinin olduğu belirlenirken aynı şekilde mobil uygulama kullanma memnuniyetinin ve güvenin uygulama aracılığıyla satın alma niyeti üzerindeki etkisinin anlamlı olduğu görülmüştür.

İşçen ve Işık (2020) tarafından yapılan çalışmaya göre mobil uygulamaların kullanım kolaylığı yaş ve deneyime göre anlamlı bir farklılık göstermektedir. Bu kapsamda 25-31 yaş aralığı ile 1-5 yıl deneyimli turist rehberleri açısından taşınabilir uygulamaların kullanımının zor olmadığını belirttikleri tespit edilmiştir. Bunun yanı sıra

Bursa turist rehberleri odasına kayıtlı olan turist rehberlerinden 11-15 yıl deneyimli erkek turist rehberlerin mobil uygulamaların kullanımı hususunda diğer meslek odalarına kayıtlı olan turist rehberlerine nispeten zaman gerektiren bir uğraş olduğunu belirttikleri tespit edilmiştir. Atay vd. (2019) çalışmasında mobil uygulamalara ilişkin ‘one touch application’, online check-in ve online check-out hizmetlerinin olduğu ve özelleştirilmiş hizmetler dahilinde ‘kullanıcı profil notu’, bireyselleştirilmiş oda servisi uygulamalarından faydalandığını belirtmiştir. Araştırma bulguları kapsamında, akıllı otel uygulamaları için tedarik edilmesi gerekli olan otomasyon altyapısının maliyetli olduğu, bu sebeple akıllı otel kriterlerinin kısıtlı bir bölümünün araştırma kapsamındaki konaklama işletmelerinde uygulanabildiği bulgusuna ulaşılmıştır. Güreş vd. (2019) çalışmasında elde edilen analiz sonuçlarına göre havayolu işletmelerinin büyük bir kısmının mobil hizmet aracılığıyla rezervasyon ve check-in olanakları, uçuş bilgileri, kampanya ve teklifler, mil kazanma fırsatı ile dil tercihi hususunda hizmet sundukları anlaşılmaktadır. Fakat büyük çoğunluğu havayolu işletmesi tanıtımı, boarding olanağı, yiyecek-içecek hizmetleri, konaklama ve araç kiralama olanağı, destinasyona dair bilgi, yolcu haklarına ilişkin bilgi, yolcu şikayetleri, havalimanlarına yönelik bilgi, engelli yolcular için mobil uygulama hizmetlerinin yer almadığı ortaya çıkmıştır.

YÖNTEM

Turizm sektörü ülke tanıtımında önemli bir rol üstlenmektedir. Turizm ve konaklama sektörünün yanı sıra turizm rehberliği ve tur hizmetleri kapsamında tüketicilere sunulan mobil hizmetler önem arz etmektedir. Günümüzde ülkeler arasında sınırların kalkması ve teknolojideki hızlı dönüşümler nedeniyle turizm sektöründeki paydaşlar bu değişime ayak uydurmak durumunda kalmıştır. Nitekim çalışmanın ana konusu olan m-turizm kapsamında mobil uygulamalar ve artırılmış gerçeklik kavramı ön plana çıkmaktadır. Konaklama, seyahat acentası ve yiyecek-içecek sektörlerinde kullanılan mobil uygulamaların yanı sıra sanal turlar ve nesnelerin interneti başlığı altında değerlendirilen çeşitli mobil uygulamalar akıllı telefonlar hizmet sektörünün işini oldukça kolaylaştırmakta ve bunun için yoğun bir AR-GE çalışmasının yanı sıra maliyet gerektirmektedir.

Bu kapsamda çalışmada literatürdeki 2016 ve 2021 yılları arasında mobil turizm kapsamında ortaya konulan ulusal dilde 66 adet çalışmanın doküman incelemesi

tekniki kullanılarak incelenmesi amaçlanmıştır. Nitekim literatürde mobil turizm uygulamaları son yıllarda giderek artış göstermektedir. Buna ek olarak, artırılmış gerçeklik ile ilgili yapılan çalışmalarda son dönemlerde alan yazında ilgi uyandıran konular arasındadır. Dolayısıyla bu çalışmada yapılan doküman incelemesi kapsamında aşağıdaki sorulara cevap aranmıştır;

1. Mobil turizm uygulamaları ve sanal gerçeklik uygulamalarına yönelik yapılan çalışmaların konuları ne yöndedir?
2. Turizm sektöründe çoğunlukla hangi alan (konaklama, yiyecek-içecek ve turizm rehberliği) mobil turizm uygulamaları kullanılmaktadır?
3. Literatürdeki çalışma sonuçlarından elde edilen bulgulara göre sektör paydaşlarının görüşleri nedir?
4. Çalışmalar en fazla hangi yıllarda yapılmış, hangi yöntemler kullanılmış, ağırlıklı olarak hangi temalar üzerinde durulmuş ve kaç yazarla yazılmıştır?

Çalışmanın önemi, literatürde mobil turizm ve artırılmış sanal gerçeklik kavramlarının bilgi teknolojileri başlığı altında ele alınması ve özellikle son yıllarda giderek önem kazanması sebebiyle çalışma Türkiye’de bu kapsamda yapılmış araştırmalara odaklanması açısından önemlidir. Ayrıca sektördeki uygulamalar ve çalışma bulgularından elde edilen görüşlerden ulaşılan sonuçlar yıllara göre farklılık gösterdiği için bu farklılığın ortaya çıkarılması açısından bu çalışmada literatüre katkı sunmak amaçlanmaktadır. Araştırmada nitel araştırma yöntemleri kapsamında doküman incelemesi tekniğinden faydalanılmıştır. Doküman incelemesi; incelenen olay ya da olgulara yönelik bilgileri içeren yazılı materyallerin analiz edilmesidir (Yıldırım ve Şimşek, 2021; Çatlak vd., 2015). Araştırma verilerinin birincil kaynağı olarak çeşitli dokümanların bir araya getirilmesi, incelenmesi, analiz edilmesi ve yorumlanmasına dayalı bilimsel araştırma yöntemi olarak tanımlanmaktadır. Bunun yanı sıra alan yazında genellikle çeşitli araştırma yöntemlerinin destekleyicisi olarak kullanılırken, yalnızca bir yöntem olarak da tercih edilmektedir (Yıldırım ve Şimşek, 2021).

BULGULAR

Araştırma kapsamında akademik eserlerden oluşan toplamda 66 adet akademik çalışma incelenmiştir. Söz konusu çalışmalar aşağıdaki tabloda yıllara göre sıralamayla özetlenmiştir.

Tablo 1: Makalenin Yazarı, Yılı, Yöntemi ve Çalışmanın Amacı

| Yazar (lar) | Yıl ve Yöntem | Amacı |
|--|-----------------------------|---|
| Şenyıl, N. N ve Büyükşahin, S. | 2021- Nitel yöntem | Çalışmada incelenen akıllı kent uygulamalarının değerlendirilmesiyle birlikte benzer akıllı kent uygulamalarının çeşitlendirilmesi ve bunun yanı sıra yaygınlaştırılmasına yönelik öneriler sunulmuştur. |
| Çolak, O. ve Karakan, H. | 2021- Nicel ve Nitel yöntem | Çalışmanın amacı, Gaziantep'te faaliyet halindeki otel işletmelerinin kullanmış oldukları akıllı teknolojileri uygulama seviyesinin ve bu uygulamaların gerekliliği hususunda yöneticilerin algı düzeylerinin saptanmasıdır. |
| Korkmaz, H. U. | 2021- Nitel yöntem | Çalışmanın amacı, Avrupa Akıllı Turizm Başkenti projesi ve turist çekme potansiyelini taşıyan büyük şehirlerden biri olan Konya'nın akıllı turizm kapsamında incelenmesidir. |
| Özgül, G. ve Yılmaz, O. K. | 2021- Nitel yöntem | Aşırı turizme yönelik kalabalık yönetiminde belediyelerin kullanmış olduğu akıllı turizm uygulamalarına yönelik örnekleri gün yüzüne çıkarmak amaçlanmıştır. |
| Bayır, T. | 2021- Nicel yöntem | Günümüz dijital dünyasında tüketiciler tarafından sıklıkla kullanımı tercih edilen mobil ödemelere yönelik algılanan risk, algılanan güven ile kullanma amacını tespit etmek amaçlanmıştır. |
| Borovska, Y. ve Yılmaz, H. | 2021- Nicel yöntem | Bu çalışmada, akıllı restoran uygulamalarına ilişkin öğrencilerin görüşlerini değerlendirmek amaçlanmıştır. |
| Özışık Yapıcı, O. ve Özden, A. T. | 2021- Nitel yöntem | Çalışmanın amacı, Samsun'daki konaklama işletmelerinin web siteleri ile sosyal medya hesaplarının içerik analizi aracılığıyla değerlendirilmesidir. |
| Yeşilyurt, B. ve Kurnaz, A. | 2021- Nitel yöntem | Bu çalışmada bulut mutfak restoran kurulum ile uygulama aşaması, bulut mutfak sistemlerinin uygulama ilkeleri, bulut mutfak iş modelleri ve bulut mutfakların kurulumunun yanı sıra yürütülmesinde göz önünde bulundurulacak konular değerlendirme kapsamına alınmıştır |
| Ercan, F. | 2021- Nitel yöntem | Çalışmanın amacı, mobil seyahat uygulamalarının turizm sektöründe kullanımına ilişkin bilgi sunmak ve bu kapsamda Karadeniz Ereğli'ye yönelik bir mobil gezi rehberi (Kdz Ereğli Travel Guide-KTG) uygulama önerisi ortaya koymaktır. |
| Tandoğan, V. U., Dinçel, A. B. ve Mil, B. | 2021- Nitel yöntem | Çalışmanın amacı, restoran yöneticileri ve müşterilerine yönelik bütün hizmetleri sağlayabilecek çok yönlü bir mobil uygulama tasarısı geliştirmek ve bu tasarıya ilişkin kullanıcıların yorumlarını analiz etmektir. |
| Açıksözlü, Ö. ve Bozok, D. | 2021- Nitel yöntem | Çalışmada, özü insan-insan iletişimine bağlı olan turizm hizmetlerinin sunumunda kullanılan robot uygulaması örneklerini değerlendirmek amaçlanmıştır. |
| Akmermer, B. | 2021- Nicel yöntem | Çalışmanın amacı, Türkiye'nin önde gelen sektörleri arasında bulunan turizm sektöründe; yerli ve yabancı turizm tüketicilerinin Near Field Communication-NFC mobil teknolojilerine ilişkin davranışsal niyet ve kullanım davranışları üzerinde etkisi bulunan faktörleri tespit etmektir. |
| Durna, E. C. | 2021- Nicel yöntem | Çalışmanın amacı, tarihi ve kültürel destinasyonlarda SG ve AG uygulamalarının ziyaretçiler tarafından teknolojik bir hizmet olarak tecrübe edilmesi neticesinde, SG ve AG uygulamalarının ziyaretçilerin genel memnuniyet hisleri üzerinde bir etkisi bulunmakta mıdır, varsa ne yöndedir ve ne seviyededir gibi problemlere cevap aranmıştır. Çalışmanın diğer amacı ise SG ve AG uygulamalarının tarihi mekanlarda uygulanabilirliğine, ziyaretçilerin bakış açılarını anlayıp yorumlayarak söz konusu teknolojik uygulamaların kullanılması neticesinde ortaya çıkabilecek ziyaretçi tutum ve davranışlarını analiz edebilmektir. |
| Kumlu, S. T. | 2021- Nicel yöntem | Araştırma, turizm eğitiminde sanal gerçeklik teknolojilerinden yararlanmanın öğrenme motivasyonu açısından video kullanımına ilişkin sanal gerçekliğin öğrenciler üzerindeki etkisini tespit etmeyi amaçlamaktadır. |
| Güvercin Göçmen, Z. | 2021- Nicel ve Nitel yöntem | AG uygulamasının kullanımı ile turist deneyimini açıklama hususunda gerçekleştirilen bu çalışma ile turistlerin; a) AG uygulama eğilimlerinin, b) uygulamanın ne ölçüde kullanışlı ve faydalı bulunduğunun, c) AG teknolojisi ile kendilerine has ne tür bir etkileşim içinde olduklarının, e) AG teknolojisi ile turist deneyimi arasında ne tür bir ilişki bulunduğunun araştırılması amaçlanmıştır. |

Tablo 1: Makalenin Yazarı, Yılı, Yöntemi ve Çalışmanın Amacı (Devamı)

| Yazar (lar) | Yıl ve Yöntem | Amacı |
|--|-----------------------------|---|
| Kafa, N., Arıca, R. ve Sönmez Gök, N. | 2020- Nitel yöntem | Çalışmanın amacı, Eskişehir’de turizm işletmesi yöneticilerinin akıllı turizm uygulamalarına yönelik düşüncelerinin ortaya konulmasıdır. Ayrıca işletmelerde yararlanılan akıllı teknolojilerin tespit edilmesi istenmektedir. |
| Duran, G. ve Uygur, S. M. | 2020- Nitel yöntem | Ankara’nın sağlık, kültür ve kongre turizmlerinde önemli bir noktada olması sebebiyle sahip olduğu uygulamalarla akıllı turizm destinasyonu özelliğini taşıyıp taşımadığı incelenmiştir. |
| Nasöz, P., Oymak, M., Kaya, F. ve Kızılırmak, İ. | 2020- Nitel yöntem | Bu çalışmada, dünya üzerinde yoğun turist alan 10 ilin tanıtım ve web sitelerinin analiz edilmesi amaçlanmıştır. |
| Söylemez, C ve Karahan, M. O. | 2020- Nicel yöntem | Araştırmanın öncelikli amacı, akıllı telefonlarda kullanılan e-ticaret uygulamalarından yararlanan kullanıcıların davranış biçimlerini analiz etmektir. |
| Uslu, A. ve Uysal, M. | 2020- Nitel yöntem | Çalışmada, fotogrametrik modellere bağlı mobil AG ile web tabanlı görselleştirme uygulamaları için bir iş akışı ortaya konulup kültürel miras kapsamında sanal, interaktif bir tecrübe yaratmak amaçlanmıştır. |
| Erdem, A., Şanlı Kayran, S. C. ve Şeker, F. | 2020- Nitel yöntem | Çalışmada, Şanlıurfa’ya gelen ziyaretçilerin kullanımına hizmet eden “Visiturfa Gezi Rehberi” mobil uygulamasının incelenmesi amaçlanmıştır. |
| Gövce, M. | 2020- Nicel yöntem | Araştırmada, tüketicilerin mobil turizm satın alma tercihlerinde elektronik yaşam biçimi (e-yaşam biçimi) rolünü saptamak amaçlanmıştır. |
| Sucaklı, G. ve Güzel, T. | 2020- Nitel yöntem | Çalışmada, müzeciliğin sürdürülebilir niteliği açısından artırılmış gerçeklik teknolojisinin rolü ile kullanım detayları, çoğunlukla yurt dışında yer alan ve bu teknolojiden faydalanan müzelerden birtakım örnekler aracılığıyla bulgular sunulmuştur. |
| Yılmaz, Y., Akgün, A. ve Kınay, H. | 2020- Nitel yöntem | Çalışmanın amacı, helal turizm hizmeti sunan konaklama işletmelerinde otel yönetim sistemlerinin helal turizm uygulamalarında çalışıp çalışmayacağını saptamaktır. |
| Yazıcı Ayyıldız, A. ve Ayyıldız, T. | 2020- Nitel yöntem | Çalışmanın amacı, Kuşadası’nın akıllı turizm potansiyelini değerlendirmek, bu kapsamda gerçekleştirilen çalışmaları saptayıp, turizm paydaşlarının akıllı turizm modelinin Kuşadası destinasyonunda uygulanabilirliği konusundaki incelemeleri ortaya koymaktır. |
| Ercan, F. | 2020- Nitel yöntem | Çalışmada, resort otel konaklama işletmelerinin kurumsal web sitelerinin dijital pazarlama konusundaki performanslarını incelemek amaçlanmıştır. |
| Hazarhun, E. ve Yılmaz, Ö. D. | 2020- Nitel yöntem | Çalışma kapsamında restoranlardaki dijital dönüşüm uygulamaları Touch Restoran örneği aracılığıyla ele alınmıştır. |
| Mercan, Y., Dizlek, K., Süsim, G., Gürez, D. ve Akman, Y. | 2020- Nicel yöntem | Çalışmada sağlık yüksekokulu birinci sınıf öğrencilerinin internet kullanım seviyesi sağlık uygulamalarına ilişkin faydalanan m-anket tekniği aracılığıyla analizler gerçekleştirilmiştir. |
| Erkmen, B. ve Güleç, B. | 2020- Nitel yöntem | Çalışmada dijitalleşme ile dijitalleşmenin turizm üzerindeki etkisi alan yazında incelenmiş olup internet kaynakları ve proje sonuçları dikkate alınarak nitel bir araştırma gerçekleştirilmiştir. |
| Solmaz, R. | 2020- Nitel yöntem | Çalışmada, artırılmış gerçekliğe sahip bir mobil uygulama önerisinin sunulması ve uygulama içerisinde geleneksel yemeklerin üç boyutlu görsellerinin bulunması, bunların artırılmış gerçeklik teknolojisi ile entegre edilerek geleneksel yemeklerin muhafaza edilmesi ve gelecek nesillere bozulmadan aktarılması, mobil uygulamanın tüketiciler açısından ne şekilde algılandığının gün yüzüne çıkarılması amaçlanmıştır. |
| Kulakoğlu Dilek, N. | 2020- Nicel ve Nitel yöntem | Araştırmanın amacı, sanal gerçeklik teknolojisi ile ortaya koyulan uygulamaların, bu uygulamaları deneyimleyen kullanıcılar açısından algısal kabul seviyesini kullanıma ilişkin davranışsal niyet üzerinden değerlendirmektir. Bir diğer amaç, sanal gerçeklik teknolojisi ile ortaya koyulan uygulamaların, kullanıcılar üzerindeki gerçeklik algısını belirlemek ve yaşamış oldukları deneyimi tespit etmektir. |

Tablo 1: Makalenin Yazarı, Yılı, Yöntemi ve Çalışmanın Amacı (Devamı)

| Yazar (lar) | Yıl ve Yöntem | Amacı |
|--|-----------------------------|---|
| Erbaş, Ç. | 2020- Nitel yöntem | Araştırmada, Samsun ilinde bulunan 4 ile 5 yıldızlı toplamda 8 otel müdürünün AG ve SG teknolojilerine ilişkin görüşlerinin belirlenmesi amaçlanmıştır. |
| Bahar, M., Yüzbaşıoğlu, N. ve Topsakal, Y. | 2019- Nitel yöntem | Çalışma geleceğin süper akıllı turistlerine ilişkin turizm rehberliği mesleğini değerlendirmek ve bu alanda yeni nesil teknolojilerin kullanım alanlarını saptamak, bu kapsamda turizm rehberliğine yönelik öneriler sunmaktır. |
| Akkoç, İ. T. ve Coşkun, E. | 2019- Nitel yöntem | Çalışmada çağdaş müze uygulamalarının geliştirilmesine yönelik müze gezginlerinin artırılmış gerçeklik teknolojilerinden yararlanmasında beklentilerini incelemek ve söz konusu beklentileri gün yüzüne çıkararak alana dair bilgiler sunmak amaçlanmaktadır. |
| Demirezen, B. | 2019- Nitel yöntem | Bu çalışma kapsamında AG ile SG teknolojisinin turizm sektöründe sunmuş olduğu yararlar ve bu teknolojinin turizmde nasıl kullanıldığını ortaya koymak istenmiştir. |
| Dağlı, Z. | 2019- Nitel yöntem | Çalışmada, Düzce ilinde doğa turizmine yönelik gerçekleştirilmiş olan dijital çalışmalar içerisinde yer alan mobil uygulamalar ele alınmıştır. |
| Atay, L., Yalçınkaya, P. ve Bahar, F. | 2019- Nitel yöntem | Çalışmanın amacı, teknolojik gelişmeler ile beraber konaklama boyunca turistlere sunulan hizmetlerin akıllı otel uygulamaları kapsamında ele alınmasıdır. |
| Saçkes, E. ve Doğdubay, M. | 2019- Nicel yöntem | Çalışmada, konaklama işletmesi seçerken Elektronik ağızdan ağıza pazarlamadan (EWOM) bireylerin ne derece etkilendiklerinin tespit edilmesi amaçlanmıştır. |
| Vargün, Ö. ve Nuhoğlu, M. | 2019- Nitel yöntem | Araştırma kapsamında bilgi iletişim teknolojileri (BİT), artırılmış gerçeklik (AR) ile mobil uygulamaların kültürel mirasa faydası, yaratıcı imkanları ve noksanlıkları mevcut mobil hizmetler aracılığıyla incelenmiştir. |
| Güreş, N., Arslan, S., Yüksel, C. ve Yılmaz, H. | 2019- Nitel yöntem | Çalışmanın amacı, ulusal ölçekli havayolu kuruluşlarının yolculara sunmuş olduğu mobil uygulamalara ilişkin karşılaştırma sonuçlarını sunmaktır. |
| Atabay, E. Güzeller, C. ve Çizel, B. | 2019- Nitel yöntem | Çalışmada, mobil uygulamaların ülkemizdeki yerel beş yıldızlı konaklama işletmelerinin kullanımını değerlendirmek, uygulamaların teknik özelliklerini belirleyerek bu özellikleri uluslararası kriterlerle kıyaslamaktır. |
| Bağcı, E. ve İçöz, O. | 2019- Nitel yöntem | Çalışmada, turizm sektöründe dijitalleşme ve dijital platformların öne çıkan kullanıcısı olan Z kuşağının, bu sektördeki rolü kapsamında önceki kuşaklara göre farklılıklarına yönelik örneklere değinilmiştir. |
| Kocabıyık, M. S. | 2019- Nicel yöntem | Bu çalışma, her şey dâhil konaklama işletmesi tasarımına sahip işletmelerin kullanmış olduğu otel içindeki mobil hizmetlerin müşteri memnuniyeti ve tatmin seviyesini belirlemek amacıyla gerçekleştirilmiştir. Bunun yanı sıra turizm sektörünün dijitalleşmeye adaptasyonunu değerlendirmek amaçlanmıştır. |
| Öngider, M. U. | 2019- Nicel yöntem | Çalışmanın amacı, sanal gerçeklik algısı ile desteklenen 360° videosunun seyahat motivasyonu ile satın alma davranışını etkileyip etkilemediğini incelemektir. |
| Sönmez, B. | 2019- Nicel ve Nitel yöntem | Çalışmanın amacı, Türkiye ekonomisi için stratejik önemi bulunan turizm endüstrisine, insan kaynağı yetiştirmekle görevli yükseköğretim kurumları dahilinde bulunan gastronomi ve mutfak sanatları, turizm rehberliği ve turizm işletmeciliği bölümü öğrencilerinin, mobil (AG) teknolojisinin turizm eğitimi kapsamında uygulanmasına ilişkin yaklaşımlarını ortaya koymaktır. |
| Sucaklı, G. | 2019- Nitel yöntem | Çalışmanın amacı, müzenin ve müzeciliğin turizm endüstrisi bakımından önemini örneklerle ortaya koyduktan sonra müzeciliğin sürdürülebilir olması açısından artırılmış gerçeklik teknolojisinin rolünü ve kullanımının detaylarını, çoğunlukla yurt dışında bulunan ve bu teknolojiyi kullanan müzelerden farklı örneklerle literatüre sunmaktır. |
| Topsakal, Y. | 2018- Nitel yöntem | Çalışmada, akıllı turizm dahilinde engelli bireylere yönelik mobil hizmetleri değerlendirmek ve Türkiye turizmine Endüstri 4.0 kapsamında engelli dostu olması yönünde öneriler getirmek amaçlanmıştır. |

Tablo 1: Makalenin Yazarı, Yılı, Yöntemi ve Çalışmanın Amacı (Devamı)

| Yazar (lar) | Yıl ve Yöntem | Amacı |
|---|----------------------|--|
| Yalçınkaya, P., Atay, L. ve Karakaş, E. | 2018- Nitel yöntem | Çalışmada, akıllı turizm kavramına yönelik literatür ve turizm endüstrisindeki uygulamalar değerlendirilmiştir. |
| Mil, B. ve Dirican, C. | 2018- Nitel yöntem | Turizm endüstrisinde ortaya çıkan büyük değişiklikler sanal ve artırılmış gerçeklik, çok boyutlu yazıcılar, robotlar ile otomasyon, hologram açısından ele alınan çalışmada Endüstri 4.0 dahilinde ortaya çıkacak olaylara yönelik alınacak önlemler değerlendirilmektedir. |
| Önen, V. | 2018- Nicel yöntem | Çalışmada, havayolları mobil pazarlama uygulamalarının, seyahat için havayolunu tercih edenlerin demografik özellikleri bakımından nasıl algılandığını gün yüzüne çıkarmaktır. |
| Zeylan, T. ve Öztürk, G. | 2018- Nitel yöntem | Çalışmanın amacı, 2018 senesi Fortune 500 sıralamasında bulunan ilk 6 turizm acentasının mobil uygulamalarını ne şekilde kullandıklarını ve bu endüstri için gerekliliğini, alan yazın incelemesi ve örnek olaylar aracılığıyla betimsel analizini gerçekleştirmektir. |
| Cankül, D., Doğan, A. ve Sönmez, B. | 2018- Nitel yöntem | Çalışmanın amacı, inovasyon ifadesini ve artırılmış gerçeklik uygulamalarını değerlendirerek, yiyecek-içecek işletmelerine uygulanması durumunda işletmelere getireceği muhtemel faydaları incelemektir. |
| Şalk, S. | 2018- Nitel yöntem | Turist rehberlerinin artırılmış gerçeklik uygulamalarına ilişkin algı seviyelerinin saptanması bu çalışmanın esas amacını oluşturmaktadır. |
| Kırlar Can, K. Yeşilyurt, B., Sancaktar, L. ve Koçak, C. | 2017- Nitel yöntem | Çalışmanın amacı, Türkiye'deki yerel otel işletmelerinin mobil hizmet kullanımını belirlemek ve mevcut mobil uygulamaların içerik açısından niteliklerini tespit etmektir. |
| Esen, M. F. ve Türkay, B. | 2017- Nitel yöntem | Çalışmada, büyük veri türleri ele alınarak turizm sektöründe büyük verinin nasıl uygulanabileceği ve özellikle hizmet endüstrisinde tüketici memnuniyetinin oluşturulmasındaki rolüne dair detaylı bir yazın sunulması amaçlanmıştır. |
| Güzel, T. ve Başaran, Y. | 2017- Nicel yöntem | Çalışmada, turizm endüstrisinde öne çıkan mobil uygulamalara ilişkin bilgi verilerek seyahatçi bir grup örneklem seçilmiş ve bu kapsamda mobil gezi uygulamalarının birçok boyutunun turistlerin deneyim elde etmesine dair etkisi tespit edilmeye çalışılmıştır. |
| Kılıç, B., Yozukmaz, N., Yüksel, F. ve Bilici, H. | 2017- Nicel yöntem | Araştırmada, yerli turistlerin mobil pazarlamaya yönelik yaklaşımlarını saptamak ve bu kapsamda turistlerin sosyo-demografik nitelikleri ile tutumları arasındaki değişikliklerin sunulması amaçlanmıştır. |
| Tekin, Ö. | 2017- Nicel yöntem | Çalışmanın amacı, seyahat acentesinde çalışanların destinasyon pazarlama faaliyetlerinde artırılmış gerçeklik teknolojilerinden yararlanma konusundaki tutumlarını belirlemektir. |
| Bektaş, G. ve Şimşek, F. | 2016- Nitel yöntem | Bu çalışmada, giderek büyüyen sağlık turizminde üçüncü yaş turizmine yoğunlaşmak ve mobil sağlık uygulamalarının yaşlı turizmine ne şekilde entegre edileceğini incelemek amaçlanmıştır. |
| Şahin, B. ve Cıbt, Ö. | 2016- Nicel yöntem | Çalışmada; kullanıcıların mobil pazarlamaya ilişkin tercihleri ve online alışveriş yapmaları hususunda bir motivasyon oluşturup oluşturmadığı araştırılmıştır. |
| Sürücü, Ö. ve Bayram, A. T. | 2016- Nitel yöntem | Çalışmanın amacı, turizm işletmelerinin mobil teknolojileri pazarlama bakımından nasıl değerlendirdiklerini belirlemektir. |
| Aymankuy, Y., Gülü Demirbulat, Ö. ve Saatçı, G. | 2016- Nitel yöntem | Advergame uygulama hizmetinin turizm işletmelerinde kullanılabilirliği incelenmiş ve bu kapsamda çeşitli örnek uygulamalar sunulması amaçlanmıştır. |
| Binbaşıoğlu, H. | 2016- Nicel yöntem | Turistlerin seyahatlerinde mobil pazarlama uygulamalarına yönelik mobil teknoloji kullanımını etkileyen faktörlerin neler olduğu, bu faktörleri hangi parametrelerin etkileyeceği, faktörler arasında bir ilişki bulunup bulunmadığı araştırılmıştır. Bunun yanı sıra müşterilerin mobil teknolojiyi kullanımına yönelik seçimlerini etkileyen parametrelerin nelerden oluştuğunu incelemek amaçlanmıştır. |
| Aytekin, H. | 2016- Nitel yöntem | Çalışmada, Sakıp Sabancı Müzesi'nde örnek olay (durum) çalışması gerçekleştirilerek müzelerde yararlanılan AG uygulama hizmetlerinin yararları ve Sakıp Sabancı Müzesi'ndeki mevcut AG uygulamalarının müze gezginleri açısından ne şekilde ele alındığı analiz edilmiştir. |

Yukarıdaki tabloya göre turizm sektörünün farklı alanlarında birtakım araştırmalar yürütülmüştür. Bu araştırmaların yayın sıklığı yıllara göre değişiklik göstermektedir. Araştırma kapsamında gerçekleştirilen literatür taraması sonucunda ‘mobil uygulama/hizmet/aplikasyon’, ‘akıllı telefon/ uygulama’, ‘sanal-arttırılmış gerçeklik’ gibi altı adet anahtar kelimedenden yararlanılmıştır. Anahtar kelimelerle gerçekleştirilen araştırma sonucuna göre incelenen çalışmalar arasında en fazla ‘arttırılmış-sanal gerçeklik’ kelimesinin tematik analiz kapsamında sıklıkla tekrarlandığı tespit edilmiştir. Bu ifade sonrasında sırasıyla mobil uygulama, akıllı telefon, mobil aplikasyon, akıllı uygulama, mobil hizmet ifadeleri çalışmalarda sıklıkla tekrarlanmıştır. Dolayısıyla literatürde yürütülen çalışmalar ele alındığında turizm sektöründe rehberlik hizmeti ve tur esnasında kullanılan mobil uygulamalar, mobil müze uygulamaları, konaklama işletmelerinde kullanılan mobil uygulamalar, seyahat acentası faaliyetlerinde kullanılan mobil uygulamalar, yiyecek-içecek işletmeleri ve destinasyonların yanı sıra turizm eğitiminde mobil uygulamalar ve arttırılmış-sanal gerçeklik konusundaki araştırmalardan elde edilen ifadeler ortaya konulmuştur. Bulgular sonucunda anahtar kelimelerin tekrarlanma sıklığı; mobil uygulama 1300 defa, arttırılmış-sanal gerçeklik 4514 defa, akıllı telefon 627 defa, akıllı uygulama 69 defa, mobil hizmet 30 defa, mobil aplikasyon 71 defa tekrar edilmiştir. Bunun yanı sıra en fazla kullanılan araştırma yönteminin ‘nitel’ araştırma yöntemi olduğu en az ‘nicel ve nitel’ yöntem olduğu tespit edilmiştir. Yine en fazla iki yazarlı çalışmanın olduğu en az ise beş yazarlı çalışma bulunduğu anlaşılmıştır.

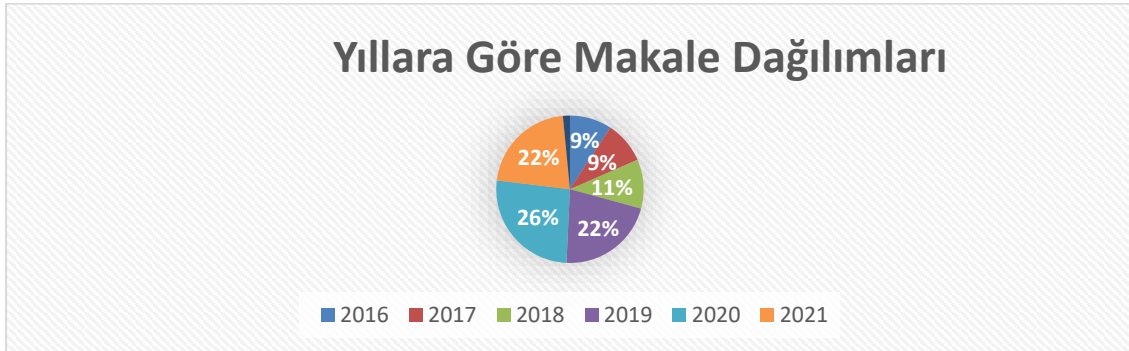
Tablo 2. Kelimelerin Tekrar Sıklığı

| Kelimeler | Tekrar sıklığı |
|-----------------------------|-----------------------|
| Arttırılmış-sanal gerçeklik | 4514 |
| Mobil uygulama | 1300 |
| Akıllı telefon | 627 |
| Mobil aplikasyon | 71 |
| Mobil uygulama | 69 |
| Mobil hizmet | 30 |

Mobil turizm uygulamalarına yönelik turizm paydaşlarının görüşlerinden; tüketicilerin tutumları kapsamında algılanan fayda, kullanıma ilişkin kolaylık sağlaması, algılanan zevk, algılanan güven ve öznel norm gibi faktörlerin öne çıktığı anlaşılmıştır. Yöneticilerin tutumlarında ise algılanan fayda, kullanıma yönelik kolaylık, algılanan zevk, algılanan güvenin ön planda olduğu görülmektedir. Tüketiciler, uygulamalar

aracılığıyla rezervasyon, sipariş verme, hesap ödeme ve değerlendirme gibi birtakım hizmetlerin bütünü gerçekleştirilmeyi istemektedir. Ayrıca yöneticilerin mobil hizmetlerden, mevcut işletme müşterileri ile potansiyel müşteriler için ayrıntılı bilgiler edinmeyi istedikleri tespit edilmiştir (Tandoğan vd., 2021). Bunun yanı sıra akıllı turizm hizmetlerinin sektör içerisinde bir zorunluluk olduğu ve dolayısıyla destinasyonların pazardaki rekabet fırsatını arttırdığı düşünülmektedir (Kafa vd., 2020; Çolak ve Karakan, 2021). Konaklama işletmelerinin akıllı otelcilik uygulamalarının faaliyete geçirilmesine daha yakın olduğu incelemelerden elde edilmiştir. Özellikle akıllı telefon uygulamalarının ziyaretçiler açısından oldukça kolaylık sağladığı, hizmeti bireyselleştirdiği ve misafir memnuniyetini olumlu yönde etkilediği anlaşılmıştır (Yazıcı Ayyıldız ve Ayyıldız, 2020). Buna ek olarak, araştırma sonuçlarına bakıldığında sırasıyla turizm rehberliği hizmetinde, turlarda, otellerde, müzelerde, destinasyonlarda ve seyahat acentesinde çoğunlukla kullanıldığı belirlenmiştir. Sanal gerçeklik uygulamalarından ise daha çok müzecilik faaliyetlerinde yararlanıldığı anlaşılmaktadır. Ayrıca öğrenme motivasyonu üzerinde sanal gerçeklik uygulamalarının etkisi de araştırılmış ve böylece eğitim alanında araştırmalara konu olduğu anlaşılmıştır.

Şekil 1. Mobil Turizm Kapsamında Yapılan Çalışmaların Yıllara Göre Dağılımı



Yukarıdaki grafikte yıl bazında çalışmaların dağılımı gösterilmektedir. Buna göre mobil uygulama ile ilgili en fazla araştırmanın başta 2020 yılı olmak üzere çoğunlukla 2019-2021 yılları arasında yapıldığı anlaşılmaktadır. Bunun nedeni ise teknolojinin yıldan yıla daha çok ilerlemesi ve turizm işletmelerinin rekabet üstünlüğü elde etmek amacıyla günceli takip ederek bu uygulamaları işletmelerine entegre etme çabasıdır. Dolayısıyla 2016 yılından günümüze kadar mobil turizm kapsamında sektör ve eğitim odaklı yürütülen çalışmaların sayısı her yıl giderek artış göstermiştir.

Tablo 3: Dergi Adı, Kongre ve Kitap Başlıkları

| <u>Dergi/Kongre/Kitap Adı</u> | <u>Sayı</u> | <u>Dergi/Kongre/Kitap Adı</u> | <u>Sayı</u> |
|---|-------------|--|-------------|
| Journal of Gastronomy Hospitality and Travel | 1 | Journal of Tourism Intelligence and Smartness | 1 |
| İşletme Araştırmaları Dergisi | 5 | 3. Uluslararası Halkla İlişkiler ve Reklam Çalışmaları E-Dergisi | 1 |
| Sağlık Akademisyenleri Dergisi | 1 | Gastroia: Journal of Gastronomy and Travel Research | 2 |
| MANAS Sosyal Araştırmalar Dergisi | 1 | İktisadi İdari ve Siyasal Araştırmalar Dergisi | 1 |
| Global Journal of Economics and Business Studies | 1 | Turizm ve Araştırma Dergisi (tutar) | 1 |
| Aydın Adnan Menderes University Journal of Travel and Tourism Research | 1 | Türkiye Mesleki ve Sosyal Bilimler Dergisi | 3 |
| I. Eurasia International Tourism Congress: Current Issues, Trends, and Indicators | 1 | Journal of Tourism and Gastronomy Studies | 1 |
| International University Museums Association Platform | 1 | Uluslararası Global Turizm Araştırmaları Dergisi | 1 |
| Afyon Kocatepe Üniversitesi Fen ve Mühendislik Bilimleri Dergisi | 1 | İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi | 1 |
| Journal of Yasar University | 1 | Journal of Tourism and Gastronomy Studies | 3 |
| Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi | 3 | Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi | 1 |
| International Journal of Contemporary Tourism Research | 1 | Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi | 1 |
| Avrasya Turizm Araştırmaları Dergisi | 1 | Jomat Disiplinlerarası Akademik Turizm Dergisi | 1 |
| İstanbul İktisat Dergisi | 1 | The Journal of Academic Social Sciences | 1 |
| Ç. Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi | 1 | Tourism and Recreation | 1 |
| Journal of Tourism Research Institute | 1 | Sivas Interdisipliner Turizm Araştırmaları Dergisi | 1 |
| Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi | 3 | Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi | 1 |
| Safran ve Kültür Araştırmaları Dergisi | 1 | Gaziantep University Journal of Social Sciences | 1 |
| Journal of Tourism Theory and Research | 1 | Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi | 1 |
| Business & Management Studies: An International Journal | 1 | Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi | 1 |
| Türk Turizm Araştırmaları Dergisi | 4 | International Journal of Human Sciences | 1 |

Yukarıdaki tablo incelendiğinde mobil turizm kapsamında yayınlanan çalışmaların yer aldığı dergiler görülmektedir. Genel olarak, ulusal ölçekli dergilerin yer aldığı anlaşılmaktadır. Ancak uluslararası yayın yapan dergi, kongre vb. yer aldığı da görülmektedir. Bu kapsamda araştırmanın çerçevesini ulusal ölçekli çalışmaların incelenmenin oluşturması ve 'İşletme Araştırmaları Dergisi'nin çoğunlukla mobil turizm kapsamındaki çalışmaları yayınladığı görülmektedir. Bu kapsamda

uygulamaların daha iyi bir hizmet sunabilmek için daha çok işletmelerde kullanıldığından bahsedilebilir.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Son yıllarda bilgi ve iletişim teknolojilerinin gün geçtikçe değişmesiyle beraber insanların internet ve mobil uygulama kullanım sıklığı hızlı bir artış göstermiştir. Bunda şüphesiz trendi yakalama, kolay ve güvenilir bir şekilde bilgi edinmenin önemi vardır. Bu kapsamda kullanıcı sayısı hızla artmış ve yenilikler teşvik edilmiştir. İnternet sayesinde küreselleşme etkisiyle beraber gerek hizmet sektörü gerekse diğer sektörler açısından işletme ve tüketici arasındaki fiziki sınırlar yok olmaya başlamıştır. Günümüzde rekabet avantajı elde etmek isteyen işletmeler ve destinasyonlar bilgi teknolojisinden yararlanmaktadır. Turizm sektöründe konaklama işletmeleri, yiyecek-icecek işletmeleri, turizm rehberliği ve tur etkinlikleri gibi çeşitli alanlarda farklı dil seçeneklerine sahip mobil uygulamaların kullanımı ön plana çıkmaktadır.

Bugün nesnelerin interneti, arttırılmış gerçeklik, yapay zekâ, küresel konumlandırma sistemleri, mobil uygulamalar insan hayatının her alanında varlığını hissettirmektedir. Dolayısıyla akıllı mobil uygulamalar hem insan hayatını kolaylaştırmakta hem de sektörlerin yenilenmesine, büyümesine ve gelişmesine önemli katkılar sunmaktadır. Sonuç olarak, turizm sektöründe endüstri 4.0 kapsamındaki yenilikler kullanılmakta ve ilerleyen zaman içinde daha hızlı bir artış göstereceği öngörülmektedir. Araştırmada yerel ölçekte çeşitli akademik eserler incelenmiş olup bu kapsamda çalışmalar çoğunlukla konaklama ve yiyecek-icecek sektörüne yoğunlaşmıştır. Bunun yanı sıra mobil rehberlik hizmetlerinin de görüldüğü ve özellikle arttırılmış gerçeklik teknolojisinden yararlanan müzecilik uygulamalarının olduğu anlaşılmıştır. Tüketicilerin mobil uygulamalardan memnun olmasının yanı sıra işlemlerin pratik biçimde tamamlanması algılanan fayda ve güven açısından katkı sağlamaktadır. Ayrıca sektör paydaşlarının görüşleri kapsamında her ne kadar altyapı ve maliyet gerektirse de günümüzde rekabet üstünlüğü sağlayabilmek açısından bir zorunluluk olarak değerlendirilmektedir.

Bu makalede, 2016 ve 2021 yılları arasında yayınlanan mobil turizm ile ilgili 66 akademik çalışma nitel araştırma yöntemi olan doküman incelemesi tekniği kullanılarak değerlendirilmiştir. İnceleme sonucunda altı anahtar kelime tespit edilmiştir. Bu

makalenin temel sınırlılığı, analizde sadece 66 ilgili çalışma bulunması ve ulusal alan yazını kapsamıdır. Dolayısıyla, bu oldukça küçük bir örnektir. Bunun nedeni, mobil turizmin nispeten yeni bir fenomen olmasının yanı sıra uygulamada teknolojik bir altyapı ve maliyet gerektirmesidir. Ancak, gelecekte daha fazla yayın yapılacağına ve farklı yöntemlerle ele alınacağına şüphe yoktur. Çalışma sonuçlarından hareketle mobil turizm uygulamalarının sektör içerisinde daha fazla yer alması ve etkin biçimde kullanılması için yapılması gerekenler şunlardır;

- Bu kapsamda sektör paydaşlarına mobil uygulamaları işletmelerine daha fazla dahil etmeleri hususunda eğitimler verilebilir.
- Belediyeler açısından özellikle turistik işletmelere fon sağlanabilir.
- Buna ek olarak, literatürde mobil uygulamalara ilişkin çalışmalar çoğunlukla nitel araştırma yöntemi ile incelenmiştir. Gelecek araştırmalar için nicel araştırma yönteminden faydalanılarak ve işletme ile destinasyon bazında karşılaştırma yaparak mobil uygulama faaliyetlerini daha geniş çapta araştırmaları önerilmektedir.

KAYNAKÇA

Açıksözlü, Ö. ve Bozok, D. (2021). Turizm İşletmelerinde Yer Alan Hizmetlerde Robot Kullanımına Yönelik Uygulamalar. *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 9(119), 413-428.

Akkoç, İ. T. ve Coşkun, E. (2019). Artırılmış Gerçeklik Teknolojisinin Müzecilik Faaliyetlerine Uygulanması: Eskişehir’de Modern Müze Ziyaretçilerine Yönelik Bir Araştırma. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 7(4), 2513-2535. DOI: 10.21325/jotags.2019.484

Akmermer, B. (2021). *Türkiye’de Turizm Tüketicilerinin NFC Tabanlı Mobil Teknolojilere Yönelik Tutum ve Kabulü Üzerine Uygulamalı Bir Araştırma ve Model Önerisi*. Karadeniz Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora Tezi, Trabzon.

Aksoy, G. ve Baş, M. (2020). Dijital Turizm Kapsamında Şehir Tanıtımında Kullanılan Bir Araç Olarak Sanal Tur. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(3), 2542-2564.

Atay, L., Yalçinkaya, P. ve Bahar, F. (2019). “İstanbul'daki Akıllı Otel Uygulamalarının Değerlendirilmesi”, *Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 8(1/1), 679-690

Atabay, E. Güzeller, C. O. ve Çizel, B. (2019). Türkiye'deki Yerel Beş Yıldızlı Otellerin Mobil Uygulamaların İncelenmesi. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 3(3), 294-305.

Aymankuy, Y. Demirbulat GÜDÜ, Ö. ve Saatci, G. (2016). Oyuna Dayalı Reklamın (Advergame) Turizm Sektöründe Uygulanabilirliği Üzerine Bir Değerlendirme. *Journal of Theory and Research*, 2(2), 107-125.

Aytekin, H. (2016). *Müzelerde Artırılmış Gerçeklik Uygulamaları: Sakıp Sabancı Müzesi örneği*. Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, İzmir.

Bağcı, E. ve İçöz, O. (2019). Z ve Alfa Kuşağı ile Dijitalleşen Turizm. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 3(2), 232-256.

Bahar, M., Yüzbaşıoğlu, N. ve Topsakal, Y. (2019). Akıllı Turizm ve Süper Akıllı Turist Kavramları Işığında Geleceğin Turizm Rehberliğine Bakış. *Journal of Travel Tourism Research*, 14, 72-93.

Bayır, T. (2021). COVID-19 (Koronavirüs) Salgını Sürecinde Mobil Ödeme Sistemlerinin Algılanan Risk, Algılanan Güven ve Kullanma Niyeti Üzerine Bir Araştırma. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 13(3), 2272-2288.

Bekar, A. ve Özçetin, Ç. (2015). Yiyecek İçecek İşletmelerinde Mobil Uygulamaların Kullanımı: Foursquare Örneği. *Gaziantep University Journal of Social Sciences*, 14(2), 413-430.

Bektaş, G. ve Şimşek, F. (2016). İleri Yaş Sağlık Turizminde Mobil Sağlık Hizmetlerinin Önemi. *Sağlık Akademisyenleri Dergisi*, 3(4), 179-185.

Binbaşıoğlu, H. (2016). *Turizm Sektöründe Tüketicilerin Mobil Teknoloji Kabulüne İlişkin Bir Araştırma*. İnönü Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora Tezi, Malatya.

Borovska, Y. ve Yılmaz, H. (2021). Gastronomi ve Mutfak Sanatları Öğrencilerinin Akıllı Restoran Uygulamalarını Kullanma Niyetlerinin Ölçülmesine Yönelik Bir Araştırma. *Journal of Gastronomy, Hospitality, and Travel*, 4(1), 102-121, DOI: 10.33083/joghat.2021.6.

Buhalis, D. ve Law, R. (2008). Progress in Information Technology and Tourism Management: 20 Years on and 10 Years After the Internet—The State of eTourism Research. *Tourism Management*, 29(4), 609-623.

Çalımlı, A. (2019). *Turizm işletmelerinde bilgi teknolojileri ve dijital dönüşüm*. Yüksek Lisans Tezi, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.

Çatlak, Ş., Tekdal, M. ve Baz, F. Ç. (2015). Scratch yazılımı ile programlama öğretiminin durumu: bir doküman inceleme çalışması. *Journal of Instructional Technologies ve Teacher Education*, 4(3), 13-25.

Çelik, P. ve Topsakal, Y. (2017). Akıllı Turizm Destinasyonları: Antalya Destinasyonunun Akıllı Turizm Uygulamalarının İncelenmesi. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 14(3), 149-166.

Çolak, O. ve Karakan, H. İ. (2021). "Akıllı Otel Uygulamaları ve Bu Uygulamalar Hakkında Yönetici Görüşleri: Gaziantep İli Örneği" *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 42, 168-184.

Dağlı, Z. (2019). Doğa Turizmi ve Mobil Uygulamalar: Düzce İli Örneği. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 16(3), 553-566.

Demirezen, B. (2019). Artırılmış Gerçeklik ve Sanal Gerçeklik Teknolojisinin Turizm Sektöründe Kullanılabilirliği Üzerine Bir Literatür Taraması. *Uluslararası Global Turizm Araştırmaları Dergisi*, 3(1), 1-26.

Duran, G. ve Uygur, S. M. (2020). Akıllı Turizm Destinasyonları Kapsamında Ankara'nın Akıllı Turizm Uygulamalarına Yönelik Bir Araştırma. 3. *Uluslararası Turizmin Geleceği Kongresi: İnovasyon, Girişimcilik ve Sürdürülebilirlik Kongresi*.

Durna, E. C. (2021). *Sanal Gerçeklik ve Artırılmış Gerçeklik Teknolojilerinin Turist Tatmini Üzerine Etkileri: Çanakkale Tarihi Yarımada Örneği*. Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi Yüksek Lisans Tezi, Sakarya.

Erbaş, Ç. (2020). *Sanal ve Artırılmış Gerçeklik Teknolojilerinin Turizm Sektöründe Kullanılabilirliğine Yönelik Nitel Bir Araştırma*. Ondokuz Mayıs Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Samsun.

Ercan, F. (2020). Resort Otel İşletmeleri Web Sitelerinin Dijital Pazarlama Performanslarının Analizi: Alanya'daki Beş Yıldızlı Otel İşletmeleri Üzerine Bir Araştırma. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(3), 1727-1745.

Ercan, F. (2021). Mobil Seyahat Uygulamaları ve Karadeniz Ereğli İçin Bir Mobil Gezi Rehberi Uygulama Önerisi: Kdzereğli Travel Guide (KTG). *International Journal of Contemporary Tourism Research*, 5(1), 1-12, doi: 10.30625/ijctr.886500.

Erdem, A. Şanlı Kayran, S. C. ve Şeker, F. (2020). Mobil Turizm Uygulaması Olarak Visiturfa Gezi Rehberi'nin Değerlendirilmesi. *Avrasya Turizm Araştırmaları Dergisi*, 1(1), 1-12.

Erkmen, B. ve Gönenç Güler, E. (2020). Turizm ve Dijitalleşme: Haskovo-Edirne kültürel ve Tarihi Destinasyonlar Projesi Örneği. *Tourism and Recreation*, 2(Ek1), 111-118.

Eröz, S. S. ve Doğdubay, M. (2012). Turistik Ürün Tercihinde Sosyal Medyanın Rolü ve Etik İlişkisi. *Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 27(1), 133-157.

Esen, M. F. Türkay, B. (2017). Turizm Endüstrisinde Büyük Veri Kullanımı. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 5(4), 92-115.

Gafni, R. (2008). Framework for quality metrics in mobile-wireless information systems. *Interdisciplinary Journal of Information, Knowledge and Management*, 3, 23-38.

Gövce, M. (2020). Mobil Turizm Satın Alma Davranışında E-Yaşam Tarzının Rolü. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 13(70), 951-960.

Gretzel, U., Fesenmaier, D.R., Formica, S. ve O'Leary, J.T. (2006), Searching for the future: challenges faced by destination marketing organizations, *Journal of Travel Research*, 45(2), 116-126.

Güreş, N., Arslan, S., Yüksel, C. ve Yılmaz, H. (2019). Mobil Uygulamaya Sahip Havayolu İşletmelerinin Yolculara Yönelik Hizmetlerinin Araştırılması. *Ç.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 28(3), 252-265. <https://doi.org/10.35379/cusosbil.665351>.

Güvercin Göçmen, Z. (2021). *Turist Deneyimi Yaratmada Mobil Artırılmış Gerçeklik (AR) Uygulamasının Rolü: Efes Örenyeri Uygulaması*. Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora Tezi, İzmir.

Güzel, T. ve Başaran, Y. (2017). Turizmde Kullanılan Mobil Uygulamalar ve Müşteri Deneyim Etkileşimi. *Sivas Interdisipliner Turizm Araştırmaları Dergisi*, 15-32.

Hazarhun, E. ve Yılmaz, Ö. D. (2020). Restoranlarda Dijital Dönüşüm: Touch Restoran Örneği. *Gastroia: Journal of Gastronomy and Travel Research*, 4(3), 384-399.

Herzwurm, G. ve Schockert, S. (2003). The leading edge in QFD for software and electronic business. *International Journal of Quality & Reliability Management*, 20(1), 36-55.

İşçen, M. ve Işık, B. (2020). Turist Rehberlerinin Kullandıkları Mobil Uygulamaların Algılanan Fayda ve Kullanım Kolaylığına Yönelik Nicel Bir Araştırma. *Journal of Business in the Digital Age*, 3(1), 2651-4737

İşlek, M. (2012). *Sosyal Medyanın Tüketici Davranışlarına Etkileri: Türkiye'deki Sosyal Medya Kullanıcıları Üzerine Bir Araştırma*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Karaman.

Kafa, N., Arıca, R. ve Sönmez Gök, N. (2020). Akıllı Turizm Araç ve Uygulamalarına İlişkin Turizm İşletmesi Yöneticilerinin Görüşleri: Eskişehir Üzerine Nitel Bir Araştırma. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 12(3), 2774-2787.

Kazan, İ. (2019). *Turizmde Artırılmış Gerçeklik Kullanımı*. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Konya.

Kılıç, B., Yozukmaz, N., Yüksel, F. ve Bilici, H. (2017). Turizmde Mobil Pazarlama: Turistlerin Mobil Pazarlama Uygulamalarına Karşı Tutumları. *Balıkesir University The Journal of Social Sciences Institute*, 20(38), 449-471.

Kırlar Can, B., Yeşilyurt, H., Lale Sancaktar. C. ve Koçak, N. (2017). Mobil Çağda Mobil Uygulamalar: Türkiye'deki Yerli Otel Zincirleri Üzerine Bir Durum Tespiti. *Journal of Yasar University*, 12(45), 60-75.

Kocabıyık, M. S. (2019). *Otel İşletmelerinde Mobil Uygulama Kullanımı ve Müşteri Deneyimine Etkisi: Antalya İli Örneği*. Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Antalya.

Korkmaz, H. U. (2021). Akıllı Turizmde Kültürel Miras ve Yaratıcılık: Konya Üzerine Nitel Bir Araştırma, *Journal of Vocational and Social Sciences of Turkey*, 3(5), 132-143.

Kulakoğlu Dilek, N. (2020). Turizm Sektöründe Sanal Gerçeklik Teknolojisinin Kullanımına ve Etkisine Yönelik Keşifsel Bir Araştırma. İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.

Kumlu, S. T. (2021). *Turizm Eğitiminde Sanal Gerçeklik Kullanımının Öğrenme Motivasyonuna Etkisi*. Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Kocaeli.

Liang, S., Schuckert, M., Law, R. ve Masiero, L. (2016). The relevance of mobile tourism and information technology: an analysis of recent trends and future research directions. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 1-17 DOI: 10.1080/10548408.2016.1218403

Mercan, Y., Dizlek, K., Süsim, G., Gürez, D. ve Akman, Y. (2020). Sağlık Amaçlı İnternet Kullanımı ve Mobil Sağlık Uygulamaları Üzerine Bir Araştırma, *Kırklareli Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi*, 1(1), 66-76.

Meydan Uygur, Sürücü, Ç. ve Sergen, Y. (2018). Yiyecek İçecek İşletmelerinin Pazarlama Açısından İncelenmesi: Ankara İli Örneği. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 2(1), 157-176.

Mil, B. ve Dirican, C. (2018). Endüstri 4.0 Teknolojileri ve Turizme Etkileri. *Jomat Disiplinlerarası Akademik Turizm Dergisi*, 1(3), 1-9.

Nasöz, P. Oymak, M. Kaya, F. ve Kızılırmak, İ. (2020). Dünyada En Çok Turist Çeken 10 Şehrin Websitelerinin Elektronik Pazarlama Açısından İncelenmesi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 8(2), 1161-1178.

Önen, V. (2018). Havayolu İşletmeleri Mobil Pazarlama Uygulamaları Algısının Yolcuların Demografik Özellikleri Yönünden İncelenmesi. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 10(3), 321-349.

Öngider, M. U. (2019). *Sanal Gerçeklik Gözlüğü Deneyiminin Seyahat Motivasyonuna ve Satın Alma Davranışına Etkisi*. Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Muğla.

Özgürel, G. ve Yılmaz, O. K. (2021). Aşırı Turizmde Kalabalık Yönetimi: Belediyeler Tarafından Kullanılabilecek Akıllı Turizm Uygulamaları. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 20(42), 1594-1620, doi:10.46928/iticusbe.944864

Özışık Yapıcı, O. ve Özden, A. T. (2021). Konaklama İşletmelerinin Dijital Pazarlama Açısından İncelenmesi: Samsun Örneği. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 13(3), 2129-21.

Pulli, P., Zheng, X., Antoniac, P., Hickey, S., Manninen, T., Martikainen, O. ve Kuroda, T. (2007). Design and Development of Mobile Services Platform for Senior Citizens. *Proceedings of the 13th International Conference on Concurrent enterprising (ICE2007)*. Sofia Antipolis, France, 4-6.

Saçkes, E. ve Doğdubay, M. (2019). Konaklama İşletmelerinin Pazarlamasında Mobil Teknolojinin Kullanımı. *Küresel İktisat ve İşletme Çalışmaları Dergisi*, 8(16), 183-195.

Scharl, A., Dickinger, A. ve Murphy, J. (2004). Diffusion and Success Factors of Mobile Marketing. *Electronic Commerce Research and Applications*, 4(2), 159-173.

Solmaz, R. (2020). *Geleneksel Konya Yemeklerinin Artırılmış Gerçeklik Teknolojisi Kullanılarak Korunması ve Arşivlenmesine Yönelik Bir Mobil Uygulama Modeli Örneği*. Necmettin Erbakan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Konya.

Sönmez, B. (2019). *Mobil Artırılmış Gerçeklik Uygulamaları ve Öğrenci Açısından Turizm Eğitiminde Kullanılabilirliğin Değerlendirilmesi*. Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Eskişehir.

Söylemez, C. ve Karahan, M. O. (2020), E-Hizmet Kalitesi ve Güvenin Mobil Uygulama Kullanma Memnuniyetine Etkisi. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 34(2), 555-575, DOI: 10.16951/atauniiibd.669579.

Ström, R., Vendel, M. ve Bredican, J. (2014). Mobile Marketing: A Literature Review on Its Value for Consumers and Retailers. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 21(6), s. 1001-1012. <http://dx.doi.org/10.1016/j.jretconser.2013.12.003>.

Sucaklı, G. (2019). *Turizmde Modern Müzecilik Anlayışı ve Artırılmış Gerçeklik Uygulamalarının Müzelerde Kullanımı*. Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Çanakkale.

Sürücü, Ö. ve Bayram, A. T. (2016). Mobil Pazarlama ve Turizmde Mobil Teknolojilerin Kullanımı. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 9(42), 2025-2032.

Şahin, B. ve Cıbit, Ö. (2016). Mobil Pazarlama ve Online Alışveriş İlişkinine Yönelik Tüketici Algıları: Seyahat Acentası Müşterilerine Yönelik Bir Araştırma. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 9(44), 1221-1231.

Şalk, S. (2018). *Turist Rehberlerinin Artırılmış Gerçeklik Uygulamalarına Yönelik Algılarının Belirlenmesi*. Balıkesir Üniversitesi Turizm Fakültesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Balıkesir.

Şanlıöz, H. K. Dilek, S. E. ve Koçak, N. (2013). Değişen Dünya, Dönüşen Pazarlama: Türkiye Turizm Sektöründen Öncü Bir Mobil Uygulama Örneği. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 24(2), 250-260.

Şenyıl, N. N. ve Büyüksahin, S. (2021). Akıllı Kent Bileşenleri ve Konya Kenti Akıllı Kent Uygulamalarının İncelenmesi. *International Journal of Human Science*, 18(4), 497-513, doi:10.14687/jhs.v18i4.6223.

Tan, K. C., Xie, M. ve Chia, E. (1998). Quality function deployment and its use in designing information technology systems. *International Journal of Quality & Reliability Management*, 15(6), 634-645.

Tandoğan, U., Dinçel, B. ve Mil, B. (2021). Restoran İşletmeleri İçin Bir Mobil Uygulama Önerisi ve Öneriye Yönelik Tutumların Belirlenmesi. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 5(4), 2380-2420.

Topsakal, Y. (2018). Akıllı Turizm Kapsamında Engelli Dostu Mobil Hizmetler: Türkiye Turizm İçin Öneriler. *Journal of Tourism Intelligence and Smartness*, 1(1), 1-13.

Tekin, Ö., Bideci, M. ve Aydın, A. (2015). Kültürel Mirasın Aktarımında Mobil Rehber Uygulamaları ile Profesyonel Turist Rehberlerinin Yetkinliğinin Karşılaştırılması (Konya Mevlana Müzesi Örneği). *I. Eurasia International Tourism Congress: Current Issues, Trends, and Indicators (EITOC-2015)*.

Tekin, Ö. (2017). *Artırılmış Gerçeklik Uygulamalarının Destinasyon Pazarlamasında İncelenmesi: Seyahat Acentaları ile İlgili Bir Araştırma*. Necmettin Erbakan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora Tezi, Konya.

Türk Dil Kurumu (2022). <https://sozluk.gov.tr/> 02.01.2022 tarihinde erişildi.

Uslu, A. ve Uysal, M. (2020). Kültürel Mirasın Etkileşimli Keşfi İçin Mobil Artırılmış Gerçeklik ve Web Tabanlı Görselleştirme Teknolojilerinin Kullanılması: Sfenks Heykeli Örneği. *Afyon Kocatepe Üniversitesi Fen ve Mühendislik Bilimleri Dergisi*, 1024-1031.

Werthner, H. ve Klein, S. (1999) Information Technology and Tourism: A Challenging Relationship. *Springer-Verlag*, Wien.

Vargün, Ö. ve Nuhoğlu, M. (2019). Kültürel Miras Eğitiminde Bilgi İletişim Teknolojilerinin Rolü ve Mobil Uygulamalar. *International University Museums Association Platform*, 2(2), 45-53.

Yalçınkaya, P. Atay, L. ve Karakaş, E. (2018). Akıllı Turizm Uygulamaları. *Gastoria: Journal of Gastronomy and Travel Research*, 2(2), 34-52, SSN: 2602-4144 doi: 10.32958/gastoria.433831

Yazıcı Ayyıldız, A. ve Ayyıldız, T. (2020). Pazarlama Fırsatı Olarak Akıllı Turizm: Kuşadası Örneği. *Business Management Studies: An International Journal*, 8(1), 599-623.

Yeşilorman, M. ve Koç, F. (2014). Bilgi Toplumunun Teknolojik Temelleri Üzerine Eleştirel Bir Bakış. *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 24(1), 117-133.

Yeşilyurt, B. ve Kurnaz, A. (2021). Koronavirüs (Covid-19) Pandemi Sürecinde Restoran Sektöründe eni Bir Uygulama: Bulut Mutfaklar. *Turizm ve Araştırma Dergisi*, 10(2), 47-62.

Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2013). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*. (9. Genişletilmiş Baskı). Ankara: Seçkin Yayıncılık.

Yılmaz, Y., Akgün, A. ve Kınay, H. (2020). Otellerdeki Helal Turizm Uygulamalarında Otel Yönetim Sistemlerinin Kullanılabilirliği Üzerine Nitel Bir Araştırma. *Safran Kültür ve Turizm Araştırmaları Dergisi*, 3(2), 182-207.

Zeylan, T. ve Öztürk, G. (2019). Türkiye'deki Seyahat Acenteleri Açısından Mobil Pazarlamanın Önemi. *Uluslararası Halkla İlişkiler ve Reklam Çalışmaları Dergisi*, 2(2), 73-95.

Zheng, X. ve Pulli, P. (2005). Extending Quality Function Deployment To Enterprise Mobile Sevices Design And Development. *Journal of Control Engineering and Applied Informatics*, 7(2), 42-49.