

Turizmde Kullanılan Mobil Uygulamaların Mevcut Durumu ve Geleceğe Yönelik Projeksiyonlar

Current Status of Mobile Applications Used in Tourism and Future Projections

Teaching assistant Ayça Nur Aydoğan [ID 0009-0000-7702-2951](#)

Prof. Dr. Kutay Oktay [ID 0000-0003-0552-0913](#)

Abstract

From past to present, technology continues to develop without stopping and affects every aspect of life. Tourism is one of the sectors where new approaches and new ways of working, brought about by the effects of technology, are being implemented day by day. Many developments such as the invention of the internet, robotics, automatic systems, software and artificial intelligence have affected the tourism sector as well as other sectors. In this study, the current situation of mobile applications, which are a result of the internet and software, in tourism is investigated. In this way, it is aimed to present projections about the use of mobile applications in tourism for the future. Therefore, the study is important in terms of providing a perspective on the future for the tourism sector. The content analysis method, which is within the scope of qualitative research models, was used as a method in the research. In line with this method chosen to achieve the purpose of the research, data was obtained under various criteria. While collecting the data of the research, the top 30 most downloaded tourism mobile applications used in the world via Appstore were discussed. Descriptive information of the applications and the services they offer are presented as research findings.

1 Giriş

Günümüzde hızla gelişen teknolojinin insanlığa sunduğu kolaylıklar ve fırsatlar hızla artmaktadır. İnsanlar hayatlarını kolaylaştırmak amacıyla teknolojiyi kullanırken bu onların hayatlarının ayrılmaz bir parçası haline gelmiştir.

Dijital çağ olarak adlandırılan günümüzde, organizasyonlar da teknolojinin fırsatlarını ulusal ve uluslararası arenada gelişmenin ve rekabet etmenin aracı olarak görmekte ve kullanmaktadır. Bu da doğal olarak çalışanları ve çalışma şekillerini de etkilemektedir. Organizasyonlar özellikle bilgi teknolojilerinin dönüşümünü ve dijitalleşmeyi kendi bünyelerinde kullanmaya ve çalışanlarını da bu yönde eğitmeye başlamışlardır (Ersöz ve Özmen, 2020). Endüstri 4.0 ile birlikte robotikleşme ve yapay zeka, otomasyon, dijitalleşme, çevrimiçi çalışma gibi dönüşümler de başlamıştır (Özişik ve Şahin, 2022).

Günümüzde teknolojinin kullanılmadığı ya da faydalanılmayan herhangi bir sektör kalmadığı gibi faydalanmayan insan da kalmamıştır. Teknolojinin bu etkisi turizm sektöründe de görülmektedir. Turistlerin ve turizm işletmelerinin teknolojinin sunduğu olanaklardan çokça faydalandığı görülmektedir.

Konaklama ve turizm endüstrilerinde sosyal medyanın ve çevrimiçi incelemelerin turist davranışlarında artan önemi bulunmaktadır. Bunun yanı sıra pek çok yeni teknoloji (örneğin, artırılmış gerçeklik, sanal gerçeklik, robotik ve yapay zeka); son zamanlarda artan bilgi iletişimi teknolojileri çalışmaları ile birlikte ortaya çıkmıştır ve bu durumun turizme etkisi yadsınamazdır (Law ve diğerleri, 2020).

Son yıllarda teknolojinin turizm üzerindeki etkisi üzerine araştırmalar da artmıştır. Zhong ve diğerleri (2021) araştırmalarda en çok tartışılan sekiz konunun; kulaktan kulağa iletişim, çevrimiçi incelemeler, kullanıcı tarafından oluşturulan içerik ve büyük veriler, sosyal medya, pazarlama, web ve internet, seyahat seçimi ve tüketici tercihi ve çevrimiçi rezervasyonlar/otel rezervasyonlarının yer aldığını belirtmiştir.

Teknolojinin gelişmesi ile birlikte herhangi bir gezi grubu ya da rehberle bağlı kalmadan gezmek isteyen turistler, çeşitli ücretsiz uygulamalar sayesinde kendi gezi planlarını oluşturup, gezdikleri yerler hakkında bilgi edinip, konaklama ve yemek konusunda önerilerden istediklerini seçerek tatillerini planlamaktadırlar (Çakmak ve Demirkol, 2017). Bu durum turistlere daha özgür bir alan tanırken turist rehberleri için iş azalmasına ya da turizm şirketlerinin interneti daha aktif kullanmak zorunda kalmasına neden olabilmektedir.

Bu çalışmada turizmde yaşanan teknolojik ilerlemenin mevcut durumu araştırılmakta ve böylece geleceğe yönelik projeksiyonların sunulması amaçlanmaktadır. Araştırmada yöntem olarak nitel araştırma modelleri kapsamında yer alan içerik analizi yönteminden yararlanılmıştır. Araştırmanın amacına ulaşmak üzere seçilen bu yöntem doğrultusunda, en çok kullanılan seyahat mobil uygulamalarının içerikleri incelenmiştir ve geleceğe yönelik öneriler sunulmuştur.

Teknolojinin sürekli geliştiği ve bu gelişme sonucunda turist davranışlarının değiştiği bu ortam açısından çalışma turizm sektöründe gelecekte teknolojik gelişmelerin neler olabileceği, turizm sektörünü nasıl

etkileyebileceği açısından turizm firmaları, turizm akademisyen ve öğrencileri ve uygulama üreticileri için önem arz etmektedir.

2 Kavramsal Çerçeve

Modern bilgi toplumunun getirisi olan teknoloji, özellikle internet aracılığıyla, işlerin yürütülme biçiminde yaklaşık dört temel değişiklik sağlamıştır (Clayton ve Criscuolo,2002). Bu değişikliklerin hepsi turizm sektörü için de aynı şekilde geçerlidir (Ray ve diğerleri, 2011). Bunları aşağıdaki maddelerde sıralamak mümkündür;

- Müşteriye ve pazara erişimde daha düşük maliyetler sayesinde daha geniş bir kitleye ulaşılma yeteneği
- Daha hızlı bir şekilde pazara sunma ve yeni ürünleri duyurma ve daha çok müşteriye ulaşmak için internetin kullanılması
- Kuruluşların içinde ve arasında değişen süreçlerin yönetimi ve bilgi paylaşımı
- Bilginin artan erişilebilirliği nedeniyle tedarikçiler ve müşteriler arasındaki güç dengesinde bir değişiklik

İnternet, geleneksel pazarlamanın aksine, genellikle pazarlamacıdan tüketiciye yalnızca tek yönlü iletişimi kolaylaştıran etkileşimli bir ortam yaratmıştır. İnternet ortamından faydalanan müşteriler, pazarlama sürecindeki pasif alıcılardan daha fazlasıdır. İnternet, üretim verimliliğini artırırken, giriş engellerini değiştirerek, değiştirme maliyetlerini en aza indirerek, dağıtım kanallarında kolaylık sağlayarak, fiyat şeffaflığını ve rekabeti kolaylaştırarak endüstri yapısını değiştirmektedir (Kim ve diğerleri, 2004). Müşterilerin pazarlık gücünün artması aynı zamanda artan kolaylık, şeffaflık, esneklik, tedarikçilerle doğrudan iletişim ve mevcut bilgilerin artmasının etkisindedir. İnternet ayrıca farklı seyahat ürünlerini (örn. konaklama, ulaşım vb.) birleştirerek kişiselleştirilmiş seyahat planlarının dinamik olarak oluşturulmasını da sağlamıştır (Daniele ve Frew, 2005).

Teknoloji, turizm endüstrisi için hem fırsat hem de zorluk sunmaktadır. Turizmde bilgi teknolojisinin gelişmesi göz önüne alındığında, mevcut turizm sektöründe bulunan kuruluşların devrim niteliğindeki teknolojiyi kullanarak dışardan güçlü teknolojilerle sektöre girenlere karşı rekabet edebilirliğini artırması gerekmektedir. Hızla değişen dünyada turizm sektöründe rekabetçi olabilmek için bilgi iletişim teknolojileri, zekâ ve yönetim vizyonu anahtar olacaktır (Buhalis,2000).

Rafael ve Pires'in 2021 yılında yaptıkları çalışmalarında WOS ve SCOPUS'ta yayınlanan makalelerde turizmde teknolojik inovasyon konusunda yapılan çalışmaların temalarını incelemiştir. WOS yayınlarında turizm ve teknoloji ana arama başlığı altında en çok çalışılan temalar sırasıyla şöyledir; sosyal bilimler diğer konular, işletme ekonomisi, bilgisayar teknolojisi, mühendislik, çevre bilimi ekolojisi, bilim teknolojileri diğer konular, telekomünikasyon, eğitim ve eğitim araştırmaları, kamu yönetimi, sosyoloji. SCOPUS'ta yayınlanan makalelerin anahtar kelimeleri ise şu şekildedir; bilgi ve iletişim teknolojileri, akıllı turizm, AR ve mobil uygulama, bilgi ve iletişim teknolojileri ve sosyal medya, turist deneyimi, büyük veri. Bu çalışmadan da görüleceği üzere teknolojinin getirdiği birçok yenilik turizm sektörüne de yön vermektedir.

Dünya genelinde akıllı telefonların yaygınlaşması sonrası 2008 yılında mobil uygulamalar ortaya çıkmaya başlamıştır ve insanların günlük hayatında sosyalleşmek, iletişim kurmak, eğlenmek, paylaşmak ve bilgiye erişmek konularında kullanması ise insan hayatında önemli değişikliklere sebebiyet vermiştir (Aydın,2016). Turizm sektörünün birçok alt alanında da mobil uygulama kullanımları artmıştır.

Günümüzde turistler, seyahatlerinin her aşamasında akıllı teknolojilerden özellikle uygulamalardan faydalanmaktadır. Uygulamaları; seyahat öncesinde destinasyonla ilgili bilgi edinme, otel bulma, eğlenceli deneyim bilgilerine ulaşma, araba kiralama; seyahatleri sırasında ise destinasyon bilgilerine ulaşma, seyahat fotoğrafları çekme, güzel bir deneyim için restoran bulma, eğlenceli deneyim bilgilerine ulaşma, araba kiralama uçuş durumunu kontrol etme; seyahat sonunda ise seyahatleri hakkında paylaşım ve deneyim değerlendirme hakkında kullanılmaktadırlar (Güzel ve Başaran, 2019).

Dijitalleşmenin bir etkisi de turizm sektöründe müşterilerin taleplerinde değişiklikler yaratmasıdır ve bu değişiklikler 4 ana başlıkta toplanabilir; kişiselleştirilmiş hizmet, ilham alan ve veren olma, mobil olma, kolay ve hızlı çözümler (2019, TURSAB). Turizm müşterileri artık kişisel tercihlerine ve geçmiş deneyimlerinden yola çıkılarak hazırlanmış gezi planları beklemektedirler. Sosyal medya kullanımının artmasıyla ise turistler arkadaşlarının paylaşımlarına ve sosyal medyadaki yorumlara göre hareket etmektedirler. Dünyada mobil kullanımın artması ile birlikte turistler seyahatlerinin önemli kısmını telefonları üzerinden yürütmeye başlamıştır. Günümüzde turistler kendilerine zaman kazandıran tek tuşla ödeme, sesli arama ve self service sağlayan ekranlar gibi deneyimlere yönelmişlerdir. (TURSAB, 2019)

Mobil uygulamalar üzerinde çalışan bir firmanın yaptığı bir araştırmaya göre dünya genelinde mobil uygulamaların sektör bazlı kullanım artışı incelendiğinde %53,5 ile en büyük büyümenin mobil oyun sektöründe, %43,2 ile ikinci büyümenin alışveriş sektöründe ve %41,6 ile seyahat uygulamalarının üçüncü en çok büyüme sahip olduğu ortaya konulmuştur (2023, ADJUST). Araştırmanın devamına göre en çok büyüme sağlayan dördüncü sektör finans olmasıyla birlikte beşinci sektörün ise yeme içme olduğu gözlemlenmiştir. Görüldüğü üzere turizmde mobil uygulama kullanımı gün geçtikçe artmakta ve turistler gezilerini kişileştirmek için mobil uygulamaları daha fazla kullanmaya başlamışlardır.

Uygulama Adı	Mobil Uygulamaları Tanımlayıcı Bilgiler						
	Kuruluş Yılı	Mobil Uygulama Kuruluş Yılı	Kurulduğu Ülke	Uygulama Puanı	Pulandırma Yapan Kullanıcı Sayısı	Üyelere Özel İndirimler	Örnek Yenilikçi Uygulamalar
Pegasus	1990	2014	Türkiye	4,7	353 Bin	x	
Türk Hava Yolları	1933	2017	Türkiye	4,8	316 Bin	x	Farklı para birimlerinde ödeme imkanı
En Uygun	2008	2013	Türkiye	4,8	92 Bin		Global yan şirketi aracılığıyla dünyada hizmet verme
Airbnb	2008	2012	Amerika	4,6	9 Bin		
Uber	2009	2009	Amerika	4,8	103 Bin		
Booking.com	1996	2011	Hollanda	4,8	50 Bin	x	Sürdürülebilirlik çalışmaları
Airalo	2019	2019	Amerika	4,7	3,2 Bin		Dünyada 200'den fazla ülkede kullanılabilen ilk eSim
Trivago	2005	2010	Almanya	4,7	67 Bin		Blog
AnadoluJet	2008	2017	Türkiye	4,6	132 Bin	x	
Ucuzabilet	2006	2015	Türkiye	4,3	12 Bin		Ülkelere ve tarihlere göre bilet fiyatları tablosu
Etstur	1991	2014	Türkiye	2,8	299		Erken rezervasyon, online otel rezervasyonu, müşteri memnuniyeti ölçümü, otel denetimi yapan ilk turizm şirketi
Türkiye'nin Müzeleri	2020	2020	Türkiye	4,7	11 Bin		Tüm müze ve ören yerleri hakkında vermesi
BlaBlaCar	2006	2009	Fransa	4,7	36 Bin		
Skyscanner	2001	2011	Birleşik Krallık	4,7	59 Bin		
Hotels.com	1991	2011	Amerika	4,7	47 bin	x	Bağlantılı yan uygulamalar
SunExpress	1989	2020	Türkiye	2,4	387	x	
Jolly Tur	1987		Türkiye	3	68	x	Blog
inDrive	2012	2015	Rusya	4,9	6,4 Bin		
Bolt	2013	2013	Estonya	4,8	5,4 Bin		
Flightradar24 / Flight Tracker	2007	2010	İsveç	4,8	45 bin		
Tatilbudur	1997	2016	Türkiye	4,1	428	x	Blog
Agoda	2005	2011	Tayland	4,7	5,9 Bin	x	Blog
Maps.Me	2011	2012	İsviçre	4,8	8,7 Bin		
Otelz.com	2014	2016	Türkiye	3,5	192	x	Sürdürülebilirlik çalışmaları
Wifi Map: İnternet, eSim, VPN	2014	2014	Amerika	4,3	4,1 Bin		Blog
Omio	2012	2014	Almanya	4,8	4,8 Bin	x	
Wizz Air	2003	2013	Macaristan	4,6	1,3 Bin		Blog, Gezi Rehberi
Tatil Sepeti	2002	2012	Türkiye	3,6	1,2 Bin	x	
FlixBus	2011	2014	Almanya	4,6	2,6 Bin		
Tripadvisor	2000	2010	Amerika	4,8	25 Bin		Blog

Tablo 1. Türkiye'de Appstore Üzerinden En Çok İndirilen Mobil Uygulamaların Tanımlayıcı Bilgiler

3 Yöntem

Günümüzde turizm sektöründe mobil uygulamaların gittikçe daha yaygın kullanılmaya başlandığı gözlenmiştir. Buradan yola çıkarak bu çalışmada turizm sektöründe kullanılan mobil uygulamalar ve bu uygulamaların sağladığı hizmetlerin neler olduğu incelenmiş ve elde edilen sonuçlar üzerinden geleceğe yönelik önerilerde bulunulmuştur. Araştırmada yöntem olarak nitel araştırma modellerinden içerik analizi kullanılmıştır.

İçerik analizi; dokümanların, mülakat sonuçlarının ve kayıtların karakterize edilmesi ve karşılaştırılması için kullanılan bir analiz tekniğidir. Elde edilen veriler daha anlamlı ve daha az sayıdaki kategorilere ayrılarak incelenmektedir (Altunışık ve diğerleri, 2007). Araştırmanın evrenini Appstore Türkiye üzerinden turizm sektörüne yönelik indirilen dünya genelinde kullanılan uygulamalar oluşturmaktadır. Araştırma yapılırken Appstore Türkiye üzerinden turizm sektörüne yönelik en çok indirilen dünya genelinde kullanılan 30 uygulama taranarak ilgili verilere ulaşılmış ve elde edilen veriler başlıklar altında sistematik olarak gruplandırılmıştır.

4 Bulgular

Araştırmanın verileri toplanırken Appstore üzerinden en çok indirilen dünyada kullanılan turizm mobil uygulamalarının ilk 30 tanesi ele alınmıştır. Uygulamaların tanımlayıcı bilgileri ve sundukları hizmetler başlıklar şeklinde belirtilerek tabloleştirilmiştir. Mobil uygulamaların %40'nun Türkiye'de, %20'sinin Amerika, %10'nun Almanya ve %30'nun diğer ülkeler tarafından geliştirildiği görülmüştür. Bu bilgilerden ülkemiz insanlarının daha çok kendi ülkemizde üretilen uygulamaları kullandığı çıkarımı yapılabilir. Bu durumda en önemli etkinin uygulama dili olduğu düşünülebilir. Her ne kadar yabancı uygulamaların da Türkçe dil seçeneği da ülkemiz yazılımları kadar kullanışlı olmadıkları bilinen bir gerçektir. Ülkemizden yurtdışına yapılan seyahatlerin çoğunun Amerika ve Almanya olduğu düşünüldüğünde ise o ülkelere ait uygulamaların kullanılmasının da doğal olarak ortaya çıkan bir durum olduğu değerlendirilebilir.

Uygulamaların %16'sının ilk çıkışının mobil uygulama şirketi olarak ortaya çıktığı ve 2009 yılı ve sonrasında kurulduğu görülmüştür. Bu şirketlere bakıldığında aslında hepsinin küresel doğan şirketler olduğu fark edilmiştir. Uygulamaların %40'nı üyelerine özel indirimler ve fırsatlar sunmaktadır. Yenilikçi uygulamalar açısından ise en çok blog ve sürdürülebilir çalışmalar olduğu fark edilmiştir.

Uygulama Adı	Sundukları Hizmetler										
Pegasus	x										
Türk Hava Yolları	x										
En Uygun	x	x	x	x				x			
Airbnb		x		x	x				x	x	
Uber								x		x	
Booking.com	x	x	x	x						x	
Airalo											x
Trivago		x								x	
AnadoluJet	x										
Ucuzabilet	x	x	x					x			
Etstur	x	x					x	x		x	
Türkiye'nin Müzeleri				x							
BlaBlaCar								x			
Skyscanner	x	x	x								
Hotels.com		x								x	
SunExpress	x										
Jolly Tur	x	x	x				x				
inDrive								x			
Bolt								x			
Flightradar24 / Flight Tracker											x
Tatilbudur		x					x			x	
Agoda	x	x						x		x	
Maps.Me						x					
Otelz.com		x	x							x	
Wifi Map: İnternet, eSim, VPN											x
Omio	x			x				x			
Wizz Air	x	x	x								
Tatil Sepeti	x	x	x				x				
FlixBus								x			
Tripadvisor	x	x	x	x	x				x	x	

Tablo 2. Türkiye'de Appstore Üzerinden En Çok İndirilen Mobil Uygulamalarının Sunduğu Hizmetler

Uygulamalar arasında puanlandırma yapan kullanıcı sayısının en çok olduğu uygulamaların uçak rezervasyonu yapan uygulamalar olduğu göz önüne alındığında turistlerin seyahat ederken ulaşım için daha çok hava yolculuğunu kullanmayı ve rezervasyonlarını daha çok uygulama üzerinden yapmayı tercih ettikleri düşünülmektedir. Uygulamalara verilen puanların 2,8 ile 4,9 arasında değiştiği fakat 4 ve üzeri puanı olan

uygulamaların daha çok olduğu görülmüştür. Bazı mobil uygulamalara puanlandırma yapan kullanıcı sayısının az olduğu halde en çok indirilen uygulamalar içinde ilk otuza girdiği göz önüne alındığında uygulamaları kullanan birçok kişinin uygulamaları puanlamadığı düşünülmektedir.

Tablo 2’de araştırma sonucunda elde edilen veriler sunulmuştur. 30 mobil uygulama 11 farklı hizmet açısından değerlendirilmiştir. Uygulamaların %50’sinin uçak rezervasyonu yaptığı görülmüştür. Uçak rezervasyonundan sonra %50 oran ile en çok konaklama rezervasyonunun yer aldığı görülmüştür. Bir seyahat için en önemli iki faktörün ulaşım ve konaklama olduğu düşünüldüğünde en çok bu hizmete yönelik veriler olması beklenildiği gibi çıkmıştır. Uygulamaların %33,33’ünde ulaşım/transfer işlemleri hizmeti ve deneyim paylaşımı yapılmaktadır.

Tur rezervasyonlarının sadece esas işi tur yapmak olan firmalara ait uygulamalar olduğu görülmüştür. Fakat tur şirketlerinin turun yanı sıra uçak rezervasyonu, konaklama rezervasyonu ve araç kiralama hizmetleri sunduğu da görülmüştür.

En az verilen hizmetin ise %3,33 ile harita olduğu görülmüştür. Veriler toplanırken en çok indirilen seyahat uygulamaları kısıtlaması ile elde edilmiştir, haritanın bir turist için önemi yadsınamaz olduğu göz önüne alındığında belki de haritalar seyahat teması adı altında değil harita veya ulaşım teması adı altında yer alabilir. Yemek ve içecek bilgisi de %6,67 gibi düşük bir oran çıkmıştır. Bu kategori de aynı şekilde başka tema altında yer alabilir.

Elde edilen verilerde görülen önemli noktalardan biri de mobil seyahat uygulamaları listesine giren hat/internet hizmeti sunan uygulamalardır. Buradan da bir turist için internetin yaptığı seyahat esnasında ne kadar aktif kullanıldığı ve önemli olduğu görülebilmektedir.

5 Sonuç ve Öneriler

Günümüzde insanların teknolojinin getirisi olan akıllı telefonları kullanmaya başlamaları ile birlikte birçok konuda mobil uygulamalar hayatlarının vazgeçilmez parçası olmuştur.

Mobil uygulamaların en önemli getirilerinden biri olan ekonomik olmaları kullanımı artırmaktadır. Birçok işin mobil uygulamadan yapılması hem maliyetleri azaltmakta hem de zamandan tasarrufu sağlamaktadır. İnsanlar buldukları her ortamda rahatça uygulamalar üzerinden kolaylıkla istedikleri bilgiye ulaşmaktadırlar.

Konu ile ilgili olarak gerçekleştirilen bu çalışmada Türkiye’de Türk şirketlerin uygulamalarının daha çok kullanıldığı ortaya çıkmıştır. Bu nedenle, turizm eğitimi alan öğrencilere turizm sektöründe kullanılan mobil uygulamalar ve mobil uygulamaların oluşturulmasına yönelik derslerin verilmesi ve öğrencilerin bu konuda girişimciliğe yönlendirilmesi faydalı olacaktır.

Günümüzde her konuda online ve mobil uygulamalara dönüşüm düşünüldüğünde e-Sim ve Wifi uygulamalarının artması beklenebilir. Ulusal hatlardan uluslararası hatlara geçiş ve yeni hat firmalarının ortaya çıkması muhtemeldir.

Uygulamalarda yer alan bloglarda gezgin veya turistlerin kendi deneyimlerini yazıya döktüğü bir alan yaratılması diğer turistler için de kendi gezilerini planlarken kolaylık sağlayacağı gibi, uygulama kullanımını da artırabilir.

Genel olarak bakıldığında mobil uygulamaların gün geçtikçe kullanımları artmaktadır. Özellikle insanların kendi kişileştirilmiş programlarını oluşturarak gezilerini gerçekleştirmelerinden dolayı mobil uygulamalara yönelimlerinin arttığı görülmektedir.

Buradan yola çıkıldığında turizm açısından tüm etkinliklerin tek bir uygulama içerisinde bulunduğu bir uygulamanın yapılması durumunda kullanımının yüksek olacağı öngörülmektedir.

Kaynakça

- Altunışık,R. & Coşkun,R. & Bayraktaroğlu,S. & Yıldırım,Engin. (2007). Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri (SPSS Uygulamalı). Eliştirilmiş 5. Baskı. Sakarya, Sakarya Yayıncılık.
- Aydın, G. (2016). Visual Elements’ Effect On Mobile Application Preference. PressAcademia Procedia, 2(1), 360-376.
- ADJUST. 2023. Mobil Uygulama Trendleri 2023.
- Buhalis, D. (2000). Tourism and information technologies: Past, present and future. Tourism recreation research, 25(1), 41-58.
- Clayton, T., & Criscuolo, C. (2002). Electronic commerce and business change. Economic Trends, 583, 62-69.
- Çakmak, T. F., & Demirkol, Ş. (2017). Teknolojik gelişmelerin turist rehberliği mesleğine etkileri üzerine bir swot analizi. Bingöl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 7, 221-235.

- Daniele, R., & Frew, A. J. (2005). Using concept maps to examine business models and drivers of competitive advantage for travel eMediaries. In *Information and communication technologies in tourism 2005* (pp. 497-507). Springer, Vienna.
- Ersöz, B., & Özmen, M. (2020). Dijitalleşme ve Bilişim Teknolojilerinin Çalışanlar Üzerindeki Etkileri. *AJIT-e: Academic Journal of Information Technology*, 11(42), 170-179.
- Güzel, T., & Başaran, Y. (2019). Turizmde Kullanılan Mobil Uygulamalar ve Müşteri Deneyim Etkileşimi. *Sivas Interdisipliner Turizm Araştırmaları Dergisi* (4), 15-32.
- Kim, E., Nam, D. I., & Stimpert, J. L. (2004). The applicability of Porter's generic strategies in the digital age: assumptions, conjectures, and suggestions. *Journal of management*, 30(5), 569-589.
- Law, R., Leung, D. and Chan, I.C.C. (2020), "Progression and development of information and communication technology research in hospitality and tourism: A state-of-the-art review", *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, Vol. 32 No. 2, pp. 511-534.
- Özişik, T. & Erdil Şahin, B. (2022). Endüstri 4.0 teknolojilerinin iş gücü ve işin geleceğine etkileri. *Journal of Life Economics*. 9(2): 81-96.
- Rafael, C., & Pires, A. L. (2021). Analysis of scientific production on Technological Innovation in Tourism. *European Journal of Tourism, Hospitality and Recreation*, 11(1), 22-33.
- Ray, N., Banerjee, A., Ghosh, S., & Das, D. K. (2011, August). A study on application of information technology on tourism development. In *2011 International Conference on Management and Service Science* (pp. 1-7). IEEE.
- TÜRSAB, 2019, Turizm Sektörü Dijitalleşme Yol Haritası Seyahat Acentaları Dijital Dönüşüm Raporu.
- Zhong, L., Zhu, M., Sun, S., & Law, R. (2021). Research progress and development of technology in tourism research: a bibliometric analysis. *Journal of Smart Tourism*, 1(2), 3-12.