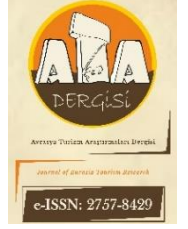


Dergi Anasayfası: [ATA Dergisi](#)

Avrasya Turizm Araştırmaları Dergisi

Journal of Eurasia Tourism Research

Journal Homepage: [JETouR](#)

Mobil Turizm Uygulaması Olarak Visiturfa Gezi Rehberi'nin Değerlendirilmesi

Evaluation of Visiturfa Travel Guide as a Mobile Tourism Application

Ahmet ERDEM¹, Sabahat Ceylin ŞANLI KAYRAN², Ferhat ŞEKER^{3,*}¹Res. Asst., Department of Tourism Management, School of Tourism and Hotel Management, Harran University, Şanlıurfa, Turkey²Asst. Prof., Department of Travel, Tourism and Entertainment Services, Halfeti Vocational School, Harran University, Şanlıurfa, Turkey³Res. Asst., Department of Tourism Management, Faculty of Tourism, Mersin University, Mersin, Turkey

MAKALE BİLGİSİ

Araştırma Makalesi

Makale Süreci:

Gönderim	: 8 Kasım 2020
Düzeltilme	: 21 Aralık 2020
Kabul	: 26 Aralık 2020
Yayınlanma	: 31 Aralık 2020

Anahtar Kelimeler:

Akıllı Turizm
Akıllı Cep Telefonu
Mobil Turizm Uygulaması
Visiturfa Gezi Rehberi
Şanlıurfa

ÖZ

Akıllı cep telefonlarına indirilebilen mobil turizm uygulamaları, turistlere destinasyondaki turistik yerler ve faaliyetler hakkında güncel bilgilere, yer ve zaman sınırı olmadan erişim imkânı sunmaktadır. Mobil turizm uygulamalarının turizm paydaşları tarafından değerlendirilmesi ve nelerin eksik olduğunun tespit edilmesi önemlidir. Çünkü; turistlere destinasyonda rehberlik eden bir mobil uygulama, kullanıcılara değerli bilgiler sağlamakla birlikte, turist memnuniyetini etkileme potansiyeline de sahiptir. Bu kapsamda çalışmada, Şanlıurfa'yı ziyaret eden turistlerin kullanımına sunulan "Visiturfa Gezi Rehberi" mobil uygulamasının değerlendirilmesi amaçlanmaktadır. Bu amaçla, Harran Üniversitesi'nde turizm alanında uzman 13 akademisyen ve Şanlıurfa'da görev yapan 4 profesyonel turist rehberi ile Visiturfa Gezi Rehberi uygulamasının olumlu ve olumsuz yönlerini belirlemek amacıyla görüşmeler yapılmıştır. Görüşme metinlerine yapılan içerik analizi ve betimsel analiz sonucunda, uygulamanın varlığının genel olarak olumlu algılandığı ve bu girişimin paydaşlar tarafından desteklendiği ortaya çıkmıştır. Bunun yanında katılımcılar uygulamanın birtakım sorunları olduğunu ifade etmiştir. En önemli sorunlar arasında eksik bilgilendirme olduğu dikkat çekmektedir. Sonuç olarak uygulamanın, yapılacak müdahaleler ve güncelleştirmeler sayesinde destinasyonu ziyaret eden turistlerin deneyim kalitesini artıracak, destinasyon hakkında doğru ve güncel bilgileri sağlayacak ve destinasyonun etkin bir şekilde pazarlanmasını sağlayacak potansiyele sahip olduğu düşünülmektedir.

Avrasya Turizm Araştırmaları Dergisi yayıncı Bayram KANCA tarafından CC BY-NC-SA 4.0 ile lisanslanmıştır.

ARTICLE INFO

Research Article

Article history:

Received	: 8 November 2020
Revised	: 21 December 2020
Accepted	: 26 December 2020
Available	: 31 December 2020

Keywords:

Smart Tourism
Smart Mobile Phone
Mobile Tourism Application
Visiturfa Travel Guide
Sanliurfa

ABSTRACT

Mobile tourism applications, which can be downloaded to smart mobile phones, provide tourists with access to up-to-date information about touristic places and activities in the destination without space and time limit. It is important that mobile tourism applications are evaluated by tourism stakeholders and what is missing is detected. Because; a mobile application that guides tourists in the destination, along with providing valuable information to the users, it also has the potential to affect tourist satisfaction. In this context, the study aims to evaluate the "Visiturfa Travel Guide" mobile application which is offered for the use of tourists visiting Sanliurfa. For this purpose, interviews were held with 13 academicians who are experts in the field of tourism at Harran University and 4 professional tourist guides working in Sanliurfa in order to determine the positive and negative aspects of the Visiturfa Travel Guide application. As a result of the content analysis of the interview texts, it has been revealed that the existence of the application is perceived positively in general, and this initiative is supported by the stakeholders. Besides, the participants stated that the application has some problems. Among the most important problems, incomplete information draws attention. Consequently, it is thought that the application has the potential to improve the experience quality of tourists visiting the destination, provide accurate and up-to-date information about the destination, and ensure effective marketing of the destination, by means of interventions and updates to be made.

Journal of Eurasia Tourism Research by Bayram KANCA is licensed under CC BY-NC-SA 4.0

*Sorumlu yazar / Corresponding author



0000-0001-8120-3958 (A. ERDEM), 0000-0001-7339-0538 (S.C. ŞANLI KAYRAN), 0000-0001-6397-1232 (F. ŞEKER)



ahmet-erdem-@hotmail.com (A. ERDEM), ceylin_sanli@hotmail.com (S.C. ŞANLI KAYRAN), ferhatseker@mersin.edu.tr (F. ŞEKER)

1. GİRİŞ

Geçmişte, geleneksel cep telefonunun işlevselliği, sınırlı teknoloji yetenekleri nedeniyle öncelikli olarak arama ve metin özellikleri için kullanılmaktaydı (Kaur ve Maheshwari, 2016). Günümüzde ise akıllı cep telefonları, geleneksel telefonlara ek olarak çok sayıda özellik sunmakta ve insan yaşamını kolaylaştırmaktadır (Tan vd., 2017: 560). Akıllı telefonlarının önemli bir özelliği, mobil uygulamaları indirme ve son kullanıcı için kullanıma hazır hale getirme yeteneğidir. Uygulamalar, bir mobil cihaz işletim sistemi için tasarlanmış, mobil hizmetlerin sunumunu iyileştiren ve kullanıcıların belirli görevleri gerçekleştirmelerine olanak sağlayarak cihazın yeteneklerini artıran yazılımı ifade etmektedir (Dickinson vd., 2014: 86). Kullanıcılar artık, bu mobil uygulamalar aracılığıyla akıllı telefonlarından internete doğrudan bağlanarak birçok faaliyeti gerçekleştirmektedir (Hoehle ve Venkatesh, 2015).

Bugün dünya çapında akıllı telefon kullanıcılarının sayısı üç milyarı aşmakta ve önümüzdeki birkaç yıl içinde birkaç yüz milyon daha artacağı tahmin edilmektedir (Statista, 2020). Ortalama bir yetişkinin, akıllı cep telefonunu kullanarak günde dört saatten fazla zaman harcadığı belirtilmektedir (Law, Chan ve Wang, 2018: 627). Bu bulgu, teknoloji kullanımı konusunda çarpıcı bir gerçeği göz önüne sermektedir. Kullanıcılar mobil uygulamaları hem günlük yaşantılarında hem de seyahatlerinde zaman ve mekan sınırı olmadan kullanabilmektedir. Hayatın her alanına entegre olan mobil uygulamalar, ilgili kurum ve kuruluşlar için önemli bir sürdürülebilir rekabet avantajı sağlamaktadır.

Mobil uygulamalar içerisinde seyahat, gezi veya turizm uygulamaları, indirilen yedinci en popüler uygulama kategorisi olarak ifade edilmektedir. Ayrıca, TripAdvisor'a göre, akıllı telefon kullanıcılarının yüzde 60'ı seyahat uygulamalarını indirmekte ve bu kişilerin %45'i uygulamaları seyahatlerini planlama ve araştırma için kullanmaktadır (Mickael, 2011). Akıllı telefonların ve bu bağlamda mobil gezi uygulamalarının, ziyaretçilerin zamansal ve mekansal organizasyon yeteneklerini geliştirdiğini söylemek mümkündür (Dickinson vd., 2014: 91). Teorik olarak, bu uygulamaların temel bir niteliği, kullanıcıların turistik ihtiyaçlarını karşılayan ilgili bilgileri sağlama kapasiteleridir (Yus, 2014).

Kullanıcılar mobil turizm uygulamalarını tatil öncesi, tatil sırası ve tatil sonrasında kullanabilmektedir. Bu uygulamalar sayesinde tatil öncesinde ilgili destinasyon hakkında güncel bilgilere erişim imkanı sağlayabilir, kişiselleştirilmiş gezi rotaları planlayabilir, rezervasyon yapabilir ve bilmediği yeni yerler hakkında bilgi sahibi olabilir. Tatil sırasında çeşitli promosyon teklifleri, mobil rehberlik hizmeti, yol tarifi, festival, şenlik, konser, tiyatro gibi faaliyetler hakkında bilgi sağlama, turistik çekicilikler hakkında bilgi alma, önemli kurumların iletişim bilgilerine erişme ve rezervasyon işlemleri gibi birçok hizmetten yararlanılabilir. Tatil sonrasında ise, ziyaret ettiği yerler hakkında geri bildirimde bulunma, gezemediği yerlerin listesi çıkarma ve bildirimler sayesinde destinasyondaki güncel gelişmelerden haberdar olma şansı yakalanabilir. Bu nedenle turizm sektöründe yer alan işletmeler ve destinasyonlar; küresel düzeyde artan talebe karşılık mevcut kapasitelerini artırmak, sürdürülebilirliklerini sağlamak, potansiyel müşterilerine ulaşmak ve mevcut müşterilerini elde tutabilmek için bilgi ve iletişim teknolojinin operasyonel açıdan kullanma sıklığını artırmıştır (Şanlıöz, Dilek ve Koçak, 2013: 251).

Sonuç olarak akıllı cep telefonları, geçtiğimiz birkaç yıl içinde mobil uygulamaların geliştirilmesiyle birlikte insanların yaşamları üzerinde büyük bir etki yaratmıştır. Akıllı turizm uygulamaları içerisinde yer alan mobil uygulamalar, kullanıcıların (turistlerin) yoğun olarak kullanabileceği ve faydalanabileceği alanlardan biri olarak değerlendirilmektedir. Mobil turizm uygulamaları, turistlere destinasyondaki turistik faaliyetler hakkında güncel bilgilere yer ve zaman sınırı olmadan erişim imkanı sunmakta ve deneyim kalitelerinin artmasını sağlamaktadır (Kaur ve Maheshwari, 2016). Mobil gezi uygulamalarının bu kadar popüler olmasıyla birlikte, turizm endüstrisinin ve mobil teknoloji geliştiricilerinin piyasadaki mobil uygulamaların durumunu sağlam bir şekilde anlaması ve neyin eksik olabileceğini görmesi önemlidir (Kennedy-Eden ve Gretzel, 2012: 47). Turistlere destinasyonda rehberlik edebilecek bir mobil uygulama değerli bilgiler sağlayabilir. Bu kapsamda çalışmada, Şanlıurfa'yı ziyaret eden turistlerin kullanımına sunulan "Visiturfa Gezi Rehberi" mobil uygulamasının değerlendirilmesi amaçlanmaktadır.

2. İLGİLİ ARAŞTIRMALAR

Akıllı telefonların ve mobil uygulamaların kullanımındaki hızlı büyüme, turizm sektörünün seyahat sırasında ziyaretçileriyle bağlantı kurması için yeni yollar aramasını sağlamıştır (Kennedy-Eden ve Gretzel, 2012: 47). Bu büyümeye paralel olarak, literatürde de mobil uygulamalarla ilgili çalışmalara az da olsa rastlanmaya başlanmıştır. Örneğin Nchor (2012) çalışmada, bireylerin restoranlarda kullanılan mobil uygulamaları benimsemelerini incelemiştir. Araştırmanın sonucuna göre restoranların yerini bulmak için mobil uygulama kullanımı, mobil uygulamaların benimsenmesinde önemli bir rol oynamaktadır. Akıllı telefon ve mobil uygulamaların, insanlara sunduğu açılış ve kapanış saatleri, konum bilgisi gibi imkanların olması (Dickinson vd., 2014: 98) bu sonucun ortaya çıkmasında etkili olmuş olabilir. Hwang ve Park (2015) ise, restoran müşterilerinin akıllı telefonlarda sosyal medya kullanımını incelemiş ve bunun restoran karar verme sürecinde etkili olduğu sonucuna ulaşmışlardır. Benzer bir

sonuç, Eryılmaz ve Şengül'ün (2016) çalışmasında da ortaya çıkmıştır. Çalışmanın sonucuna göre katılımcılar, restoranlar hakkında sosyal medyadan bilgi toplamakta ve **restoran seçiminde online yorumları dikkate almaktadır**. Her ne kadar mobil uygulamalarla ilgili araştırmalar tüketiciler özelinde yapılsa da, araştırmaların çıktıları işletmelere bazı faydalar sağlamaktadır. Carroll'a (2011) göre mobil uygulamalar sayesinde işletmeler talebi dinamik bir şekilde yönetebilir, müşterilerini daha yakından tanıyabilir ve müşteri ilişkilerini uzun vadeli koruyarak gelirini optimize edebilir. Onat ve Alikılıç'ın (2008) çalışmasının çıktıları da işletmelere fayda sağlayacak başka bir çalışmadır. Çalışmada, sosyal medya uygulamalarının halkla ilişkiler ve reklam alanına olan etkisi araştırılmıştır. Araştırma sonucuna göre, sosyal medya uygulamalarının etkin ve doğru kullanılması durumunda, en hızlı bilgi akışı sağlayan halkla ilişkiler aracı ve reklam kanalı olduğu tespit edilmiştir.

Akıllı cep telefonları ile onlara entegre çalışan mobil uygulamalar ve sosyal medya araçlarının kullanımının, kullanıcı ve işletmelere sağladığı faydalarının araştırılmasının yanı sıra, akıllı telefon veya mobil uygulama kullanımının olumsuz etkilerini araştıran çalışmalar da literatürde yer almaktadır. Lee, Chang, Lin ve Cheng'in (2014) çalışmasında akıllı telefonların sosyal etkileşim kaygısına, strese ve telefon kullanmaya zorunlu hissedilmesine yol açtığı tespit edilmiştir. Unur, Kınıklı ve Şeker (2017) ise, restoranda yemek yerken akıllı telefonla meşgul olan kişilerin işlevsel olarak yemek yeme ihtiyaçlarını karşıladıklarını fakat restoranda daha az akıllı telefon kullananlara göre hazzal faydalarının düşük olduğu sonucuna ulaşmıştır.

3. VİSİTURFA GEZİ REHBERİ MOBİL UYGULAMASI

Visiturfa Gezi Rehberi, Şanlıurfa'nın taşınır ve taşınmaz kültür varlıklarının tanıtımı amacıyla Şanlıurfa'ya gelen ziyaretçilere kişisel rehber olması amacıyla hazırlanmıştır. Uygulama, Android kullanıcıları için Google Play Store'dan; IOS kullanıcıları için App Store'dan cep telefonlarına indirilebilir. Uygulamanın indirilmesi ücretsiz ve kullanımı reklamsızdır. Uygulama ilk olarak 6 Şubat 2020 tarihinde piyasaya çıkmış ve en son 11 Mart 2020 tarihinde güncellenmiştir. Uygulama, Şanlıurfa Turizmi Geliştirme A.Ş. tarafından geliştirilmiştir. Şanlıurfa'ya gidince nerelerin görüleceği ve nelerin yapılması gerektiğine dair kılavuz niteliğinde olan bu uygulama, ziyaretçilerin seyahatlerini planlamasına yardımcı olabilir. Şekil 1'de uygulamanın logosu yer almaktadır.



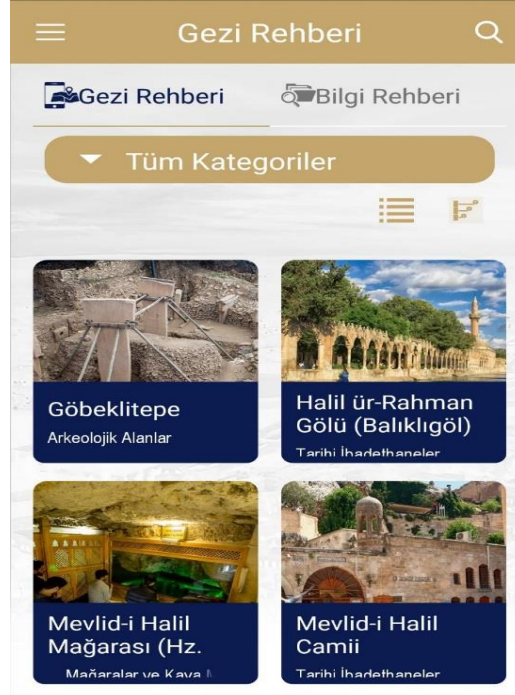
Şekil 1. Visiturfa Gezi Rehberi Mobil Uygulama Logo Tasarımı

Visiturfa Gezi Rehberi uygulaması cep telefonuna indirildikten sonra Şekil 2'deki gibi, başlamadan önce Türkçe, İngilizce ve Çince olmak üzere 3 dilden birinin seçilmesi istenmektedir.



Şekil 2. Visiturfa Gezi Rehberi Açılış Ekranı

Uygulama için dil seçimi yaptıktan sonra açılan uygulamanın içerisinde, ekranın üst kısmında Gezi Rehberi ve Bilgi Rehberi olmak üzere 2 ana menü bulunmaktadır. Gezi Rehberinin içeriği Şekil 3’te verilmiştir.



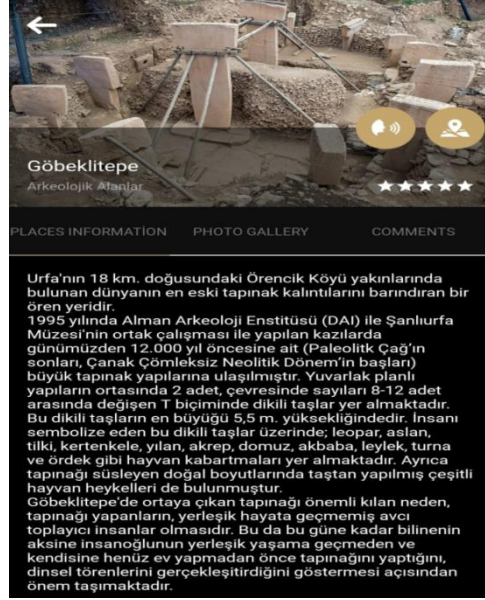
Şekil 3: Gezi Rehberi Menüsü Görünümü

Gezi Rehberi menüsünde arkeolojik alanlar, müzeler, mağaralar, anıtlar, hamamlar, kaleler, medreseler, türbeler, tarihi sokaklar vb. kategorilere ayrılmış bir şekilde Şanlıurfa’da gezilecek yerlerin bir listesi bulunmaktadır. Eğer kategori seçimi yapılmazsa Şekil 3’te olduğu gibi Göbeklitepe başta olmak üzere farklı önemli yapıları karışık bir şekilde uygulama göstermektedir. Kategori seçmek isteniyorsa Gezi Rehberi’nin altında yer alan “Tüm Kategoriler” kısmına tıklamak gerekmektedir. Kategorilerin içeriği Şekil 4’te yer almaktadır.



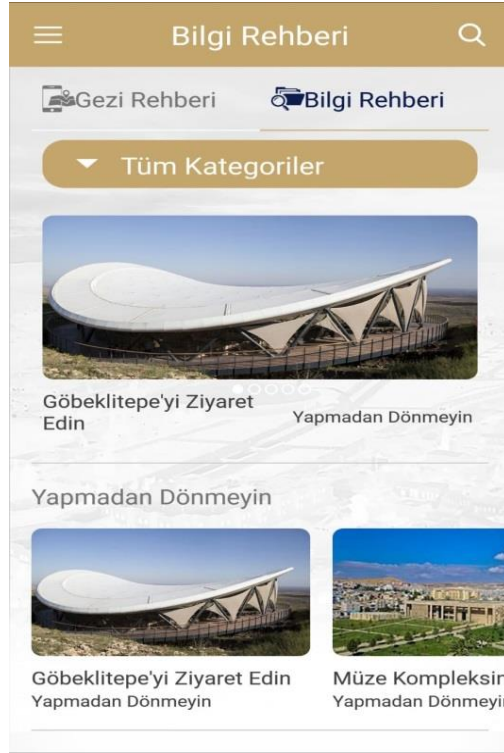
Şekil 4. Gezi Rehberi Menüsünde Yer Alan Kategoriler

Şekil 4’ten anlaşılacağı üzere, uygulamanın gezi rehberi menüsünde 6 adet arkeolojik alan, 7 adet müze, 29 adet tarihi ibadethane, 2 adet hamam vs. şeklinde sıralanmış toplam 177 adet gezilecek yer sunulmaktadır. Bu yerlerden örnek olarak Arkeolojik Alanlar kategorisine girip Göbeklitepe seçildiğinde uygulamada Şekil 5’teki gibi bir sayfa açılmaktadır.



Şekil. Gezi Rehberi Menüsünde Göbeklitepe Tanıtımı

Şekil 5’te, uygulamadan örnek bir yapının tanıtımı gösterilmektedir. Görselden anlaşılacağı üzere, Göbeklitepe’nin bir fotoğrafı bulunmakta ve yer hakkında kısa bir tanıtıcı yazı bulunmaktadır. Ayrıca, sağ üstte yer alan sekmeler sayesinde bu yazının seslendirmesi dinlenebilir veya Göbeklitepe’nin harita üzerinden konumu görülebilir. “Gezi Rehberi”nden sonra uygulamada yer alan ikinci ana menü “Bilgi Rehberi”dir. Bilgi Rehberinin içeriği Şekil 6’da yer almaktadır.



Şekil 6. Bilgi Rehberi Menüsü Görünümü

Gezi Rehberi menüsünde olduğu gibi, Bilgi Rehberi menüsünde de “yapmadan dönmeyin”, “Şanlıurfa tarihi”, “adetler ve görenekler”, “yemek kültürü”, “alışveriş” gibi kategoriler yer almaktadır. Bilgi Rehberi kategorilerinin içeriği Şekil 7’de verilmiştir.



Şekil 7. Bilgi Rehberi Menüsünde Yer Alan Kategoriler

Şekil 7’den anlaşılacağı üzere, uygulamanın bilgi rehberi menüsünde 20 adet yapmadan dönmeyin, 18 adet yemek kültürü, 5 adet nehirler ve göller, 2 adet alışveriş vs. şeklinde sıralanmış toplam 96 adet Şanlıurfa’ya dair önemli bilgiler sunulmaktadır. Bu yerlerden örnek olarak Efsaneler kategorisine girip Hz. İbrahim ve Balıklıgöl Efsanesi seçildiğinde, Şekil 8’deki gibi bir sayfa açılmaktadır.



Şekil 8. Bilgi Rehberi Menüsünde Balıklıgöl Efsanesi Anlatımı

Şekil 8’de, örnek bir Bilgi Rehberi anlatımı gösterilmektedir. Görselden anlaşılacağı üzere, Balıklıgöl’ün bir fotoğrafı bulunmakta ve Balıklıgöl Efsanesi hakkında özet bir bilgi yer almaktadır. Uygulamayı detaylı bir şekilde incelemek için, Şekil 9’daki karekodlar akıllı cep telefonuna okutularak uygulama indirilebilir.



Şekil 9. Visiturfa Gezi Rehberi Mobil Uygulamasını İndirmek İçin Karekodlar

4. YÖNTEM

Araştırmanın amacı, Şanlıurfa Turizmi Geliştirme A.Ş. tarafından turistlerin kullanımına sunulan “*Visiturfa Gezi Rehberi*” isimli mobil uygulamanın olumlu ve olumsuz özelliklerinin belirlenmesidir. Bu kapsamda çalışmada sosyal bilimlerde sıklıkla başvuru alan veri toplama tekniklerinden görüşme tekniği tercih edilmiştir (Yıldırım ve Şimşek, 2013: 147). Nitel veri toplanan çalışmalarda örneklem büyüklüğünün en az 15 olması gerekmektedir (Mason, 2010: 13). Bu doğrultuda Harran Üniversitesinde turizm alanında uzman 13 akademisyen ve bölgede görev yapan 4 profesyonel turist rehberi ile görüşülerek, Visiturfa Gezi Rehberi uygulamasının olumlu ve olumsuz yönlerini tespit etmek amacıyla sorular sorulmuştur. Görüşmecilerin seçiminde akademik bir perspektif sunulması için turizm akademisyenleri; bölge konusundaki bilgi ve hakimiyetleri açısından ise bölgede görev yapan turist rehberleri tercih edilmiştir. Yapılan 17 görüşmeden sonra veri tekrara düştüğünden ve doygunluğa ulaştığından yeterli veri elde edildiği düşünülerek veri toplama işlemi sonlandırılmıştır. Görüşmeler genellikle yüz yüze yapılmakla birlikte, Covid-19 küresel salgınından dolayı bazı görüşmeciler yüz yüze görüşmeyi reddettiği için çeşitli iletişim araçları (telefon, görüntülü konuşma uygulaması) da tercih edilmiştir. Yüz yüze yapılan görüşmelerde not tutulmuş, diğer iletişim araçları yoluyla yapılan görüşmelerde ise görüşme kayıt altına alınarak yazıya dökülmüştür.

Araştırmada veri toplama ve bulguların değerlendirme süreci üç aşamada gerçekleşmiştir. İlk aşamada çalışma kapsamında katılımcılara sorulacak sorular için literatür taranarak soru havuzu oluşturulmuş, daha sonra oluşturulan bu soru havuzu içerisinde uzman öğretim üyeleri yardımıyla ve araştırmanın amacı doğrultusunda 2 görüşme sorusu belirlenmiştir. İkinci aşamada ise katılımcılarla görüşülerek veri toplama işlemi gerçekleştirilmiştir. Son aşamada ise, ilgili uygulamaya yönelik olarak katılımcı yorumlarının ayrıştırılmasında (veri ayıklama) ve kodlamaların yapılmasında üç farklı araştırmacı rol almış olup, geçerlilik ve güvenilirlik desteklenmeye çalışılmıştır (Başkale, 2016:24). Bu süreç, objektif ve güvenilir bir değerlendirme sağlamaktadır (Berg, 2001’den aktaran Alrawadie ve Demirkol, 2015; 140).

Araştırma kapsamında sorulan sorular “*Visiturfa Gezi Rehberi uygulamasının olumlu yönleri nelerdir?*” ve “*Visiturfa Gezi Rehberi uygulamasının olumsuz yönleri, eksik gördüğünüz ve geliştirilmesi gereken özellikleri nelerdir?*” sorularıdır. Sorulara alınan yanıtlara nitel veri analizi yöntemlerinden içerik analizi ve betimsel analiz uygulanmıştır. İçerik analizinde, toplanan verileri açıklayabilecek kavramlara ulaşmak amaçlanmaktadır (Yıldırım ve Şimşek, 2013: 242). Betimsel analizde ise, toplanan veriler oluşturulan kodlara göre özetlenmektedir (Yıldırım ve Şimşek, 2013: 239). Bu doğrultuda verilen yanıtlar neticesinde kodlar oluşturulmuştur. Ardından ortaya çıkan kodlara yönelik olarak görüşmeci ifadelerine yer verilmiştir. Mevcut literatür ele alındığında seyahat mobil uygulamalarına yönelik olarak benzer bir çalışmanın yapılmamış olması araştırmanın özgünlüğünü ön plana çıkarmaktadır.

5. BULGULAR

Araştırmada, Şanlıurfa Turizmi Geliştirme A.Ş. tarafından turistlerin kullanımına sunulan “*Visiturfa Gezi Rehberi*” isimli mobil uygulamanın olumlu ve olumsuz özelliklerinin belirlenmesi amaçlanmıştır. Bu kapsamda araştırma sürecinde görüşme yapılan katılımcıların uygulamaya yönelik düşünceleri analiz edilmiştir. Elde edilen bulgular bu bölümde ele alınmıştır. Visiturfa uygulamasının olumlu yönlerine yönelik oluşturulan kodlar (ifadeler, görüşler) Tablo 1’de yer almaktadır.

Tablo 1. Uygulamanın Olumsuz Yönlerine Yönelik Katılımcı İfadeleri

Görüşmeci numarası	G1	G2	G3	G4	G5	G6	G7	G8	G9	G10	G11	G12	G13	G14	G15	G16	G17	Σ	%
Eksik Bilgilendirme	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X		X	X	X	16	27,59
Kullanım Zorluğu	X	X	X	X	X	X		X		X	X	X	X	X	X	X	X	15	25,86
Yönlendirme Eksikliği	X		X		X	X	X		X			X		X		X	X	10	17,24
Eksik Özellik		X		X			X	X				X			X			6	10,35
Program Hatası						X	X						X	X				4	6,90
Hatalı İçerik Bilgisi							X	X										2	3,45
Sınıflandırma Eksikliği										X					X			2	3,45
Planlama Eksikliği			X															1	1,72
Tanıtım Eksikliği			X															1	1,72
İş Birliği Eksikliği			X															1	1,72
Σ	3	3	6	3	3	4	5	4	2	3	2	4	3	3	4	3	3	58	100

Oluşturulan kodlar arasında “eksik bilgilendirme”, “kullanım zorluğu” ve “yönlendirme eksikliği” ifadeleri en çok belirtilen ifade/görüş olmuştur. En az ifade edilen görüş ise planlama eksikliği, tanıtım eksikliği ve iş birliği eksikliği görüşleri olmuştur. Katılımcıların uygulamanın olumsuz özelliklerine yönelik olarak en yüksek frekansa sahip olan “eksik bilgilendirme” ifadesiyle ilgili olarak sırasıyla 3, 9, 12 ve 17 numaralı katılımcı ifadeleri şu şekildedir:

.... uygulama içerisindeki fotoğraflar çok yetersiz ve yorumlara da yer verilmemiş. Örneğin, Halfeti’de mekan bilgisi sekmesi dolu olsa da fotoğraf galerisine girildiğinde herhangi bir içerik bulunmuyor...

...giriş ücretli mi, müzekart geçiyor mu, açılış kapanış saatleri nelerdir gibi bilgilendirmeler yer almıyor, konaklama olanaklarıyla ilgili bilgilere hiç yer verilmemiş, aynı zamanda acil bir durum için hastane bilgisi de verilmemiş, zaten sağlık sekmesinin de içi boş, sıfır...

...ilçeler için örneklendirmeler artırılmalı, Halfeti’de tekne turu yapıldığı dahi uygulamada bilgi olarak sunulmamış. ...Savaşan ve Rumkale’ye tekne turu Halfeti’den yapılmaktadır... gibi bir bilgi sunulabilirdi...

...sıra gecesiyle ilgili kültürel olarak bilgi verilmiş ancak bu sıra gecesi nerede yapılmaktadır bilgisi yer almamakta...

Uygulamanın olumsuz özelliklerinden “kullanım zorluğu” ifadesiyle ilgili olarak 1, 5, 11 ve 16 numaralı katılımcılar görüşlerini şu şekilde ifade etmiştir:

... bilgi rehberinde yapmadan dönmeyin diye bir bölüm var ama çok alakasız ve bulması çok zor bir yerde, bu bölüm ana sayfada verilmeliydi, bilgi rehberinin içinde çok karışık olmuş, ya da ayrı bir sekme olarak da verilebilirdi...

...arayüz çok karışık, kategoriler ana sayfaya alınarak uygulamanın karışıklığı ortadan kaldırılabilir, ya da önemli bilgiler, alışveriş, yemek, kültür bunlar kategoriler şeklinde verilse ana sayfada karışıklık ortadan kalkar...

...karekod oku ekranındaki bilgiler çok yetersiz, nerenin karekodu okutulmalı...

...ilçe ilçe ayrı bir sınıflandırma yapılmalıydı, Halfeti, Ceylanpınar ve Merkez gibi...

Uygulamanın olumsuz özelliklerinden “yönlendirme eksikliği” ifadesiyle ilgili olarak 3, 14 numaralı katılımcı ifadeleri şu şekildedir:

... Şanlıurfa’nın genel bir haritası eklenerek üzerinde bu bölgeler yer alabilir, aynı zamanda bu bölgelere ulaşım nasıl bir taşıtla sağlanmakta bu bilgiler de eklenmeli...

...sırasıyla gidilebilecek birkaç rota önerisi verilebilirdi...

Uygulamanın olumsuz özelliklerinden “eksik özellik” ifadesiyle ilgili olarak 2, 8 ve 15 numaralı katılımcı görüşleri şu şekildedir:

...Tarihi alanlara yönelik bilgilerin yetersiz olduğunu düşünüyorum. Çünkü müzelere tıklandığında içerideki arkeolojik buluntularla ilgili hiçbir bilgilendirme bulunmuyor...

...Günümüzde var olan özellikler açısından oldukça eksik olduğunu düşünüyorum. En azından müze ve ören yerlerinin içerisinde gezinti yapılabilecek öğeler eklenmeli bu sayede mekanların içerisi de görülebilir...

... Şanlıurfa iklimi şeklinde bir sekme bulunmakta ancak günlük hava durumu da bulunmalıydı...

Uygulamanın olumsuz özelliklerinden “program hatası” ifadesiyle ilgili olarak 6 ve 13 numaralı katılımcı ifadeleri şu şekildedir:

... Uygulama telefonu çok kasiyor, aynı zamanda uygulamadan çıkarken de sorun yaşıyor, örneğin, otobüs firmalarının ekranına girince ekrandan tekrar çıkılmıyor ...

...Benim telefonumla mı ilgili bilmiyorum ama uygulama sanki sürekli hata veriyor ve bir anda sizi atabiliyor. Uygulamaya tek taraflı herhangi bir veri girişi sağlanamıyor. Şikayet, öneri vs.’de bulunamıyorsunuz...

Uygulamanın olumsuz özelliklerinden “hatalı içerik bilgisi” ifadesiyle ilgili olarak 8 numaralı katılımcı, görüşlerini şu şekilde ifade etmiştir:

...metin içerisinde tamir ettirilmiş şeklinde bir ifade kullanılmış halbuki restore edilmiş ifadesi kullanılmıyordu. Buna benzer çok ifade hatası yer almakta...

Uygulamanın olumsuz özelliklerinden “sınıflandırma eksikliği” ifadesiyle ilgili olarak 10 numaralı katılımcı ifadesi şu şekildedir:

...Ana sayfada sadece kategoriler yer almalı. Bu şekilde kullanışlılık açısından oldukça zayıf. Daha kolay ve kullanışlı bir ara yüz eklenebilirdi, ciddi bir bilgi karmaşası bulunuyor. Sanki tüm bilgiler bir yere atılmış ve içinden siz seçin denilmiş yani iyi bir sınıflandırma yapılamamış maalesef...

Uygulamanın olumsuz özelliklerinden “planlama eksikliği” ifadesiyle ilgili olarak 3 numaralı katılımcı, görüşlerini şu şekilde ifade etmiştir:

...birçok özelliğe tıklandığında içi boş olarak karşımıza çıkıyor. Bu bence hiç hoş bir durum değil. Eğer tam olarak hazır değilse bence kullanıma sunulmamalıydı. Daha iyi planlanarak ve özellikle de kullanıcı görüşlerine başvurarak profesyonel bir uygulama ortaya çıkabilirdi. Bu haliyle oldukça amatör görünüyor...

Uygulamanın olumsuz özelliklerinden “tanıtım eksikliği” ifadesiyle ilgili olarak 3 numaralı katılımcı ifadesi şu şekildedir:

...Gezi rehberi uygulamalarını önemli bir tanıtım aracı olarak değerlendirebiliriz. Ancak bu uygulamayı kimse bilmiyor biz de sizin çalışmanız sayesinde öğrendik. Turistlerin de bilmediğine ve indirmediklerine eminim...

Uygulamanın olumsuz özelliklerinden “iş birliği eksikliği” ifadesiyle ilgili olarak 3 numaralı katılımcı, görüşlerini aşağıdaki gibi ifade etmiştir:

...turizm işletmeleriyle iş birliği yaparak onların da isimleri, menüleri, rezervasyon bilgileri eklenebilir ve bu sayede uygulamanın maliyetini düşürebilmek adına bu işletmelerden küçük de olsa bir ücret alınabilir. Bu da önemli bir eksiklik bence ve işletmelerin de bunu kabul edeceklerini düşünüyorum...

Katılımcılar genel olarak uygulamanın bilgilendirme, yönlendirme, sınıflandırma, planlama, tanıtım ve iş birliği eksikliğinin yanı sıra yetersiz özellik sunumu, kullanım zorluğu, program hatası ve hatalı içerik bilgisine yönelik olumsuzlarını dile getirmiştir. Visiturfa Gezi Rehberi uygulamasının olumlu yönlerine yönelik olarak oluşturulan kodlar Tablo 2’de yer almaktadır.

Tablo 2. Uygulamanın Olumlu Yönlerine Yönelik Katılımcı İfadeleri

Görüşmeci numarası	G1	G2	G3	G4	G5	G6	G7	G8	G9	G10	G11	G12	G13	G14	G15	G16	G17	Σ	%
Bilgilendirme	X	X	X	X	X			X		X	X					X	X	10	38,46
Özellik	X		X		X	X	X		X			X	X	X			X	10	38,46
Sıralama Olanakları	X		X		X					X					X		X	6	23,08
Σ	3	1	3	1	3	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	3	26	100

Ortaya çıkan kodlar arasında “bilgilendirme” ve “özellik” en çok belirtilen görüş olurken “sıralama olanağı” en az belirtilen görüş olmuştur. Katılımcıların uygulamanın olumlu yönlerine yönelik olarak en yüksek frekansa sahip olan “bilgilendirme” ifadesiyle ilgili olarak 1, 4, 11 ve 16 numaralı katılımcıların ifadeleri şu şekildedir:

...bilgi rehberi yeterli, ekonomik yapı, nüfus bilgileri yer almakta, yemek kültüründe tarifler bulunmakta, bu olumlu bir özellik, başarılı olmuş, yeterli...

...uygulamada somut olmayan kültürel mirastan dahi bahsedilmiş, bu güzel bir özellik, sıra gecesi kültürüne yer verilmiş...

...yeme içme mekan bilgilerinin yer alması çok başarılı, bunun yanı sıra şehirler arası otobüs firmaları ve numaralarının bulunması güzel bir özellik olmuş...

...bilgi rehberi kısmında Şanlıurfa yöresine ait önemli özellikler yer alıyor onlar bölgenin ve saklı kalabilecek özelliklerin tanıtılması ya da hatırlanması açısından oldukça iyi olmuş...

Uygulamanın olumlu yönlerinden “özellik” ifadesiyle ilgili olarak 3, 7, 13 ve 17 numaralı katılımcılar görüşlerini şu şekilde ifade etmiştir:

... seslendirme özelliğinin yer alması çok iyi bir özellik olmuş...

...giriş veya kayıt istemeden uygulamaya girilmesi başarılı bir özellik...

...gezi planı uygulaması, favori mekanlar gibi sekmelerin yer alması yine olumlu özellikler olarak sayabileceğimiz özellikler...

...destinasyon yöneticilerinin veri elde etmeleri açısından profil oluşturma özelliği bölgeye gelen turistlerin bilgilerinin elde edilmesi ve ileride kullanılması açısından olumlu bir düşünce, yine profile kullanıcıların kendi istatistiklerini görebilmeleri güzel olmuş...

Katılımcıların uygulamanın olumlu özelliklerine yönelik olarak en düşük frekansa sahip olan “sıralama olanağı” ifadesiyle ilgili olarak 5 numaralı katılımcı ifadesi şu şekildedir:

...sıralama özelliklerinin yer alması çok iyi olmuş. Mesafeye göre dahi sıralama yapılabilmekte...

6. SONUÇ

Turizm alanında kullanıma sunulan mobil uygulamaların değerlendirilmesi yapılırken kullanıcılar, ilgili kurum/kuruluşlar (otel, restoran, seyahat acentası vb.) ve destinasyon yöneticileri yönünden incelenmesi mümkündür. Günümüzde mobil uygulamalar kullanıcılarına zaman ve mekan gözetmeksizin birçok konu hakkında bilgi veren ve bu bağlamda hayatı kolaylaştıran unsurlar olarak karşımıza çıkmaktadır. Gezinler merak ettikleri bir destinasyon hakkında çeşitli bilgilere anında ulaşma imkanı bulmakta ve seyahatlerini bu doğrultuda şekillendirmektedir. Yeni turist profili olarak ortaya çıkan akıllı turistlerin kişiselleştirilmiş hizmet talep eden, araştırmayı ve karşılaştırmayı seven, sabırsız, yeni yerler keşfetmeye istekli, teknolojiyi kullanan vb. özellikleri göz önüne alındığında destinasyonların başarılı olabilmesi için önemli bir konu olarak karşımıza çıkmaktadır. Bunun yanında destinasyonda yer alan turistik işletmeler de kendi tanıtımlarını yapmak, rezervasyon imkanı sunmak, ziyaretçilerin seyahatlerini kolaylaştırmak ve deneyim kalitelerini zenginleştirmek için işletme bazında ve/veya genel olarak destinasyon özelinde kullanıma sunulan mobil uygulamalar içerisinde yer almalıdır. Destinasyonu temsilen var olan mobil uygulamalar rekabet gücünü artırmasının yanı sıra yöneticilere daha iyi hizmet sunmak açısından önemli veri kaynağı olarak görülebilir. Yöneticiler, ziyaretçilerin en çok hangi turistik alanların araştırıldığını, tur rotalarına eklendiğini ya da ziyaret edildiğini uygulama üzerinden dijital ayak izi sayesinde görebilir. Bunun yanında, uygulama içerisine entegre edilebilecek ve kullanıcıların ziyaretlerini değerlendirebileceği, hizmetler hakkında geri dönüş yapabileceği içerikler sayesinde hizmet sürecindeki aksayan yönler hızlı şekilde tespit edilerek müdahale imkanı sunabilir.

Bu kapsamda araştırmada Şanlıurfa Turizmi Geliştirme A.Ş. öncülüğünde kullanıma sunulan Visiturfa Gezi Rehberi uygulaması turizm akademisyenleri ve bölgede görev yapan profesyonel turist rehberleri tarafından değerlendirilmiştir. Görüşme metinlerine yapılan içerik analizi sonucunda, uygulamanın varlığının genel olarak olumlu algılandığı ve bu girişimin paydaşlar tarafından desteklendiği belirtilmektedir. Bunun yanında 3 farklı dilde hizmet vermesinin özellikle uluslararası turistlere erişim açısından önemli olduğu ifade edilmiştir. Ancak yabancı dil özelliğinin eklenmesi sırasında bölgeye gelen turist profilinin mutlak suretle dikkate alınması gerekmektedir. Uygulama içerisinde genel olarak destinasyonda yer alan turistik mekanlara yönelik bilgilerin bulunması ve sesli özellik eklenmesi katılımcılar tarafından olumlu karşılanmış ve şu şekilde ifade edilmiştir.

“...birçok hatalı ya da eksik tarafı var ama bunun yanında örneğin sesli anlatım özelliği güzel olmuş çünkü insanlarımız maalesef okumayı sevmiyor.”

Ancak turistik yerler hakkında aktarılan bilgilerin sığ olduğunu söylemek mümkündür. Turistik alanlara yönelik genel bir bilgilendirme yapılmıştır. Örneğin, Şanlıurfa Arkeoloji Müzesi’ne yönelik genel bir değerlendirme olsa da müze içerisinde yer alan eserler hakkında bilgilendirme bulunmamaktadır. İlgili literatür incelendiğinde Uslu vd., (2020) kullanıcıların mobil uygulama seçiminde dil, fiyat, performans, hafıza kullanımı, kullanıcı yorumu ve hız olmak üzere 6 kriterin etkili olduğunu tespit etmiştir. Bu bağlamda iki çalışmanın bulgularının benzerlik gösterdiği söylenebilir. Bu bağlamda bölgeyi ziyaret eden turistler uygulamayı indirdikten sonra destinasyonu gezerken sesli rehberlik hizmeti verilmesi seyahati kolaylaştırıcı bir faktör olarak karşımıza çıkmaktadır. Bunun yanında katılımcı ifadelerine bakıldığında:

“...Bu konuda öncelikle uygulamanın oluşturulmasında emeği bulunan kişilere ve kurumlara teşekkür ederim.”

“...bunun yanında her ne kadar içi boş da olsa dolacağını düşünüyorum ilgili turistik alanlarla ilgili fotoğraf sekmesi var orası da önemli bilgiler sağlayacaktır.”

“...önemli telefonların bulunması yine güzel olmuş.”

Bazı özelliklerin var olması olumlu karşılanmıştır. Bunun yanında katılımcılar uygulamanın birtakım sorunları olduğunu ifade etmiştir. En önemli problemler arasında eksik bilgilendirme olduğu dikkat çekmektedir. Bu kapsamda özellikle turistik alanlara yönelik güncel bilgilerin bulunması önemli bir konu olarak karşımıza çıkmaktadır. Ayrıca katılımcıların üzerinde durduğu bir başka konu ise uygulamanın kullanımına yönelik problemlerdir. Bu konuda yetkililerin uygulamayı daha basit, anlaşılır ve kullanışlı hale getirmesi gerekmektedir. Özellikle ana ekranda kategorilerin daha sade olması kullanım kolaylığı açısından önemlidir. Bunların yanında bir başka güncellenmesi gereken sorun ise yönlendirme problemidir. Uygulama içerisinde şehirde yer alan ve farklı bölgelerde bulunan birkaç

farklı turistik alan tur rotasına eklendiğinde konum tabanlı olarak en uygun rotanın çizilmesi gerekmektedir. Ancak uygulama, kullanıcının seçtiği rotayı yakınlık gözetmeksizin seçilen sıraya göre oluşturmaktadır. Bu durum kullanıcılar için zaman kaybına neden olabilir. Uygulamanın teknik birtakım sorunlarının olduğunu da söylemek mümkündür. Katılımcılar uygulamanın kullanım sırasında sık sık hata verdiğini ve uygulamadan attığını dile getirmektedir. Bu durumun uygulamanın hem kullanılmasını zorlaştırmakta hem de kullanıcılar gözünde kalitesine yönelik olumsuz düşüncelerin oluşmasına neden olmaktadır. Buna yönelik katılımcılar şu şekilde görüşlerini dile getirmiştir.

“...düşünce güzel bu konuda tebrik ediyorum ama uygulama açısından hazırlanma açısından çok fazla sıkıntısı var uygulamanın umarım yöneticiler gerçekten başladıkları bu işin hakkını vererek uygulamayı günceller ve hataları giderirler. “

Genel olarak değerlendirildiğinde, uygulamanın bazı eksiklerinin bulunduğunu söylemek mümkündür. Ancak uygulama, yapılacak müdahaleler ve güncelleştirmeler sayesinde destinasyonu ziyaret edecek turistlerin seyahatlerini daha keyifli hale getirilmesini, destinasyonda yer alan turistik zenginliklerin kullanıma sunulmasını, destinasyon hakkında doğru ve güncel bilgilerin aktarılmasını, olası problemlere hızlı müdahale edilmesini ve destinasyonun etkin şekilde pazarlanabilmesini sağlayabilecek potansiyele sahiptir. Çünkü mobil gezi uygulamaları sayesinde, çok büyük reklam ve tanıtım bütçesi ayırmadan potansiyel turistlerin evlerine hatta ceplerine girerek destinasyon ve/veya işletmeler hakkında doğrudan bilgiler aktarılabilir ve tanıtımları yapılabilir. Kırlar Can vd. (2017), yerli otel zincirlerinin mobil uygulama kullanım durumlarını belirlemek amacıyla gerçekleştirdikleri çalışmalarında, turizm işletmelerinin rekabet üstünlüğü elde etmek ve marka sadakati oluşturmak için teknolojik yeniliklere ayak uydurarak güncelliklerini korumaları gerekliliğini belirtmiştir. Dolayısıyla iki çalışmadan elde edilen sonuçların paralellik gösterdiği söylenebilir. Bu kapsamda elde edilen bulgular neticesinde uygulamanın bilgilendirme, yönlendirme, sınıflandırma, planlama, tanıtım ve iş birliği eksikliğinin yanı sıra yetersiz özellik sunumu, kullanım zorluğu, program hatası ve hatalı içerik bilgisine yönelik olumsuzları olduğu tespit edilmiştir. Mevcut uygulamanın güncellenerek bu eksikliklerin giderilmesi hem uygulamanın etkin kullanımı hem de destinasyonun ve turizm işletmelerinin rekabet avantajı sağlayabilmesi açısından önem arz etmektedir. Bu doğrultuda hem mevcut uygulama hem de yeni uygulama geliştiricilerine bu eksiklikleri göz önünde bulundurarak uygulamayı geliştirmeleri önerilebilir.

Araştırmada elde edilen veriler turizm akademisyenleri ve turist rehberleriyle sınırlıdır. Bu kısıttan yola çıkarak yöreye ve alana katkı sağlaması açısından araştırmacılara ileride yapılacak çalışmalarda paydaşlara ve uygulama kullanıcılarına yer vermeleri önerilebilir. Aynı zamanda farklı şehirlerdeki benzer uygulamalara yönelik çalışmalar yapılabilir.

TEŞEKKÜR

Bu araştırma, hiçbir kamu, ticari veya kar amacı gütmeyen kurum ya da kuruluştan herhangi bir finansman desteği almamıştır.

MENFAAT UYUŞMAZLIĞI

Yazarların, herhangi bir kurum ya da kuruluş ile finansal çıkar içeren bir ilişkisi ya da katılımı (hibe; eğitim bursları; konuşmacı bürolarına katılım; üyelik, istihdam, danışmanlıklar, hisse senedi sahipliği veya diğer öz kaynak payları; ve uzman tanıklığı veya patent lisans düzenlemeleri); bu çalışmada tartışılan konu veya materyallerle ilgili mali olmayan çıkarları (kişisel veya mesleki ilişkiler, bağlantılar, kanaatler veya inançlar gibi) bulunmamaktadır.

YAZARLARIN KATKILARI

A.E: Kavramsallaştırma, Yöntem, Yazma - orijinal taslak hazırlama.; S.C.Ş.K.: Veri Toplama, Yazma - gözden geçirme ve düzenleme.; F.Ş.: Yazın taraması, Analiz ve yorumlama, Nihai onayın verilmesi.

ETİK BEYAN

Bu çalışma, 12 Ocak 2021 tarih ve 2021/12 sayılı ile Harran Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler Etik Kurulu Kararı ile etik olarak onaylanmıştır.

KAYNAKÇA

- Alrawadieh, Z. ve Demirkol, Ş. (2015). Konaklama İşletmelerinde E-Şikâyet Yönetimi: İstanbul'daki Beş Yıldızlı Oteller Üzerinde Bir Çalışma. Nişantaşı Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 3(1), 132-151.
- Başkale, H. (2016). Nitel Araştırmalarda Geçerlik, Güvenilirlik ve Örneklem Büyüklüğünün Belirlenmesi, DEUHFED, 9(1), 23-28.
- Carroll, B. (2011). Demand management. Cornell University School of Hotel Administration. 12 Ekim 2020 tarihinde www.scholarship.sha.cornell.edu/articles/253/ adresinden alınmıştır.

- Dickinson, J. E., Ghali, K., Cherrett, T., Speed, C., Davies, N., & Norgate, S. (2014). Tourism and the smartphone app: Capabilities, emerging practice and scope in the travel domain. *Current issues in tourism*, 17(1), 84-101.
- Dickinson, J. E., Ghali, K., Cherrett, T., Speed, C., Davies, N., & Norgate, S. (2014). Tourism and the smartphone app: Capabilities, emerging practice and scope in the travel domain. *Current issues in tourism*, 17(1), 84-101.
- Eryılmaz, B., ve Şengül, S. (2016). Sosyal medyada paylaşılan yöresel yemek fotoğraflarının turistlerin seyahat tercihleri üzerindeki etkisi. *Uluslararası Türk Dünyası Turizm Araştırmaları Dergisi*, 1(1), 32-42.
- Hoehle, H., & Venkatesh, V. (2015). Mobile application usability: conceptualization and instrument development. *Mis Quarterly*, 39(2), 435-472.
- Hwang J. ve Park S. (2015). Social Media on Smartphones for Restaurant Decision-Making Process. In: Tussyadiah I., Inversini A. (eds) *Information and Communication Technologies in Tourism 2015*. Springer, Cham.
- Kaur, M. J., & Maheshwari, P. (2016). Smart tourist for dubai city. In 2016 2nd International Conference on Next Generation Computing Technologies (NGCT) (pp. 30-34). IEEE.
- Kennedy-Eden, H., & Gretzel, U. (2012). A taxonomy of mobile applications in tourism. *E-review of Tourism Research*, 10 (2), 47-50.
- Kennedy-Eden, H., & Gretzel, U. (2012). A taxonomy of mobile applications in tourism. *E-review of Tourism Research*, 10 (2), 47-50.
- Kırlar Can, B., Yeşilyurt, H., Lale Sancaktar, C., & Koçak, N. (2017). Mobil çağda mobil uygulamalar: Türkiye'deki yerli otel zincirleri üzerine bir durum tespiti. *Journal of Yasar University*, , 12(45), 60-75.
- Law, R., Chan, I. C. C., & Wang, L. (2018). A comprehensive review of mobile technology use in hospitality and tourism. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 27(6), 626-648.
- Lee, Y. K., Chang, C. T., Lin, Y., ve Cheng, Z. H. (2014). The dark side of smartphone usage: Psychological traits, compulsive behavior and technostress. *Computers in Human Behavior*, 31, 373-383.
- Mason, M. (2010, August). Sample size and saturation in PhD studies using qualitative interviews. In *Forum qualitative Sozialforschung/Forum: qualitative social research*, 11(3), 1-19.
- Nchor, R. (2012). Technology Frames and Sense Making of Restaurant Mobile Apps. Yüksek Lisans Tezi, Delaware Üniversitesi: ABD.
- Onat, F., ve Alikılıç, Ö. A. (2008). Sosyal Ağ Sitelerinin Reklam Ve Halkla İlişkiler Ortamları Olarak Değerlendirilmesi. *Journal Of Yaşar University*, 3(9), 1111-1143.
- Statista. (2020). *Number of smartphone users worldwide from 2016 to 2021*. 22.09.2020 tarihinde <https://www.statista.com/statistics/330695/number-of-smartphone-users-worldwide> adresinden alınmıştır.
- Şanlıöz, K., Dilek, E., & Koçak, N. (2013). Değişen dünya, dönüşen pazarlama: türkiye turizm sektöründen öncü bir mobil uygulama örneği. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 24(2), 250-260.
- Tan, G. W. H., Lee, V. H., Lin, B., & Ooi, K. B. (2017). Mobile applications in tourism: the future of the tourism industry?. *Industrial Management & Data Systems*.
- Unur, K., Kınıklı, M. ve Şeker, F. (2017). Restoranda Akıllı Telefon Kullanım Sıklığına Göre Müşteri Deneyim Kalitesi. *The First International Congress On Future Of Tourism: Innovation, Entrepreneurship And Sustainability (Futourism)* 28-30 Eylül 2017, Mersin.
- Uslu, B., Gur, S., Eren, T., Ozcan, E. (2020). Determination of criteria effective for mobile application selection and sample application. *İstanbul İktisat Dergisi - Istanbul Journal of Economics*, 70(1), 113-139. <https://doi.org/10.26650/ISTJECON2019-0022>
- Yıldırım, A., & Şimşek, H. (2013). Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri. (Genişletilmiş 10. Baskı) Ankara: Seçkin Yayınevi.
- Yus, F. (2014). Mobile tourism: Discourse, interactivity and usability in mobile apps for tourism. *Cognition*, 43.