

AtaPaths: Erzurum destinasyonu için bir akıllı telefon uygulama önerisi¹

AtaPaths: A smartphone application suggestion for Erzurum destination

Erkan Denk² 

Betül Buladi Çubukçu³ 

Murathan Keha⁴ 

Yeşim Dursun Denk⁵ 

¹ Bu çalışma Atatürk Üniversitesi Bilimsel Araştırma Projeleri Koordinasyon Birimi (BAP) tarafından desteklenmiştir ve 18-20 Ekim 2024 tarihlerinde düzenlenen 15. International Congress on Culture, Tourism and Civilization Kongresinde sunulan özet bildiriden yararlanılarak türetilmiştir.

² Öğr. Gör. Dr., Atatürk Üniversitesi, Sosyal Bilimler MYO, Erzurum, Türkiye, erkan.denk@atauni.edu.tr

ORCID: 0000-0002-2144-3316

³ Dr. Öğr. Üyesi, Atatürk Üniversitesi, Sosyal Bilimler MYO, Erzurum, Türkiye, betul.cubukcu@atauni.edu.tr

ORCID: 0000-0003-1535-3071

⁴ Dr. Öğr. Üyesi, Atatürk Üniversitesi, Sosyal Bilimler MYO, Erzurum, Türkiye, murathan.keha@atauni.edu.tr

ORCID: 0000-0001-6277-0172

⁵ Yüksek Lisans Öğrencisi, Atatürk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Erzurum, Türkiye, yesim.drns@gmail.com

ORCID: 0009-0004-9942-3050

Sorumlu Yazar/Corresponding Author:

Erkan Denk,

Atatürk Üniversitesi, Sosyal Bilimler MYO, Erzurum, Türkiye.
erkan.denk@atauni.edu.tr

Başvuru/Submitted: 4/11/2024

1. Revizyon/1st Revised: 31/01/2025

2. Revizyon/2nd Revised: 10/02/2025

Kabul/Accepted: 12/02/2025

Yayın/Online Published: 25/03/2025

Atıf/Citation: Denk, E., Çubukçu, B.B., Keha, M. & Denk, Y.D., AtaPaths: Erzurum destinasyonu için bir akıllı telefon uygulama önerisi, bmij (2025) 13 (1): 32-48
doi: <https://doi.org/10.15295/bmij.v13i1.2479>

Öz

Turizm endüstrisinde çağa ayak uydurabilmek ve diğer rakip destinasyonlarla rekabet edebilmek için bilginin üretilip iletilmesine kadar geçen tüm aşamalarda akıllı süreçlere dahil olmak gerekmektedir. Burada kullandığımız akıllı kavramı bilgiye kısa sürede ulaşımı sağlayan ve son teknoloji ile üretilen uygulamaları ifade etmektedir. Dolayısıyla bu çalışmanın amacı, Erzurum'u ziyaret edecek yerli ve yabancı turistlere yöreye ait kültürel unsurları, lezzetleri, yemek deneyimi yaşayabilecekleri yerleri, konaklama hizmeti sunan işletmeleri ve ilçelere ait rota önerilerini geniş bilgi birikimi ile tek bir uygulamada sunabilecek akıllı telefon uygulaması geliştirmektir. Oluşturulacak rota önerileri ile destinasyonda alternatif turizm türlerini de harekete geçirmek çalışma hedefleri arasında yer almaktadır. Bu kapsamda ilgili paydaşlar ile (Yerel yöneticiler, otel işletmeleri genel müdürleri, yiyecek içecek işletmeleri yöneticileri, vb.) gerçekleştirilen yarı yapılandırılmış mülakatlar sonucunda böyle bir akıllı telefon uygulamasının ihtiyacı, katılımcılar tarafından açıkça ifade edilmiştir. Görüşmelerden elde edilen sonuçlar doğrultusunda oluşturulacak web taban destekli akıllı telefon uygulamasının içeriği ve menü başlıkları tespit edilmiştir. Geliştirilen bu uygulama aracılığıyla, turistlerin seyahatlerini kolaylaştırabileceği gibi rehberlere kılavuzluk edebileceği, uyarılmış ziyaretçilerin zengin bilgi içeriği ile Erzurum destinasyonuna yönelik ilgisini çekebileceği, turist sayısı ve turizm gelirinde bölgede artışlara yardımcı olabileceği görüşü ortaya çıkmıştır. Çalışma sonucunda ziyaretçilerin Erzurum'u daha kolay keşfedilmeleri için AtaPaths ismi ile destinasyonun kültürel varlıklarını, gastronomi ürünlerini, konaklama hizmetlerini ve alternatif turizm unsurlarını içinde barındıran içerik olarak zengin bir aplikasyon geliştirilmesine karar verilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Dijital Turizm Pazarlaması, Akıllı Telefon Uygulaması, Erzurum

Jel Kodları: Z32, Z33, Z39

Abstract

In order to keep up with the times in the tourism industry and compete with rival destinations, it is necessary to be involved in innovative processes at all stages, from the production and transmission of information. The concept of smart we use here refers to applications produced with the latest technology that provides access to information quickly. Therefore, this study aims to develop a smartphone application that can present local cultural elements, delicacies, places to experience food, businesses offering accommodation services and route suggestions of the districts to local and foreign tourists who will visit Erzurum in a single application with extensive knowledge. The study's objectives are activating alternative tourism types in the destination with the route suggestions to be created. In this context, as a result of semi-structured interviews conducted with relevant stakeholders (Local managers, hotel management general managers, food and beverage business managers, etc.), the participants clearly expressed the need for such a smartphone application. In line with the results obtained from the interviews, the content and menu titles of the web-based smartphone application to be created were determined. It has emerged that this developed application can facilitate the travels of tourists and guide guides, attract the attention of stimulated visitors to the Erzurum destination with its rich information content, and help increase the number of tourists and tourism income in the region. As a result of the study, it was decided to develop a content-rich application called AtaPaths, which includes the destination's cultural assets, gastronomic products, accommodation services and alternative tourism elements so that visitors can explore Erzurum more easily.

Keywords: Digital Tourism Marketing, Smartphone Application, Erzurum

Jel Codes: Z32, Z33, Z39

Extended Abstract

AtaPaths: A smartphone application suggestion for Erzurum destination

Literature

Smartphones make tourist destinations more visible thanks to developed applications. In this context, some studies have been conducted in different destinations in the literature. A study examining five cities in America revealed that the innovative applications recommended for the study positively affected tourists' experience, satisfaction, and intention to revisit, with three essential features: information, interaction, and personalisation (Jeong and Shin, 2019). In addition, such smart applications create an innovative tourism destination built on a state-of-the-art infrastructure that guarantees the sustainable development of tourist areas, is accessible to everyone, and facilitates the interaction and integration of the visitor with its environment, while increasing the quality of the experience and improving the quality of life of the local people residing in the destination. It also provides positive effects (Gretzel et al., 2015). Different studies have examined innovative tourism applications developed specifically for some destinations. While one of these studies revealed Ankara's innovative tourism practices (Duran and Uygur, 2019), another study examined Antalya's efforts to become a brilliant tourism destination (Çelik and Topsakal, 2017). In another study, the "Haskovo-Edirne cultural and historical destinations project" was examined (Erkmen and Güler, 2020), while in another study, the "GoBursa" application developed for the Bursa destination was evaluated (Yapıcı, 2022). Although all these studies offer a critical perspective with examples from different destinations, there is no current and comprehensive application within the scope of the research topic, specifically in Erzurum.

Research subject

By harnessing the power of technology, destinations must deliver seamless, personalised and sustainable travel experiences that respond to the changing interests of modern tourists. The study aimed to develop a web-based smartphone application. The difference between the application targeted to be created and other applications is that visitors and consumers will be able to easily access information such as all service providers, products, essential places and route suggestions developed according to alternative tourism type in a single smartphone application without searching on different web addresses or pages.

Research purpose and importance

The subject of this study is to develop a smartphone application that can be used with a web-based site that will make it easier for tourists who will visit Erzurum destination to decide, help them in their planning, make their travels more enjoyable, facilitate their access to the products and services they want, and attract them with the tourism potential of Erzurum. With this application it is aimed to diversify tourism in the destination by offering products for culture, belief, gastronomy and thermal tourism types in addition to the Erzurum destination, which stands out within the scope of winter tourism, and to spread tourism activities to twelve months and especially to districts.

Contribution of the article to the literature

The study is critical because it will be the first time that such a comprehensive application will be developed for the alternative tourism potential of the region and will fill the gap in this scope in the literature. In addition, although the need for guides in Erzurum will not be filled, it is thought to contribute to the regional economy by developing route suggestions in the digital environment. Both tourists and guides can easily access the information they seek on this application.

Design and method

Research type

The qualitative research method was used in the study, and the aim was to reach the findings with a semi-structured interview form. Qualitative research is effective in capturing experiences and revealing depth and emphasis.

Research problems

The study aims to provide tourists with the information they may need before and during their trip to the Erzurum region in a single smartphone application. The research questions determined in this direction are as follows:

- Is there a need for a smartphone application for tourism purposes in the Erzurum region?
- From which basic menus should this application be created?
- Can routes for Erzurum districts be developed in this application?

Data collection method

A two-part questionnaire was created within the scope of the study purpose, and the form primarily included questions regarding the participants' demographic information. In the second part, questions are included to determine why the smartphone application is needed, if the application is developed, what information should be included first and which institutions can support this application.

Quantitative/qualitative analysis

Semi-structured interviews with tourism industry stakeholders and local administrators were analysed with the help of the NVivo program. The recordings of the interviews were transcribed in the form of transcripts, and then the research data analysis phase began. The qualitative data analysis software NVivo was used in the study to facilitate a systematic and detailed data review.

Findings and discussion

Findings as a result of the analysis

The article progressed through 5 separate themes in total. Relevant themes aim to strengthen information sharing and cooperation in the tourism sector. In contrast, information categories such as auxiliary services and souvenirs enrich the experience of tourists and public institutions, participation in implementation sections and detail management and support mechanisms. Areas of use emphasise direct interaction in the tourism sector, and economic and social contributions emphasise contributions to the local economy. In addition, the implementation and compliance section in the relevant theme extraction includes the necessary steps

to manage the processes effectively. It shows that this structure is aimed to promote wide-scale cooperation and integration in the tourism sector.

Discussing the findings with the literature

Touristic destinations are tourism centres that can have a variety of products and services. This diversity is a whole that combines with the destination. It is also difficult to understand and manage this integrity. At this point, today's technologies can be used to limit and understand the destination better. Innovative applications explicitly developed for destinations allow visitors to get to know these cities while also allowing them to gain new experiences. This study was carried out in Erzurum under similar conditions and for a similar purpose. Study findings were obtained primarily based on the opinions of tourism stakeholders. Participants: They stated that a smartphone application that includes route suggestions that visitors can easily access, find information about the destination, and enrich their experiences is an essential need in Erzurum. During the interviews, they gave examples of the problems experienced regarding its deficiencies. This result matches the literature (Duran and Uygur, 2019; Gretzel et al., 2015; Jeong and Shin, 2019; Çelik and Topsakal, 2017).

Conclusion, recommendation and limitations

Results of the article

There is a need for a smartphone application for the Erzurum destination that can introduce the city and facilitate the work of guides and visitors, and stakeholders agree. It has been determined that the application's content to be developed should include information about historical places, restaurants with local foods, accommodation facilities and accommodation establishments, businesses where souvenirs can be purchased, routes that can be created for alternative tourism types, and auxiliary services.

Suggestions based on results

A smartphone application containing touristic product and service information should be developed for the Erzurum destination without wasting time. The application's content to be developed should also provide information to visitors about alternative tourism types in the region. The unity of institutions is essential in destination management. Therefore, Erzurum Metropolitan Municipality, Erzurum governorship, provincial culture and tourism directorate, and other tourism stakeholders should support the development of the application. The authors developed an application by combining the word "Ata", which expresses the deep-rooted past and heritage, with the concepts of "Paths" to express access to touristic products, transportation routes and routes.

Limitations of the article

The main limitation of this study is the idea of developing a smartphone application specific to Erzurum province and covering only 20 districts. Another limitation is the opinions of the 17 participants interviewed and expressed as tourism stakeholders.

Giriş

Turizm endüstrisinde yaşanan yüzyılın şartlarına ayak uydurabilmek ve rakip destinasyonlarla rekabet edebilmek, onların önüne geçebilmek için bilginin üretilip tüketicilere iletilmesine kadar geçen tüm süreçlerde akıllı uygulamalara dahil olmak, güncel gelişmeleri takip edip teknolojiye hızlıca uyum göstermek gerekmektedir. Burada kullanılan “akıllı” kavramı bilgiye kısa sürede ulaşımı sağlayan ve güncel olup son teknoloji ile üretilen uygulamaları ifade etmektedir. Çünkü akıllı turizm uygulamaları turizm ve keşfedilmeyi bekleyen turizm destinasyonlarının gelişiminde önemli bir bileşen haline gelmeye başlamıştır. Bir şehri ziyaret ederken gerçekleştirilebilecek çok sayıda ilgi çekici yer ve aktivite nedeniyle, uygun bir güzergâh oluşturmak turist için zorlu bir görev olabilir. Bu sorun, tavsiye sistemleriyle ve yöredeki potansiyeli kolayca ziyaretçilerin ulaşabileceği uygulamalarla çözülebilir (Cepeda-Pacheco ve Domingo, 2022). Ayrıca akıllı turizm uygulamaları, turizm kaynaklarının kullanımını en üst düzeye çıkarmakla kalmaz aynı zamanda turizm şehirlerinin yönetimine katkı sunabilir, turistik cazibe merkezlerinin korunmasına aracılık edebilir ve turistler ile yerel halk arasındaki iletişimi güçlendirerek yaşam kalitesini iyileştirebilir (Gretzel, Werthner, Koo ve Lamsfus, 2015).

Geçmişte yapılan çalışmalar daha çok benzer şekilde bir turizm destinasyonu için geliştirilmiş uygulamalar hakkında kullanıcı deneyimlerine, memnuniyet düzeylerine ve destinasyonu tekrar ziyaret etme niyetlerine odaklanmışlardır (Gomez-Oliva, Alvarado-Urbe, Parra-Meroño ve Jara, 2019; Um ve Chung, 2021). İlgili yazında bir turistik destinasyona yönelik uygulamaların önerilmesi, geliştirilmesi veya içeriklerinin zenginleştirilmesine yönelik çalışmalar sınırlıdır. Dolayısıyla bu çalışmanın konusu Erzurum’a gelecek turistlere yaşayabilecekleri deneyimler hakkında geliştirilecek bir akıllı telefon uygulamasından bilgi vermek ve bu deneyim çeşitliliğini onlara sunmaktır.

Daha detaylı olarak ifade etmek gerekirse karar vermelerinde ziyaretçilere kolaylık sağlayacak, planlamalarında yardımcı olacak, seyahatlerini daha eğlenceli kılacak, istedikleri ürünler ile hizmetlere kolayca ulaşmalarını sağlayabilecek ve Erzurum turizm potansiyeli ile onları cezbedecek web tabanlı site yardımıyla kullanılabilecek bir akıllı telefon uygulaması geliştirmektir. Bu uygulama ile kış turizmi kapsamında ön plana çıkan Erzurum destinasyonunun yanına kültür, inanç, gastronomi ve termal turizm türlerine yönelik ürünleri de bir arada sunarak destinasyonda turizmin çeşitlendirilmesi hedeflenmekte olup turizm faaliyetlerinin on iki aya ve özellikle ilçelere yayılması amaçlanmaktadır. Bu konuda önerilen akıllı uygulama, bölgede turizmin geliştirilmesine yönelik hedef ve amaçlara ulaşımı içerikteki zenginlikleriyle birlikte sağlayabilir. İlave olarak sürdürülebilirliğin geliştirilmesine ve akıllı şehir projesine entegre edilmesine öncülük edebilir. Erzurum destinasyonu sadece kış turizmi ile değil sahip olduğu düşünülen alternatif diğer turizm türleriyle de turistlerin ilgisini bu uygulama yardımıyla daha fazla çekebilir. Bu çalışma, daha önce yöre ve ilçeleri özelinde yapılmamış bir uygulamayı geliştireceği, sürdürülebilirliği destekleyeceği, içeriğindeki zenginlikle ziyaretçilerin turizm deneyimlerini çeşitlendireceği için önemlidir ve ziyaretçi memnuniyetini olumlu yönde etkileyeceği düşünüldüğünden önemli görülmektedir. Ayrıca daha önce Erzurum özelinde bu şekilde zengin içerikli bir akıllı telefon uygulaması geliştirilmediği için çalışma, bu boşluğu dolduracağı ve destinasyonu akıllı şehir olma yolunda destekleyip teşvik edeceği için özgün olup önemlidir.

Kavramsal çerçeve

Dijitalleşme ile artık daha fazla bilinçlenen, daha deneyimli, bilgili ve çeşitli talepleri olan tüketiciler aynı zamanda bilgiye daha kısa sürede ulaşabilmeyi istemekte ve sürekli gelişen teknoloji ile bunu başarabilmektedir. Özellikle turistler açısından bu durum gitmeyi planladıkları destinasyona ulaşmadan önce daha da önemli hale gelmektedir (Chang, 2017). Çalışma konusuna benzer şekilde destinasyonları için akıllı uygulamalar geliştirmiş ve uygulayan bölgeler, turizm açısından önemli faydalar elde etmektedir ve ziyaretçilerin kararlarında pozitif yönlü etkiler yaratmaktadır (Wang, Li, Zhen ve Zhang, 2016; Femenia-Serra ve Ivars-Baidal, 2021). Belirtilen faydalara ek olarak bu tür akıllı uygulamalar; yerel toplumun yaşam kalitesinde artış, ulaşım kolaylığı, bilgiye kolay ulaşım, sürdürülebilirlik ve destinasyonun daha güçlü imaj kazanarak daha rekabetçi olmasına katkı sunmaktadır (Gök ve Şalvarcı, 2022). Bunun yanı sıra Buhalis (2000)’in belirttiği üzere geliştirilen bu tür uygulamalar turizm destinasyonlarında altı A olarak ifade edilen katkıları gözler önüne sermekte, turistik deneyime değer katmakta ve destinasyonu daha kıymetli hale getirmektedir. Bu 6 A; çekicilikler, erişilebilirlik, konfor olanakları, mevcut paketler, etkinlikler ve yan hizmetlerdir (attractions, accessibility, amenities, available packages, activities, ancillary services).

Geçmişte Erzurum destinasyonuna yönelik yapılan araştırmalarda elde edilen sonuçlar, planlanan çalışma ve uygulama ihtiyacını destekler niteliktedir. Şengül (2017)’ün Türkiye genelinde yerli turistler ile gerçekleştirdiği çalışmada lezzetleri en çok merak edilen şehirler arasında Erzurum, Gaziantep ve

Trabzon'dan sonra üçüncü sırada yer almıştır. Bu meraklı lezzet tutkunları için çalışma kapsamında önerilen akıllı telefon uygulaması arzulanan lezzetlere ulaşımı kolaylaştıracak, onları bilgilendirecek hatta daha önce deneyimlemedikleri ürünler için destinasyona çekebilecektir. Şehrin coğrafi işaret tescil sayısında 60 ürüne ulaşmış olması yöre gastronomisinin ilgi odağı olmasını tetikleyebilir. Ayrıca bu tür uygulamalar destinasyonun imajını olumlu yönde etkilediği gibi rekabet gücüne de katkı sunarak yerel paydaşların yaşam koşullarını da iyileştirebilmektedir (Gretzel vd., 2015). Tüm bunlara ek olarak çalışma, 2019 yılından beri Avrupa Birliği'nin başlattığı, erişilebilir, sürdürülebilir ve yenilikçi destinasyonların desteklenmesi adına her yıl gerçekleştirilen Avrupa Akıllı Turizm Başkentleri (European Capital of Smart Tourism) yarışmasında da gelecekte gerçekleştirilecek üyelik süreci sonrası Erzurum destinasyonunun aday olabilmesi ve rakipleriyle rekabet edebilmesi için teşvik edici etki yaratabilir. İlave olarak 1985 yılında İran, Pakistan ve Türkiye işbirliği ile kurulan Ekonomik İşbirliği Teşkilatı (EİT) üye ülke sayısı, Kazakistan, Özbekistan, Azerbaycan, Afganistan, Kırgızistan, Türkmenistan ve Tacikistan'ın da birliğe katılmaları sonucu 10 ülkeye yükselmiştir ve 2022 yılında EİT ülkeleri arasında turizm başkenti olarak belirlenen Erzurum şehri için geliştirilebilecek bu akıllı telefon uygulaması EİT turizm başkentliği sürecinde de ziyaretçilere önemli deneyimler kazanmasında kolaylık sağlayabilir, onlara rehberlik edebilir.

Destinasyonlar, teknolojinin gücünden yararlanarak modern turistlerin değişen ilgi alanlarına yanıt veren kesintisiz, kişiselleştirilmiş ve sürdürülebilir seyahat deneyimleri sunabilir. Hem ziyaretçilere hem de yerel halka faydalar sağlayan daha verimli, ilgi çekici ve sorumlu turizm uygulamalarına yönelik bir rota sağlayan akıllı turizmin modern turizm sahnesindeki önemi açıktır (Tee, 2024). Dolayısıyla literatürde bu yönde Erzurum adına önemli boşluklar mevcuttur ve çalışma bu boşluğu doldurmayı da amaçlamıştır.

Buradan hareketle gerçekleştirilen çalışmada web tabanlı bir akıllı telefon uygulaması geliştirilmesi amaçlanmıştır. Geliştirilmesi hedeflenen aplikasyonun diğer uygulamalardan farkı ise ziyaretçiler ve tüketiciler farklı web adres veya sayfalarda arama yapmadan tek bir akıllı telefon uygulamasında tüm hizmet sunan işletme, ürünler, önemli mekanlar ve alternatif turizm türüne göre geliştirilen rota önerileri gibi birçok bilgiye kolaylıkla ulaşabilecektir. Ayrıca Erzurum ziyareti sırasında ihtiyaç duyulabilecek yardımcı hizmetleri de (kuaför, çiçekçi, vb.) rahatlıkla elde edebileceklerdir. Bununla birlikte bu uygulama ziyaretçilere deneyimlerini diğer kullanıcılarla paylaşma olanağı tanıyabileceği gibi yakın gelecekte destinasyonun zengin alternatif turizm türleriyle de turizm talebini tetikleyebileceği düşünülmektedir.

Çalışmanın amacı, turistlerin Erzurum yöresine ait seyahati öncesi ve sırasında ihtiyaç duyabileceği bilgileri tek bir akıllı telefon uygulamasında onlara sunmaktır. Bu doğrultuda belirlenen araştırma soruları aşağıdaki şekildedir:

- Erzurum yöresi için turizm amaçlı bir akıllı telefon uygulamasına ihtiyaç var mıdır?
- Bu uygulama hangi temel menülerden oluşturulmalıdır?
- Bu uygulamada Erzurum ilçelerine ait rotalar geliştirilebilir mi?

Erzurum destinasyonu ana akım olarak kış turizmi ile ön plana çıkmış bir turizm merkezidir. Ancak yörenin sahip olduğu alternatif turizm türleri de destinasyona ziyaretçi çekebilir. Bu doğrultuda Erzurum'u ziyaret eden bireysel turistlerin, grupların, rehberlerin faydalanabileceği bilimsel bilgiye dayalı bir akıllı telefon uygulaması önerilmektedir. Çalışma yörenin alternatif turizm potansiyeline yönelik ilk kez böyle kapsamlı bir aplikasyon geliştireceği için ve literatürde bu kapsamdaki boşluğu dolduracağı için önemlidir. Ayrıca Erzurum'da eksikliği çekilen rehber ihtiyacı yeri dolmayacak olsa da dijital ortamda rota önerileri geliştirilerek bölgesel ekonomiye katkı da sağlayacağı düşünülmektedir. Gerek turistler gerekse rehberler aradıkları bilgilere kolaylıkla bu uygulama üzerinde ulaşabileceklerdir. Böyle bir uygulamaya ihtiyaç durumunun tespiti ve oluşturulacak uygulamanın menü içeriklerinin şekillendirilmesi turizm paydaşları ve alt sektör profesyonelleri aracılığıyla belirlenebilir. Ayrıca araştırma, akıllı turizm uygulamalarına dikkat çekerken sürdürülebilirliğin sağlanması ve yörede turistlerin alternatif turizm türlerine yönelik faaliyetlerini zenginleştirmek adına farklı rota önerileri ile özgünlük sunmaktadır.

Akıllı telefonlar, geliştirilen aplikasyonlar sayesinde turistik destinasyonları daha görünür hale getirmektedir. Bu kapsamda alan yazında farklı destinasyonlarda gerçekleştirilen bazı çalışmalar bulunmaktadır. Amerika'da 5 şehri inceleyen bir araştırma, çalışma için önerilen akıllı uygulamaların bilgilendirme, etkileşim ve kişiselleştirme gibi üç temel özelliğiyle turistlerin deneyimini, memnuniyetini ve tekrar ziyaret niyetini olumlu etkilediğini ortaya koymuştur (Jeong ve Shin, 2019). Ayrıca bu tür akıllı uygulamalar, turistik alanların sürdürülebilir gelişimini garanti eden, herkesin

erişebildiği, ziyaretçinin çevresiyle etkileşimini ve entegrasyonunu kolaylaştıran, en son teknolojiye sahip bir altyapı üzerine inşa edilmiş yenilikçi bir turizm destinasyonu ortaya çıkarırken, deneyimin kalitesini artırmaktadır ve destinasyonda ikamet eden yerel halkın yaşam kalitesine de olumlu etkiler sağlamaktadır (Gretzel, Sigala, Xiang ve Koo, 2015). İlave olarak akıllı turizm, turistlerin ve turizm organizasyonlarının davranış kalıplarında önemli değişikliklere olanak sağlamıştır. Çünkü turistlere seyahatleri sırasında hizmet veren her yerde bilgi hizmetlerinin sağlanmasına bu uygulamalar yardımcı olmaktadır (Li, Hu, Huang ve Duan, 2017).

Alan yazında yer alan farklı araştırmalar, spesifik olarak bazı destinasyonlar için geliştirilen akıllı turizm uygulamalarını incelemişlerdir. Bu çalışmalardan birisi Ankara'nın akıllı turizm uygulamalarını (Duran ve Uygur, 2019) ortaya çıkarırken diğer bir çalışma Antalya'nın akıllı turizm destinasyonu olma yolundaki faaliyetlerini incelemiştir (Çelik ve Topsakal, 2017). Diğer bir çalışmada "Haskovo-Edirne kültürel ve tarihi destinasyonlar projesi" incelenirken (Erkmen ve Güler, 2020), başka bir çalışmada ise Bursa destinasyonu için geliştirilmiş "GoBursa" uygulaması değerlendirilmiştir (Yapıcı, 2022). Bunlara ilave olarak İzmir özelinde geliştirilen "vizitizmir" (Eris, 2021) ve Şanlıurfa'nın akıllı turizm kapsamında mevcut durumunu ortaya koyan çalışmalar (Erdem, Unur ve Şeker, 2022) da literatürde yer almaktadır. Ayrıca turistlerin geçmiş seyahat davranış profillerinden yola çıkılarak rota algoritmaları yardımıyla turistlere rota önerileri sunan uygulamalar üzerine çalışmalar da alan yazında yer aldığı (Bin, Gu, Sun, Chang ve Sun, 2019) gibi çalışma konumuz benzerinde geliştirilen uygulamaları kullanan turistlerin seyahatlere çıkma konusunda karar almalarında etkili olduğunu ortaya çıkaran araştırmalar da (Jamal ve Habib, 2020) bulunmaktadır. Bunlara ilave olarak İspanya'da gerçekleştirilen farklı bir çalışmada 25 şehir için geliştirilmiş akıllı uygulamalar kentsel sürdürülebilirlik kapsamında oluşan etkileri açısından incelenmiş ve uygulamaların sürdürülebilirlikten daha çok rekabet edebilirliğe odaklandığı belirlenmiştir (González-Reverte, 2019). Yine İspanya'nın Ceuti şehri için geliştirilen "Be Memories" isimli bir Web-App uygulamasının turistler açısından keyif verici nitelikte, yerel rehberler ve turları tamamlayıcı özellikte, düşük maliyetli ve sürdürülebilirliği teşvik ederek kültürel mirasa sahip çıkan bir mekanizma olarak değerlendirilmiştir (Gomez-Oliva vd., 2019). Güney Kore'de gerçekleştirilen bir çalışma Seul, Busan ve Jeju akıllı turizm şehirlerine odaklanmış ve ziyaretçilerin memnuniyet düzeylerini şehirler arasında karşılaştırmıştır (Um ve Chung, 2021). Farklı bir çalışmada ise Dünya genelinde şehirlere özel geliştirilen uygulamalara yer verilmiştir. Her şehri temsil eden uygulamaların adları sırasıyla; İngiltere Londra'da "Visit London", Hollanda Amsterdam'da "iBeacon Mile" ve Güney Kore Busan bölgesinde "TaaS (Travel as a Service)" uygulamalarıdır. Bu uygulamalar, ilgili şehre yönelik turizm bilgileri ve yerel hizmetler sunmakla birlikte akıllı bir turizm platformu olarak konumlanmaktadır (Gretzel ve Koo, 2021). Yine diğer bir çalışma, Seul'de kongre turizmine özgü geliştirilen Virtual SEOUL uygulamasında, kullanıcıların kongre platformunun Seul'e olan güveni artırıp artırmayacağı ve yine kullanıcıların uygulamayı kullanma tutumları ile niyetlerini etkileyip etkileyemeyeceğini araştırmıştır. Sonuç olarak kullanıcıların uygulama aracılığıyla Seul'e olan güveninin arttığı ve ziyaretlerinde keyif aldıkları belirlenmiştir. Ayrıca Virtual SEOUL aracılığıyla kullanıcılar arasında doğrudan veya dolaylı olarak önemli bir ilişki oluşturduğu da çalışma sonucunda tespit edilmiştir (Ha, Lee ve Park, 2022). Bu spesifik çalışmalara ilave olarak akıllı turizm destinasyonları üzerine sistematik literatür incelemesi gerçekleştiren çeşitli çalışmalara literatürde rastlamak da mümkündür (El Archi, Benbba, Nizamatinova, Issakov, Vargané ve Dávid, 2023; Hamid, Albahri, Alwan, Al-Qaysi, Albahri, Zaidan, Alhamzah, Alamoodi ve Zaidan, 2021; Shafiee, Rajabzadeh Ghatari, Hasanzadeh ve Jahanyan, 2021).

Türkiye Tanıtım ve Geliştirme Ajansı (TGA) bu hususta ülke genelinde 81 vilayetin kendilerine özel tanıtımları için kendi bünyesinde "Go Türkiye" adı altında bazı turistik ürünlere yönelik bilgiler paylaşmaktadır (TGA, 2025). Bu site incelendiğinde Erzurum özelinde kış turizmine vurgu yapılarak, Oltu ilçesiyle ünü yayılan Oltu taşı işlemeciliğine, gastronomik ürün olarak yöreye özgü sevilerek tüketilen ve ziyaretçilerin damaklarına hitap eden çağ kebabına, Tortum Şelalesi ve Narman Peri Bacaları ile merkezde yer alan Çifte Minareli Medrese, Erzurum Kalesi ve Yakutiye Medresesi kültürel varlıklarına yer verildiği belirlenmiştir. Ancak bu bilgiler sınırlı olarak değerlendirilmektedir. Erzurum çok daha fazla alternatif turizm potansiyeline ve zengin turistik ürün çeşitliliğine sahiptir (Akkuş ve Akkuş, 2016; Denk, 2023; Kotan, 2020; Külekçi ve Sezen, 2018). TGA uygulaması, tüm ilçeler ile alternatif turizm türlerinin büyük bölümünü gözler önüne sermediği gibi ulaşım noktasında bölgenin tamamını kapsayan rota önerileri de sunmamaktadır. Bu boşluğun doldurulması, turistlere alternatif turizm faaliyetlerinin ürün ve hizmetlerle birlikte sunulması, onların keyifli vakit geçirmeleri ve memnuniyetlerinin kazanılıp tekrar ziyaret kararları için önemlidir. Dolayısıyla destinasyonda zengin içerikli bir akıllı telefon uygulaması ihtiyacı açıktır.

Bu çalışma, öncelikle daha önce belirtilen sorulara cevap bulmak adına gerçekleştirilmiş olup uygulama sahası Erzurum ve ilçeleri olarak belirlenmiştir. Bu alanın seçilmesinde temel sebep daha önce bu yönde

geniş, kapsayıcı ve destinasyonda bir turistin ihtiyaç duyabileceği çoğu bilgiye, hizmet türlerine ve turistik ürünlere tek bir uygulamadan erişme imkanının sağlandığı akıllı telefon uygulamasının yapılmamış olmasıdır. İkinci bir sebep ise ana akım olarak kış turizmi ile ön planda olan Erzurum destinasyonunda alternatif turizm türlerini de (gastronomi turizmi, kültür turizmi, termal turizm, inanç turizm) ön plana çıkararak turizm faaliyetlerinin tüm yıl geneline yayılmasına katkı sunmaktır. Ayrıca sadece Erzurum merkez veya merkez ilçelerinin turizm kapasitesine yönelik değil diğer ilçelerin turizm potansiyellerini de ortaya çıkararak faaliyetleri bu yörelere de çekebilmek ve yönlendirebilmektir. Özetle çalışma, Erzurum'da turizm ve bağlantılı olduğu alt sektörlerle yönelik turist deneyimini geliştirmek ve çeşitlendirmek, sürdürülebilirliği teşvik ederek ekonomik faydaları arttırmak, turist memnuniyetini sağlamak, ziyaret kararlarında etkili olabilmek için teknolojinin kullanılmasına yönelik bir yol haritası oluşturmayı hedeflemektedir. Çünkü bu yönde daha önce içerik açısından zengin ve turist deneyimlerini çeşitlendirebilecek bir akıllı telefon uygulaması Erzurum destinasyonu için geliştirilmemiştir. Çalışma, bu boşluğu dolduracağı ve misafir memnuniyetini sağlayacağı düşünüldüğünden önemlidir.

Yöntem

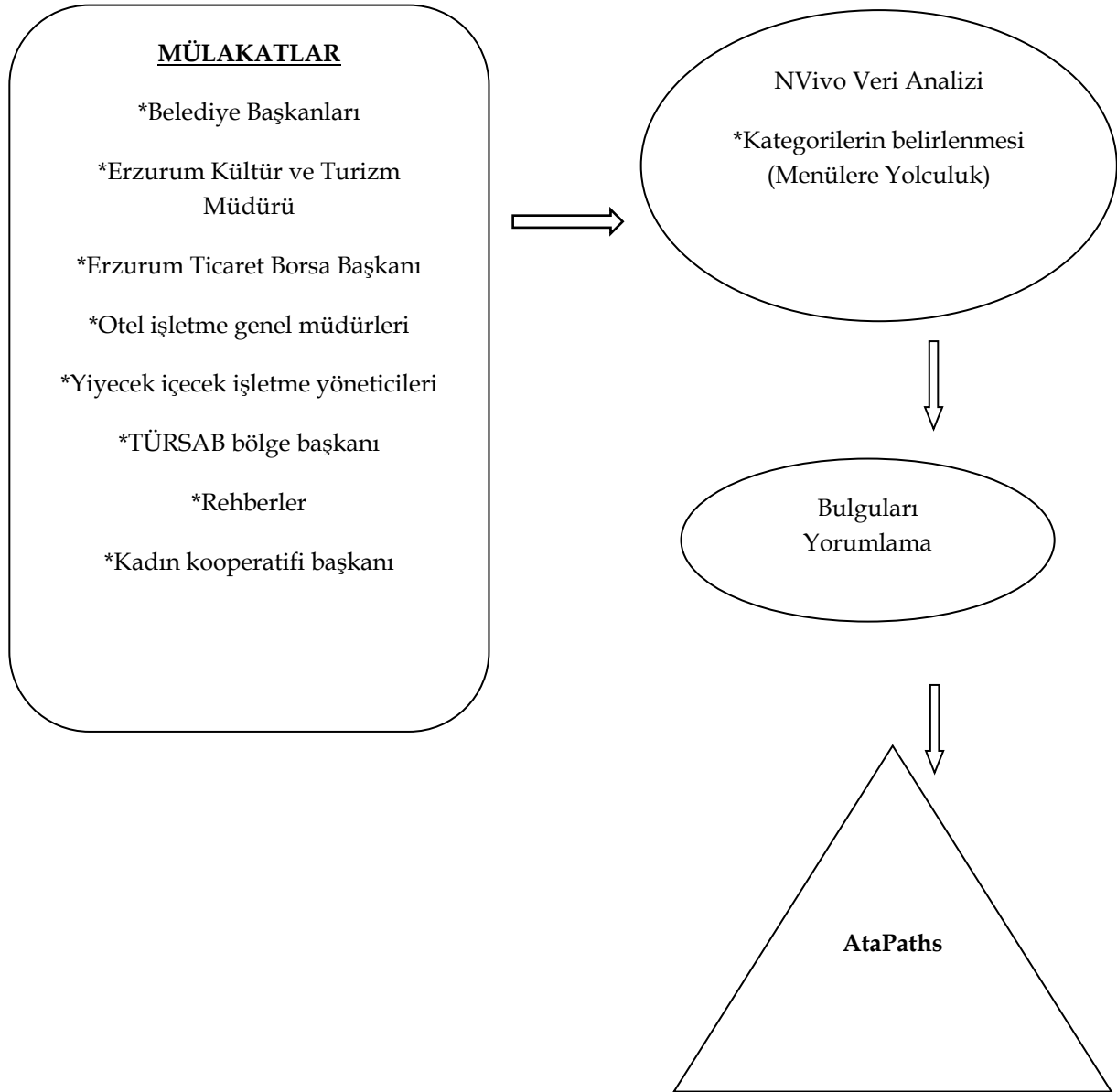
Bu çalışmada, yukarıda da belirtilen web tabanlı bir akıllı telefon uygulamasına Erzurum özelinde ihtiyaç olup olmadığını, kullanılanların yeterlilik durumunu tespit etmek ve turizm paydaşlarının önerilerini belirlemek adına bir saha çalışması gerçekleştirilmiştir. Bu saha çalışmasında amaç, elde edilen sonuçlara göre akıllı telefon uygulaması geliştirmek, turizm paydaşlarının önerileri doğrultusunda bu uygulamanın menü ve içeriklerini şekillendirmek olup tam işlevsel olarak ziyaretçilere hizmet sağlaması istenmiştir. Önerilen akıllı telefon uygulaması aracılığıyla Erzurum kültür ve gelenekleri kayıt altına alınacak olup geçmiş hafızaya ait olan önemli bilgilerin gelecek kuşaklara aktarılmasında ve sürdürülebilirliğin sağlanması hususunda değerli katkılar yaratacağı da değerlendirilmektedir.

Çalışma, Erzurum'da görev yapan yerel yöneticiler, turizm paydaşları olarak değerlendirilecek olan otel işletmeleri genel müdürleri, yiyecek içecek işletmeleri yöneticileri, rehberler, yöresel ürün satışı gerçekleştiren işletmeciler ve hediyelik eşya satan işletmecilerden verilerin toplanmasını amaçlamıştır. Nitel araştırma yönteminin kullanıldığı çalışmada, yarı yapılandırılmış görüşme formu ile bulgulara ulaşmak hedeflenmiştir. Nitel araştırmalar, deneyimlerin yakalanmasında, derinlik ve vurguların ortaya çıkarılmasında etkilidir. Ayrıca araştırmanın karmaşıklıklarını ve inceliklerini ayrıntılı bir şekilde keşfetmeye imkân tanımaktadır (Ishtiaq, 2019). Çalışma amacı kapsamında iki bölümlü soru formu oluşturulmuş olup formda öncelikle katılımcıların demografik bilgilerine yönelik sorular yer almıştır. İkinci bölümde ise akıllı telefon uygulamasına neden ihtiyaç duyulduğunu belirlemek, uygulama geliştirilirse içeriğinde öncelikle hangi bilgilerin yer alması gerektiği ve hangi kurumların bu uygulamayı destekleyebileceğini belirleyebilecek sorulara yer verilmiştir.

Çalışmanın evrenini tüm Erzurum ili ve ilçeleri oluşturmaktadır. Ancak bu evrenden alanında uzman olan ve şehrin turizmine yön veren başta yerel yöneticiler olmak üzere şehrin turizm paydaşları geniş kapsamlı olarak değerlendirilmiştir (Tablo 1). Bu görüşmeler için evrenin tamamına ulaşım zaman ve maddi açıdan kısıtlanarak gerçekleştirilmiştir. Turizm kapsamında değerlendirilebilecek alanlardan katılımcılar ile mümkün olan en yüksek görüşme sayısı gerçekleştirilmeye çalışılmıştır. Sonuç olarak alanında uzman olarak değerlendirilebilecek 17 katılımcı ile görüşmeler yüz yüze gerçekleştirilmiştir. Öncelikle katılımcılara konu hakkında bilgi verilmiş, katılım onamları alınmış ve görüşmeler yine katılımcıların onayı ile kaydedilmiştir. Görüşme formu, yapının oluşumuna katkı sunarken, mülakatın yarı yapılandırılmış doğası gereği tartışmanın doğal olarak evrimleşmesine ve ortaya çıkan konuların dahil edilmesine olanak sağlamıştır.

Veri toplama süreci, derinlik ve detaya vurgu yaparak, bağlamın kapsamlı bir anlayışını sağlamak için tüm turizm paydaşlarına ulaşmaya çalışmıştır. Tartışmayı yönlendirmek için yapılandırılmış olan görüşme formu araştırma hedefleri ile uyumlu şekilde dikkatlice hazırlanarak açık uçlu soruları içermiştir. Dolayısıyla şehir yönetiminde söz sahibi olan, politikalar geliştirip onlara yön veren ve uygulayan, turizm kapsamında hizmet üreten bireylerin görüşlerinin belirlenmesi güncel ve taleplere cevap verilebilecek bir uygulama yaratmak için yol gösterici olmuştur. Araştırma modeli aşağıda gösterilmiştir.

Araştırma modeli



Şekil 1: Erzurum Destinasyonu için Önerilen AtaPaths Uygulama Araştırma Modeli

Kaynak: Yazarlar tarafından üretilmiştir.

Hedeflenen evrenden başta yerel yöneticiler ve turizm paydaşları ile mülakatlar 17 katılımcı ile gerçekleştirilerek veriler elde edilmiştir. Sonrasında NVivo paket programı ile analizler gerçekleştirilmiş ve bulgular yorumlanmıştır. Çalışma çıktısı olarak “AtaPaths” isminde bir web tabanlı akıllı telefon uygulamasının geliştirilmesi önerilmiştir. Nitel araştırmalar açısından örneklemin niceliğinden çok niteliği önem taşımaktadır. Çünkü büyük gruplar yerine araştırmanın amaçlarına karşılık gelen, detaylı veri sunan ve araştırma sorularına açıklıkla cevap verebilecek örneklemin belirlenmesi bu tür çalışmalarda gerekir. Ancak burada örneklem büyüklüğünün belirlenmesinde, N=1 veya N=100 olmasından çok ideal olan bilgilerin doyuma ulaşması ve ortaya çıkan tekrar edilme döngüsü oluşumudur (Coyne, 1997; Morgan ve Morgan, 2008; Baltacı, 2018). Küçük örneklem gruplarıyla nitel araştırmalar, belirli bir alanda derinlemesine bilgi edinmeyi amaçlayan nitel çalışmalarda sıklıkla tercih edilmektedir (Spina, Barbieri, Carbone, Hamam, D’Amico ve Di Vita, 2023). Özellikle niş bir alanı temsil eden sınırlı sayıda uzmanın bulunduğu durumlarda, derinlemesine bilgi ve kaliteli veri elde etmek için küçük örneklem büyüklükleri nitel çalışmalarda kullanılabilir (Di Vita, Spina, De Cianni, Carbone, D’Amico ve Zanchini, 2023). Dolayısıyla çalışmada, kapsayıcı olabilmek adına turizm endüstrisi ile bağlantılı, çeşitli görev ve pozisyondaki turizm paydaşları derinliği sağlamak adına ilgili kesimlerden seçilirken, verilen cevapların tekrar etmesi sonucu örnekleimde yeterli doygunluğa ulaşıldığı kararı verilerek 17 görüşme ile mülakatlar sonlandırılmıştır.

Verilerin analizi

Turizm endüstrisi paydaşları ve yerel yöneticiler ile gerçekleştirilen yarı yapılandırılmış görüşmeler NVivo programı yardımıyla analiz edilmiştir. Görüşmelerde gerçekleştirilen kayıtlar transkriptler şeklinde yazıya dökülmüş sonrasında araştırma veri analizi aşamasına geçilmiştir. Verilerin sistematik ve ayrıntılı bir incelemesini kolaylaştırmak için nitel veri analizi yazılımı araştırmada NVivo kullanılmıştır (Zamawe, 2015). Analiz, her önemli ifade veya cümlenin başlangıç kodu ile etiketlendiği titiz bir satır-satır kodlama ile başlamıştır. Bu kodlar ile birlikte beraberindeki alt kodlar oluşturulmuş ve akıllı telefon uygulama menülerinin şekillenmesinde kullanılmıştır (Allsop, Chelladurai, Kimball, Marks ve Hendricks, 2022). Sonrasında NVivo programının “çerçeve matrisi” özelliği kullanılarak veriler özetlenmiş olup kolay anlaşılır bir şekle getirilerek yorumlanarak sunulmuştur. Bu yaklaşım, güçlü ve yapılandırılmış bir yazma sürecine olanak sağlayarak sonuçta kapsamlı araştırma bulgularının raporlanmasına fırsat yaratmıştır (Holmes, Zolkiewski ve Burton, 2023).

Dolayısıyla araştırmadaki bu detaylı ve titiz yaklaşım, araştırma sonuçlarında katılımcı deneyim ve önerileriyle daha güncel ve ihtiyaçlara cevap verebilecek bir akıllı telefon uygulaması içeriğine ulaşılmasına yardımcı olmuştur. Ayrıca çalışma için etik kurul izni Atatürk Üniversitesi Sosyal ve Beşerî Bilimler Etik Kurulu Başkanlığından 6 Kasım 2023 tarihinde alınmış olup veriler 10 Kasım ile 20 Aralık 2023 tarihleri arası toplanmıştır.

Bulgular

Araştırma kapsamında Erzurum destinasyonunda turizm paydaşı olarak değerlendirilebilecek 17 katılımcı ile gerçekleştirilen mülakatlara katılım gösteren bireylerin demografik bilgileri aşağıdaki tabloda yer almaktadır.

Tablo 1: Katılımcıların Demografik Bilgilerinin Dağılımı

Katılımcılar	Cinsiyet	Görev
K1	Erkek	Otel Genel Müdürü
K2	Erkek	Otel Genel Müdürü
K3	Erkek	Otel Genel Müdürü
K4	Kadın	Yerel Rehber
K5	Erkek	Erzurum Lokantacılar Odası Başkanı
K6	Erkek	Erzurum Kuyumcular Odası Başkanı
K7	Erkek	Otel Genel Müdürü
K8	Kadın	Otel Genel Müdür Yardımcısı
K9	Kadın	Otel Genel Müdür Yardımcısı
K10	Erkek	TÜRSAB Kuzeydoğu Anadolu Bölge Başkanı
K11	Erkek	Erzurum Ticaret Borsası Başkanı
K12	Kadın	PALKOP Kadın Kooperatif Başkanı
K13	Erkek	İl Kültür ve Turizm Vekili
K14	Erkek	Erzurum Büyükşehir Belediyesi Başkan Yardımcısı
K15	Erkek	Restoran işletmecisi
K16	Erkek	Restoran işletmecisi
K17	Kadın	Restoran işletmecisi

Kaynak: Yazarlar tarafından üretilmiştir.

Çalışmaya katılmayı kabul eden turizm paydaşlarının 12’si erkek (%70,5) iken 5 tanesi kadındır (%29,5). Meslekler açısından bakıldığında katılımcıların 4 tanesi otel işletmesi genel müdürü, 3’ü restoran işletmecisi, 2’si otel işletme genel müdür yardımcısı pozisyonundadır. Diğer görev dağılımı ise belediye başkan yardımcısı, il kültür ve turizm müdür vekili, çeşitli STK kurum yöneticisi ve kadın kooperatif başkanıdır.

Görüşmelerden elde edilen sonuçların analizleri aşağıda ayrıntılı şekilde verilmiştir. Öncelikle Tablo 2’de tema ve kodlara yer verilmiştir.

Tablo 2: Tema ve Kodlar

Bilgi Kategorileri	Kullanım Alanları	Ekonomik ve Sosyal Katkıları
*Tarihi Yerler *Coğrafi İşaret Tescilli Ürünler *Sağlık ve Termal Turizm *Rotalar *Otel İşletmeleri *Yardımcı Hizmetler *Hediyeelik Eşya *Ulaşım Hizmetleri	*Yemekler ve Restoranlar *Şehrin Tanıtımı *Turistik Ürün ve Hizmetler *Tarihi ve Kültürel Yerler *Turistlere Rehberlik	*Turizm Potansiyeli *Yerel İşletmelere Katkı *Esnafla ve Topluma Katkı *Ekonomik Katkı
Kamu Kurumları	Uygulamaya Katılım	
*Erzurum İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü *Erzurum Valiliği *Ticaret ve Sanayi Odaları *Erzurum Büyükşehir Belediyesi *Kuzeydoğu Anadolu Kalkınma Ajansı (KUDAKA) *Sivil Toplum Kuruluşları	*Uygulamada Yer alma İsteği *Kullanıcılara İndirim Tanımlama İsteği	

Tablo 2’de gösterilmiş olduğu gibi elde edilen sonuçlar toplamda 5 ayrı tema üzerinden incelenmiştir. İlgili temalar turizm endüstrisindeki bilgi paylaşımını ve iş birliğini güçlendirmeyi amaçlamakta olup, uygulamanın hangi alanlarda kullanılabileceğini, ekonomik ve sosyal açıdan destinasyona ne gibi katkıları olabileceğini, hangi kurumlar ile ortaklaşa içeriklerin zenginleştirilebileceği ve uygulamaya katılım isteği sonuçlarından oluşmaktadır.

Bilgi kategorilerinin alt başlıkları altında geliştirilecek uygulamanın menülerine de bir anlamda ışık tutmaktadır. Erzurum’un alternatif turizm türlerine yönelik kültür turizmine yönelik tarihi yerlerin, gastronomi turizmi adına coğrafi işaret tescilli ürün bilgilerinin, sağlık ve termal turizmine yönelik merkezlerin bilgilerinin olması uygulamadan beklenmektedir. Aynı zamanda çeşitli rotaların geliştirilmesi yönünde bir beklenti de ortaya çıkmıştır. Burada özellikle diğer ilçelere yönelik turizm türlerinin de harekete geçirilmesi gerektiği katılımcılar tarafından ifade edilmiştir. Konaklama hizmetleri, yardımcı hizmetler (kuaför, çiçekçi, rent a car, kuru temizleme, vb.), hediyeelik eşya hizmeti sunan işletmelerin bilgilerine ulaşmanın yanı sıra şehir içi ulaşım hizmet bilgilerinin yerel yönetimden sağlanması bu uygulamadan beklentilerdir.

Kullanım alanları, turizm endüstrisinde doğrudan etkileşim alanlarını ifade etmektedir. Diğer bir ifadeyle, bu uygulamadan beklentiler; yerel yemekler ve restoranlar hakkında bilgiler vermeli, şehrin tanıtımını sağlamalı, alternatif turistik ürün ve hizmetleri ziyaretçilere sunmalı, kültürel ve tarihi yerlere ulaşımında misafir seçimlerinde rehberlik yapmalıdır.

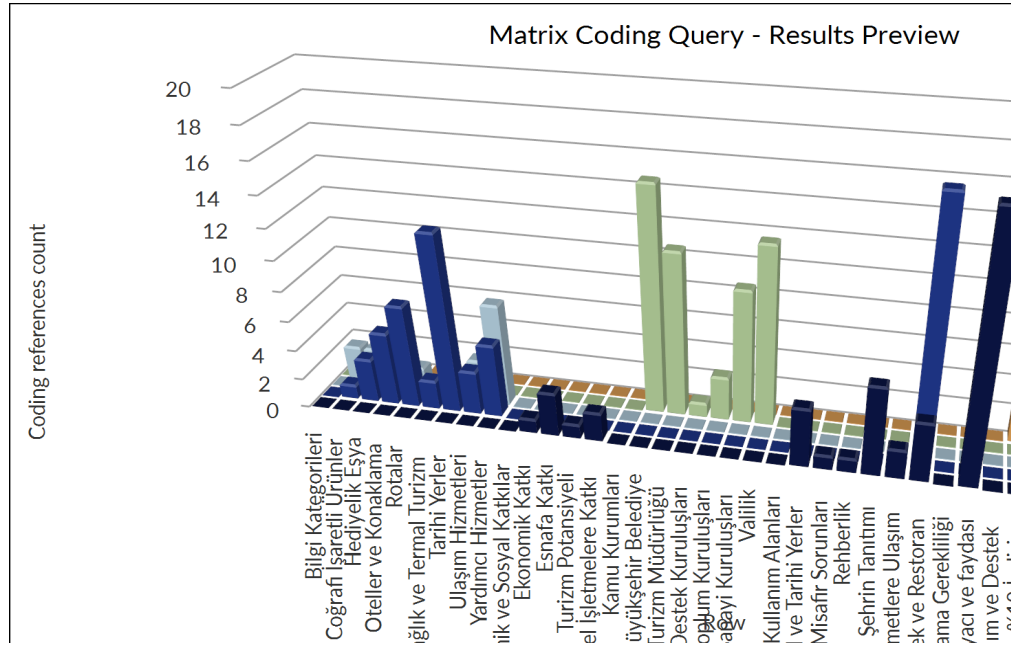
Ekonomik ve sosyal katkılar ise yerel ekonomiye olan etkileri vurgulamaktadır. Erzurum destinasyonun diğer turizm potansiyeli hakkında ziyaretçilere bilgi verirken yaşanacak turist hareketliliği yerel işletmelerle birlikte diğer esnafların da gelir elde etmesine katkı sunarken yerel halkın da refahı ve yaşam koşullarını olumlu yönde etkileyecektir. Böylece turizmden hedeflenen gelir farklı kesimlere de yansayacak ve bölgesel olarak ekonomik katma değere dönüşebilecektir.

Kamu kurumları teması altında ise uygulamayı destekleyebilecek kurumlar hakkında bilgiler yer almaktadır. Başta Erzurum İl Kültür Turizm Müdürlüğü ve Valilik olmak üzere Erzurum Ticaret ve Sanayi Odası, Erzurum Büyükşehir Belediyesi, Kuzeydoğu Anadolu Kalkınma Ajansı (KUDAKA) ve bazı sivil toplum kuruluşlarının bu uygulamayı desteklemesi gerektiği görüşü ortaya çıkmıştır.

Uygulamaya katılım bölümleri, yönetim ve destek mekanizmalarını detaylandırmakla birlikte uygulama kullanıcılarına belirli oranlarda işletmelerde hizmet satın alma durumlarında yüzdesel olarak indirim yapılabileceği görüşüdür. Mülakatlara katılım gösteren turizm paydaşları misafirlerinin memnuniyetlerini sağlamak adına da indirimde bulunmaya gönüllü olduklarını ifade etmişlerdir.

Genel anlamda temaların çıkarımında uygulama ve uyum süreçlerinin etkin yönetimi için gerekli adımların ortaklaşa atılması gerektiği görüşü ortaya çıkmıştır. Bu görüş, turizm endüstrisinde geniş çaplı bir iş birliği ve entegrasyonu teşvik etmenin önemli olduğunu da göstermektedir.

Görüşme sorularına katılımcıların verdikleri cevaplar Şekil 2’de görüleceği üzere detaylandırılmıştır.



Şekil 2: Matris Kodlama Analizi

İlk soru, özellikle "Esnafa Katkı," "Şehrin Tanıtımı" ve "Uygulama ihtiyacı ve faydası" kategorilerinde yüksek yanıt sayıları ile dikkat çekmektedir. Bu durum, şehirdeki ekonomik ve sosyal katkıların değerlendirilmesi ve uygulamaların gerekliliği üzerine yoğunlaşmayı işaret etmektedir. Ayrıca, "Kültürel ve Tarihi Yerler" kategorisi de ilk soruda belirgin bir şekilde öne çıkmaktadır, bu da tarihi ve kültürel mekanların (Nene Hatun Milli Parkı, Çifte Minareli Medrese, Hınıs Kanyonları, Zernak kalesi, Narman Peri Bacaları, Tortum Şelalesi, Öşvank Kilisesi, Uzundere Cittaslow merkezi, İspir Yedigöller, vb.) destinasyonda turizm potansiyeli adına önemi vurgulanmaktadır. Dolayısıyla katılımcılar kültürel açıdan zengin bir mirasa sahip olan Erzurum destinasyonunda böyle bir akıllı telefon uygulamasına ihtiyaç duyulduğu konusunda hem fikirdirler ve faydalı olacağı görüşündedirler. Tarihi ve kültürel zenginlik, Erzurum açısından önemli bir turizm potansiyeli oluşturmaktadır. Erzurum destinasyonu kültür turizmi açısından oldukça fazla sayıda ürüne sahiptir ve katılımcılar bu potansiyelin ziyaretçilere aktarılması gerektiğini dile getirmişlerdir. Uygulama hayata geçirildiğinde katılımcılar, esnaflara ve şehrin tanıtımına önemli derecede katkı sağlayacağını ifade etmişlerdir.

İkinci soru, "Tarihi Yerler" ve "Yemek ve Restoran" kategorilerinde yüksek yanıt sayıları ile dikkat çekmektedir. Bu, turizm açısından önemli olan tarihi mekanlar ve yiyecek içecek sektörüne verilen önemi göstermektedir. Bu sonuç, Erzurum mutfağının güçlü bir mutfak olduğunu ve farklı lezzetlerle ziyaretçilere gastronomik deneyimler de yaşatılabileceği şeklinde değerlendirilebilir. Aynı zamanda "Rotalar," "Hediyelik Eşya" ve "Oteller ve Konaklama" gibi kategoriler de bu soruda öne çıkmaktadır, bu da turizm destinasyonları ve turistlere sunulan hizmetlerin önemini ve çeşitliliğini vurgulamaktadır. Katılımcılar, geliştirilecek akıllı telefon uygulamasında öncelikle turizm kapsamında hangi bilgilerin yer alması gerektiğini hatta içerikte menülerin bu başlıklar altında şekillenmesinin önemli olduğunu belirtmişlerdir. Oluşturulacak rotalarla ziyaretçiler, bölgedeki alternatif turizm türleriyle tanışacak, seyahatleri sonunda destinasyondan ayrılırken onlara Erzurum'u anımsatacak veya sevdiklerini sevindirebilecekleri hediyelik eşyalara ulaşımının kolay olabileceği bilgiler yer alması gerektiği ortaya çıkmıştır. Elbette ağırlama hizmetinin de sunulduğu konaklama işletmeleri hakkında kısa yoldan ziyaretçilerin ulaşabileceği bilgilerin olması uygulama için hayati görülmüştür.

Üçüncü soruya verilen yanıtlar incelendiğinde, "Yardımcı Hizmetler" ile "Yemek ve Restoran" kategorilerinin dikkat çektiği görülmektedir. Bu, turizmde yardımcı hizmetlerin ve yiyecek-içecek sektörünün önemini göstermektedir. Aynı zamanda, "Coğrafi İşareti Ürünler" ve "Hediyelik Eşya" kategorileri de öne çıkmaktadır, bu da yerel ürünlerin ve hediyelik eşyaların turistler için cazip olduğunu işaret etmektedir. Dolayısıyla geliştirilecek olan akıllı telefon uygulamasının menü alt başlık veya içeriklerinde şehrin gastronomisine önem verilerek yerel lezzetlerin, coğrafi işaret tescilli olmuş ürünlerle desteklenmesinin önemli olduğuna dikkat çekilmiştir. Türk mutfağının karakteristik özelliklerini taşıyan, tarihi İpek Yolu üzerinde önemli bir kavşak olan Erzurum, güçlü mutfağı ve ürün zenginliği ile de ziyaretçilerin dikkatini çekebilir. Bu zenginlik de geliştirilecek uygulamada misafirlere sunulması gerektiği görüşü katılımcılar arasında ortaya çıkmıştır. Özellikle coğrafi işaret tescilli ürün sayısındaki önemli seviye (60 adet tescilli ürünü mevcut), ziyaretçilerin ilgisini çekmek adına

değerlendirilebilir ve bu ürünler destinasyon ziyaret dönüşü hediyelik eşya olarak yerli ve yabancı turistler tarafından satın alınabilir görüşü katılımcılar tarafından ortaya çıkmıştır. Bu ürünler hakkında bilgiler yine uygulamada olursa tanıtım da sağlanacaktır. Ayrıca kuru temizleme, araç kiralama, kuaför gibi yardımcı hizmetler ile destinasyonu anımsatacak hediyelik eşyaya ulaşımı kolaylaştıracak bilgilerin de yer alması gerektiği katılımcılar tarafından dile getirilmiştir. Devamında ise ulaşım hizmetleri, hediyelik eşya ile ilgili bilgiler, konaklama ve oteller, sağlık turizmi kapsamında özellikle termal tesisler, yardımcı hizmetler, oluşturulabilecek rotalar ve bu rotalara ilçelerin dahil edilmesinin önemli olduğu belirtilmiştir.

Dördüncü soru ise kamu kurumları ve yönetimle ilgili kategorilerde yüksek yanıt sayıları ile öne çıkmaktadır. "Büyükşehir Belediye," "Valilik", "İl Kültür Turizm Müdürlüğü," ve "Ticaret ve Sanayi Kuruluşları," kategorilerinde yoğun yanıtlar alınmıştır. Bu, turizmde kamu kurumlarının ve yerel yönetimlerin rolünün ne kadar önemli olduğunu göstermektedir. Bu durum, yerel yönetimlerin uygulamanın başarısına büyük katkı sağlayabileceğini ve önemli bir rol oynayabileceğini göstermektedir. Yerel yönetimler, genellikle bölgesel kalkınma projeleri ve finansman desteği sağlama konusunda uzmanlaşmıştır. Çünkü bu kurumlar, yerel kültürü ve turistik değerleri koruma ve tanıtma açısından önemli paydaşlardır. İlave olarak, uygulamanın kültürel boyutunu destekleyebilir ve yerel turizmi canlandırabilirler. Ayrıca "Sivil Toplum Kuruluşları" ve "Kalkınma Ajansı ve Destek Kuruluşları" gibi kategoriler de bu soruda belirtilmiştir, bu da sivil toplumun ve kalkınma ajanslarının destekleyici rolünü işaret etmektedir. Bu kurumlar, uygulamanın ekonomik boyutunu güçlendirebilir ve iş dünyası ile entegrasyonu sağlayabilir, uygulamanın benimsenmesi ve sürdürülebilirliği için kritik rol oynayabilirler. Ayrıca, toplumsal farkındalık yaratma ve savunuculuk faaliyetlerinde de bulunabilirler. Çalışma kapsamında turizm açısından yerel yönetimlerin öncelikli paydaş olarak değerlendirilmesi gerektiği ve birlikteliğin önemi burada vurgulanmıştır.

Sonuç olarak, tablo turizmle ilgili çeşitli konularda verilen yanıtları derinlemesine inceleme fırsatı sunmaktadır. Tarihi yerler, yiyecek-içecek sektörü, kamu kurumları ve geliştirilecek politikalar gibi konuların ön plana çıktığı görülmektedir. Bu veriler, turizm stratejileri geliştirilirken dikkate alınması gereken önemli noktaları da aslında ortaya koymaktadır.

Tartışma

Turistik destinasyonlar, ürün ve hizmet çeşitliliğine sahip olabilen turizm merkezleridir. Bu çeşitlilik aslında destinasyon ile birleşen bir bütündür. Bu bütünlüğü anlamak ve yönetmek de zordur. Tam da bu noktada destinasyonu sınırlandırmak iyi anlayabilmek adına günümüz teknolojilerinden faydalanılabilir. Destinasyonlara özel geliştirilen akıllı uygulamalar, ziyaretçilerin hem bu şehirleri tanımalarına imkân sağlarken aynı zamanda yeni deneyimler kazanmalarına fırsat sunar. Bu çalışma da benzer koşullar ve amaç doğrultusunda Erzurum özelinde gerçekleştirilmiştir. Özellikle turizm paydaşlarının görüşleri ile çalışma bulguları elde edilmiştir. Katılımcılar; Erzurum özelinde ziyaretçilerin kolay ulaşabileceği, destinasyon hakkında bilgileri anlık bulabileceği ve deneyimlerini zenginleştirebilecek rota önerilerini içinde barındıran bir akıllı telefon uygulamasının önemli bir ihtiyaç olduğunu dile getirmişlerdir. Eksikliğine yönelik yaşanan problemlerden de görüşmeler sırasında örnekler verilmiştir. Bu sonuç, literatür ile uyum göstermektedir. Geçmiş çalışmalar benzer şekilde paydaşlar veya toplumdaki ilgili bireyler ile destinasyon için ihtiyaç duyulan akıllı uygulamaları tespit etmişlerdir (Duran ve Uygur, 2019; Gretzel vd., 2015; Jeong ve Shin, 2019; Çelik ve Topsakal, 2017).

Katılımcıların görüşleri doğrultusunda geliştirilecek olan akıllı telefon uygulaması öncelikle şehrin tanıtımını yaparak ivedilikle bu eksikliği giderecektir. Sonrasında zengin içeriği ile başta konaklama ve yiyecek içecek işletmeleri ile diğer turizm işletmeleri olmak üzere yerel esnafa katkılar sunacaktır. Dolayısıyla bu tür katkılar sunacağı ve eksikliği ortadan kaldıracak için akıllı telefon uygulaması geliştirilmesi, Duran ve Uygur (2019)'un Ankara, Çelik ve Topsakal (2017)'in Antalya ile Ha ve diğerlerinin (2022) Seul'de bulduğu sonuçlarla benzer şekilde ihtiyaç olduğu belirlenmiştir. İlgili paydaşlar tarafından bu tür bir akıllı telefon uygulaması Erzurum destinasyonu için elzem bir ihtiyaç olarak açıkça ifade edilmiştir.

Böyle bir uygulama geliştirilirse içeriğinde menülerin nasıl şekillenmesi gerektiği ile ilgili katılımcılar; Erzurum destinasyonunun kültürel mirasını ortaya çıkarabilecek tarihi yerlerin, ziyaretçileri Erzurum lezzetleri ve bu eşsiz lezzetleri deneyimleyebilecekleri yiyecek içecek işletmeleri ile konumları hakkında bilgilerin, ziyaretçilere Erzurum misafirperverliğinin sunulabileceği konaklama hizmeti sunan başta oteller olmak üzere yardımcı konaklama işletme bilgileri ve konumlarının, turistlerin kendileri veya yakınları için Erzurum'u anımsatacak hediyelik eşya satın alabilecekleri işletmelerin ve ilçelerde de potansiyeli olan alternatif turizm türlerine yönelik ziyaretçi deneyimlerini zenginleştirebilmek adına ilçe rotalarının olmasını istemişlerdir. Bu sonuç da literatür ile uyum göstermektedir. Geçmişte benzer

çalışmalarda menüler tüketici, ziyaretçi ve paydaşların görüşleri doğrultusunda şekillendirilmiştir (Buhalis, 2000; Çelik ve Topsakal, 2017; Gomez-Oliva vd., 2019). Özellikle bu zengin içeriği ortaya koyan bulgular Gomez-Oliva ve diğerlerinin (2019) belirttiği gibi ziyaretçilerin destinasyonda daha keyifli vakit geçirmelerini sağlarken rehberlere kılavuzluk edebilir ve sürdürülebilirliği teşvik ederek kültürel mirasa sahip çıkılmasına aracı olacaktır. Ayrıca Gretzel ve Ko (2021)'nin da değindiği gibi destinasyona ait bilgiler, turistik ürün ve hizmetler tek bir uygulama ile sunulursa akıllı turizm platformu olarak ziyaretçilerin yüksek beğenisini kazanacaktır.

Yakın zamanlarda yapılan çalışmalarda, Erzurum destinasyonunun termal turizm potansiyeli (Kotan, 2020), ekoturizm potansiyeli (Külekçi ve Sezen, 2018), medikal ve sağlık turizmi potansiyeli (Akkuş ve Akkuş, 2016), bilindiği üzere kış turizmi potansiyeli (Altaş, Altaş, Çavuş ve Zaman, 2015), gastronomi turizmi potansiyeli (Denk, 2023) ve hüzün (dark) turizm potansiyeli (Aksakallı, Selçuk ve Işık, 2017) gözler önüne serilmiş olup geliştirilecek bu uygulamada yararlanılması gereken kaynaklar olarak değerlendirilmelidir. TGA GoTürkiye uygulaması ile Erzurum'un merkezinde bulunan bazı kültürel varlıkları, yerel yiyecekleri, kış turizm potansiyeli, Oltu taşı ve Tortum Şelalesi hakkında sınırlı bilgileri ziyaretçilere aktarmaktadır. Ancak Erzurum'u sadece sınırlı olarak ifade edilen merkezlerle ziyaretçilere aktarmak turizmin yörede gelişimi için yeterli değildir. Çünkü bu önemli merkezlerin dışında daha birçok turistik ürün ve daha fazla alternatif turizm türüne sahip olan Erzurum, ziyaretçilere yukarıdaki çalışmalardan da destek alınarak ilgi çekici bir uygulamayla tanıtılması ve anlatılması gerekmektedir. Ayrıca bu tür uygulamalarda sunulan yan hizmetler misafir memnuniyetini önemli derecede etkilemekte ve bu memnuniyete olumlu yansımaktadır (Um ve Chung, 2021). Dolayısıyla katılımcıların görüşleri doğrultusunda akıllı telefon uygulamasında yan hizmetler menüsünün bulunması bulgusu da önemlidir. Çünkü ziyaretçi gittiği destinasyonda araç kiralama hizmetine, bir çiçekçiye veya bir kuaföre ihtiyaç duyabilir. Bu hizmetleri veya ürünleri ona kısa sürede sunmak ve tek bir uygulama ile onun kullanımına sunmak memnuniyetini olumlu yönde etkileyecektir. Geliştirilecek bu tür kapsayıcı uygulamalar, Li ve diğerlerinin (2015) belirttiği gibi turistlerin ihtiyaç duyabileceği hizmetlere kısa sürede ulaşmasını sağlayabileceği gibi destinasyonun rekabet gücünü arttırarak sürdürülebilirliği de teşvik edecektir (González-Reverte, 2019).

Katılımcılara geliştirilebilecek uygulamaya en güçlü paydaş önerilerinin kimler veya hangi kurumlar olabileceği sorulmuştur. Ortaya çıkan sonuç; yerel yönetimlerin özellikle büyükşehir belediye ile valilik ve il kültür turizm müdürlüğü kurumlarının uygulamanın önde gelen paydaşları olarak belirlenmiştir. Bu birliktelikle geliştirilecek uygulama, kullanıcıların sürükleyici bir deneyim yoluyla bölgedeki geleneksel kültür hakkında ilgili bilgileri edinmelerini sağlayacak ve yörede yaşayanlara da sosyal ve ekonomik olarak olumlu katkılar sunabilecektir (Johnson, Acedo ve Robinson, 2020; Malik ve Kumar, 2024). Bu bulgu, özellikle yerel halkın da yaşam koşullarını iyileştirebileceği gibi turizmde paydaşların ortak hareket etmelerinin önemli olduğunu vurgulamaktadır. Ha ve diğerlerinin (2022) belirttiği gibi bu tür uygulamalar hem yerel halk ile paydaşların kendi arasında hem de ziyaretçiler ile yerel halk arasında kuvvetli bir bağ oluşmasına yardımcı olmaktadır. Bu tür bir bağlılık da yörede daha fazla ekonomik katma değer yaratmaktadır (Bin vd., 2019; Jamal ve Habib, 2020).

Sonuç ve öneriler

Küresel ekonomi dünyasında turizm en önemli endüstrilerden birisidir. Özellikle destinasyonların gelişiminde turizm gerek ekonomik gerekse sosyal etkileri açısından bir katalizör görevi yerine getirmektedir. Hızlı nüfus artışıyla birlikte ziyaretçi sayılarının artışı da turizme farklı boyut katmaktadır. Gelişen teknolojiye de bu boyutlarda hem yerel halkın hem de turistlerin yaşamlarını kolaylaştırmak için fayda sağlanmaktadır. Akıllı uygulamalar bu faydaların en temel örneği olarak gösterilebilir. Buradan hareketle gerçekleştirilen çalışmada, Erzurum destinasyonunu ziyaret edecek turistler için akıllı telefon uygulamasına ihtiyaç olup olmadığı değerlendirilmiştir. Bu kapsamda şehirde turizm faaliyetlerinde aktif olan 17 yerel paydaş ile yüz yüze mülakatlar gerçekleştirilmiş olup öncelikle uygulamaya önemli derecede ihtiyaç duyulduğu belirlenmiştir. Farklı platformlarda bulunan iki uygulamanın ise yetersizliğine ve önerilen uygulamanın olmaması sebebiyle karşılaşılan sorunlara dikkat çekilmiştir. Devamında ise katılımcıların görüşleri doğrultusunda geliştirilecek akıllı telefon uygulamasında hangi menülerin ve ne tür bilgilerin oluşturulacak menü içeriklerinde yer alması gerektiği belirlenmiştir.

Sonuç olarak; Erzurum destinasyonu için şehrin tanıtımını yapabilecek, turizm işletmeleri ile birlikte yerel esnafa da katkı sunabilecek, bölgede ekonomik katma değer yaratabilecek ve ziyaretçiler ile birlikte yerel halkın ve rehberlerin işlerini kolaylaştırabilecek bir akıllı telefon uygulaması gerektiği ortaya çıkmıştır. Bu uygulama içinde oluşturulacak menülerde, tarihi yerlerin, yöresel yiyecekler ile birlikte restoranların, konaklama imkanları ile konaklama işletmeleri bilgilerinin, hediyeelik eşya satın alınabilecek mağazaların, alternatif turizm türlerine yönelik tüm ilçeleri kapsayacak şekilde

oluşturulabilecek rotaların, yardımcı hizmetler hakkında bilgilerin olması gerektiği belirlenmiştir. Bu durum kış turizmi ile ön planda olan destinasyonun geçmişte yapılan çalışmalarda da bulunduğu gibi alternatif turizm türleriyle de desteklenebileceğini, misafirlerine farklı deneyimler yaşatabileceğini ve turizm sezonunu uzatarak yörede ekonomik katma değerini daha fazla olabileceğini göstermektedir (Buhalis, 2000; Gomez-Oliva vd., 2019; Malik ve Kumar, 2024). Ayrıca geçmişte yapılan ve alternatif turizm potansiyelini ortaya koyan çalışmalar, (Akkuş ve Akkuş, 2016; Kotan, 2020; Külekçi ve Sezen, 2018) uygulamanın menüleri ile birlikte içeriğinin zenginleştirilmesi ve şekillenmesinde araştırmamız sonucundaki katılımcı görüşleriyle birlikte etkili olabilecek en temel kaynaklar olarak değerlendirilecektir. Çünkü oluşturulacak olan uygulama, ziyaretçilerin taleplerini kapsamlı bir şekilde karşılamalı ve onlarla destinasyon arasında sıkı bir bağ kurmalıdır (Gretzel ve Koo, 2021; Ha vd., 2022). Destinasyonun turizm açısından gelişimi ve yörenin köklü kültürel mirasının sürdürülebilirliğinin sağlanması noktasında bu durum oldukça önemli görülmektedir.

Bu uygulama geliştirilirken kamu ve sivil toplum kuruluşlarının ahenk içinde hareket etmesinin gerekliliği de çalışma sonuçlarından elde edilmiştir. Misafir memnuniyetini sağlamak tek bir kurum veya işletmenin değil turizm paydaşlarının tamamının yerel halk ile birlikte ortak hedefi olmalıdır. Çünkü turizm destinasyonlarının başarısında paydaşların ortak hareket etmeleri önemli görülmektedir. Bu kapsamda katılımcılar uygulamaya başta Erzurum Büyükşehir Belediyesi ve Erzurum Valiliği olmak üzere il kültür turizm müdürlüğünün, ticaret ve sanayi kuruluşları ile sivil toplum kuruluşları ve Kuzeydoğu Anadolu Kalkınma Ajansı (KUDAKA) katkılarının değerli olacağını belirtmişlerdir. Bu durum aslında toplumun her kesiminde turizm farkındalığının artırılmasına yönelik tüm kurumlar ile hareket edilmesi gerektiğinin bir göstergesi olarak değerlendirilmiştir. Ayrıca 2025 yılı EİT ülkeleri turizm başkenti seçilen Erzurum destinasyonu için böyle bir uygulama gerekliliği özellikle Erzurum Valiliği tarafından dile getirilmiş ve projenin desteklenmesi önemli görülmüştür. Bu kapsamda geliştirilecek uygulamanın 2025 EİT turizm başkentliği için Erzurum Valiliği tarafından oluşturulacak olan web sitesinde de yer alacağı ve ziyaretçilerin kullanımına sunulacağı belirtilmiştir. Buradan hareketle köklü geçmişi ve mirası ifade eden "Ata" kelimesi ile turistik ürünlere ulaşımı, ulaşım yolunu ve rotaları ifade edebilmek adına "Paths" kavramları birleştirilerek bir aplikasyon geliştirilmesi yazarlar tarafından belirlenmiş olup çalışmanın projeye dönüştürülmesi kararı alınmıştır.

Çalışma sonuçlarına bağlı olarak ilgili otoritelere bazı öneriler de geliştirilmiştir. Bu öneriler;

- Özellikle Erzurum Valiliği ve Erzurum Büyükşehir Belediyesi şehirde düzenlenecek etkinlikler ile ilgili bilgileri AtaPaths uygulamasına entegre etmeli ve ziyaretçileri daha fazla bilgilendirmelidir.
- Şehir içi ulaşım bilgileri de bu uygulamaya yine büyükşehir belediyesi aracılığıyla aktarılmalıdır.
- Kış turizmi ile ön planda olan Erzurum destinasyonunda hava sıcaklığı ve kış mevsimi aylarında pistlerdeki kar kalınlığı hakkında bilgiler de Erzurum Meteoroloji Bölge Müdürlüğü'nden günlük AtaPaths uygulamasıyla paylaşılmalıdır.
- Konaklama ve yiyecek içecek işletmeleri başta olmak üzere havalimanı, şehirlerarası otogar ve alışveriş merkezlerinde bu uygulamanın tanıtımı yapılmalı, paydaşlar bilinirliğin artması için öncü olmalı ve misafirlerini AtaPaths kullamasını kullanmaya yönlendirmelidir.
- Erzurum'da faaliyet gösteren konaklama işletmeleri uygulama üzerinde kendi tanıtımlarını yapabilirler ve rezervasyon konusunda ziyaretçileri AtaPaths üzerinden de bilgilendirebilirler.
- İlgili işletmeler çalışma bulgularında da ortaya çıktığı gibi kullanıcılara ortak belirlenebilecek bir oranda ürün ve hizmet satışlarında indirimler sağlamalıdır.
- İşletmeler geliştirilecek AtaPaths uygulamasına reklamlarını vererek kendi tanıtımlarını da gerçekleştirebilirler.
- Yöreyi ziyaret edecek rehberler ile AtaPaths uygulaması paylaşılmalı, Turist Rehberleri Birliği (TUREB) AtaPaths hakkında bilgilendirilmelidir.

Bu çalışma akıllı turizm destinasyonlarına olan ihtiyacın bilinmesine katkıda bulunmakla birlikte turistik destinasyonlar için ihtiyaç duyulan akıllı telefon uygulamalarının fiziksel altyapısının da tanımlanmasına aracılık etmektedir. Bu çalışmanın temel sınırlılığı Erzurum ili özelinde ve sadece 20 ilçesini kapsayan bir akıllı telefon uygulaması geliştirilmesi fikridir. Diğer sınırlılık ise turizm paydaşı olarak ifade edilen ve mülakatlar gerçekleştirilen 17 katılımcı aracılığı ile ortaya konulan görüşlerdir. Gelecekte aynı çalışmalar farklı destinasyonlar için de yapılabilir. Farklı çalışmalar önerilen AtaPaths kullanımındaki kullanıcı memnuniyet düzeyini belirleyebilir. Diğer bir çalışma ise ziyaretçilerin destinasyona karşı tutumları ve tekrar ziyaret etme niyetlerinde AtaPaths uygulamasının etkisinin düzeyini araştırabilir. Son olarak farklı bir çalışma ise Türkiye özelinde benzer şekilde geliştirilmiş olan

Antalya, Konya ve Erzurum şehirlerindeki uygulamalara yönelik kullanıcıların memnuniyet düzeyini inceleyebilir. Bu aşamada önemli olan teknolojinin hızlı gelişimi gözden kaçırılmamalı, benzer akıllı uygulamalar ile destinasyonların rekabet gücü arttırılmalı ve misafir memnuniyeti daha üst seviyelere taşınmalıdır.

Hakem Değerlendirmesi / Peer-review:

Dış bağımsız

Externally peer-reviewed

Çıkar Çatışması / Conflict of interests:

Yazarlar çıkar çatışması bildirmemiştir.

The authors have no conflict of interest to declare.

Finansal Destek / Grant Support:

Yazarlar bu çalışma için Atatürk Üniversitesi Bilimsel Araştırma Projeleri Koordinasyon Birimi (BAP) tarafından finansal destek aldığını beyan etmiştir.

The authors declared that they received financial support for this study from the Atatürk University Scientific Research Projects Coordination Unit (BAP).

Teşekkür / Acknowledgement:

Çalışmamıza katkı sunan Erzurum ili turizm paydaşlarına teşekkür ederiz.

We would like to thank the tourism stakeholders of Erzurum province who contributed to our study.

Etik Kurul Onayı / Ethics Committee Approval:

Bu çalışma için etik kurul onayı, Atatürk Üniversitesi, Sosyal ve Beşerî Bilimler Etik Kurulu Başkanlığından 06/11/2023 tarihli E.88656144-000-2300358180 sayılı karar ile alınmıştır.

Ethics committee approval was received for this study from Atatürk University's Social Sciences and Humanities Ethics Committee on November 6, 2023, with document number E. 88656144-000-2300358180.

Yazar Katkıları / Author Contributions:

Fikir/Kavram/Tasarım - *Idea/Concept/Design*: E.D. Veri Toplama ve/veya İşleme - *Data Collection and/or Processing*: E.D., B.B.Ç., M.K., Y.D.D. Analiz ve/veya Yorum - *Analysis and/or Interpretation*: E.D. B.B.Ç., M.K. Kaynak Taraması - *Literature Review*: E.D., B.B.Ç., M.K., Y.D.D. Makalenin Yazımı - *Writing the Article*: E.D., B.B.Ç., M.K., Y.D.D. Eleştirel İnceleme - *Critical Review*: E.D., B.B.Ç., M.K. Onay - *Approval*: E.D., B.B.Ç., M.K., Y.D.D.

Kaynakça / References

- Akkuş, G., & Akkuş, Ç. (2016). Erzurum ili potansiyel turistik arz kaynaklarının incelenmesi. Iğdır University Journal of Faculty of Economics and Administrative Sciences, 1(1), 99-120.
- Aksakallı, Z., Selçuk, G. N., & Işık, C. (2017). Nene Hatun Milli Parkı'nın hüznün turizmi ve mabetleşme yönünden değerlendirilmesi. Erzincan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, ÖS, IV, 215-240.
- Allsop, D. B., Chelladurai, J. M., Kimball, E. R., Marks, L. D., & Hendricks, J. J. (2022). Qualitative methods with Nvivo software: A practical guide for analysing qualitative data. Psych, 4(2), 142-159.
- Altaş, N., Altaş, N. T., Çavuş, A. & Zaman, N. (2015). Türkiye'nin kış turizm koridorunda yeni bir kış turizm merkezi: Konaklı. Marmara Coğrafya Dergisi(31), 345-365.

- Baltacı, A. (2018). Nitel araştırmalarda örnekleme yöntemleri ve örnek hacmi sorunsalı üzerine kavramsal bir inceleme. *Bitlis Eren Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 7(1), 231-274.
- Bin, C., Gu, T., Sun, Y., Chang, L., & Sun, L. (2019). A travel route recommendation system based on smart phones and iot environment. *Wireless Communications and Mobile Computing*, 2019. Article ID 7038259.
- Buhalis, D. (2000). Marketing the competitive destination of the future. *Tourism Management*, 21, 97-116.
- Chang, P. (2017). The importance performance analysis of Taiwan tourism mobile marketing. *Journal of Tourism Management Research*, 4(1), 12-16.
- Cepeda-Pacheco, J. C., & Domingo, M. C. (2022). Deep learning and Internet of Things for tourist attraction recommendations in smart cities. *Neural Computing and Applications*, 34(10), 7691-7709.
- Coyne, I. T. (1997). Sampling in qualitative research. Purposeful and theoretical sampling; merging or clear boundaries?. *Journal of Advanced Nursing*, 26(3), 623-630.
- Çelik, P., & Topsakal, Y. (2017). Akıllı turizm destinasyonları: Antalya destinasyonunun akıllı turizm uygulamalarının incelenmesi. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 14(3), 149-166.
- Denk, E. (2023). Erzurum mutfak kültürünün sahip olduğu zenginliğin mutfak turizmi açısından farkında olmak. *Uluslararası Turizm, Ekonomi ve İşletme Bilimleri Dergisi (IJTEBS)* E-ISSN: 2602-4411, 7(2), 59-79.
- Di Vita, G., Spina, D., De Cianni, R., Carbone, R., D'Amico, M., & Zanchini, R. (2023). Enhancing the extended value chain of the aromatic plant sector in Italy: a multiple correspondence analysis based on stakeholders' opinions. *Agric. Food Econ.* 11:15.
- Duran, G., & Uygur, S. M. (2019). Akıllı turizm destinasyonları kapsamında Ankara'nın akıllı turizm uygulamalarına yönelik bir araştırma. [Sözlü bildiri]. 3. Uluslararası Turizmin Geleceği Kongresi: İnovasyon, Girişimcilik ve Sürdürülebilirlik Kongresi, 26-28.
- Erdem, A., Unur, K. & Şeker, F. (2022). Şanlıurfa'nın Akıllı Turizm Destinasyonu Olabilmesi İçin Gerekli Stratejilerin A'WOT Yöntemi ile Belirlenmesi. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 6(1), 73-91.
- Eris, T. (2021). Akıllı turizm kapsamında İzmir'in akıllı turizm uygulamalarının incelenmesi: 'visitizmir' örneği. *International Journal of Contemporary Tourism Research*, Vol: 5, (Özel Sayı), p.126-134.
- Erkmen, B., & Güler, E. G. (2020). Turizm ve dijitalleşme: Haskovo-Edirne Kültürel ve Tarihi Destinasyonlar Projesi' örneği. *Tourism and Recreation*, 2(Ek 1), 111-118.
- El Archi, Y., Benbba, B., Nizamatinova, Z., Issakov, Y., Vargáné, G. I., & Dávid, L. D. (2023). Systematic literature review analysing smart tourism destinations in context of sustainable development: Current applications and future directions. *Sustainability*, 15(6), 5086.
- Femenia-Serra, F., & Ivars-Baidal, J. A. (2021). Do smart tourism destinations really work? The case of Benidorm. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 26(4), 365-384.
- Gök, H. S., & Şalvarci, S. (2022). Smart destination applications according to Cohen's Smart city wheel: The example of İzmir, Turkey. *Revista Rosa dos Ventos-Turismo e Hospitalidade*, 14(3), 780-807.
- Gretzel, U., & Koo, C. (2021). Smart tourism cities: a duality of place where technology supports the convergence of touristic and residential experiences. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 26(4), 352-364.
- Gretzel, U., Sigala, M., Xiang, Z., & Koo, C. (2015). Smart tourism: foundations and developments. *Electronic Markets*, 25, 179-188.
- Gretzel, U., Werthner, H., Koo, C., & Lamsfus, C. (2015). Conceptual foundations for understanding smart tourism ecosystems. *Computers in Human Behavior*, 50, 558-563.
- Gomez-Oliva, A., Alvarado-Urbe, J., Parra-Meroño, M. C., & Jara, A. J. (2019). Transforming communication channels to the co-creation and diffusion of intangible heritage in smart tourism destination: Creation and testing in Ceutí (Spain). *Sustainability*, 11(14), 3848.
- González-Reverté, F. (2019). Building sustainable smart destinations: An approach based on the development of Spanish smart tourism plans. *Sustainability*, 11(23), 6874.

- Ha, M., Lee, W., & Park, J. (2022). The relationship between practitioners' trust in the city and their adoption of the virtual convention platform – a case study of virtual Seoul 2.0. *Sustainability*, 14(21), 14051.
- Hamid, R. A., Albahri, A. S., Alwan, J. K., Al-Qaysi, Z. T., Albahri, O. S., Zaidan, A. A., ... & Zaidan, B. B. (2021). How smart is e-tourism? A systematic review of smart tourism recommendation system applying data management. *Computer Science Review*, 39, 100337.
- Holmes, D., Zolkiewski, J., & Burton, J. (2023). The outcomes of B2B data-driven customer focused value creation. *Journal of Business & Industrial Marketing*, 38(6), 1295-1315. [h](#)
- Ishtiaq, M. (2019). Book Review Creswell, J. W. (2014). *Research Design: Qualitative, Quantitative and Mixed Methods Approaches* (4th Ed.). Thousand Oaks, Ca: Sage. *English Language Teaching* 12: 40.
- Jamal, S., & Habib, M. A. (2020). Smartphone and daily travel: How the use of smartphone applications affect travel decisions. *Sustainable Cities and Society*, 53, 101939.
- Jeong, M., & Shin, H. H. (2019). Tourists' experiences with smart tourism technology at smart destinations and their behavior intentions. *Journal of Travel Research*, 59(8), 1464-1477.
- Johnson, P. A., Acedo, A., & Robinson, P. J. (2020). Canadian smart cities: Are we wiring new citizen-local government interactions?. *The Canadian Geographer/Le Géographe canadien*, 64(3), 402-415.
- Kotan, N. (2020). Alternatif turizm ürünü olarak termal turizm: Erzurum ili örneği. *Avrasya Turizm Araştırmaları Dergisi*, 1(1), 21-31.
- Külekçi, E. A., & Sezen, İ. (2018). Bir ekoturizm aktivitesi olarak mağara turizmi: Erzurum ili Elmalı Mağarası örneği. *Journal of Architectural Sciences and Applications*, 3(1), 66-75.
- Li, Y., Hu, C., Huang, C. & Duan, L. (2017), The concept of smart tourism in the context of tourism information services. *Tourism Management*, Vol. 58, pp. 293-300.
- Malik, A., & Kumar, T. (2024, April). Eimi: A Smartphone Application Fostering Ethical Travel and Economic Upliftment. In *International Conference on Business and Technology* (pp. 352-362). Cham: Springer Nature Switzerland.
- Morgan, D. L. & Morgan, R. K. (2008). *Single-case research methods for the behavioral and health sciences*. SAGE Publications.
- Shafiee, S., Rajabzadeh Ghatari, A., Hasanzadeh, A., & Jahanyan, S. (2021). Smart tourism destinations: a systematic review. *Tourism Review*, 76(3), 505-528.
- Spina, D., Barbieri, C., Carbone, R., Hamam, M., D'Amico, M., & Di Vita, G. (2023). Market trends of medicinal and aromatic plants in Italy: future scenarios based on the Delphi method. *Agronomy* 13:1703.
- Tee, M. K. A. (2024). Malaysia's Smart Tourism Framework. In *Utilising Smart Technology and AI in Hybrid Tourism and Hospitality* (pp. 51-78). IGI Global.
- TGA (2025). Türkiye Tanıtım ve Geliştirme Ajansı, Erzurum. <https://erzurum.goturkiye.com/> (Erişim: 01.02.2025).
- Um, T., & Chung, N. (2021). Does smart tourism technology matter? Lessons from three smart tourism cities in South Korea. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 26(4), 396-414.
- Yapıcı, O. Ö. (2022). Akıllı şehir kapsamında Bursa'nın akıllı turizm uygulamalarının değerlendirilmesi: GoBursa örneği. *Journal of Tourism Intelligence and Smartness*, 5(1), 38-49.
- Wang, X., Li, X. R., Zhen, F., & Zhang, J. (2016). How smart is your tourist attraction?: Measuring tourist preferences of smart tourism attractions via a FCEM-AHP and IPA approach. *Tourism Management*, 54, 309-320.
- Zamawe, F. C. (2015). The Implication of Using Nvivo Software in Qualitative Data Analysis: Evidence-Based Reflections. *Malawi Medical Journal*, 27(1): 13-15.