

Yayın Geliş Tarihi: 11.04.2023
Yayına Kabul Tarihi: 26.07.2023
Online Yayın Tarihi: 15.09.2023
<http://dx.doi.org/10.16953/deusosbil.1280693>

Dokuz Eylül Üniversitesi
Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi
Cilt: 25, Sayı: 3, Yıl: 2023 Sayfa: 1374-1399
E-ISSN: 1308-0911

Araştırma Makalesi

KAMP KARAVAN TURİZMİ MOBİL UYGULAMALARINA İLİŞKİN GÖRÜŞLER

*Berfin Yorgun**

*Nur Çelik İlal***

*Uğur Çalışkan****

*Hivda Ulusoy*****

Öz¹

Son zamanlarda, mobil uygulamalar, diğer alanlarda olduğu gibi turizmde de ürün ve hizmetlerin geliştirilmesinde önemli bir araç haline gelmekte ve mobil uygulamalara yönelik yapılan çalışma sayısı artmaktadır. Özellikle Covid 19 salgınından sonra yoğun bir talep gören kamp ve karavan turizmi, değişen tüketici tercihlerine de farklı bir deneyim sunmaktadır. Gelişen bir pazar olan kamp karavan turizminin dijitalleşmesi ise pazarın sürdürülebilirliği ve tüketici taleplerine karşılık vermesi açısından faydalı olacaktır. Bu çalışma, Türkiye'deki kamp karavan turizmi mobil uygulamalarının mevcut durumunu ve ziyaretçilerin mobil uygulamalardan beklentilerini ortaya koymayı amaçlamaktadır. Öncelikle kamp karavan mobil uygulamalarına yönelik kullanıcı yorumları incelenmiş, sonrasında kamp karavan tesislerinde konaklayan 21 ziyaretçi ile görüşmeler

Bu makale için önerilen kaynak gösterimi (APA 6. Sürüm):

Yorgun, B., İlal, N. Ç., Çalışkan, U. & Ulusoy, H. (2023). Kamp Karavan Turizmi Mobil Uygulamalarına Dair Görüşler. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 25 (3), 1374-1399.

* Lisans Öğrencisi, Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, İktisadi İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, ORCID: 0009-0009-2469-1014, berfinyorgun@gmail.com

** Dr. Öğretim Üyesi, Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü, ORCID: 0000-0002-1170-4308, nurcelik@mu.edu.tr. (Sorumlu Yazar)

*** Doç. Dr., Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü, ORCID: 0000-0002-6844-7197, ugurcaliskan@mu.edu.tr.

**** Lisans Öğrencisi, Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü, ORCID: 0009-0009-7250-9678, hivdaayilmaz@gmail.com.

¹ Bu makale TÜBİTAK 2209-B Sanayiye Yönelik Lisans Araştırma Projeleri Destekleme Programı kapsamında 1139B412100577 proje numarası ile desteklenmiştir. Araştırma için Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Sosyal ve Beşerî Bilimler Araştırmaları Etik Kurulu'ndan 220043 protokol numarası ve 53 sayılı karara istinaden izin alınmıştır.

gerçekleştirilmiştir. Çalışma sonuçları, kamp ve karavan turizmine yönelik mobil uygulamaların içerik bakımından ziyaretçiler için yerel halk ve çevreyi de gözetenek kriterler çerçevesinde geliştirilmesi gerektiğini ortaya koymaktadır. Genel olarak sonuçlar hem bu alanda çalışan araştırmacılara hem de mobil uygulama tasarımcılarına yönelik öneriler sunmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Turizm, Kamp Karavan Turizmi, Mobil Uygulama, Muğla.

OPINIONS ON CAMP CARAVAN TOURISM MOBILE APPLICATIONS

Abstract

Recently, mobile applications have become an important tool in the development of products and services in tourism, as in other fields, and the number of studies on mobile applications is increasing. Camping and caravan tourism, which is in high demand, especially after the Covid 19 epidemic, offers a different experience to changing consumer preferences. The digitalization of camping and caravan tourism, which is a developing market, will be beneficial in terms of the sustainability of the market and its response to consumer demands. This study aims to reveal the current status of camping and caravan tourism mobile applications in Turkey and the expectations of visitors from mobile applications. First of all, user comments on camping caravan mobile applications were examined, and then interviews were conducted with 21 visitors staying in camp caravan facilities. The results of the study revealed that mobile applications for camping and caravan tourism should be developed within the framework of certain criteria, considering the local people and the environment in terms of content. Overall, the results offer suggestions for both researchers working in this field and mobile application designer.

Keywords: Tourism, Camping Caravan Tourism, Mobil Application, Muğla.

GİRİŞ

Turizm sektörü, teknolojik gelişmeler, artan nüfus, harcanabilir gelirin artması, ulaşımda yaşanan gelişmeler ile birlikte dünya ekonomisindeki yeri sürekli artan, ülkeler açısından önemli sektörlerden biri haline gelmiştir. Turizm faaliyetlerine katılmak artık lüks olmanın ötesinde ihtiyaç olarak öne çıkmaktadır. (Akoğlan Kozak, Evren & Çakır, 2013; Kiraz & Altun, 2020). Bununla birlikte destinasyonlar daha fazla turist çekebilmek amacıyla turizm ürün ve hizmetlerinde yenilik üretmeye çalışmaktadır. Yenilik turizm sektöründe rekabette üstünlük sağlama açısından oldukça önemli bir araç olarak görülmektedir (Williams & Shaw, 2011). Teknolojik gelişmeler ise yenilik yaratmanın en temel unsurları arasında yer almaktadır (Özbağ, 2012). Covid 19 sonrası dünyada, ürün ve hizmet üretim ve sunumunda teknolojinin kullanımı, uzun erimli bir dönüşümden ziyade hızla gerçekleştirilmesi gerekli bir zorunluluk olarak algılanmaktadır (Faraj vd., 2021). Turizmde genel olarak yeni teknolojiler yaratmaktan ziyade mevcut teknolojik altyapı ve olanaklar üzerine farklı içeriklerde hizmetler sunarak yenilik oluşturulmakta ve tüketiciler için yeni bir değer yaratarak, kar elde edilmesi amaçlanmaktadır (Demir & Şen Demir, 2015).

Teknolojideki hızlı gelişim ve değişim mobil cihazlara olan talebi artırmış, bu artışa paralel olarak mobil cihazlara indirilen uygulama sayısında da yıllar itibariyle artış yaşanmıştır (Eriksson, 2013). Ziyaretçiler, ihtiyaç duydukları hizmetlere ve bilgilere erişim sağlamayı talep etmekte (Werthner & Ricci, 2004) ve gittikçe artan bir oranda ürün ve hizmet gereksinimlerini mobil uygulamalar vasıtasıyla gidermektedirler (Husson & Ask, 2011). Aynı şekilde, Apple App Store, Nokia OVI Store, Windows Marketplace ve Google Play gibi farklı mobil uygulama mağazalarında, seyahat ve turizm sektörüne yönelik çok sayıda mobil uygulama (APP) mevcuttur (Eriksson, 2013). Benzer şekilde, alanyazında seyahat ve turizm sektöründeki genel mobil uygulamalara ilişkin turistlerin/kullanıcıların görüşlerini inceleyen çalışma sayısı artmaktadır (bkz. Brennan, 2020; Fang vd., 2017; Gupta vd., 2018; Hussein & Ahmed, 2022; Kırlar Can vd., 2017; Manczak & Bajak, 2021; Şanlıöz vd., 2013; Yılmaz & Olgaç, 2016). Buna karşılık kamp karavan turizmi gibi daha niş alana sahip özellikteki turizm türlerine yönelik hem uygulamalar daha az sayıdadır hem de kamp-karavan gibi turizm türlerine özel mobil uygulamalar ile ilgili yapılan çalışmaların sayısı daha kısıtlıdır (Dimitrovski vd., 2019; Espiner vd., 2021; Hernández-Garrido vd., 2022; Makhmudova & Meyliyev, 2022; Nóbrega & Oliveira, 2022; Sigala vd., 2023). Buna ek olarak, özellikle Covid 19 salgınından sonra tüketicilerin tatil tercihleri ve ihtiyaçlarının değişmiş olmasıyla birlikte karavan satışlarının arttığı gözlenmiş, kamp ve karavan turizminin pandemiden etkilenmeyen birkaç turizm türünden biri olduğu ifade edilmiştir (Hernández-Garrido vd., 2022). Kamp ve karavan turizmi, insanların şehrin gürültüsünden uzaklaşarak doğa ile iç içe tatil yapma isteklerine yanıt verdiği için, son zamanlarda artan sayıda kişi tarafından tercih edilmektedir. Bu çerçevede, kamp ve karavan turizminin dijitalleşmesi ve teknolojiye uyum sağlaması, bu pazarın gelişimi açısından faydalı olacaktır.

Öte yandan, alan yazında kamp ve karavan turizmine yönelik mobil uygulamaları ele alan çalışmalar, ikincil veriler (kullanıcı yorumları) üzerinden uygulamalara yönelik görüşleri değerlendirmişlerdir (Hernández-Garrido vd., 2022; Mikulić, vd. 2017). Bu çalışma ise sadece kullanıcı yorumlarını değil, kamp alanlarını ziyaret eden turistlerin görüşlerini de kapsamaktadır. Aynı zamanda çalışma, mobil uygulama kullanan ziyaretçilerin yanı sıra kullanmayan ziyaretçilerin de görüşlerini yansıtmaktadır. Çalışma temel olarak aşağıdaki sorulara cevap aramayı amaçlamaktadır;

1. Kamp ve karavan turistlerinin genel olarak beklentileri nelerdir?
2. Kamp ve karavan turistlerinin mobil uygulamalardan beklentileri nelerdir?
3. Kamp ve karavan turizmine yönelik mevcut mobil uygulamalardaki eksiklikler ve kullanım sırasında yaşanan sorunlar nelerdir?

4. Turistlerin, kamp ve karavan turizmine yönelik geliştirilecek bir mobil uygulamada olmasını istedikleri özellikler nelerdir?

Yukarıda ifade edilen araştırma soruları kapsamında ortaya konan bu çalışma, kamp karavan turizmi mobil uygulamalarının tasarımı ve uygulama alanlarına ilişkin faydalı bilgiler sunarak, alanyazına katkı sağlama potansiyeline sahiptir. Ayrıca, yapılan bu çalışma, mobil uygulamalar üzerine çalışan araştırmacılara ve mobil uygulama geliştiricilerine pratik bilgiler vermenin yanı sıra turizm türlerine yönelik farklılaştırılmış mobil uygulamaların geliştirilmesine yönelik temel bilgiler sağlama ve gelecekteki çalışmalara araştırma konusu olması açısından önem arz etmektedir.

KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Son yıllarda turizm sektöründe yaşanan gelişmeler turistlerin seyahat davranışlarını etkilemekte, farklı seyahat türleri ve davranışları gündeme gelmektedir. Kitle turizminin, hava ve gürültü kirliliği, betonlaşma, biyolojik çeşitliliğin azalması, kültürel miras ve yerel kimliğin kaybolması gibi olumsuz etkileri, insanları yeni, denenmemiş, çevre ve kültür dostu turistik deneyimlere yönlendirmektedir (Çavuşgil Köse & Uca Özer, 2013). Özellikle Covid 19 pandemisinde gündeme gelen insanlardan uzak durma olgusu (sosyal mesafe kavramı) turistlerin satın alma davranışlarını, tatil anlayışlarını ve turizm tercihlerini etkilemiştir. Örneğin daha önce mobil uygulamalar kullanarak alışveriş yapmayan tüketici, salgının yarattığı korku ve kısıtlamalar nedeniyle bu uygulamaları kullanarak teknolojiye uyum sağlamaya başlamıştır (Aleaddinoğlu & Rol, 2020). Benzer şekilde salgın sonrası turistler, bireysel olarak veya çekirdek aileleri ile birlikte seyahat etmeye (Çetinkaya vd., 2020), kitlesele turizmden ziyade, doğa temelli turizme (Wachyuni & Kusumaningrum, 2020) ve tatil köyü ve büyük oteller yerine sosyal mesafenin mümkün olduğu kamp ve karavan turizmine (Şengel vd., 2020) yönelmişlerdir. Bu çerçevede, kamp ve karavan turizmi özellikle sosyal mesafe kavramına uygun ve kalabalıktan uzak, doğal güzelliklerin içinde gerçekleştirilen, turistlerin beslenme, aktivite gibi gereksinimlerini kalabalığa dâhil olmadan karşılamasına olanak sağlayabilen bir turizm türüdür. Alternatif bir konaklama ve yaşam biçimi olarak ortaya çıkan kamp karavan turizmi (Brooker & Joppe, 2013), insanın doğa ile baş başa olması ve doğada zaman geçirme arzusu ile turistlerin başka merak ve ilgi alanlarına yönelmeye başlaması ile ön plana çıkmaya başlamıştır (Zayım vd., 2022).

Teknoloji tabanlı mobil uygulamalar, turizm sektöründe başarıyla uygulanmaktadır (Kim & Kim, 2017) ve ziyaretçilere birçok kolaylık sunmaktadır (Tan vd., 2017). Çevrimiçi mobil uygulama mağazalarında, ulaşım rotalarını planlama, konaklama, kültürel miras alanlarına yönelik rehberlik, kültürel etkinlikler, sportif etkinlikler, şehir rehberleri ve bölgesel rehberler gibi birçok alanda mobil uygulamalara rastlamak mümkündür (Manczak & Bajak, 2021). Bu uygulamalar temelde turistlerin seyahat öncesinde ve esnasında sahip olması

gereken bilgileri (ulaşım bilgileri, görülmesi/yapılması gerekenler, nelerin meşhur olduğu, konaklama imkânları, vb.) sunmaktadır (Olgaç & Yılmaz, 2016). Son yıllarda ortaya çıkan kamp ve karavan turizmi ile ilgili uygulamalar ise, coğrafi konum, fotoğraflar, diğer kullanıcı yorumları, uygun yer bulma gibi önemli bilgiler sağlamaktadır (Hernández, Perea & Pérez-Calañas, 2020).

Turistlerin mobil uygulamaları değerlendirirken; zengin (ama gereksiz bilgiden ziyade turistlerin ihtiyaçlarına ilişkin), güncel ve doğru bilgilere sahip olması ile tasarım, kullanım kolaylığı, güvenlik ve görsel çekicilik unsurlarını önemsedikleri belirtilmektedir (Karle & Fensel, 2016). Benzer şekilde, Pawłowska-Legwand (2019), turistlerin yola çıkmadan önce bilgi ve iletişim teknolojilerini kullanmaya istekli olduklarını ve en çok seyahatlerin düzenlenmesi için gerekli bilgilere erişim sağlayan uygulamalarla ilgilendiklerini ortaya koymuşlardır. Uslu vd. (2020) mobil uygulamanın fiyatının, performansı ve hızının, sahip olduğu dil seçeneklerinin, telefondaki gereksindiği hafızanın az olmasının ve kullanıcı yorumlarının ve hızın mobil uygulama seçiminde etkili olduğunu ortaya koymuşlardır. Hussein & Ahmed, (2022) turizm işletmeleri için geliştirilen/geliştirilecek mobil uygulamalarda içerik yönetimi hizmetleri (multimedya bilgileri, kişisel rotalar için öneriler), konum tabanlı hizmetler (coğrafi konum haritası, coğrafi konumlu sesli turlar, artırılmış gerçeklik), mobil cüzdan (mobil ödeme, mobil biletleme, sadakat kartları, kupon ve voucher), sosyallik (sosyal medya ve internet portallarıyla entegrasyon, sanal kartpostallar, sosyal paylaşım, coğrafi konum sosyal paylaşımı, seyahat günlüğü) ve hizmet gereksinimleri sınıflandırması için karar hiyerarşisi (ücretsiz indirme, çok dilli seçenek, çevrimdışı kullanılabilir hizmet, kullanıcı dostu ve etkili arayüz, farklı işletim sistemleriyle uyumluluk) gibi unsurların ön plana çıktığını belirtmiştir. Diğer birçok çalışmada (Dirin vd., 2018; Garcia-Lopez vd. 2021; Hashim & Isse, 2019) seyahat sektöründe kullanılan mobil uygulamaların genel olarak çoklu dil hizmeti sunması, konum tabanlı hizmetleri içermesi, kullanıcı dostu olması, sosyal medya etkileşimi sağlaması ve güvenlik gibi kriterlere sahip olması gerektiği ortaya konmuştur.

Mobil uygulamaların genel olarak seyahat/turizm sektörünün bütünü göz önüne alınarak tasarlanmasına ve geliştirilmesine karşın, turizm türü veya hizmetleri özelinde uygulamalar da bulunmaktadır. Örneğin Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından geliştirilen Türkiye'nin Müzeleri uygulaması, kültür turizmine yönelik olarak hazırlanmış olup, Türkiye'de yer alan müzelerin konum, fiyat ve içerikleri hakkında genel bilgiler vermektedir (T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2021). Konya Ekoturizm uygulaması ise, Konya'da yer alan eko turizm rotalarını ve değerlerini içermektedir (Konya Ekoturizm, 2023).

Turizm sektöründe mobil uygulamalar özellikle son on yılda araştırmacıların üzerinde sıklıkla çalıştığı konular arasında yer almaktadır (Bellman vd., 2011;

Buhalis, 2019; Choedon & Lee, 2018; Şanlıöz vd., 2013). Bununla birlikte, niş pazarlara yönelik uygulamaları odağına alan çalışma sayısının kısıtlı olmasının ötesinde kamp ve karavan turizmine yönelik mobil uygulamaların ele alındığı çalışmalar çok daha az sayıdadır (Espiner vd., 2021; Hernández-Garrido & Perea, Pérez-Calañas, 2022).

Dickinson vd. (2013), mobil teknolojinin turistlere kişiselleştirilmiş uzamsal ve zamansal bilgi sağlanması, ziyaretçi yönetimi ve sürdürülebilir turizm gelişimi için bir fırsatlar sunduğunu ifade etmiştir. Espiner vd. (2021), kampçılar arasındaki bilgi alışverişinin çoğunlukla mobil uygulamalar ve sosyal medya aracılığı ile gerçekleştiğini ifade etmiştir. Mobil kamp uygulamaları sayesinde kampçılar birbirleriyle çok hızlı ve kolay bir şekilde bilgi alışverişi yapabilmektedir. Bu durum kampçılar tarafından çok olumlu algılansa da genellikle kamp yöneticileri için büyük bir zorluklar oluşturabildiği ortaya konmuştur (Espiner vd., 2021). Diğer bir çalışmada ise İspanyol kullanıcıların, altı kamp karavan uygulamasına yönelik yorumları üzerinden kamp karavan turizminin pandemiden olumsuz etkilenmediği ancak mobil uygulama geliştiricilerinin kamp-karavan mobil uygulamalarında doğru stratejileri izlemediği ortaya konmuştur (Hernández-Garrido vd., 2022). Kamp karavan turizminin dijitalleştirilmesi, bu turizm türünün günümüz koşullarına uygun olarak geliştirilmesi açısından da önemli bir araçtır (Escobar-Rodríguez vd., 2022). Çünkü Hernández-Garrido vd. (2022), kamp-karavan uygulamaları söz konusu olduğunda, bu sektörle ilgili az sayıda uygulama olmasına rağmen, kamp-karavan kullanıcıları arasında iyi bilindiğini ifade etmişlerdir.

Özellikle Covid-19 salgını sonrası ve sonrasında, turistler tatillerinde diğer insanlardan izole ortamları tercih etmekte (Kour vd., 2020) ve teknolojik imkânlar kullanılarak sunulan ürünlere/hizmetlere yönelmektedirler (Itani & Hollebeek, 2021). Bu çerçevede, teknolojik gelişmeler önümüzdeki dönemde turizm sektörü için hayati bir unsur olarak ön plana çıkmakta, sektörün sürdürülebilirliği turistlerin beklentilerini karşılayan programları gerekli kılmaktadır. Bu noktada gerek alan yazında gerekse mobil uygulama mağazalarında sınırlı sayıda mevcut olan kamp ve karavan turizmi uygulamalarında yaşanan olası sorunların kullanıcı yorumları ve kamp karavan turizmine katılan ziyaretçiler aracılığı ile ortaya konması ileride geliştirilebilecek uygulamalar açısından önemlidir. Sadece yeni bir uygulama değil mevcut uygulamaların geliştirilmesi noktasında da çalışma faydalı olacaktır. Bu bağlamda bu çalışma, kamp ve karavan turizmine yönelik mobil uygulamalar da olmazsa olmaz kriterler nelerdir ve mevcut uygulamaları kullanım sırasında yaşanan sorunlar nelerdir sorularına cevap aramaktadır. Kullanıcıların görüş ve beklentilerini inceleyen bu çalışma, uygulama geliştiricilere yönelik pratik bilgiler ortaya koyarken, alan yazında var olan boşluğa katkı sağlamayı amaçlamaktadır.

YÖNTEM

Çalışma Alanı

Çalışma Muğla ilinin ilçelerinde (Marmaris, Datça, Fethiye, Ula-Akyaka) gerçekleştirilmiştir. Kültür ve Turizm Bakanlığı verilerine göre, 2022 yılında 2.977.103 yerli ve yabancı ziyaretçiyi ağırlayan Muğla, İstanbul, Antalya ve Edirne'den sonra en fazla ziyaretçi ağırlayan dördüncü il konumunda bulunmaktadır. Ayrıca, Kültür ve Turizm Bakanlığı (2021) verileri uyarınca, kamping tesis sayısı bakımından Ege Bölgesi, Doğu Marmara bölgesi ile birlikte birinci sırada yer almaktadır. Muğla'da otuz dokuz kamp tesisi bulunmaktadır (Muğla İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2023). Muğla'da 2022 yılında, kamping tesislerinde, 10.902 yerli ve yabancı turist, toplam 32.699 gece konaklamıştır (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2022). Bu veriler, Muğla'nın Türkiye için önemli bir turizm destinasyonu olmasının ötesinde, kamp-karavan turizmi açısından en fazla tercih edilen il konumunda olduğunu göstermektedir. Dolayısıyla, kamp-karavan turizmi mobil uygulamalarına yönelik yapılan bu çalışmada Muğla, bu veriler dikkate alınarak seçilmiştir.

Veri Derlenmesi

Nitel araştırma yöntemi kullanılarak, kamp-karavan turizmine katılan ziyaretçilerin mobil uygulamalara ilişkin görüş ve beklentilerinin incelendiği bu çalışmada ilk olarak kapsamlı bir alan yazın taraması gerçekleştirilmiştir. Araştırma sorularına derinlemesine cevap bulabilmek için, çalışma iki aşamalı olarak gerçekleştirilmiştir. İlk olarak internet sitelerinde yer alan kullanıcı yorumlarından (ikincil veriler) yararlanılmış, sonrasında ise kamp karavan turizmine katılan ziyaretçiler ile yarı yapılandırılmış görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Araştırma için Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Sosyal ve Beşerî Bilimler Araştırmaları Etik Kuruluna başvuru sonucunda 220043 protokol numarası ve 53 sayılı karara istinaden çalışmanın etik açıdan uygunluğuna dair onay alınmıştır.

İnternet sitelerinde yer alan kullanıcı yorumları

Çalışma kapsamında ilk olarak, Google Play ve Apple Store uygulama mağazalarında yer alan kamp ve karavan turizmine yönelik mevcut mobil uygulamalar araştırılmıştır. Kamp ve karavan turizmine yönelik 5000 ve üzeri indirme sayısı ile 100 ve üzeri kullanıcı yorumuna sahip 3 mobil uygulamada (Kamp Pusulası, Doğaya Kaçış, Kampp) yer alan, 31 Ağustos 2022 tarihine kadar yapılan 3896 yorum incelenmiştir. Dolayısıyla, kullanıcıların görüşlerinin genel olarak anlaşılması ve aktarılması açısından yeterli örnekleme ulaşıldığı ifade edilebilir. Bu kapsamda veriler içerik analizine tabi tutulmuş ve önce kodlanmış daha sonra temalara ayrılmıştır.

Yarı yapılandırılmış görüşmeler

Araştırma kapsamında, kamp ve karavan turizmine yönelik mobil uygulamalara ilişkin derinlemesine bilgi edinmek amaçladığı için yarı yapılandırılmış görüşme formundan yararlanmıştır. Yarı yapılandırılmış görüşme formunun kullanılmasının bir diğer nedeni ise, yarı yapılandırılmış görüşmeler sırasında gündeme gelen konular ile ilgili ziyaretçilere yeni sorular sorabilmeye olanak tanımasıdır (Kozak, 2015).

Görüşme soruları, ilgili yazında yer alan kamp karavan turizmi (Doğantan, 2014); GPS tabanlı mobil uygulamalar (Chung vd., 2017; Majewska, 2017; Noguera vd., 2012), mobil uygulamalar ile kamp ve karavan turizmini birlikte ele alan az sayıdaki çalışmalar (Espiner vd., 2021; Hernández-Garrido vd. 2022) ve mobil uygulamalarda yer alan kullanıcı yorumları dikkate alınarak oluşturulmuştur. Sonrasında, araştırmacıların mensubu olduğu üniversitenin İktisadi ve İdari Bilimler ile Turizm Fakültelerinde görev yapan dört akademisyenin görüşlerine başvurulmuş ve görüş ve öneriler çerçevesinde soru formu oluşturulmuştur. Soru formları oluşturulduktan sonra, Köyceğiz’de kamp alanında tatil yapan iki ziyaretçi ile pilot görüşme gerçekleştirilmiştir. Görüşme formunda yer alan “GPS tabanlı bir konaklama takip sisteminin kamp karavan turizmine katılan ziyaretçiler açısından avantajları ve dezavantajları neler olabilir?” sorusu diğer sorularla aynı cevapları içerdiği ve katılımcıların bu soruyu cevaplarken isteksiz davranmalarından dolayı çıkartılmıştır. Bu iki görüşme hem kayıt altına alınmadığı hem de not alınmadığı için analize dahil edilmemiştir. Soru formunun nihai hali aşağıda belirtilen sorulardan oluşmuştur;

Yaş: Cinsiyet:

Eğitim: Meslek:

1. Kaç yıldır kamp ve karavan turizmi ile ilgili faaliyetlere katılıyorsunuz?
2. Sizce kamp ve karavan turizmi nedir? Kamp ve karavan turizmi ile ilgili bildiklerinizden bahsedebilir misiniz?
3. Kamp ve karavan turizmine yönelik bir destinasyon tercih ederken nelere dikkat ediyorsunuz?
4. Günümüzde kamp ve karavan turizminde yaşanan sorunlar nelerdir?
5. Günümüzde kamp ve karavan turizmine katılan ziyaretçilerin beklentileri nelerdir?
6. Daha önce kamp karavan turizmine yönelik bir mobil uygulama kullandınız mı? Kullanmayı düşünür müsünüz?
7. Kamp karavan turizmine yönelik bir uygulamada hangi/ne tür özellikleri bulunması gerektiğini düşünüyorsunuz?
8. Mevcut uygulamaların eksik yönleri nelerdir?
9. Kullanışlı bir uygulama tasarlanırken nelere dikkat edilmelidir?

10.Kamp ve karavan turizmine yönelik uygulamalara ücret öder misiniz? Uygulamayı ücretli olarak indirmek için sizi teşvik edecek unsur ne olmalıdır?

Nitel araştırmalar için yeterli/gerekli katılımcı sayısı hakkında alan yazında fikir birliği olmamakla birlikte, bazı araştırmacılar verilen cevapların tekrar etmeye başladığı noktada sayının yeterli olduğunu savunmaktadırlar (Creswell, 2015; Miles & Huberman, 2016). Ziyaretçilerin belirlenmesinde, araştırmacılarından birinin daha önce Akyaka’da bulunan kamp ve karavan tesisinde çalışması etkili olmuştur. Görüşmeyi kabul eden ziyaretçilerden çalışmanın içeriği açısından görüşülmesini tavsiye ettikleri kişiler olup olmadıkları sorulmuş ve bu kişilerin iletişim bilgileri alınarak, onlarla da irtibata geçilerek, görüşmeyi kabul edenlerle de görüşme gerçekleştirilmiştir.

Bu çerçevede, 10.07.2022-16.08.2022 tarihleri arasında Datça ve Fethiye’den dörder, Marmaris’ten iki, Ula (Akyaka)’da on bir olmak üzere toplam 21 katılımcı ile yüz yüze ve çevrimiçi olarak görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Görüşme başlamadan önce, katılımcı ile tanışılmış, kısa bir sohbet edilmiş, araştırmanın amacı ve içeriği ile çalışma ekibi hakkında bilgi verilmiştir. Yüz yüze görüşmelerde görüşme soruları katılımcıya görüşme esnasında verilmiş hem katılımcı hem de görüşmeyi yapan kişide takip açısından hazır olarak bulunmuştur. Sonrasında görüşmelerin kayıt altına alınması hususunda izinleri alınmış ve katılımcı onam formu görüşme başlamadan karşılıklı olarak imzalanmıştır. Görüşmelerin kayıt altına alınmasını istemeyen katılımcılarla yapılan görüşmeler ise, araştırmacılar tarafından not edilmiştir. Görüşmeler 30 dakika ile 1 saat 30 dakika arasında sürmüştür. İnanırlık çalışmaları, görüşme sorularında uzman görüşü alınması, görüşmeler sırasında ses kaydı alınması ve katılımcı teyidi ile gerçekleştirilmiştir.

Analiz

Hem ikincil veriler hem de yüz yüze görüşmelerden elde edilen verilerin incelenmesi için içerik analizinden yararlanılmıştır. İçerik analizi, görsellerde, metinlerde veya söylemlerde, vurgu yapılan kavram/olay ve/veya düşüncelerin belirlenmesi ve bu yolla sonuçlara ulaşılması amacıyla yapıldığı için (Kozak, 2015) bu çalışma için uygun bir analiz yöntemidir.

Analiz öncelikle verileri düzenleme süreci ile başlamıştır. Veri analizi süreci Creswell (2013) tarafından da ifade edildiği üzere, bağımsız şekilde değil, birbiri ile bağlantılı ve eşzamanlı yürütülmüştür. Veriler tüm görüşmeler bittikten sonra değil her bir görüşmenin ardından araştırmacılar tarafından paylaşılarak bilgisayar ortamına aktarılmıştır. İkincil veriler ise, bütüncül analize uygun olabilmesi için araştırmacılar tarafından tek bir Microsoft Word dosyası haline getirilmiştir. Kayıtlar ve kullanıcı yorumlarına ilişkin bütün dosyalar üç defa okunmuş ve araştırılan konuyla ilişkili kavram ve düşünceler ile ilgili notlar alınmıştır. Daha sonra veriler

kodlara ayrılmış, temalar altında birleştirilmiş ve temalar da ortak kategorilere göre düzenlenmiştir (Robinson & Schanzel, 2019).

BULGULAR

Internet sitelerinde yer alan kullanıcı yorumları

Google Play ve Apple Store mağazalarında yer alan kamp ve karavan turizmine yönelik uygulamalardan öncelikle 5000 ve üzeri indirme sayısı ile 100 ve üzeri kullanıcı yorumuna sahip 3 mobil uygulama (Kampp, Kamp Pusulası, Doğaya Kaçış) incelenmiştir.

Kampp, Google Play Store'da 50.000'in üzerinde kişi tarafından indirilmiş ve 375 kullanıcının yorum yaptığı uygulamaya genel olarak 4,1/5 puan verilmiştir. İndirme sayısı belirtilmediği Apple Store'da ise 51 kullanıcı uygulama hakkında yorum yaparken, uygulamaya 135 kullanıcı tarafından ortalama 4,4/5 puan verilmiştir. Bu uygulama içerisinde bölge, şehir ve isimlere göre kamp alanları arama, kamp alanlarına dair bilgiler edinme, yol tarifi alma, kamp alanlarına ilişkin deneyimlerini paylaşma, kamp ve doğa ile ilgili blog yazılarını okuma ve yeni destinasyonların/alanların uygulamaya eklenmesi bulunmaktadır. Ayrıca, uygulama ile yakın çevredeki kamp alanlarının bulunması veya bölgeler üzerinden spesifik kamp alanı arama imkânı da sunulmaktadır.

Kamp Pusulası, Google Play Store'da 50.000'in üzerinde kişi tarafından indirilmiş ve incelemenin gerçekleştirildiği tarih olan 31.08.2022'de 990 kullanıcının yorum yaptığı uygulamaya genel olarak 4,1/5 puan verilmiştir. İndirme sayısının belirtilmediği Apple Store'da ise 40 kullanıcı uygulama hakkında yorum yaparken, uygulamaya 263 kullanıcı tarafından ortalama 4,6/5 puan verilmiştir. Bu uygulama gelişmiş dil seçeneği sunmaktadır. Kamp alanları, karavan alanları, gezilecek yerler ve bungalov evler hakkında bilgiler sunmaktadır. Aynı zamanda etkinlikler hakkında da bilgi vermektedir. Kamp ve karavan alanlarına yönelik detaylı aramanın yapılabileceği sekme de mevcuttur. İncelenen ilk uygulamanın özelliklerine ek olarak sosyal etkinliklerin takip edilebileceği bir özellikte bulunmaktadır.

Apple Store'da yer almayan *Doğaya Kaçış* ise Google Play Store'da 50.000'in üzerinde kişi tarafından indirilmiş ve 2370 kullanıcının yorum yaptığı uygulamaya genel olarak 5/5 puan verilmiştir. 18.03.2022 tarihinde Apple Store da 70 kullanıcı yorumu bulunurken 31.08.2022 tarihinde yapılan incelemede ise uygulamanın Apple Store'da bulunmadığı tespit edilmiştir. Diğer uygulamalar gibi kamp yerleri ve alternatif rotalar ve nerede kamp yapılabileceği hakkında bilgiler sunmaktadır. Ayrıca uygulama, harita ve GPS özelliği de sunmakta, alternatif yol tariflerine uygulama üzerinden erişilebilmektedir. Seçilen kamp alanları ile ilgili kullanıcı yorumları, doğaya uyumlu aktiviteler (dağcılık, trekking, yamaç paraşütü vb.) hakkında da bilgiler sunmaktadır. Ayrıca kullanıcı tarafından kamp yeri ekleme özelliği de bulunmaktadır.

Bu üç mobil uygulamada yer alan toplam 3896 kullanıcı yorumuna ilişkin araştırma bulguları uygulama, “içeriğini geliştirme”, “fayda sağlama”, “görünürlük” ve “uygulamaya yönelik şikâyetler” olmak üzere 4 kategori altında toplanmıştır. Uygulama içeriğini geliştirme kategorisi, “kullanıcı ara yüzü”, “tasarım” ve “yazılım” alt temalarından oluşmaktadır. Bilgi, fiyat, iletişim bilgisi, filtreleme seçeneği, etkinlik, kullanıcı etkileşimi, fotoğraf, GPS, harita ve konumlandırma kodları “Kullanıcı ara yüzü” teması altında birleştirilmiştir. Dil seçenekleri, üyelik, kullanım kolaylığı/kullanıcı dostu kodları tasarım teması altında toplanmıştır. Yazılım alt teması ise; hız, güncelleme, uygulama boyutu, her telefona uyumluluk ve entegrasyon kodlarının birleşmesinden oluşmuştur. Fayda sağlama kategorisinde yer alan veriler ise kullanıcıya yönelik ve çevrenin korunmasına yönelik olmak üzere iki kod altında toplanmıştır. Reklam alt teması görünürlük kategorisini oluşturmaktadır. Uygulamaya yönelik şikâyetler kategorisinde yer alan veriler ise teknik problemler, kamp alanlarının listelenmemesi, hata verme ve güvenlik olmak üzere dört temada birleşmiştir. Belirlenen kategori, tema ve kodlar Tablo 1’de özet olarak gösterilmektedir.

Tablo 1: Kamp Karavan Turizmi Mobil Uygulama Kullanıcılarının Yorumlarına İlişkin Analiz Sonuçları*

Kategori	Tema	Kod
Uygulama İçeriğini Geliştirme	Kullanıcı Ara Yüzü	Bilgi
		Fiyat
		İletişim Bilegisi
		Filtreleme Seçeneği
		Fotoğraf
		Etkinlik (Aktiviteler)
		Kullanıcı Etkileşimi
		GPS, Harita, Konum
	Tasarım	Dil Seçenekleri
		Üyelik
		Kullanım Kolaylığı / Kullanıcı Dostu
	Yazılım	Hız
		Güncelleme
		Uygulama Boyutu
		Her telefona uyumluluk
Entegrasyon		
Fayda	Kullanıcıya Yönelik Fayda	Memnuniyet

Sağlama	Çevrenin Korunmasını Yönelik Fayda
Görünürlük	Reklam
Uygulamaya	Teknik Problemler
	Kamp alanlarının listelenmemesi
Yönelik	Hata verme
Şikâyetler	Güvenlik

*Analiz Sonuçları Ek-1’de detaylı olarak sunulmaktadır.

Kullanıcı yorumları incelendiğinde, kamp karavan turizmine yönelik mevcut uygulamalarda özellikle uygulama içeriğinin geliştirilmesi noktasına yönelik yorumlar oldukça fazladır. Kullanıcılar genel anlamda kullanıcı ara yüzünün belirli içerikler eklenerek geliştirilmesi noktasına dikkat çekmektedir. *“Kamp yerleri ile ilgili daha detaylı bilgiler olsa harika olur; hızlı bir şekilde içerikler zenginleştirilmeli, ulaşım olanakları konusunda bilgilendirme yapılmalı örneğin kendi imkânlarınız ile ya da toplu taşıma ile gidilebilir gibi”* yorumlardan da anlaşılacağı üzere kullanıcı ara yüzünün geliştirilmesinde o bölgeye yönelik her türlü bilgi (fiyatlandırma, olanaklar, iletişim, etkinlikler vb.) ön plana çıkmaktadır.

Uygulama içeriğinin geliştirilmesi noktasında kullanıcıların üzerinde durdukları bir diğer konu dil seçenekleri ve üyeliktir. Kullanıcılar özellikle alternatif dil seçeneklerinin olmasının ve üyelik ile uygulamaya giriş yapılmasının uygun olacağı görüşündedirler. Kullanıcıların yapmış olduğu *“dil seçeneği de olursa başka ülkelerden de indirim mümkün olabilir diye düşünüyorum; yabancı turistler için dil seçeneği olmalı böylelikle yurt dışından gelen birçok insana uygulamanızı tanıtabilirsiniz; farklı dil seçenekleri çok iyi olmuş, dil seçeneği olmalı”* gibi yorumlar uygulamanın daha geniş kitleye ulaşması noktasında dil seçeneklerinin artırılmasının avantaj olduğunu da göstermektedir.

Yorumlardan elde edilen veriler doğrultusunda bir diğer dikkat çeken nokta uygulamanın her telefona uyumlu olarak çalışabilmesi beklentisidir. Kullanıcılar indirilen uygulamanın sadece belirli marka telefonlar için değil her telefona uyumlu olarak tasarlanması gerektiğini belirtmişlerdir. Uygulamanın devamlılığı ve tanıtılması için ise kullanıcılar görünürlük konusuna dikkat çekmektedir. Hem sponsorluk (*“Reklam veren firmaların doğa ve kamp malzemeleri ile ilgili reklamlar koymasına tıklamaları da arttıracaktır”*) hem de uygulamaların tanıtılması (*“...böyle bir uygulamanın varlığından bile haberim yoktu bence birkaç sponsor olarak reklam vermelisiniz”*) konusunda kamp ve karavan turizmi ile ilişkili işletmeler ile yapılacak iş birliklerine vurgu yapılmaktadır.

Uygulamaya yönelik şikâyetler ise daha çok teknik problemler, kamp alanlarının listelenmemesi, uygulamanın hata vermesi ve güvenlik açıklarına yöneliktir. Özellikle teknik problemlerin (geri dönüş tuşunun olmaması, ekran yazılarının net okunmuyor oluşu vb.), dışında kamp alanlarının doğru listelenmemesi (örneğin birçok bölgenin kamp alanlarının listede yer almıyor oluşu)

kullanıcıların en çok şikâyet ettikleri konular arasındadır. Bir yorumda yer alan “...Bu ne ya Demre’de Kaş’ta o kadar kamp yeri var hiçbirini göstermiyor...” benzeri pek çok şikâyet bulunmaktadır. Uygulamanın hata vermesi/kendi kendine kapanması ve güvenlik açıklarının (spam, ortalama, telefonda/programda bulunan kişisel verilerin çalınması vb.) bulunması bir diğer şikâyetler arasında yer almaktadır.

Yarı yapılandırılmış görüşmeler sonucu elde edilen verilere yönelik bulgular

Görüşmeler, 4 farklı destinasyonda (Akyaka, Fethiye, Marmaris ve Datça) kamp-karavan alanlarında 21 kişi ile gerçekleştirilmiştir. Görüşülen kişiler farklı meslek gruplarında çalışmaktadır. Katılımcıların demografik bilgileri Tablo 2’de gösterilmekte olup, katılımcıların daha çok kendi işlerinde ve mesai kavramı olmadan çalışmaları dikkat çekmektedir.

Tablo 2: Katılımcılara Ait Bilgiler

Katılımcı	Cinsiyet	Yaş	Eğitim	Meslek	Kamp/Karavan Tatili Yapma Süresi
K1	Erkek	35	Lisans	Halkla İlişkiler Müdürü	10 yıl
K2	Erkek	30	Lisans	Özel bir şirkette Müdür	2 yıl
K3	Kadın	26	Ön Lisans	Sekreter	5 yıl
K4	Kadın	28	Lisans	Muhasebe	6 ay
K5	Kadın	22	Lisans	Hemşire	2 yıl
K6	Kadın	24	Yüksek Lisans	Öğrenci	4 yıl
K7	Erkek	19	Lisans	Öğrenci	6 yıl
K8	Kadın	43	Lise	Muhasebe	5 yıl
K9	Erkek	37	Lisans	Tenis Antrenörü	15 yıl
K10	Erkek	27	Lisans	Mekatronik Mühendisi	8 yıl
K11	Kadın	28	Lisans	Gıda Mühendisi	1 Yıl
K12	Kadın	39	Lisans	Mimar	7 yıl

K13	Kadın	47	Lisans	Sosyolog	10 yıl
K14	Erkek	41	Doktora	Öğretim Görevlisi	3 yıl
K15	Kadın	33	Lisans	Avukat	4 yıl
K16	Kadın	67	Lisans	Emekli	18 yıl
K17	Kadın	20	Lisans	Öğrenci	1 yıl
K18	Kadın	35	Ön Lisans	Muhasebe	4 yıl
K19	Erkek	45	Lisans	İşe Alım Uzmanı	7 yıl
K20	Kadın	55	Ön lisans	Ev Hanımı	20 yıl
K21	Erkek	37	Lisans	İnşaat Mühendisi	2 yıl

Katılımcıların %38'ini erkekler, %62'sini kadınlar oluşturmaktadır. Katılımcıların yaşı 19- 67 arasında değişmekte olup örneklemin geniş bir yaş skalasından kişileri içerdiği, dolayısıyla ihtiyaç ve beklentilere sahip bireylerin görüşlerinin çalışmaya yansdığı söylenebilir. Buna ek olarak, katılımcıların kamp-karavan turizm tecrübeleri 6 ay – 20 yıl arasında değişmekte olup görüşülen grubun ortalama olarak 6,5 yıldır kamp ve karavan turizmine katılım sağladığı tespit edilmiştir.

Katılımcılara kamp ve karavan turizminin neyi ifade ettiği sorulduğunda, görüşme yapılan kişilerin neredeyse tamamı ilk olarak kamp ve karavan turizmini özgürlük olarak ifade etmişlerdir. Sonrasında ise genel anlamda kamp karavan turizmini insanların doğa ile iç içe tatil yapmasına olanak sağlayan, daha ekonomik, alışlagelmiş otel ve dört duvar ev tatillerinin ötesinde, doğa ile iç içe, sakin ve huzurlu konaklama imkânı tanıyan, doğayı ve hayatta kalmayı öğreten bir turizm çeşidi olarak tanımlamışlardır.

Katılımcılar kamp ve karavan turizmine yönelik destinasyon tercih ederken coğrafi konuma önem vermekte, denize yakın yerleri tercih etmektedirler. Bunun dışında diğer önemli olan konular ise elektrik, tuvalet, temiz su, yiyecek içecek hizmetlerinin sunulması, hastane, alışveriş yapılabilecek market, manav gibi temel ihtiyaçlara yönelik hizmetlerin olması şeklinde ifade edilmiştir.

Kamp ve karavan turizmine yönelik ziyaretçilere beklentileri sorulduğunda ise verilen cevaplar katılımcılar arasında benzerlik göstermektedir. Duş ve tuvalet alanlarının olması, güvenli bir alan olması, temizlik, düz bir zemin, sessizlik,

gerekli ihtiyaçların karşılanabileceği işletmenin olması neredeyse tüm katılımcılar tarafından ifade edilmiştir.

Kamp ve karavan turizmine yönelik katılımcıların en fazla dile getirdiği sorun kamp alanının arz kaynakları ile ilgili olmuştur. Elektrik, su, tuvalet ve duşlar gibi elzem ihtiyaçların olmaması veya sınırlı olması, özellikle mevcut tuvalet ve duşların, çevrenin temizliğine dikkat edilmemesi, sivrisineklere yönelik önlemlerin alınmaması ve birçok yerin güvenlik konularına önem vermemesi, öne çıkan sorunlar arasındadır. Covid 19 pandemisinden sonra ise yaşanan aşırı kalabalık, fiyat artışı ve çevresel kirlilik katılımcılar tarafından önemli sorunlar olarak dile getirilmiştir.

Görüşme yapılan katılımcılara kamp ve karavan turizmine yönelik daha önce bir uygulama kullanıp kullanmadıkları sorulmuş ve 16 katılımcı daha önce böyle bir uygulama kullanmadıklarını ancak kullanmayı düşündüklerini ifade ederken, beş katılımcı ise daha önce kamp karavan turizmine yönelik eksiklikleri olsa da bir uygulama kullandıklarını ifade etmişlerdir.

Katılımcıların tamamı kamp ve karavan turizmine yönelik uygulamalara ücret ödeyebileceklerini ifade etmişlerdir. Yalnız bu uygulamayı indirecek olan katılımcıların ücret ödemek için ücretin minimum düzeyde tutulması, uygulamanın süreklilik arz etmesi, donanımlı ve kamp karavan turizmine yönelik ihtiyaçlara cevap verebilir nitelikte olması, kamp malzemeleri alırken kullanılacak indirim kodu ya da kamp yapılacak yerde uygulamayı kullananlara özel avantajların olması ve güvenilirliğinin olması gibi talepleri bulunmaktadır.

Yüz yüze görüşmelerden elde edilen verilere yönelik analiz sonuçları, kamp karavan turizmi mobil uygulama kullanıcılarının yorumlarına ilişkin analiz sonuçları ile benzerlik göstermektedir. Tablo 3’de görüldüğü üzere, katılımcıların kamp karavan turizmine yönelik mobil uygulamalara ilişkin ifadeleri 22 kod altında birleştirilmiştir. Söz konusu kodlar içerik açısından birleştirilmiş ve altı tema altında toplanmış ve bu temalar da çalışmanın amacı çerçevesinde uygulama içeriğini geliştirme ve fayda sağlama olmak üzere iki kategori altında birleştirilmiştir.

Tablo 3: Kamp Karavan Turizmine Katılan Ziyaretçiler ile Yapılan Görüşmelere İlişkin Analiz Sonuçları*

Kategori	Tema	Kod
Uygulama İçeriğini Geliştirme	Kullanıcı Ara Yüzü	İmkânlar / Temel İhtiyaçlar
		Bilgi
		Fiyat
		İletişim Bilgisi

		Acil Durum
		Etkinlik (Aktiviteler)
		Kullanıcı Etkileşimi
		Fotoğraf
		Şikâyetler
		GPS, Harita, Konum
	Tasarım	Kullanım Kolaylığı / Kullanıcı Dostu
		Yazı Boyutu ve Rengi
	Yazılım	Hız
		Güncelleme
		Uygulama Boyutu
		Entegrasyon
		Kolay İndirme
Çevrimdışı Kullanım		
	Güvenlik	
Fayda Sağlama	Kullanıcıya Yönelik Fayda Çevrenin Korunmasına Yönelik Fayda Yerel Halka Yönelik Fayda	

*Analiz Sonuçları Ek-1’de detaylı olarak sunulmaktadır.

Uygulama içeriğini geliştirme kategorisi kullanıcıların beklentilerinin başında gelmektedir. Bu kategori altında kullanıcı ara yüzü, tasarım ve yazılım temaları belirlenmiştir. Kullanıcı ara yüzünde bilgi, fiyat, iletişim bilgisi, etkinlik, kullanıcı etkileşimi, harita ve fotoğraf sekmelerinin (bu bulgular mobil uygulama kullanıcılarının yorumlarına ilişkin analiz sonuçları ile örtüşmektedir) yanı sıra kamp ve karavan tesislerinin sunduğu imkanlar ile acil durum ve şikâyetlerin ana ekranda yer almasının önemli olduğu katılımcılar tarafından vurgulanmıştır. Özellikle katılımcıların tamamına yakını, uygulamada, kamp ve karavan alanının gerçek ve güncel görsellerin, içme suyu, duş, tuvalet, yeme içme gibi temel ihtiyaçların bulunup bulunmadığına gösterecek şekilde, yer almasının son derece önemli olduğunu dile getirmeleri dikkat çekicidir. Bununla birlikte acil durumda ulaşılabilecek iletişim numaralarının da bulunması kamp ve karavan ziyaretçilerinin özellikle üzerinde durduğu bir konudur. Daha özgür bir tatil anlayışını yansıtan kamp ve karavan turizminde beklenmedik bir durumla karşılaşıldığında ulaşılabilecek iletişim numaralarının toplu halde bir sekmede bulunması uygulamayı daha faydalı hale getirecektir. Katılımcıların “*kötü hava şartlarında yolda kalma gibi durumlarda ulaşılabilir olmayı sağlamalı, acil yardım gerektiren durumlar için eğitim ve öneri vermeli (K5); diyelim böcek soktu acil durum butonu olmalı (K14)*” gibi ifadeleri kamp karavan turizmine katılan kişiler tarafından konunun önemini vurgulamaktadır. Şikâyetlerin de mobil uygulama ana ekranında yer alması, daha

önce yaşanan eksiklikleri ve olumsuzlukları bilerek o bölgeye gitmek veya önlem olarak gitmek açısından önemli olacağı ifade edilmiştir.

Uygulamanın kullanıcı dostu olması ve yazı rengi ile boyutunun doğru bir şekilde tercih edilmesi tasarım açısından önemli kriterler olarak dile getirilmiştir. Özellikle silik, sönük, okuması güç yazılar ve renkler mobil uygulamanın kullanımını zorlaştıracaktır. Uygulama içeriği geliştirme sürecinde bu noktalara özen gösterilmesi önem arz etmektedir. Buna karşılık, kamp karavan turizmi mobil uygulama kullanıcılarının yorumları incelendiğinde yazı rengi ve boyutu konusuna yorumlarda rastlanmamıştır. Bunun sebebi de mevcut uygulamaların uzman kişiler tarafından yapılarak bu konuya dikkat ederek piyasaya bu uygulamaları sunmaları olabilir. Kamp ve karavan turizmine yönelik yüz yüze görüşmelerde uygulama kullanmayanların sayısı daha fazla olduğu için bu konuya dikkat çekmeleri olağandır. Bununla birlikte, Uslu vd. (2020) tarafından da dile getirildiği gibi dil seçenekleri ve üyelik konusu birçok yorumda tasarım noktasında önemle üzerinde durulan husustur.

Hız, güncelleme, uygulama boyutu, entegrasyon, kolay indirme, çevrimdışı kullanım ve güvenlik konuları da yazılım teması altında ifade edilmiştir. Katılımcılar uygulamanın ve sayfalar arası geçişin hızlı olması gerektiğini belirtmektedirler. Katılımcılardan birinin “*Ön önemli konulardan biri de hız, eğer uygulama hızlı değilse ve sürekli dönen bir ekran varsa en iyi uygulamayı da yapsanız kişi siler geçer (K14)*” ifadesi hız konusunun önemli bir etken olduğunu göstermektedir. Bununla birlikte uygulamalara yönelik kullanıcı yorumlarında yer alan uygulamanın yavaş olması, sayfalar arası geçiş esnasında sürekli dönen bir ikonun yer alması gibi şikâyetler ile yüz yüze görüşme verileri örtüşmektedir. Bu kapsamda, uygulama boyutu yine telefon hafızası küçük olan kullanıcıları da dikkate alarak düşünülmelidir. Uygulama boyutunun çok fazla yer kaplamaması uygulamanın kolay indirilmesini de beraberinde getirecektir. Çevrimdışı kullanım da katılımcılar tarafından sıklıkla dile getirilmiştir. Özellikle kamp karavan turizmine katılan ziyaretçilerin daha sakin, kalabalıktan uzak yerleri tercih etmeleri de göz önünde bulundurulduğunda uygulama içeriği geliştirilirken üzerinde durulması gereken yazılım özelliklerinden biridir.

Katılımcıların birçoğu uygulamanın sadece içerik olarak geliştirilmesinin ötesinde kullanıcıya, çevreye ve yerel halka yönelik faydalar sağlamasını belirtmişlerdir. Katılımcılar tarafından geliştirilecek bir uygulamanın uygulamayı indirenlere yönelik teşvikler (giriş indirimi, kuponlar vb.) içermesi, kullanıcının ihtiyaçlarına cevap verebilecek nitelikte olması, kampa yeni başlayanlar, amatör kampçılar, kamp yerleri arayan maceracılar için bilgilendirici olması diğer bir ifadeyle kullanıcılara yönelik fayda sağlaması gerektiği dile getirilmiştir. Mobil uygulamalara yönelik kullanıcı yorumları incelendiğinde de memnuniyet içerikli yorumlarda uygulamaların kullanıcıya yönelik sağladığı faydalara yer verilmiştir

(“... kamp yapmayı sevenler için güzel bir rehber; kamp yapmak isteyenler nereye gideceklerini bilemeyenler bu uygulamadan faydalanabilir...”). Son olarak uygulamaların sadece kullanıcıya fayda sağlamaması kamp ve karavan turizminin gerçekleştirildiği destinasyona yönelik de fayda sağlaması gerektiği katılımcıların verdikleri yanıtlar arasında yer almaktadır. Katılımcıların “...kamp alanı düzeni sağlamayı öğretmeli, (çöp, yangın vb.) bilgilendirici olmalı” (K5), “çevreni temiz tut bildirimleri kesinlikle olmalı” (K10) gibi yanıtları uygulamanın turizmin yaratıcı çevresel etkileri en aza indirmek için fayda sağlaması ve böylelikle kamp alanlarının sürdürülebilirliğini sağlamak adına uygulamaların faydalı olması gerektiği vurgulanmaktadır. Destinasyona yönelik fayda sağlanması noktasında üzerinde durulan bir diğer konu ise yerel topluma ilişkin katkıların, yerel halkla irtibat imkânların uygulamalarda olmasına ilişkin beklentilerin sıklıkla dile getirilmesidir. Özellikle “Bir kere yerel halka yönelik yaptığımız tatilin ne faydası var bunlar dikkate alınmalı ve uygulama da bir taraftan bunları da kullanıcılara anlatmalı mutlaka civarda ürün satan teyzelere vs. yer verilmeli onların yeri belirlenip uygulamaya eklenmeli” (K15), “Uygulama kamp ve karavan ziyaretçisinin tipik her şey dâhil otel müşterisinden farklı oluşuna dikkat çekip yerel esnafa yönelik bilgi içermeli” (K19) gibi yerel halkın fayda sağlamasına yönelik ifadeler dikkat çekicidir. Katılımcılar, uygulamaların içerisinde sadece kullanıcıya yönelik değil, kamp alanlarının korunmasına ve oradaki yerel halka yönelik bilgilendirici içeriklerin yer almasının da faydalı olacağını ifade etmektedirler.

TARTIŞMA VE SONUÇ

Yeni normal dönemde ziyaretçilerin, kitle turizminden ve aşırı kalabalık destinasyonlardan kaçınarak daha az kalabalık bölgelere bireysel olarak seyahat etme eğiliminde olmaları muhtemeldir (Wang & Ackerman, 2019). Bu doğrultuda kamp ve karavan turizmi, turistlerin bu tercihlerine cevap verebilecek nitelikte bir turizm alternatifi olarak karşımıza çıkmaktadır. Mobil uygulamalar ise insan ihtiyaçlarını karşılayan ve kolaylaştıran (Uğur & Turan, 2015: 64) ve her sektörde olduğu gibi turizm sektöründe de sıklıkla kullanılan teknolojik bir gelişmedir. Turistin ihtiyaçlarına gerçek zamanlı cevap verebilecek, giderek daha dinamik, esnek ve akıllı araçlar yaratma ihtiyacı her geçen gün artacaktır (Pulido, 2016). Günümüzde mobil uygulamalar turizmin birçok alanında kullanılmaya başlanmışken ve mobil uygulamalara yönelik çalışmalar turizmi daha makro düzeyde incelerken, kamp karavan turizmi gibi daha niş pazarlara yönelik mobil uygulamaların hem sayısı hem de bu alanda yapılan çalışmalar oldukça sınırlı kalmaktadır. Bu çerçevede, kamp karavan ziyaretine katılan ziyaretçilerin mobil uygulamalara yönelik görüşlerini inceleyen bu çalışma, kamp ve karavan turizmine yönelik uygulama geliştirecek olan yazılımcılara ve bu alanda çalışacak kişilere yönelik birtakım bilgiler sunmaktadır.

Mobil uygulamalarda kullanıcı deneyimi ve kullanılabilirlik, uygulamanın başarısı üzerinde önemli bir etkiye sahiptir (Harrison vd., 2013). Çalışmanın sonuçlarının, kullanılabilirliğin bileşenlerinin ortaya konulduğu çalışmalar ile (Groth

& Haslwanter, 2016; Hussein & Ahmed, 2022) kısmen örtüştüğü görülmektedir. Şöyle ki kullanılabilirlik, öğrenilebilirlik, etkinlik, akılda kalıcılık, memnuniyet, hatalar ve fayda gibi bileşenlere bağlıdır. Çalışmada bu konular hem kullanıcı yorumları hem de yüz yüze görüşmeler ile sıklıkla dile getirilmiştir. Uygulamanın etkinliği, tüm kullanıcının ihtiyaçlarını karşılayacak şekilde tasarlanmasını ifade etmektedir ve çalışmada, uygulama içeriğini geliştirme kategorisi altında tasarım teması ile ifade edilmektedir. Kullanıcılar bir mobil uygulamanın, farklı dilden kullanıcıların da kullanabileceği şekilde dil seçeneğinin olmasını, yazı boyutu ve renginin uygun, okunaklı olmasını ve sönük olmamasını, kolay üyelik yöntemlerinin olmasını ve herkesin kolaylıkla üye olabildiğini, kullanıcı kolaylığının olmasını dile getirmişlerdir. Bu kategoride öğrenilebilirliğe de vurgu yapılmaktadır. Kullanıcıların uygulamayı kolayca öğrenmesi, özellikler arasında rahatlıkla gezinebilmeleri kullanım kolaylığı ile ilişkilidir. Hussein & Ahmed (2022), bir mobil uygulamayı kullanmaya karar vermek için, kullanıcının onu kullanmanın gerçek faydalarını görmesi gerekirken, aynı zamanda yazılımın sezgisel ve kullanımının kolay olmasının önemli olduğunu vurgulamışlardır. Yine aynı çalışmada, günümüzde herhangi bir mobil uygulamada en önemli özelliğin kullanım kolaylığı olduğunu vurgulamışlar ve kullanıcıların mevcut turizm uygulamaları hakkındaki yorumları incelendiğinde çoğunun kullanım kolaylığından yoksun olduğunu tespit etmişlerdir. Bu çerçevede, geliştirilecek bir mobil uygulamanın kullanıcı dostu olması ve ilk kullanımda nasıl kullanıldığına dair mini bir bilgi girişinin uygulamada yer alması katılımcılar tarafından belirtilmiştir.

Kullanılabilirliğin bir diğer bileşeni olan fayda ise sistemin kullanıcının ihtiyaçlarını karşılayıp karşılamadığını ifade etmektedir. Yapılan çalışmalarda mobil uygulamaların daha çok kullanıcıya yönelik faydası ortaya konmuştur (Castañeda, vd., 2019; Chung, Tyan, Han, 2017). Bu çalışmada ise mobil uygulamaların, kullanıcıların bireysel ihtiyaçlarının ötesinde, fiziksel çevreye ve yerel topluma ilişkin katkı sağlayabilecek unsurları ve yerel halkla irtibat imkânlarına yönelik hizmetleri de sunmasının kamp-karavan turistlerinin beklentileri arasında yer aldığını göstermektedir. Bu bulgu, kamp-karavan turizminin, turist profili nedeniyle, sosyo-ekonomik açıdan sürdürülebilir temelde geliştirilebileceğine vurgu yapmaktadır. Örneğin bir kamp alanında çöplerin ayrıştırılmasından, kamp alanında çevreye verilecek zararların minimuma indirilmesine kadar gerekli bilgilerin uygulamada hatırlatma olarak öne çıkarılması gerekliliği çevreye yönelik fayda olarak ifade edilebilir. Benzer şekilde yerel üreticileri destekleyen pazarların, etkinliklerin uygulamada yer alması yerele yönelik fayda olarak ifade edilmiştir. Bu yönüyle diğer çalışmalardan ayrılmasının nedeninin genel olarak turizmden değil de kamp karavan turizmi gibi farklı bir alternatif turizm türünün çalışmaya konu olmasından kaynaklandığı söylenebilir.

Kullanılabilir bir uygulamada önemli diğer bir konu ise uygulamanın minimum düzeyde hata içermesidir. Mevcut mobil uygulamalara yönelik kullanıcı

yorumlarından elde edilen bilgiler doğrultusunda teknik problemler, kamp alanlarının listelenmemesi, hata verme ve güvenlik eksiklikleri, uygulamaya yönelik şikayetler kategorisi altında değerlendirilmiştir. Uygulamaya yönelik şikayetler, kamp alanlarının listelenmemesi konusu dışında mobil uygulamaların hizmet kalitesi ile ilgili Onaran ve Gençtürk (2022) tarafında yapılan çalışma ile kısmen örtüşmektedir. Benzer şekilde Hussein ve Ahmed (2022), teknik sorunları mobil uygulamanın dezavantajları olarak ifade etmişlerdir. Bu bağlamda, uygulamanın kullanırken donması, kendi kendini kapatması, uygulamanın kullanılmadığı durumlarda arka planda çalışmaya devam etmesi gibi teknik sorunların baştan çözülmesi ve kullanıcıların uygulama ile bir sorun yaşaması durumunda ulaşabilecekleri çevrimiçi asistan hizmetinin bulunması önerilmektedir.

Basit ve kullanımı kolay arayüze sahip mobil uygulamaların daha kullanışlı olduğu ifade edilmektedir (Simcock vd., 2003). Çalışma kapsamında elde edilen sonuçlar doğrultusunda, uygulama içeriğini geliştirme kategorisinin altında yer alan kullanıcı ara yüzü kategorisi imkanlar/temel ihtiyaçlar, bilgi, fiyat, iletişim bilgisi, acil durum, etkinlik, kullanıcı etkileşimi, fotoğraf, GPS, harita, konum, filtreleme seçeneği kodlarından oluşmaktadır. Özellikle kamp karavan turizmine yönelik mobil uygulama kullanıcılarının ve kamp karavan turizmine katılan ziyaretçilerin üzerinde en çok durdukları konu mobil uygulamanın, gidecekleri kamp karavan alanına ait tüm bilgilere kolaylıkla ulaşmalarına imkân sağlamasının önemli olduğunu vurgulamalarıdır. Dolayısıyla, duş, temizlik, sıcak su, market, eczane, doktor, gerçek fotoğraflar, harita, kullanıcı yorumları, iletişim bilgileri gibi konulara vurgu yapılması tek bir uygulamada her türlü bilgiye kolayca ulaşmayı istediklerini göstermektedir. Kullanıcıların bir mobil uygulamanın ara yüzünde fotoğraf sekmesinin olmasını yoğun şekilde talep ettiklerini gösteren çalışma sonuçları, Kırılcan, Yeşilyurt, Sancaktar ve Koçak (2017)'in otel zincirlerine ait mobil uygulamalarda en fazla fotoğraf galerisi içeriğinin kullanıldığının belirlenmesi ile örtüşmektedir.

Çalışmanın sonuçları doğrultusunda üzerinde durulan bir diğer konu ise uygulama içeriğini geliştirme kategorisi altında yazılım temasıdır. Katılımcılar geliştirilecek bir uygulamanın yazılımı oluşturulurken hızlı olması, uygulamanın çok yer kaplamaması, kolay indirilebilmesi, çevrimdışı kullanılması ve her telefona uyumlu olması gibi teknik konulara vurgu yapmaktadırlar. Uslu vd. (2020), mobil uygulama seçiminde etkili olan kriterlerin başında hızın yer aldığını işaret etmektedir. Yine aynı çalışmada, hafıza kullanımı yani uygulamanın kapladığı alan (uygulama boyutu) en az öneme sahip unsur olarak ifade edilmiştir. Dolayısıyla çalışma sonuçları kısmen literatür ile örtüşmektedir. Hem hız konusu hem de uygulamanın boyutu katılımcılar tarafından ve kullanıcı yorumlarında sık sık dile getirilen bir konu olmuştur. Yazılımda üzerinde durulan bir diğer husus ise uygulamanın sürekli güncel kalmasıdır. Hussein ve Ahmed (2022), bir mobil uygulama geliştirirken yazılımın en önemli avantajlarından birinin sık içerik güncellenmesi olduğunu ortaya koymuşlardır. Bir mobil uygulamanın, genellikle kullanıcıların yorumlarda belirtilen beklentileri, eleştirileri, önerileri doğrultusunda

dinamik bir hızla içeriklerinin geliştirilmesi ve güncellenmesinin uygulamayı ön plana çıkaracağı söylenebilir.

Kullanıcı ara yüzünde filtreleme özelliği, kullanıcı yorumlarından elde edilen bulgularda yer alırken, yüz yüze görüşmelerde filtreleme seçeneğinden bahsedilmemiştir. Bu durumun yüz yüze görüşmelerde katılımcıların yaklaşık %70'nin daha önce böyle bir mobil uygulama kullanmamış olmalarından kaynaklandığı söylenebilir. Filtreleme özelliğinin, çeşitli hedef kitlelerin ihtiyaçlarını karşılama ve kullanıcının daha kısa sürede istediğine ulaşma noktasında önemli bir etken olduğu, Manczak & Bajak (2021) tarafından yapılan çalışmada ortaya konmuştur. Uygulamayı kullanan ve bu konuda görüşlerini belirten katılımcıların yapmış oldukları yorumlar alan yazınla da örtüşmektedir.

Teknolojik gelişmelerle birlikte mobil uygulamalara olan talebin her geçen gün artması muhtemeldir. Dolayısıyla, turizm alanında farklı niş pazarları çalışan ve alternatif turizm türlerine yönelen kişiler ile yazılımcıların birlikte yapacakları çalışmalar, sektörün geleceği ve sürdürülebilirliği açısından büyük önem taşımaktadır.

Gelecek çalışmalarda turizm ile ilişkili farklı mobil uygulamalara yönelik çalışmaların yapılması önerilebilir. Bu çalışma, daha sonra gerçekleştirilebilecek nicel araştırmalar için de bir kaynak olarak nitelendirilebilir.

Yazar Katkı Oranı ve Çıkar Çatışması Beyanı: Yazarlar çalışmaya eşit oranda katkı vermiştir ve herhangi bir çıkar çatışması bulunmamaktadır.

KAYNAKÇA

Akoğlan Kozak, M., Evren, S. & Çakır, O. (2013). Tarihsel Süreç İçinde Turizm Paradigması. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 24 (1), 7-22.

Alaeddinoğlu, F. & Rol, S. (2020). Covid-19 pandemisi ve turizm üzerindeki etkileri. *Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Dalgın Hastalıklar Özel Sayısı, 16, 233-258.

Bellman, S., Potter, R. F., Treleaven-Hassard, S., Robinson, J. A., & Varan, D. (2011). The effectiveness of branded Mobile phone apps. *Journal of Interactive Marketing*, 25(4), 191-200.

Brennan, B. (2020). A convergence of mobile device application use and smart tourism: A comparison of Korean and Non-Korean smart tourists. *The Journal of Internet Electronic Commerce Research*, 20 (4), 145-160.

Brooker, E. ve Joppe, M. (2013). Trends in camping and outdoor hospitality. An international review. *Journal of Outdoor Recreation and Tourism*, 3-4, 1-6.

Buhalis, D. (2019). Technology in tourism from information communication technologies to eTourism and smart tourism towards ambient intelligence tourism: A perspective article. *Tourism Review*, 75, 267–272.

Castañeda, J.-A., Martínez-Heredia, M.-J. and Rodríguez-Molina, M.-Á. (2019), Explaining tourist behavioral loyalty toward mobile apps, *Journal of Hospitality and Tourism Technology*, 10 (3), 415-430.

Choedon, T. & Lee, Y. C. (2018). Classification and evaluation of service requirements in mobile tourism application using Kano model and AHP. *The Journal of Information Systems*, 27 (1), 43-65.

Chung, N., Tyan, I. & Han, H. (2017). Enhancing the smart tourism experience through geotag. *Inf Syst Front*, 19, 731–742.

Creswell, J. (2013). *Qualitative research narrative structure. qualitative inquiry and research design: choosing among five approaches*. Sage Publication.

Creswell, J. W. (2015). *Educational research: planning, conducting and evaluating quantitative and qualitative research*. Upper Saddle River, NJ: Pearson.

Çavuşgil Köse, B., & Uca Özer, S. (2013). Demografik Değişimler ve Turizm Pazarlamasına Yansımaları. Doç.Dr. Şule Aydın Tükeltürk & Doç. Dr. Mustafa Boz (Der.), *Turizmde Güncel Konu ve Eğilimler* içinde (ss. 271-288). Ankara: Detay Yayıncılık.

Çetinkaya, Ö., Özer, Y., Altuner, G. K. (2020). Covid 19 sürecinde turistik seyahat risk algısı ve hijyen güvenlik algısının değerlendirilmesi. *Tourism and Recreation*, 2 (2), 78-83.

Demir, M. & Şen Demir, Ş. (2015). *Otel İşletmelerinde Yenilik Yönetimi. İlkeler ve Örnekler*. Ankara: Detay Yayıncılık.

Dickinson, J. E., Filimonau, V., Cherrett, T., Davies, N., Norgate, S., Speed, C., & Winstanley, C. (2013). Understanding temporal rhythms and travel behaviour at destinations: potential ways to achieve more sustainable travel: Psychological and behavioural approaches to understanding and governing sustainable mobility. *Journal of Sustainable Tourism*, 21 (7), 1070–1090.

Dimitrovski, D., Joukes, V., Rachão, S., & Tibério, M. L. (2019). Wine tourism apps as wine destination branding instruments: Content and functionality analysis. *Journal of Hospitality and Tourism Technology*, 10 (2), 136–152.

Dirin, A., Laine, T., & Alamäki, A. (2018). Managing emotional requirements in a context-aware mobile application for tourists. *International Journal of Interactive Mobile Technologies*, 12 (2).

Doğantan, E. (2014). *Frigya bölgesine alternatif konaklama tesisi önerisi: karavancılık*. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir.

Eriksson, N. (2013). Drivers and barriers of mobile travel and tourism service adoption: a study of individual perceptions and business model development in a travel and tourism context. http://bibbild.abo.fi/ediss/2013/eriksson_niklas.pdf. (Erişim tarihi: 20.01.2023).

Escobar-Rodríguez, T., Grávalos-Gastaminza, A., Hernández-Garrido, R., & Pérez-Calañas, C. (2022). Determining factors influencing use of caravanning tourism apps. *Journal of Tourism Analysis*, 29 (1), 16—184.

Espiner, N., Stewart, E.J., Fitt, H., Page, S. & Espiner, S. (2021): From tents and maps to vans and apps: Exploring camping mobilities, *Tourism Geographies*, 1-20.

Fang, J., Zhao, Z., Wen, C. & Wang, R. (2017). Design and performance attributes driving mobile travel application engagement. *International Journal of Information Management*, 37, 269–283.

Faraj, S., Renno, W., & Bhardwaj, A. (2021). Unto the breach: What the COVID-19 pandemic exposes about digitalization. *Information and Organization*, 31 (1), 100337.

Garcia-Lopez, E., Garcia-Cabot, A., de-Marcos, L., & Moreira-Teixeira, A. (2021). An experiment to discover usability guidelines for designing mobile tourist apps. *Wireless Communications and Mobile Computing*, 1-12.

Groth, A. & Haslwanter, D. (2016). Efficiency, effectiveness, and satisfaction of responsive mobile tourism websites: a mobile usability study. *Inf Technol Tourism*, 16, 201–228.

Gupta, A., Dogra, N. & George, B. (2018). What determines tourist adoption of smartphone apps? An analysis based on the UTAUT-2 framework. *Journal of Hospitality and Tourism Technology*, 49 (1), 50–64.

Harrison R, Flood D, Duce D (2013) Usability of mobile applications: literature review and rationale for a new usability model. *J Interact Sci*, 1 (1):1.

Hashim, N. & Isse, A. (2019) Usability evaluation metrics of tourism mobile applications. *Journal of Software Engineering and Applications*, 12, 267-277.

Hernández-Garrido, R., Perea, D. & Pérez-Calañas, C. (2022). The vision of the main mobile apps related to caravanning: an analysis of the reviews focusing on users and developers. *Journal of Tourism and Services*, 24 (13), 1-25.

Hernández-Garrido, R., Perea, D., & Pérez-Calañas, C. (2020). Analysis of the reviews of the main apps related to caravanning tourism. III Congreso Iberoamericano AJICEDE edición virtual, 26-27 November 2020.

Hussein, S., & Ahmed, E. (2022). Mobile application for tourism: the case of Egypt. *International Journal of Customer Relationship Marketing and Management (IJCRMM)*, 13 (1), 1-29.

Husson, T. & Ask, J. (2011). *Mobile Trends*, Cambridge, MA: Forrester Research.

Itani, O.S. & Hollebeck, L.D. (2021). Light at the end of the tunnel: visitors' virtual reality (versus in-person) attraction site tour-related behavioral intentions during and post-covid-19. *Tourism Management* 84, 104290.

Karle, E., & Fensel, A. (2016). Multi-platform mobile service creation: increasing brand touch-points for hotels. *Journal of Mobile Multimedia*, 12 (1&2), 91-109.

Kırlar Can, B., Yeşilyurt, H., Lale Sancaktar, C. & Koçak, N. (2017). Mobil Çağda Mobil Uygulamalar: Türkiye'deki Yerli Otel Zincirleri Üzerine Bir Durum Tespiti. *Yaşar Üniversitesi E-Dergisi*, 12 (45), 48-59

Kim, D. & Kim, S. (2017). The role of mobile technology in tourism: Patents, articles, news, and mobile tour app reviews. *Sustainability*, 9 (11), 2082.

Kiraz, G., & Altun, Ö. (2020). *Değişen Turizm Trendleri*. Hiper Yayın: İstanbul.

Konya Ekoturizm (2023). <https://apps.apple.com/pl/app/konya-ekoturizm/id1615551554?l=pl>. (Erişim Tarihi: 04.07.2023).

Kour, P., Jasrotia, A., & Gupta, S. (2020). COVİD-19: A pandemic to tourism guest-host relationship in India. *International Journal of Tourism Cities*, 3, 725-740.

Kozak, M. (2015). *Bilimsel Araştırma: Tasarım, Yazım, Yayım Teknikleri*. Ankara: Detay Yayıncılık.

Kültür ve Turizm Bakanlığı (2021). Belediye Belgeli Tesis İstatistikleri. <https://yigm.ktb.gov.tr/TR-201137/belediye-belgeli-tesis-istatistikleri.html>. (Erişim Tarihi: 12.02.2023).

Kültür ve Turizm Bakanlığı (2021). Tesis İstatistikleri. <https://yigm.ktb.gov.tr/TR-201140/yillik-istatistikler.html>. (Erişim Tarihi: 12.02.2023).

Kültür ve Turizm Bakanlığı (2022). 2022 Yılı Turizm İşletme Belgeli Konaklama İstatistikleri <https://yigm.ktb.gov.tr/TR-201126/yillik-bultenler.html>. (Erişim Tarihi: 31.03.2023).

Majewska, J. (2017) GPS-based measurement of geographic spillovers in tourism – example of Polish districts. *Tourism Geographies*, 19 (4), 612-643.

Makhmudova, A., & Meyliyev, A. (2022). Modern approaches to improving the efficiency and quality of camping services and the practice of their application. *Central Asian Journal of Innovations on Tourism Management and Finance*, 3 (3), 59-62.

Manczak, I. & Bajak, M. (2021). Tourist mobile applications: Evaluation of the VisitMalopolska app. *Turyzm/Tourism*, 31 (1), 29–38.

Mikulić, J., Prebežac, D., Šerić, M., & Krešić, D. (2017). Campsite choice and the camping tourism experience: Investigating decisive campsite attributes using relevance-determinance analysis. *Tourism Management*, 59, 226-233.

Miles, M. B. & Huberman, M. A. (2016). *Nitel Veri Analizi*, (S. Akbaba Altun, ve A. Ersoy (Ed.). Ankara: Pegem Akademi.

Muğla İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü (2022). Turizm İstatistikleri. <https://mugla.ktb.gov.tr/TR-310367/20222021-karsilastirma.html>. (Erişim Tarihi: 12.02.2023).

Muğla İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü (2023). Basit Konaklama ve Plaj İşletmeleri. <https://mugla.ktb.gov.tr/TR-339603/basit-konaklama-ve-plaj-isletmeleri.html>, (Erişim tarihi: 31.03.2023).

Nóbrega, R., & Oliveira, L. (2022). What features a mobile app focused on cultural tourism and interculturality should have? *17th Iberian Conference on Information Systems and Technologies (CISTI)* (ss. 1-6). IEEE.

Noguera, J. M., Barranco, M. J., Segura, R. J., Martínez, L. (2012). A mobile 3D-GIS hybrid recommender system for tourism. *Information Sciences*, 215, 37-52.

Olgaç, S. & Yılmaz, H. (2016). Mobil iletişim ve turizm. H. Yılmaz (Der.). *Turizm ve iletişim içinde* (ss.211-242). Ankara: Detay Yayıncılık.

Onaran, B. & Gençtürk, K. K. (2022). Mobil Belediye Aplikasyonlarında Hizmet Kalitesi: *İzmir Örneği. Uluslararası Yönetim Akademisi Dergisi*, 5 (1), 16-31.

Özbağ, G. K. (2012). Örgüt İkliminin Yeniliğe Destek Algısı Üzerindeki Etkilerini Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma. *Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 27 (2), 145-161.

Pawłowska-Legwand, A. (2019). Use of information and communication technology to access tourist information and services: The results of research conducted among polish tourists in maŁopolska voivodeship. *Turyzm/Tourism*, 29 (2), 105–112.

Pulido, A. P. (2016). Mobile app for tourist services using artificial intelligence methodologies. Thirtieth AAAI Conference on Artificial Intelligence, 12-17 Şubat 2016, Phoenix, Arizona USA. <https://ojs.aaai.org/index.php/AAAI/issue/view/303>. (Erişim Tarihi: 12.03.2023).

Robinson, V.M. & Schanzel, H. A. (2019). A tourism inflex: Generation Z travel Experiences. *Journal of Tourism Futures*, 5 (2), 127-141.

Sigala, M., Dimitrovski, D., & Joukes, V. (2023). Design Factors of Mobile App in Wine Tourism: Creating Customer Value Through the Whole Wine Tourism Journey. *Technology Advances and Innovation in Wine Tourism: New Managerial Approaches and Cases*, 47-58.

Simcock, T., Hillenbrand, S.P., & Thomas, B. (2003). Developing a Location Based Tourist Guide Application. *Australasian Computer Science Week*.

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.

Şengel Ü, Genç K, Işkin M, Ulema Ş, Uzut İ. (2020). Turizmde “Sosyal Mesafe” Mümkün Mü? Kamp ve Karavan Turizmi Bağlamında Bir Değerlendirme. *Turkish Studies (Elektronik)*, 15 (4), 1429- 1441.

T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı (2021). <https://mobil.ktb.gov.tr/App/platform/1/Detail/48>. (Erişim Tarihi: 04.07.2023).

Tan, G.W., Lee, V., Lin, B., & Ooi, K. (2017). Mobile applications in tourism: the future of the tourism industry? *Ind. Manag. Data Syst.*, 117, 560-581.

Uğur, N.G. ve Turan, A.H. (2015). Üniversite Öğrencilerinin Mobil Uygulamaları Kabulü ve Kullanımı: Sakarya Üniversitesi Örneği. *İnternet Uygulamaları ve Yönetimi Dergisi*, 6 (2), 63-79.

Uslu, B. , Gür, Ş. , Eren, T. & Özcan, E. (2020). mobil uygulama seçiminde etkili olan kriterlerin belirlenmesi ve örnek uygulama . *İstanbul İktisat Dergisi*, 70 (1) , 113-139 .

Wachyuni, S. S., & Kusumaningrum, D. A. (2020). The effect of COVID-19 pandemic: How are the future tourist behavior. *Journal of Education, Society and Behavioural Science*, 33 (4), 67-76.

Wang, I. M. & Ackerman, J. M. (2019). The infectiousness of crowds: crowding experiences are amplified by pathogen threats. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 45 (1), 120-132.

Werthner, H. & Ricci, F. (2004). E-commerce and tourism. *The communication of ACM*, 47 (12), 101-105.

Williams, A. M. & Shaw, G. (2011). Internationalization and inovation in tourism. *Annals of Tourism Research*, 38 (1), 27-51.

Yılmaz, H.& Olgaç, S. (2016). Mobile Communication and Applications in Tourism. Sezgin, E. (Der), *E-Consumers in the Era of New Tourism* içinde (ss. 13-34). Singapore: Springer.

Zayım, M., Bayartan, M. & Kahraman, M. (2022). Değişen Turizm Algısında Kamp/Karavan Turizmi: Demre Örneği. *Coğrafya Dergisi*, 45, 215-227.