

**Konaklama Tesisleri Yöneticilerinin Mobil Uygulamalara İlişkin Görüşleri: Muğla Örneği**

Hivda İlan<sup>1</sup>  Uğur Çalışkan<sup>2\*\*</sup>  Nur Çelik İlal<sup>3</sup> 

<sup>1</sup> Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Muğla, Türkiye, hivdailan@gmail.com, ORCID: 0000-0002-6629-043X

<sup>2</sup> Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Muğla, Türkiye, ugurcaliskan@mu.edu.tr, ORCID: 0000-0002-6844-7197

<sup>3</sup> Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Muğla, Türkiye, nurcelik@mu.edu.tr, ORCID: 0000-0002-1170-4308

Öz

Eğitim, eğlence, sağlık gibi birçok alanda kullanılan mobil uygulamalar, konaklama sektöründe de hızla gelişmeye ve kullanılmaya başlamıştır. Mobil uygulamalar ile ilgili bu hızlı gelişim sonucunda konaklama sektöründe mobil uygulamaların kullanımına yönelik çalışma sayısı da artmaktadır. Ancak, çalışmaların çoğunluğu turistlerin mobil uygulamalara yönelik görüş ve beklentilerini incelemekte olup yöneticilerin bakış açısını inceleyen çalışmalar çok kısıtlıdır. Bu bağlamda, 17 otel yöneticisinden görüşme tekniğiyle derlenen verilerden yararlanarak otel yöneticilerinin mobil uygulamaların kullanımı, içermesi gereken hizmetler ve yönetsel avantaj ve dezavantajları hakkındaki görüşlerini inceleyen bu çalışma, alanyazına ve mobil uygulama tasarımcılarına katkı sağlama potansiyeline sahiptir. Çalışma sonuçları, yöneticilerin mobil uygulamaların konaklama sektörü için yararlı ve yakın gelecekte zorunlu olacağı fikrinde olduklarını ve mobil uygulamalardan temel beklentilerinin müşteri memnuniyetini arttırmak olduğunu işaret etmektedir. Sonuçlar yöneticilerin, turistlerin uygulama kullanım oranlarının düşük olduğunu ve kullanım oranını arttırmak için mobil uygulamaların daha çekici ve kullanıcı dostu şekilde tasarlanması gerektiğini düşündüklerini de ortaya koymaktadır.

**Anahtar Kelimeler:** Turizm, Teknoloji, Mobil Uygulama, Konaklama Tesisleri, Muğla

**Opinions of Managers of Accommodation Facilities on Mobile Applications: Case of Muğla**

Abstract

Mobile applications, which are used in many fields such as education, entertainment and health, have started to develop and be used rapidly also in the accommodation sector. As a result of rapid development of the mobile applications, the number of studies on the use of mobile applications in the accommodation sector is also increasing. However, the majority of the studies examine the tourists' perceptions of and expectations from mobile applications, and opinions of managers of accommodation facilities are mainly overlooked. Therefore, using the data compiled by the interview technique from 17 hotel managers, this study examines the opinions of hotel managers on the use of mobile applications, the services to be included in mobile applications, and the administrative advantages and disadvantages of mobile applications, and has a potential to contribute to the literature and mobile application designers. The results of the study have revealed that the managers think that mobile applications are beneficial for the accommodation sector, and will be mandatory in the near future, and their main expectation from mobile applications is to increase customer satisfaction. They also think that the application usage rate of tourists is low and mobile applications should be designed in an attractive and user-friendly to increase the usage rate.

**Keywords:** Tourism, Technology, Mobile Application, Accommodation Facilities, Muğla

önerilen atıf/cite this article as

İlan, H., Çalışkan, U., & İlal N.Ç. (2023). Konaklama Tesisleri Yöneticilerinin Mobil Uygulamalara İlişkin Görüşleri: Muğla Örneği. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 7(1), 129-148.

\*\*Sorumlu yazar e-posta/ Corresponding author e-mail: ugurcaliskan@mu.edu.tr

Araştırma Makalesi

Cilt 7, Sayı 1, 2023  
ss. 129-148

Gönderim : 25.08.2022  
1. Düzeltme: 19.10.2022  
2. Düzeltme: 13.12.2022  
Kabul Tarihi: 12.01.2023

Research Article

Vol 7, No 1, 2023  
pp. 129-148

Received : 25.08.2022  
Revision1: 19.10.2022  
Revision2: 13.12.2022  
Accepted: 12.01.2023

## GİRİŞ

Teknolojinin gelişimi, turistlerin turizm işletmelerinden daha yüksek standartta hizmet talep etmelerine neden olmakta ve turizm tesisleri ile destinasyonların çekiciliği, turistlere sunulan teknolojik deneyimler etrafında şekillenmektedir (Hong, 2009). Dijital dönüşüm, mal ve hizmetlerin üretimi, tüketimi ve pazarlaması aşamalarının tümünde değişiklikler oluşturmaktadır (Erdil & Akçomak, 2021). Akıllı telefon kullanımının yaygınlaşmasıyla birlikte mobil uygulamaların kullanım sayısı da artmaktadır (Wang, Xiang, Law & Ki, 2016). Bu çerçevede, her yerde bulunabilme, kişiselleştirme, taşınabilirlik ve rahatlık (Wang & Wang, 2010) ile karakterize edilen ve genel olarak mobil (m-) ticaret olarak adlandırılan mobil teknoloji, dikkate değer bir büyüme kaydetmektedir (Bilgihan, Okumuş, Nusair & Kwun, 2011; Morosan, 2018). Konaklama hizmetleri açısından, m-ticaret, tüketim deneyimine kapsamlı bir şekilde aracılık etmesi ve tüketici-işletme etkileşimlerini kolaylaştırması gibi özellikleri ile öne çıkmaktadır (Morosan & DeFranco, 2016). Özellikle Covid-19 salgını sonrasında, konaklama hizmetlerinde teknolojinin çok daha yaygınlaşmasının olası olduğu belirtilmektedir (Kaushal & Srivastava, 2021). Bu çerçevede, mobil uygulamaların turizm ve seyahat endüstrisi üzerindeki etkileri ile oluşturduğu fırsat ve tehditler araştırmacıların ilgisini çekmeye başlamıştır. Bununla birlikte, araştırmacılar çoğunlukla tüketicilerin mobil uygulamalara yönelik beklentilerini ve deneyimlerine ilişkin değerlendirmelerini incelemiştir (Chen, Knecht & Murphy, 2015; Kim, 2016; Kim, Mejia & Connolly, 2017; Sarmah Kamboj & Rahman, 2017; Lee, 2018; Morosan, 2018; Kim, Bae & Jeon, 2019; Lei, Wang & Law, 2019a). Otel yöneticilerinin mobil uygulamalara ilişkin görüşlerini inceleyen çalışma sayısı ise daha kısıtlıdır (Brewer, Kim, Schrier & Farrish; 2008; Bertan, Bayram, Ozturk & Benzergil, 2016; Han, Lee, Edvardsson & Verma, 2021; Jung, Kim & Farrish; 2014; Kim, Connolly & Blum, 2014). Dolayısıyla, turizm sektörü yöneticilerinin bu konuya ilişkin görüşlerinin incelenmesi, sektörün geleceği açısından kritik öneme sahiptir. Bu çerçevede, otel yöneticilerinin mobil uygulamaların kullanımı, içermesi gereken hizmetler ve yönetsel avantaj ve dezavantajları hakkındaki görüşlerini inceleyen bu çalışma, otel mobil uygulamalarının tasarımı ve uygulama alanlarına ilişkin faydalı bilgiler sunarak alanyazına katkı sağlama potansiyeline sahiptir. Spesifik olarak, çalışma dört araştırma sorusunu yanıtlamayı amaçlamaktadır:

- Otel yöneticilerinin mobil uygulamalara yönelik bakış açıları nasıldır?
- Otel yöneticilerinin müşterilerinin ihtiyaçlarının karşılanması için mobil uygulamalardan beklentileri nelerdir?
- Mobil uygulamaların kullanılmasıyla ilgili ön plana çıkan yönetsel unsurlar nelerdir?
- Yöneticiler mobil uygulamaların geleceği hakkında ne düşünmektedirler?

### Kavramsal Çerçeve

Akıllı telefonlar, davranışları, karar vermeyi, deneyimleri ve görüşlerin paylaşılmasını (Dickinson, Ghali, Cherrett, Speed, Davies & Norgate, 2014; Wang, Xiang &

Fesenmaier, 2016), bunun sonucunda da ürün ve hizmetlerin müşterilere pazarlanma ve ulaştırılma şeklini değiştirmiştir (Chen, Murphy & Knecht, 2016). Bunun ötesinde, tüketicilerin artan bir çoğunluğu, mobil internet sitelerine kıyasla mobil uygulamaları (applikasyonları) kullanmaktadır (Chen, Murphy & Knecht, 2016; Sarmah, Kamboj & Rahman, 2017). Mobil uygulamalar, internet sitelerinin sağlayabildiğinden daha fazla etkileşim gerektiren/sağlayan bir pazarlama iletişimi biçimidir (Bellman, Potter, Treleaven-Hassard, Robinson & Varan, 2011; Lee, 2018). Benzer şekilde, akıllı telefon uygulamaları, konaklama ve turizm endüstrisini dönüştürebilecek yeni teknolojik dalga olarak kabul edilmekte (Wang vd., 2016) ve her geçen gün artan sayıda kişi, tatil ve seyahat planlamasında akıllı telefon uygulamalarını kullanmaktadır. Bununla birlikte, Wang, Xiang & Fesenmaier (2016), otel uygulamalarının, mobil seyahat uygulamalarının gerisinde kaldığını belirtmektedir. Seyahat uygulamalarının 25 milyondan fazla indirilmesine karşın, otel uygulamalarının indirilme sayısının 400.000'ün üzerinde olduğu belirtilmektedir (Freed, 2014). Dolayısıyla, konaklama sektörünün, çevrimiçi uygulamaların sağladığı potansiyelden yeterince yararlanmadığı belirtilebilir (Wang vd., 2016). Otel uygulamaları ilk başta tesise ve destinasyona ilişkin temel bilgileri sağlarken zaman içinde müşterilerin kişisel ihtiyaçlarını karşılayacak şekilde çeşitlenmiştir (Gibbs, Gretzel & Saltzman, 2016). Chen, Knecht & Murphy (2015), otel uygulamalarının otele ilişkin bilgiler, rezervasyon, otelde sunulan hizmetler hakkında bilgilendirme, sosyal medya bağlantıları ve müşteri deneyimiyle doğrudan ilişkili olmayan ek hizmetleri sunduğunu dile getirmektedir. Verma, Stock & McCarthy (2012) ise otel mobil uygulamaların temelde konum tabanlı (otel adres/ulaşım tarifi, destinasyondaki/oteldeki tesislerin konumlarına ilişkin bilgiler), iletişim tabanlı (otel iletişim bilgileri, otelden gelen mesajlar) ve tesis ile ilgili (çevrim içi giriş-çıkış işlemleri, oda siparişi, konsiyerj hizmeti vb.) hizmetleri içerdiğini belirtmektedir. Burgess, Sellitto & Karanasios (2012), otel mobil uygulamaları ile genel olarak, işletmelere ve işletmelerin sundukları hizmet/ürünlere ilişkin bilgilerin sunulduğunu, ürün/hizmetlerin tanıtımının yapıldığını, ticari işlemlerin (rezervasyonlar ve ödemeler) gerçekleştiğini ve müşterilerinin otel ile iletişime geçebildiğini dile getirmektedir.

Bu çerçevede, mevcut otel mobil uygulamalarının çoğunlukla;

- Bilgi sunma (destinasyonda/otelin yakınında gezilecek yerler/yapılacak şeyler hakkında bilgi, otelin adresi, konumu ve ulaşım bilgileri, fotoğraflar, iletişim bilgileri, otelin imkânlarına ilişkin bilgiler vb.),
- Rezervasyon (oda/hizmet/etkinlik rezervasyonu yapma, fiyat ve müsaitliği karşılaştırma, çevrimiçi giriş-çıkış işlemleri vb.),
- Odaya ilişkin hizmetler (oda kapısını açma/kilitleme, ışıkları açıp kapama, TV kontrol etme vb.),
- Kişisel konsiyerj hizmeti, otel ile gerçek zamanlı iletişim gibi iletişim kanalları,
- Sosyal medya (Facebook, Instagram, Twitter, Youtube, vb.) bağlantısı,

- Sadakat programı, ödül/özel teklifler, geri bildirim anketini doldurma ve daha önceki müşterilerin yorum ve puanlarını inceleyebilme

özelliklerini içerdikleri görülmektedir (Tablo 1). Otel bünyesindeki restoranların menüleri ile tesiste gerçekleştirilen toplantı/etkinlik/sanatsal faaliyetlere ilişkin bilgilerin sunumu, uçak bileti satın alma ve uçuş takip işlevi, tesisteki mağazalardan çevrimiçi alışveriş gibi hizmetlerin yanı sıra uyandırma/çalar saat, taksi çağırma, hava tahmini, telefon/video görüşme veya QR kod tarayıcı gibi ek hizmetleri sunan uygulamaların da olduğu görülmektedir.

Tablo 1. Otel Mobil Uygulamalar İle Sunulan Hizmetler

<b>İŞLEV</b>
<b>BİLGİ</b>
Destinasyonda/otelin yakınında gezilecek yerler/yapılacak şeyler hakkında bilgi
Otelin adresi, konumu (harita) ve ulaşım bilgileri
Otel fotoğraf galerisi
Otel ile iletişim bilgileri
Otelin geneli ile otelin tesis ve olanakları ile ilgili bilgiler
Oda giriş/çıkış bilgileri ile oda olanaklarının/özelliklerinin açıklamaları
Otelde sunulan ürünlere (özellikle restoranların menülerine) ilişkin bilgiler
Tesiste gerçekleştirilen toplantı/etkinlik/sanatsal faaliyetlere ilişkin bilgiler
Uygulamaya ilişkin bilgiler
<b>REZERVASYON</b>
Güncel ve gelecekteki konaklamalar için oda rezervasyonu yapma, fiyat ve müsaitliği karşılaştırma
Çevrimiçi giriş- çıkış işlemleri
Otel içinde bulunan tesislerde (spa, restoran, spor tesisleri vs.) Rezervasyon
Otelde mevcut olan gösteriler veya diğer eğlenceler için rezervasyon yapma
Uçak bileti satın alma ve uçuş takip işlevi
<b>HİZMETLER</b>
<b>Odaya İlişkin Hizmetler</b>
<i>Oda anahtarları ve oda ortam kontrolleri (ışık/perde açıp/kapama, oda sıcaklığını ayarlama, TV'yi kontrol etme vb.)</i>
<i>Oda servisi siparişi</i>
<i>Oda temizlik talepleri</i>
<i>Oda harcamalarını inceleme ve ödeme</i>
<b>İletişim</b>
<i>Kişisel konsiyerj hizmetleri</i>
<i>Otel çalışanları ile gerçek zamanlı olarak iletişim imkânı</i>
<i>Otel yönetiminin bilgilendirmeleri</i>
<b>Alışveriş</b>

<i>Tesisteki mağazalardan çevrimiçi alışveriş hizmeti</i>
<i>Çevrimiçi ödeme</i>
Ek Hizmetler
<i>Uyandırma/çalar saat hizmeti</i>
<i>Gazete veya dergi okuma</i>
<i>Müzik çalar</i>
<i>Taksi çağırma hizmeti</i>
<i>Takvim/dünya saati</i>
<i>Hava tahmini</i>
<i>Oyun oynama</i>
<i>Telefon/video görüşme hizmeti</i>
<i>Yaşam tarzı geliştirme araçları</i>
<i>QR kod tarayıcı</i>

#### BAĞLANTI/ENTEGRASYON

E-postaları kontrol etme ve internette gezinme
Sosyal medya (Facebook, Instagram, Twitter, Youtube, vb.) Bağlantısı

#### SADAKAT

Sadakat Programı ve Ödül/Özel Teklifler
Geri bildirim anketini doldurma ve daha önceki müşterilerin yorum ve puanlarını inceleyebilme

Kaynak: Chen, Murphy & Knecht, 2016; Gibbs, Gretzel & Saltzman, 2016; Kim, 2016; Kim, Mejia & Connolly, 2017; Lee, 2018; Lei, Wang & Law, 2019a; Lei, Wang & Law, 2019b; Wang vd., 2016; Wang, Xiang & Fesenmaier, 2016;

Park, Gretzel & Sirakaya-Türk (2007) ve Wang vd. (2016), turistlerin mobil uygulamaları değerlendirirken; ihtiyaç ve beklentilerin karşılanması (çevrimiçi giriş/çıkış, rezervasyon, ödül, fırsatlar), bilginin zenginliği ve güvenilirliği, müşteri hizmetlerinin etkinliği (çabuk yanıt verebilirlik) ile tasarım, kullanım kolaylığı, kolay indirme, güvenlik ve görsel çekicilik unsurlarını ön planda tuttuğunu belirtmektedir. Karle & Fensel (2016) ise çekici görünüm, kullanılabilirlik (fazla içerik ve bilgiden ziyade müşterinin ihtiyacı olanların bulunması) ve uygulamanın yeni teknolojiye, işlevlere çabuk uyurlanabilir olmasının ön plana çıktığını belirtmektedir.

Bununla birlikte, otel uygulamalarının esas olarak rezervasyon yapma ve bilgi arama için kullanıldığı, kişiselleştirilmiş turist deneyimi oluşturmada yetersiz kaldığı ve tüketicilerin özellikle rezervasyon hizmetlerinin yetersizliği ile otellerin internet siteleri ve ödül programlarının mobil uygulamalarla entegrasyonuna ilişkin olumsuz görüşler ortaya koyduğu dile getirilmektedir (Wang vd., 2016). Turizm işletmelerinin müşteriye ulaşmak için, akıllı telefonun veya genel bir uygulamanın hâlihazırda sunabildiği (çalar saat, takvim, müzik, QR kod okuyucusu gibi) işlevler yerine, kişisel hizmet ve iletişim unsurlarına odaklanması ve müşterilerin "otelde verilen hizmetlere" ulaşımının artırılması gerektiği vurgulanmaktadır (Chen, Murphy & Knecht, 2016). Öte taraftan, Wang vd. (2016), müşterilerin en fazla bilgiye erişim

işlevini önemseydiğini, hizmet sipariş etme ve rezervasyon yapma ile ilgili işlevlerin ise ikinci sırada olduğunu işaret etmektedir.

Teknolojik gelişmeler, konaklama sektöründe hizmet üretimi, sunumu gibi süreçlerde değişiklikler oluşturmaya rağmen (Erdil & Akçomak, 2021), konuyu konaklama sektörü yöneticilerinin bakış açısından inceleyen çalışma sayısı ise kısıtlıdır. Jung, Kim & Farrish (2014), 200'den fazla otel yöneticisinden derlenen veriler üzerinden yaptıkları çalışmada, mobil teknolojilerin müşterilerin memnuniyetini arttırmanın yanı sıra işletmelerin gelirinin artmasına katkı sağladığını belirlemiştir. Benzer şekilde Van Hoof, Collins, Combrink & Verbeeten (1995) veya Brewer vd. (2008), otel yöneticilerinin çoğunluğunun, teknolojik gelişmelerin işletmelerin operasyonel verimliliğini, gelirini ve müşteri memnuniyetini iyileştirdiğini düşündüğünü tespit etmiştir. Vermillion (2010, aktaran Kim, Connolly & Blum, 2014), mobil teknolojinin kullanımının konaklama işletmelerinde hizmet sunumu için gereken süreyi azalttığını, operasyonel süreci düzenlediğini ve dolayısıyla verimliliği arttırdığını belirtmektedir. Kim, Connolly & Blum (2014) ise yöneticilerin büyük çoğunluğunun, özellikle restoranlarda, mobil teknolojiyi kullanmaya sıcak baktığını ve mobil teknolojinin temelde verimliliği arttırdığını, müşteriye erişimi kolaylaştırdığını ve sonuç olarak maliyetleri azalttığını düşündüklerini belirtmişlerdir. Han vd. (2021) otel yöneticilerinin mobil uygulamaların kullanılmasını, müşteri yönetimi, operasyonel yönetim, sürecin düzenlenmesi, hizmet sağlayıcılar ile ilişkiler ve altyapı yönetimi çerçevesinde değerlendirdiğini ve mobil uygulamaların temel işlevinin müşteri memnuniyetini sağlamak/arttırmak olduğunu düşündüklerini belirtmektedir. Mobil uygulamaların rekabet avantajı üzerindeki etkisini inceledikleri çalışmalarında Bertan vd. (2016) otel yöneticilerinin, mobil uygulamaları mevcut müşterileriyle bağlantıda kalmak ve yeni müşteriler edinmek için kullanılabilirlik etkili araç olmaları nedeniyle rekabet avantajı elde etmede önemli bir destek kaynağı olarak gördüklerini ifade etmektedir. Otel yöneticileri mobil uygulamalardan işlemlerin kontrol edilmesine ve hızlandırılmasına katkı sağlamasını, departmanlar arası bağlantıyı arttırmasını ve operasyonel koordinasyonu sağlamasını beklemektedir. Dolayısıyla, konaklama işletmelerinin, mobil uygulamalardan sadece müşterilere yönelik değil çalışan ve yöneticileri ilgilendiren hususlarda da yararlanmayı hedefledikleri vurgulanmıştır (Bertan, vd., 2016). Lei, Wang & Law (2019a) ise yöneticilerin, mobil uygulamaları, müşterilerle birlikte ortak değer oluşturmaya (co-creation) bir aracı olarak gördüklerini ifade etmiştir.

Özellikle Covid-19 pandemisi sonrasında turistlerin, güvenlik ve sağlık ihtiyacının ön plana çıktığı (Kaushal & Srivastava, 2021; Kim, Park, Lee, Kim, Gonzalez-Jimenez, Lee, Choi, Lee, Jang, Franklin, Spence & Marshall, 2021) ve bu nedenle turistlerin güvenli gördükleri ürün/hizmetleri tercih ettikleri dile getirilmiştir (Galoni, Carpenter & Rao, 2020). Ayrıca, turistlerin tatillerinde diğer insanlarla temastan kaçındıkları (Kour, Jasrotia & Gupta, 2020) ve insanlar tarafından sunulan ürün ve hizmetler yerine teknoloji temelli ürünlere/hizmetlere yöneldikleri belirtilmektedir (Itani & Hollebeek, 2021). Bu çerçevede, teknolojik gelişmeler önümüzdeki dönemde turizm sektörü için hayati bir unsur olarak ön plana çıkmakta olup, sektörün sürdürülebilirliği açısından

turistler kadar yöneticilerin teknolojik gelişmelere dair görüş ve beklentilerini inceleyen daha çok çalışmaya ihtiyaç olduğu aşikârdır. Dolayısıyla, mobil uygulamalara ilişkin hem deneyimi olan hem de olmayan yöneticilerin görüşlerinin analiz edildiği bu çalışma, mevcut uygulamalarda geliştirilmesi, yeni yapılacak uygulamalarda ise dikkat edilmesi gereken hususlar hakkında hem mobil uygulama tasarımcılarına hem de turizm konaklama tesisi yöneticilerine yönelik pratik bilgiler ortaya koymaktadır.

## YÖNTEM

### Çalışma alanı

Çalışma, Muğla ili Bodrum, Marmaris, Fethiye (Göcek) ve Dalaman ilçelerinde gerçekleştirilmiştir. Kültür ve Turizm Bakanlığı (2022a) verilerine göre 2021 yılında 4.429.781 yerli ve yabancı turist konakladığı Muğla, Antalya ve İstanbul'dan sonra Türkiye'de en fazla ziyaret edilen üçüncü il konumundadır. Muğla iline gelen turistler en çok Dalaman ve Bodrum havalimanları ile Marmaris ve Fethiye limanlarından giriş yapmış (Muğla İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2022), en çok Bodrum (1.816.573 kişi), Marmaris (1.390.118 kişi) ve Fethiye (505.009 kişi) ilçelerinde konaklamışlardır (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2022a). Benzer şekilde, Turizm İşletmesi ve Turizm Yatırımı Belgeli konaklama tesislerinin sayısı ile oda ve yatak kapasiteleri açısından da Muğla, Antalya ve İstanbul'un ardından üçüncü sırada yer almaktadır (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2022b). Dolayısıyla, mobil uygulamalara ilişkin konaklama tesis yöneticilerinin görüşlerinin belirlenmesi için Muğla'nın önde gelen turizm destinasyonlarının uygun bir alan olduğu ve çalışmanın hem alanyazına katkı sağlaması hem de mobil uygulama geliştirecek uzmanlara pratik bilgiler sunması açısından faydalı olacağı düşünülmektedir.

### Verilerin toplanması

Nitel araştırma yönteminin kullanıldığı çalışma kapsamında ilk olarak geniş bir alanyazın taraması gerçekleştirilerek önceki çalışmalardan elde edilen sonuçlar irdelenmiş ve otel yöneticilerine yönelik olarak yapılan az sayıdaki çalışma kapsamında ele alınan konular ve yöneticilere sorulan sorular incelenmiştir. Yarı yapılandırılmış soru formu, Kim, Connolly & Blum (2014), Bertan, vd. (2016) ve Han vd. (2021) çalışmalarından yararlanılarak düzenlenmiştir. Sonrasında, Muğla Bodrum Otelciler Derneği (Boder) yöneticileriyle, soru formu ve çalışmanın uygulanacağı konaklama tesislerinin nitelikleri hakkında görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Boder yöneticileri, soru formlarının çalışmanın içeriği açısından uygun olduğunu dile getirmişlerdir. Çalışmanın ise işletmelerin kurumsal/finansal kapasiteleri ile sektöre yön verme gibi özellikleri nedeniyle, büyük kapasiteli tesislerde yapılmasının ve bu çerçevede 500 yatak kapasitesinin temel alınmasının uygun olacağını belirtmişlerdir. Müteakiben Turizm Fakültesinde görev yapan ve nitel araştırma yöntemlerinde tecrübeli iki Doçent ve bir Dr. Öğretim Üyesi üç akademisyenin görüşleri doğrultusunda soru formunun nihai hali oluşturulmuştur. Soru formunda yer alan sorular aşağıda belirtilmektedir;

Sektördeki tecrübe süresi :

Pozisyon :

İşletmedeki tecrübe süresi :

Pozisyonadaki tecrübe süresi :

- İşletmeniz bünyesinde, müşterilerinize yönelik herhangi bir mobil uygulamanız bulunuyor mu?
- Günümüz turistlerinin beklentileri nelerdir?
- Mobil uygulamaların konaklama işletmelerine sağladığı/sağlayacağı temel yararlar nelerdir?
- Mobil uygulamaların konaklama işletmelerine getirdiği/getireceği sınırlamaları ve olası çözümleri nelerdir?
- Öylesi bir uygulamada olması gereken temel özellikler nelerdir?
- Mobil uygulamaların çekici ve kullanışlı olması için önerileriniz nelerdir?

Sonrasında, çalışma alanında yer alan Muğla ilinin ana turizm destinasyonlarında (Bodrum, Datça, Dalaman, Fethiye ve Marmaris ilçeleri) bulunan ve 500 veya daha fazla yatak kapasitesine sahip konaklama tesislerinin yöneticilerinden randevu alınarak görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Süreçte, belirlenen konaklama tesislerinin yöneticileri ile telefon görüşmesi gerçekleştirilerek çalışmanın amacı ve içeriği açıklanmış ve yüz yüze görüşme talep edilmiştir. Telefonla görüşülen hem görüşmeyi kabul eden hem de kabul etmeyen tüm yöneticilerden çalışmanın içeriği açısından uygun otel önermeleri talep edilmiş ve önerdikleri tesis yöneticilerinin bilgileri alınmıştır. Bilgileri edinilen konaklama tesisleri de sonrasında aranmış ve onlardan da hem randevu hem de çalışma kapsamında iletişime geçilebilecek işletme önermeleri talep edilmiştir. Süreçte toplam 24 konaklama işletmesi ile telefon görüşmesi gerçekleştirilmiş ve 16 tesis yöneticisi görüşme yapmayı kabul etmiştir. Bir otel yöneticisi çevrimiçi görüşme yapabileceğini belirtirken, diğer yöneticiler yüz yüze görüşme yapmayı kabul etmiştir. Çevrimiçi görüşme hariç tüm görüşmeler, yöneticilerin çalışma ofislerinde gerçekleştirilmiştir. Bu çerçevede, Bodrum'dan yedi, Marmaris'ten beş, Fethiye (Göcek)'ten iki ve Dalaman ve Datça'dan birer işletme olmak üzere toplam 16 işletmenin yöneticileri ile görüşülmüştür.

Görüşmeler 27 Ocak 2022-15 Mart 2022 tarihleri arasında, soru formu temel alınarak yarı yapılandırılmış derinlemesine görüşme şeklinde gerçekleştirilmiş (Yıldırım ve Şimşek, 2018) ve katılımcıların verdiği cevaplar çerçevesinde farklı sorular da sorulmuştur. Görüşmeler ortalama 50 dakika (35 dakika ile 1 saat 15 dakika arasında) sürmüştür. Görüşmelerde, öncelikle konaklama tesis yöneticilerine çalışma ekibi tanıtılmış ve çalışmanın içeriği ile amacı hakkında bilgi verilmiştir. Sonrasında görüşmenin kayıt altına alınması hususunda otel yöneticilerinin izinleri alınmış, kayıt altına alınmasını istemeyen katılımcılarla (5 tane) yapılan görüşmeler, araştırmacılar tarafından not edilmiştir. Bu durumda, her görüşme, iki araştırmacı tarafından not edilmiş ve sonrasında notlar karşılaştırılarak bütüncül hale getirilmiştir. Görüşmeler tamamlandıktan sonra, not edilen ve kayıt cihazı ile kaydedilen tüm görüşmeler bilgisayar ortamında yazılı hale getirilmiştir. Görüşme kayıtlarının bilgisayar ortamına aktarılması esnasında, katılımcıların ifadelerinin anlam ve içerikleri



değiştirilmemiş ve sadece ifadelerin dil bilgisi ile yazım kurallarına uygun olmasına özen gösterilmiştir.

### **Analiz**

Veriler, metinden anlamlı çıkarımlar yapılması ve kavramlar arası bağlantıların kurulabilmesi için yararlı bir yöntem olarak kabul edilen (Krippendorf, 2004) içerik analizine tabi tutulmuştur. Çalışma, konaklama tesislerinde mobil teknolojinin kullanılmasına ilişkin yöneticilerin görüşlerini belirlemeyi ve ortak kavramlar çerçevesinde düzenleyerek anlamlı bütünler halinde kümelemeyi amaçlamaktadır. Dolayısıyla, içerik analizinin bu çalışma için uygun olduğu söylenebilir (Han vd. 2021). Verilerin analizinin ilk aşamasında, görüşlerin genel olarak anlaşılması amacıyla tüm kayıtlar iki kere okunmuştur. Sonrasında analiz, verilerin kodlanması, kodların temalar altında birleştirilmesi ve temaların ortak kategorilere göre düzenlenmesi şeklinde üç aşamada gerçekleştirilmiştir (Robinson & Schänzel, 2019).

### **BULGULAR**

Görüşmeler, 16 işletmeden 17 kişi ile gerçekleştirilmiştir. Katılımcılar genel müdür (beş kişi), genel müdür yardımcısı (bir kişi), insan kaynakları müdürü (bir kişi), misafir ilişkileri müdürü (iki kişi), odalar müdürü (iki kişi), ön büro müdürü/yardımcısı (üç kişi) ve yiyecek içecek müdürü (üç kişi) gibi konaklama işletmelerinde farklı görevlerde bulunan kişileri kapsamaktadır. Katılımcılar, 10-38 yıl arasında değişen ve ortalama 22,9 yıl sektörel, hâlihazırda çalıştıkları işletmede 1-27 (ortalama 8,8), buldukları pozisyonda ise ortalama 7,3 (1-22 arasında değişen) yıl tecrübeye sahiptir.

Örnekleme yer alan dört işletme hâlihazırda mobil uygulamaları kullanırken altı işletme yakın geçmişte mobil uygulamalardan yararlandığını ifade etmiştir. Bununla birlikte, altı işletme ise herhangi bir mobil uygulama denememiş/kullanmamıştır. Mobil uygulama kullanmamış işletmelerin iki tanesi müşteri iletişimi ve talepleri için anlık haberleşme platformu (Whatsapp) kullanırken, bir tane işletme de müşterilerin taleplerini özellikle QR kod sistemi ile aldıklarını ifade etmiştir. Dolayısıyla çalışma, hizmet sunumunda mobil uygulamalara hem aşına olan hem de olmayan yöneticilerin görüşlerini yansıttığı için yararlı sonuçlar sağlaması olasıdır.

Görüşme yapılan işletmeler 251-620 (ortalama 427,3) oda ve 500-2500 (ortalama 1193,8) yatak kapasitesine sahip tesisleri içermektedir. Benzer şekilde katılımcılar işletmelerin 10 dönüm-44 dönüm arasında araziye sahip olduğunu belirtmişlerdir. Kontrolünün/temizliğinin zor olması, daha fazla personel gereksinmesi ve dolayısıyla maliyetin yüksek olması gibi dezavantajları olmasına rağmen, turistlere geniş ve izole alanlar oluşturulmasına ve aktivite/hizmet çeşitliliğine imkân tanınması gibi avantajları nedeniyle katılımcılar özellikle Covid-19 salgını sonrasında geniş arazilerin avantajlı olduğunu ifade etmişlerdir. Ayrıca, teknolojik gelişmelerin ve özellikle mobil uygulamaların, arazisi geniş ve büyük kapasiteli konaklama tesisleri için çok yararlı olduğu/olacağı dile getirilmiştir.

Katılımcılar, müşterilerin iyi, kaliteli ve kişiye özel hizmet ile farklılaşmış ve daha önce yaşamadıkları deneyimler yaşamak istedikleri konusunda hemfikirdir. Özellikle Covid-19 pandemisi sonrasında müşterilerin, geniş ve sakin alanlarla birlikte çevre düzenlemesi ile ürün/hizmet sunumunda çevreye duyarlı ürün ve malzemelerin kullanılmasını istedikleri de katılımcılar tarafından dile getirilmiştir. Bunun ötesinde, müşterilerin, işletmelerden teknolojik gelişmelere ayak uydurmaları ile sürekli ve kesintisiz internet sağlamalarını da istedikleri ifade edilmiştir.

Analiz ile katılımcıların mobil uygulamalara yönelik ifadeleri 36 kod altında birleşmiştir. Söz konusu kodlar, birbirleriyle içerik açısından birleştirilerek 14 tema altında toplanmış ve bu temalar, içeriklerinin yanı sıra çalışmanın amacı çerçevesinde katılımcıların genel görüşlerini yansıtacak şekilde üç kategori altında birleşmiştir. Bu çerçevede, katılımcıların konaklama tesislerinde uygulanan/uygulanabilecek mobil uygulamaları “tatil deneyimini geliştirme, yönetsel unsurlar ile içerik ve tasarım” çerçevesinde düşündükleri tespit edilmiştir. Belirlenen kategori ve temalar Tablo 2’de gösterilmektedir.

Söz konusu kategoriler arasında yer alan “tatil deneyimini geliştirme” kategorisi ve temalarının, müşterilerin beklentileri konusunda yapılan çalışmalarda (Chen, Knecht & Murphy, 2015; Kim, 2016; Kim, Mejia & Connolly, 2017; Sarmah, Kamboj & Rahman, 2017; Morasan, 2018; Lee, 2018; Kim, Bae & Jeon, 2019; Lei, Wang & Law, 2019b) belirtilen unsurları yansıtmasının ötesinde, yöneticilerin görüşlerinin derlenmesi amacıyla yapılmış az sayıda çalışmaları da örtüşmektedir. Han vd. (2021) tarafından belirlenen altı kategori ve 17 temanın büyük çoğunluğunun bu çalışmada belirlenen üç kategori altında yer alan temalarla örtüştüğü görülmektedir. Örneğin, Han vd. (2021)’da belirlenen iş teknolojisi uyumu, çeşitliliği olan entegre tasarım, entegre bilgi izleme, teknolojiden teknolojiye uyumluluk, hız ve bağlantı, teknoloji sağlayıcı ile iletişim, hızlı teknoloji geliştirme, teknik destek ve satıcı seçimi kategorileri, bu çalışmada belirlenen “içerik-tasarım” kategorisinin alt temaları ile örtüşürken maliyet gerekçesi; personel eğitimi ve öğrenilebilirlik, hesap verebilirlik yönetimi temaları “yönetim”, teknoloji farkındalığı ve gizlilik koruması temaları ise “tatil deneyimini geliştirme” kategorisinin temaları ile benzerlik göstermektedir. Öte yandan bu çalışmada belirlenen “tatil deneyimini geliştirme” kategorisi Han vd. (2021) tarafından en önemli unsur olarak belirlenmiştir. Benzer şekilde çalışmanın sonuçları Bertan vd. (2016) çalışmasında belirlenen kategorileri de kapsamaktadır. Dolayısıyla, ortak içerikler ve örüntülerin birleştirilerek katılımcıların genel algıları ve görüşlerinin yansıtıldığı bu çalışma, Türkiye konaklama tesisi yöneticilerinin de mobil teknolojiye yönelik, dünya eğilimlerine bağlı olarak, dünyadaki meslektaşları ile benzer bakış açısına sahip olduğuna işaret etmektedir.

Tablo 2. Analiz Sonuçları

Kategori	Tema	Kod	
Tatil Deneyimini Geliştirme	Kullanım Kolaylığı		
	Teknoloji Farkındalığı		
	Çekicilik		Ödül/Puan/İndirim
			Tanıtım
			Çocuklar
			Güvenlik
	Operasyonel etkinlik		Hata
		Hızlı hizmet sunumu	
Yönetim	Müşteri - Çalışan etkileşimi		
	Memnuniyet		
	Altyapı		İnternet
			Teknik
	Çalışan		İş Yüklü
			Direnç
			Verimlilik
			Eğitim
			Maliyet
		Maliyet	
	Karlılık		
	Rekabet avantajı		
İçerik-Tasarım	İşlev		Bilgi
			Rezervasyon
			Sipariş
			Alışveriş/Ödeme
			Ek Hizmetler
			Konum Bilgisi
			Anlık İletişim
	Tasarım		Memnuniyet Anketi
			Hız
			Dil Seçenekleri
	Yazılım		Entegrasyon
			Teknolojik Uyum
			Tesise Uygunluk
		Destek	
		Güncelleme	
		Kolay İndirme	

Müşteri deneyimini geliştirme kategorisi, diğer kategorilere öncülük eden başlıca stratejik hedefi ve doğal olarak yöneticilerin mobil uygulamalardan temel beklentisini oluşturmaktadır. Bu kategori altında teknoloji farkındalığı, kullanım kolaylığı, operasyonel etkinlik, müşteri-çalışan etkileşimi ve müşteri memnuniyeti temaları belirlenmiştir. Mobil teknolojinin kullanıcı farkındalığı, turistler tarafından teknolojinin gönüllü ve gönülsüz kullanımı anlamına gelmektedir (Han vd., 2021). Birçok katılımcı, turistlerin, günlük hayatlarında da mobil uygulamalara aşina olmaları nedeniyle tatilleri esnasında kullanmaktan keyif alacaklarını ve hatta isteyebileceklerini belirtmektedir. Bununla birlikte, mobil uygulama deneyimine sahip işletme yöneticilerinin bazıları, turistlerin mobil uygulamaları indirmek/kullanmak istemediklerini belirtmişlerdir. Tesisin sunduğu hizmetlere erişmek için konuklardan mobil uygulamayı indirmelerini istemek, konaklama çalışanları için hoş olmamasının

ötesinde, müşterilerin memnuniyetini düşürebilir. Bu nedenle, otel yöneticileri, kullanıcıların farkındalığını ve mobil uygulama kullanma niyetlerini hayati zorluklardan biri olarak tanımlamaktadırlar. Dolayısıyla mobil uygulamaların indirilme kolaylığı temel sorun olarak ortaya çıkmaktadır. Mobil uygulamaları çekici hale getirmek için turistlerin ekonomik yarar sağlayabileceği indirimlerin, ödüllerin, promosyonların vs. sağlanması ile tanıtım yapılması gerektiği ve bu sayede indirme/kullanma oranının arttığı /artacağı sıklıkla dile getirilmiştir. Ancak yine de yoğun tanıtım/ödül programları kullanmalarına karşın turistlerin uygulamayı kullanma oranlarının düşük olduğunu belirten katılımcılar da bulunmaktadır. Dolayısıyla ekonomik yararın gerekli ama tek başına yeterli olmadığı sonucu ortaya çıkmaktadır. Bu bağlamda, katılımcılar, turistlerin mobil uygulamaları kullanmaları konusunda teşvik edilmesi için yaratıcı ve farklı yöntemlerin daha işlevsel olacağını belirtmektedirler. Örneğin, mobil uygulamaların özellikle çocukların ilgisini çekebilecek şekilde tasarlanmasının ve işlemlerin oyunlaştırılarak yapılmasının işlevsel olacağı belirtilmiştir. Gizlilik koruması, müşterilerin mobil uygulamaları kullanmaları açısından önem arz eden diğer unsur olarak öne çıkmaktadır. Kişisel bilgileri korumak hayati önem taşırken, bu bilgiler mobil teknolojilerin uygulanmasında müşteri deneyimini geliştirmede kritik öneme sahiptir. Hizmetleri her bir turist için kişiselleştirmek ve özelleştirmek için kişisel bilgilere ihtiyaç duyulmaktadır.

Tatil deneyimini geliştirme kategorisi altındaki öne çıkan diğer iki tema, uygulamanın etkinliği ve kullanım kolaylığı ile ilgilidir. Katılımcılar, mobil uygulamaların menülerinin kolay anlaşılır olması ve müşterinin kafasını karıştıracak yoğunlukta olmaması gerektiğini, her türlü bilginin değil, turistlerin ihtiyaç duyacakları bilgilerin yer almasının yeterli olduğunu belirtmişlerdir. Aksi takdirde, mobil uygulamayı kullanmayı isteyen turistlerin aradığını bulamadığı ve pek çok şeyi kaçırdığı için mobil uygulamayı kullanmaktan vazgeçtiği ifade edilmiştir. Öte yandan, uygulamanın hızlı hizmet sunumuna destek olması ve işlemlerdeki karmaşıklığa son vermesi gerektiği ifade edilmiş olup mobil uygulamaların müşterilerin bekleme süresini azaltacağı/azaltması gerektiği ve dolayısıyla müşteri memnuniyetine olumlu yansıtacağı düşünülmektedir. Ayrıca mobil uygulamaların müşterilerin siparişlerinin/taleplerinin alımında müşteri-çalışan arasındaki yanlış anlaşılmanın önüne geçeceği, dolayısıyla bu tür servis hatalarının engellenmesi için de yararlı olacağı düşünülmektedir. Bununla birlikte, oluşabilecek sistemsel hatalara ya da servis personelinin mobil uygulama üzerinden iletilen talebe cevap vermemesi/geç yanıt vermesi gibi unsurlara da dikkat edilmesi gerektiği, bu durumun müşteri şikâyetlerini arttırabileceği belirtilmektedir. Bunun önüne geçilmesi için, konaklama tesislerinin bu konuda düzenlemeler yapması gerektiği ve mobil uygulamayı koordine edecek/takip edecek birim/personel ihtiyacının oluşabileceği de vurgulanmaktadır.

Çalışan-müşteri etkileşimi, yöneticilerin tatil deneyimini geliştirme konusunda en önem verdikleri ve en büyük çekincelere sahip oldukları temalar arasındadır. Olumlu görüşler de belirtilmiş olmasına karşın, yöneticiler, müşterilerin taleplerini dile

getirmeleri/rezervasyon yapmaları hususlarında insan-insan etkileşiminin azalmasından endişe duymaktadırlar. Bu bulgular, hizmet firmalarının mobil teknoloji geliştirirken müşteri odaklı kalmasının gerektiğini göstermektedir. Tatil deneyimini geliştirme kategorisinde belirlenen son tema, daha önceki temaların bir sonucu/özeti olarak ortaya çıkan “müşteri memnuniyeti”dir. Genel olarak katılımcılar, mobil uygulamaların, müşteri memnuniyetini arttırdığını/arttırabileceğini vurgulamış, müşterilerin memnuniyet ve memnuniyetsizliklerini belirtmelerine imkân tanınması gerektiğinin ve dolayısıyla işletmelerin “*kalite standardının değerlendirilmesi ve müşteri memnuniyet düzeyinin incelenmesi açısından da önemli bir parametre (K5)*” olabileceğinin altını çizmişlerdir.

Yönetimsel unsurlar çalışmada belirlenen ikinci kategoriye oluşturmakta ve altyapı, çalışanlar, maliyet, karlılık ve rekabet avantajı temalarından oluşmaktadır. Katılımcılar, mobil uygulamaların iyi çalışabilmesi için işletmelerin teknik ve internet altyapılarının iyi olması gerektiğini ve mobil uygulamaların işletmenin genel teknik altyapısına uygun ve uyumlu olmasının şart olduğunu belirtmektedirler. Hatta bazı katılımcılar, işletme teknik altyapısının mobil uygulamaya uygun olmaması nedeniyle mobil uygulama kullanmadıklarını dile getirmiştir. Bunun ötesinde hem işletmelerin hem de tesislerin bulunduğu yerleşimdeki internet altyapılarının iyi olmasının, kopmaların yaşanmamasının hem müşteri memnuniyeti hem de operasyonel sorunlar yaşanmaması için gereklilik olduğu ancak genel olarak bu konuda hem işletmeler hem de yerleşimlerde yetersizliklerin bulunduğu dile getirilmiştir.

Yönetimsel unsurlarda öne çıkan diğer önemli tema çalışan unsurudur. Katılımcılar, mobil uygulamaların işlevsel olması açısından personelin kilit önemde olduğunu vurgulamaktadır. Katılımcılar genel olarak, personelin hâlihazırda mobil uygulamalara aşina olmaları nedeniyle otellere yönelik mobil uygulamaların işyerinde kullanılmasına çok direnç göstermeyeceğini ancak yapılacak mobil uygulamaların da personelin kullanabileceği düzeyde olması gerektiğini belirtmektedir. Ayrıca, mobil uygulamaların çalışanların ve yöneticilerin iş yükünü arttırmayacağı, bilakis belli süreçlerin azalması/aradan kalkması nedeniyle kolaylaştıracağı belirtilmiştir. Ancak, sistemin daha verimli çalışabilmesi için personele eğitim verilmesi gerektiği de ifade edilmektedir. Bunun ötesinde müşteri talep, istek ve şikâyetlerinin ne kadar sürede çözüldüğünün kontrol edilmesine imkân tanınması nedeniyle personelin verimini arttıracığı yöneticiler tarafından genel olarak kabul edilmekle birlikte teknolojik bilgisi olan servis personelinin yanı sıra süreci takip edecek personel istihdam edilmesine, dolayısıyla maliyetlerin yükselmesine neden olabileceği de belirtilmektedir.

Maliyet, karlılık ve rekabet avantajı, yöneticilerin dile getirdiği diğer üç yönetimsel tema olarak belirmektedir. Müşteri memnuniyetinin sağlanmasından sonra katılımcıların sıklıkla üzerinde durduğu konulardan bir tanesini de maliyet unsuru oluşturmaktadır. Genel olarak mobil uygulamaların çok maliyetli olmayacağı/olmadığı dile getirilmekle beraber, görünmeyen masrafların (altyapı yatırımları, üyelik/bakım/danışmanlık ücretleri vb.) ve güncel ekonomik koşulların

mobil uygulamalar önündeki en büyük engellerden olduğu vurgulanmıştır. Çok fazla katılımcı tarafından dile getirilmemiş olmakla birlikte mobil uygulamaların işletmelerin satışlarını ve dolayısıyla karlılığını arttırabileceği ve müşteri memnuniyetini sağlaması nedeniyle de rekabet avantajı oluşturacağı da düşünülmektedir.

Çalışmada belirlenen üçüncü kategori içerik-tasarıma ilişkin unsurları içermektedir. İçerik-tasarım kategorisindeki temalar hem tatil deneyiminin geliştirilmesi hem de yönetsel unsurların temelinde yer alan konuları kapsamakta, işlev, tasarım ve yazılım temalarından oluşmaktadır. Odağına turistlerin beklentilerini/isteklerini alan çalışmalarla (örneğin, Chen, Knecht & Murphy, 2015; Kim, Mejia & Connolly, 2017; Lei, Wang & Law, 2019b) uyumlu şekilde mobil uygulamaların destinasyon, otel ve tesisteki etkinlikler hakkında bilgi sunması ve rezervasyon (oda, yemek, etkinlik, gezi vs.) yapılmasına imkân tanınması gerektiği katılımcıların tamamı tarafından dile getirilmiştir. Mobil uygulamaların rezervasyon sürecini kolaylaştırabileceği, oluşacak aksaklıkların önüne geçilmesini sağlayacağı ve dolayısıyla müşteri şikâyetlerini azaltacağı belirtilmiştir. Katılımcılar, ayrıca mobil uygulamaların turistlere alternatif ürün ve hizmetlere ilişkin bilgi sağlaması ile müşterilerin anlık siparişlerini ve taleplerini mobil uygulamalar vasıtasıyla verebilmesi gerektiğini de düşünmektedirler. Transfer, oda içi hizmetlere erişim, taksi çağırma gibi ek hizmetler de bazı katılımcılar tarafından dile getirilmiştir. Bunun ötesinde, mobil uygulamaların hem konaklayan müşterilere hem de günübirlik kullanıcılara alışveriş yapabileme/ücret ödeme gibi fonksiyonları yerine getirmesinin yararlı olacağını dile getiren katılımcılar bulunmaktadır ancak bu konuda çekinceler de dile getirilmiştir. Özellikle büyük araziler üzerinde yapılanmış ve hizmetleri/birimleri arazi üzerinde dağılmış konaklama işletmelerinin yöneticileri, müşterilerin buldukları konumlarının mobil uygulamalar ile belirlenebilmesini beklemektedir. Örneğin, sipariş veren müşterinin sipariş anındaki konumunun belirlenmesinin hizmet sunumu için önemli olduğu dile getirilmiştir. Özetle, otel yöneticilerinin mobil uygulamadan temelde bilgi sunma/bilgilendirme, rezervasyon yapabileme, sipariş verebilme ve siparişin/hizmetin hızlı şekilde sağlanmasına destek olma fonksiyonlarını yerine getirmesini bekledikleri söylenebilir. Katılımcılar, uygulamaların söz konusu işlevleri sunarken hızlı çalışmasının ise temel koşul olduğunu dile getirmişlerdir.

Pek çok katılımcı anlık haberleşme uygulamalarının (Whatsapp) bazı durumlarda mobil uygulamaya tercih edilebildiğini, yani anlık haberleşmenin daha fonksiyonel olduğunu belirtmişlerdir. Diğer katılımcılar da mobil uygulamaların, anlık haberleşmeye, müşterilerin yönetimle anlık/anında iletişime geçmesine olanak tanıyacak şekilde tasarlanması gerektiğini ifade etmiştir. Yukarıda da dile getirildiği üzere, yöneticilerin mobil uygulamalardan bekledikleri stratejik yarar, müşteri memnuniyetinin sağlanmasıdır. Bu çerçevede, mobil uygulamanın müşterilerin aldıkları hizmete yönelik anlık ve/veya tatillerine ilişkin genel memnuniyetlerini belirtebilecekleri bir anketi de içermesi gerektiği belirtilmiştir.

Tasarım (dil seçenekleri, entegrasyon, teknolojik uyum, tesise uygunluk) ve yazılım (destek, güncelleme, kolay indirme) içerik-tasarım kategorisinde yer alan diğer iki temayı oluşturmaktadır. Katılımcılar mobil uygulamaların müşteri portföyünü içerecek şekilde farklı dillerde hizmet verebilmesi, sosyal medyaya ve tesisin internet sitesine entegre çalışacak şekilde tasarlanması gerektiğini belirtmektedirler. Diğer taraftan katılımcılar mobil uygulamaların, tesise özel olması veya tesisin özelliklerine/beklentilerine göre uyarlanabilir olması gerektiğini vurgulamışlardır. Bazı katılımcılar, mobil uygulamaların tesiste kullanılan diğer elektronik sistemlerle uyumlu olmasının yararlı olacağını altını çizmiştir. Katılımcılar, mobil uygulamaların, kolay indirilmesi (ve hatta indirmeye gerek kalmadan QR kod okunarak kullanılabilmesi), kolaylıkla güncellenebilmesi, teknolojik yenilik ve gelişmelerle birlikte müşteri talebindeki değişimlere de kolaylıkla uyarlanabilmesi gerektiğini ve bu kapsamda, yazılım/servis sağlayıcının sürekli ve gerekirse anlık destek sağlamasının önemli bir gereklilik olduğunu ifade etmişlerdir.

### SONUÇ, TARTIŞMA VE ÖNERİLER

Müşterilerin anlık ihtiyaçlarının karşılanması ve operasyonel anlamda kritik düzenlemeler yapmaya yardımcı olması açısından yararlı olabilecek mobil uygulamalar, henüz gelişim sürecinin erken aşamalarında olmakla birlikte, tüketici taleplerindeki değişimin anlaşılması ve karşılanması açısından yeni olanaklar sunabilmektedir (Wang vd., 2016). Bu kapsamda, mobil teknolojinin konaklama ve seyahat endüstrisi için yarattığı fırsatlar ile oluşturduğu etkiyi inceleyen çalışmalar artmaktadır (Bertan vd., 2016; Morasan, 2018; Kim, Bae & Jeon, 2019; Han vd., 2021). Bununla birlikte, mevcut mobil uygulamaların daha çok seyahat öncesinde rezervasyon yapma, otel arama, destinasyon hakkında bilgilendirme gibi hizmetleri sunmasının ötesinde bu alanda yapılan akademik çalışmaların çoğunluğu tüketicilerin beklentilerini ve deneyimlerine ilişkin değerlendirmelerini incelemiş olup, otel yöneticilerinin mobil uygulamalara ilişkin görüşlerini inceleyen çalışma sayısı kısıtlıdır. Bu çerçevede, otel yöneticilerinin mobil uygulamaların kullanımı, içermesi gereken hizmetler ve yönetsel avantaj ve dezavantajları hakkındaki görüşlerini inceleyen bu çalışma, otel mobil uygulamalarının tasarımı ve uygulama alanlarına ilişkin faydalı bilgiler sunmaktadır.

Çalışmanın sonuçları, konaklama işletmecilerinin/yöneticilerinin, sektörün emek ağırlıklı geleneği nedeniyle teknolojik gelişmeye daha yavaş uyum sağladığını belirten Singh & Kasavana (2005) ile kısmen örtüşmektedir. Covid-19 pandemisinin ve mevcut ekonomik koşulların/zorlukların yarattığı maliyet kaygısı nedeniyle çekinceleri bulunan yöneticiler bulunmakla birlikte, Kim, Connolly & Blum'un (2014) bulgularıyla tutarlı şekilde, konaklama tesis yöneticileri mobil uygulamaların geleceğin konaklama sektörü için gerekli bir araç olduğu fikrine katılmaktadırlar. Katılımcıların büyük çoğunluğu her türlü konaklama tesisinde işlevsel olacağını düşünmekle beraber bazı yöneticiler kapasitesi büyük ve geniş araziler üzerinde inşa edilmiş tesisler için daha elzem olduğunu düşünmektedir. Bu çerçevede mobil

uygulama yazılımcılarının öncelikle daha büyük kapasiteli tesislere odaklanması yararlı olacaktır.

Katılımcıların mobil uygulamanın önündeki en büyük engelin turistlerin teknoloji farkındalığı/programı kullanma niyetleri olduğunu dile getirmeleri, kolay indirilebilir ve hatta indirmeye gerek duymadan kullanılacak mobil uygulamaların tasarlanması gerektiğine işaret etmektedir. Diğer taraftan, çalışmanın sonuçları alanyazında yer alan ve turistlerin beklentilerini inceleyen çalışmalarla (örneğin Chen, Knecht & Murphy, 2015; Kim, Mejia & Connolly, 2017; Sarmah, Kamboj & Rahman, 2017; Morasan, 2018) birlikte değerlendirildiğinde, turistlerin kişisel tercihlerini dile getirebilecekleri ve işletme ile etkileşimlerini arttıracak (örneğin mobil uygulamalar kullanılarak yaratıcı etkinliklerin yapılabileceği) mobil uygulamaların gelecek dönemde ön plana çıkacağı ifade edilebilir. Bu durum, turistlerin tatilleri esnasında mobil uygulamaları kullanma eğilimlerini kuvvetlendirmesinin ötesinde yaratıcı ve yenilikçi etkinliklerin oluşturulmasının da önünü açacaktır. Tasarım açısından ilgi çekici, teknolojik gelişmelere kolay uyarlanabilen (Karle & Fensel, 2016) ve turistlerin yaratıcılıklarını kullanabildikleri mobil uygulamalar, otel misafirlerinin otelle iletişim kurmalarını teşvik edecek ve deneyimlerini geliştirecektir (Kim, 2016).

Çalışma sonuçları, mobil uygulamaların bilgi, rezervasyon, anlık sipariş verme gibi özelliklere sahip olmasının bir temel gereklilik olduğunu göstermekle birlikte, yöneticiler uygulamaların tesislere özel olması gerektiğini de düşünmektedir. Ayrıca bazı katılımcılar, alanyazında yer alan diğer bazı çalışmaların (Kim, 2016; Kim, Bae & Jeon, 2019) sonuçları ile örtüşecek şekilde sosyal medya bağlantısının önemli olduğunu düşünmektedir. Bununla birlikte, Chen, Murphy & Knecht (2016), gibi araştırmacılar ise telefonlarda hâlihazırda bu tür uygulamaların bulunması nedeniyle, turistlerin mobil uygulamaların sosyal medya bağlantısına sahip olmasını önemsemediklerini belirtmektedir. Mobil otel uygulamalarının ömrünün müşterilerin otelde kaldığı süreyle kısıtlı olduğu göz önünde bulundurularak, diğer programlar/uygulamalar aracılığı ile de kolaylıkla ulaşılabilen işlevler yerine, otel turistlerinin otelle iletişim kurmalarını teşvik edecek ve deneyimlerini geliştirecek şekilde, tesise özgü özellikler ve işlevler sağlamanın daha yararlı olacağı ifade edilebilir (Chen, Murphy & Knecht, 2016). Mobil uygulamaların her şeyi değil, turistlerin en çok ihtiyaç hissettikleri unsurları kullanıcı dostu menülerle sunabilmesi (Karle & Fensel, 2016) önem verilmesi gereken diğer bir hususu oluşturmaktadır. Dolayısıyla hem yazılımcıların hem de otel yöneticilerinin mobil uygulama geliştirme süreçlerinde turistlerin beklentilerini ve isteklerini incelemeleri ve tesisin misafir portföyüne göre farklı ve tesise özel uygulamalar geliştirmeleri gerekliliktir.

Çalışmada, çok yoğun olmamakla birlikte, mobil uygulamaların maliyetlerine ilişkin çekinceler de dile getirilmiştir. Maliyete ilişkin çekinceler, salt mobil uygulamaların kendisinden kaynaklı olmayıp, tesisin veya tesisin bulunduğu yerleşimlerin internet altyapılarının geliştirilmesi maliyetlerini de kapsamaktadır. Bu çerçevede, konaklama tesislerinin gelecek dönemde buna yatırım yapmaları ve mobil uygulamaların yaygınlaşması ile birlikte bakım ve destek maliyetlerinin de azalacağı mütalaa



edilmektedir. Benzer şekilde, mobil uygulamaların konaklama tesislerinin müşterileri tarafından daha yoğun kullanılmaya başlaması ile birlikte söz konusu maliyetlerin birim kullanım açısından göz ardı edilebileceği ve konaklama tesisleri açısından büyük sorun teşkil etmeyeceği ifade edilebilir.

Genelde teknolojik gelişmeler ve özelde mobil uygulamalar, turizm sektörü işletmelerinin rekabet avantajlarını korumaları ya da elde etmeleri için bir destek unsuru ve zorunluluk olarak ortaya çıkmaktadır. Dolayısıyla, konaklama işletmeleri ve yazılımcıların işbirlikleri ve yapacakları çalışmalar, sektörün geleceği ve sürdürülebilirliği açısından büyük önem taşımaktadır.

### **Çalışmanın Sınırlılıkları**

Bu çalışmanın sadece Muğla ilinde ve sadece yöneticilerle yapılması, en önemli sınırlılıklarından biridir. Gelecek çalışmalarda farklı destinasyonlarda ve farklı düzeyde çalışanlarla çalışmanın yürütülmesi daha kapsayıcı sonuçların elde edilmesini sağlayabilir. Benzer şekilde, çalışmanın büyük kapasiteli tesislerle yapılmış olması diğer bir kısıtı oluşturmaktadır. Bu çerçevede, küçük işletmelere yönelik ya da küçük işletmeleri de kapsayacak daha geniş örneklerle yapılacak çalışmalar sektörün genelinin görüşlerinin yansıtılması açısından yararlı olacaktır. Bunun ötesinde, çalışma sonuçları deniz-kum-güneş turizmi kapsamında faaliyet gösteren otel yöneticilerinin görüşlerini yansıtmakta olup kent otelleri ile farklı turizm türüne hizmet eden konaklama tesislerinde sonuçların sınırlanmasında yarar bulunmaktadır. Ayrıca bu çalışma nitel tekniklerle yürütülmüştür. Gelecekte mobil uygulamalar hakkında daha geniş bir skalada turizm sektörü çalışanlarının görüşlerinin hem nitel hem de nicel yöntemler kullanılarak değerlendirilmesi, daha farklı ve derin sonuçların elde edilmesini sağlayabilir.

**Hakem Değerlendirmesi:** Dış bağımsız.

**Teşekkür:** Veri toplanması ve bilgisayara aktarılması sürecinde yaptığı özverili katkıdan dolayı Bahadır Özden'e çok teşekkür ederiz.

**Destek Bilgisi:** 2209-B Sanayiye Yönelik Lisans Araştırma Projeleri Destekleme Programı kapsamında 1139B412100565 proje numarası ile desteklenmiştir.

**Çıkar Çatışması:** Yazarlar arasında çıkar çatışması yoktur.

**Etik Onayı:** Bu çalışmanın tüm hazırlanma süreçlerinde etik kurallara riayet edildiğini yazar(lar) beyan eder. Aksi bir durumun

tespiti halinde Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi'nin hiçbir sorumluluğu olmayıp, tüm sorumluluk makale yazar(lar)ına aittir.

**Bilgilendirilmiş Onam Formu:** Tüm taraflar kendi rızaları ile çalışmaya dâhil olmuşlardır.

**Etik Kurul Onayı:** Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler Araştırmaları Etik Kurulundan 21/01/2022 tarih ve 08 sayılı karar numarası ile izin alınmıştır.

**Araştırmacıların Katkı Oranı:** Yazarlar çalışmaya eşit oranda katkı sağlamıştır.

**Veri Kullanılabilirlik Beyanı:** Araştırma verileri paylaşılmamıştır.

## KAYNAKÇA

- Bellman, S., Potter, R., Treleaven-Hassard, S., Robinson, J., & Varan, D. (2011). The effectiveness of branded mobile phone apps. *Journal of Interactive Marketing*, 25(4), 191-200.
- Bertan, S., Bayram, M., Ozturk, A.B., & Benzergil, N. (2016). Factors influencing hotel managers' perceptions regarding the use of mobile apps to gain a competitive advantage. *Asia-Pacific Journal of Innovation in Hospitality and Tourism*, 5(1), 59-74.
- Bilgihan, A., Okumus, F., Nusair, K., & Kwun, D. J.-W. (2011). Information technology applications and competitive advantage in hotel companies. *Journal of Hospitality & Tourism Technology*, 2, 139-154.
- Brewer, P., Kim, J., Schrier, T., & Farrish, J. (2008). Current and future technology use in the hospitality industry. *American Hotel and Lodging Association*, [URL: <https://www.txcte.org/sites/default/files/resources/documents/Current-and-Future-Technology-Use-in-the-Hospitality-Industry.pdf>] (Erişim Tarihi: 16 Temmuz 2022)
- Burgess, S., Sellitto, C., & Karanasios, S. (2012). A model of ICDT internet flows on mobile devices for the travel and tourism consumer. *Tourism Analysis*, 17(6), 705-719.
- Chen, M., Knecht, S., & Murphy, H.C. (2015). *An investigation of features and functions of smartphone applications for hotel chains*. [https://agrilifecdn.tamu.edu/ertr/files/2015/02/SP05\\_MobileSession\\_Chen.pdf](https://agrilifecdn.tamu.edu/ertr/files/2015/02/SP05_MobileSession_Chen.pdf). (Erişim Tarihi, 13 Temmuz 2022)
- Chen, M-M., Murphy, H.C., & Knecht, S. (2016). An importance performance analysis of smartphone applications for hotel chains. *Journal of Hospitality and Tourism Management* 29, 69-79.
- Dickinson, J.E., Ghali, K., Cherrett, T., Speed, C., Davies, N., & Norgate, S. (2014). Tourism and the smartphone app: capabilities, emerging practice and scope in the travel domain. *Current Issues in Tourism*, 17(1), 84-101.
- Freed, J. Q. (2014). *Hotel brand apps on par with OTAs*. <https://www.costar.com/article/1678710022/hotel-brand-apps-on-par-with-otas>. (Erişim Tarihi: 09 Temmuz 2022)
- Galoni, C., Carpenter, G.S., & Rao, H. (2020). Disgusted and afraid: consumer choices under the threat of contagious disease. *Journal of Consumer Research* 47(3), 373-392.
- Gibbs, C. Gretzel, U., & Saltzman, J. (2016). An experience-based taxonomy of branded hotel mobile application features. *Information Technology & Tourism*, 16, 175-199.
- Han, S.H., Lee, J., Edvardsson, B., & Verma, R. (2021). Mobile technology adoption among hotels: Managerial issues and opportunities. *Tourism Management Perspectives*, 38, 100811.
- Itani, O.S., & Hollebeek, 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.

- Jung, S.Y., Kim, J. S., & Farrish, J. (2014). In-room technology trends and their implications for enhancing guest experiences and revenue. *Journal of Hospitality and Tourism Technology*, 5(3), 210-228.
- 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.
- Kaushal, V., & Srivastava, S. (2021). Hospitality and tourism industry amid COVID-19 pandemic: Perspectives on challenges and learnings from India. *International Journal of Hospitality Management*, 92, 102707.
- Kim, J., Park, J., Lee, J., Kim, S., Gonzalez-Jimenez, H., Lee, J. Choi, Y.K., Lee, J.C., Jang, S. Franklin, D., Spence, M.T., & Marshall, R. (2021). COVID-19 and extremeness aversion: the role of safety seeking in travel decision making. *Journal of Travel Research*, 61(4), 837-854.
- Kim, J.S. (2016). An extended technology acceptance model in behavioral intention toward hotel tablet apps with moderating effects of gender and age. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 28(8), 1535-1553.
- Kim, J.S., Connolly, D.J., & Blum, S. (2014). Mobile technology: an exploratory study of hotel managers. *International Journal of Hospitality & Tourism Administration*, 15(4), 417-446.
- Kim, J.S., Mejia, C., & Connolly, D.J. (2017). Tablets and tablet apps: what do hotel customers want? *International Journal of Hospitality & Tourism Administration*, 18(3), 307-333.
- Kim, S.H., Bae, J.H., & Jeon, H.M. (2019). Continuous intention on accommodation apps: integrated value-based adoption and expectation-confirmation model analysis. *Sustainability*, 11, 1578.
- Kour, P., Jasrotia, A., & Gupta, S. (2020). COVID-19: A pandemic to tourism guest-host relationship in India. *International Journal of Tourism Cities*, 3, 725-740.
- Krippendorff, K. (2004). *Content analysis. An introduction to its methodology*, (2. Baskı). Thousand Oaks, CA: Sage.
- Kültür ve Turizm Bakanlığı (2022a). *Konaklama istatistikleri*. <https://yigm.ktb.gov.tr/TR-201120/konaklama-istatistikleri.html>. (Erişim tarihi: 18 Ağustos 2022)
- Kültür ve Turizm Bakanlığı (2022b). *Tesis istatistikleri*. <https://yigm.ktb.gov.tr/TR-201131/tesis-istatistikleri.html>. (Erişim Tarihi: 18 Ağustos 2022)
- Lee, S.A. (2018). M-servicescape: effects of the hotel mobile app servicescape preferences on customer response. *Journal of Hospitality and Tourism Technology*, 9(2), 172-187.
- Lei, S.I., Wang, D., & Law, R. (2019a). Hoteliers' service design for mobile-based value co-creation. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 31(11), No. 11, 4338-4356.
- Lei, S.I., Wang, D., & Law, R. (2019b). Perceived technology affordance and value of hotel mobile apps: A comparison of hoteliers and customers. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 39, 201-211.
- Mickael, I. (2011). *Mobile the new black for travel*, ZDNet. <http://www.zdnet.com/mobile-the-new-blackfor-travel-1339321469>. (Erişim Tarihi: 18 Ağustos 2022)

- Morosan, C. (2018). An empirical analysis of intentions to cocreate value in hotels using mobile devices. *Journal of Hospitality and Tourism Research*, 42(4), 528 - 562.
- Morosan, C., & DeFranco, A. (2016). Co-creating value in hotels using mobile devices: A conceptual model with empirical validation. *International Journal of Hospitality Management*, 52, 131-142.
- Muğla İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü (2022). *Turizm istatistikleri*. <https://mugla.ktb.gov.tr/TR-281990/aylik-istatistikler-2021.html>. (Erişim Tarihi: 18 Ağustos 2022)
- Park, Y. A., Gretzel, U., & Sirakaya-Turk, E. (2007). Measuring web site quality for online travel agencies. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 23(1), 15-30.
- Robinson, V.M., & Schänzel, H.A. (2019). A tourism inflex: Generation z travel experiences. *Journal of Tourism Futures*, 5(2), 127-141.
- Sarmah, B., Kamboj, S., & Rahman, Z. (2017). Co-creation in hotel service innovation using smart phone apps: an empirical study. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 29(10), 2647 - 2667.
- Singh, A. J., & Kasavana, M.L. (2005). The impact of information technology on future management of lodging operations. *Journal of Tourism and Hospitality Research*, 6(1), 24-37.
- Van Hoof, H. B., Collins, G. R., Combrink, T. E., & Verbeeten, M. J. (1995). Technology needs and perceptions: an assessment of the US lodging industry, *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 36(5), 64-69.
- Verma, R., Stock, D., & McCarthy, L.M. (2012). Customer preferences for online, social media, and mobile innovations in the hospitality industry. *Cornell Hospitality Quarterly* 53 (3) 183-186.
- Vermillion, L. (2010). *Service from afar*. <http://www.lodgingmagazine.com/PastIssues/PastIssues/Service-From-Afar-1060.aspx>. (Erişim Tarihi: 09 Temmuz 2022)
- Wang, D., Xiang, Z., & Fesenmaier, D.R. (2016). Smartphone use in everyday life and travel. *Journal of Travel Research*, 55(1), 52-63.
- Wang, D. Xiang, Z., Law, B., & Ki, T.P. (2016). Assessing hotel-related smartphone apps using online reviews. *Journal of Hospitality Marketing and Management*, 25, 291-313.
- Wang, H.Y., & Wang, S.H. (2010). User acceptance of mobile internet based on the unified theory of acceptance and use of technology: Investigating the determinants and gender differences. *Social Behavior and Personality: An International Journal*, 38(3), 415-426.
- Yıldırım, A., & Şimşek H. (2018). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri*. Seçkin Yayıncılık.