



# Türk Turizm Araştırmaları Dergisi

2020, 4(2): 1640-1654.

DOI: [10.26677/TR1010.2020.417](https://doi.org/10.26677/TR1010.2020.417)

ISSN: 2587-0890 Dergi web sayfası: <https://www.tutad.org>



## KAVRAMSAL MAKALE

### Gelenekselden Dijitale Turizm Sektörü

Dr. Öğretim Üyesi Ayşe ATAR, Ondokuz Mayıs Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Samsun, e-posta: [aysee.atar@gmail.com](mailto:aysee.atar@gmail.com)  
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9060-6684>

#### Öz

Toplumsal hayatın da hızla adapte olduğu teknoloji karşısında artan talebe karşı buldukları pazarda sürdürülebilirliklerini devam ettirmek isteyen turizm işletmeleri, özellikle internet tabanlı teknolojileri potansiyel müşterilerine daha hızlı ulaşmak, mevcut müşterilerini ise elinde tutmak adına yoğun olarak kullanmaktadır. Turizm işletmelerinin internet tabanlı uygulamalar dışında da teknolojiyi temel olarak yapmış oldukları uygulamaların da onları buldukları pazarda lider konuma taşınması konusunda önemli bir yere sahip olduğu düşünülmektedir. Bu bakış açısından yola çıkılarak çalışmanın amacı; Turizm sektöründeki işletmelerinde bulunan uygulamalarının hangi teknoloji kullanımlarına dayandığının ve turizm sektöründe ne gibi değişikliklere yol açtığına hangi yeni strateji, uygulama ve yöntemlerin geliştirilmesine olanak sağladığının ortaya çıkarılmasıdır. Çalışmada nitel araştırma yöntemi esas alınmış olup, konuya ilişkin kaynak ve doküman incelemesi gerçekleştirilerek kavramsal bir çerçeve oluşturulmuş, turizm sektörü geçmişten günümüze teknolojik açıdan ele alınıp değerlendirilmiştir. Çalışmanın bulguları dikkate alınarak dijitalleşme ile birlikte turizm sektöründe meydana gelen teknoloji temelli hareketlerin arttığından bahsedilebilir. Ayrıca, zaman içerisinde turizm sektöründe gelişme kaydeden teknolojik uygulamaların sosyal medya üzerinden yaptığı tanıtımlarla da turizm işletmelerinin tanıtım maliyetlerine azaltıcı etkisi olurken, müşteri potansiyelini artırıcı bir etki gösterdiği sonucuna da ulaşılmıştır. Literatüre dayalı genel bulgular değerlendirildiğinde ise, sanayi devrimi ile entegre bir şekilde ilerleme kaydeden turizm sektörünün teknolojiyi daha çok personel ve turistlerin hayatını kolaylaştırıcı manada kullandığı gözlemlenmiştir.

**Anahtar Kelimeler:** Turizm 4.0, Dijitalleşme, Turizm Sektörü, Teknoloji.

**Makale Gönderme Tarihi:** 04.01.2020

**Makale Kabul Tarihi:** 07.04.2020

#### Önerilen Atıf:

Atar, A. (2020). Gelenekselden Dijitale Turizm Sektörü, *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(2): 1640-1654.

© 2020 Türk Turizm Araştırmaları Dergisi.



## CONCEPTUAL PAPER

### Tourism Sector from Traditional to Digital

Assistant Prof. Dr. Ayşe ATAR, Ondokuz Mayıs University, Faculty of Tourism, Samsun, e-mail: [aysee.atar@gmail.com](mailto:aysee.atar@gmail.com)  
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9060-6684>

#### Abstract

Tourism businesses which want to maintain their sustainability in the market they are in the face of the increasing demand in the face of the technology that social life adapts rapidly, especially use internet-based technologies to reach their potential customers faster and to keep their existing customers. Apart from internet based applications, it is believed that the tourism companies' applications that they have made based on technology have an important place in making them a leader in the market they are in. The aim of working from this point of view is; It is to reveal which technology uses its applications in the tourism sector enterprises and what changes it causes in the tourism sector, and which new strategies, practices and methods allow development. Tourism sector has been evaluated technologically from past to present. Qualitative research method was taken as a basis in the study, a conceptual framework was created by analyzing the sources and documents related to the subject and the tourism sector was evaluated technologically from past to present. Considering the findings of the study, it can be mentioned that the technology-based movements in the tourism sector increased with digitalization. In addition, it has been concluded that technological applications, which have made progress in the tourism sector over time, have a decreasing effect on the promotion costs of tourism companies while promoting over social media, while also showing an increase in customer potential. When the general findings based on the literature are evaluated, it is observed that the tourism sector, which has made progress in an integrated manner with the industrial revolution, uses technology more in a way that facilitates the life of the personnel and tourists.

**Keywords:** Tourism 4.0, Digitalization, Tourism Industry, Technology.

**Received:** 04.01.2020

**Accepted:** 07.04.2020

#### Suggested Citation:

Atar, A. (2020). Tourism Sector from Traditional to Digital, *Journal of Turkish Tourism Research*, 4(2): 1640-1654.

© 2020 Türk Turizm Araştırmaları Dergisi.