

Akıllı Turizm Teknolojileri: Yapay Zeka ve Büyük Veri Odaklı Bibliyometrik Analiz

Yusuf Gökçe¹

Faruk Gökçe²

Özet

Bu araştırma, yapay zeka ve büyük veri temelli akıllı turizm teknolojileri literatürünün gelişim seyrini, üretim dinamiklerini ve kavramsal odaklarını bibliyometrik analiz yoluyla ortaya koymayı amaçlamaktadır. Veriler, 20 Aralık 2025 tarihinde Web of Science (WoS) veri tabanından elde edilmiş ve 2010-2025 dönemini kapsamıştır. Konu alanında yürütülen tarama sonucunda ulaşılan kayıtlar; turizm alanı, belge türü (makale ve derleme) ve dil (İngilizce) ölçütleriyle süzölmüş; nihai örneklem 242 çalışmadan oluşturulmuştur. İnceleme bulguları, yayın ve atıf performansında özellikle son yıllarda belirgin bir ivmelenmeye işaret etmektedir: yayın üretimi 2019 sonrasında hızlanmış; 2024 ve 2025 yılları hem yayın sayısı hem de atıf görünürlüğü bakımından dikkat çekici bir yoğunlaşma sergilemiştir. Üretkenlik örüntüleri, ülke ve kurum katkılarının belirli merkezlerde kümелendiğini göstermekte; Çin, ABD ve İngiltere öne çıkan ülke kümeleri arasında yer almaktadır. Kurumsal düzeyde Hong Kong Polytechnic University'nin yayın katkısı dikkat çekmektedir. Dergi dağılımı, alanın özellikle turizm teknolojileri ve konaklama teknolojisi eksenli yayın mecralarında yoğunlaştığını göstermektedir. Anahtar kelime bulguları, “smart tourism” kavramının çekirdek bir düğüm oluşturduğunu; “artificial intelligence”, “digital transformation” ve “big data” temalarının bu çekirdeği besleyen ana eksenler olarak konumlandığını ortaya koymaktadır. Sonuç olarak çalışma, literatürdeki hızlı büyümenin aynı zamanda tematik bir yoğunlaşma ürettiğini; buna karşılık veri yönetişimi, etik/mahremiyet ve uygulama ölçeklenebilirliği gibi başlıklarda yeni araştırma gündemlerine ihtiyaç bulunduğunu göstermektedir.

- 1 Dr. Öğr. Üyesi, Bingöl Üniversitesi, ykokce@bingol.edu.tr, ORCID ID: 0000-0002-5871-3594
- 2 Dr. Öğr. Üyesi, Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi, fgokce@mehmetakif.edu.tr, 0000-0002-4100-2171

Giriş

Turizm sektörü, dijital dönüşümün etkisiyle kapsamlı bir yeniden yapılanma süreci içerisinde. Akıllı turizm, bilgi ve iletişim teknolojilerindeki ilerlemelerden beslenen; akıllı destinasyon ve akıllı otel gibi kavramsal çerçeveleri de kapsayan bütünlük bir yaklaşım olarak ortaya çıkmaktadır. Söz konusu uygulamalar, ziyaretçi deneyiminin iyileştirilmesine katkı sunarken aynı zamanda işletmelerin ve destinasyonların rekabet avantajı elde etmesinde belirleyici bir işlev üstlenmektedir (Atar, 2020; Yalçınkaya vd., 2018; Eris, 2021). Akıllı turizmin dijitalleşme ekseninde sunduğu fırsatların sürdürülebilir rekabet gücüne dönüşebilmesi için teknolojik altyapının yanı sıra veri yönetimi, insan kaynağı ve yönetim mekanizmalarının da bütüncül biçimde ele alınması gerektiği ifade edilebilir.

Dijital dönüşüm, turizm sektörünün değer zincirini ve rekabet mantığını yeniden tanımlamakta; akıllı turizm teknolojileri ile yapay zeka ve büyük veri uygulamalarının yaygınlaşması sayesinde destinasyon yönetimi, pazarlama, deneyim tasarımı ve işletme verimliliği gibi temel işlevlerde yeni kapasite alanları ortaya çıkarmaktadır (Uygur vd., 2018; Johnson ve Samakovlis, 2019; Kement vd., 2021; Molina-Collado vd., 2022). Bilgi ve iletişim teknolojilerinin turizm ve konaklama yazınında giderek daha görünür hâle gelmesi; teknoloji kabulü, elektronik ağızdan ağıza iletişim (e-WOM), kullanıcı kaynaklı içerik, self-servis teknolojiler, robotik sistemler, sanal gerçeklik ve akıllı turizm gibi temaların araştırma gündeminde öne çıkması, dönüşümün hem kapsamını hem de ivmesini somut biçimde yansıtmaktadır (Molina-Collado vd., 2022). Akıllı turizm literatüründe bilgi üretiminin, araştırmacılar arası iş birliği ağlarının genişlemesi ve alt temaların çeşitlenmesiyle birlikte evrildiği; alanın 2000'li yıllardan itibaren geliştiği ve özellikle 2010 sonrasında belirgin bir büyüme eğilimi sergilediği ifade edilmektedir (Johnson ve Samakovlis, 2019).

Bu dinamik genişlemeyle eş zamanlı olarak, turizm araştırmalarında bibliyometrik yaklaşımların kullanımında kayda değer bir artış gözlenmektedir. Turizm ve konaklama alanındaki bilgi birikiminin haritalanması; eğilimlerin, iş birliği yapılarının ve araştırma boşluklarının sistematik biçimde belirlenmesi amacıyla farklı odaklarda çok sayıda bibliyometrik çalışma yürütülmüştür (Tayfun vd., 2018; Ülker vd., 2022; Akbaş ve Kara, 2024; Della Corte vd., 2019; Molina-Collado vd., 2022; Gökçe vd., 2024; Ongun ve Çuhadar, 2025; Ongun ve Örnek, 2025). Bibliyometrik analiz, bir alanın üretimini niceliksel göstergeler üzerinden görünür kılar (ör. yıllara göre yayın sayısı, en üretken yazarlar, ülkeler, kurumlar ve dergiler), aynı zamanda kavramsal yapıyı ortaya çıkarma; baskın temaları belirleme ve temalar arasındaki

ilişkileri çözümleme bakımından da sistematik ve tekrarlanabilir bir yöntem seti sunmaktadır (Della Corte vd., 2019; Molina-Collado vd., 2022; Kabil vd., 2021). Özellikle akıllı turizm, sürdürülebilir turizm ve dijitalleşme gibi hızla gelişen araştırma alanlarında bibliyometrik yaklaşımlar; görece ihmal edilmiş alt başlıkların saptanması ve ileriye dönük araştırma gündemlerinin temellendirilmesi açısından işlevsel bir araç olarak öne çıkmaktadır (Johnson ve Samakovlis, 2019; Della Corte vd., 2019; Kabil vd., 2021; Bozkurt vd., 2022).

Turizmde yapay zeka kullanımına ilişkin çalışmaların genel bibliyometrik görünümünü ele alan katkılar bulunmakla birlikte (Erol, 2025; Akbaş ve Kara, 2024), yapay zeka ve büyük veri eksenli akıllı turizm teknolojilerini bütüncül biçimde merkeze alan; alanın kavramsal evrimini, bilgi üretim ağlarını ve tematik kümelenmelerini bir arada değerlendiren araştırmaların sınırlı kaldığı anlaşılmaktadır (Johnson ve Samakovlis, 2019; Molina-Collado vd., 2022; Bozkurt vd., 2022). Bu çerçevede çalışma, Web of Science (WoS) veri tabanında yapay zeka ve büyük veri temelli akıllı turizm araştırmalarının mevcut durumunu, gelişim düzeyini ve yönelimlerini ortaya koymayı; böylelikle hem kuramsal birikime katkı sağlamayı hem de gelecekteki araştırmalar için çerçeve sunmayı hedeflemektedir.

Kavramsal Çerçeve

1. Akıllı Turizm Kavramı

Akıllı turizm; turizm destinasyonlarının, işletmelerinin ve turistlerin, büyük ölçüde ileri bilgi ve iletişim teknolojilerine dayanarak veri üretmesi ve toplaması, bu veriyi analitik süreçlerle işleyerek hem turist deneyimini zenginleştiren hem de işletmeler ve temas noktaları için somut değer yaratan hizmet bileşenlerine dönüştürmesi olarak kavramsallaştırılmaktadır (Gretzel vd., 2015; Rosário ve Dias, 2024). Bir başka tanıma göre ise akıllı turizm; destinasyon ölçeğinde fiziksel altyapıdan, sosyal etkileşimlerden, kamu/örgütsel kaynaklardan ve insanlardan elde edilen çok kaynaklı verinin ileri teknolojiler aracılığıyla işlenmesi; bu işlem sonucunda verimlilik, sürdürülebilirlik ve deneyim zenginleşmesi odağında turizm deneyimlerine ve iş değer önerilerine dönüştürülmesini ifade eden sistematik bir süreçtir (Borges-Tiago vd., 2021; Gretzel vd., 2015; Rosário ve Dias, 2024).

Bu yaklaşımda temel hedef, teknolojinin yalnızca araçsal kullanımını aşarak; turistlere kişiselleştirilmiş, bağlama duyarlı ve gerçek zamanlı hizmet sunabilmek (Kontogianni ve Alepis, 2020; Rosário ve Dias, 2024; Li vd., 2017), destinasyon ve işletme kaynaklarının etkin kullanımını artırmak suretiyle sürdürülebilirlik performansını desteklemek (Zhang ve Deng,

2024; Pencarelli, 2019; Bastidas-Manzano vd., 2020) ve paydaşlar (turist, yerel halk, işletmeler, kamu) arasında veri ile bilgi akışını güçlendirerek ortak değer üretimini kurumsallaştırmaktır (Koo vd., 2017; Gretzel vd., 2015).

Büyük veri, IoT, bulut bilişim, mobil teknolojiler ve sosyal medya yalnızca veri üretimini hızlandıran araçlar değil; turistik deneyimin tasarımı, hizmet sunumunu ve karar alma süreçlerini yeniden biçimlendiren stratejik bileşenlerdir. Özellikle farklı kaynaklardan gelen yüksek hacimli, yüksek çeşitlilikte ve yüksek hızdaki verinin anlamlandırılabilmesi, klasik analitik yaklaşımların ötesinde yapay zeka temelli yöntemleri zorunlu kılmaktadır (Qasimi, 2024). Makine öğrenmesi ve derin öğrenme gibi teknikler, ziyaretçi tercihlerini öngörme, talep tahmini, dinamik fiyatlandırma, duygu analizi, öneri sistemleri ve operasyonel optimizasyon gibi alanlarda katma değer üretirken; kişiselleştirilmiş hizmet sunumunun da temelini oluşturmaktadır.

2. Akıllı Turizm Teknolojileri

Akıllı turizm ve akıllı destinasyon çalışmaları, dijital dönüşümün turizm sistemini yalnızca “dijital kanalların artışı” düzeyinde değil, sosyo-teknik bir ekosistem dönüşümü olarak yeniden tanımladığı bir çizgide olgunlaşmaktadır. Bu bağlamda Turizm 4.0 yaklaşımı; IoT, bulut, mobilite ve platformlaşma dinamiklerinin turistik değer üretimini yeniden örgütlediğini ve “akıllılık” olgusunun altyapı kadar veri/entegrasyon katmanı ve yönetimle açıklanması gerektiğini öne çıkarır (Pencarelli, 2020). Benzer şekilde “hızlanma çağı” perspektifi, turizmde teknoloji kullanımının araçsal uygulamalardan veri yoğun, gerçek zamanlı ve bağlam duyarlı yönetime evrildiğini; yapay zeka ve büyük verinin bu evrimin doğal sonucu olarak merkezileştiğini vurgular (Xiang, 2018). Bu yaklaşımlar birlikte değerlendirildiğinde, literatürün temel iddiası akıllı turizmin teknoloji odaklı bir yenilik kümesinden çok, veri temelli karar alma ve değer oluşturma üzerine kurulu bir dönüşüm içerisinde olduğudur. Bu nedenle, güncel çalışmaların ortak yönü, akıllı turizmi “teknoloji listeleri” ile değil, sistem düzeyinde yeniden yapılanma ile açıklama eğilimidir.

Büyük verinin kaynakları ve analitikle deneyim/pazarlama yönetimi arasındaki bağın güçlenmesi öne çıkmaktadır. SoCoMo (Social-Context-Mobile) yaklaşımı, sosyal medya ve mobil bağlam verisinin kişiselleştirilmiş turizm deneyimini ve pazarlama performansını nasıl dönüştürdüğünü kavramsallaştırarak, veri akışlarının gerçek zamanlı yönetimini akıllı destinasyon pratiğinin merkezine yerleştirir (Buhalis ve Foerste, 2015). Destinasyon imajı ve deneyim boyutunda UGC temelli iş zekası yaklaşımı, çevrimiçi anlatılardan çıkarılan temalar aracılığıyla destinasyon yönetiminde

kanıta dayalı konumlandırma ve ürün tasarımını mümkün kılar (Marine-Roig ve Clavé, 2015). Mobil büyük veri üzerinden yöringe veri madenciliği ise, turist akışlarının mekânsal-zamansal örüntülerini görünür kılarak kapasite yönetimi, rota tasarımı ve kalabalık kontrolü gibi doğrudan operasyonel çıktılar üretir (Park vd., 2020). Bu çizgideki çalışmalar, akıllı turizmin uygulama değerini; “veri toplama”dan çok veriden eyleme geçebilen analitik kapasite üzerinden tanımladıkları için, alanın uygulama-odaklı olgunlaşmasında belirleyici bir rol oynamaktadır.

Akıllı destinasyonların sürdürülebilir biçimde işletilmesi için ekosistem mimarisi, birlikte çalışabilirlik ve yönetim gerekliliğinin vurgulanması, konuyla ilgili akademik çalışmalarda ele alınmaktadır. Akıllı konaklama yaklaşımı, bulut ve internet tabanlı standartlaşma üzerinden paydaşlar arası bağlantısallığın ve sistem entegrasyonunun analitik kapasiteyi nasıl genişletebileceğini ortaya koyar (Buhalis ve Leung, 2018). Ağ analizi temelli perspektif, akıllı destinasyon rekabetçiliğinin bilgi transferi ve paydaş ilişkilerinin niteliğine bağlı olduğunu göstererek, teknolojinin tek başına yeterli olmadığını kanıtlar (Del Chiappa ve Baggio, 2015). Güncel sentez çalışmaları, akıllı konaklamayı destinasyon ölçeğinde çevik iş ekosistemleri ve “bilgi altyapısı” temelinde yeniden tartışırken (Buhalis vd., 2023), paydaş algıları üzerine nitel bulgular, sahadaki kavramsal belirsizliklerin ve benimseme bariyerlerinin teknolojik potansiyelin hayata geçmesini sınırlandırabildiğini göstermektedir (Leung, 2019). Ayrıca yönetsel yetkinlikler ve dijital iş kabiliyetleri odağı, dönüşümün sürdürülebilirliği için insan sermayesi ve liderlik kapasitesinin kritikliğini netleştirir (Busulwa vd., 2022). Bu yaklaşımlar birlikte değerlendirildiğinde, akıllı turizmin başarısının teknoloji kadar veri yönetimi, paydaş koordinasyonu ve kurumsal yetkinlik tarafından belirlendiği konusunda güçlü bir ortaklaşma olduğu görülmektedir.

Akıllı turizmin yalnızca “verimlilik” değil, anlam ve etkileşim üreten dijital deneyimler üzerinden de değerlendirildiği dikkat çekilmektedir. Miras turizminde AR/VR kullanımına ilişkin kavramsal model, çoklu anlatılar ve tartışmalı miras bağlamında dijital deneyimin aşamalı biçimde nasıl kurgulanabileceğini göstererek, teknolojinin deneyim üretimindeki rolünü derinleştirir (Bec vd., 2019). Tematik turizmde çok duyulu sanal deneyim önerisi, destinasyon hikayeleştirilmesinin dijital içerikle genişletilmesi ve deneyim öncesi/deneyim sonrası etkileşimin artırılması yönünde uygulama perspektifi sunar (Martins vd., 2017). COVID-19 sonrası dönemde VR turizminin sürdürülebilirlik ekseninde kalıcılığını inceleyen ampirik bulgular ise, dijital deneyimlerin yalnızca zorunlu ikame değil, çevresel ve psikolojik motivasyonlarla desteklenebilen bir alternatif olabileceğini tartışmaya açar

(Talwar vd., 2023). Bu çerçeve, akıllı turizmin değer önerisinin kişiselleştirme ve bağlam duyarlılığı kadar, deneyimi zenginleştiren dijital tasarım boyutuna da dikkat edilmesi gerektiğini göstermektedir.

Pandemiyle hızlanan dönüşüm, yapay zeka ve otomasyonun turizm uygulamalarında daha görünür hale gelmesini sağlamış; özellikle temassız hizmet, güvenlik ve hizmet otomasyonu önemli hale gelmiştir. Temassız seyahat bağlamında AI ve robotik uygulamalarına ilişkin değerlendirmeler, hijyen ve risk algısının teknoloji benimsemesini hızlandırdığını; bu hızlanmanın konaklama süreçlerinde otomasyon ve yeniden tasarım ihtiyacını artırdığını vurgular (Gaur vd., 2021). Dijital dönüşümün konaklama ve turizm araştırmalarında nasıl çerçevelenmesi gerektiğine ilişkin çalışmalar, bu dönemde dijitalleşmenin strateji ve iş modeli düzeyine taşındığını; veri temelli yönetim ve otomasyonun “kriz yanıtı” olmaktan çıkarılıp kurumsal dönüşümün parçası haline geldiğini savunur (Cheng vd., 2023). Otellerde sesli asistanların benimsenmesine yönelik bulgular ise, kullanıcı deneyimi kazanımları ile mahremiyet/güven yönetişimi arasındaki gerilimi görünür kılarak, akıllı turizmde etik ve kabul boyutunun önemini pratik bir örnek üzerinden ortaya koyar (Buhalis ve Moldavska, 2022). Bu değerlendirmeler, teknolojik ivmenin yalnızca “uygulama sayısını” değil, güven, mahremiyet ve hizmet tasarımı gibi temel yönetişim tartışmalarını da genişlettiğini göstermektedir.

Yöntemsel açıdan bakıldığında, alanın hem ampirik testler hem de sistematik derlemelerle kavramsal iddiaları ölçülebilir ilişkilere bağlama eğilimi güçlenmektedir. Akıllı destinasyonlarda akıllı teknoloji niteliklerinin akılda kalıcı deneyim, memnuniyet ve yeniden ziyaret niyeti gibi çıktılarla ilişkisini test eden çalışmalar, teknolojinin etkisini davranışsal göstergeler üzerinden görünür kılar ve “akıllılık” iddialarını ölçülebilir hale getirir (Jeong ve Shin, 2020). Yapay zeka ve büyük veri literatürünü sistematik biçimde haritalayan derlemeler, turizm uygulamalarında yapay zeka ve büyük verinin hangi problem alanlarında yoğunlaştığını, hangi yöntemlerin öne çıktığını ve hangi veri türlerinin belirleyici olduğunu göstererek alanın kuramsal dağınıklığını azaltır (Samara vd., 2020; Doborjeh vd., 2022). Ayrıca blokzincir gibi tamamlayıcı teknolojileri tartışan çalışmalar, veri güveni ve işlem güvenliği katmanının AI/büyük veri uygulamalarının uygulanabilirliği açısından kritik bir “altyapı önkoşulu” olabileceğini hatırlatır (Nam vd., 2021). Genel eğilim, akıllı turizmi ölçüm, kanıt ve yönetişim eksenlerinde daha olgun bir araştırma programına dönüştürme yönündedir.

Türkiye’de akıllı turizm uygulamaları destinasyon ölçeğinde yaygınlaşmakta; mobil çözümler ve bilgi teknolojileri temelli hizmetler

ziyaretçi deneyimini geliştirmeye dönük olarak kullanılmaktadır. İzmir’deki “visitizmir” uygulaması bu yaklaşımın somut bir örneğini oluştururken (ERİS, 2021), Kuşadası’nda akıllı turizm modelinin uygulanabilirliğine ilişkin çalışmalar yerel paydaşların strateji geliştirme kapasitesine işaret etmektedir (Ayyıldız ve Ayyıldız, 2020). Antalya odaklı araştırmalar ise akıllı turizm teknolojilerinin turist memnuniyeti üzerindeki etkilerini ortaya koyarak destinasyon rekabetçiliği açısından önemini vurgulamaktadır (Çelik ve Topsakal, 2017; Çavuşoğlu vd., 2022).

Akıllı turizm kapsamında öne çıkan temel kavramsal ve teknolojik bileşenler; Nesnelerin İnterneti (IoT), akıllı telefonlar ve mobil uygulamalar, büyük veri (Big Data), bulut bilişim, yapay zeka (AI) ile artırılmış gerçeklik (AR) ve sanal gerçeklik (VR) gibi dijital altyapı ve uygulama alanları etrafında sınıflandırılabilir. Akıllı turizm, akıllı destinasyon kavramlarının, yapay zeka ve büyük veri ekseninde ele alınan kavramlar, yalnızca teknolojik yeniliklerin bir toplamı olarak değil, veri odaklı rekabetçiliğin ve hizmet kalitesinin kurucu unsurları olarak değerlendirilmelidir. Bu doğrultuda, yapay zeka ve büyük veri ekseninde şekillenen akıllı turizm literatürünün nasıl evrildiğini görünür kılmak, alandaki bilgi birikiminin yapısını ve yönelimlerini sistematik biçimde ortaya koymak açısından önem taşımaktadır. Bu çalışmada gerçekleştirilen bibliyometrik analiz, ilgili araştırmaların zaman içindeki gelişim seyrini, öne çıkan temaları ve kavramsal kümelenmeleri, etkili yayınlar ve yazar ağlarını sunmayı amaçlamaktadır. Böylelikle, mevcut araştırma yoğunlaşmaları ile görece ihmal edilen alt başlıklar belirlenmekte; akıllı turizmin veri temelli dönüşümünde yapay zeka uygulamalarının konumunu açıklığa kavuşturan bütüncül bir değerlendirme zemini oluşturulmaktadır.

Yöntem

Bu çalışma, yapay zeka (AI) ve büyük veri ekseninde gelişen akıllı turizm teknolojileri literatürünün bilimsel üretim yapısını ve tematik yönelimlerini bibliyometrik yöntemle haritalamayı amaçlamaktadır. Veriler, 20 Aralık 2025 tarihinde Web of Science (WoS) veri tabanından çekilmiş; inceleme dönemi 2010-2025 (20 Aralık itibarıyla) olarak belirlenmiştir. WoS “Topic” alanında turizm/hospitality bağlamını, akıllı turizm/dijital dönüşüm kavramlarını ve AI–büyük veri/IoT–robotik–XR teknolojilerini birlikte yakalayan bir arama stratejisi kullanılmıştır:

TS=((touris OR hospitalit* OR hotel* OR destination*) AND (“smart tourism” OR “smart destination*” OR “smart tourism destination*” OR “digital tourism” OR e-tourism OR “tourism 4.0” OR “hospitality 4.0” OR “smart hospitalit*” OR*

“digital transformation” OR digitali?ation OR digitization) AND (“artificial intelligence” OR “machine learning” OR “deep learning” OR “generative AI” OR “large language model” OR LLM* OR chatbot* OR “big data” OR “big data analytics” OR “data analytics” OR “data mining” OR “text mining” OR “sentiment analysis” OR “recommender system*” OR personaliz* OR “internet of things” OR IoT OR blockchain OR “virtual reality” OR VR OR “augmented reality” OR AR OR metaverse OR “service robot*” OR robot*)*

İlk taramada 1166 kayda ulaşılmış; ardından alan filtrelemesi yapılarak turizm yazınıyla doğrudan ilişkili kayıtlar seçilmiş ve örneklem 293 kayda düşürülmüştür. Belge türü açısından makale ve derleme yayınlar kapsamda tutulmuş; dil filtresi olarak İngilizce tercih edilmiştir. Kayıtların bibliyometrik analiz için uygunluğu kontrol edilerek (mükerrer kayıtlar, alan dışı kalanlar ve bibliyografik bilgisi eksik olanlar dışlanarak) nihai veri seti 242 çalışmadan oluşturulmuştur.

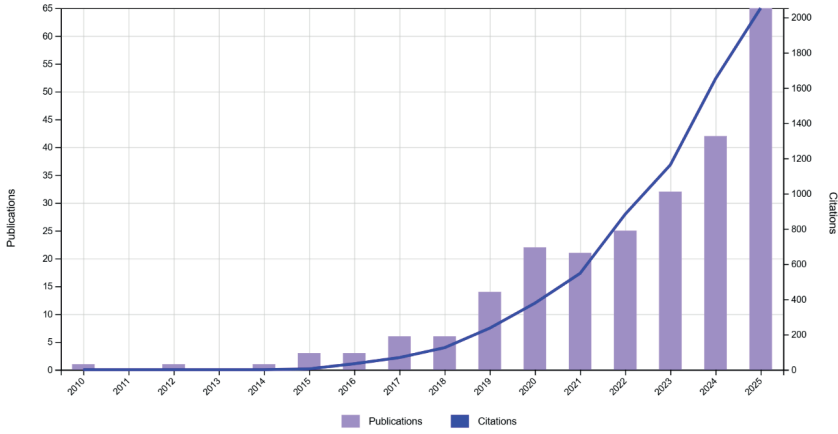
Analiz sürecinde iki katmanlı bir yaklaşım izlenmiştir. (i) Performans analizi kapsamında yıllara göre yayın ve atıf eğilimleri, en üretken yazarlar, ülkeler, kurumlar, dergiler ve yayıncılar hesaplanmıştır. (ii) Bilimsel haritalama kapsamında ise VOSviewer programı üzerinden kurumlar/ülkeler için iş birliği örüntüleri ile anahtar kelimeler üzerinden kavramsal yapı değerlendirilmiştir. Anahtar kelime analizinde yazar anahtar kelimeleri kullanılmış; tekrar eşiği uygulanarak (en az 5 tekrar) yoğunlaşan kavramlar ve kümelenmeler raporlanmıştır. Bu prosedür, alanın hem nicel büyümesini hem de kavramsal çekirdeklerini eş zamanlı görünür kılacak biçimde tasarlanmıştır.

Bulgular

Bu araştırmada ele alınan çalışmalar, 62 farklı kaynaktan yayımlanmış olup, 665 yazar tarafından kaleme alınmıştır. Yazarlar tarafından kullanılan anahtar kelime sayısı ise 919 olarak belirlenmiştir. Araştırmalara 67 ülke ve 386 kurum tarafından katkı sağlanmıştır. Web of Science (WoS) üzerinde gerçekleştirilen inceleme ve taramalar neticesinde araştırmaların yıllara göre yayın ve atıf dağılımları Tablo 1’de verilmiştir.

Tablo 1. Araştırmaların Yıllara Göre Sayı ve Atıf Dağılımları ve Yüzdeleri

Yıl	Çalışma sayısı	%	Yıl	Atıf Sayısı	%
2025	65	26.860	2025	2.053	28.741
2024	42	17.355	2024	1.652	23.128
2023	32	13.223	2023	1.163	18.282
2022	25	10.331	2022	883	12.362
2021	21	8.678	2021	547	7.658
2020	22	9.091	2020	378	5.292
2019	14	5.785	2019	236	3.304
2018	6	2.479	2018	123	1.722
2017	6	2.479	2017	69	0.966
2016	3	1.240	2016	34	0.476
2015	3	1.240	2015	5	0.070
2014	1	0.413	2014	0	0.000
2013	0	0.000	2013	0	0.000
2012	1	0.413	2012	0	0.000
2011	0	0.000	2011	0	0.000
2010	1	0.413	2010	0	0.000



Şekil 1. Çalışma Yayın ve Atıf Sayısı

Web of Science (WoS) veri tabanından elde edilen çalışmalarda, 2010-2025 dönemine ilişkin yayın ve atıf sayılarının dağılımları Tablo 1 sunulmuş olup, Şekil 1’de görselleştirilmiştir. Web of Science’tan (WoS) elde edilen 242 çalışma, bu araştırma alanının bilimsel açıdan yeterli düzeyde incelendiğini göstermektedir. İncelenen dönem boyunca hem yayın sayısında hem de bu

yayınlarla yapılan atıf sayısında belirgin bir artış eğilimi gözlenmiştir. Yayın sayıları yıllar içinde dalgalı bir seyir izlese de özellikle 2019 ve 2025 yıllarında dikkat çekici artışlar yaşanmıştır. Ancak 2011 ve 2013 yıllarında bu konu ile ilgili herhangi bir çalışmaya rastlanılmamıştır. Tablo 1’de atıf değerleri yıllar içerisinde arttığı görülmektedir. 2010 ve 2014 yılları arasında herhangi bir atıfa rastlanılmazken 2015 yılından itibaren artış gözlenmiştir. En fazla 2.053 atıf ile 2025 yılı göze çarpmaktadır ve bu sonuç, atıf miktarının son yıllarda yükseliş eğiliminin ortaya çıktığını göstermektedir.

Tablo 2. Çalışmalarda En Fazla Katkı Sağlayan Yazarlar

Yazar	Yayın Sayısı	%
Law R	6	2.479
Au WCW	3	1.240
Buhalis D	3	1.240
Hsu H	3	1.240
Leung R	3	1.240
Lin ZW	3	1.240
Park S	3	1.240
Wang Y	3	1.240
Wong IA	3	1.240
Xu Y	3	1.240
Yang Y	3	1.240
Baggio R	2	0.826
Chen X	2	0.826
Cobanoglu C	2	0.826
Dang-van T	2	0.826
Del Chiappa G	2	0.826
Demir M	2	0.826
Dwivedi YK	2	0.826
Fathy EA	2	0.826
Filimonau V	2	0.826
Fouad AM	2	0.826
Gamage TC	2	0.826
Gretzel U	2	0.826
Huertas A	2	0.826
Jeong M	2	0.826

Çalışmaya en fazla katkı sağlayan yazarlar incelendiğinde Law R., 6 çalışma ile ilk sırada yer almaktadır. Bu yazarı 3 çalışma ile sırasıyla şu yazarlar takip etmektedir; Au WCW, Buhalis D., Hsu H., Leung R., Lin ZW., Park S., Wang Y., Wong IA., Xu Y. ve Yang Y., takip etmektedir.

Tablo 3. Çalışmaların Web of Science (WoS) İndekslerine Göre Dağılımları

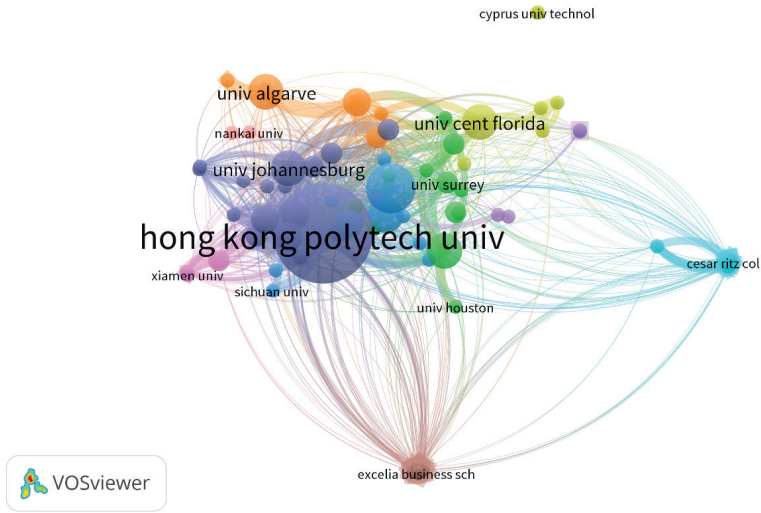
Web of Science (WoS) İndeksi	Yayın Sayısı	Yayın Yüzdesi
Social Sciences Citation Index (SSCI)	164	67.769
Emerging Sources Citation Index (ESCI)	67	27.686
Book Citation Index – Social Sciences & Humanities (BKCI-SSH)	11	4.545

Web of Science (WoS) veri tabanından elde edilen çalışmaların indekslerine göre dağılımının yer aldığı Tablo 3 incelendiğinde, çalışmaların büyük bir kısmının sosyal bilimler alanında yoğunlaştığı görülmektedir. Toplam çalışmaların 164'ü (%67.768) Social Sciences Citation Index (SSCI) kapsamında, 67'si (%27.686) ise Emerging Sources Citation Index (ESCI) kapsamında yer almakta olup, bu durum çalışma konusunun sosyal bilimler literatüründe güçlü bir konumda olduğunu ortaya koymaktadır. Üçüncü sırada 11 çalışma (%4.545) ile Book Citation Index–Social Sciences (BKCI-SSH) bulunmaktadır.

Tablo 4. Çalışmaları Sağlayan Kurum/Üniversite Dağılımları

Kurumlar/Kuruluşlar	Yayın Sayısı	Yayın Yüzdesi
Hong Kong Polytechnic University	14	5.785
State University System of Florida	9	3.719
University of Macau	7	2.893
Kyung Hee University	5	2.066
Sun Yat Sen University	5	2.066
Universidade Do Algarve	5	2.066
University of Central Florida	5	2.066
University of Johannesburg	5	2.066
Bournemouth University	4	1.653
City University of Macau	4	1.653
Fudan University	4	1.653
Universidad De Malaga	4	1.653
University of South Carolina Columbia	4	1.653
University of South Carolina System	4	1.653
Copenhagen Business School	3	1.240
Egyptian Knowledge Bank Ekb	3	1.240
Griffith University	3	1.240
Hong Kong Metropolitan University	3	1.240
I Shou University	3	1.240
Macao University of Tourism	3	1.240
Sejong University	3	1.240
Southwestern University of Finance Economics China	3	1.240
Universitat Rovira I Virgili	3	1.240
University of Granada	3	1.240
University of Ljubljana	3	1.240

Tablo 4 incelendiğinde, çalışmalara en fazla katkı sunan 25 üniversite içerisinde birinci üniversitenin 14 yayın ile Hong Kong Polytechnic University olduğu tespit edilmiştir. Bunun yanı 9 yayın ile State University System of Florida ikinci sıradadır. Üçüncü sırada ise University of Macau gelmektedir. Bu üniversiteleri 5 yayın ile sırasıyla; Kyung Hee University, Sun Yat Sen University, Universidade Do Algarve, University of Central Florida ve University of Johannesburg takip etmektedir. Çalışmalara en fazla katkı sağlayan kurum/üniversitelerin görselleştirilmiş ağ haritalaması Şekil 2’de verilmiştir.



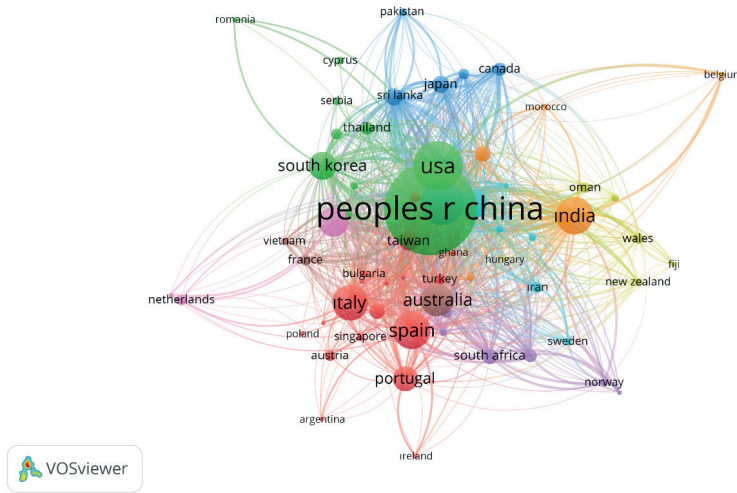
Şekil 2. Çalışmalara Katkı Sağlayan Kurum/Üniversite Görselleştirilmiş Ağ Haritası

Şekil 1, 386 kurum/üniversite en az iki yayın ve sıfır atıf kısıtlamasına tabi tutulmuştur. Bu kısıtlama neticesinde 72 birliktelik tespit edilmiştir. 72 birliktelik, 10 küme, 1924 bağlantı gücü ve 21066 toplam bağlantı uzunluğuna sahiptir. Şekilde de görüldüğü üzere en fazla yayına sahip Hong Kong Polytechnic Üniversitesi'dir.

Tablo 5. Çalışmaları Yapan Ülkelerin Dağılımı

Ülkeler/Bölgeler	Yayın Sayısı	Yayın Yüzdesi
Peoples R China	67	27.686
USA	27	11.157
England	23	9.504
India	18	7.438
Spain	18	7.438
Italy	17	7.025
Australia	15	6.198
Malaysia	13	5.372
Türkiye	13	5.372
South Korea	12	4.959
Portugal	10	4.132
Taiwan	7	2.893
Japan	6	2.479
Switzerland	6	2.479
Greece	5	2.066
South Africa	5	2.066
U Arab Emirates	5	2.066
Canada	4	1.653
Denmark	4	1.653
Thailand	4	1.653

Tablo 5'te çalışmalara katkı sağlayan ilk 20 ülke yer almaktadır. Çin, 67 çalışma (%27.686) ile literatüre en fazla katkı sağlayan ülke konumundadır. Çin'i 27 çalışma ile ABD, ardından 23 çalışma ile İngiltere takip etmektedir. Bu ülkeleri 18 çalışma ile Hindistan ve İspanya izlemektedir. Daha sonra bu ülkeleri sırasıyla; 17 çalışma ile İtalya, 15 çalışma ile Avustralya, 13 çalışma ile Malezya ve Türkiye izlemektedir. Çalışmalara en fazla katkı sağlayan ülkelerin görselleştirilmiş ağ haritalaması Şekil 2'de verilmiştir.



Şekil 3. Çalışmalara Katkı Sağlayan Ülkelerin Görselleştirilmiş Ağ Haritası

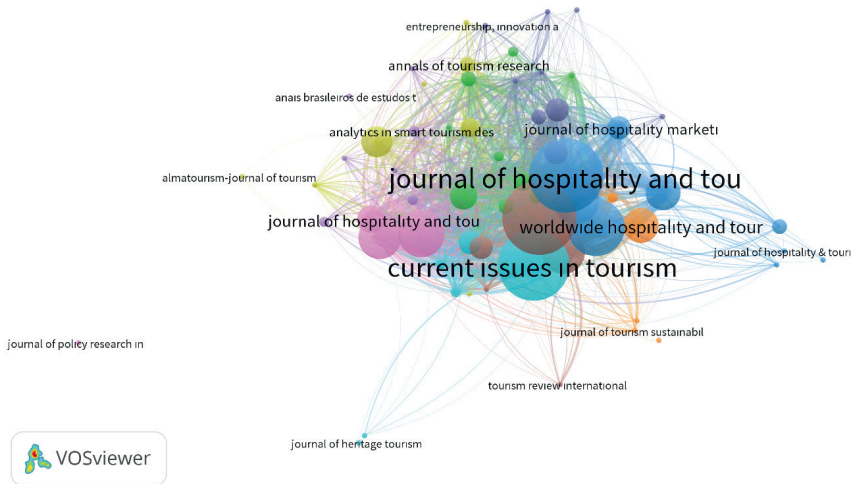
Şekil 3, 67 ülke en az bir yayın ve sıfır atıf kısıtlamasına tabi tutulmuştur. Bu kısıtlama neticesinde 67 birliktelik tespit edilmiştir. 67 birliktelik, 9 küme, 1683 bağlantı gücü ve 60515 toplam bağlantı uzunluğuna sahiptir. Şekilde de görüldüğü üzere en fazla yayına bakımından katkı sağlayan ülke Çin'dir.

Tablo 6. Çalışmaların Yayınlandığı Dergi ve Mecra Dağılımı

Dergi ve Mecra	Yayın Sayısı	Yayın Yüzdesi
Information Technology Tourism	19	7.851
Journal of Hospitality and Tourism Technology	19	7.851
Current Issues in Tourism	18	7.438
International Journal of Contemporary Hospitality Management	14	5.785
Asia Pacific Journal of Tourism Research	11	4.545
Tourism Management Perspectives	11	4.545
Journal of Destination Marketing Management	10	4.132
Tourism Review	10	4.132
International Journal of Hospitality Management	8	3.306
Worldwide Hospitality and Tourism Themes	8	3.306
Tourism Management	7	2.893
Journal of Hospitality and Tourism Insights	6	2.479
Journal of Sustainable Tourism	6	2.479
Journal of Hospitality Marketing Management	5	2.066
Journal of Tourism Futures	5	2.066
Journal of Travel Research	5	2.066
Journal of Travel Tourism Marketing	5	2.066

Tourism Recreation Research	5	2.066
Tourism Economics	4	1.653
Tourism Planning Development	4	1.653
Annals of Tourism Research	3	1.240
International Journal of Tourism Cities	3	1.240
International Journal of Tourism Research	3	1.240
Journal of China Tourism Research	3	1.240
Journal of Tourism and Services	3	1.240

Çalışmaların yayımlandığı toplam 62 dergi ve yayın mecrası tespit edilmiştir. Her bir dergide yayımlanan çalışma sayısı 1 ile 19 arasında değişmektedir. Tablo 6'da, bu alanda en fazla yayına sahip ilk 25 dergi ve yayın mecrası verilmiştir. Tablo incelendiğinde, konu ile ilgili en fazla çalışmanın yayımlandığı dergiler sırasıyla şu şekilde sıralanmaktadır: birinci sırada 19 çalışma ile Information Technology Tourism, ikinci sırada yine 19 çalışma ile Journal of Hospitality and Tourism Technology yer almaktadır. Bu dergileri sırasıyla, 18 çalışma ile Current Issues in Tourism, 14 çalışma ile International Journal of Contemporary Hospitality Management, 11 çalışma ile Asia Pacific Journal of Tourism Research ve Tourism Management Perspectives dergileri takip etmektedir. Çalışmalara en fazla katkı sağlayan dergi veya mecraların görselleştirilmiş ağ haritalaması Şekil 4'te verilmiştir.



Şekil 4. Çalışmaların Yayımlandığı Dergi/Mecraların Görselleştirilmiş Ağ Haritası

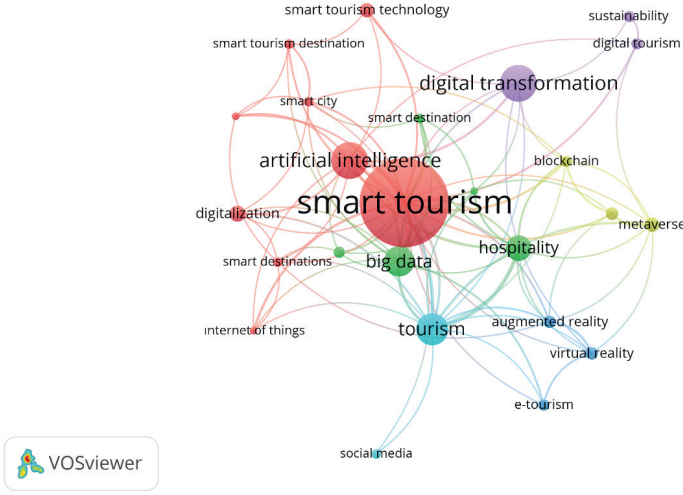
Şekil 4, 62 dergi/mecra en az bir yayın ve sıfır atıf kısıtlamasına tabi tutulmuştur. Bu kısıtlama neticesinde 62 birliktelik tespit edilmiştir. 62 birliktelik, 9 küme, 1219 bağlantı gücü ve 17056 toplam bağlantı uzunluğuna

sahiptir. Şekilde de görüldüğü üzere en fazla yayına yapan Information Technology Tourism dergisidir.

Tablo 7. Çalışmaları Yayımlayan Yayıncı Kuruluşların Dağılımı

Yayıncı Kuruluş	Yayın Sayısı	Yayın Yüzdesi
Emerald Group Publishing	67	27.686
Taylor & Francis	62	25.620
Elsevier	42	17.355
Springer Nature	23	9.504
Sage	15	6.198
Routledge	4	1.653
Univ Rijeka, Faculty Tourism & Hospitality Management, Opatija	3	1.240
Vysoka Skola Obchodni & Prazce	3	1.240
Wiley	3	1.240
Cognizant Communication Corp	2	0.826
Inst Tourism	2	0.826
Sciendo	2	0.826
Akdeniz Univ	1	0.413
Akdeniz Univ, Tourism Fac	1	0.413
Cinturs-Research Centre Tourism Sustainability & Well-Being	1	0.413
Edward Elgar Publishing Ltd	1	0.413
Escola Superior Gestao, Hotelaria & Turismo Univ Algarve	1	0.413
Gobierno Canarias, Consejeria Educacion Cultura & Deportes	1	0.413
Igi Global	1	0.413
Univ Alicante	1	0.413
Univ Caxias Sul, Programa Pos-Graduacao & Turismo	1	0.413
Univ Federal Juiz Fora, Campus Univ	1	0.413
Univ Murcia	1	0.413
Univ Studi Bologna	1	0.413
Varna Univ Management-Vum	1	0.413

Tablo 7 incelendiğinde, çalışmaların hangi yayıncılar tarafından yayımlandığı görülmektedir. Buna göre, Emerald Group Publishing 67 yayın ile alanın en çok tercih edilen yayıncısı konumundadır. İkinci sırada 62 yayın ile Taylor & Francis gelmektedir. Elsevier 42 yayın ile üçüncü sırada bulunmaktadır. Springer Nature 23 yayın ile dördüncü ve Sage 15 yayın ile beşinci sırada yer almaktadır.



Şekil 5. Çalışmada Yazarların Kullandığı Anahtar Kelimelerin Görselleştirilmiş Ağ Haritası

Şekil 5'teki yazarların kullandığı anahtar kelimelerin görselleştirilmiş ağ haritası, çalışmanın temel terim ve temaların birbiriyle bağlantılarını göstermektedir. 919 anahtar kelime en az 5 tekrar etme kısıtlamasına tabi tutulmuştur. Bu kısıtlama neticesinde 25 birliktelik tespit edilmiştir. 25 birliktelik, 6 küme, 93 bağlantı gücü ve 161 toplam bağlantı uzunluğuna sahiptir. Şekilde görüldüğü üzere baskın olan temel terim olan smart tourism (n=55), araştırma alanındaki temel rolünü vurgulamaktadır. Artificial intelligence (n=23), digital transformation (n=23), tourism (n=20), big data (n=19), hospitalsity (n=16) ve digitalization (n=10) kelimeleri en fazla tekrar edenlerdir.

Sonuç ve Öneriler

Akıllı turizm teknolojileri yazını, dijital dönüşümün turizm değer zincirini yeniden kurguladığı bir bağlamda; yapay zeka ve büyük veri uygulamalarının deneyim tasarımı, operasyonel verimlilik ve destinasyon yönetişimi üzerindeki dönüştürücü etkileri nedeniyle son yıllarda belirgin biçimde genişlemektedir. Bu çalışmanın bibliyometrik bulguları da söz konusu ivmeyi nicel olarak doğrulamaktadır: 2019 sonrası dönemde yayın üretimi hızlanmış; 2024 ve 2025 yılları yayın sayısı ve atıf görünürlüğü bakımından tepe noktaları oluşturmuştur. Ülke ve kurum katkılarında belirgin bir yoğunlaşma gözlenmekte; özellikle Çin, ABD ve İngiltere gibi araştırma ekosistemleri alanın üretim omurgasını güçlendirmektedir.

Kurumsal düzeyde Hong Kong Polytechnic University'nin öne çıkması, turizm teknolojileri araştırmalarında belirli merkezlerin “bilgi üretim düğümü” olarak konumlandığını göstermektedir. Yayın mecraları açısından teknoloji odaklı turizm ve konaklama dergilerinin ilk sıralarda yer alması, alanın uygulama yönelimi yüksek bir bilimsel karakter taşıdığına işaret etmektedir. Kavramsal yapı bulguları ise “smart tourism” çekirdeğinin; “artificial intelligence”, “digital transformation” ve “big data” temalarıyla güçlü biçimde örüldüğünü ortaya koyarak, veri-temelli karar alma ile kişiselleştirilmiş hizmet tasarımının literatürde baskın yönelim hâline geldiğini göstermektedir.

Bu çalışmada ele alınan konu bağlamında öneriler aşağıda sunulmuştur:

Araştırmacılar için: Literatürde yoğunlaşan “AI-büyük veri-dijital dönüşüm” ekseninin ötesine geçilerek veri yönetişimi (veri sahipliği, paylaşım protokolleri), mahremiyet/etik (izleme teknolojileri, algoritmik önyargı) ve birlikte çalışabilirlik (platform entegrasyonu, standartlar) gibi uygulamada kritik fakat görece geri planda kalan alanlarda kuramsal modeller ve ampirik testler artırılmalıdır. Ayrıca, bibliyometrik bulguların işaret ettiği tematik kümeler, deneysel/alan çalışmalarıyla (ör. kalabalık yönetimi, dinamik fiyatlandırma, talep tahmini, öneri sistemleri) doğrulanmalı; “etki” yalnızca benimseme niyetiyle değil performans, sürdürülebilirlik ve refah çıktılarıyla ölçülmelidir.

Destinasyon ve işletmeler için: AI/büyük veri yatırımlarının değer üretmesi için veri kalitesi, entegrasyon ve yetkinlik üçlüsüne odaklanan yol haritaları geliştirilmelidir; gerçek zamanlı karar panelleri, talep-kapasite eşleştirme ve kişiselleştirilmiş hizmet tasarımı öncelikli kullanım senaryoları olarak ele alınmalıdır.

Türkiye bağlamı için: İzmir ve Antalya gibi örneklerin işaret ettiği uygulama potansiyeli, ulusal ölçekte ölçeklenebilir hâle getirilmelidir. Bunun için destinasyon yönetim örgütleri, belediyeler ve özel sektör arasında veri paylaşımını kurumsallaştıran protokoller; mahremiyet ve siber güvenliği “tasarım gereği” ele alan ilkeler; insan kaynağı için veri okuryazarlığı ve AI uygulama yetkinliği programları önerilmektedir. Bu adımlar, Türkiye'nin akıllı turizm uygulamalarında parçalı çözümlerden bütünleşik “veri-ekosistemi” yaklaşımına geçişini hızlandırarak rekabetçilik ve deneyim kalitesi üzerinde kalıcı kazanımlar üretebilir.

Kaynakça

- Akbaş, Y., & Kara, M. (2024). Turizm Politikası Konusunda Hazırlanmış Lisansüstü Tezlerin Bibliyometrik Analizi (Bibliometric Analysis of Postgraduate Theses Prepared on Tourism Policy). *Journal of Gastronomy Hospitality and Travel (JOGHAT)*, 7(4), 1231-1250. <https://doi.org/10.33083/joghata.2024.466>
- Atar, A. (2020). Gelenekselden Dijitale Turizm Sektörü. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(2), 1640-1654. <https://doi.org/10.26677/tr1010.2020.417>
- Ayyıldız, A. Y. & Ayyıldız, T. (2020). Pazarlama Fırsatı Olarak Akıllı Turizm: Kuşadası Örneği. *Business & Management Studies: An International Journal*, 8(1), 599-623. <https://doi.org/10.15295/bmij.v8i1.1411>
- Bastidas-Manzano, A., Sánchez-Fernández, J., & Casado-Aranda, L. (2020). The Past, Present, and Future of Smart Tourism Destinations: A Bibliometric Analysis. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 45, 529 - 552. <https://doi.org/10.1177/1096348020967062>
- Bec, A., Moyle, B., Timms, K., Schaffer, V., Skavronskaya, L., & Little, C. (2019). Management of Immersive Heritage Tourism Experiences: A Conceptual Model. *Tourism Management*, 72, 117-120. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2018.10.033>
- Bekele, H., & Raj, S. (2024). Digitalization and Digital Transformation in the tourism Industry: A Bibliometric Review and Research Agenda. *Tourism Review*. <https://doi.org/10.1108/tr-07-2023-0509>
- Borges-Tiago, T., Veríssimo, J., & Tiago, F. (2021). Smart Tourism: A Scientometric Review (2008-2020). *European Journal of Tourism Research*, 30, 3006. <https://doi.org/10.54055/ejtr.v30i.2593>
- Bozkurt, İ., Deniz, G., & Günden, Y. (2022). Kültürel Miras Turizmi ve Dijitalleşme Kapsamında Yapılan Yayınların Bibliyometrik Analizi. *Neşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi SBE Dergisi*. 12 (Dijitalleşme), 166-184. <https://doi.org/10.30783/nevsosbilen.1123393>
- Buhalis, D. T., O'Connor, P., & Leung, R. (2023). Smart Hospitality: From Smart Cities and Smart Tourism Towards Agile Business Ecosystems In Networked Destinations. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 35(1), 369-393. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-04-2022-0497>
- Buhalis, D., & Foerste, M. (2015). SoCoMo Marketing for Travel and Tourism: Empowering Co-Creation of Value. *Journal of Destination Marketing & Management*, 4(3), 151-161. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2015.04.001>
- Buhalis, D., & Leung, R. (2018). Smart Hospitality-Interconnectivity and Interoperability Towards an Ecosystem. *International Journal of Hospitality Management*, 71, 41-50. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2017.11.011>

- Buhalis, D., & Moldavska, I. (2022). Voice Assistants in Hospitality: Using Artificial Intelligence for Customer Service. *Journal of Hospitality and Tourism Technology*, 13(3), 386-403. <https://doi.org/10.1108/JHTT-03-2021-0104>.
- Busulwa, R., Pickering, M., & Mao, I. (2022). Digital transformation and hospitality management competencies: Toward an integrative framework. *International Journal of Hospitality Management*, 102. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2021.103132>.
- Cheng, X. S., Xue, T., Yang, B., & Ma, B. J. (2023). A Digital Transformation Approach in Hospitality and Tourism Research. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 35(8), 2944-2967. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-06-2022-0679>.
- Çavuşoğlu, S., Demirağ, B., & Dağ, K. (2022). Akıllı Turizm Teknolojilerinin Hafızaya Dayalı Turizm Deneyimleri, Turist Tatmini ve Sadakati Üzerindeki Etkisi: Akıllı Şehir Antalya Örneği. *İktisadi İdari ve Siyasal Araştırmalar Dergisi*, 7(17), 13-29. <https://doi.org/10.25204/iktisad.1023964>.
- Çelik, P., & Topsakal, Y. (2017). Akıllı Turizm Destinasyonları: Antalya Destinasyonunun Akıllı Turizm Uygulamalarının İncelenmesi. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 14(3), 149-166. <https://doi.org/10.24010/soid.369951>.
- Del Chiappa, G., & Baggio, R. (2015). Knowledge Transfer in Smart Tourism Destinations: Analyzing the Effects of a Network Structure. *Journal of Destination Marketing & Management*, 4(3), 145-150. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2015.02.001>.
- Della Corte, V., Del Gaudio, G., Sepe, F., & Sciarelli, F. (2019). Sustainable Tourism in the Open Innovation Realm: A Bibliometric Analysis. *Sustainability*, 11(21), 6114. <https://doi.org/10.3390/su11216114>.
- Doborjeh, Z., Hemmington, N., Doborjeh, M., & Kasabov, N. (2022). Artificial Intelligence: A Systematic Review of Methods and Applications in Hospitality and Tourism. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 34(3), 1154-1176. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-06-2021-0767>.
- Eris, T. (2021). Akıllı Turizm Kapsamında İzmir'in Akıllı Turizm Uygulamalarının İncelenmesi: 'visitizmir' Örneği. *Uluslararası Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 5(Özel Sayı), 126-134. <https://doi.org/10.30625/ijctr.948257>.
- Erol, S. (2025). Turizmde Yapay Zeka Kullanımı: Bibliyometrik Bir İnceleme (Use of Artificial Intelligence In Tourism: A Bibliometric Review). *Journal of Gastronomy Hospitality and Travel (JOGHAT)*, 8(2), 607-618. <https://doi.org/10.33083/joghat.2025.514>

- Gaur, L., Afaq, A., Singh, G., & Dwivedi, Y. K. (2021). Role of Artificial Intelligence and Robotics to Foster the Touchless Travel During a Pandemic: A Review and Research Agenda. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 33(11), 4079-4098. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-11-2020-1246>.
- Gökçe, Y., Çavuşoğlu, S., Göral, M., Bayatkara, Y., Bükey, A. & Gökçe, F. (2024). A Bibliometric Analysis of The Technology Acceptance Model and The Use of Robots in Tourism Studies. *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*, 16(2), 178-189. <https://doi.org/10.1108/WHATT-03-2024-0057>
- Gretzel, U., Sigala, M., Xiang, Z., & Koo, C. (2015). Smart Tourism: Foundations and Developments. *Electronic Markets*, 25, 179 - 188. <https://doi.org/10.1007/s12525-015-0196-8>.
- Jeong, M., & Shin, H. H. (2020). Tourists' Experiences with Smart Tourism Technology at Smart Destinations and Their Behavior Intentions. *Journal of Travel Research*, 59(8), 1464-1477. <https://doi.org/10.1177/0047287519883034>.
- Johnson, A., & Samakovlis, I. (2019). A Bibliometric Analysis of Knowledge Development in Smart Tourism Research. *Journal of Hospitality and Tourism Technology*, 10(4), 600-623. <https://doi.org/10.1108/jhtt-07-2018-0065>
- Kabil, M., Priatmoko, S., Magda, R., & Dávid, L. (2021). Blue Economy and Coastal Tourism: A Comprehensive Visualization Bibliometric Analysis. *Sustainability*. 13(7), 3650. <https://doi.org/10.3390/su13073650>
- Kement, Ü., Çavuşoğlu, S., Bükey, A., Göral, M. and Uslu, A. (2021) Investigation of the Effect of Restaurant Atmosphere on Behavioral Intention. *Journal of Tourism and Services*, 22(12), 222-242. <https://doi.org/10.29036/jots.v12i22.245>
- Kontogianni, A., & Alepis, E. (2020). Smart Tourism: State of The Art and Literature Review for the Last Six Years. *Array*, 6, 100020. <https://doi.org/10.1016/j.array.2020.100020>.
- Koo, C., Park, J., & Lee, J. N. (2017). Smart tourism: Traveler, business, and organizational perspectives. *Information and Management*, 54(6), 683-686. <https://doi.org/10.1016/j.im.2017.04.005>.
- Leung, R. (2019). Smart Hospitality: Taiwan Hotel Stakeholder Perspectives. *Tourism Review*, 74(1), 50-62. <https://doi.org/10.1108/TR-09-2017-0149>.
- Li, Y., Hu, C., Huang, C., & Duan, L. (2017). The Concept of Smart Tourism in the Context of Tourism Information Services. *Tourism Management*, 58, 293-300. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2016.03.014>.
- Marine-Roig, E., & Clavé, S. A. (2015). Tourism Analytics With Massive User-Generated Content: A Case Study of Barcelona. *Journal of Destination*

- Marketing & Management*, 4(3), 162-172. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2015.06.004>.
- Martins, J., Gonçalves, R., Branco, F., Barbosa, L., Melo, M., & Bessa, M. (2017). A Multisensory Virtual Experience Model For Thematic Tourism: A Port Wine Tourism Application Proposal. *Journal of Destination Marketing & Management*, 6(2), 103-109. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2017.02.002>.
- Molina-Collado, A., Gómez-Rico, M., Sigala, M., Molina, M., Aranda, E., & Salinero, Y. (2022). Mapping Tourism and Hospitality Research on Information and Communication Technology: A Bibliometric And Scientific Approach. *Information Technology & Tourism*, 24, 299-340. <https://doi.org/10.1007/s40558-022-00227-8>
- Nam, K., Dutt, C. S., Chathoth, P., & Khan, M. S. (2021). Blockchain Technology for Smart City and Smart Tourism: Latest Trends And Challenges. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 26(4), 454-468. <https://doi.org/10.1080/10941665.2019.1585376>.
- Ongun, U., & Çuhadar, Y. (2025). Şarap Turizmi Çalışmalarının Bibliyometrik Analizi: Web of Science Örneği. *Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi*, 16(47), 830-858. <https://doi.org/10.21076/vizyoner.1560262>
- Ongun, U., & Örnek, A. (2025). Web Of Science Veri Tabanındaki Gıda Neofobisi İle İlgili Makalelerin Bibliyometrik Analizi. *Turar Turizm ve Araştırma Dergisi*, 14(1), 29-67. <https://doi.org/10.7460/turar.1563598>
- Park, S., Xu, Y., Jiang, L., Chen, Z. L., & Huang, S. Y. (2020). Spatial Structures of Tourism Destinations: A Trajectory Data Mining Approach Leveraging Mobile Big Data. *Annals of Tourism Research*, 84. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2020.102973>.
- Pencarelli, T. (2020). The digital revolution in the travel and tourism industry. *Information Technology & Tourism*, 22(3), 455-476. <https://doi.org/10.1007/s40558-019-00160-3>.
- Qasimi, M. (2024). Personalized Recommendation Intelligent Fuzzy Clustering Model for the Tourism. *Journal of Computer Allied Intelligence*, 2(5), 42-53. <https://doi.org/10.69996/jcai.2024024>.
- Rosário AT, Dias JC. Exploring the Landscape of Smart Tourism: A Systematic Bibliometric Review of the Literature of the Internet of Things. *Administrative Sciences*. 2024; 14(2):22. <https://doi.org/10.3390/admsci14020022>.
- Samara, D., Magnisalis, I., & Peristeras, V. (2020). Artificial Intelligence and Big Data in Tourism: A Systematic Literature Review. *Journal of Hospitality and Tourism Technology*, 11(2), 343-367. <https://doi.org/10.1108/JHTT-12-2018-0118>.

- Talwar, S., Kaur, P., Nunkoo, R., & Dhir, A. (2023). Digitalization and Sustainability: Virtual Reality Tourism in a Post Pandemic World. *Journal Of Sustainable Tourism*, 31(11), 2564-2591. <https://doi.org/10.1080/09669582.2022.2029870>.
- Tayfun A., Ülker M., Gökçe Y., Tengilimoğlu E., Sürücü Ç. & Durmaz M. (2018). Turizm Alanında Yiyecek ve İçecek ile İlgili Lisansüstü Tezlerin Bibliyometrik Analizi (Bibliometric Analysis of Postgraduate Theses about Food and Beverage in the Field of Tourism). *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 6(2), 503-527. <https://doi.org/10.21325/jotags.2018.227>
- Uygur, S. M., Sürücü, Ç. & Seren, Y. (2018). Yiyecek İçecek İşletmelerinin Dijital Pazarlama Açısından İncelenmesi Ankara İli Örneği. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 2(1), 157-176.
- Ülker, P., Ülker, M. & Karamustafa, K. (2022). Bibliometric Analysis of Bibliometric Studies in the Field of Tourism and Hospitality. *Journal of Hospitality and Tourism Insights*, 6(2), 797-818 <https://doi.org/10.1108/jhti-10-2021-0291>
- Xiang, Z. (2018). From Digitization to the Age of Acceleration: On Information Technology and Tourism. *Tourism Management Perspectives*, 25, 147-150. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2017.11.023>.
- Yalçınkaya, P., Atay, L., & Karakaş, E. (2018). Akıllı Turizm Uygulamaları. *Gastoria: Journal of Gastronomy And Travel Research*, 2(2), 85-103. <https://doi.org/10.32958/gastoria.433831>
- Zhang, Y. & Deng, B. (2024). Exploring the Nexus of Smart Technologies and Sustainable Ecotourism: A Systematic Review. *Heliyon*, 10, e31996. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2024.e31996>.

