

ÖN BÜRO YÖNETİMİ YAPAY ZEKÂ, TEKNOLOJİ VE DİJİTALLEŞME

Editör

Prof. Dr. Serkan BERTAN



© Copyright 2025

Bu kitabın, basım, yayın ve satış hakları Akademisyen Kitabevi AŞ'ne aittir. Anılan kuruluşun izni alınmadan kitabın tümü ya da bölümleri mekanik, elektronik, fotokopi, manyetik kayıt ve/veya başka yöntemlerle çoğaltılamaz, basılamaz, dağıtılamaz. Tablo, şekil ve grafikler izin alınmadan, ticari amaçlı kullanılamaz. Bu kitap T.C. Kültür Bakanlığı bandrolü ile satılmaktadır.

ISBN	Sayfa ve Kapak Tasarımı
978-625-375-579-9	Akademisyen Dizgi Ünitesi
Kitap Adı	Yayıncı Sertifika No
Ön Büro Yönetimi Yapay Zekâ, Teknoloji ve Dijitalleşme	47518
Editör	Baskı ve Cilt
Serkan BERTAN ORCID iD: 0000-0002-9424-5011	Vadi Matbaacılık
Yayın Koordinatörü	Bisac Code
Yasin DİLMEN	BUS096000
	DOI
	10.37609/akya.3753

Kütüphane Kimlik Kartı
Ön Büro Yönetimi Yapay Zekâ, Teknoloji ve Dijitalleşme / ed. Serkan Bertan.
Ankara : Akademisyen Yayınevi Kitabevi, 2025.
432 s. : tablo, resim, şekil. ; 160x235 mm.
Kaynakça ve İndeks var.
ISBN 9786253755799

GENEL DAĞITIM
Akademisyen Kitabevi AŞ

Halk Sokak 5 / A Yenışehir / Ankara
Tel: 0312 431 16 33
siparis@akademisyen.com

www.akademisyen.com

ÖNSÖZ

Ön büro yönetiminde yapay zekâ, teknoloji ve dijitalleşmenin ön plana alındığı bu kitapta öncelikle konaklama endüstrisinin temelleri ele alınmış ve ön büro departmanının yapısı ve organizasyonu incelenmiştir. Daha sonra konaklama işletmelerinde rezervasyon yönetiminde, yapay zekâ destekli rezervasyon sistemlerine ve örneklerine yer verilmiştir. Aynı zamanda misafir kaydında, check in-check out süreçlerinde yapay zekâ kullanımı ve örnekleri ele alınmış, ön büro sürecinde eksik ve tamamlanacak işlerin devrinde yapay zekâ kullanım alanları ve rolü incelenmiştir. Diğer bölümlerde, ön büro yönetiminde yapay zekâ sohbet robotu uygulamaları, kullanım alanları, iş süreçlerinde yapay zekâ teknolojileri ve yapay zeka ile veri analizi değerlendirilmiştir. Konaklama işletmelerinde güvenlik ve acil durum yönetimi, personel yönetimi, eğitimi, sosyal medya, pazarlama ve satış stratejileri ele alınmıştır. Dijital dönüşüm kapsamında sosyal medya ve misafir deneyimi açısından pazarlama stratejileri olarak yapay zekâ, sanal gerçeklik, artırılmış gerçeklik ve büyük veri incelenmiştir. Sürdürülebilirlik uygulamalarında yapay zekâ ve dijitalleşmeye vurgu yapılmıştır. Gelişen teknolojiler kapsamında otel yönetim sistemleri ve yapay zekâ destekli sistemlerin ön büroda kullanımı ele alınmıştır.

Prof. Dr. Serkan BERTAN

2025

*"Kitap bölümlerine ait her türlü yasal/akademik ile bilim, etik ve
dil sorumluluk bölüm yazarlarına aittir."*

İÇİNDEKİLER

Bölüm 1 Konaklama Endüstrisinin Temelleri.....	1
Oya YILDIRIM	
Bölüm 2 Ön Büro Departmanının Yapısı ve Organizasyonu.....	37
Begüm İLBAY VATAN	
Bölüm 3 Rezervasyon Sistemleri ve Yönetimi	61
Nur ÇELİK İLAL	
Ece KIRLI ÖZEN	
Hivda İLAN	
Bölüm 4 Misafir Kaydı ve Check-In/Check-Out Süreçleri.....	83
Gülay ÖZALTIN TÜRKER	
Ceren İŞÇİ	
Bölüm 5 Ön Büro Personeli Arasında Eksik ve Tamamlanacak İşlerin Devri	145
Cemalettin GÜVEN	
Bölüm 6 Fiyatlandırma ve Konaklama Ücretlerinin Hesaplanması.....	179
Doğan KUTUKIZ	
Bölüm 7 Ön Büroda Yapay Zekâ ve Chatbot Uygulamaları	215
Seher KONAK	
Bölüm 8 Konaklama İşletmelerinde Güvenlik ve Acil Durum Yönetimi	231
Gamze ÖZOĞUL	
Günseli GÜÇLÜTÜRK BARAN	
Bölüm 9 Personel Yönetimi ve Eğitim	273
Tuğçe ÖZOĞUL BALYALI	
Bölüm 10 Sosyal Medya, Pazarlama ve Satış Stratejileri	291
Gencay SAATCI SAVSA	
Sevil ATALAY TOHUMCU	

İçindekiler

Bölüm 11 Turizm Sektöründe Dijital Dönüşüm: Sosyal Medya ve Misafir Deneyimi Açısından Geleceğin Pazarlama Stratejileri323

Emre Ozan AKSÖZ

Harun DURANLIOĞLU

Bölüm 12 Sürdürülebilirlik ve Sürdürülebilir (Yeşil) Otelcilik Uygulamaları347

Muhammed Eren MASAT

Bölüm 13 Gelişen Teknolojiler ve Ön Büro Otomasyon Sistemleri393

Seda İDİKUT ŞAHİN

Sedat ŞAHİN

YAZARLAR

Prof. Dr. Emre Ozan AKSÖZ

Anadolu Üniversitesi, Turizm Fakültesi,
Turizm İşletmeciliği Bölümü, Turizm
İşletmeciliği AD

Doç. Dr. Tuğçe ÖZOĞUL BALLYALI

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi, Turizm
Fakültesi, Turizm Rehberliği Bölümü,
Turizm Rehberliği AD

**Doç. Dr. Günseli GÜÇLÜTÜRK
BARAN**

Isparta Uygulamalı Bilimler Üniversitesi,
Isparta Meslek Yüksekokulu, Otel,
Lokanta ve İkram Hizmetleri Bölümü,
Turizm ve Otel İşletmeciliği Pr.

Harun DURANLIOĞLU

Anadolu Üniversitesi

Öğr. Gör. Cemalettin GÜVEN

Isparta Uygulamalı Bilimler Üniversitesi,
Isparta Meslek Yüksekokulu, Otel,
Lokanta ve İkram Hizmetleri Bölümü,
Aşçılık Pr.

Doç. Dr. Nur ÇELİK İLAL

Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi,
Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak
Sanatları Bölümü, Gastronomi ve
Mutfak Sanatları AD

Doç. Dr. Ceren İŞÇİ

Manisa Celâl Bayar Üniversitesi, İşletme
Fakültesi, İşletme Bölümü, Üretim
Yönetimi ve Pazarlama AD

Doç. Dr. Seher KONAK

Eskişehir Osmangazi Üniversitesi,
Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği
Bölümü, Turizm İşletmeciliği AD

Prof. Dr. Doğan KUTUKIZ

Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi,
Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği
Bölümü, Turizm İşletmeciliği AD

Öğr. Gör. Muhammed Eren MASAT

Doğuş Üniversitesi, Meslek
Yüksekokulu, Otel, Lokanta ve İkram
Hizmetleri Bölümü, Aşçılık Pr.

Dr. Ece KIRLI ÖZEN

Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi,
Gastronomi ve Mutfak Sanatları
Bölümü, Turizm İşletmeciliği AD

Doç. Dr. Gamze ÖZOĞUL

Dokuz Eylül Üniversitesi, Turizm
Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü,
Turizm İşletmeciliği AD

Doç. Dr. Gencay SAATCI SAVSA

Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi,
Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği
Bölümü, Turizm İşletmeciliği AD

Dr. Öğr. Üyesi Seda İDİKUT ŞAHİN

Zonguldak Bülent Ecevit Üniversitesi,
Karadeniz Ereğli Turizm Fakültesi,
Turizm Rehberliği Bölümü, Turizm
Rehberliği AD

Yazarlar

Doç. Dr. Sedat ŞAHİN

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi, Turizm
Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü,
Turizm İşletmeciliği AD

Sevil ATALAY TOHUMCU

Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi

Doç. Dr. Gülay ÖZALTIN TÜRKER

Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi,
Ortaca Meslek Yüksekokulu, Otel,
Lokanta ve İkram Hizmetleri Bölümü,
Turizm ve Otel İşletmeciliği Pr.

Dr. Öğr. Üyesi, Begüm İLBAY VATAN

Kahramanmaraş İstiklal Üniversitesi,
Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak
Sanatları Bölümü, Gastronomi ve
Mutfak Sanatları AD

Doç. Dr. Oya YILDIRIM

Mersin Üniversitesi, Turizm Fakültesi,
Turizm İşletmeciliği Bölümü, Turizm
İşletmeciliği AD

BÖLÜM 1

KONAKLAMA ENDÜSTRİSİNİN TEMELLERİ

Oya YILDIRIM¹

Giriş

İnsanlar çok eski tarihlerden itibaren çeşitli nedenlerle seyahat etmişler ve bu seyahatlerde geçici barınma ihtiyaçlarının karşılanması her zaman en önemli ihtiyaç olmuştur. Başlangıçta hanlar ve kervansarayların inşa edilmesi ile karşılanmaya çalışılan geçici barınma ihtiyacı zaman içerisinde toplumsal yaşamda, ticaret ve iş yaşamında, teknolojiye yaşanan değişiklik ve gelişmeler ile yerini çağdaş otel işletmeciliği anlayışına bırakmıştır. Ulusal ve uluslararası seyahatlerin her geçen gün arttığı günümüzde, seyahat eden insan sayısı arttıkça daha fazla konaklama ihtiyacı ortaya çıkmakta dolayısıyla konaklama endüstrisinde hizmet veren işletme sayısı da hızlı bir artış göstermektedir. Diğer taraftan yaşanan gelişmeler tüketici tercihlerinin değişmesine neden olmakta, bu durum ise konaklama işletmelerinin değişen taleplere cevap verebilmek için çeşitlenmesini de beraberinde getirmektedir (Altun, 2005). Bu gelişmelerin etkisi ile turizm sektörünün en önemli yapı taşlarından biri olan konaklama endüstrisi her iki yönden hızla büyümektedir.

Konaklama endüstrisi, yalnızca bireylerin geçici barınma ihtiyacını karşılamakla kalmayıp aynı zamanda ekonomik kalkınma, istihdam, kültürel etkileşim ve sürdürülebilirlik gibi alanlarda da stratejik bir rol üstlenmektedir. Seyahat eden bireylerin fiziksel ihtiyaçlarını karşılamak üzere şekillenen bu endüstri, zamanla yalnızca barınma hizmeti sunmanın ötesine geçmiş; yiyecek-içecek, eğlence, sağlık, spor, toplantı ve etkinlik gibi tamamlayıcı hizmetlerle

¹ Doç. Dr., Mersin Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü, Turizm İşletmeciliği AD, oyabayram_33@hotmail.com, ORCID iD: 0000-0002-8090-4629

Sonuç olarak, konaklama endüstrisinin hem içsel yapısı hem de destinasyonlarla olan bütünleşik ilişkisi göz önünde bulundurulduğunda, bu alandaki stratejik planlamaların sadece altyapı yatırımlarına değil, aynı zamanda deneyimsel kaliteye, çevresel sürdürülebilirliğe ve yerel topluluklarla etkileşime odaklanması gerektiği ortaya çıkmaktadır. Türkiye gibi turizm potansiyeli yüksek ülkelerde konaklama işletmelerinin kalitesini ve çeşitliliğini artırmak, uluslararası rekabette öne çıkmak ve destinasyon markası oluşturmak açısından temel bir öncelik olmalıdır.

Kaynakça

- Akbaba, A. ve Çavuşoğlu, F. (2017). Konaklama işletmeciliği. İçinde A. Akbaba., Z. Öter, M. E. Güler ve V. Altıntaş (Eds.), *Turizm işletmeciliği: endüstriyel ve yönetsel boyutlar* (ss.37-57). Detay Yayıncılık.
- Akoğlu Kozak, M. (2012). *Otel işletmeciliği*. Detay Yayıncılık.
- Akrouh, M. N., Jraisat, L. E., Kurdieh, D. J., Al-Faouri, R. N. ve Qatu, L. T. (2016). Tourism service quality and destination loyalty – the mediating role of destination image from international tourists’ perspectives. *Tourism Review*, 71(1), 18-44. <http://dx.doi.org/10.1108/TR-11-2014-0057>
- Aktaş, A. (2002). *Turizm işletmeciliği ve yönetimi*. Azim Matbaa.
- Altun, S. (2005). Turizm mimarlığında değişim ve temalı oteller. *Mimarist*, 17, 60-67.
- Alzaydi, Z. (2021). The impact of service quality performance on destination image and destination loyalty in Saudi Arabia: An empirical investigation. *Management Science Letters*, 11, 1153-1162. <https://doi.org/10.5267/j.msl.2020.11.0024>
- Anderson, E. C. (2023). Comparing revenue management strategies: Full-service hotels in the US and Canada. *Journal of Sustainable Tourism and Hospitality Research*, 10(1), 50-62. <https://americaserial.com/Journals/index.php/jsthr/article/view/872>
- Arslan Ayazlar, R. (2018). Paylaşım ekonomisi ve turizm endüstrisine yansımaları. *Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 17(3), 1185-1202. <https://doi.org/10.21547/jss.376826>
- Arun, A., Alalmi, A. A. ve Gunaseelan, D. (2020). Operational need and importance of capacity management into hotel industry -A review. *International Journal of Advanced Science and Technology*, 7(29), 122-130.
- Breiby, M. A., Duedahl, E., Øian, H. ve Ericsson, B. (2020). Exploring sustainable experiences in tourism. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, <https://doi.org/10.1080/15022250.2020.1748706>
- Brotherton, B. (Ed.) (2003). *Structure & characteristics. The international hospitality industry: structure, characteristics and issues*. Butterworth-Heinemann.
- Buhalis, D., & Leung, R. (2018). Smart hospitality—interconnectivity and interoperability towards an ecosystem. *International Journal of Hospitality Management*, 71, 41-50.
- Butler, R.W. (1994). Seasonality in tourism: issues and problems. In A.V. Seaton, C.L. Jenkins, R.C. Wood, P.U.C. Dieke, M.M. Bennett, L.R. MacLellan ve R. Smith (Eds.), *Tourism: State of the Art* (ss. 332-339). Wiley.
- Can, E. ve Erman, O. (2015). Butik otellerin karakteristik özelliklerinin saptanması. *Çukurova Üniversitesi Mühendislik Mimarlık Fakültesi Dergisi*, 30(2), 163-175.

- Chang, T.-Y. ve Lin, Y.-C. (2022). The effects of atmosphere on perceived values and customer satisfaction toward the theme hotel: the moderating role of green practice perception. *Sustainability*, 14(15), 9153. DOI: 10.3390/su14159153
- Çakıcı A. C. ve Yıldırım, O. (2013). Türk iş insanlarının konaklama tercihlerini etkileyen faktörlerin belirlenmesi Mersin ve Adana'daki 4 ve 5 Yıldızlı Otellerde Bir Araştırma. *TURAR Turizm Araştırma Dergisi*, 2(2), 4-27.
- Çakır, H. M. (2024). Hukuki boyutuyla turizm işletmesi belgesi. *Sakarya Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi*, 12(1), 454-485. DOI: <https://doi.org/10.56701/shd.1463126>
- Çavuş, Ş., ve Öncüler, M. E. (2009). Türkiye’de konaklama sektörünün gelişimi. İçinde Ş. Çavuş, Z. Ege, O. E. Çolakoğlu (Eds.), *Türk turizm tarihi yapısal ve sektörel gelişim* (ss. 87-118). Detay Yayıncılık.
- Çelik, N. (2014). *Sürdürülebilir turizm uygulamalarının turizm talebi üzerine etkileri: Muğla örneği*. [Yayınlanmamış yüksek lisans tezi]. Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi.
- De Bastos, B. P. (2022). Contribution of hotels’ revenue management for supply chain sustainability. *Journal of Revenue and Pricing Management*, 22, 294-305. <https://doi.org/10.1057/s41272-022-00380-z>.
- Demirtaş, N. (2010). *Otel işletmeciliği*. Ankara Üniversitesi Uzaktan Eğitim Yayınları.
- Depierraz, A. C. (2023, Ekim 12). *High turnover in the hospitality industry: a result of neglected training*. Hospitality Net. <https://www.hospitalitynet.org/opinion/4118580.html>
- Erdoğan Morçin, S. (2021). Türkiye’de sağlık turizminin potansiyeli ve sağlık turizmi uygulamaları. İçinde Ş. Karaca (Ed.), *Multidisipliner yaklaşımla sağlık turizmi* (ss. 51-54). Nobel Yayıncılık.
- Eryılmaz, S. S., Cengiz, H. ve Eryılmaz, Y. (2006, Nisan 28-29). *Turizmin kent ekonomisine etkileri “Antalya örneği”* [Konferans sunumu]. Turizm ve Mimarlık Sempozyumu, Antalya.
- Gabor, M. R., Gabor, A. M. ve Gabor, D. (2023). Experiential and creative tourism as a source of sustainable local development. *Economics and Organization of Enterprise*, 1(1), 93-106. <https://doi.org/10.2478/eoik-2023-0007>
- Gahramanov, V. ve Türkay, O. (2019). Hostel işletmeciliğinde rekabet belirleyicileri: işletmeci ve turist görüşlerinin analizi. *İşletme Bilimi Dergisi*, 7(1), 33-63.
- Gee, C. Y. (2010). *World of resorts: from development to management* (3rd ed.). Educational Institute of the American Hotel & Lodging Association.
- Getz, D. ve Nilsson, P. A. (2004). Responses of family businesses to extreme seasonality in demand: The case of Bornholm, Denmark. *Tourism Management*, 25(1), 17–30. [https://doi.org/10.1016/S0261-5177\(03\)00067-0](https://doi.org/10.1016/S0261-5177(03)00067-0)
- Goeldner, C. R. ve Ritchie, J. R. B. (2012). *Tourism: Principles, practices, philosophies* (12th ed.). John Wiley & Sons, Inc.
- Gökdeniz, A. ve Dinç, Y. (2011). *Konaklama işletmelerinde ön büro operasyonları ve yönetimi*. Detay Yayıncılık.
- Ivanova, M. ve Ivanov, S. (2015). Affiliation to hotel chains: requirements towards hotels in Bulgaria. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 24(6), 601–608. <https://doi.org/10.1080/19368623.2014.915782>
- İstanbullu Dinçer, F. ve Ertuğral, S.M. (2003). Economic impact of heritage tourism hotels in Istanbul. *Journal of Tourism Studies*, 2003, 14(2), 23-34.
- Jakle, J. A., Sculle, K. A. ve Rogers, J. S. (1996). *The motel in America. baltimore*: Johns Hopkins University Press.
- Kandampully, J., Zhang, T. ve Jaakkola, E. (2018). Customer experience management in hospitality: A literature synthesis, new understanding and research agenda. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 30(1), 21-56. DOI 10.1108/IJCHM-10-2015-0549

- Karabulut, E. (2024, Eylül 3). *2024'te kaç tesis var?* Turizm Databank Turizm İstatistikleri. <https://www.turizmdatabank.com/turizm-istatistikleri/2024e-kac-tesis-var/>
- Karamustafa, K. ve Ulama, Ş. (2010). Measuring the seasonality in tourism with the comparison of different methods. *EuroMed Journal of Business*, 5(2), 191-214.
- Kattara, H.S., Weheba, D. ve El-Said, O. (2008). The impact of employee behaviour on customers' service quality perceptions and overall satisfaction. *Tourism and Hospitality Research* 8(4), 309-323. DOI: 10.1057/thr.2008.35
- Khassawneh, O. ve Mohammad, T. (2021). An evaluation of the relationship between human resource practices and service quality: An empirical investigation in the Canadian hotel industry. *Journal of Business Strategy Finance and Management*, 3(1,2), 74-91. <http://dx.doi.org/10.12944/JBSFM.03.01-02.08>
- Kızıllırmak, İ. ve Kaya, F. (2016). *Konaklama işletmelerinde ön büro işlemleri (opera paket programı destekli)*. Detay Yayıncılık.
- Kim, D., Hong, S., Park, B.J. ve Kim, I. (2020). Understanding heterogeneous preferences of hotel choice attributes: do customer segments matter? *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 45, 330-337. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2020.08.014>
- Kim, J.J., Lee, J. S. ve Han, H. (2023). Tangible and intangible hotel in-room amenities in shaping customer experience and the consequences in the with-corona era. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 35(2), 657-681. <https://doi.org/10.1108/IJ-CHM-01-2022-0014>
- Kozak, N. (2014). *Turizm pazarlaması*. Detay Yayıncılık.
- Kozak, N., Kozak, M.A. ve Kozak, M. (2015). *Genel turizm bilgisi ilkeler-kavramlar*. Detay Yayıncılık.
- Lewis, R.C. (1984). The basis of hotel selection. *The Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly* 24(3), 54-69.
- Lewis, R.C. (1985). Predicting hotel choice: the factors underlying perception. *The Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 25(4), 82-96
- Littelljohn, D. (2003). Hotels. In B. Brotherton (Ed.), *The international hospitality industry: structure, characteristics and issues* (ss. 6-29). Butterworth-Heinemann.
- Marić, D., Marinković, V., Marić, R. ve Dimitrovski, D. (2016). Analysis of tangible and intangible hotel service quality components *Industrija*, 44(1), 7-25. DOI: 10.5937/industrija1-8437
- Mattimoe, R. ve Tivnan, J.P. (2017). In search of hospitality: theoretical and practical issues in performance measurement and management in hotels. In E. Harris (Ed.), *The routledge companion to performance management and control* (ss. 372-396). Routledge.
- Mersin İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü. (2023, Mayıs 3). *Basit konaklama tesisleri belgelendirme işlemleri*. <https://mersin.ktb.gov.tr/TR-307246/basit-konaklama-tesisleri-belgelendirme-islemleri-ile-i-.html>
- Middleton, V. T. C., Fyall, A., Morgan, M. ve Ranchhod, A. (2009). *Marketing in travel and tourism* (4th ed.). Butterworth-Heinemann.
- Mordor Intelligence. (2023). *Hospitality industry in Turkey*. <https://www.mordorintelligence.com/industry-reports/hospitality-industry-in-turkey>
- Nessel, K., Kościółek, S., Wszendybył-Skulska, E. ve Kopera, S. (2021). Benefit segmentation in the tourist accommodation market based on eWOM attribute ratings. *Information Technology & Tourism*, 23(3), 265-290. <https://doi.org/10.1007/s40558-021-00200-x>
- O'Gorman, K. D. (2010). *The origins of hospitality and tourism*. Goodfellow Publishers.
- O'Neill, J. W. ve Carlback, M. (2011). Do brands matter? A comparison of branded and independent hotels' performance during a full economic cycle. *International Journal of Hospitality Management*, 30(3), 515-521. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2010.08.003>

- Okuyucu, A. ve Akgış, Ö. (2016). Türkiye’de konaklama sektörünün yapısal ve mekânsal değişimi: 1990-2013. *Türkiye Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 20(1), 249-269.
- Page, S. J. (2019). *Tourism management* (6th ed.). Routledge.
- Parsons, R., Skripak, S., Cortes, A., Walz, A. ve Walton, G. (2018). Hospitality and tourism. In S. Skripak (Ed.), *Fundamentals of business*. VT Publishing.
- Reid, R. D. ve Bojanic, D. C. (2009). *Hospitality marketing management* (5th ed.). Wiley
- Riley, M. (2003). Operational dilemmas. In B. Brotherton (Ed.), *The international hospitality industry: structure, characteristics and issues* (ss. 126-141). Butterworth-Heinemann.
- Sezerel, H. (2015). Otel işletmelerinin tanımı, sınıflandırılması ve kuruluş yeri. İçinde A. Karaman ve K. Sayın (Eds.), *Otel işletmeciliği* (ss. 23-44). Eğitim Yayınevi.
- Sheller, M. ve Urry, J. (2004). Tourism mobilities: places to play, places in play. Routledge.
- T. C. Kültür ve Turizm Bakanlığı (KTB). (2024, Aralık). 2024 yılı aralık ayı sınır giriş-çıkış istatistikleri. <https://yigm.ktb.gov.tr/TR-366207/2024.html>
- T.C. Cumhurbaşkanlığı Mevzuat Bilgi Sistemi. (2019). *Turizm Tesislerinin Niteliklerine İlişkin Yönetmelik*. <https://www.mevzuat.gov.tr/mevzuat?MevzuatNo=1134&MevzuatTur=21&MevzuatTertip=5>
- Terzioğlu, M. ve Gökovalı, U. (2017). Turizmin yerel ekonomik etkilerinin belirlenmesi: Marmaris otelcilik endüstrisi örneği. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 28(1), 27-38.
- The Hotel Skills. (2024, Mayıs 4). *Classification of hotels*. <https://thehotelskills.com/classification-of-hotels/>
- Towner, J. (1996). *An historical geography of recreation and tourism in the Western world 1540-1940* (1st ed.). Wiley.
- TÜROB (2023). *TÜROB Türkiye Zincir Oteller Araştırması 2023*. <https://rapor.turob.org/>
- UNWTO (2008). *International Recommendations for Tourism Statistics (IRTS)*. United Nations Publications. <https://unstats.un.org/unsd/tradeserv/tourism/manual.html>
- UNWTO (2025a). *Accommodation – demand and capacity*. <https://www.unwto.org/tourism-data/accommodation-demand-capacity>
- UNWTO (2025b). *Enabling frameworks for tourism investment drivers and challenges shaping investments. in tourism*. UN Tourim. <https://www.unwto.org/investment/un-tourism-investment-guidelines-SA1>
- Velichko, N.Y., Petropavlovskaya, A.V., Zhukov, B.M. Razzhivin, O. A. ve Osadchuk, L. M. (2018). Current issues in hotel management in Russia. *Revista Espacios*, 39(31), 24.
- Walker, J. R. (2021). *Introduction to hospitality* (8th ed.). Pearson Education.
- Whitla, P. A., Walters, P. G. P. ve Davies, H. (2007). Global strategies in the international hotel industry. *International Journal of Hospitality Management*, 26(4), 777–792. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2006.08.001>
- World Travel & Tourism Council. (2025, 9 Haziran). *Travel & Tourism Economic Impact 2025*. <https://researchhub.wttc.org/product/world-economic-impact-report>
- Yabancı, O. ve Erbaş, A. (2017). An overview of franchising in the hospitality industry of Turkey. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 9(1), 166-179.
- Yıldırğan, M.S. ve Batman, O. (2022). Rekreatif faaliyetlerin tamamlayıcı konaklama işletmeleri üzerindeki rolü: Sapanca örneği. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 19(3), 444-468. DOI: 10.24010/soid.1146652
- Yıldırım, M. (2025, 30 Nisan). *The status and future of online reservations in the tourism sector: the world, Türkiye and Antalya*. LinkedIn. <https://www.linkedin.com/pulse/status-future-online-reservations-tourism-sector-world-y%C4%B1ld%C4%B1r%C4%B1m-btzqf?>
- Zotic, V., Alexandru, D.-E. ve Puiu, V. (2011). The “holiday village” concept and its role in tourism planning. *International Journal of Energy and Environment*, 5(1), 132–141. <https://www.researchgate.net/publication/259755042>

BÖLÜM 2

ÖN BÜRO DEPARTMANININ YAPISI VE ORGANİZASYONU

Begüm İLBAY VATAN¹

Giriş

Turizm sektöründe seyahat, konaklama ve diğer ihtiyaçları karşılayan işletmeler arasında, müşteriyle birebir etkileşimin en yoğun olduğu işletmeler konaklama işletmeleridir (Barutçugil, 1984, s. 37). Konaklama işletmeleri, seyahat eden kişilere geçici konaklama ve beslenme olanaklarını, belirli bir ücret karşılığında sunan ticari kuruluşlardır (Schmenner, 1990, s. 5).

Konaklama işletmeciliği, insanların tatil anlayışlarındaki değişim ve artan beklentiler doğrultusunda gelişmiş; bu durum hem sunulan turizm ürünlerinin sayısını hem de çeşitliliğini artırmıştır (Altun ve İnceoğlu, 2006, s. 2). Konaklama işletmeleri; otel, oberj, tatil köyü, motel, kamping, pansiyon, apart otel, hostel ve kaplıca gibi hizmet biçimlerine göre sınıflandırılabilir. Hangi sınıflandırma içerisinde yer alırsa alsın her bir konaklama biriminde ön büro hizmeti sunulmaktadır. Konaklama biriminin oda sayısı, çalışan sayısı, hizmet verilen hedef kitle ve benzeri unsurlar ön büronun organizasyonel yapısının basit ya da karmaşık olmasını etkileyen başlıca unsurlardır.

1. Ön büro Departmanının Tanımı ve Önemi

Otel işletmelerinde ön büro bölümü, konukların otelle ilk temasa geçtiği, rezervasyon sürecinden başlayarak konaklama süresi boyunca birçok hizmetin

¹ Dr. Öğr. Üyesi, Kahramanmaraş İstiklal Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü, Gastronomi ve Mutfak Sanatları AD, begumilbay@hotmail.com, ORCID iD: 0000-0003-1270-6660

Sonuç olarak, ön büro departmanının etkili bir şekilde yapılandırılması ve güncel teknolojilerle uyumlu hâle getirilmesi, yalnızca operasyonel başarıyı değil, aynı zamanda otelin rekabet gücünü ve sürdürülebilirliğini de doğrudan etkilemektedir. Dijital yetkinlikleri yüksek, eğitimle desteklenmiş, teknolojik sistemlere entegre olmuş ve misafir odaklı çalışan bir ön büro yapısı, çağdaş otelcilik anlayışının temel taşlarından biri olarak öne çıkmaktadır. Bu bağlamda, otel yöneticilerinin ön büro departmanını yalnızca geleneksel operasyonel birim olarak değil; stratejik, yenilikçi ve müşteri merkezli bir yapı olarak değerlendirmesi gerekmektedir.

Kaynakça

- Acuner, E. & Şimşek, M. (2024). Müzelerde dijital dönüşüm: Müze çalışanlarının dijital dönüşüm algılarının ve yetkinliklerinin incelenmesi. *Journal of Humanities and Tourism Research*, 14 (2), 103-123.
- Akgöz, E. (2003). *Ön büro işlemleri*. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Aktuna, H.C. (2019). *Resepsiyon şefi*. İçinde, Kozak, N. (Ed.), Online Türkiye Turizm Ansiklopedisi, <https://turkiyeturizmansiklopedisi.com/resepsiyon-sefi> (Erişim tarihi: 23.06.2025).
- Al, B. (2024). Uzaktan ve hibrit çalışma modellerinde liderliğin dönüşümü: Dijital liderlik ve sanal ekip yönetimi üzerine bibliyometrik bir analiz. *Sosyal Bilimler Metinleri*, 2, 121-140.
- Altun, S. & İnceoğlu, M. (2006). *Tatil amaçlı konaklama tesislerinde zamana bağlı değişim*. İTÜ Dergisi, 5, 91-96.
- Avaner T. & Çelik, M. (2021). Türkiye’de dijital dönüşüm ofisi ve yapay zekâ yönetimi: Büyük veri ve yapay zekâ daire başkanlığı’nın geleceği üzerine. *Medeniyet Araştırmaları Dergisi*, 6 (2), 1-18.
- Azadaliyev, S. & Demirkol, Ş. (2023). Turizm sektöründe artırılmış gerçeklik ve dijital dönüşümün değerlendirilmesi. *TUCADE-Turizm Çalışmaları Dergisi*, 5 (1), 11-26.
- Baghiro, R. (2023). *Konaklama işletmelerinde turizm 4.0 kavramına ilişkin bilgi, farkındalık ve uygulama düzeyinin belirlenmesi: Türkiye-Azerbaycan karşılaştırılması* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Selçuk Üniversitesi, Konya.
- Bahar, M. (2004). Otel işletmeleri ön büro departmanlarında kullanılan yazılım programlarının incelenmesi ve kullanım sorunlarını belirlemeye yönelik bir araştırma. (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi). Akdeniz Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Antalya.
- Bardi, J.A. (2011). *Hotel front office management*. ABD: Wiley Yayıncılık.
- Barsky, J. & Nash, L. (2003). Customer satisfaction: Applying concepts to industry-wide measures. *Cornell Hospitality Quarterly*, 44 (5), 173-183.
- Barutçugil, İ.S. (1984). *Turizm işletmeciliği*. Bursa: Uludağ Üniversitesi Basımevi.
- Boran Şirvan, N. & Karataş, D. (2001). *Ön büro*. İstanbul: Ya-Pa Yayıncılık.
- Çeltek, E. (2024). Akıllı otel: Uygulamalar ve örnekler (Smart Hotel: Applications and Examples). *Journal of Tourism & Gastronomy Studies*, 11 (4), 3687-3711.
- Çetin, C. (2008). *Yöneticilerin liderlik stilleri, değişim yönetimi ve ekip çalışması arasındaki ilişkilerin çok yönlü olarak değerlendirilmesi*. İstanbul: İto Yayınları.
- Dereli, M. (1989). *Otel işletmeciliğinde ön büro*. Ankara: Turban Turizm A.Ş. Eğitim Başkanlığı.
- Dix, C. & Baird, C. (1998). *Front office operations* (3. Baskı). New York: Addison Wesley Longman limited.

- Emeksiz, M. & Yolal, M. (2005). *Konaklama işletmelerinde ön büro yönetimi*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Gray, W.S. & Liguari, S.C. (1980). *Hotel and motel management and operations*. New Jersey: Prentice-hall Inc.
- Güripek, E. (2019). Santral şefi. İçinde Kozak, N. (Ed.), *Online Türkiye Turizm Ansiklopedisi*, <https://turkiyeturizmansiklopedisi.com/santral-sefi> (Erişim tarihi: 23.06.2025).
- Hayes, D.K. & Ninemeier, J.D. (2009). *Human resources management in the hospitality industry*. ABD: John Wiley and Sons Inc.
- İmrek, S. (2023). *Akıllı turizm destinasyonu olgusunun Malatya örneğinde uygulanabilirliği* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Necmettin Erbakan Üniversitesi, Konya.
- Jones, P. & Lockwood, A. (2002). *The management of hotel operation*. ABD: Cengage Learning.
- Kaleözü, S. & Deniz, S. (2025). eWOM ve müşteri deneyimi ilişkisi: Butik otel yorumlarının SERVQUAL modeliyle incelenmesi. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 17 (2), 1677-1697.
- Kantarci, K. (1998). *Konaklama işletmelerinde ön büro işlemleri ve yönetimi*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Kara, G. (2022). *Akıllı teknolojilerin yiyecek-içecek sektöründe uygulanması: Konya örneği* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Selçuk Üniversitesi, Konya.
- Kasavana, M.L. & Brooks, R.M. (2001). *Managing front office operations*. ABD: Educational Institute.
- Kotler, P., Bowen, J.T. & Makens, J.C. (2010). *Marketing for hospitality and tourism*. Pearson Education.
- Kozak, S. (1998). *Otel işletmelerinde ön büro yönetimi*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- Mısırlı, İ. (2003). *Konaklama işletmelerinde ön büro teknikleri ve uygulamaları*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Michalis, B. (2024). Oteller için self-check-in kiosklarına yönelik 2025 rehberi. <https://www.canarytechnologies.com/post/self-check-in-kiosks-for-hotels-guide>
- Milli Eğitim Bakanlığı (2011). *Konaklama ve seyahat hizmetleri: Ön büro organizasyonu*. Ankara: Milli Eğitim Bakanlığı Yayınları.
- O'Fallon, M.J & Rutherford, D.G. (2011). *Hotel management and operations*. ABD: John Wiley and Sons Inc.
- Olali, H. & Korzay, M. (1993). *Otel işletmeciliği*. İstanbul: Beta Yayınları.
- Öztürk, D. (2022). *Mobil uygulamalarla araç kiralama yapan tüketicilerin online müşteri deneyimi ve tekrar satın alma niyeti ile ilişkisi üzerine bir araştırma* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Marmara Üniversitesi, İstanbul.
- Powers, T. & Barrows, C.M. (1999). *Introduction management in the hospitality industry*. ABD: John Wiley and Sons Inc.
- Sadh, V. (t.y.). Artificial intelligence in hospitality: Use cases for hotels. <https://www.jellyfishtechnologies.com/artificial-intelligence-in-hospitality/>
- Schmenner, R. (1990). *Production and operation management*. New York: Mc Millan Publishing Company.
- Sezgin, M., Albakrı, L. & Abouchala, M. R. (2024). Dijital ufuklar: Teknolojinin Türkiye'deki turizm üzerindeki etkisi., *Selçuk Turizm ve Bilişim Araştırmaları Dergisi*, 5,1-22.
- Şener, B. (2001). *Modern otel işletmelerinde yönetim organizasyon* (3. Baskı). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Şentürk, Ö. (2024). Akıllı dijital teknolojilerin kurumsal kültür üzerindeki yansımaları. *JOSS Akıllı sistemler Dergisi*, 3 (2), 1-14.
- Taşlı, V. (2024). *Sağlık kurumları yönetiminde geleneksel ve dijital pazarlama yöntemleri tercihlerinin hastalar açısından etkileri* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Gelişim Üniversitesi, İstanbul.

ÖN BÜRO YÖNETİMİ
Yapay Zekâ, Teknoloji ve Dijitalleşme

- Tekin, Y. & Köksal, C.D. (2012). Otel işletmelerinde personeli güçlendirme uygulamaları: Antalya’da beş yıldızlı konaklama işletmelerinde bir araştırma. *Journal of Yasar University*, 25 (7), 4241-4267.
- Tekin, Z. (2019). Otel işletmelerindeki web/bulut tabanlı teknolojilere dayalı yönetim sistemleri ve işletme başarısı ilişkisi. *Uluslararası Yönetim ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 6 (11), 130-137.
- Türkay, B. (2021). *Akıllı teknolojilerin turizm işletmelerinin dijitalleşmesinde ve tüketici davranışlarındaki rolü* (Yayınlanmamış Doktora Tezi). İstanbul Üniversitesi, İstanbul.
- Uslu, H. (2023). Dijital dönüşüm ve kamu hizmetleri yönetiminde yenilikçi yaklaşımlar ve zorluklar. *Uluslararası Politik Araştırmalar Dergisi*, 9 (3), 15-31.
- Walker, J.R. (2018). *Exploring the hospitality industry*. ABD: Pearson Yayıncılık.
- Zengin, B. (2001). *Konaklama işletmelerinde ön büro yönetimi ve ön büro otomasyon sistemleri*. Adapazarı: Değişim Yayınları.

BÖLÜM 3

REZERVASYON SİSTEMLERİ VE YÖNETİMİ

Nur ÇELİK İLAL¹

Ece KIRLI ÖZEN²

Giriş

Bu bölümde, otelcilik ve turizm sektöründe rezervasyon sistemlerinin tarihsel gelişim süreci ele alınarak, geleneksel yöntemlerden dijitalleşmeye geçişin yarattığı dönüşüm kapsamlı biçimde incelenmiştir. Geleneksel rezervasyon uygulamaları ile başlayan süreç, çevrimiçi sistemlerin yaygınlaşmasıyla birlikte hem kullanıcı deneyiminde hem de işletme yönetiminde köklü değişimlere yol açmıştır. Bu doğrultuda, çevrimiçi rezervasyon sistemlerinin kullanıcılar açısından erişilebilirlik, hız, kişiselleştirme ve karar destek gibi avantajları ile işletmeler açısından operasyonel verimlilik, gelir optimizasyonu ve pazarlama etkinliği gibi katkıları detaylı olarak analiz edilmiştir. Bölümün ilerleyen kısımlarında, yapay zekâ destekli rezervasyon çözümleri ve bu sistemlerin gelişen teknolojilerle nasıl evrildiği ele alınmış; artırılmış gerçeklik, blockchain, makine öğrenimi ve kişiselleştirilmiş öneri sistemleri gibi geleceğin trendleri değerlendirilmiştir. Ayrıca, dijital rezervasyon sistemlerinin beraberinde getirdiği veri güvenliği, siber riskler ve etik sorumluluklar da tartışılmış; güvenli, şeffaf ve kullanıcı merkezli dijital hizmetlerin sürdürülebilirliği bağlamında öneriler sunulmuştur. Bu kapsamda bölüm, turizm endüstrisinde dijital rezervasyon teknolojilerinin bugünü ve geleceğine ışık tutmayı amaçlamaktadır.

¹ Doç. Dr., Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü, Turizm İşletmeciliği AD, nurcelik@mu.edu.tr, ORCID iD: 0000-0002-1170-4308

² Dr. Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme AD, eceozen@mu.edu.tr, ORCID iD: 0000-0002-8049-3962

uyumlu hale getirilmelidir. Rezervasyon sistemleri, pazarlama, gelir yönetimi ve CRM uygulamaları ile entegre çalışacak şekilde yapılandırılmalıdır.

5. Sektör içi iş birlikleri ve inovasyon merkezleri desteklenmelidir. Üniversiteler, teknoloji firmaları ve turizm işletmeleri arasında kurulacak iş birlikleri sayesinde yeni nesil rezervasyon teknolojilerinin yaygınlaşması ve yerel uyarlamaları mümkün olacaktır.

Kaynakça

- Akgün, A. (2023). Otel faaliyetleri için yapay zekâ destekli uygulamalar. *Selçuk Turizm ve Bilişim Araştırmaları Dergisi*, 3:1-21.
- Arkunlar, B. (1997). Amadeus Elektronik Rezervasyon Dağıtım Sistemleri, 2. Bilkent Turizm Forumu, 5-6- Aralık1997, Bilkent Üniversitesi, Ankara, 43 – 44.
- Attila, A. (2016). The Impact of the Hotel Industry on the Competitiveness of Tourism Destinations in Hungary. *Journal of Competitiveness*, 8(4), 85-104
- Barua, B., ve Kaiser, M. S. (2024). Real-Time Performance Optimization of Travel Reservation Systems Using AI and Microservices. *arXiv preprint arXiv:2412.06874*.
- Buhalis, D. (2000). Relationships in the Distribution Channel of Tourism: Conflicts Between Hoteliers and Tour Operators in the Mediterranean Region. *International Journal of Hospitality and Tourism Administration*, 1(1), 113-139.
- Buhalis, D., ve Law, R. (2008). Progress in information technology and tourism management: 20 years on and 10 years after the Internet—The state of eTourism research. *Tourism Management*, 29(4), 609–623.
- Chen, Y., Hu, H. (2013). Internet of intelligent things and robot as a service. *SimulationModelling Practice and Theory*, 34, 159-171
- Christodoulidou, N., Connolly, D. J. ve Brewer, P. (2010). An examination of the transactional Relationship Between Online Travel Agencies, Travel Meta Sites, and Suppliers. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 22(7), 1048-1062.
- Demir, M. ve Demir, Ş. (2015). Otel İşletmelerinde Yenilik Yönetimi İlkeler ve Örnekler. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Demirkol, O. (2021). *İstanbul'da beş yıldızlı otel işletmelerinde oda satış gelirlerinin artırılmasında online rezervasyon kanallarının etkisi* (Yüksek lisans tezi, İstanbul Ticaret Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı). Yükseköğretim Kurulu Ulusal Tez Merkezi.
- Dönmez Genç, N. (2017). *Turizm sektöründe online rezervasyon kalite algısı ve algılanan risk faktörlerinin incelenmesi* (Master's thesis, Sosyal Bilimler Enstitüsü). T.C. İstanbul Aydın Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Elektraweb. (n.d.). *Yapay zekâ otellerde neleri değiştirdi?* <https://www.elektraweb.com/justiniano-oteller-grubu-elektrawebli-oldu/yapay-zeka-otellerde-neleri-degistirdi>. Erişim Tarihi: 25.05.2025.
- Eröz, S.S. ve Doğdubay, M., (2012). Turistik Ürün Tercihinde Sosyal Medyanın Rolü ve Etik İlişkisi, *Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 27(1), ss.133-157.
- Filieri, R. ve McLeay, F. (2013). E-WOM and Accommodation: An Analysis of the Factors that Influence Travelers' Adoption of Information from Online Reviews. *Journal of Travel Research*, 53(1), 44-57.

- Gosela, R. R. U., ve Encarnacion, R. E. (2024). Booking and Reservation System: A Unified Application Using Location-Based Services for Sustainable Tourism Networks. *networks*, 4(2).
- Gül, H., ve Boz, M. (2012). İnternet Ortamında Pazarlama, Online Rezervasyon; Şehirlerarası Otobüs Firmaları Üzerine Bir Araştırma. *Journal of Internet Applications and Management*, 3(1), 5-30.
- Gürbüz, E. (2025, Ocak 2). *Yapay zeka ve rezervasyon motorlarının geleceği: Book engine'lerin evrimi*. LinkedIn. <https://www.linkedin.com/pulse/yapay-zeka-ve-rezervasyon-motorlari-nin-gelecegi-book-evrimi-gurbuz-slcwf>.
- Hanji, S.V., Navalgund, N., Ingalagi, S., Desai, S., Hanji, S.S. (2024). Adoption of AI Chatbots in Travel and Tourism Services. In: Yang, X.S., Sherratt, R.S., Dey, N., Joshi, A. (eds) Proceedings of Eighth International Congress on Information and Communication Technology. ICICT 2023. Lecture Notes in Networks and Systems, vol 696. Springer, Singapore
- Hill, J., Ford, W. R., ve Farreras, I. G. (2015). Real conversations with artificialintelligence: A comparison between human–human online conversations and human–chatbotconversations. *Computers in Human Behavior*, 49, 245-250.
- Holloway, J. C. ve Taylor, N. (2006). The Business of Tourism (7 b.). Harlow: Financial Times Prentice Hall.
- Huang, A., Chao, Y., de la Mora Velasco, E., Bilgihan, A. ve Wei, W. (2021). When Artificial Intelligence Meets the Hospitality and Tourism Industry: An Assessment Framework to Inform Theory and Management. *Journal of Hospitality and Tourism Insights*.
- İcibot. (2024). *Otel sahipleri yapay zekâ ile rezervasyon ve gelir optimizasyonu nasıl yapılır?* <https://icibot.com/tr/otel-sahipleri-yapay-zeka-ile-rezervasyon-ve-gelir-optimizasyonu-nasil-yapilir/>. Erişim Tarihi: 20.06.2025
- Ivanov, S., ve Webster, C. (Eds.). (2019). *Robots, artificial intelligence, and service automation in travel, tourism and hospitality*. Emerald Publishing Limited.
- Ivanov, S., Webster, C. & Berezina, K. (2017). Adoption of robots and serviceautomation by tourism and hospitality companies. *Revista Turismo & Desenvolvimento*, 27/28,1501-1517
- İpar, S. (2020). Akıllı turizm ve teknolojileri. İçinde B. Ilgaz (Ed.), *Akıllı kent akıllı turizm* (ss. 45–93). Ankara: Gazi Kitap Evi.
- Jain, S. (2025). AI in B2B Marketing and Its Applications in the Hospitality Industry. In *Addressing Contemporary Challenges in the B2B Hospitality Sector* (pp. 69-98). IGI Global Scientific Publishing.
- Kanchetti, D. (2022). Advanced anomaly detection algorithms for securing insurance data ecosystems against emerging cyber threats and fraud. *International Journal of Information Technology (IJIT)*, 3(1), 17–35.
- Kaul, D. (2021). AI-Driven Dynamic Upsell in Hotel Reservation Systems Based on Cybersecurity Risk Scores. *International Journal of Computer Engineering and Technology (IJCET)*, 12(3), 114–125.
- Kaul, D. (2021). AI-Driven Dynamic Upsell in Hotel Reservation Systems Based on Cybersecurity Risk Scores. *International Journal of Computer Engineering and Technology (IJCET)*, 12(3), 114–125.
- Kaur, M., Pandey, U., & Kaur, A. (2024). Leveraging AI for 24/7 Support: A Guide to Implementing Intelligent Chatbots in the Hotel Industry. İçinde *Impact of AI and Tech-Driven Solutions in Hospitality and Tourism* (ss. 302-328). IGI Global.
- Law, R., Leung, R., Lo, A., Leung, D. ve Fong, L. H. (2015). Distribution Channel In Hospitality and Tourism: Revisiting Disintermediation from The Perspectives of Hotels and Travel Agencies. *Contemporary Hospitality Management*, 27(3), 431-452

- Law, R., Chan, I., ve Goh, C. (2007). Where to find the lowest hotel room rates on the internet? The case of Hong Kong. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 19(6), 495-506.
- Law, R., Chan, I., ve Goh, C. (2007). Where to find the lowest hotel room rates on the internet? The case of Hong Kong. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 19(6), 495-506.
- Lukanova, G. ve Ilieva, G. (2019) Robots, Artificial Intelligence and Service Automation in Hotels. In S. Ivanov and C. Webster (eds.), *Robots, Artificial Intelligence, and Service Automation in Travel, Tourism, and Hospitality*. Bingley: Emerald Publishing Limited, 157-183.
- Ngai, E. W., Xiu, L., ve Chau, D. C. (2009). Application of data mining techniques in customer relationship management: A literature review and classification. *Expert systems with applications*, 36(2), 2592-2602.
- O'conner, P. ve Frew A. J. (2003). An Evaluation Methodology for Hotel Electronic Channels of Distribution, *International Journal of Hospitality Management*, Vol:23, 178-186
- Özdemir, G. S. (2007). *Konaklama işletmelerinde merkezi rezervasyon sistemleri ve örnek bir uygulama* (Yüksek lisans tezi, Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Eğitimi Anabilim Dalı). Yükseköğretim Kurulu Ulusal Tez Merkezi.
- Page, S. J. (2007). *Tourism Management Managing for Change* (2 b.). Burlington: Elsevier.
- Papathanasiou, A., Cole, R., ve Murray, P. (2020). The (non-) application of blockchain technology in the Greek shipping industry. *European Management Journal*, 38(6), 927-938.
- Pearce, D., Tan, R. ve Schott, C. (2004). Tourism Distribution Channels in Wellington, New Zealand. *The International Journal of Tourism Research*, 6(6), 397-410.
- Pillai, R., ve Sivathanu, B. (2020). Adoption of AI-based chatbots for hospitality and tourism. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 32(10), 3199-3226.
- Statistica (2025). Online travel market size worldwide from 2017 to 2023, with a forecast until 2029 (in billion U.S. dollars) <https://www.statista.com/statistics/1179020/online-travel-agent-market-size-worldwide/>. (Erişim Tarihi: 20.05.2025).
- Štilić, A., Nicić, M. ve Puška, A. (2023). Check-in to the future: Exploring the impact of contemporary information technologies and artificial intelligence on the hotel industry. *Turističko poslovanje*, (31).
- Stoilova, E. (2021). AI chatbots as a customer service and support tool. *ROBONOMICS: The Journal of the Automated Economy*, 2, 21.
- Sun, S., Law, R., ve Hyun, S. S. (2024). Exploration of Hotel Reservation Through Mobile Online Travel Agencies. *International Journal of Tourism Research*, 26(4), e2734.
- Tapscott, D., ve Tapscott, A. (2016). *Blockchain revolution: how the technology behind bitcoin is changing money, business, and the world*. Penguin.
- Tika Pradini, J. F. A. (2018). Audit sistem informasi front office pada world hotel menggunakan kerangka kerja cobit 4.1. 2(Ikraith Informatika, Vol. 2, No. 1.).
- TravelMole. (2024, November 25). *HotelPlanner: How AI and human booking agents can thrive together*. <https://www.travelmole.com/news/hotelplanner-how-ai-and-human-booking-agents-can-thrive-together/>. Erişim Tarihi: 25.06.2025.
- Tzafestas, S. G. (2020). Ethics and Law in Artificial Intelligence and Autonomous Systems: A Literature Survey. *International Journal of Automation and Computing*, 17(3), 1-23.
- Van Ryzin, G. J., ve Talluri, K. T. (2005). An introduction to revenue management. In *Emerging theory, methods, and applications* (pp. 142-194). Informs.
- WTOBC (World Tourism Organization Business Council) . (2004). Turizmde E-İş, Destinasyonlar ve İşletmeler için Pratik Yönergeler, İstanbul.
- Wu, Y., Li, J., & Liu, J. (2024). Trends in Digitalized Hospitality Services: Accor Hotels Group's Digital Transformation. *Journal of Design Service and Social Innovation*, 2(3).

- Xiang, Z., Du, Q., Ma, Y., ve Fan, W. (2017). A comparative analysis of major online review platforms: Implications for social media analytics in hospitality and tourism. *Tourism Management*, 58, 51-65.
- Yılmaz, A. İ. (2002). Merkezi Rezervasyon Sistemleri ve İstanbul'daki Dört ve Beş Yıldızlı Otel-
lere Yönelik Uygulamalar, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi, Sosyal
Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

BÖLÜM 4

MİSAFİR KAYDI VE CHECK-IN/CHECK-OUT SÜREÇLERİ

Gülray ÖZALTIN TÜRKER¹
Ceren İŞÇİ²

Giriş

Bilgiye dayalı teknolojik gelişmelerin yaşandığı yirmi birinci yüzyılda, teknoloji sayesinde bilgiye erişim kolaylaşmış, birçok alanda dijitalleşme süreci hız kazanmıştır (Gürsoy ve Çalhan, 2024, s.3; Özbalcı, 2022, s.16). Dijital etkilerin işletmelerde dönüşüm yaratması ise özellikle Endüstri 4.0 dönemine girilmesiyle başlamıştır. İşletmeler dijitalleşmenin yaratmış olduğu bu dönüşüm sayesinde, üretim süreçlerinde dijital araçlardan yararlanmışlar ve böylelikle hem maliyetten hem de zamandan tasarruf sağlayabilmişlerdir. Bu doğrultuda işletmeler dijitalleşme ile birlikte rakiplerine göre rekabet avantajı elde ederek onlardan daha iyi bir performans sergileyebilme fırsatı kazanmışlardır (Kırılmaz, 2020, s.193).

21. yüzyılda Endüstri 4.0 döneminde hayatımıza giren dijital dönüşüm sürecinde çoğu işletme gibi turizm işletmeleri de hızla gelişen bilgi ve iletişim teknolojilerinin sunduğu imkânları kullanarak, iş süreçlerini, işletme kültürünü ve müşteri deneyimlerini yeniden tasarlayarak bütüncül bir dönüşüm süreci içerisine girmişlerdir (Güncan, 2024, s.39; Gürsoy ve Çalhan, 2024, s.5-6). Bu süreç konaklama, ulaşım ve tur operatörleri gibi turizm işletmelerini değişim ve gelişim hareketi içerisine sokmaktadır (Frenzel, Giddy ve Frisch, 2022, s.927). Geçmişten günümüze turizm sektörü, çevrimiçi uçuş ve otel rezervasyonları

¹ Doç. Dr., Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Ortaca Meslek Yüksekokulu, Otel, Lokanta ve İkram Hizmetleri Bölümü, Turizm ve Otel İşletmeciliği Pr., gozaltin@mu.edu.tr, ORCID iD: 0000-0002-9367-0454

² Doç. Dr., Manisa Celâl Bayar Üniversitesi, İşletme Fakültesi, İşletme Bölümü, Üretim Yönetimi ve Pazarlama AD, ceren.isci@hotmail.com, ORCID iD: 0000-0002-5712-1482

deneyimleri ve tatmini üzerine bütünsel bir bakış açısıyla bakıldığında teknolojik araçların sağladığı hız, konfor, kesintisiz hizmet vb. imkanlar yanında geleneksel uygulamaların doğasında bulunan kişisel etkileşimlerin kalıcı değeri de göz ardı edilmemelidir. Örneğin iş amacıyla seyahat edenler daha fazla hıza ve modern özelliklere öncelik verirken, tatil amaçlı seyahat edenler sosyal etkileşimlere ve kişisel katılıma daha fazla değer verdiği için misafir tercihlerine göre konaklama işletmeleri aksiyon almalıdırlar. Konaklama işletmelerinin, kullanıcı dostu arayüzleri teşvik ederek ve hibrit bir model geliştirerek, teknoloji ve insan faktörü arasında bir denge sağlayıp misafir memnuniyetini artırma konusunda daha başarılı olacakları düşünülmektedir.

Kaynakça

- Accor, 2025. <https://all.accor.com/loyalty-program/cards-status-benefits/online-check-in-fast-check-out/index.tr.shtml>, Erişim Tarihi: 01.06.2025.
- Alphan, E. (2023). Robotlar. A. Dursun Cengizci ve S. Karasakal (Ed.), *Turizm ve Otel İşletmelerinde Büyük Veri Analizi ve Yapay Zekâ* (s. 174-189). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Anwar, F.A., Delianai D., Suyamto (2024). Digital Transformation in the Hospitality Industry: Improving Efficiency and Guest Experience. *International Journal of Management Science and Information Technology*, 4(2), 428-437. <https://doi.org/10.35870/ijmsit.v4i2.3201>
- Baker, S., Bradley, P. & Huyton, J. (2001). *Principles of Hotel Front Office Operations* (2nd ed.). Cengage Learning (EMEA) Ltd.
- Balyalı, T. Ö., & İlhan, Ö. A. (2023). Turizm ve dijitalleşme konulu araştırmaların bilimsel haritalama tekniği ile bibliyometrik analizi. *Ahi Evran Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 9(1), 117-133.
- Bardi, J. A. (2011). *Hotel Front Office Management* (5th ed.). Hoboken, NJ: John Wiley & Sons.
- Citak, J., Owoca, M., Weichbroth, P. (2021). A note on the applications of artificial intelligence in the hospitality industry: preliminary results of a survey. *Procedia Computer Science*, 192 (2021) 4552–4559 <https://doi.org/10.1016/j.procs.2021.09.233>
- Chakravarti, B.K. (2019). *Front Office Management in Hotel*. CBS Publishers & Distributors.
- Choi, Y., Choi, M., Oh, M. M. & Kim, S.S. (2019). Service robots in hotels: Understanding the service quality. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 29(6), 1-23. <https://doi.org/10.1080/19368623.2020.1703871>
- Çakmakçı, E. (2002). *Konaklama İşletmelerinde Önbüro Uygulamaları ve Yönetimi*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Çeltek, E. (2023). Akıllı Otel: Uygulamalar ve Örnekler (Smart Hotel: Applications and Examples). *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*. 11 (4), 3687-3711. <https://doi.org/10.21325/jotags.2023.1363>
- Çolak, G. (2016). *Önbüro Hizmetleri*. Bursa: Ekin Yayıncılık.
- Çuhadar, M., Demiray, G., Öztürk, M. ve Alabacak, C. (2022). Konaklama işletmelerinde yapay zekâ ve robotik teknolojileri: Bibliyometrik bir analiz. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 10(2), 1550-1580. <https://doi.org/10.21325/jotags.2022.1056>
- Değirmenci, C.H. (2018). *Yapay zekâ*. İstanbul: Girdap Kitap.

- Demir, Ç. (2021). Konaklama işletmelerinin iş süreçlerinde yapay zekâ teknolojileri ve akıllı otel uygulamaları: Avantajlar ve dezavantajlar. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 9(1), 203-219. <https://doi.org/10.21325/jotags.2021.785>.
- Dülgaroğlu, O. (2024). Otel İşletmelerinde Kullanılan Ön Büro Otomasyon Sistemlerine Yönelik Teknoloji Temelli Bir Bakış, *Journal of Travel and Tourism Research*. 25, 94-111.
- Emeksiz, M. ve Yolal, M. (2007). Konaklama İşletmelerinde Önbüro Yönetimi. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Eraslan, N. (2012). Konaklama İşletmelerinde Önbüro İşlemleri ve Yönetimi. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Fakhriddinova, S. (2025). E-Tourism and the COVID-19 Pandemic Eds. Shukla, V.K., Verma, A., Lacap, J.P.G. in Artificial Intelligence For Smart Technology In The Hospitality And Tourism Industry. Taylor & Francis Group.
- Frenzel, F., Giddy, J., & Frisch, T. (2022). Digital technology, tourism and geographies of inequality. *Tourism Geographies*, 24(6-7), 923-933. <https://doi.org/10.1080/14616688.2022.2142843>
- Gretzel, U. (2011). Intelligent systems in tourism: A social science perspective. *Annals of Tourism Research*, 38(3), 757-779. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2011.04.014>
- Gökdeniz, A. ve Dinç, Y. (2016). *Konaklama İşletmelerinde Önbüro Operasyonları ve Yönetimi (Örnek Önbüro Modülleri)*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Gökdeniz, A., Dinç, Y. (2024). *Konaklama İşletmelerinde Önbüro Operasyonları ve Yönetimi*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Günçan, Ö. (2023). Sohbet robotları. A. Dursun Cengizci ve S. Karasakal (Eds.), *Turizm ve Otel İşletmelerinde Büyük Veri Analizi ve Yapay Zekâ* (s.190-205). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Günçan, Ö. (2024). Konaklama İşletmelerinde Yapay Zeka. Ercan, F. ve Kurtulay, Z. (Eds). *Turizm Sektöründe Yapay Zekâ Destekli Hizmetler ve Güncel Gelişmeler*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Gürsoy, M. N ve Çalhan, H. (2024). Konaklama sektöründe dijital teknolojiler üzerine bir değerlendirme. *Selçuk Turizm ve Bilişim Araştırmaları Dergisi*, 6, 1-20.
- Hadjielias, E., Christofi, M., Christou, P., & Drotarova, M. H. (2022). Digitalization, agility, and customer value in tourism. *Technological Forecasting and Social Change*, Elsevier, vol. 175(C).
- Karaman, A., Şimşek, G. ve Karaman, E.E. (2019). Akıllı otel işletmeciliği ve turizm 4.0 A. Karaman ve K. Sayın (Ed.), *Dijital Turizm Sektörün Yeni Geleceği* (s.43-60). Konya: Eğitim Yayınevi.
- Kantarci, K. (2009). *Önbüro İşlemleri ve Yönetimi*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Kantarci, K., Ekinci, İ. (2024). *Konaklama İşletmelerinde Önbüro*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Kırılmaz, S. K. (2020). İnsan kaynakları yönetiminde yaşanan dijital dönüşüm: İşletmelerin dijital İKY uygulamalarının araştırılması. *Research Journal of Business and Management*, 7(3), 188-200. <https://doi.org/10.17261/Pressacademia.2020.1282>
- Kibe, H., Ogotu, H., Ojwach, S. (2019). Efficacy of the Use of Mobile Applications on Front Office Operations; a Case Study Hilton Hotel Nairobi, *Journal of Hospitality & Tourism Management*, 2(1), 1-16.
- Kimes, S. E. & Wirtz, J. (2003). Has revenue management become acceptable? Findings from an international study on the perceived fairness of rate fences. *Journal of Service Research*, 6(2), 125-135. <https://doi.org/10.1177/1094670503257038>
- Kurçer, D. ve Civelek, M. (2023). Yapay zekâ ve turizm: Akıllı sistemler. T. Dalgın ve M. Civelek (Eds.), *Turizmde Değişim ve Yeni Arayışlar* (s.191-208). Gaziantep: Özgür Yayınları.

- Lieberman, W. H. (2011). *Practical Pricing for the Hotel Industry*. In Yeoman, I. & McMahon-Bettie, U. (ed.) *Revenue Management: A Practical Pricing Perspective*. London: Palgrave Macmillan
- Marriott (2025). <https://help.marriott.com/s/article/Article-22466?> Erişim Tarihi: 06.06.2025.
- Meulen, F., Verhoeven, D., Chipumuro, J., Majee, W. (2024). *Research in Hospitality Management*, 14(2), 186-191.
- Mratinković, A., vd. (2018). *Theory, Practice and Techniques in Front Office Management*. 3G E-learning LLC. (E-book), Bibliotex.com
- Ivanov, S. H. (2014). *Hotel Revenue Management: From Theory to Practice*. Varna, Bulgaria: Zangador Ltd.
- Özbalcı, A. A. (2022). Dijital dönüşüm. M.Baş, İ. Erdoğan Tarakçı, R. Aslan (Ed.), *Dijitalleşme*. İstanbul: Efe Akademi Yayıncılık, s. 7-22.
- Radissonhotels.com (2025). [radissonhotels.com/en-us/brand/park-plaza/go-digital?](https://www.radissonhotels.com/en-us/brand/park-plaza/go-digital?) Erişim Tarihi: 08.06.2025.
- Samala, N., Katkam, B.S., Bellamkonda, R.S. and Rodriguez, R.V. (2020). Impact of AI and robotics in the tourism sector: A critical insight. *Journal of Tourism Futures*, 8(1), 73-87.
- Shukla, V. K., Verma, A., Lacap, J. P. (2025). *Artificial Intelligence for Smart Technology in the Hospitality and Tourism Industry*. Apple Academic Press Inc.
- Sykimte, C. (2023). Evaluating Self-Service Kiosks in Hotel Check-in Processes. *International Journal of Advanced Research in Science, Communication and Technology (IJARSCT)*, 3(1), 688-692 . <https://doi.org/10.48175/IJARSCT-12356>
- Štilić, A.; Nicić, M.; Puška, A. (2023). Check-In to the Future: Exploring the Impact of Contemporary Information Technologies and Artificial Intelligence on the Hotel Industry. *Turisticko poslovanje* 31(31), 5-17. <https://doi.org/10.5937/turpos0-43739>
- Şener, B. (2009). *Konaklama İşletmelerinde Önbüro Yönetimi* (3.Baskı). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Paluch, S., Wirtz, J. & Kunz W.H. (2020). *Service Robots and the Future of Services*. Bruhn M., Burmann C., Kirchgeorg M. (Der.) *Marketing Weiterdenken*. Springer Gabler, Wiesbaden.
- Uttarakhand Open University <https://uou.ac.in/sites/default/files/slm/BHM-704ET.pdf>, Erişim Tarihi: 01.07.2025.
- Vallen, G. ve Vallen, J. (2018). *Check-in Check-Out: Managing Hotel Operations*. Pearson Education Limited.
- Woods, R., Ninemeier, J., Hayes, D., Austin, M. (2014). *Professional Front Office Management*. Pearson Education Limited.
- Yücel, E. ve Çilingir Ük, Z. (2023). Teknolojik deneyimler: Akıllı turizm ve yapay zekâ C. Gündüz (Ed.). *Deneyimsel Turizmde Yenilikçi Uygulamalar* (s.179-195). Konya: Eğitim Yayınevi.
- Zengin, B. (Ed.). (2010). *Konaklama İşletmelerinde Önbüro Yönetimi ve Önbüro Otomasyon Sistemleri*. Sakarya: Değişim Yayınları.
- Zeng, Z., Chen, P. & Lew, A. A. (2020). From high-touch to high-tech: COVID-19 drives robotics adoption. *Tourism Geographies*. 22(3), 724-734. <https://doi.org/10.1080/14616688.2020.1762118>
- <https://www.elektraotel.com/wp-content/uploads/2018/03/oda-blokaj-ekrani2.jpg> (Erişim Tarihi: 02.07.2025)
- <https://www.elektraweb.com/elektraweb-online-rezervasyon-kullanım-rehberi/check-in-kiosk> (Erişim Tarihi: 03.07.2025)
- <https://www.elektraweb.com/misafir-uygulamasi/> (Erişim Tarihi: 03.07.2025)
- <https://estarkiosks.com/hospitality-self-service-kiosks/> (Erişim Tarihi: 04.07.2025)
- <https://www.nippon.com/en/guide-to-japan/gu900045/> (Erişim Tarihi: 06.07.2025)

ÖN BÜRO YÖNETİMİ
Yapay Zekâ, Teknoloji ve Dijitalleşme

<https://www.mara-solutions.com/post/how-robots-in-hotels-revolutionize-guest-experiences>
(Erişim Tarihi: 08.07.2025)

<https://www.mara-solutions.com/post/hotel-room-trends> (Erişim Tarihi: 09.07.2025)

<https://www.sentez.com/upload/Books/SenDelux/content/onburo1.htm> (Erişim Tarihi: 01.07.2025)

<https://www.sentez.com/upload/Books/SenDelux/content/rezervasyon.htm> Erişim Tarihi: 04.07.2025

<https://www.scribd.com/doc/42163918/Elektra-v3-Otel-Kullanım-Kılavuzu> Erişim Tarihi: 10.06.2025

<https://teftis.ktb.gov.tr/TR-14516/turizm-isletmelerinin-bakanlikla-birbirleriyle-ve-musterileriyle-iliskileri-hakkinda-yonetmelik.html> (Erişim Tarihi: 05.07.2025).

<https://www.mevzuat.gov.tr/mevzuat?MevzuatNo=9484&MevzuatTur=7&MevzuatTertip=5>
(Erişim Tarihi: 05.07.2025).

https://www.tutorialspoint.com/front_office_management/front_office_management_tutorial.pdf
(Erişim Tarihi: 05.07.2025).

BÖLÜM 5

ÖN BÜRO PERSONELİ ARASINDA EKSİK VE TAMAMLANACAK İŞLERİN DEVİRİ

Cemalettin GÜVEN¹

Giriş

Sanayileşmenin hızla artmasıyla beraber emek gücünün yerine büyük oranda makineleşmenin almasıyla hizmette dünyanın en büyük endüstrisi haline gelen turizm, yapısal özellikleri nedeniyle büyük bir pazar ve önemli bir sektör haline gelmiştir. Turizm sektöründe hizmet odaklı olan müşteri bunun doğal sonucu olarak turizm işletmelerinin stoklanamaz nitelikteki turizm ürününü sürekli satabilmelerinin ve başarılı olabilmelerinin ön koşullarından birisi de müşteri memnuniyetini sağlama zorunluluğudur (Bulgan, Soybalı, 2011)

Konaklama sektörü, modern ekonomilerin dinamik ve rekabetçi bir parçası olarak, her geçen gün artan sayıda yerli ve yabancı turisti ağırlamaktadır. Bu sektörde faaliyet gösteren otel işletmeleri, misafir memnuniyetini en üst düzeye çıkararak sürdürülebilir bir rekabet avantajı elde etmeyi hedeflemektedir. Bu hedefe ulaşmada, otelin çeşitli departmanları önemli roller üstlenmekte olup, ön büro departmanı bu departmanlar arasında stratejik bir konuma sahiptir. Ön büro, misafirlerin otele ilk adım attığı andan itibaren ayrılışlarına kadar olan süreçte, misafirlerle en yoğun ve doğrudan etkileşimde bulunan birimdir (Hsu & Powers, 2001). Bu etkileşim, misafirlerin otel hakkındaki ilk izlenimlerini şekillendirmekte, konaklama deneyimlerinin kalitesini doğrudan etkilemekte ve dolayısıyla otelin genel imajı ve başarısı üzerinde kalıcı bir etki bırakmaktadır (Parasuraman, Zeithaml, & Berry, 1988).

¹ Öğr. Gör., Isparta Uygulamalı Bilimler Üniversitesi, Isparta Meslek Yüksekokulu, Otel, Lokanta ve İkram Hizmetleri Bölümü, Aşçılık Pr., cemalettinguven@isparta.edu.tr, ORCID iD: 0000-0001-9187-2768

en önemli belirleyicilerinden biridir. Misafir odaklı bir felsefeyle hareket eden, teknolojik altyapıyı etkin bir şekilde kullanan ve nitelikli personeline yatırım yapan otel işletmeleri, ön büro departmanının potansiyelini tam olarak ortaya çıkarabilir ve rekabetçi konaklama sektöründe sürdürülebilir bir başarı elde edebilirler. Gelecekte, misafir beklentilerinin kişiselleşme, hız ve teknoloji entegrasyonu yönünde artmaya devam edeceği öngörülmektedir. Bu nedenle, ön büro departmanının bu değişimlere esnek bir şekilde uyum sağlaması, yenilikçi çözümler üretmesi ve misafir odaklı yaklaşımını sürekli olarak geliştirmesi, otel işletmelerinin uzun vadeli başarısı için hayati bir zorunluluktur.

Kaynakça

- Akgöz, E. (2006). *Otel İşletmelerinde Ön Büro Yönetimi*. Detay Yayıncılık.
- Akpınar, M. (2016). *Acil serviste vardiyalar arası hasta devir tesliminin değerlendirilmesi* (Yüksek lisans tezi, Trakya Üniversitesi Tıp Fakültesi).
- Akıncı, Z. (2019). Akademik Araştırmalar ve Çalışmalar Dergisi Yıl: 2019, 11(20): 180-195
- Allen, D. G., Shore, L. M., & Griffeth, R. W. (2003). The role of perceived organizational support and supportive human resource practices in the turnover process. *Journal of Management*, 29(1), 99-118
- Brotherton, B. (2019). *Hospitality management: An introduction*. Sage Publications.
- Brotherton, B. (2019). *Hospitality: A social lens*. Routledge
- Baker, S., Bradley, P., & Huyton, J. (2000). *Principles of Hotel Front Office Operations*. Cengage Learning
- Buhalis, D., & Law, R. (2008). Progress in information technology and tourism management: 20 years on and 10 years ahead the state of eTourism research. *Tourism Management*, 29(4), 609-623.
- Demir, M. (2011). Otel İşletmelerinde Ön Büro Hizmetlerinin Yönetimi. *Turizm Akademik Dergisi*, 1(2), 35-47.
- Demir, G. (2011). *Otel işletmelerinde ön büro yönetimi*. Detay Yayıncılık.
- Deci, E. L., & Ryan, R. M. (2000). The “what” and “why” of goal pursuits: Human needs and the self-determination of behavior. *Psychological Inquiry*, 11(4), 227-268.
- Dülgaroğlu, O. (2024) Journal of Travel and Tourism Research 25 (2024) 94-111
- Gazzoli, G., Kim, W. G., & Palakurthi, R. (2008). Online distribution strategies and their impact on hotel revenue management. *International Journal of Hospitality Management*, 27(3), 345-351.
- Gössling, S. (2018). *Tourism, sustainability and the environment*. Routledge.
- Goodwin, C., & Ross, I. (1989). Consumer responses to service failures: Influence of procedural and interactional fairness perceptions. *Journal of Business Research*, 19(3), 149-163.
- G. Bulgan, H. H. Soybalı / Journal of Yaşar University 2011 21(6) 3572-3597
- Hayes, D. K., & Ninemeier, J. D. (2020). *Hotel operations management*. Pearson.
- Hayes, D. K., & Ninemeier, J. D. (2009). *Hotel operations management* (2nd ed.). Pearson Education.
- Hsu, C. H. C., & Powers, T. (2001). *Marketing hospitality*. John Wiley & Sons.
- Herzberg, F., Mausner, B., & Snyderman, B. B. (1959). *The motivation to work*. John Wiley & Sons

- Ivanov, S., & Webster, C. (2019). *Robots, artificial intelligence and service automation in travel, tourism and hospitality*. Emerald Publishing Limited.
- Jones, P., & McCleary, K. W. (2000). *Strategic management in the hospitality industry*. CABI Publishing.
- Kasavana, M. L., & Brooks, R. M. (2019). *Managing front office operations*. AHLEI..
- Kasavana, M. L., & Brooks, R. M. (2001). *Managing front office operations*. American Hotel & Lodging Educational Foundation.
- Kasavana, M. L., & Brooks, R. M. (2005). *Managing front office operations* (7th ed.). American Hotel & Lodging Educational Institute.
- Kasavana, M. L., & Brooks, R. M. (2012). *Managing Front Office Operations*. Pearson.
- Kasavana, M. L., & Brooks, R. M. (2015). *Managing front office operations* (9th ed.). Educational Institute of the American Hotel & Lodging Association.
- Kızıllırmak, İ., & Kartaltepe, A. (2018). Otel İşletmelerinde Ön Büro Uygulamaları. *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 6(69), 453–470.
- Kızıllırmak, İ., & Kartaltepe, A. (2018). Otel İşletmelerinde Ön Büro Uygulamaları. *Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(1), 97–114.
- Kimes, S. E., & Wirtz, J. (2003). Perceived fairness of yield management pricing. *Journal of Service Research*, 6(1), 19-31.
- Kotler, P., & Bowen, J. T. (2016). *Marketing for hospitality and tourism*. Pearson Education.
- Kızıllırmak, İ., & Kartaltepe, A. (2018). Otel İşletmelerinde Ön Büro Uygulamaları ve Eğitim Süreçleri. *Turizm Araştırmaları Dergisi*, 5(1), 112–130.
- Neuhofer, F., Buhalis, D., & Ladkin, A. (2015). Smart technologies for a new tourism experience: Conceptual analysis, design thinking and implications. *Current Issues in Tourism*, 18(11), 1169-1187.
- Öztop, S., & Değirmencioglu, M. (2019). Vardiyalı çalışma sisteminin çalışanların işten ayrılma niyetine etkisi üzerinde iş yaşamı dengesinin aracılık rolü. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 11(29), 623–642.
- Öztürk, Y., & Pekduyurucu, B., (2009). ABMYO Dergisi. 15, (2009)(33-44)
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12-40.
- Reynolds, P. J. (2003). *Hospitality sales and marketing*. John Wiley & Sons.
- Russell, S. J., & Norvig, P. (2020). *Artificial intelligence: A modern approach* (4th ed.). Pearson Education.
- Stanton, N. A., & Salmon, P. M. (2009). Human factors in the design and evaluation of shift hand-over systems in healthcare. *Applied Ergonomics*, 40(6), 1030-1037.
- Schein, E. H. (2010). *Organizational culture and leadership* (4th ed.). John Wiley & Sons.
- Sparks, B. A., & Pan, G. W. (2009). Information technology and service productivity in the hospitality industry. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 33(4), 435-457.
- Sigala, M. (2005). Developing customer relationship management in the hospitality sector: A review. *International Journal of Hospitality Management*, 24(3), 385-414.
- UTED. (2024). Vardiya değişiminde kritik eşik: İş devir teslimi. *Uçak Teknisyenleri Derneği*.
- Tracey, J. B., Tews, M. J., & Rocco, T. S. (2011). Training effectiveness: Accounting for individual characteristics and the training environment. *International Journal of Training and Development*, 15(3), 206-218.
- Tarhan, A. (2010). *Otel işletmeciliği*. Detay Yayıncılık.
- Tütüncü, Ö., & Eren, S. (2015). Otel işletmelerinde ön büro departmanında kalite yönetimi uygulamaları. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 8(37), 902–908.
- Yılmaz, G. (2020). Ön Büro Departmanında Finansal Süreçlerin Yönetimi. *Turizm Ekonomisi ve İşletme Uygulamaları*, 4(1), 77–92.

- Yıldız, M. (2017). Turizm İşletmelerinde Vardiya Teslimi ve Bilgi Aktarımı: Uygulamalı Bir İnceleme. *Gastronomi ve Turizm Dergisi*, 5(2), 115–132.
- Yıldız, M. (2017). Turizm Sektöründe Mali Kontrol Süreçleri ve Ön Büro Kasalarının Yönetimi. *Gastronomi ve Turizm Dergisi*, 3(1), 55–68.
- Yıldız, M. (2017). Konaklama İşletmelerinde Vardiya Teslim Süreçleri ve Folyo Yönetimi. *Turizm Ekonomisi Dergisi*, 2(2), 33–49.
- Yılmaz, G. (2020). Ön Büro Departmanında Finansal İşlem Yönetimi. *Konaklama İşletmeleri Akademik Dergisi*, 1(1), 58–72.
- Walker, J. R. (2021). *Introduction to hospitality management*. Pearson.
- Walker, J. R. (2020). *Introduction to Hospitality Management* (5th ed.). Pearson.
- Walker, J. R. (2020). *Introduction to Hospitality Management* (6th ed.). Pearson.

BÖLÜM 6

FİYATLANDIRMA VE KONAKLAMA ÜCRETLERİNİN HESAPLANMASI

Doğan KUTUKIZ¹

Giriş

Konaklama işletmelerinin amacı uzun dönemde karını maksimize etmek olmalıdır. Belirlenmiş olan oda fiyatı müşteri tarafından uygun görülmeli, oda fiyatına bağlı olarak müşteri memnuniyeti de yüksek olmalıdır. Dolayısıyla işletmenin hedeflediği karlılık, müşteri memnuniyeti ve doluluk oranı üçgeninde bir fiyat belirlenmelidir. Doluluk oranı yüksek ama karlılık düşük, karlılık yüksek ama müşteri memnuniyeti düşük, müşteri memnuniyeti yüksek ama karlılık düşük olduğunda orta ve uzun dönemde başarısızlık kaçınılmaz olacaktır. Tabi turizm sektöründe uzun dönemde yüksek karlılık beklemek oldukça kolay değildir. Yönetim olarak ne kadar profesyonel olursanız olun işletme dışındaki olumsuzluklar işletmeyi de olumsuz etkilemektedir. Dünya ya da bölge düzeyinde beklenen bir çatışma, ülkenin müşteri pazarı olan ülkeyle bir siyasi kriz bütün hedeflerin yok olmasına neden olabilmektedir. O yüzden konaklama işletmeleri mutlaka uzun vadeli projeksiyonlar belirlemeli ancak kısa ve orta vadeli projeksiyonlar üzerinde yoğunlaşmalıdır.

Dolayısıyla hedeflere ulaşmak için farklı fiyatlandırma yöntemleri ve stratejileri kullanılmalıdır. Sektörde rekabet yoğun olduğundan rakiplerden farklı özelliklere sahip olmayı gerektirmektedir. Mesela, ayakta kalmak, büyümek ve kritik öneme sahip olmak için online pazarlama, satış ve gelir yönetimi stratejileri doğru şekilde yapılandırılmalıdır.

¹ Prof. Dr., Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü, Turizm İşletmeciliği AD, kdogan@mu.edu.tr, ORCID iD: 0000-0002-8363-2681

maliyetleri düşürmek diğeri de satışları arttırmaktır. İşletmeler bazen her iki üzerinde de etkili olamamaktadır. Mesela kurdaki düşme gelirleri düşürmekte buna karşın enflasyon ve diğeri bir çok nedenden dolayı maliyetler artmaktadır. Bazen talep düşmesi, rakiplerin artmasından dolayı da oda fiyatları düşük kalabilmektedir.

Bütün bu durumlara rağmen işletmeler getiri yönetimi sistemini uygulayarak karlılığı en yükseğe çıkarabilir. Buna bağlı olarak oda fiyatlarını en yükseğe çıkararak karlılığa ulaşmaları mümkündür. İşletmeler gerek yatırım maliyeti gerekse işletme maliyetleri üzerinden bir fiyatlandırma yapabilir. Dolayısıyla maliyet fiyatlandırma en belirleyici unsur olmaktadır. İşletmeler maliyetlere göre fiyatlandırma yapmakla birlikte talep ve rakip işletme fiyatlarını da göz önünde bulundurmalıdır. Bölümde gerek literatür gerekse uygulamada kullanılan fiyatlandırma yöntemleri örneklerle verilmiştir. Her yöntemin eksik ve üstün tarafı olmakla birlikte fiyatlandırmada doluluk oranı ve talep dikkate alınarak getiri yönetim sistemini uygulamak suretiyle en uygun fiyatlandırma yapılabilir ve istenilen karlılığa ulaşılabilir. Konaklama sektöründe rezervasyonlar ve talepler yıl boyunca gözden geçirilerek en yüksek doluluk hedefi yerine karlılığa odaklanmalıdır. Büyük ya da küçük oteller karlarını artırmak için gelir yönetimi sistemine yatırım yapmalıdır.

Kaynakça

- Akmeşe, Halil& Kaya, Serpil.(2017). Otellerde Yönetim Muhasebesi Uygulamaları: Maliyet-Hacim- Kâr Analizleri Üzerine Bir Uygulama. Social Sciences Studies Journal, 3/11.
- Baker, T., Collier, D. (1999). A Comparative Revenue Analysis of Hotel Yield Management Heuristics [Electronic version]. Decision Sciences, 30, 239-263.
- Bilal, Esra, (1994). Otellerde Yiyecek-İçecek Maliyet Kontrolü Ve Uygulanmasına Yönelik Bir Araştırma, Basılmamış yüksek Lisans Tezi, İstanbul.
- Büyükmirza, K. (2011). Maliyet ve Yönetim Muhasebesi.16. Basım, Ankara: Gazi Kitabevi.
- Chang, P., & Chang, C., (2006). An Elaborative Unit Cost Structure-Based Fuzzy Economic Production Quantity Model. Mathematical And Computer Modelling, 43(11- 12), 1337-1356. doi:10.1016/j.mcm.2005.02.012
- Choi, S., Mattila A. S. (2005). Impact of Information on Customer Fairness Perception of Hotel Revenue Management .Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly, 45, 444-451.
- Emeksiz, M. (2001). Beş yıldızlı otel işletmeleri için getiri Yönetimi uygulama Modeli, Anadolu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Basılmamış Doktora Tezi, Eskişehir.
- Gürsoy, C. T. (2009). Yönetim ve Maliyet Muhasebesi. 3. Baskı, İstanbul: Beta Yayıncılık.
- Jones, P, ve Hamilton, D, (1992).Yield Management: Putting People in The Big Picture, The Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly, 33(1), 89-95.
- Jauncey, S., Mitchell I., Slamet, P. (1995). The meaning and management of yield in hotels.

- International Journal of Contemporary Hospitality Management, 7 (4), 23-26.
- Kimes, S. E. (1989). The Basics of Yield Management .Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly, 30, 14-19.
- Küçüksavaş, Nihat, Yönetim Açısından Maliyet Muhasebesi, 2. Baskı, Kare yayınları, İstanbul, 2006.
- Parvutiu, I., & Popescu, A. (2012). Research Regarding The Analysis Of Variable Cost-A Way To Increase Farm Profitability. Agricultural Management / Lucrari Stiintifice Seria I, Management Agricol, 14(2), 229-236.
- Relihan, W., J. (1989). The Yield management Approach to Hotel-Room Pricing. Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly, 30, 40-45.
- Trifan, A., & Anton, C. (2011). Using Cost – Volume – Profit Analysis by Management. Bulletin of the Transilvania University of Braşov, 4 (53), No. 2, 207-212.
- Weatherford, L., Bodily, S. (1992). A taxonomy and research overview of perishable-asset revenue management: Yield management, overbooking, and pricing. Operations Research, 40, (5), 831-844.
- Wirtz, J., Kimes, S.E., Ho, J.P.T., Patterson, P.G. (2003). Revenue management: resolving potential customer conflicts. Journal of Revenue and Pricing Management, 2 (3), 216-226.

BÖLÜM 7

ÖN BÜRODA YAPAY ZEKÂ VE CHATBOT UYGULAMALARI

Seher KONAK¹

| Giriş

Otel işletmelerinde tüm departmanlar, misafir memnuniyetinin sağlanması ve işletmenin temel işlevlerinin sürdürülebilmesi açısından önemli sorumluluklar üstlenmektedir. Bu bağlamda, ön büro departmanı, otelin en fazla gelir sağlayan birimi olması nedeniyle diğer departmanlar arasında kritik bir öneme sahiptir. Nitekim, misafirler otele giriş yapmadan önce, rezervasyon sürecinde ilk olarak ön büro birimi personeliyle iletişime geçmektedir (Eraslan, 2013).

Günümüzde teknoloji, hayatın her alanında olduğu gibi konaklama sektörünü de derinden etkilemektedir. Yeni teknolojilerin otelcilik alanında kullanılmasıyla birlikte, müşteri talep ve beklentilerindeki değişimler daha kolay takip edilebilmekte ve hizmet kalitesi artırılabilir (Konak ve Özhasar, 2023). Yirminci yüzyılın sonları ile yirmi birinci yüzyılın başlarında yaşanan teknolojik gelişmeler (örneğin, internet, web siteleri, sosyal medya, mobil uygulamalar, sanal/genişletilmiş/karma gerçeklik, sohbet robotları, robotik sistemler ve self-servis kioskları) turizm, seyahat ve konaklama işletmeleri ile müşteriler arasındaki etkileşime yeni bir teknolojik katman eklemiştir (Ivanov ve Webster, 2019). Bu teknolojilerden otellerin hemen her alanında yararlanılabilmekte ve özellikle ön büro departmanında yapay zekâ kullanımının önemli avantajlar sağladığı görülmektedir. Yapay zekâ tabanlı robotlar ve chatbot uygulamaları, müşteri sorunlarının daha hızlı çözülmesine ve bekleme sürelerinin azaltılmasına katkı sağlamaktadır (Pillai ve Sivathanu, 2020).

¹ Doç. Dr., Eskişehir Osmangazi Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü, Turizm İşletmeciliği AD, skonak@ogu.edu.tr, ORCID iD: 0000-0002-6847-9754

Kaynakça

- Acemoglu, D. & Restrepo P. (2017). Robots and jobs: Evidence from US labor markets. *Journal of Political Economy*, 128(6), 2188-2244.
- Akgün, A. (2023). Otel faaliyetleri için yapay zekâ destekli uygulamalar. *Selçuk Turizm ve Bilişim Araştırmaları Dergisi*, 3, 1–21.
- Arslan, F., & Kahraman, H. T. (2019). Yapay zekâ tabanlı büyük veri yönetim aracı. *Journal of Investigations on Engineering and Technology*, 2(1), 8–21.
- Atalay, M., & Çelik, E. (2017). Büyük veri analizinde yapay zekâ ve makine öğrenmesi uygulamaları. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 9(22), 155–172.
- Aydın, E. (2023). Yeni teknolojiler ve turizmin geleceği. *Turizmde Güncel Gelişmeler*, 4.
- Bal, G., & İçten, T. (2017). Artırılmış gerçeklik teknolojisi üzerine yapılan akademik çalışmaların içerik analizi. *Bilişim Teknolojileri Dergisi*, 10(4), 401–415.
- Bilge, A. C. (2023). Bir yapay zekâ destekli dil modeli olan ChatGPT'nin turizm sektöründe potansiyel ve hayata geçen uygulamaları. *Journal of Recreation and Tourism Research*, 10(3), 139-155.
- Bowen, J., & Morosan, C. (2018). Beware hospitality industry: The robots are coming. *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*, 10(6), 726–733.
- Buhalis, D., & Moldavska, I. (2021). In-room voice-based AI digital assistants transforming on-site hotel services and guests' experiences. In *Information and Communication Technologies in Tourism 2021: Proceedings of the ENTER 2021 eTourism Conference, January 19–22, 2021* (pp. 30-44). Springer International Publishing.
- Carvalho, I., & Ivanov, S. (2024). ChatGPT for tourism: Applications, benefits and risks. *Tourism Review*, 79(2), 290-303.
- Cooper, G. (2023). Examining science education in ChatGPT: An exploratory study of generative artificial intelligence. *Journal of Science Education and Technology*, 32(3), 444-452.
- Deloitte. (2017). *Conversational chatbots-let's chat*. (Deloitte Analysis). <https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/in/Documents/strategy/in-strategy-innovation-conversational-chatbots-lets-chat-final-report-noexp.pdf>
- Demir, Ç. (2021). Konaklama işletmelerinin iş süreçlerinde yapay zekâ teknolojileri ve akıllı otel uygulamaları: Avantajlar ve dezavantajlar. *Journal of Tourism & Gastronomy Studies*, 9(1), 203–219.
- Emiroğlu, B. D. (2022). Konaklama işletmelerinde yenilik yönetimi ve yenilik uygulamalarının geleceği. *Sosyal Beşerî ve İdari Bilimler Alanında Uluslararası Araştırmalar XV*, 51.
- Eraslan, Ö. (2013). *Konaklama işletmelerinde ön büro işlemleri ve yönetimi*. Nobel Yayınevi.
- Erul, E., & Işın, A. (2023). ChatGPT ile sohbetler: Turizmde ChatGPT'nin önemi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 11(1), 780–793.
- Eyidilli, S. (2016, Mart 16). Hilton ve IBM iş birliğiyle geliştirilen concierge robotu: Connie. Webrazzi. <https://webrazzi.com/2016/03/16/hilton-ve-ibm-isbirligiyle-gelistirilen-concierge-robotu-connie/>
- Fuste-Forne, F., & Jamal, T. (2021). Co-creating new directions for service robots in hospitality and tourism. *Tourism and Hospitality*, 2(1), 43–61.
- Ghobakhloo, M. (2018). The future of manufacturing industry: A strategic roadmap toward Industry 4.0. *Journal of Manufacturing Technology Management*, 29(6), 910–936.
- Hjalager, A. M. (2010). A review of innovation research in tourism. *Tourism Management*, 31(1), 1–12.
- Huang, A., Chao, Y., de la Mora Velasco, E., Bilgihan, A., & Wei, W. (2022). When artificial intelligence meets the hospitality and tourism industry: An assessment framework to inform theory and management. *Journal of Hospitality and Tourism Insights*, 5(5), 1080–1100.

- Huang, Y.-C., Backman, K. F., Backman, S. J., & Chang, L. L. (2016). Exploring the implications of virtual reality technology in tourism marketing: An integrated research framework. *International Journal of Tourism Research*, 18(2), 116–128.
- Hunold, M., Kesler, R., Laitenberger, U., & Schlütter, F. (2018). Evaluation of best price clauses in online hotel bookings. *International Journal of Industrial Organization*, 1–30.
- Hijikuro, T. (7 Temmuz 2023). *Japanese startup launches ChatGPT for multilingual customer service: An AI-powered solution to address hotel staff shortages*. J-STORIES: <https://jstories.media/article/japanese-startup-launches-chatgpt-for-multilingual-customer-service-an-ai-powered-solution-to-address-hotel-staff-shortages>.
- Ivanov, S., Seyitoğlu, F., & Markova, M. (2020). Hotel managers' perceptions towards the use of robots: a mixed-methods approach. *Information Technology & Tourism*, 22 (4), 505-535.
- Ivanov, S., & Webster, C. (2020). Robots in tourism: A research agenda for tourism economics. *Tourism Economics*, 26(7), 1065–1085.
- İçöz, O. (2021). *Turizm ve teknoloji: Süreçte turizmde teknolojik dönüşüm*. Detay Yayıncılık.
- İlhan, İ., & Çeltek, E. (2016). Mobil pazarlama: Turizmde artırılmış gerçeklik kullanımı. *Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 15(2), 581-599.
- Khan, Z. H., Khalid, A., & Iqbal, J. (2018). Towards realizing robotic potential in future intelligent food manufacturing systems. *Innovative Food Science & Emerging Technologies*.
- Konak, S. (2023). Yiyecek içecek sektöründe robotik uygulamalar. A. Ünal, O. Çelen, E. Karaçar & E. Çilesiz (Ed.), *Turizm ve destinasyon araştırmaları IV* (ss. 83-94). Paradigma Akademik.
- Konak, S., & Özhasar, Y. (2023). Akıllı otellerde yapay zekâ. In B. Demirci & A. Solunoğlu (Eds.), *Turizm ve Otel İşletmelerinde Büyük Veri Analizi ve Yapay Zekâ* (ss. 127–138). Çizgi Yayınevi.
- Lad, K., & Zade, A. (2020). Role of artificial intelligence in hotel industry. In *Proceedings of the International Conference on Artificial Intelligence and Hospitality* (pp. 45–56).
- Lasek, M. & Jessa, S. (2013). Chatbots for customer services on hotel websites, *Information Systems in Management*, 2(2), 146–158.
- Lee, I. (2017). Big data: Dimensions, evolution, impacts, and challenges. *Business Horizons*, 60(3), 293–303.
- Li, J.J., Bonn, M. A., & Ye, B. H. (2019). Hotel employee's artificial intelligence and robotics awareness and its impact on turnover intention: The moderating roles of perceived organizational support and competitive psychological climate. *Tourism Management*, 73, 172–181.
- Lukanova, G., & Ilieva, G. (2019). Robots, artificial intelligence, and service automation in hotels. In S. Ivanov & C. Webster (Eds.), *Robots, artificial intelligence, and service automation in travel, tourism and hospitality* (pp. 157–183). Emerald Publishing Limited.
- Moro, S., Rita, P., & Oliveira, C. (2018). Factors influencing hotels' online prices. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 27(4), 443–464.
- Pillai, R., & Sivathanu, B. (2020). Adoption of AI-based chatbots for hospitality and tourism. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 32(10), 3199–3226.
- Rahmani, K., Gnoth, J., & Mather, D. (2019). A psycholinguistic view of tourists' emotional experiences. *Journal of Travel Research*, 58(2), 192-206.
- Seyitoğlu, F., & Ivanov, S. (2021). Service robots as a tool for physical distancing in tourism. *Current Issues in Tourism*, 24(12), 1631–1634.
- Sökmen, A., Arıcı, H. E., & Çalışkan, G. (2024). Determinants of the usage of ChatGPT in the tourism and hospitality industry: A model proposal from the technology acceptance perspective. *Journal of Tourism and gastronomy Studies*, 12(1), 626-644.
- Tung, V.W.S., & Law, R. (2017). The potential for tourism and hospitality experience research in human-robot interactions. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 10(29), 2498-2513.

- Tussyadiah, I. (2020). A review of research into automation in tourism: Launching the Annals of Tourism Research curated collection on artificial intelligence and robotics in tourism. *Annals of Tourism Research*, 81, 102883.
- Vanian, J. (2022). *Why tech insiders are so excited about ChatGPT, a chatbot that answers questions and writes essays*. <https://www.cnn.com/2022/12/13/chatgpt-is-a-new-ai-chatbot-that-can-answer-questions-and-write-essays.html>
- Verma, A., Shukla, V. K., & Sharma, R. (2021). Convergence of IoT in tourism industry: A pragmatic analysis. *Journal of Physics: Conference Series*, 1714(1).
- Wong, I. A., Lian, Q. L., & Sun, D. (2023). Autonomous travel decision-making: An early glimpse into ChatGPT and generative AI. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 56, 253-263.
- Yalçinkaya, P., Atay, L., & Karakaş, E. (2018). Akıllı turizm uygulamaları. *Gastroia: Journal of Gastronomy and Travel Research*, 2(2), 85–103.
- Yung, R., & Khoo-Lattimore, C. (2017). New realities: A systematic literature review on virtual reality and augmented reality in tourism research. *Current Issues in Tourism*, 22(17), 2056–2081.
- Ukpabi, D., Karjalainen, H., Olaleye, S. A., & Mogaji, E. (2018). Dual Perspectives on the Role of Artificially Intelligent Robotic Virtual Agents in the Tourism, Travel and Hospitality Industries. In D. Vrontis, Y. Weber, & E. Tsoukatos (Eds.), *Proceedings of the 11th Annual Conference of the EuroMed Academy of Business (EMAB)* (pp. 1339-1351). EuroMed Press. <http://www.emrbi.org/bop2018.pdf>
- Zalama, E., García-Bermejo, J. G., Marcos, S., Domínguez, S., Feliz, R., Pinillos, R., & López, J. (2014). Sacarino, a service robot in a hotel environment. In *ROBOT2013: First Iberian Robotics Conference: Advances in Robotics* (Vol. 2, pp. 3–14). Springer.

BÖLÜM 8

KONAKLAMA İŞLETMELERİNDE GÜVENLİK VE ACİL DURUM YÖNETİMİ

Gamze ÖZOĞUL¹
Günseli GÜÇLÜTÜRK BARAN²

Giriş

Otel işletmeleri, tarihsel süreçte yalnızca barınma ihtiyacına yanıt veren bir yapı olmanın ötesine geçerek, eğlence, konfor, teknoloji, kişiselleştirilmiş hizmetler ve güvenlik gibi pek çok farklı unsuru bir arada sunan hizmet sağlayıcılarına dönüşmüştür. Bu dönüşüm, misafir deneyimini zenginleştirmenin yanı sıra güvenlik ve emniyet kavramlarını da sektörün temel bileşenlerinden biri haline getirmiştir. Otel işletmeciliği özünde misafirperver hizmet sunmaya dayalı bir faaliyet alanıdır. Ancak bu faaliyet, büyük ölçüde bireylerin kendilerini güvende hissetmeleri koşuluna bağlıdır. Çünkü bireyin güvenlik algısı zedelendiğinde, sunulan hizmetin kalitesi ve memnuniyet düzeyi de doğrudan sorgulanabilir hale gelmektedir (Koskela, 2016). Bu noktada güvenlik yönetimi kavramı otel işletmeleri için giderek daha karmaşık ve oldukça zorlu boyut kazanmıştır. Özellikle otel işletmelerinde bulunan kişilerin (misafirler, ziyaretçiler, çalışan gibi) farklı gruplara ayrılması ve bu gruplar arasında ayırım yapmanın güçlüğü güvenlik sürecini zorlaştırmaktadır (Enz, 2009). Bu zorluklar otel işletmelerinde stratejik çözümler gerektiren bir durum yaratmaktadır. Son yıllarda dünya genelinde yaşanan terör saldırıları, bölgesel istikrarsızlıklar, doğal afetler, salgın hastalıklar gibi küresel ve yerel krizler turizmin hem küresel hem de bölgesel

¹ Doç. Dr., Dokuz Eylül Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü, Turizm İşletmeciliği AD, gamze.ozogul@deu.edu.tr, ORCID iD: 0000-0003-1169-5533

² Doç. Dr., Isparta Uygulamalı Bilimler Üniversitesi, Isparta Meslek Yüksekokulu, Otel, Lokanta ve İkram Hizmetleri Bölümü, Turizm ve Otel İşletmeciliği Pr., gunselibaran@isparta.edu.tr, ORCID iD: 0000-0003-2866-459X

sistemleri ve uyumluluğu (POS-PCI), biyometrik (retina, parmak izi, yüz tanıma sistemleri) doğrulama ve temassız erişim sistemleri, e-mail yazışmaları, yapay zeka ve robotik yazılımlar hem iş süreçlerini kolaylaştırmakta hem de ne yazık ki bilgilerin ele geçirilmesine veya kötü niyetli kullanımına yönelik olumsuz riskleri barındırabilmektedir. Bilgilerin ele geçirilmesine karşı birkaç şifreleme adımı ve token kullanımı alınabilecek önlemler arasında sıralanabilir. Örneğin, karekod tabanlı işlemler sırasında sahte karekodların oluşturulması veya kullanılması yoluyla karşı tarafın yanıltılması gibi güvenlik açıklarıyla karşılaşılabilir. Ayrıca, otel isminin kötüye kullanılması suretiyle sahte web siteleri aracılığıyla haksız kazanç sağlanması, siber saldırılar sonucunda misafir ve çalışan bilgilerine yetkisiz erişim sağlanması veya otel sistemlerinin çökertilmesi gibi çeşitli siber güvenlik olayları da meydana gelebilmektedir. Otel işletmelerinde karşılaşılacak diğer kritik durumlar arasında, misafirin odasında yaşamını yitirmiş şekilde bulunması gibi trajik olaylar da yer almaktadır. Bu bağlamda, termal kameraların potansiyel olarak erken uyarı sistemi olarak kullanılması mümkün olmakla birlikte, bu tür teknolojilerin uygulanması güvenlik ve misafir veri gizliliği açısından önemli riskler barındırmaktadır. Tüm bu hususlar dikkate alındığında, otel işletmelerinin bilişim teknolojileri kapsamında işlenen verilerin korunması ve kontrolü amacıyla ayrı bir uzman personel veya ilgili birim oluşturması gerekliliği açıkça ortaya çıkmaktadır.

Kaynakça

- Aksoy, M. (2021). Konaklama Sektöründe Güvenlik Kültürünün İş Performansı üzerindeki Etkisi ve Güvenlik Performansının Aracılık Rolü. *Uygulamalı Ekonomi ve Sosyal Bilimler Dergisi*, 3(2) Eylül, 35-60.
- AlBattat, A. R. ve Som, A. P. M. (2015). Emergency preparedness of the hotel industry: The case of Jordan. *Advances in Environmental Biology*, 9(3), 19-22.
- AlBattat, A. R. ve Som, A. P. M. (2019). *Disaster planning and preparedness in the hotel industry*. London: Emerald.
- Al-Qassem, A., Agha, K., Mendoza, S. ve El-Farra, E. (2022). Emergency management and its implications for hospitality industry during the coronavirus disease 2019 (COVID-19) outbreak. *Journal of Positive School Psychology*, 6(2), 1824-1839.
- Anichiti, A., Dragolea, L. L., Tacu Hârşan, G. D., Haller, A. P. ve Butnaru, G. I. (2021). Aspects regarding safety and security in hotels: Romanian experience. *Information*, 12(44), 1-22.
- Barton, L. (1995). Crisis management: Preparing for and managing disasters. *Journal of Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 35, 59- 65.
- Bazazo, I., Orainat-Al, L., Abuizhery, F. & Dhoun-Al, R. A. (2019). Cyber Security Applications in the Modern Tourism Industry. *Journal of Tourism, Hospitality and Sports*, 43, 2312-5179.
- Becken, S. ve Hughey, K. F. (2013). Linking tourism into emergency management structures to enhance disaster risk reduction. *Tourism Management*, 36, 77-85.

- Benitez-Florido, L. (2024). The Cybersecurity Applied by Online Travel Agencies and Hotels to Protect Users' Private Data in Smart Cities. *Smart Cities*, 7(1), 475-495.
- Berezina, K. & Cobanoglu, C. (2013). A Financial Analysis of the Payment Card Industry Compliance Journey of A Hotel: A Case Study. *The Journal of Hospitality Financial Management*, (18)2,31-45.
- Bilić, I., Pivčević, S. & Čevra, A. (2017). Crisis Management in Hotel Business-Insights from Croatia. *Communication Management Review, Preliminary Communication*, 2(2), 100-118.
- Birleşik Milletler Dünya Turizm Örgütü (United Nations World Tourism Organization [UNWTO]). (2020). Global Code of Ethics for Tourism. <https://www.unwto.org/global-code-of-et-hics-for-tourism> 24. 06.2025 tarihinde erişilmiştir.
- Bradić-Martinović, A. (2021). Personal Data Protection in Serbian Hotels. In: Book of proceedings from The 12th International Conference on Business Information Security, BISEC-2021. Beograd Univerzitet Metropolitan, pp. 7-13. ISBN 978-86-89755-22-0.
- Bundy, J., Pfarrer, M. & Coombs, W. T. (2016). Crises and Crisis Management: Integration, Interpretation, and Research Development. *Journal of Management*, 43(6),
- Carr, S. M. (2024). Safety, security and emergency management strategy training in hospitality industry: report of preparedness for active threats, traumatic and epidemic events [Doktora Tezi, Capitol Technology University].
- Chan, S.W.E. & Lam, D. (2013). Hotel safety and security systems: Bridging the gap between managers and guests. *International Journal of Hospitality Management*, 32,202-216.
- Chauhan, A., Shukla, A. ve Negi, P. (2018). Safety and security measures adopted by the hotels and their impact on customer relationship management. *International Journal of Research-Granthaalayah*, 6(1), 118-125.
- Cobanoglu, C. ve DeMicco, F. J. (2007). To be secure or not to be: Isn't this the question? A critical look at hotel's network security. *International Journal of Hospitality & Tourism Administration*, 8(1), 43-59.
- Cró, S., De Lurdes Calisto, M., Martins, A.M. ve Simões, J.M. (2020). Safety and security perception as strategic issues for hospitality companies. M. de Lurdes Calisto, N. S. Gustavo (Eds.), *strategic business models to support demand, supply, and destination management in the tourism and hospitality industry* (s. 134-149). Hershey, PA: IGI Global.
- Cronstedt, M. (2002). Prevention, preparedness, response, recovery-an outdated concept? *Australian Journal of Emergency Management*, 17(2), 10-13.
- Çiftçi, G. (2017). Kriz Yönetimi Uygulamaları: Uluslararası Bir Otelin Kriz Yönetim Planının Analizi. *Balkan Sosyal Bilimler Dergisi (Balkan Journal of Social Sciences, BJSS)*, 6(11), 33-45.
- Çolak, O. ve Batman, O. (2019). Turizmde Kriz Yönetimi: İstanbul Örneği. *Safran Kültür ve Turizm Araştırmaları Dergisi*, 2(3): 351-371.
- Elshaer, A., Arous, S., Elamir, G. ve Abdelaal, E. (2019). Is the emergency management applied within the hospitality industry at present sufficient? *Journal of the Faculty of Tourism and Hotels-University of Sadat City*, 3(1), 96-109.
- Enz, C. A. (2009). The physical safety and security features of US hotels. *Cornell Hospitality Quarterly*, 50(4), 553-560.
- Enz, C. A. ve Taylor, M. S. (2002). The safety and security of US hotels a post-September-11 report. *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 43(5), 119-136.
- Feickert, J., Verma, R., Plaschka, G. ve Dev, C. S. (2006). Safeguarding your customers: The guest's view of hotel security. *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 47(3), 224-244.
- Fragniere, E. & Yagci, K. (2021). Network & cyber security in hospitality and tourism. In C. Cobanoglu, S. Dogan, K. Berezina, & G. Collins (Eds.), *Hospitality & Tourism Information Technology* (pp. 1-21). USF M3 Publishing.

- Gangurde, D. ve Shaikh, N. (2023). A Study on various emergency situations in the hotel and solutions to handle IT. *International Journal of Advanced Research in Science, Communication and Technology*, 3(5), 330-333.
- Gerede, E. (2006). Havacılık emniyeti ve havacılık güvenliği kavramları arasındaki ilişki ve farkların belirlenmesine yönelik bir araştırma. *İşletme İktisadi Enstitüsü Dergisi Yönetim*, 17(54), 26-37.
- Ghazi, K. M. (2016). Safety and security measures in Egyptian hotels. *Journal of Association of Arab Universities for Tourism and Hospitality*, 13(1), 165-190.
- Gill, M., Moon, C., Seaman, P. ve Turbin, V. (2002). Security management and crime in hotels. *International journal of contemporary hospitality management*, 14(2), 58-64.
- Google (2025a). "Otel yangını". Erişim adresi: https://www.google.com/search?q=otel+yang%C4%B1n&sca_esv=e3279a5cc9de4c92&biw=760&bih=714&tbm=nws&ei=QaVNaN-6mMuWQxc8Pzau0Ak&ved=0ahUKEwiey_62rPGNAxVISPEDHc2TC5o4vgEQ4dUD-CA4&oq=otel+yang%C4%B1n, Erişim tarihi: 14 Haziran 2025.
- Google. (2025b). "Hotel fire". Erişim adresi: https://www.google.com/search?q=hotel+fire&sca_esv=e3279a5cc9de4c92&tbm=nws&ei=G6pNaOLuJseSxc8P0tDu0Q0&s-start=90&sa=N&ved=2ahUKEwii6JCHsfGNAxVHSfEDHVKoO9o4UBDy0wN6BAgFE-BU&biw=1536&bih=738&dpr=1.25, Erişim tarihi: 14 Haziran 2025.
- Haddow, G. ve Bullock, J. (2006). *Introduction to emergency management*. USA: Elsevier Butterworth-Heinemann.
- Hale, J., Dulek, R. ve Hale, D. (2005) Crisis response communication challenges: Building theory from qualitative data. *Journal of Business Communication*, 42(2), 112-134.
- Hilliard, T. W. ve Baloglu, S. (2008). Safety and security as part of the hotel servicescape for meeting planners. *Journal of Convention & Event Tourism* 9(1), 15-34.
- Jiménez-Medina, P., Navarro-Azorín, J. M., Cubillas-Para, C. ve Artal-Tur, A. (2022). What safety and security measures really matter in the post-COVID recovery of the hospitality industry? An analysis of the visitor's intention to return in Spain. *Tourism and Hospitality*, 3(3), 606-617.
- Kim, H.-B., Lee, D.-S. & Ham, S. (2013). Impact of hotel information security on system reliability. *International Journal of Hospitality Management*, 35, December, 369-379.
- Kim, J. S., Farrish, J. ve Schrier, T. (2013). Hotel information technology security: do hoteliers understand the risks? *International Journal of Hospitality & Tourism Administration*, 14(3), 282-304.
- Knutson, B.J. (1988). Frequent travelers: making them happy and bring them back. *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 29 (1), 83-87.
- Kong, A., Kwan, M. & Tong, L. (2022). How to design and strengthen cyber security to cope with data breach in the hotel industry?, Asia-Pacific CHRIE 2022 Conference, APacCHRIE 2022 Conference (23-25 May 2022). pp. 61-72. Malaysia.
- Koskela, J. (2016). *Hotel security management: case: Original Sokos Hotel Vaakuna Vaasa*. <https://www.theseus.fi/handle/10024/120357>
- Kovari, I. ve Zimanyi, K. (2011). Safety and security in the age of global tourism (The changing role and conception of safety and security in tourism). *APSTRACT: Applied Studies in Agribusiness and Commerce*, 5, 59-61.
- Krasnomovets, V. (2023). Theoretical foundations of hotel safety within the system of sustainable development. *Visegrad Journal on Bioeconomy and Sustainable Development*, 12(2), 54-59.
- Lawrence, W. & Sankaranarayanan, S. (2012). Application of Biometric Security in Agent based Hotel Booking System-Android Environment. *I.J. Information Engineering and Electronic Business*, 3, 64-75.

- Lim, M.W., Teh, P.-L., Ahmed, P.K., Cheong, S.-N., Ling, H.-C. & Yap, W.-J. (2018). Going keyless for a seamless experience: Insights from a unified hotel access control system. *International Journal of Hospitality Management*, 75, September, 105-115.
- Manglik, R. (2023). *Accommodation operation*. New York: EduGorilla Prep Experts.
- Mansfeld, Y. ve Pizam, A. (2006). *Tourism, security and safety: from theory to practice*. Oxford: Butterworth-Heinemann.
- Maslow, A. (1943). A Theory of Human Motivation. *Psychological Review*, 50, 370-396.
- Messous, M. A., Aroua, S., Goncalves, L., Truong, J.P. & Abdelwahab, R. (2020). Towards a Personal Data Protection Framework in an IoT environment: Smart Hotel use case. *IEEE ComSoc AHSN TC Newsletter*, 1(12), 1-6.
- Morakabati, Y., Page, S. J. ve Fletcher, J. (2017). Emergency management and tourism stakeholder responses to crises: A global survey. *Journal of Travel Research*, 56(3), 299-316.
- Niininen, O. (2013). Five Star Crisis Management-Examples of Best Practice from the Hotel Industry. In J. Tiefenbacher (Ed.) *Approaches to Disaster Management-Examining the Implications of Hazards, Emergencies and Disasters*. <https://www.intechopen.com/chapters/44226> adresinden 15.06.2025 tarihinde erişilmiştir.
- Nwokorie, E. C. ve Igbojekwe, P. (2019). Security challenges for the hotel industry: Implications for selected hotels in Owerri, Nigeria. *Academica Turistica-Tourism and Innovation Journal*, 12(2), 193-205.
- Nzei, J. S. ve Ekeke, J. N. (2021). Hotel security and safety and hotel brand choice in Port Harcourt, Rivers State, Nigeria. *International Journal of Academic Multidisciplinary Research* 5(2), 22-31.
- Oostlander, S. A., Bournival, V. ve O'Sullivan, T. L. (2020). The roles of emergency managers and emergency social services directors to support disaster risk reduction in Canada. *International Journal of Disaster Risk Reduction*, 51, DOI: 10.1016/j.ijdr.2020.101925
- Özbek, D. (2024). *İstanbul'da 50'den az çalışanı olan otellerde acil durum yönetimi ile ilgili farkındalık çalışması* (Yayın no 872216). [Yüksek lisans tezi, Üsküdar Üniversitesi]. YÖK Ulusal Tez Merkezi.
- Payam, M. M. (2015, 28-30 Mayıs). *Turizm bölgelerinde emniyet ve güvenliğin sağlanması* [Tam Metin]. I. Avrasya Uluslararası Turizm Kongresi: Güncel Konular, Eğilimler ve Göstergeler, Konya: Aybil Yayınları, s. 316-326
- Pipyros, K. (2025). A new cybersecurity risk assessment framework for the hospitality industry: techniques and methods for enhanced data protection and threat mitigation. *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*, 17(1), 48-61.
- Pipyros, K. ve Liasidou, S. (2025). A new cybersecurity risk assessment framework for the hospitality industry: techniques and methods for enhanced data protection and threat mitigation. *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*, 17(1), 48-61.
- Pizam, A. ve Holcomb, J. (2010). *International dictionary of hospitality management*. USA: Elsevier Butterworth-Heinemann.
- Rajić, M. N., Maksimović, R. M. ve Milosavljević, P. (2023). Emergency planning and disaster recovery management Model in hospitality—plan-Do-Check-Act cycle approach. *Sustainability*, 15(7), 1-18.
- Ramada by Wyhdam Dalaman. (2025). Ramada by Wyhdam Dalaman Kişisel Verilerin İşlenmesi Hakkında Aydınlatma Bildirimi. <https://www.ramadadalaman.com/sozlesmepolitikalar/KVKK.pdf> adresinden 19.06.2025 tarihinde erişilmiştir.
- Ramada by Wyhdam Sakarya. (2025). Ramada by Wyhdam Sakarya Kişisel Verilerin İşlenmesi, Saklanması ve İmha Politikası. <https://www.ramadasakarya.com/kisisel-verilerin-islenmesi> adresinden 19.06.2025 tarihinde erişilmiştir.

- Resmi Gazete. (1973). 26.06.1973 tarih ve 1774 Sayılı Kimlik Bildirme Kanunu. <https://www.mevzuat.gov.tr/mevzuat?MevzuatNo=1774&MevzuatTur=1&MevzuatTertip=5> adresinden 20.06.2025 tarihinde erişilmiştir.
- Resmi Gazete. (2005). 21.06.2005 tarih ve 8948 Sayılı Turizm Tesislerinin Belgelendirilmesine ve Niteliklerine İlişkin Yönetmelik. <https://www.mevzuat.gov.tr/mevzuatmetin/3.5.20058948.pdf>; <https://teftis.ktb.gov.tr/Eklenti/59508,turizm-tesislerinin-belgelendirilmesine-niteliklerine-iliskin-yonetmelikpdf.pdf?0> adresinden 20.06.2025 tarihinde erişilmiştir.
- Resmi Gazete. (2016). 24.03.2016 tarih ve 6698 Sayılı Kişisel Verilerin Korunması Kanunu. <https://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2016/04/20160407-8.pdf>; <https://www.mevzuat.gov.tr/mevzuat?MevzuatNo=6698&MevzuatTur=1&MevzuatTertip=5> adreslerinden 20.06.2025 tarihinde erişilmiştir.
- Resmi Gazete. (2022). 24.02.2022 tarih ve 5211 Sayılı Afet ve Acil Durum Müdahale Hizmetleri Yönetmeliği. <https://www.mevzuat.gov.tr/mevzuat?MevzuatNo=5211&MevzuatTur=21&MevzuatTertip=5>; <https://resmigazete.gov.tr/eskiler/2022/02/20220224-31.pdf> adresinden 26.06.2025 tarihinde erişilmiştir.
- Ritchie, W. B., Bentley, G., Koruth, T. & Wang, J. (2011). Proactive Crisis Planning: Lessons for the Accommodation Industry. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 11(3), 367-386.
- Rixos Premium Göcek Hotel (2020). *Pandemiden korunma ve müdahale planı*. <https://www.rixos.com/sites/default/files/202203/Pandemiden%20Korunma%20ve%20M%C3%BCdahale%20Taliimat%C4%B1-%202022%2Cmart.pdf>
- Rutherford, D. G. ve O'Fallon, M. J. (2007). *Hotel managemet and operations*. John Wiley & Sons, Inc.
- Sabri, S. S. S., Hussain, M. R. M., Sani, J. A., Hamed, S. A. ve Rusli, N. (2024). Five phases cycles in emergency preparedness and response plan (eprp) as an emergency management for campus environment. *Journal of Advanced Research in Technology and Innovation Management*, 11(1), 12-20.
- Sahu, A.K. ve Gutub, A. (2022). Improving grayscale steganography to protect personal information disclosure within hotel services. *Multimedia Tools Applications*, 81, 30663–30683.
- Savita, Rana, V. ve Singh, S. (2024). Hotel safety and security services: understanding multi-criteria characteristics and guest satisfaction. *International Journal of Tourism Policy*, 14(6), 609-624.
- Seal, P. P., Biswas, R. ve Piramanayagam, S. (2023, TGDIC). *The generation effect: identification of guest hotel attributes using conjoint–analysis* [Tam Metin]. 4th International conference on tourism, gastronomy, and tourist destination. Atlantis Press, s.19-26. <https://www.atlantis-press.com/proceedings/tgdic-23/125994919>
- Singh, J. (2015). Safety & security concerns in hospitality industry. *International Journal of Management and Commerce Innovations*, 2(2), 1-5.
- Szentesi, S. G., Cuc, L. D., Feher, A. ve Cuc, P. N. (2021). Does Covid-19 affect safety and security perception in the hospitality industry? A Romanian case study. *Sustainability*, 13(20), 1-19.
- Tikkanen, I. (2007). Maslow's hierarchy and food tourism in finland: Five cases. *British Food Journal*, 109(9), 721- 734.
- Tinakhat, P. (2015). Guest room safety management of resort hotels as destination in Thailand (A case study of Khao Kor District, Phetchabun Province). *Journal of Tourism Theory and Research*, 3(2), 52-57.
- Türk Dil Kurumu. (t.y.). *Emniyet; güvenlik*. Türk Dil Kurumu Güncel Türkçe Sözlük. <https://sozluk.gov.tr>

ÖN BÜRO YÖNETİMİ

Yapay Zekâ, Teknoloji ve Dijitalleşme

- Türk Standartları Enstitüsü [TSE]. (2025a). Sistem Belgelendirme Hizmetleri. <https://www.tse.org.tr/sistem-belgelendirme-hizmetleri/> adresinden 24.06.2025 tarihinde erişilmiştir.
- Türk Standartları Enstitüsü [TSE]. (2025b). Standartlar. <https://intweb.tse.org.tr/Standard/Standard/StandardAra.aspx> adresinden 24.06.2025 tarihinde erişilmiştir.
- Walker, J. (2010). *Introduction to hospitality management*. London: Pearson Education.
- Waugh Jr, W. L. ve Streib, G. (2006). Collaboration and leadership for effective emergency management. *Public Administration Review*, 66, 131-140.
- Yamurluklu, Y. (2016). Otel İşletmelerinde İş Sağlığı ve Güvenliğinin Değerlendirilmesi. T.C. Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı İş Sağlığı ve Güvenliği Genel Müdürlüğü, İş Sağlığı ve Güvenliği (Yayınlanmamış) Uzmanlık Tezi. Ankara.
- Yuan, Y., Tseng, Y. ve Ho, C. (2019). Tourism information technology research trends: 1990-2016. *Tourism Review*, 74(1), 5-19.

BÖLÜM 9

PERSONEL YÖNETİMİ VE EĞİTİM

Tuğçe ÖZOĞUL BALLYALI¹

| Giriş

Personel yönetimi ve eğitimi, hizmet odaklı sektörlerde organizasyonların başarısını şekillendiren temel unsurlardan biri olarak öne çıkmaktadır. Özellikle konaklama ve turizm gibi müşteriyle yoğun etkileşim gerektiren sektörlerde, çalışanların bilgi, beceri ve tutumları, işletmenin hizmet kalitesini, müşteri memnuniyetini ve rekabet gücünü doğrudan etkilemektedir. Ön büro personeli, misafirlerle ilk temas noktası olarak, işletmenin imajını yansıtan ve misafir deneyimini derinden etkileyen kritik bir rol üstlenmektedir. Bu nedenle, etkili ve yapılandırılmış eğitim programları, yalnızca çalışanların mesleki yeterliliklerini geliştirmekle kalmaz, aynı zamanda onların duygusal zekâ, iletişim becerileri ve teknolojik adaptasyon gibi alanlarda yetkinlik kazanmalarını sağlayarak işletmenin uzun vadeli hedeflerine ulaşmasına katkıda bulunmaktadır. Eğitim, aynı zamanda çalışanların motivasyonunu ve iş tatminini arttırarak, yüksek personel devir oranları gibi sektörel zorlukların üstesinden gelmede stratejik bir araç olarak işlev görmektedir. Hızla değişen teknolojik yenilikler, müşteri beklentilerindeki çeşitlilik ve küresel rekabet ortamı, eğitim programlarının sürekli güncellenmesini ve sektörel ihtiyaçlara uyarlanmasını zorunlu kılmaktadır. Bu bağlamda, personel yönetimi ve eğitim süreçleri, işletmelerin yalnızca operasyonel verimliliğini değil, aynı zamanda marka değerini ve müşteri sadakatini güçlendiren bir yatırım olarak değerlendirilmelidir.

¹ Doç. Dr., Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm Rehberliği Bölümü, Turizm Rehberliği AD, tugceozogulbalyali@yyu.edu.tr, ORCID iD: 0000-0002-2263-4122

Kaynakça

- Abbott, P. ve Lewry, S. (1999). *Front office, procedures, social skills, yield and management*. Elsevier.
- Andrews, S. (2008). *Textbook of front office management and operations*. Tata McGraw-Hill.
- Arthur Jr, W., Bennett Jr, W., Edens, P. S. ve Bell, S. T. (2003). Effectiveness of training in organizations: a meta-analysis of design and evaluation features. *Journal of Applied Psychology*, 88(2), 234-245.
- Bardi, J. A. (2011). *Hotel front office management* (3. Baskı). John Wiley & Sons, Inc.
- Baum, T. (2019). Does the hospitality industry need or deserve talent?. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 31(10), 3823-3837. <https://doi.org/10.1108/IJ-CHM-10-2018-0805>
- Baum, T. ve Devine, F. (2007). Skills and training in the hotel sector: The case of front office employment in Northern Ireland. *Tourism and Hospitality Research*, 7(3-4), 269-280. <https://doi.org/10.1057/palgrave.thr.6050046>
- Blanchard, P. N. ve Thacker, J. W. (2023). *Effective training: Systems, strategies, and practices* (5. baskı). Pearson Education Limited.
- Buhalis, D., ve Law, R. (2008). Progress in information technology and tourism management: 20 years on and 10 years after the Internet—The state of eTourism research. *Tourism Management*, 29(4), 609-623. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2008.01.005>
- Chan, C. S., Chan, Y. H. ve Fong, T. H. A. (2020). Game-based e-learning for urban tourism education through an online scenario game. *International Research in Geographical and Environmental Education*, 29(4), 283-300. <https://doi.org/10.1080/10382046.2019.1698834>
- Chiang, C. F., Back, K. J., ve Canter, D. D. (2005). The impact of employee training on job satisfaction and intention to stay in the hotel industry. *Journal of Human Resources in Hospitality & Tourism*, 4(2), 99-118. https://doi.org/10.1300/J171v04n02_06
- Dolasinski, M. J. ve Reynolds, J. (2020). Microlearning: A new learning model. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 4 (3), 551-561. <https://doi.org/10.1177/1096348020901579>
- Earley, P. C. ve Ang, S. (2003). *Cultural intelligence: Individual interactions across cultures*. Stanford University Press.
- Eby, L. T. d. T., Allen, T. D., Hoffman, B. J., Baranik, L. E., Sauer, J. B., Baldwin, S., Morrison, M. A., Kinkade, K. M., Maher, C. P., Curtis, S. ve Evans, S. C. (2013). An interdisciplinary meta-analysis of the potential antecedents, correlates, and consequences of protégé perceptions of mentoring. *Psychological Bulletin*, 139(2), 441-476. <https://doi.org/10.1037/a0029279>
- Hai-yan, K. ve Baum, T. (2006). Skills and work in the hospitality sector: The case of hotel front office employees in China. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 18(6), 509-518. <https://doi.org/10.1108/09596110610681548>
- Hofstede, G., Hofstede, G. J. ve Minkov, M. (2010). *Cultures and organizations: Software of the mind* (3. baskı). McGraw Hill.
- Hu, M. L. M., Hornig, J. S. ve Sun, Y. H. C. (2009). Hospitality teams: Knowledge sharing and service innovation performance. *Tourism Management*, 30(1), 41-50. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2008.04.009>
- Hülshager, U. R., Alberts, H. J., Feinholdt, A. ve Lang, J. W. (2013). Benefits of mindfulness at work: the role of mindfulness in emotion regulation, emotional exhaustion, and job satisfaction. *Journal of Applied Psychology*, 98(2), 310-325. <https://doi.org/10.1037/a0031313>
- Ivanov, S. ve Webster, C. (2019). *Robots, artificial intelligence, and service automation in travel, tourism and hospitality*. Emerald Publishing Limited.
- Joo, B. K. ve Park, S. (2010). Career satisfaction, organizational commitment, and turnover intention: The effects of goal orientation, organizational learning culture and developmental

- feedback. *Leadership & Organization Development Journal*, 31(6), 482-500. <https://doi.org/10.1108/01437731011069999>
- Kabat-Zinn, J. (2003). Mindfulness-based interventions in context: Past, present, and future. *Clinical Psychology: Science and Practice*, 10(2), 144–156. <https://doi.org/10.1093/clipsy.bpg016>
- Karatepe, O. M. (2013). High-performance work practices and hotel employee performance: The mediation of work engagement. *International Journal of Hospitality Management*, 32, 132-140. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2012.05.003>
- Karatepe, O. M. ve Karadas, G. (2012). The effect of management commitment to service quality on job embeddedness and performance outcomes. *Journal of Business Economics and Management*, 13(4), 614-636. <https://doi.org/10.3846/16111699.2011.620159>
- Karatepe, O. M. ve Karadas, G. (2015). Do psychological capital and work engagement foster frontline employees' satisfaction? A study in the hotel industry. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 27(6), 1254-1278. <https://doi.org/10.1108/IJ-CHM-01-2014-0028>
- Kim, W. G., Leong, J. K. ve Lee, Y. K. (2005). Effect of service orientation on job satisfaction, organizational commitment, and intention of leaving in a casual dining chain restaurant. *International Journal of Hospitality Management*, 24(2), 171-193. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2004.05.004>
- Knowles, M. S., Holton III, E. F. ve Swanson, R. A. (2014). *The adult learner: The definitive classic in adult education and human resource development* (8. baskı). Routledge.
- Kolb, D. A. (2015). *Experiential learning: Experience as the source of learning and development* (2. baskı). Pearson Education.
- Kwortnik Jr, R. J. ve Thompson, G. M. (2009). Unifying service marketing and operations with service experience management. *Journal of Service Research*, 11(4), 389-406. <https://doi.org/10.1177/109467050933359>
- Lashley, C. (2008). Studying hospitality: Insights from social sciences. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 8(1), 69-84. <https://doi.org/10.1080/15022250701880745>
- Lee, J. Y., Park, S., ve Baker, R. (2018). The moderating role of top management support on employees' attitudes in response to human resource development efforts. *Journal of Management & Organization*, 24(3), 369-387. <https://doi.org/10.1017/jmo.2017.37>
- Lee, H. W., Pak, J., Kim, S. ve Li, L. Z. (2019). Effects of human resource management systems on employee proactivity and group innovation. *Journal of Management*, 45(2), 819-846. <https://doi.org/10.1177/0149206316680029>
- Limna, P. (2023). Artificial Intelligence (AI) in the hospitality industry: A review article. *International Journal of Computing Sciences Research*, 7, 1306-1317. <https://doi.org/10.25147/ijcsr.2017.001.1.103>
- Lui, T. W. ve Goel, L. (2022). Learning effectiveness of 3D virtual reality in hospitality training: A situated cognitive perspective. *Journal of Hospitality and Tourism Technology*, 13(3), 441-460. <https://doi.org/10.1108/JHTT-03-2021-0091>
- Lupini, S. (2024). Game-based learning for more sustainable tourism businesses. R. Hallak ve C. Lee (Ed.), *Handbook of tourism entrepreneurship* içinde (ss. 34-54). Edward Elgar Publishing.
- Melián-González, S. ve Bulchand-Gidumal, J. (2017). Information technology and front office employees' performance. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 29(8), 2159-2177. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-10-2015-0585>
- Miao, C., Humphrey, R. H. ve Qian, S. (2017). A meta-analysis of emotional intelligence and work attitudes. *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 90(2), 177-202. <https://doi.org/10.1111/joop.12167>

- Noe, R. A. (2017). *Employee training and development* (7. baskı). McGraw-Hill Education.
- Noe, R. A., Clarke, A. D. ve Klein, H. J. (2014). Learning in the twenty-first-century workplace. *Annual Review of Organizational Psychology and Organizational Behavior*, 1(1), 245-275. <https://doi.org/10.1146/annurev-orgpsych-031413-091321>
- Ottenbacher, M. ve Gnoth, J. (2005). How to develop successful hospitality innovation. *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 46(2), 205-222. <https://doi.org/10.1177/00108804042710>
- Oyeyipo, I., Isibor, N. J., Attipoe, V., Ayodeji, D. C., Mayienga, B. A., Alonge, E. ve Onwuzulike, O. C. (2024). Investigating the effectiveness of microlearning approaches in corporate training programs for skill enhancement. *Gulf Journal of Advance Business Research*, 2(6), 493-505. <https://doi.org/10.51594/gjabr.v2i6.122>
- Özoğul, T., Sezerel, H., Aktaş, S. G. ve Adıgüzel, Ö. (2020). Learning through creative drama in vocational hospitality education: Efficiency, retention, and attitudes. *Tourism Management Perspectives*, 36, 100728. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2020.100728>
- Saks, A. M. ve L. A. Burke (2012). An investigation into the relationship between training evaluation and the transfer of training. *International Journal of Training and Development*, 16(2), 118-127. <https://doi.org/10.1111/j.1468-2419.2011.00397.x>
- Siengthai, S. ve Pila-Ngarm, P. (2016). The interaction effect of job redesign and job satisfaction on employee performance. *Evidence-based HRM*, 4(2), 162-180. <https://doi.org/10.1108/EBHRM-01-2015-0001>
- Sonnentag, S., Cheng, B. H. ve Parker, S. L. (2022). Recovery from work: Advancing the field toward the future. *Annual Review of Organizational Psychology and Organizational Behavior*, 9(1), 33-60. <https://doi.org/10.1146/annurev-orgpsych-012420-091355>
- Tussyadiah, I. (2020). A review of research into automation in tourism: Launching the Annals of Tourism Research Curated Collection on Artificial Intelligence and Robotics in Tourism. *Annals of Tourism Research*, 81, 102883. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2020.102883>
- Tsaur, S. H., ve Lin, Y. C. (2004). Promoting service quality in tourist hotels: the role of HRM practices and service behavior. *Tourism Management*, 25(4), 471-481. [https://doi.org/10.1016/S0261-5177\(03\)00117-1](https://doi.org/10.1016/S0261-5177(03)00117-1)
- Venkatesh, V., Thong, J. Y. ve Xu, X. (2016). Unified theory of acceptance and use of technology: A synthesis and the road ahead. *Journal of the Association for Information Systems*, 17(5), 328-376.
- Waqanimaravu, M. ve Arasanmi, C. N. (2020). Employee training and service quality in the hospitality industry. *Journal of Foodservice Business Research*, 23(3), 216-227. <https://doi.org/10.1080/15378020.2020.1724850>
- Woods, R. H. (1997). *Managing Hospitality Human Resources*. (2. baskı.). American Hotel and Motel Association.
- Woods, R. H., Ninemeier, J. D., Hayes, D. K. ve Austin, M. A. (2014). *Professional front office management*. Pearson Education Limited.
- Xu, F., Buhalis, D. ve Weber, J. (2017). Serious games and the gamification of tourism. *Tourism Management*, 60, 244-256. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2016.11.020>
- Yang, J. T. (2010). Antecedents and consequences of job satisfaction in the hotel industry. *International Journal of Hospitality Management*, 29(4), 609-619. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2009.11.002>
- Zahidi, F., Kaluvilla, B. B. ve Mulla, T. (2024). Embracing the new era: Artificial intelligence and its multifaceted impact on the hospitality industry. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 10(4), 100390. <https://doi.org/10.1016/j.joitmc.2024.100390>
- <https://axonify.com/en-uk/> (Erişim Tarihi: 05.07.2025)
- <https://www.cloudbeds.com/> (Erişim Tarihi: 05.07.2025)
- <https://www.sabrehospitality.com/about/> (Erişim Tarihi: 05.07.2025)

BÖLÜM 10

SOSYAL MEDYA, PAZARLAMA VE SATIŞ STRATEJİLERİ

Gencay SAATCI SAVSA¹
Sevil ATALAY TOHUMCU²

Giriş

2000’li yıllardan itibaren teknolojik anlamda yaşanan ve devamlılık arz eden gelişmeler sayesinde sosyal medya kullanımı pek çok alanda kolaylıklar ve avantajlar sunmaktadır. Sosyal medya, internet forumları, magazin dergileri, sosyal bloglar, web günlükleri, mikroblog, podcast, wiki, video, fotoğraf ya da resim gibi pek çok farklı içeriklerden oluşmaktadır. Günümüzde değişen teknoloji ve kullanıcı yapısı sonucunda boş zamanın değerlendirilmesi, haberlerin takip edilmesi, içerik araştırması gibi birçok amaç ile kullanılmaktadır.

Sosyal medya kullanıcılarına fiyat, bilgi ve zaman açısından çeşitli kolaylıklar sunmaktadır. Turizm sektörü açısından bakıldığında da turistlere nereye nasıl gidecekleri, nerede kalacakları, neler yapabilecekleri sorularına cevap bulmalarında önemli kolaylıklar sağlamaktadır. Oteller açısından ise indirimli ürün ve hizmet tanıtımı, müşterileri sorularının yanıtlaması ve şikâyetlerin değerlendirilmesi gibi konularda katkılar sağlamaktadır. Günümüzde özellikle turizm sektöründe yaşanan şiddetli rekabet ortamında gelen müşterinin devamlılığının sağlanması, yeni müşterilere yönelik çalışmalar yapılması zaman alıcı ve maliyetli durumlardır. Sosyal medyanın sunmuş olduğu fırsatlar ile çeşitli platform ve dijital pazarlama stratejileri ile daha kısa zamanda ve daha az maliyetle hem işletmeler hem de müşteriler önemli fırsatlar elde edebilmektedir.

¹ Doç. Dr., Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü, Turizm İşletmeciliği AD., gencaysaatci@comu.edu.tr, ORCID iD: 0000-0002-7842-989X

² Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Turizm ve İşletmeciliği AD., sevilatalay_90@hotmail.com, ORCID iD: 0000-0002-7583-1103

müşterilere güven de verecektir. Müşterilerin geri bildirimlerini ve şikâyetlerini iletebilecekleri farklı ve kolay ulaşılabilir kanallar oluşturulmalıdır. Sosyal medya, e-posta, mobil uygulamalar ve yüz yüze iletişim gibi çoklu platformların entegre bir şekilde yönetilmesi, müşteri taleplerine hızlı yanıt verilmesini sağlamaktadır. Bu sistemler aynı zamanda işletmelerin geri bildirimleri takip etmesini, analiz etmesini ve raporlamasını kolaylaştıracaktır.

Geri bildirimler sadece sorunları tespit etmek için değil, aynı zamanda hizmet kalitesini ve müşteri deneyimini sürekli iyileştirmek için de kullanılmalıdır. Otel yönetimleri, müşteri yorumlarını düzenli olarak analiz edip iyileştirme planları oluşturmalı ve bu planları hayata geçirmelidir. Böylece işletme, müşteri beklentilerine uygun hizmet sunmaya devam edebilecektir.

Sosyal medya platformları, sadece pazarlama değil aynı zamanda müşteri ilişkileri ve marka imajı yönetimi için de kritik öneme sahiptir. Oteller, sosyal medya içeriklerini profesyonelce yönetmeli, etkileşimleri artıracak ve marka bilinirliğini güçlendirecek stratejiler geliştirmelidir. Düzenli paylaşımlar, kampanya duyuruları ve müşteri etkileşimleri markanın dijital ortamda canlı kalmasını sağlayabilecektir.

Kaynakça

- Akay, B. & Deveci, B. (2018). *Turizm işletmelerinde konuk şikâyet yönetimi*. S. Şengül, Ş. Ulama, O. Türkay (Ed.). Turizm iletişimi içinde (s.101-121).
- Akkuş, İ. & Çakıcı, C. (2020). Turizm işletmelerinde sadakat programları. *Avrasya Turizm Araştırmaları Dergisi*, 1 (1), 42-52.
- Alabay, M. N. (2012). Müşteri şikâyetleri yönetimi. *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, 8 (16), 137-158.
- Alalwan, A. A. (2018). Investigating the impact of social media advertising features on customer purchase intention. *International Journal of Information Management*, 42, 65-77.
- Aydın, M. & Aktuna, C. (2024). Rize'deki konaklama tesislerine yapılan çevrimiçi yorumların incelenmesi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 12 (4), 2836-2849.
- Aymaz, G. (2018). İletişim araçlarının toplumsal tarihi için bir giriş. *Global Media Journal TR Edition*, 8 (16), 124-139.
- Bariş, G. (2006). *Kusursuz müşteri memnuniyeti için şikâyet yönetimi*. İstanbul: Medi-aCat.
- Baruah, T. D. (2012). Effectiveness of social media as a tool of communication and its potential for technology enabled connections: a micro-level study. *International Journal of Scientific and Research Publications*, 2 (5), 1-10.

- Blackshaw, P. & Nazzaro, M. (2004). *Consumer-generated media (CGM) 101: Word-of-mouth in the age of the web-fortified consumer*. Retrieved from http://www.nielson-online.com/downloads/us/buzz/nbzm_wp_CGM101.Pdf.
- Ceylan, U. & Karaman, S. (2017). Kurumsal itibar oluşturma sürecine müşteri şikâyet yönetimi, inovasyon ve öğrenmenin etkisi: seyahat acentaları üzerine bir araştırma. *Uluslararası Global Turizm Araştırmaları Dergisi*, 1 (2), 85-106.
- Constantinides, E. & Fountain, S. J. (2008). Web 2.0: Conceptual foundations and marketing issues. *Journal of Direct, Data and Digital Marketing*, 9 (3), 231-244.
- Çalışkan, M. & Mencik, Y. (2015). Değişen dünyanın yeni yüzü: sosyal medya. *Akademik Bakış Dergisi*, 50, 254-277.
- Çavuş, M. N. (2024). Turizmde dijital pazarlama bağlamında sosyal medya üzerine yapılan çalışmaların vosviewer ile bibliyometrik analizi. *Journal of Gastronomy, Hospitality and Travel*, 7 (1), 147-163.
- Data Reportal (2025a). *Digital 2025: global overview report*. Erişim 22 Haziran, 2025, <https://datareportal.com/reports/digital-2025-global-overview-report>.
- Data Reportal (2025b). *The "state of digital" in Turkey in 2025*. Erişim: 25 Haziran 2025. <https://datareportal.com/reports/digital-2025-turkey>.
- De Vries, L., Gensler, S. & Leeftang, P. S. (2012). Popularity of brand posts on brand fan pages: An investigation of the effects of social media marketing. *Journal of Interactive Marketing*, 26 (2), 83-91.
- Duğan, Ö. & Aydın, B. O. (2018). Sosyal medyanın turizmde tanıtım amaçlı kullanımı: T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Örneği. *Uluslararası Türk Dünyası Turizm Araştırmaları Dergisi*, 3 (1), 1-13.
- Dülğaroğlu, O. & Avcıkurt, C. (2022). Konaklama işletmelerinin sosyal medya üzerinden gerçekleştirdikleri içerik paylaşımlarında Covid-19 salgınının etkisi: Ayvalık otelleri örneği. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 25(48), 493-506.
- Elley, B. & Tilley, S. (2009). *Online marketing inside out*. Canada: Site Point Pty. Ltd.
- Ergün, E. & Öztürk, B. (2019). Konaklama işletmelerinde interaktif sosyal medya kullanımına yönelik çalışma. *International Social Sciences Studies Journal*, 5 (31), 1525-1534.
- Filo, K., Lock, D. & Karg, A. (2015). Sport and social media research: a review. *Sport Management Review*, 18 (2), 1-17.
- Gedik, Y. (2020). Pazarlamada yeni bir çerçeve: sosyal medya ve web 2.0. *Uluslararası Yönetim Akademisi Dergisi*, 3 (1), 252-269.
- Godey, B., Pederzoli, D., Aiello, G., Donvito, R., Chan, P., Oh, H., Singh, R., Skorobogatikh, I. I., Tsuchiya, J. & Weitz, B. (2012). Brand and country-of-origin effect on consumers' decision to purchase luxury products. *Journal of Business Research*, 65 (10), 1461-1470.
- Gök, B. (2022). *Turizmde bir dijital pazarlama aracı olarak sosyal medya*. M. Baş, İ. Erdoğan Tarakçı, R. Aslan (Ed.). Dijitalleşme içinde (s.135-145).
- Göker, G. & Keskin, S. (2015). Sosyal medya türevi olarak sosyal içerik platformları: betimsel bir inceleme. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 8 (39), 861-874.
- Gupta, A., Kumar, D., Singh Dhanju, S., Rani, M. & Sinha, M. (2025). Social media's influence on business decision-making: a study of communication networks in management practices. *Journal of Informatics Education and Research*, 5 (1), 721-736.

- Harrison-Walker, L. J. (2001). E-complaning: a content analysis of an internet complaint forum. *Journal of Services Marketing*, 15 (5), 397-412.
- Hoyle, L. H. (2002). *Event marketing: how to successfully promote events, festivals, conventions and expositions*. New York: John Wiley and Sons.
- İnce, İ. & Doğantan, E. (2020). Otel yöneticileri perspektifinden dijital pazarlama. *Anadolu Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi*, 2 (1), 13-26.
- Kantarci, K. & Ekinci, İ. (2019). *Konaklama işletmelerinde ön büro*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Kaplan, A. M. & Haenleln, M. (2010). Users of the world, unite! the challanges and opportunities of social media. *Kelley School of Business*, 53, 59-68.
- Kapoor, K. K., Tamilmanni, K., Rana, N. P., Patil, P., Dwivedi, Y. K., & Nerur, S. (2018). Advances in social media research: past, present and future. *Information Systems Frontiers*, 1-28.
- Karatsoli, M., & Nathanail, E. (2020). Examining gender differences of social media use for activity planning and travel choices. *European Transport Research Review*, 12 (44), 1-9.
- Kartal, C. & Bozacı, İ. (2024). Dijital pazarlama stratejileri. M. F. Tuna (Ed.). *Dijital pazarlama yönetimi içinde* (s.55-93). Özgür Yayınları.
- Kaya, E. Ç. & Ündil, S. H. (2022). Bilgi teknolojilerinin gelişimiyle dijital pazarlamanın doğuşu. *Bilgi Ekonomisi ve Yönetimi Dergisi*, 17 (2), 107-137.
- Keskin, S. & Baş, M. (2015). Sosyal medyanın tüketici davranışları üzerine etkisinin belirlenmesi. *Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 17 (3), 51-69.
- Khatri, I. (2019). Information technology in tourism and hospitality industry: A review of ten years' publications. *Journal of Tourism and Hospitality Education*, 9, 74-87.
- Kietzmann, J. H., Hermkens, K., McCarthy, I. P., & Silvestre, B. S. (2011). Social media? Get serious! Understanding the functional building blocks of social media. *Business Horizons*, 54 (3), 241-251.
- Kim, W. G., Li, J. J. & Brymer, R. A. (2016). The impact of social media reviews on restaurant performance: The moderating role of excellence certificate. *International Journal of Hospitality Management*, 55, 41-51.
- Koçak Alan, A., Tümer Kabadayı, E. & Erişke, T. (2017). İletişimin yeni yüzü: dijital pazarlama ve sosyal medya pazarlaması. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 17 (66), 493-504.
- Kozak, N. (2019). *Turizm pazarlaması*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Köse, G. & Yeygel Çakır, S. (2019). Markaların dijital pazarlama çağında tüketicileri etkileşime ikna etme yolları: influencer pazarlama ve içerik pazarlamasına ilişkin kavramsal bir çalışma. *Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, KOSBED*, 38, 205-222.
- Kumar, V., Choi, J. B. & Greene, M. (2017). Synergistic effects of social media and traditional marketing on brand sales: capturing the time-varying effects. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 45 (2), 268-288.
- Leonardi, P. M., Huysman, M. & Steinfield, C. (2013). Enterprise social media: Definition, history, and prospects for the study of social technologies in organizations. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 19 (1), 1-19.

- Lim, Y., Chung, Y. & Weaver, P. A. (2012). The impact of social media on destination branding: Consumer-generated videos versus destination marketer-generated videos. *Journal of Vacation Marketing*, 18 (3), 197–206.
- Mandal, P. & Joshi, N. (2017). Understanding digital marketing strategy. *International Journal of Scientific Research and Management (IJSRM)*, 5 (6), 5428-5431.
- Martín-Consuegra, D., Díaz, E., Gómez, M. & Molina, A. (2019). Examining consumer luxury brand-related behavior intentions in a social media context: The moderating role of hedonic and utilitarian motivations. *Physiology & Behavior*, 200, 104–110.
- Mavnacıoğlu K. (2009). *İnternette kullanıcıların oluşturduğu ve dağıttığı içeriklerin etik açıdan incelenmesi: sosyal medya örnekleri*. [Tam Metin]. Medya ve Etik Sempozyumu, Elâzığ, Karınca Yayınları, s. 63-72.
- Mayfield, A. (2008). *What is social media*, iCrossing, e-book. Erişim: 6 Haziran 2025, https://crmxchange.com/uploadedFiles/White_Papers/PDF/What_is_Social_Media_iCrossing_ebook.pdf.
- Meydan Uygur, S. (2007). *Turizm pazarlaması*. İstanbul: Nobel Yayın Dağıtım.
- Obar, J. A. & Wildman, S. (2015). Social media definition and the governance challenge: An introduction to the special issue. *Telecommunications Policy*, 39 (9), 745–750.
- Özdal, F. & Bardakoğlu, Ö. (2017). Konaklama işletmelerinde şikâyet yönetim süreci-bilgi yönetimi ilişkisi: Çeşme örneği. *Manisa Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 15 (2), 241-278.
- Özdemir, G. (2008). *Destinasyon pazarlaması*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Özdemir, G. (2014). *Destinasyon yönetimi ve pazarlaması*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Özel, M. (2018). *Öğrencilerin sosyal medya kullanımı ve üniversitelerde dijital pazarlama iletişimi uygulamalarını belirlemeye yönelik bir araştırma* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Beykent Üniversitesi.
- Özışık Yapıcı, O. & Özden, A. T. (2021). Konaklama işletmelerinin dijital pazarlama açısından incelenmesi: Samsun örneği. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 13 (3), 2129-2145.
- Özkan, N. & Ulama, Ş. (2018). Marmara bölgesindeki 4 ve 5 yıldızlı konaklama işletmelerinin web sitelerinin değerlendirilmesi. *Journal of Gastronomy and Travel Research*, 2 (2), 13-33.
- Öztürk, M. (Ed) (2018). *Değişen pazarlama anlayışı- yeni pazarlama yaklaşımları*, Ankara: Gazi Kitabevi.
- Öztürk, Ş. (2015). Sosyal medyada etik sorunlar. *Selçuk İletişim*, 9 (1), 287-311.
- Rapp, A., Beitelspacher, L., Grewal, D. & Hughes, D. (2013). Understanding social media effects across seller, retailer, and consumer interactions. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 41 (5), 547-566.
- Richeter, A. & Koch, M. (2007). Social software-status quo und Zukunft. Technischer Bericht, Nr. 2007-01, Fakultät für Informatik. Universität der Bundeswehr, Monaco.
- Russo, A., Watkins, J., Kelly, L. & Chan, S. (2008). Participatory communication with social media. *Curator: The Museum Journal*, 51 (1), 21–31.
- Sert, A. N. & Sağlam, Ş. B. (2023). Konaklama işletmelerinde dijital pazarlama araçlarının kullanımı: Ankara örneği. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 15 (4), 2996-3010.

- Sezgin, M. & Öztürk, E. (2023). Üç marka şehirde faaliyet gösteren üç marka otele yönelik TripAdvisor.com’da yayınlanan müşteri yorumlarının analizi. *Uluslararası Turizm ve Teknoloji Araştırmaları Dergisi*, 4 (1), 40-55.
- Shutterstock (2025a). *Sosyal medya uygulamaları*. Erişim: 25 Haziran 2025. <https://www.shutterstock.com/tr/image-photo/smartphone-mobile-apps-closeup-facebook-instagram-2467201369>.
- Shutterstock (2025c). *Dijital pazarlama*. Erişim: 25 Haziran 2025. <https://www.shutterstock.com/tr/image-vector/digital-marketing-best-solid-icon-set-2535933833>.
- Shutterstock (2025e). *Müşteri geribildirimleri*. Erişim: 25 Haziran 2025. <https://www.shutterstock.com/tr/image-vector/basic-feedback-concept-illustrations-set-vector-2600782673>.
- Shutterstock (2025f). *Sosyal medya ve reklam*. Erişim: 25 Haziran 2025. <https://www.shutterstock.com/tr/image-vector/increase-your-social-media-followers-smm-2468868367>.
- Shutterstock (2025g). *Otellerden beklentilere yönelik unsurlar*. Erişim: 25 Haziran 2025. <https://www.shutterstock.com/tr/image-vector/hotel-accommodation-icon-set-thin-line-2619232829>.
- Shutterstock, (2025b). *Sosyal medya ve turizm*. Erişim: 25 Haziran 2025, <https://www.shutterstock.com/tr/image-photo/satisfaction-rating-reviews-tourist-attractions-concept-2409171945>.
- Shutterstock, (2025d). *Müşteri ilişkileri yönetimi*. Erişim: 25 Haziran 2025. <https://www.shutterstock.com/tr/image-illustration/ecrm-acronym-electronic-customer-relationship-management-2560925637>.
- Smith, K. L. (2007). *What is digital marketing? new marketing*. http://digitalmarketing101.blogspot.com.tr/2007_09_30_archive.html.
- Sparks, B. A., So, K. K. F. & Bradley, G. L. (2016). Responding to negative online reviews: The effects of hotel responses on customer inferences of trust and concern. *Tourism Management*, 53, 74-85.
- Sü Eröz, S. & Doğdubay, M. (2012). Turistik ürün tercihinde sosyal medyanın rolü ve etik ilişkisi. *Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 27 (1),133-157.
- Sünnetçioğlu, S. (2019). Turizmde dijital dönüşüm ve turist yerli halk ilişkileri: eleştirel bir yaklaşım. [Tam Metin]. The Third International Congress on Future of Tourism: Innovation, Entrepreneurship and Sustainability, Mersin, Turizm Fakültesi Yayınları. (s.610-616).
- Şimşek, A. (2012). *İletişim araştırmalarının tarihi*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- Timur, N. & Sarıyer, N. (2004). Kayseri’deki otomobil bayilerinde müşteri tatmin aracı olarak şikâyet toplama yöntemlerine ilişkin bir uygulama. *Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 17 (2), 9-32.
- Tufan Yeniçaktı, N. (2016). Hakla ilişkiler aracı olarak Instagram: sosyal medya kullanan 50 şirket üzerine bir araştırma. *Selçuk İletişim*, 9 (2), 92-115.
- Tunç Sancak, E. & Geçgin, E. (2024). Tüketicilerin yiyecek ve içecek işletmesi tercihlerinde sosyal medyanın etkisi: Van ili örneği. *Akademik Turizm Analizi Dergisi*, 5 (1), 11-23.

- TÜİK (2024). *Hane halkı bilişim teknolojileri (bt) kullanım araştırması, 2024*. Erişim: 23 Haziran 2025. [https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Hanehalki-Bilisim-Teknolojileri-\(BT\)-Kullanim-Arastirmasi-2024-53492](https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Hanehalki-Bilisim-Teknolojileri-(BT)-Kullanim-Arastirmasi-2024-53492).
- Türkay, B. (2024). Sağlık turizmi işletmelerinde çevrimiçi müşteri şikâyetlerinin analizi ve hizmet kalitesi iyileştirmedeki rolü. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 16 (4), 2365-2382.
- Uluç, G & Yarcı, A. (2017). Sosyal medya kültürü. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 52, 88-102.
- Uslu, M. (2021). Türkiye’de sosyal medya bağımlılığı ve kullanımı araştırması. *Türk Akademik Araştırmalar Dergisi*, 6 (2), 370-396.
- Villamediana, J., Küster, I. & Vila, N. (2019). Destination engagement on Facebook: Time and seasonality. *Annals of Tourism Research*, 79, 102747.
- Vivian, J. (1999). *Media of mass communication*. Boston: Allyn and Bacon.
- Vodinalı, S. & Aykaç, Ö. S. (2024). Dijital pazarlama ve sosyal medya. Ö. S. Aykaç, A. Yılmaz (Ed.). *Pazarlama ve perakendecilik: dijital çağın dönüşümleri içinde* (s.165-185). Özgür Yayınları.
- Xiang, Z. & Gretzel, U. (2010). Role of social media in online travel information search. *Tourism Management*, 31(2), 179–188.
- Yay, Ö., Güneri, B. & Atabay, E. (2022). Türkiye’nin turistik tanıtımında kullanılan politika ve stratejilerin incelenmesi. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 6 (Ek.2), 115-132.
- Yazıcı Ayyıldız, A. (2020). COVİD-19 salgın döneminde otellerin pazarlama stratejileri: Kuşadası örneği. *Business and Management Studies: An International Journal*, 8 (3), 3328-3358.
- Zembik, M. (2014). Social media as a source of knowledge for customers and enterprises. *Online Journal of Applied Knowledge Management*, 2 (2), 132–148.

BÖLÜM 11

TURİZM SEKTÖRÜNDE DİJİTAL DÖNÜŞÜM: SOSYAL MEDYA VE MİSAFİR DENEYİMİ AÇISINDAN GELECEĞİN PAZARLAMA STRATEJİLERİ

*Emre Özcan AKSÖZ¹
Harun DURANLIOĞLU²*

| Giriş

Turizm, sosyolojik, ekonomik ve teknolojik gibi pek çok faktör ile bağlantılı çok yönlü bir sektör niteliğindedir. Bağlantılı olduğu bu alanlarda gerçekleşebilen gelişmeler bu sektörde yaşanan turizm aktivitelerini direkt olarak etkileyebilmektedir. Turizm sektöründeki paydaşların turizm faaliyetleri, teknolojiye bu hızlı gelişim ile dönüşüme uğramaktadır (Azadaliyev ve Demirkol, 2023). Teknolojinin hızlı bir şekilde gelişmesiyle, çağımız toplumu da hızlı bir şekilde internet bazlı bu çağa ayak uydurmaya çalışmaktadır. İnternetin popüler bir hale gelmesi, sosyal medya uygulamaların kullanıcıların alışkanlıkları üzerindeki etkisi ve mobil cihazlara daha kolay erişilebilirlik gibi faktörler, tüketici davranışlarında yeni gelişmelerin oluşmasına sebep olmuştur. Teknolojik gelişmeler, birçok sektör tarafından yaygın bir şekilde kullanılarak özellikle büyük ve kurumsal pazarlarda ciddi farklar yaratmaktadır (Azadaliyev ve Demirkol, 2023). Teknolojide gerçekleşen bu gelişmeler, turizm sektöründeki işletmelerin bu gelişmeler doğrultusunda dijital stratejiler geliştirmesini ve geleneksel pazarlama stratejilerinin gözden geçirilmesine sebep olmaktadır.

¹ Prof. Dr., Anadolu Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü, Turizm İşletmeciliği AD., ozana@anadolu.edu.tr, ORCID iD: 0000-0002-4109-8847

² Anadolu Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü, harunduranlioglu@anadolu.edu.tr, ORCID iD: 0009-0008-2325-3488

olarak etkilemektedir. Çevrimiçi ortamda sosyal medya aracılığı ile yayılan kullanıcı paylaşımları, geleneksel reklamcılı geride bırakarak potansiyel müşterilerin seyahat planı yaparlarken karar alma süreçlerinde belirleyici bir etki oluşturmaktadır. Çevrimiçi misafir yorumları ve geri bildirimleri tüketici davranışlarında güven faktörü yaratırken, ön büro personeli tarafından algılanan bu etkileşimlerin hızı bir şekilde takibinin yapılması ve satış departmanlarındaki ekipler ile hızlı bir iş birliği içerisinde incelenmesi işletmelerin pazarlama stratejilerinde müşteri odaklı kişiselleştirme becerilerini güçlendirmektedir. Bu durum misafirlerin memnuniyetinin haricinde misafirlerin markaya olan sadakatini de güçlendiren bir unsur haline gelmiştir. Yeni nesil teknolojilerinden olan yapay zekâ (Aİ) destekli uygulamalar, VR-AR deneyimleri ve büyük veri analitiği seyahat planlaması yapan müşterilerin karar verme aşamalarında belirleyici konumdadırlar. Sohbet botları (chatbot) ve otomasyon temelli sistemler turizm sektöründeki işletmelere hem operasyonel verimlilik açısından hemde müşteri memnuniyetlerinin sağlanması açısından katkı sağlamaktadır. Sektördeki işletmeler veya destinasyonlar bu yeni nesil teknolojileri kullanarak sadece piyasada rekabet üstünlüğü elde etmekle kalmayıp aynı zamanda da sektörün kendisinin gelişmesine ve bu dönüşümlere ayak uydurmasına da katkı sağlayacaktır. Sonuç itibari ile dijital dönüşüm sürecinde dijital araçların doğru kullanımı, sosyal medya platformları ve müşteri deneyimleri ile şekillenen pazarlama ve satış stratejilerinin oluşturulması, ön büro ve satış departmanlarının iyi ve etkili işbirliği içerisinde olmaları ve yeni nesil teknolojilere uyum sağlanması, turizm sektöründeki işletmelerin gelecekte elde edebilecekleri kazanımları ve başarıların anahtarıdır. Dijitalleşen dünya adapte olabilen, misafir memnuniyetlerine önem verip verilere dayalı stratejiler geliştirebilen işletmeler bu sektörde her zaman devamlılığını sağlayabileceği bir durumda olacaklardır.

Kaynakça

- Akıncı, Z., Yurcu, G., & Aybar, D. H. (2019). Otel İşletmelerinde Ön büro Departmanı Çalışanlarının Müşteri İlişkileri Yönetimi (Miy) Uygulamalarında Rolünün Değerlendirilmesi. *Akademik Araştırmalar ve Çalışmalar Dergisi (AKAD)*, 11(20), 180-195. <https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/725185>
- Aktan, E. (2018). Sosyal Medyanın Turizm Pazarlamasındaki Rolünün Değerlendirilmesi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 6(3), 228-248 <https://doi.org/10.21325/jotags.2018.280>
- Atasoy, B., & Çavuşoğlu, Ş. (2023). Turizm Endüstrisi Açısından Sanal Gerçeklik Sistemleri Üzerine 25 Yıllık Bir Araştırma: Bilimsel Makalelerin İçerik Analizi. *Tu-*

- rizm ve İşletme Bilimleri Dergisi*, 3(1), 51-69.<https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/2930910>
- Avcı, E., & Bilgili, B. (2020). Sosyal Medya Fenomen Özelliklerinin Takipçilerin Destinasyonu Ziyaret Etme Niyeti Üzerindeki Etkisi. *Tourism and Recreation*, 2(Ek 1), 83-92.<https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/1324804>
- Azadaliyev, S., & Demirkol, Ş. (2023). Turizm Sektöründe Artırılmış Gerçeklik Ve Dijital Dönüşümün Değerlendirilmesi. *Turizm Çalışmaları Dergisi*, 5(1), 11-26.<https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/3348693>
- Bahar, O., & Şayka, H. (2021). Tüketicilerin Turistik Ürün Satın Alma Süreçlerinde Sosyal Medyanın Rolü Ve Önemi: X Ve Y Kuşaklarına Yönelik Karşılaştırmalı Bir Analiz. *International Journal of Social Sciences and Education Research*, 7(3), 220-234.<https://doi.org/10.24289/ijsser.701579>
- Bamyacıoğlu, T., & Mazıcı, E. T. (2021). Kullanıcı Türevli İçeriklerin Satın Alma Davranışına Etkisi Üzerine Bir Araştırma. *Turkish Journal of Marketing*, 6(2), 143-159. <https://doi.org/10.30685/tujom.v6i2.120>
- Başer, M. Y., & Olcay, A. (2022). Akıllı Turizmde Yapay Zekâ Teknolojisi. *Gaziantep University Journal Of Social Sciences*, 21(3), 1795-1817.<https://doi.org/10.21547/jss.1084783>
- Bozok, D., & Güven, Ö. Z. (2014). Termal Konaklama İşletmelerinde Müşteri İlişkileri Yönetimi (Crm) Üzerine Bir Araştırma: Frigya Bölgesi Örneği. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, (41).<https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/55980>
- Bucak, T. (2007). *Otel İşletmelerinde Hizmet İçi Eğitimi Ve İş Tatmini İlişkisi: İzmir Merkez Ve Çeşme'deki Beş Yıldızlı Oteller İle İlgili Bir Uygulama* (Yüksek Lisans Tezi), Dokuz Eylül Üniversitesi. <https://www.proquest.com/openview/61e51adbb25c9c40fb72e3201157ef8e/1?pq-origsite=gscholar&cbl=2026366&diss=y>
- Bulchand-Gidumal, J. (2022). Impact Of Artificial Intelligence İn Travel, Tourism, And Hospitality. In *Handbook Of E-Tourism*. 1943-1962. Cham: Springer International Publishing.https://doi.org/10.1007/978-3-030-05324-6_110-1
- Candan, T. (2022). *Sosyal Medya Fenomenlerinin Destinasyon Tercihi Üzerindeki Etkisi: Kuşaklar Arası Bir Karşılaştırma* (Yüksek Lisans Tezi), Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.<https://acikerisim.aku.edu.tr/xmlui/handle/11630/10123>
- Cigerci, E. (2025). Sanal Yolculuklar, Gerçek Deneyimler: Ar/Vr İle Yeni Nesil Turizm Pazarlaması. *Uluslararası Akademik Birikim Dergisi*, 8(2), 307-318. <https://doi.org/10.5281/zenodo.15077459>
- Çağlayan, M. N., Hassan, A. (2025). Turizmde Yapay Zeka Tabanlı Chatbotlar: Olumlu ve Olumsuz Yönleri Üzerine Kavramsal Bir Literatür Analizi. İçinde E. Taşkıran, S. Gültekin. (Ed.). *23. Geleneksel Turizm Sempozyumu*. 67. Düzce Üniversitesi Yayınları. https://www.researchgate.net/publication/393228213_Turizmde_Yapay_Zeka_Tabanli_Chatbotlar_Olumlu_ve_Olumsuz_Yonleri_Uzerine_Kavramsal_Bir_Literatur_Analizi
- Çavuş, M. N. (2024) Turizmde Dijital Pazarlama Bağlamında Sosyal Medya Üzerine Yapılan Çalışmaların Vosviewer İle Bibliyometrik Analizi (Bibliometric Analysis

- Of Studies On Social Media In The Context Of Digital Marketing In Tourism With Vosviewer). *Journal of Gastronomy, Hospitality and Travel*, 7(1), 147-163<https://doi.org/10.33083/joghat.2024.392>
- Çiçek, M. A. (2022). Sezgin, M., Köseoğlu A. (Ed.), Dijital Turizmde Marka, Marka İmajı Ve Markalaşma (s.399-416). https://www.researchgate.net/profile/Mustafa-Cicek-13/publication/364324569_DIJITAL_TURIZMDE_MARKA_MARKA_IMAJI_VE_MARKALASMA/links/63485cb52752e45ef6b4a2f4/DIJITAL-TURIZMDE-MARKA-MARKA-IMAJI-VE-MARKALASMA.pdf
- Çuhadar, Y. U. S. U. F. (2025). Kış Turizmi Bağlamında Çevrimiçi Tüketici Yorumlarının İncelenmesi: Uludağ Kayak Merkezi Örneği. *Journal Of Academic Social Resources (Asr Journal)*, 10(1), 1-13.<https://doi.org/10.5281/zenodo.14>
- Demir, A. (2017). *Otel İşletmelerinde Çalışma Koşullarının İşgören Motivasyonu Üzerindeki Etkisi: İstanbul'daki 4 Ve 5 Yıldızlı Otellerin Ön büro Departmanında Bir Araştırma* (Yüksek Lisans Tezi), Beykent Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Demirezen, B. (2019). Artırılmış Gerçeklik Ve Sanal Gerçeklik Teknolojisinin Turizm Sektöründe Kullanılabilirliği Üzerine Bir Literatür Taraması. *Uluslararası Global Turizm Araştırmaları Dergisi*, 3(1), 1-26.<https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/710628>
- Duman, H., Arıca, R., & Acar, D. Sosyal Medyanın Etkisiyle Doğaya Yolculuk: Turistik Tercih Süreçleri. *Gsi Journals Serie A: Advancements In Tourism Recreation And Sports Sciences*, 8(1), 206-221.<https://doi.org/10.53353/atrss.1539628>
- Dülgaroğlu, O. (2021). *Turizmde Sosyal Medya İletişiminin, Duyusal Markalama, Müşteri Değeri Ve Sadakatine Etkisi: Ayvalık'ta Konaklayan Yerli Turist Algılamaları* (Doktora Tezi, Balıkesir Üniversitesi).<https://www.proquest.com/openview/0bc790645240b12370222f5a3d80c9db/1?pq-origsite=gscholar&cbl=2026366&diss=y>
- Eksili, N., & Çaylak, P. Ç. (2022). Konaklama İşletmeleri Yöneticilerinin Dijitalleşme Algısına Yönelik Metaforik Çalışma. *Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi Sbe Dergisi*, 12(Dijitalleşme), 257-269.<https://doi.org/10.30783/nevsosbilen.1167481>
- Engin, M., & Erduran, Y. (2024). Turizmde Ziyaretçi Deneyimlerinin İncelenmesi: İneğöl Örneği.<https://uludag.edu.tr/dosyalar/eib/122024eib51629797181847.pdf>
- Ercan, F. (2020). Akıllı Turizmde Büyük Veri Kullanımı: Sistematik Bir Derleme. *Opus International Journal Of Society Researches*, 16(32), 5230-5249.<https://doi.org/10.26466/opus.780017>
- Ercan, F. (2020). Turizm Pazarlamasında Yapay Zekâ Teknolojilerinin Kullanımı Ve Uygulama Örnekleri. *Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi Turizm Fakültesi Dergisi*, 23(2), 394-410.<https://doi.org/10.34189/tfd.23.02.009>
- Erdem, A. (2023). Akıllı Turizmin Chatgpt Tarafından Değerlendirilmesi (Evaluation Of Smart Tourism By Chatgpt). *Journal Of Tourism & Gastronomy Studies*, 11(4), 3298-3313.<https://doi.org/10.21325/jotags.2024.1343>
- Eren, D. (2025). Turizm Sektöründe Yapay Zekâ Destekli Dijital Uygulamalar. In: Çark, Ö. (ed.), *Dijital Dönüşüm Çağında Yönetim: İnsan, Teknoloji ve Organizasyon*. Özgür Yayınları. DOI: <https://doi.org/10.58830/ozgur.pub678.c2833>
- Filieri, R., Algezau, S., & Mcleay, F. (2015). Why Do Travelers Trust Tripadvisor? Antecedents Of Trust Towards Consumer-Generated Media And Its Influence On

- Recommendation Adoption And Word Of Mouth. *Tourism Management*, 51, 174-185. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2015.05.007>
- Fotis, J., Buhalis, D., & Rossides, N. (2012). Social Media Use And Impact During The Holiday Travel Planning Process. In *Information And Communication Technologies In Tourism 2012* 13-24. https://doi.org/10.1007/978-3-7091-1142-0_2
- Gökdemir, A. (2022, Aralık 16). CRM Nedir? Müşteri İlişkileri Yönetimi 101. Medya Akademi. <https://medyaakademi.com.tr/2022/12/16/crm-nedir-musteri-iliskileri-yonetimi-101/>
- Gök Olgun, B. (2024). Akıllı Turizm. In: Karaca, Ş. (ed.), *Turizm ve Dijital Pazarlama (Teori ve Uygulamalar)*. Özgür Yayınları. DOI: <https://doi.org/10.58830/ozgur.pub603.c2541>
- Göral, R. (2014). Turizm Sektöründe Stratejik Kriz Yönetimine İlişkin Bütünsel Bir Çerçeve. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (32), 89-101. <https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/1724735>
- Guttag, D. A. (2010). Virtual Reality: Applications And Implications For Tourism. *Tourism Management*, 31(5), 637-651. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2009.07.003>
- Güzel, T., & Başaran, Y. (2019). Turizmde Kullanılan Mobil Uygulamalar ve Müşteri Deneyim Etkileşimi. *Sivas Interdisipliner Turizm Araştırmaları Dergisi*, (4), 15-32. <http://sita.cumhuriyet.edu.tr/en/download/article-file/1057367>
- İlsoyer, H. M. (2022). Sosyal Medya Pazarlama Faaliyetlerinin Marka İmajı Ve Marka Sadakati Üzerine Etkisi (Yüksek Lisans Tezi), Kırşehir Ahi Evran Üniversitesi. <https://www.proquest.com/openview/9739baea9cdaa58b60a3fb7de62bfeb9/1?pq-origsite=gscholar&cbl=2026366&diss=y>
- İmre, N. (2020). Turizm Sektöründe Sosyal Medya Kullanımı Üzerine Bir Değerlendirme. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(2), 1655-1670. <https://doi.org/10.26677/tr1010.2020.418>
- Jung, T., Chung, N., & Leue, M. C. (2015). The Determinants Of Recommendations To Use Augmented Reality Technologies: The Case Of A Korean Theme Park. *Tourism Management*, 49, 75-86. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2015.02.013>
- Karamehmet, B., & Aydın, G. (2017). Turizm Sektöründe Sosyal Medya Kullanım Etkinliğinin İyileştirilmesi: 5 Yıldızlı Oteller Üzerinde Bir Çalışma. *Uluslararası İktisadi ve İdari İncelemeler Dergisi*, 593-606. <https://doi.org/10.18092/ulikidince.323454>
- Koçkaya, F. A. (2025). Turizm Pazarlamasında Dijital Dönüşümler: Digital Transformations In Tourism Marketing. *Socrates Journal of Interdisciplinary Social Researches*, 11(51), 125-138. <https://doi.org/10.5281/zenodo.15030480>
- Krisztian Tefner. (2022). Group of tourists with VR headsets in the Buda Castle. [Stok Fotoğraf]. <https://www.shutterstock.com/tr/image-photo/budapest-hungary-0904-group-tourists-vr-2109260030>
- Leung, D., Law, R., Van Hoof, H., & Buhalis, D. (2013). Social Media In Tourism And Hospitality: A Literature Review. *Journal Of Travel & Tourism Marketing*, 30(1-2), 3-22. <https://doi.org/10.1080/10548408.2013.750919>
- M. Bahçelerli, N. & Tıralı, F. (2024). Turizmde Sosyal Medya Pazarlaması. In: Karaca, Ş. (ed.), *Turizm ve Dijital Pazarlama (Teori ve Uygulamalar)*. Özgür Yayınları. DOI: <https://doi.org/10.58830/ozgur.pub603.c2694>

- Mesci, Z., & Biçer, G. (2024). Seyahat Acentalarında Dijitalleşme: İstanbul Örneği. *Sivas Interdisipliner Turizm Araştırmaları Dergisi*, 7(2), 229-242. <http://sita.cumhuriyet.edu.tr/tr/download/article-file/4274758>
- My Agency. (2018). *Woman hands using tripadvisor app on smart phone for booking the apartments and searching interesting place. Close up. Indoor shoot.*[Stok Fotoğraf]. <https://www.shutterstock.com/tr/image-photo/new-york-march-10-2017-woman-1012712002>
- Önelke, S., & Akın, M. H. (2023). Konaklama İşletmelerinde Gerçek Zamanlı Pazarlama: Sosyal Medya Paylaşımlarına Yönelik Bir İnceleme. *Journal Of Tourism Intelligence And Smartness*, 6(2), 45-59. <https://doi.org/10.58636/jtis.1272972>
- Özdemir, S. (2024). “ULAKBİM” Kapsamındaki Akademik Dergilerde “Turizm Ve Yapay Zekâ” Konulu Makalelerin Değerlendirilmesi. *Seyahat Ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 21(3), 719-746. <https://doi.org/10.24010/soid.1544273>
- Öztürk, Y., & Pekduyurucu, B. (2009). Müşteri İlişkileri Yönetiminde Ön büro Departmanı. *Anadolu Bil Meslek Yüksekokulu Dergisi*, (15), 33-44. <https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/746209>
- Pekduyurucu, B. (2008). *Turizm İşletmelerinde Müşteri İlişkileri Yönetimi Uygulamalarında Ön büro Çalışanlarının Rolü* (Yüksek Lisans Tezi), Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü.
- PwC Türkiye. (2023, Ekim). *Yeni Nesil Müşteri Deneyimi Yönetimi 2023 Araştırması*. PwC Türkiye. <https://www.pwc.com.tr/tr/assets/pdf/yeni-nesil-musteri-deneyimi-yonetimi-arastirmasi-2.pdf>
- Selçuk, E., & Usta, M. (2021). Kullanıcı Türevli İçeriğin Tüketicilerin Restoran Tercihlerine Etkisi: İzmir’de Bir Araştırma. *International Journal Of Contemporary Tourism Research*, 5(2), 164-181. <https://doi.org/10.30625/ijctr.1026275>
- Serçek, S., & İrfan, İ. L. A. N. (2023). Turizmde Büyük Veri Üzerine Kavramsal Bir Araştırma (2018-2023) (A Conceptual Research On Big Data İn Tourism (2018-2023)). *Journal Of Tourism & Gastronomy Studies*, 11(2), 1462-1490. <https://doi.org/10.21325/jotags.2023.1252>
- Timur, B., & Köz, E. N. (2022). Turizmde Sanal Gerçeklik ve Artırılmış Gerçeklik Çalışmaları Üzerine Sistematiik Bir Literatür Taraması. *Turizm Akademik Dergisi*, 9(1), 233-251. <https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/1991591>
- Tsaih, R. H., & Hsu, C. C. (2018). Artificial Intelligence in Smart Tourism: A Conceptual Framework. *In Proceedings of The 18th International Conference on Electronic Business* 124-133. <https://core.ac.uk/download/pdf/301379098.pdf>
- Turizm gazetesİ. (2024, Ağustos). Sosyal medyanın turizmdeki etkisi genişliyor. Erişim Adresi: <https://www.turizm gazetes i.com/haber/sosyal-medyanin-turizmdeki-etki-si-genisliyor/87896> (Erişim Tarihi: 20.06.2025)
- Turizm Güncel. (2024). TripAdvisor araştırdı: Otel yorumları rezervasyonları nasıl etkiliyor?. Erişim Adresi: <https://www.turizm guncel.com/haber/tripadvisor-arastirdi-otel-yorumlari-rezervasyonlari-nasil-etkiliyor-h18025.html#:~:text=Y%C3%BCzde%2062%20lik%20bir%20kesim,rezervasyon%20yapma%20e%C4%9F iliminin%20artt%C4%B1%C4%9F%C4%B1n%C4%B1%20belirtiyor.&text=TripAdvisor%20%C3%BCzerinden%2C%20konaklayacak%20uygun%20bir,yorumlar%20>

- ise%20son%20yap%C4%B1lm%C4%B1%C5%9F%20yorumlar. (Erişim Tarihi: 20.06.2025)
- Uyrun, A., Ceylan, Y.& Coşkun, K. (2024) (Eds.)*Turizmde Dijitalleşme Ve E-Turizm Pazarlama Stratejileri*.Özgür Yayınları<https://doi.org/10.58830/ozgur.pub600>
- Üstüner, M., & Dilek, S. E. (2024). Turizm Ve Teknoloji İlişkisi: Uluslararası Turizm Dergilerindeki Makalelere Yönelik Bibliyometrik Bir Değerlendirme. *Journal Of Tourism Intelligence And Smartness*, 7(1), 36-50.<https://doi.org/10.58636/jtis.1469307>
- Wantstats. (2023). Turkey Augmented and Virtual Reality Market Outlook (2018 to 2032). <https://www.wantstats.com/charts/turkey-augmented-and-virtual-reality-market-162712> (Erişim Tarihi: 20.06.2025)
- Yanık, A. (2016). Turizmde Şikâyet Yönetim Sistemlerinden Müşteri Memnuniyeti Yaratmak: Palandöken Kayak Tesisleri Örneği. *Seyahat Ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 13(3), 102-106.<https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/274469>
- Yetkin, M. (2013). Konaklama Tesisleri Yöneticilerinin Otel Değerlendirme Sitelerine Yönelik Tutumları: Alanya Örneği.
- Yıldırım, M. (2025, Haziran 30). *Dijital Dönüşüm Sürecinde Otelcilikte Yapay Zekâ Kullanımı: Uygulama Alanları ve Etkileri*. LinkedIn. <https://tr.linkedin.com/pulse/dijital-d%C3%B6n%C3%BC%C5%9F%C3%BCm-s%C3%BCrecinde-otelcilikte-yapay-zek%C3%A2-ve-mustafa-y%C4%B1ld%C4%B1r%C4%B1m-mai0c>
- Yoo, K. H., & Gretzel, U. (2011). Influence Of Personality On Travel-Related Consumer-Generated Media Creation. *Computers In Human Behavior*, 27(2), 609-621. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2010.05.002>

BÖLÜM 12

SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK VE SÜRDÜRÜLEBİLİR (YEŞİL) OTELCİLİK UYGULAMALARI

Muhammed Eren MASAT¹

Giriş

Sürdürülebilirlik, bugünün insanların ihtiyaçlarını gelecek nesillerin ve doğanın ihtiyaçlarını karşılama durumlarının korunarak karşılaması şeklinde tanımlanmaktadır (Güner, 2020). Kavramının günümüzde kullanıldığı anlamda kullanımının 1645–1714 yılları arasında yaşamış bir maden yöneticisi olan Hans Carl von Carlowitz’e ait olduğu ifade edilmektedir (Kazak, 2025, s. 37). Sürdürülebilirlik kavramının temelleri atıldıktan sonra aslında başta Birleşmiş Milletler Teşkilatı (BM) olmak üzere özellikle birçok uluslararası kuruluşun çalışma ve çabaları sonucunda ortaya çıktığı belirtilmektedir (Şen, Kaya ve Alpaslan 2018). İşletmenin sürdürülebilirliği kavramını ise Tüyen (2019), işletmelerin ekonomik olarak var olmak amacıyla mal ve hizmet üretimlerini sürdürebilmeleri şeklinde ifade etmektedir. Gümüş ve Örgen (2018), ülkemizde sürdürülebilirlik noktasında önem arz eden yenilenebilir enerji üretim faaliyetlerinin gerçekleştirilmesi için en uygun alanlardan birinin ülkemiz ekonomisinde güçlü bir yeri olan konaklama sektörü olduğunu ifade etmektedir. Bu uygulamalara ve otellerin sürdürülebilir olmalarına ilişkin Vatan ve Poyraz (2016), otellerin, dört farklı yol ile sürdürülebilir olabildiğini belirterek, bunları; eco-lodge, yeşil otel, kurumsal sosyal sorumluluk veya sürdürülebilir turizm yaklaşımları olarak sıralamaktadır. Enerji, su ve atık yönetimi konularını sürdürülebilir turizm yaklaşımları altında açıklamaktadır. Otellerin sürdürülebilirliği yeşil bina sertifika sistemleri ile değerlendirilmektedir.

¹ Öğr. Gör. Doğu Üniversitesi, Meslek Yüksekokulu, Otel, Lokanta ve İkram Hizmetleri Bölümü, Aşçılık Pr., mmasat@dogus.edu.tr, ORCID iD: 0000-0003-4497-7457

uygulamalarla ilgili turizm endüstrisi özelinde yapılacak çalışmaların önü açıktır. Sürdürülebilirlik raporlaması konusunda turizm özelinde çalışma oldukça kısıtlıdır. Çalışmalar çoğunlukla finans alanında gerçekleştirilmiştir. Bu konuda yapılacak çalışmalar, turizm sektörü için, turizm endüstrisinin büyüklüğü, turizm ve turist hareketliliği düşünüldüğünde büyük önem arz etmektedir.

Kaynakça

- Acar, S., Çelik, S., Coşkun, K., Künc, S. (2017). Kurumsal sürdürülebilirlik kapsamında turizm sektöründe yeşil yıldız uygulamaları. 1. Uluslararası Sürdürülebilir Turizm Kongresi, 23-25 Kasım 2017 / Kastamonu-Türkiye. <https://turizm.kastamonu.edu.tr/images/2020/yayinlarimiz/1-Uluslararası-Sürdürülebilir-Turizm-Kongresi%20Bildiri-Kitabi.pdf>
- Akbal, H. (2022). Sürdürülebilir Lojistik Kapsamında Yeşil Lojistik Uygulamaları. *Kapadokya Akademik Bakış*, 6(1), 15-23. <https://dergipark.org.tr/en/pub/car/issue/74549/1135834>
- Aksoy, A. D. (2022). Sürdürülebilirlik Kavramının Tarihçesi ve Gelişimi. <https://arzukenizaksoy.com/yazi/surdurulebilirlik-kavraminin-tarihcesi-ve-gelisimi>
- Atar, A. (2020). Gelenekselden dijital turizm sektörü. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(2), 1640-1654. DOI: 10.26677/TR1010.2020.417
- Avan, S., & Dülğaroğlu, O. (2024). Turizmde Sürdürülebilir Destinasyon Yönetimi: Ayvalık Küçükköy Sentrum Projesi Örneği. https://www.researchgate.net/profile/Oguzhan-Dulgaroglu/publication/387794868_Turizmde_Surdurulebilir_Destinasyon_Yonetimi_Ayvalik_Kucukkoy_Sentrum_Projesi_Ornegi_Sustainable_Destination_Management_in_Tourism_A_Sample_of_Ayvalik_Kucukkoy_Sentrum_Project/links/677da63b18faf13f0c39c3e4/Turizmde-Suerdueruebilir-Destinasyon-Yoenetimi-Ayvalik-Kuecuekkoey-Sentrum-Projesi-Oernegi-Sustainable-Destination-Management-in-Tourism-A-Sample-of-Ayvalik-Kuecuekkoey-Sentrum-Project.pdf
- Ay, S., Atasoy, E., & Güleç, S. (2023). Dünyada ve Türkiye’de çevre eğitiminin tarihsel gelişimi. International Scientific Conference (Global Challenges for Global Science III) Bursa, TÜRKİYE https://www.researchgate.net/profile/Sedanur-ay/publication/380357471_dunyada_ve_turkiye'de_cevre_egitiminin_tarihsel_gelismisi_historical_development_of_environmental_education_in_turkey_and_the_world/links/6637f86c06ea3d0b74296a15/duenyada-ve-tuerkiyede-cevre-egitiminin-tarihsel-gelismisi-historical-development-of-environmental-education-in-turkey-and-the-world.pdf
- Aydın, Ç. (2017). Otelde uygulanan her şey hariç sistemin sürdürülebilirlik anlayışı kapsamında ele alınması. 1. Uluslararası Sürdürülebilir Turizm Kongresi, 23-25 Kasım 2017 / Kastamonu-Türkiye. <https://turizm.kastamonu.edu.tr/images/2020/yayinlarimiz/1-Uluslararası-Sürdürülebilir-Turizm-Kongresi%20Bildiri-Kitabi.pdf>
- Aydoğan, M. (2024). Leed sertifikasına sahip olan sürdürülebilir otellerin mekân tasarımı üzerinden değerlendirilmesi: İstanbul örneği. *Otuzyedi Sanat ve Tasarım Dergisi*, 3(1), 1-26. <https://dergipark.org.tr/en/pub/otuzyedisanat/issue/85377/1419854>
- Bay, E. & Buluk Eşitti, B. (2024). Ulusal ve Uluslararası Sürdürülebilir Turizm Sertifika Kriterlerinin Karşılaştırılması: Konaklama İşletmeleri Örneği, *AHBVÜ Turizm Fakültesi Dergisi*, 27 (1), 34-57. DOI: <https://doi.org/10.55931/ahbvtfd.1431671>
- Baynazoğlu, M. E., & Paksoy Çavuşoğlu, P. (2017). Turizm endüstrisinde yenilenebilir enerji kullanımı: türkiye’de turizm sektöründe yenilenebilir enerji konusuna genel bir bakış. 1. Uluslararası Sürdürülebilir Turizm Kongresi, 23-25 Kasım 2017 / Kastamonu-Türkiye https://www.researchgate.net/publication/327631733_TURIZM_ENDUSTRISINDE_YENILE-

- NEBİLİR ENERJİ KULLANIMI TÜRKİYE’DE TURİZM SEKTÖRÜNDE YENİ-LENEBİLİR ENERJİ KONUSUNA GENEL BİR BAKIS
- Baytok, A. ve Boyraz, M. (2021). Otel İşletmelerinde Çevre Yönetim Sistemi Engelleyicileri Ölçeğinin Türkçeye Uyarlanması, *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 5(3): 1927-1944. <https://www.tutad.org/index.php/tutad/article/view/524>
- Bertiz, D., Ekşi, İ., Tokmak, M., Özbey, D., Ak, M., & Güneş, A. (2019). Yeşil altyapı açısından uluslararası ve ulusal yeşil bina sertifika sistemlerinin karşılaştırılması. *Peyzaj*, 1(2), 31-39.
- Beyazyol, E., & Ataman, B. (2023). Sürdürülebilirlik raporlaması ve b1st sürdürülebilirlik endeksinde tabi şirketlerde bir araştırma. *Öneri Dergisi*, 18(59), 110-145. <https://doi.org/10.14783/maruoneri.1170235>
- Bilgiçli, İ. (2025). Konaklama İşletmeleri ve Akıllı Uygulamalar, *Teknoloji ve Turizm* içinde, (383- 418), Çilesiz, E., Ünal, A. (Ed.), Çanakkale: PA Paradigma Akademi Yayınları. https://www.researchgate.net/profile/Meliha-Sena-Yildiran/publication/393137319_Yapay_Zeka/links/68610fd892697d42903bc3c6/Yapay-Zeka.pdf
- Bircan, G. (2025). Bağımsız denetimde yeni paradigma: sürdürülebilirlik güvence denetimi. *Sayıştay Dergisi*, 35(136), 35-66. <https://doi.org/10.52836/sayistay.1613378>
- Boz, B. & Boz, H. (2024). Teknoloji Temelli Turizm. *Teknolojinin Sosyal Bilimlerde Dönüştürücü Gücü: Yeni Disiplinlerarası Yaklaşımlar*, içinde (163-183). Başarır, Ç. & Yılmaz, Ö. (Ed.), Özgür Yayınları. DOI: <https://doi.org/10.58830/ozgur.pub587.c2435>
- Buzlukçu, C. (2023). Çevreye Duyarlı Otel İşletmelerinde Çevre Etiği Farkındalığı, Çevre Dostu Davranış ve Birey-Örgüt Uyumu İlişkisi. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 20(2), 208-226. <https://doi.org/10.24010/soid.1281224>
- Cai, G., Hong, Y., Xu, L., Gao, W., Wang, K., & Chi, X. (2021). An Evaluation of Green Ryokans through a Tourism Accommodation Survey and Customer-Satisfaction-Related CAS-BEE-IPA after COVID-19 Pandemic. *Sustainability*, 13(1), 145. <https://doi.org/10.3390/sul13010145>
- Can, E. (2019). Turizmde sürdürülebilir rekabet avantajı bağlamında kaynak temelli yaklaşım. *İstanbul Journal of Social Sciences*. https://www.istjss.org/resim/2019_winter_23_2.pdf
- Ceylan, Y. (2019). Sürdürülebilir turizm kapsamında turizmde eko etiketler. *Turizm Ekonomisi Ve İşletme Araştırmaları Dergisi*, 1(1), 65-80. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/turek/issue/51493/663782>
- Çakır, G., & Çakır, A. (2010). In the Context of Sustainable Tourism Applications for the Protection of Water Resources in. *Reserach Journal of Agricultural Sciences*(1), 31-36. <https://dergipark.org.tr/en/pub/tabad/issue/34782/385078>
- Çankır, B., Fındık, H., & Koçak, Ö. E. (2012). Sürdürülebilirlik ve sürdürülebilir organizasyon yönetimi. 1st International Conference on Sustainable Business and Transitions for Sustainable Development, 11-13 October, Konya, Turkey. https://www.researchgate.net/profile/Bilal-Cankir/publication/250926996_Sustainability_and_Sustainable_Organization_Management/links/02e7e51ee3c8f756b7000000/Sustainability-and-Sustainable-Organization-Management.pdf
- Çatıcıoğlu, M., Yıldırım, M. S., & Batman, O. (2025). Yapay zeka. *Teknoloji ve Turizm* içinde, (61- 96) Çilesiz, E., Ünal, A. (Ed.), Çanakkale: PA Paradigma Akademi Yayınları. https://www.researchgate.net/publication/393137319_Yapay_Zeka
- Çavuş, Ş. & Kabadayı, M. & Kanipek, H. (2022). Otel İşletmelerinin Sürdürülebilirlik Raporlarının Küresel Raporlama Girişimi İlkelerine Göre Değerlendirilmesi, *Turizm Akademik Dergisi*, 9 (1), 83-95. <https://dergipark.org.tr/en/pub/touraj/issue/70329/972839>
- Çavuşoğlu, S., & Durmaz, Y. (2019). Yeşil davranışlara karşı tutumun ziyaret niyetine etkisinde yeşil imajın düzenleyicilik rolü: yeşil oteller örneği. *Fırat University Journal of Social Sciences*, 29(2), 303-315. <https://doi.org/10.18069/firatsbed.540080>

- Çelik, A., & Golcheshmeh, S. (2018). Sürdürülebilir turizm kapsamında otellerde su tasarrufu ve havlu kullanımına ahlaki normların etkisi. https://www.researchgate.net/publication/329781907_Surdurulebilir_Turizm_Kapsaminda_Otellerde_Su_Tasarrufu_Ve_Havlu_Kullanimina_Ahlaki_Normların_Etkisi
- Çilingir, F., & Erkiş, E. (2021). Yeşil yıldızlı otel işletmelerinin yeşil yönetim ve uygulamaları üzerine bir inceleme: muğla örneği. *Journal of Tourism Intelligence and Smartness*, 4(2), 218-238. <https://dergipark.org.tr/en/pub/jtis/issue/63047/975221>
- Çilingir, F., & Erkiş, E. (2023). Konaklama İşletmeleri Yöneticilerinin Yeşil Yönetim Uygulamalarına Yönelik Görüşlerinin İncelenmesi: Trabzon Örneği. *Uluslararası Global Turizm Araştırmaları Dergisi*, 6(2), 63-89. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/ijgtr/issue/74565/1192662>
- Demircioğlu, E. N., & Ever, D. (2019). Sürdürülebilirlik muhasebesinin teorik açıdan incelenmesi. *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 28(3), 59-72. <https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/868537>
- Demirtaş, F., & Çinici, A. (2019). Sekizinci sınıf öğrencilerinin ekolojik ayak izleri ile sürdürülebilir çevre tutumlarının çeşitli değişkenler açısından incelenmesi. *Atatürk Üniversitesi Kazım Karabekir Eğitim Fakültesi Dergisi*(38), 46-65. <https://doi.org/10.33418/ataunikkfd.549459>
- Dere, İ., & Çinikaya, C. (2023). Tiflis Bildirgesi ve BM 2030 sürdürülebilir kalkınma amaçlarının çevre eğitimi ve iklim değişikliği dersi öğretim programına yansımaları. *Ordu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi*, 13(1), 1343-1366. <https://doi.org/10.48146/odusobiad.1218188>
- Doğan, M., & Ayhan, B. (2025). Kurumsal Sürdürülebilirlik Raporlamasına Yönelik Çerçeve ve Standartları. *Uluslararası Akademik Yönetim Bilimleri Dergisi*, 11(17), 94-130. <https://doi.org/10.51947/yonbil.1643344>
- Doğan, O., & Mutlu, E. E. (2025). Volunteer perceptions of organic farms in accordance with GSTC criteria: A case study of WWOOF Türkiye. *Journal of Multidisciplinary Academic Tourism*, 10(3), 251-262. <https://doi.org/10.31822/jomat.2025-10-3-251>
- Durmaz, M. Ş. ve Güneş, S. G. (2020). Çevre dostu oteller ve dijital dönüşüm, C. Bilgi, M.C. Şapıcılar, S. Uslu, Z. Yetiş (Ed.) *Turizme akademik yaklaşımlar*, İçinde: (14- 29). Konya Büyükşehir Belediyesi Kültür Yayınları. 14. Konya-Türkiye https://www.researchgate.net/profile/Bilge-Arican/publication/364032340_TURIST_REHBERLERİNİN_PANORAMA_MUZELERİ_HAKKINDAKI_GORUSLERİ_VE_ZİYARETCİLER_UZERİNDEKİ_GOZLEMLERİ/links/6336dfb9769781354ea84724/TURIST-REHBERLERİNİN-PANORAMA-MUeZELERİ-HAKKINDAKI-GOeRUeSLERİ-VE-ZİYARETCİLER-UeZERİNDEKİ-GOeZLEMLERİ.pdf#page=28
- Durmuş, A. K. (2024). Turizm Konaklama İşletmelerinde, Sürdürülebilirlik Raporlarının İncelenmesi ve Önceliklendirme Analizi Raporu Örneği [Master's thesis, Kapadokya Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim, Öğretim ve Araştırma Enstitüsü]. Nevşehir. <https://hdl.handle.net/20.500.12695/2977>
- Ertan, Y. (2018). Türkiye’de sürdürülebilirlik raporlaması (2005-2017). *Journal of Accounting and Taxation Studies*, 11(3), 463-478. <https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/552233>
- Ertaş, F. C., & Doğan, Ö. (2021). Çevresel uygulamaların maliyet ve rekabet gücü açısından işletmeye etkisi: yeşil yıldızlı oteller üzerinde bir araştırma. *Muhasebe Bilim Dünyası Dergisi*, 23(3), 467-494. <https://doi.org/10.31460/mbdd.820649>
- Geçimli, M. (2021). Sürdürülebilir Tasarımda Yeşil Bina Sertifikasyon Sistemlerinin Karşılaştırmalı Analizi: BEST-DGNB. *Online Journal of Art and Design*, 9(4). <https://adjournal.net/articles/94/943.pdf>
- Gedik, Y. (2020). Sosyal, ekonomik ve çevresel boyutlarla sürdürülebilirlik ve sürdürülebilir kalkınma. *Uluslararası Ekonomi Siyaset İnsan ve Toplum Bilimleri Dergisi*, 3(3), 196-215. <https://dergipark.org.tr/en/pub/ijephss/issue/54205/722850>

- Gedik, Y. (2021). Turizm sektöründe destinasyon pazarlaması: eğilimler, destinasyon pazarlama stratejileri ve destinasyon pazarlamasında karşılaşılan zorluklar üzerine kavramsal bir çerçeve. *Journal Of Tourism Intelligence And Smartness*, 4(2), 117-139. <https://dergipark.org.tr/en/pub/jtis/issue/63047/964857>
- Göcen, C. & Şahin, S. (2021). Sürdürülebilir Kalkınma Amaçları Bağlamında Coğrafya Eğitimi, *International Journal of Eurasia Social Sciences (IJOESS)*, 12(46), 1355-1370. DOI: <http://dx.doi.org/10.35826/ijoess.3034>
- Gümüş, İ., & Ögeve, C. (2018). Konaklama sektöründe yenilenebilir enerji kaynaklarının kullanımı ve sürdürülebilirlik açısından turizme olan ekonomik etkileri. *Uluslararası Türk Dünyası Turizm Araştırmaları Dergisi*, 3(1), 73-84. <https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/502055>
- Gündüz, C. (2024). Dijital Dönüşüm ve Akıllı Turizm: Yapay Zekâ, Büyük Veri ve Akıllı Destinasyon Yönetiminin Sürdürülebilir Geleceği. *Akademik Bakış: Turizm Sektörü*, içinde, (23-40), Atak, O., Demircan, Ş., Dalgın, T (Ed.), Gaziantep: Özgür Publications. DOI: <https://doi.org/10.58830/ozgur.pub>
- Güner, U. (2020). *Çevresel sürdürülebilirlik*. https://books.google.com.tr/books?id=g9rNDwA-AQBAJ&lpg=PT6&ots=eO3aADw_Rv&dq=s%C3%BCrd%C3%BCr%C3%BClebilirlik&lr=lang_tr&hl=tr&pg=PP1#v=onepage&q=s%C3%BCrd%C3%BCr%C3%BClebilirlik&f=true
- Gürlük, S. (2010). Sürdürülebilir kalkınma geliştirmekte olan ülkelerde uygulanabilir mi. *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İİBF Dergisi*, 5(2), 85-99. <https://www.ajindex.com/dosyalar/makale/acarindex-1423880316.pdf>
- İlgar, R. (2025). Çanakkale ili mavi bayrak plaj eko-etiketi. *Türk & İslam Dünyası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 12 (44), 59 81. 10.29228/TIDSAD.79728
- Işık, Z., Işık, M. F., & Yıldız, T. E. (2025). Sınırları Aşan Deneyimler; Turizmde İnovasyonun Bilimsel ve Pratik Yansımaları. *Journal of Silk Road Tourism Research*, 5(1),43-55 <https://doi.org/10.5281/zenodo.15766681>
- Işıldar, P. (2016). Sürdürülebilirlik ve gastronomi. H. Kurgun, D. Bağırhan Özşeker, (Ed.), *Gastronomi ve turizm* (s. 47- 63). Ankara: Detay Yayıncılık
- İlban, M. O., Çolakoğlu, F., & Gümrükçü, S. (2023). Konaklama işletmelerinde sürdürülebilirlik. *Uluslararası Global Turizm Araştırmaları Dergisi*, 7(2), 123-137. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/ijgtr/issue/81772/1365784>
- Kanigür, S., & Ünlüöner, K. (2022). Turizmde Yeşil Pazarlama Kapsamında Yeşil Anahtar Uygulaması: Ankara Örneği. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 10(4), 3139-3153. DOI: 10.21325/jotags.2022.1134
- Kaya F, Ek, N. H. (2021). Kalkınmanın Çevre Sorunları Üzerine Etkisi: Sürdürülebilir Kalkınma Kavramına Bütüncül Bir Bakış: *Chj*; 2(2):79-84 https://www.researchgate.net/profile/Funda-Kaya-9/publication/372448166_The_Impact_of_Development_on_Environmental_Problems_An_Integrated_Overview_of_the_Concept_of_Sustainable_Development/links/64b7a9c58de7ed28baac3290/The-Impact-of-Development-on-Environmental-Problems-An-Integrated-Overview-of-the-Concept-of-Sustainable-Development.pdf
- Kayı, N. (2022). Yeşil destinasyon modeli. <https://sentrum.com.tr/assets/files/yesil-destinasyon-modeli.pdf>
- Kazak, G. (2025). Sürdürülebilirlik Okuryazarlığı. *Amasya Üniversitesi Ekonomi Ticaret ve Pazarlama Dergisi*, 2(1), 24-49. <https://dergipark.org.tr/en/pub/auetp/issue/92020/1660488>
- Kazoğlu, İ. H., & Nazlıoğlu, E. H. (2022). Turizm endüstrisinde yeşil enerji kullanımı üzerine bir inceleme. *Uluslararası Türk Dünyası turizm, ekonomi ve kültürel miras sempozyumu*; 23-24 Haziran 2022; Denizli. *Türkiye* <https://gcris.pau.edu.tr/bitstream/11499/45826/1/192-200.pdf>

- Keleş, D. (2023). Birleşmiş Milletler (BM) Sürdürülebilir Kalkınma Amaçları Çerçevesinde Türkiye’de Sürdürülebilirlik Raporlaması: BİST’e Kote Edilmiş Bazı Holding İşletmeleri Üzerine Bir Araştırma. *İşletme Akademisi Dergisi*, 4(3), 257–270. <https://doi.org/10.26677/TR1010.2023.1293>
- Kim, Y., Tanaka, K., & Matsuoka, S. (2020). Environmental and economic effectiveness of the Kyoto Protocol. *Plos one*, 15(7), <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0236299>
- Kültür ve Turizm Bakanlığı, (2023). https://cevreselgostergeler.csb.gov.tr/cevreye-duyarli-konaklama-tesisi-sayisi-i-85845#_ednrefl
- Mesci, Z., & Biçer, G. (2024). Seyahat acentalarında dijitalleşme: İstanbul örneği. *Sivas Interdisipliner Turizm Araştırmaları Dergisi*, 7(2), 229-242. <http://sita.cumhuriyet.edu.tr/tr/pub/issue/89369/1564012>
- Mutdoğan, A. S. (2021). Sürdürülebilirlik kavramı ve güneş enerjisi. A. S. Mutdoğan, (Ed.), *Güneşin Yeniden Keşfi*, (s. 15-44). İstanbul: Yeni İnsan Yayınevi https://books.google.com/books?hl=tr&lr=lang_tr&id=H7t8EAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA15&dq=s%C3%BCrd%C3%BCr%C3%BClebilirlik+hans+carl+von+carlowitz&ots=KR8pqqXLq3&sig=6rV3FxcKMMVqnQ79y92z-MKtp5
- Nakiboğlu, A., & Bozkaya, Ş. (2019). Environmental summits in the scope of sustainable development. *Route Educational and Social Science Journal*, Volume 6(11). https://ressjournal.com/Makaleler/1394509901_48_%C5%9Eeyma%20BOZKAYA.pdf
- Onat, G. (2025). Yerel gıda tüketim değerinin sürdürülebilir turizm kalkınmasına etkisi: turizm işletmelerinde bir uygulama. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 17(1), 689–707. <https://doi.org/10.20491/isarder.2025.1997>
- Öncel, M., & Eker Şanlı, G. (2023). Turizm sektöründe ekolojik yaklaşımlar ve yeşil pazarlama uygulamaları: bursa mövenpick oteli. *Uludağ Üniversitesi Mühendislik Fakültesi Dergisi*, 28(1), 207-216. <https://doi.org/10.17482/uumfd.1075626>
- Önel, B. (2021). İşletmelerin yeşil yönetim algıları ve sürdürülebilirlik bilinci. *Uluslararası Afro-Avrasya Araştırmaları Dergisi*, 6(11), 21-33. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/ijar/issue/58669/841581>
- Özgürel, G., & Yılmaz, O. K. (2021). Turizm İşletmelerinde Sürdürülebilirlik: Balıkesir İli Üzerine Bir İnceleme Sustainability in Tourism Enterprises: A Study on Balıkesir Province. III. Uluslararası Sürdürülebilir Turizm Kongresi. 12-14 Kasım 2021, Ordu- Türkiye
- Özkaya, B., & Kazançoğlu, İ. (2020). Lojistik işletmelerini yeşil tedarik zinciri yönetimine yönlendiren etkenlerin değerlendirilmesi. *Yaşar Üniversitesi E-Dergisi*, 15(59), 490-502. <https://doi.org/10.19168/jyasar.687851>
- Özoğul Balyalı, T., & Akgiş İlhan, Ö. (2023). Turizm ve Dijitalleşme Konulu Araştırmaların Bilimsel Haritalama Tekniği ile Bibliyometrik Analizi. *Ahi Evran Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 9(1), 117-133. <https://doi.org/10.31592/aeusbed.1109542>
- Özsöğün- Çalışkan, A. (2012). Sürdürülebilirlik Raporlaması. *Journal of Accounting and Taxation Studies*, 5(1), 41-68. <https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/1526031>
- Öztür, H.K., Öztürk, H.M. ve Dombaycı, Ö. A. (2018). Turizm Sektöründe Enerji Tüketimi ve Enerji Tasarruf Olanakları. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 2(1), 17-28. <https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/498315>
- Öztürk, S., Yiğit, C. T., & Umdü, D. Ç. (2017). Sürdürülebilir turizm kapsamında sertifikasyon ve ekoetiketler. In 1th International Sustainable Tourism Congress, Kastamonu, Turkey, 374–380. <https://turizm.kastamonu.edu.tr/images/2020/yayinlarimiz/1-Uluslararası-Sürdürülebilir-Turizm-Kongresi%20Bildiri-Kitabi.pdf>
- Rebelatto, B. G., Salvia, A. L., Brandli, L. L., & Leal Filho, W. (2024). Examining Energy Efficiency Practices in Office Buildings through the Lens of LEED, BREEAM, and DGNB Certifications. *Sustainability*, 16(11), 4345. <https://doi.org/10.3390/su16114345>

- Sarı Tekin, C. (2021). Yeşil binalar. *PEARSON JOURNAL*, 6(13), 134–140. <https://doi.org/10.46872/pj.288>
- Sarı, V. İ. (2020). Türkiye’de Ulusal ve Bölgesel Politika Belgelerinde Sürdürülebilir Turizm Planlaması, *Coğrafi Bilimler Dergisi/ Turkish Journal of Geographical Sciences*, 18(1), 1-27, doi: 10.33688/aucbd.615191.
- Sayedwa, N. H., & Queiros, R. (2022). Stakeholder challenges impeding attainment of Blue Flag Status at Eastern Beach in East London, South Africa. *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*, 11(4), 1425-1442. https://www.ajhtl.com/uploads/7/1/6/3/7163688/article_9_11_4_1425-1442.pdf
- Sert, A. N., (2017). Konaklama İşletmelerinde Yeşil Pazarlama Uygulamaları: Doğa Residence Otel Örneği, *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 1(1):1-20. DOI: 10.26677/tutad.2017.0
- Sipahi, S., & Tavşan, F. (2019). Otel yapılarında sürdürülebilir yaklaşımlar ve yeşil bina sertifikasyon sistemleri. *Nevşehir Bilim ve Teknoloji Dergisi*. Doi: 10.17100/nevbittek.572354
- Sunar, H., Ateş, A., & Köseoğlu, A. (2025). Konaklama İşletmelerinde Yapay Zekâ Uygulamaları Üzerine Yapılan Çalışmaların İncelenmesi. *Söke İşletme Fakültesi Dergisi*, 2(3), 37-51. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/sifd/issue/93141/1693332>
- Sünbül, Y. (2020). INTOSAI geliştirme girişimi sürdürülebilir kalkınma hedefleri denetim modeli ISAM. *Sayıştay Dergisi*, (116), 143-146. <https://dergipark.org.tr/en/pub/sayistay/issue/61572/919341>
- Şahinöz, A. (2019). Sürdürüleemeyen “sürdürülebilir kalkınma”. *Ufuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 8(15), 77-101. <https://dergipark.org.tr/en/pub/ufuksbedergi/issue/57470/815064>
- Şen, H., Kaya, A., & Alpaslan, B. (2018). Sürdürülebilirlik üzerine tarihsel ve güncel bir perspektif. *Ekonomik Yaklaşım*, 29(107). doi: 10.5455/ey.39101
- Tellioglu, S. (2019). Yeşil Ekonomi Kapsamında Sürdürülebilir Turizm Yaklaşımı. *Toplum Bilimleri Dergisi*, (25), 9-26. DOI : 10.29228/tbd.2007.25.23382
- Topsakal, Y., Bahar, M. & Yüzbaşıoğlu, N. (2020). *Gelişen teknoloji değişen turizm: endüstri 4.0 çağında otelcilik sektöründe dijitalleşme*, içinde (57-71). F.K. Küçüktopuzlu, & T. Aslan (Ed.), Konya: Eğitim Yayınevi. <https://hdl.handle.net/20.500.12695/714>
- Tüfek, H. & Çalhan, H. (2024). Konaklama Sektöründe Uluslararası Yeşil Sertifikalar: Türkiye ve Yunanistan Karşılaştırması. *International Journal Of Tourism And Destination Studies (IJOTADS)*, 3(1), 46-66. DOI: 10.5281/zenodo.10527461
- Türkay, B. (2024). Turist Tipolojisine Göre Tur Planlamasında Yapay Zekâ Teknolojisinin Kullanımı: Sürdürülebilir Yaratıcı Turizm ve Eko-Gastronomi Deneyimi Üzerine Karşılaştırmalı Bir Uygulama (Use of Artificial Intelligence Technology in Tour Planning According to Tourist. *Journal of Tourism & Gastronomy Studies*, 12(3), 1876-1896. DOI: 10.21325/jotags.2024.1466
- Tüyen, Z. (2020). İşletmelerde Sürdürülebilirlik Kavramı ve Sürdürülebilirliği Etkileyen Etmenler. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 19(37), 91-117. <https://dergipark.org.tr/en/pub/iticusbe/issue/54570/743704>
- Ürük, Z. F. & İslamoğlu, A. K. K. (2019). Breeam, Leed ve DGNB Yeşil Bina Sertifikasyon Sistemlerinin Standart Bir Konutta Karşılaştırılması. *Avrupa Bilim ve Teknoloji Dergisi*, (15), 143-154.
- Vatan, A., & Poyraz, M. (2016). Nasıl sürdürülebilir otel olunur?. *Çatalhöyük Uluslararası Turizm ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, (1), 15-30. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/cutsad/issue/61052/906481>
- Yalçınkaya, P., & Uçma Uysal, T. (2019). Kurumsal yönetim aracı olarak gönüllü raporlamanın turizm sektörü açısından değerlendirilmesi: fortune 500 örneği. *Süleyman Demirel Üniver-*

- sitesi *İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 24(3), 431-441. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/sduibfd/issue/53005/704405>
- Yazgan, S. Ö., Koçak Soylu, S., (2022), Otellerde Enerji Verimliliğini İyileştirmeye Yönelik Çeşitli Yaklaşımların Tasarruf Oranlarına Etkisinin Karşılaştırılması: Antalya Örneği, *Mühendislik Bilimleri ve Tasarım Dergisi*, 10(4), 1375-1388. <https://doi.org/10.21923/jesd.1063248>
- Yentür, D. B., & Koç, D. (2024). Sustainable and Corporate Social Responsibility: Global Economic Changes and Social Impacts. *Current Science*. <https://doi.org/10.5281/ZENODO.13147339>
- Yıldırım, Ö. (2019). İstanbul'da beş yıldızlı otellerde yeşil yıldız uygulamasının otellerin işletmeciliğine sağladığı avantajların analizi. [Yayınlanmamış yüksek lisans tezi. İstanbul Ticaret Üniversitesi.] <https://acikerisim.ticaret.edu.tr/items/45302bbf-fa41-4be4-8050-b92f-2d4f8c39>
- Yılmaz, E. ve Bayrak Oğuz, R. (2019) Turizmde sürdürülebilirlik ve otel işletmelerinin sürdürülebilirlik çalışmalarının incelenmesi. 4. Uluslararası Sosyal, Beşerî ve İdari Bilimlerde Yenilikçi Yaklaşımlar Sempozyumu, 22-24 Kasım, Samsun, Türkiye. <https://doi.org/10.36287/setsci.4.8.019>
- Yılmaz, H., & Yücel, T. (2022). Sürdürülebilir kalkınmanın sağlanmasında uluslararası çalışmalar ve eleştirileri. *Uluslararası Yönetim Akademisi Dergisi*, 5(3), 691-702. <https://doi.org/10.33712/mana.1181239>
- Yılmaz, O. K., & Toptaş, A. (2020). Sürdürülebilir çevre yönetiminde ekolojik turizmin yeri ve belediyelerin bu alandaki çalışmaları üzerine bir araştırma. *Çağdaş Yerel Yönetimler Dergisi*, 29(3), 51-73. https://www.researchgate.net/profile/Onur-Yilmaz-30/publication/343500718_Surdurulebilir_Cevre_Yonetiminde_Ekolojik_Turizmin_Yeri_ve_Belediyelerin_Bu_Alandaki_Calismalari_Uzerine_Bir_Arastirma/links/5f2d111a299bf13404ab624f/Suerdueruelebilir-Cevre-Yoenetiminde-Ekolojik-Turizmin-Yeri-ve-Belediyelerin-Bu-Alan-daki-Calismalari-Uezerine-Bir-Arastirma.pdf
- Yılmaz, O., & Atik, K. (2022). Çanakkale kent merkezindeki leed sertifikalı yeşil binalar üzerine araştırmalar: çanakkale esas 17 burda avm örneği. *Kırklareli University Journal of Engineering and Science*, 8(1), 88-108. <https://doi.org/10.34186/klujes.1105837>
- Yılmaz, Ö., & Zeybek, F. (2023). Turizm Pazarlaması Açısından Sürdürülebilir Turizm Kavramı ve Uygulama Örnekleri. İçinde *Sosyal Bilimlerde Yeşil Yaklaşımlar Dijitalleşme ve Enerji* Başarır, Ç., Yılmaz, Ö. (Ed.),. Gaziantep: Özgür Yayınları
- Yılmaz, V., & Baikhassynova, Z. (2024). Otel çalışanlarının geri dönüşüme yönelik tutum ve davranışları: kazakistan örneği (attitudes and behaviours of hotel employees towards recycling: the case of kazakhstan). *Annals of Gastronomy and Tourism Studies*, 1(2), 36-43. DOI: 10.69527/agats.2024.9
- Yurtlu, M., Kar, M., Metin, F. and Güneş, G. (2021). Kalite yönetim ödülü alan otellerin çevre duyarlılık faaliyetlerinin yeşil yıldız kriterleri kapsamında değerlendirilmesi. *Journal of Architectural Sciences and Applications*, 6 (2), 476-493. DOI: <https://doi.org/10.30785/mbud.972912>
- Yurtsever, M., & Akgündüz, Y. (2021). Otel işletmelerinde endüstri 4.0 teknolojilerinin kullanımı hizmet kalitelerini nasıl etkiler?. *Journal of Tourism Intelligence and Smartness*, 4(2), 95-116. <https://dergipark.org.tr/en/pub/jtis/issue/63047/931948>
- Yükçü, S., & Kaplanoglu, E. (2016). Sürdürülebilir kalkınmada finansal olmayan raporlamanın önemi. *World of Accounting Science*, 18. https://www.researchgate.net/profile/Emre-Kaplanoglu/publication/344015059_Surdurulebilir_Kalkinmada_Finansal_Olmayan_Raporlamanin_Onemi/links/5f5b656a4585154dbbc89cde/Suerdueruelebilir-Kalkinmada-Finansal-Olmayan-Raporlamanin-Oenemi.pdf
- Yüksel, A., & Barut, D. (2023). Uluslararası çevre hukukunda sürdürülebilir kalkınma. *Çevre Şehir ve İklim Dergisi*, 2(3), 32-58. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/csid/issue/75639/1217134>

BÖLÜM 13

GELİŞEN TEKNOLOJİLER VE ÖN BÜRO OTOMASYON SİSTEMLERİ

Seda İDİKUT ŞAHİN¹

Sedat ŞAHİN²

Giriş

Bu bölümde ön büro otomasyon sistemlerinin geçmişten günümüze evrimi değerlendirilerek, gelişen teknolojiler ile birlikte otelcilikte ve ön büroda yaşanan dijital dönüşüm açıklanmıştır. Müşteri beklentilerinde yaşanan değişim, rekabetçi pazar koşulları ve dijital dönüşümün hızlanması, misafirin ilk temas noktası olması nedeniyle özellikle ön büro departmanının hizmet kalitesinin belirlenmesi açısından çok daha önemli hale gelmesine neden olmuştur. Opera PMS, Fidelio Suite8, ElektraWeb, AmonRa ve Sentez-LiveAgile gibi yaygın kullanılan ön büro otomasyon programları, dijital dönüşüm ile birlikte ön büro yönetiminde otel işletmelerine oldukça kolaylık sağlamıştır. Chatbot ve sanal asistanların da ön büro yönetim süreçlerine entegre edilmesiyle birlikte programlama temelli yazılımlara ek olarak kendini sürekli geliştiren ve birçok farklı dijital kaynaktan beslenen yapay zekâ destekli uygulamaların da bu alanda birçok açıdan otel işletmelerine avantaj sağlayacağı görülmektedir. Bu bölüm, ön büroda dijital dönüşüm ve yapay zekadan stratejik araçlar olarak yararlanmak için dijital tecrübenin, kurumsal vizyonun ve etik farkındalığın gerekli olduğunu vurgulamaktadır. Sonuç olarak, bu bölüm otomasyon programları ve yapay zekâ kullanımının artık otelcilikte ve özellikle ön büroda isteğe bağlı olmadığını,

¹ Dr. Öğr. Üyesi, Zonguldak Bülent Ecevit Üniversitesi, Karadeniz Ereğli Turizm Fakültesi, Turizm Rehberliği Bölümü, Turizm Rehberliği AD, seda.sahin@beun.edu.tr, ORCID iD: 0000-0002-8230-7238

² Doç. Dr., Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü, Turizm İşletmeciliği AD, sedatsahin@yyu.edu.tr, ORCID iD: 0000-0003-0167-101X

bir ortam oluşturmuştur. Yine de etik ve veri güvenliği konularında insan faktörü her zaman önemli olacaktır.

Özellikle gelir yönetimi, müşteri ilişkileri yönetimi ve kaynak optimizasyonu gibi alanlarda sağlanan entegrasyon, yalnızca ön büro departmanının değil, tüm otel işletmesinin performansını doğrudan etkilemektedir. Ayrıca, pandemi sonrası artan temassız hizmet talepleri, dijital sistemlerin sadece tercihe bağlı birer araç değil, aynı zamanda hizmet sunumunun vazgeçilmez bileşenleri haline geldiğini göstermektedir. Genel olarak, yapay zekâ teknolojilerinin ön büro süreçlerinde kullanımı, misafir memnuniyetini artırmak, bekleme sürelerini kısaltmak ve operasyonel maliyetleri düşürmek adına önemli avantajlar sağlamaktadır. Ancak bu teknolojilerin başarılı bir şekilde uygulanabilmesi için insan faktörünün dengeli bir şekilde yönetilmesi, teknoloji ile insani etkileşimin birlikte optimize edilmesi gerekmektedir.

Gelecekte de yapay zeka destekli sistemlerin daha da gelişmesi ile birlikte metaverse destekli sanal deneyimler, gelişmiş veri analizleri ve anlık duygu analizi gibi uygulamalar otelcilikte ve ön büroda hizmet kalitesinin artırılmasını ve rekabet avantajını sağlayacaktır. Bu süreçte de otel yöneticilerinin teknolojik altyapı yatırımı ile birlikte ön büronun toptan dijital dönüşümüne ve çalışanların da bu sürece uygun eğitimler ile geliştirilmesine odaklanması gerekmektedir. Teknolojinin sunduğu imkânların etkin, etik ve sürdürülebilir bir şekilde kullanılması, otel işletmelerinin gelecekteki başarılarını doğrudan etkileyecektir. Bu bağlamda ön büro sistemleri yalnızca teknik birer araç değil, aynı zamanda dijitalleşen dünyada müşteri ile kurulan ilişkinin temel taşıdır.

Kaynakça

- Alrawadie, Z., Alrawadie, Z., & Cetin, G. (2021). Digital transformation and revenue management: Evidence from the hotel industry. *Tourism Economics*, 27(2), 328-345.
- Bifet, A., Green, R., Wilson, D., & Zhang, M. (2021). Aotearoa New Zealand Artificial Intelligence: A Strategic Approach. *White Paper*, Artificial Intelligence Researchers Association.
- Buhalis, D., & Law, R. (2008). Progress in information technology and tourism management: 20 years on and 10 years after the Internet—The state of eTourism research. *Tourism Management*, 29(4), 609-623.
- Carvalho, I., & Ivanov, S. (2024). ChatGPT for tourism: applications, benefits and risks. *Tourism Review*, 79(2), 290-303.
- Castillo, R. C., Asi, L. M. U., Berberabe, D. J. A., Mandigma, M. A., & Sarmiento, M. A. A. (2014). Importance of Computerized System to Reservation and Front Office Operations of Hotels in Batangas, Philippines. *International Journal of Sciences: Basic and Applied Research (IJSBAR)*, 16(1), 284-302.

- Demir, Ç. (2022). Metaverse Teknolojisinin Otel Sektörünün Geleceğine Etkileri Üzerine Bir İnceleme (An Investigation Into the Impact of Metaverse Technology on The Hotel Industry's Future). *Journal of Tourism & Gastronomy Studies*, 10(1), 542-555.
- Demir, M., Yaşar, E., & Demir, Ş. Ş. (2023). Digital transformation and human resources planning: the mediating role of innovation. *Journal of Hospitality and Tourism Technology*, 14(1), 21-36.
- Doborjeh, Z., Hemmington, N., Doborjeh, M., & Kasabov, N. (2021). Artificial intelligence: a systematic review of methods and applications in hospitality and tourism. *International journal of contemporary hospitality management*, 34(3), 1154-1176.
- Dogru, T., Line, N., Mody, M., Hanks, L., Abbott, J. A., Acikgoz, F., Assaf, A., Bakir, S., Berbekova, A., Bilgihan, A., Dalton, A., Erkmen, E., Geronasso, M., Gomez, D., Graves, S., Iskender, A., Ivanov, S., Kizildag, M., Lee, M., Lee, W., Luckett, J., McGinley, S., Okumus, F., Onder, I., Ozdemir, Ö., Park, H., Sharma, A., Suess, C., Uysal, M., & Zhang, T. (2023). Generative Artificial Intelligence in the Hospitality and Tourism Industry: Developing a Framework for Future Research. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 49(2), 235-253.
- García-López, A. M., Galindo-Pérez-de-Azpillaga, L., & Foronda-Robles, C. (2025). The Flow of Digital Transition: The Challenges of Technological Solutions for Hotels. *Social Indicators Research*, 1-24.
- Gretzel, U., Sigala, M., Xiang, Z., & Koo, C. (2015). Smart tourism: foundations and developments. *Electronic markets*, 25, 179-188.
- Gretzel, U. (2022). The Smart DMO: A new step in the digital transformation of destination management organizations. *European Journal of Tourism Research*, 30, 3002-3002.
- Ivanov, S., & Webster, C. (2017). Adoption of robots, artificial intelligence and service automation by travel, tourism and hospitality companies – a cost-benefit analysis. International Scientific Conference “Contemporary tourism – traditions and innovations”, 19- 21 October 2017, Sofia University
- Ivanov, S. H., Webster, C., & Berezina, K. (2017). Adoption of robots and service automation by tourism and hospitality companies. *Revista Turismo & Desenvolvimento*, 27(28), 1501-1517.
- Ivanov, S., & Webster, C. (Eds.). (2019). Conceptual framework of the use of robots, artificial intelligence, and service automation in travel, tourism, and hospitality companies. In “*Robots, artificial intelligence, and service automation in travel, tourism and hospitality*”. Ivanov, S., & Webster, C. (Eds.). Emerald Publishing Limited.
- Jawabreh, O., Al Fayoumi, T., & Bareya, A. (2022). Customer satisfaction towards communication skills of front office staff at the hotel (case study five stars Hotels in Aqaba). *Geo Journal of Tourism and Geosites*, 44(4), 1312-1318.
- Karabıyık, M. A., Yüksel, A. S., & Tan, F. G. (2024). Yapay zekâ çağında duygu analizi: büyük dil modellerinin yükselişi ve klasik yaklaşımlarla karşılaştırılması. *Afyon Kocatepe Üniversitesi Fen ve Mühendislik Bilimleri Dergisi*, 24(6), 1355-1363.
- Kansakar, P., Munir, A., & Shabani, N. (2019). Technology in the hospitality industry: Prospects and challenges. *IEEE Consumer Electronics Magazine*, 8(3), 60-65.
- Kim, H., So, K. K. F., Shin, S., & Li, J. (2025). Artificial intelligence in hospitality and tourism: Insights from industry practices, research literature, and expert opinions. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 49(2), 366-385.
- Kwong, A. T. M., Omar, S. I., & Aliah, M. N. (2024). The ethical implications of AI-Powered personalization in hospitality and tourism. In *Impact of AI and tech-driven solutions in hospitality and tourism* (pp. 103-122). IGI Global.
- Liu, Y., Li, Y., Song, K., & Chu, F. (2024). The two faces of Artificial Intelligence (AI): Analyzing how AI usage shapes employee behaviors in the hospitality industry. *International Journal of Hospitality Management*, 122, 103875.

- Mercan, S., Akkaya, K., Cain, L., & Thomas, J. (2020, November). Security, privacy and ethical concerns of IoT implementations in hospitality domain. In 2020 International Conferences on Internet of Things (iThings) and IEEE Green Computing and Communications (GreenCom) and IEEE Cyber, Physical and Social Computing (CPSCom) and IEEE Smart Data (SmartData) and IEEE Congress on Cybermatics (Cybermatics) (pp. 198-203). IEEE.
- Mondal, S., Das, S., & Vrana, V. G. (2023). How to bell the cat? A theoretical review of generative artificial intelligence towards digital disruption in all walks of life. *Technologies*, 11(2), 44.
- Peng, X., Zhu, J., Lee, S., Zhou, D., Song, W., & Ying, T. (2024). Digital transformation in the hospitality industry: A bibliometric review from 2000 to 2023. *International Journal of Hospitality Management*, 120, 103761.
- Pillai, R., & Sivathanu, B. (2020). Adoption of AI-based chatbots for hospitality and tourism. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 32(10), 3199-3226.
- Sánchez-González, G., & González-Fernández, A. M. (2021). The influence of quality on eWOM: A digital transformation in hotel management. *Frontiers in Psychology*, 11, 612324.
- Sayin, O. G. K., & Karaman, A. (2019). Communication and productivity with guests at front office; A qualitative study on hotels. *Journal of International Management and Social Researches*, 6(11), 186-196.
- Tussyadiah, I. (2020). A review of research into automation in tourism: Launching the Annals of Tourism Research curated collection on artificial intelligence and robotics in tourism. *Annals of Tourism Research*, 81, 102883.
- Tussyadiah, I. P., Wang, D., Jung, T. H., & Tom Dieck, M. C. (2018). Virtual reality, presence, and attitude change: Empirical evidence from tourism. *Tourism Management*, 66, 140-154.
- Valanto, V., Kosonen, M., & Ellonen, H. K. (2012). Are publishers ready for tomorrow? Publishers' capabilities and online innovations. *International Journal of Innovation Management*, 16(01), 1250001.
- Zhu, J. J., Liu, Z., Huang, T., & Guo, X. S. (2023). Roboethics of tourism and hospitality industry: A systematic review. *Plos one*, 18(6), e0287439.

İnternet Kaynakları

- amonra.com (2025) PMS, Bulut Tabanlı Otel Yönetim Sistemi. 18.05.2025 tarihinde <https://www.amonra.com.tr/pms> adresinden alınmıştır.
- Elektraweb.com (2025) Ön büro Modülü. 18.05.2025 tarihinde <https://www.elektraweb.com/on-buro> adresinden alınmıştır.
- Eyidilli, S. (2016). Hilton ve IBM işbirliğiyle geliştirilen concierge robotu: Connie. 07.07.2025 tarihinde <https://webrazzi.com/2016/03/16/hilton-ve-ibm-isbirligiyle-gelistirilen-concierge-robotu-connie/> adresinden alınmıştır.
- E360hospitality (2023) Hotel Opera System: Simplifying Opera PMS API Integration for Beginners. 16.05.2025 tarihinde <https://e360hospitality.com/opera-pms-technical/simplifying-opera-pms-api-integration/?utm> adresinden alınmıştır.
- Hotelrunner.com (2025) Rezervasyon Modülü. 18.05.2025 tarihinde <https://hotelrunner.com/tr/urunler/rezervasyon-modulu/?utm> adresinden alınmıştır.
- Oracle (2014) Oracle Buys MICROS Systems, Press Release. 25.05.2025 tarihinde <https://www.oracle.com/corporate/pressrelease/oracle-buys-micros-systems-062314.html?utm> adresinden alınmıştır.
- Oracle (2025) Welcome to OPERA Property Management System (PMS). 25.05.2025 tarihinde https://docs.oracle.com/cd/E98457_01/opera_5_6_core_help/welcome_to_pms.htm?utm adresinden alınmıştır.
- Marriott International (2017) Marriott international's ai-powered chatbots on facebook messenger and slack, and aloft's chatbotlr, simplify travel for guests throughout their journey. 07.07.2025 tarihinde <https://www.prnewswire.com/news-releases/marriott-internationals-a->

- i-powered-chatbots-on-facebook-messenger-and-slack-and-alofts-chatbotlr-simplify-travel-for-guests-throughout-their-journey-300527867.html?utm_source=chatgpt.com adresinden alınmıştır.
- Pavicic, B. (2023) citizenM Transforms the Hotel Guest Experience With Juniper's AI-Driven Network 07.07.2025 tarihinde <https://www.juniper.net/us/en/the-feed/topics/ai-and-machine-learning/citizenm-transforms-the-hotel-guest-experience-with-junipers-ai-driven-network.html> adresinden alınmıştır.
- Sentez.com (2025) LiveAgile otel yönetim sistemi. 18.05.2025 tarihinde <https://www.sentez.com/urunler/liveagile/> adresinden alınmıştır
- Synytsia, M. (2021) How to Integrate with OPERA PMS: Explaining OPERA APIs and OPERA Hospitality Integration Platform, *Altexsoft*. 15.05.2025 tarihinde <https://www.altexsoft.com/blog/opera-pms-integration/> adresinden alınmıştır.
- https://docs.oracle.com/cd/E53533_01/opera_5_5_1_0_core_help/index.htm
- <https://www.cozumpark.com/japonyadaki-robot-otel-sosyal-medyada-gundem-oldu/>