



## ARAŞTIRMA MAKALESİ

### Akıllı Turizmde Yapay Zekâ: Bibliyometrik Bir Analiz

Doç. Dr. Sadık SERÇEK, Diyarbakır Dicle Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Diyarbakır,

e-posta: [sadik.sercek@dicle.edu.tr](mailto:sadik.sercek@dicle.edu.tr)

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-2429-320X>

Muazzez KORMAZ, Yüksek Lisans Öğrencisi, Diyarbakır Dicle Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Diyarbakır, e-posta: [mzzkorkmaz@hotmail.com](mailto:mzzkorkmaz@hotmail.com)

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-8167-7990>

## Öz

Yapay zekâ teknolojilerinin, turizm sektöründe önemli bir dönüşüm yaratma potansiyeline sahip olduğu görülmektedir. Son yıllarda bu teknolojilerin gelişmesiyle birlikte, akıllı turizm uygulamaları da hızla yaygınlaşmış ve turizm faaliyetlerinin dijitalleşmesine katkı sağlamıştır. Yapay zekâ destekli sistemler; seyahat planlama, müşteri ilişkileri, hizmet kişiselleştirme, veri analizi ve destinasyon yönetimi gibi birçok alanda kullanılmakta ve sektörde verimliliği artırmaktadır. Bu çalışmanın temel amacı, yapay zekâ teknolojilerinin akıllı turizm üzerindeki etkilerini ve gelecekteki yönelimlerini incelemektir. Bu amaçla, sistematik literatür taraması ve bibliyometrik analiz yöntemleri kullanılmıştır. 'Web of Science', 'Scopus' ve 'ScienceDirect' veri tabanlarında yer alan, SSCI ve SCIE kapsamındaki İngilizce yayımlanan makaleler analize dâhil edilmiştir. Toplanan veriler, VOSviewer analiz yazılımı ile değerlendirilmiştir. Elde edilen bulgular, 2017 sonrasında yapay zekâya yönelik akademik ilginin belirgin biçimde arttığını ve bu teknolojinin akıllı turizmin gelişiminde merkezi bir role sahip olduğunu göstermektedir. Turizm sektöründe yapay zekâ kullanımının artık yalnızca operasyonel bir araç olmaktan çıkarak, sektörün rekabet gücünü belirleyen yenilikçi bir unsur haline geldiği söylenebilir. Bu çalışma, mevcut literatürü bütüncül bir bakış açısıyla değerlendirerek akıllı turizmde yapay zekâ uygulamalarının kavramsal gelişimini ortaya koymasından önemli bir katkı sunmaktadır. Ayrıca elde edilen sonuçlar, gelecekte özellikle öngörüselsel analitik, robotik hizmetler, kişiselleştirilmiş deneyim tasarımı ve otonom seyahat teknolojilerinin araştırmalarda daha fazla önem kazanacağını göstermekte ve alan yazınına yönlendirici nitelikte ipuçları sağlamaktadır. Bu bağlamda araştırma, akıllı turizmin gelişiminde yapay zekânın hem mevcut durumu hem de gelecekteki potansiyeli hakkında kapsamlı bir çerçeve sunarak literatüre anlamlı bir katkı sağlamaktadır.

**Anahtar Kelimeler:** Akıllı Turizm, Yapay Zekâ, Bibliyometrik Analiz.

**Makale Gönderme Tarihi:** 20.11.2025

**Makale Kabul Tarihi:** 04.01.2026

## Önerilen Atıf:

Serçek, S. ve Korkmaz, M. (2026). Akıllı Turizmde Yapay Zekâ: Bibliyometrik Bir Analiz, *Sosyal, Beşerî ve İdari Bilimler Dergisi*, 9(1): 20-34.



## Journal of Social, Humanities and Administrative Sciences

2026, 9(1): 20-34. <https://doi.org/10.26677/TR1010.2026.1618>

ISSN: 2667-422X Dergi web sayfası: [www.sobibder.org](http://www.sobibder.org)



### RESEARCH PAPER

## Artificial Intelligence in Smart Tourism: A Bibliometric Analysis

Associate Prof. Dr. Sadık SERÇEK, Diyarbakır Dicle University, Faculty of Economics and Administrative Sciences, Diyarbakır, e-mail: [sadik.sercek@dicle.edu.tr](mailto:sadik.sercek@dicle.edu.tr)  
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-2429-320X>

Muazzez KORMAZ, MSc. Student, Diyarbakır Dicle University, Institute of Social Sciences, Diyarbakır, e-mail: [mzzkorkmaz@hotmail.com](mailto:mzzkorkmaz@hotmail.com)  
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-8167-7990>

### Abstract

Artificial intelligence technologies have the potential to create a significant transformation in the tourism sector. In recent years, with the development of these technologies, smart tourism applications have rapidly become widespread, contributing to the digitalization of tourism activities. AI-supported systems are used in many areas such as travel planning, customer relations, service personalization, data analysis, and destination management, increasing efficiency in the sector. The main objective of this study is to examine the effects of artificial intelligence technologies on smart tourism and their future trends. For this purpose, systematic literature review and bibliometric analysis methods were used. English-language articles published in the 'Web of Science', 'Scopus', and 'ScienceDirect' databases, within the scope of SSCI and SCIE, were included in the analysis. The collected data were evaluated using VOSviewer analysis software. The findings show that academic interest in artificial intelligence has increased significantly after 2017, and that this technology plays a central role in the development of smart tourism. It can be said that the use of artificial intelligence in the tourism sector has now moved beyond being merely an operational tool and has become an innovative element determining the sector's competitiveness. This study makes a significant contribution by evaluating the existing literature from a holistic perspective and revealing the conceptual development of artificial intelligence applications in smart tourism. Furthermore, the results indicate that predictive analytics, robotic services, personalized experience design, and autonomous travel technologies will gain more importance in future research, providing guiding clues for the literature. In this context, the research offers a comprehensive framework on both the current state and future potential of artificial intelligence in the development of smart tourism, thus making a meaningful contribution to the literature.

**Keywords:** Smart Tourism, Artificial Intelligence, Bibliometric Analysis.

**Received:** 20.11.2025

**Accepted:** 04.01.2026

### Suggested Citation:

Serçek, S. and Korkmaz, M. (2026). Artificial Intelligence in Smart Tourism: A Bibliometric Analysis, *Journal of Social, Humanities and Administrative Sciences*, 9(1): 20-34.

## GİRİŞ

Son yıllarda turizm sektöründe yaşanan dijital dönüşüm, bilgi ve iletişim teknolojilerindeki hızlı gelişmelerle birlikte ivme kazanmış ve “akıllı turizm” kavramı hem teorik hem de pratik açıdan önemli bir araştırma alanı hâline gelmiştir. Akıllı turizm üzerine yapılan akademik çalışmaların giderek artması, alanın bilimsel olarak da olgunlaşmakta olduğunu göstermektedir. Nitekim Liu ve Wang, (2020) 96 akademik makaleyi frekans analizi, ağ analizi ve metin madenciliği yöntemleriyle incelemiş ve akıllı turizm araştırmalarının gelişim sürecini ayrıntılı biçimde ortaya koymuştur. Araştırmada 2015 ve 2017 yıllarında iki önemli kırılma noktası belirlenmiş; özellikle 2017 sonrası dönemde uluslararası akademik üretimin belirgin şekilde arttığı tespit edilmiştir.

Aynı zamanda bilgi işlem kapasitesindeki gelişmeler, büyük veri erişimi ve makine öğrenimi algoritmalarındaki ilerlemeler, yapay zekânın turizm alanında kritik bir rol üstlenmesine olanak tanımıştır. Yapay zekâ sistemleri, özellikle veri toplama, analiz ve işleme gibi insan bilişi açısından karmaşık olan süreçleri etkin biçimde yerine getirerek karar verme mekanizmalarını desteklemektedir (Knani vd., 2022).

Bununla birlikte, bilgi ve iletişim teknolojilerinin (BİT) entegrasyonu, turistik bölgeleri daha akıllı hale getirmiştir. Destinasyonlar, seyahat deneyimini artırmak amacıyla yararlı bilgileri toplayan, değiştiren ve seyahat etkinlikleriyle gerçek zamanlı olarak bağ kuran bir seyahat platformu oluşturmak için bu teknik kaynakları kullanmaktadır (Hott Correa ve Gosling 2020). Bu da turizm sektöründe, Akıllı Turizm olarak adlandırılan dönemde, diğer endüstrilerde olduğu gibi yapay zekâ, bilgi teknolojileri ve robotik sistemlerdeki ilerlemelerin hızla yaygınlaşmasını sağlamıştır. Özellikle akıllı telefon ağları, akıllı otel ve destinasyon sistemleri, seyahat acenteleri, merkezi rezervasyon sistemleri, akıllı bilet uygulamaları ve tur rehber sistemleri gibi inovatif uygulamalar, yanı sıra sanal gerçeklik teknolojisi de sektöre büyük katkı sağlamaktadır (Atar, 2020). Bu gelişmeler doğrultusunda, turizm faaliyetlerinde geleneksel yaklaşımlar yavaş yavaş terk edilmekte ve tüm katılımcıların giderek daha fazla iş süreçlerine dâhil olduğu yeni bir yaklaşıma geçiş yapılmaktadır.

Bu çalışma kapsamında akıllı turizmde yapay zekânın geçmiş, şimdiki ve gelecekteki çalışmaların sistematik bir bakış açısı sağlanması hedeflenmiştir. Ayrıca disiplinler arası alanların bibliyometrik analizini sağlayarak literatürdeki boşluğu doldurmak da hedefler arasında yer almaktadır. Aynı zamanda bilişim sistemlerinin gelişmesine ilişkin gelecek araştırmalara rehberlik etmek ve akademik literatüre katkıda bulunmak da hedeflenmektedir.

## KAVRAMSAL ÇERÇEVE

### Akıllı Turizm

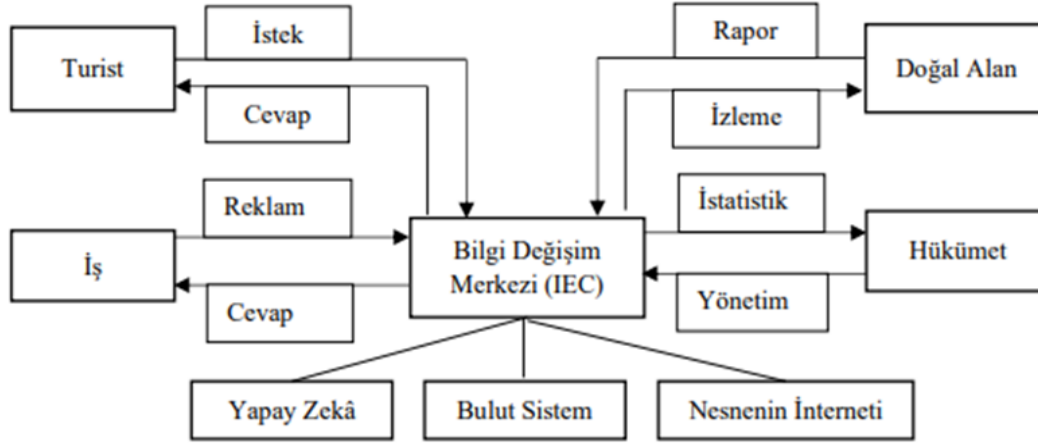
Akıllı turizm terimi ilk olarak 2000 yılında Gordon Philips tarafından ortaya atılmış olup, turizm faaliyetlerinin ve işletmelerinin yönetimi, geliştirilmesi, planlanması ve pazarlanmasında sürdürülebilir ve bütüncül bir yaklaşımın benimsenmesini ifade etmektedir (Akt. Li vd., 2017). Gretzel vd. (2015) akıllı turizmi bir destinasyondaki unsurlar tarafından desteklenen fiziksel altyapı, sosyal bağlantılar, devlet kuruluşları, kurumsal kaynaklar ve ziyaretçi verilerinin toplanmasıyla desteklenen, özellikle sürdürülebilirlik odaklı turizm faaliyetleri olarak tanımlamaktadır.

UNWTO (Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü), 2009 yılında akıllı turizmi, hizmet zincirinin her aşamasında temiz, yeşil, etik ve kaliteli olma kriterlerine dayalı bir kavram olarak tanımlamıştır (<http://sdg.iisd.org>). Bu tanıma, 2015 yılında bilgi iletişim teknolojileri (BİT) ve akıllı destinasyon kavramlarının eklenmesiyle birlikte, 2017 yılında akıllı turizmin turizmin geleceği olarak kabul edilmiştir (<https://www.unwto.org>).

Huang vd., (2012) akıllı turizmi, bilgi işlem teknolojilerin gündelik yaşam ve kültürle entegre edilerek turistlerin kişisel ihtiyaçlarına odaklanma ve bu ihtiyaçları karşılama çabası olarak tanımlamıştır. Akıllı

turizm, turistlerin seyahat planlarını yaparken karar verme kalitesini artırarak, görselleştirmelerinde yardımcı olup, veri odaklı yapısı sayesinde bilişsel sınırlarını genişletir (Yoo vd., 2017).

Buhalis ve Amaranggana (2014) ise akıllı turizmi, turistlere gerçek zamanlı iletişim ve konum bilgisine dayanarak özelleştirilmiş hizmetler sunma amacını taşımak olarak tanımlamışlardır. Turizm sektörünün, bilgi iletişim teknolojileriyle entegre olması ve turizmin dijital dönüşümü olarak adlandırılan akıllı turizm, turistik deneyimlerin BİT ile birleşmesinden kaynaklanan bir sosyal olguyu ifade etmektedir (Hunter vd., 2015; Lee vd., 2020). Akıllı turizm aynı zamanda, mevcuttaki akıllı teknolojilerin turistik deneyimlerle bütünleştirilmesini, turizm aktivitelerinin daha aktif ve etkin olarak test edilmesini ve turistlere güncel çözümler sunulmasını içermektedir (Başer ve Olcay, 2022).



Şekil 1. Akıllı Turizm Yapısı

**Kaynak:** Zhu vd., (2014: 553–564).

Zhu vd., (2014) şekil 1'deki akıllı turizm yapısını, turist, doğal alan, hükümet, iş ve bilgi değişim merkezi olarak beş unsurda göstermektedir. Bu yapı çerçevesinde, turistlerin, bilet alma veya rezervasyon yapma taleplerini bilgi değişim merkezine ileterek, merkezin bu isteklere yanıt verdiği görülmektedir. Öte yandan doğal alanların izlenmesinden sorumlu olan bilgi değişim merkezi, ziyaretçi tüketicileri istatistiklerini analiz etmek ve arşivlemek amacıyla bilgileri kendisine iletilmelidir. Sonuçlanan istatistiksel veriler daha sonra devlet yetkililerine gelecek politikalar için sunulabilir. Son olarak, restoran, otel, eğlence ve turizmle ilgili diğer işletmeler, turistlere reklam ve promosyon tanıtımları yapmaları için bilgi değişim merkezine başvurabilirler.

Akıllı turizm gelişimi, işletmeleri ve destinasyonları içeren sisteminde üretilen verilerin toplanması, paylaşılması ve işlenmesine dayanmaktadır. Bu nedenle, Akıllı turizmin etkili bir şekilde uygulanabilmesi için farklı bileşenlerin varlığı gereklidir. Bu bileşenler; akıllı deneyim, akıllı iş ekosistemi ve akıllı turizm destinasyon şeklindedir (Gretzel vd., 2015). Akıllı deneyim bileşeninin turistik deneyimleri teknoloji aracılığıyla daha bireysel ve gerçek zamanlı hale getirmeye odaklandığını belirtirken, Neuhofer vd., (2015) ise, akıllı turizm deneyiminin oluşmasına katkı sağlayan etkenleri veri toplama, herhangi bir yerden bağlantı kurabilme ve gerçek zamanlı senkronizasyon şeklinde tanımlamışlardır.

Buhalis ve Amaranggana (2014) çalışmasına göre, akıllı turizmin iş bileşenleri, paydaşların aktif olarak birbirine kenetlenmesi, organizasyon çevikliği ve temel turizm uygulamalarının dijitalleştirilmesi gerekliliği olarak tanımlamaktadır. Akıllı turizmin yükselmesiyle birlikte, ortaya çıkan yeni talep ve değerlere cevap verebilen bir akıllı iş ekosistemi gerekliliği ortaya çıkmıştır. Bu akıllı iş ekosistemi, turist kaynaklarının dönüşümünü ve turizm deneyiminin işbirliğiyle oluşturulmasını destekleyen bir sistem olarak tanımlanmaktadır (Gretzel vd., 2015).

Akıllı destinasyonlar, yerel halkı değerlendirmenin yanı sıra turistleri de dikkate alarak akıllı şehir ilkelerini uygular; bu nedenle, akıllı şehirlerin bir devamı olarak kabul edilir (Gretzel vd., 2015). Lopez de Avila ve Sánchez (2015) ise, akıllı destinasyonları, sürdürülebilir turizm uygulamalarını güvence altına alan, gelişmiş turistik çekiciliği olan, yenilikçi, turist etkileşimini kolaylaştıran, herkesin kolayca erişebildiği ve turistlerin tecrübelerini geliştiren turizm noktası şeklinde tanımlamaktadır.

## Yapay Zekâ

Yapay zekâ teriminin ilk kez 1965 yılında Amerikalı bilgisayar bilimci John McCarthy tarafından kullanıldığı bilinmektedir. Yapay zekâ kavramının teorik bir çerçevede genişletilmesi, bilgisayar bilimlerinde mantıksal problem çözme süreçlerinin sadeleştirilmesine yönelik çalışmalar sırasında ortaya konmuştur. Başlangıçta yapay zekâ, karmaşık matematiksel problemlerin çözülmesi amacıyla tasarlanmış bir yaklaşım olarak geliştirilmiş ve bu yönüyle teorik düşünme süreçlerini desteklemek üzere yapılandırılmıştır (Zsarnoczky, 2018). Yapay zekâ konseptinin doğrulanmasının ilk dönemlerde önemli güçlükler içerdiği ifade edilmektedir. Alan yazınında, bu konudaki anlayışın gelişimine önemli katkılar sağlayan Profesör Douglas Carl Engelbart'ın, ilgili bilim insanları arasında ortak bir kavramsal zeminin oluşmasına yardımcı olduğu aktarılmaktadır (Akt. Sloman, 2019).

Yapay zekâ araştırması, bağımsız bir bilim alanı olarak evrim geçirdi ve birçok endüstri alanında uygulanmaktadır. Farklı endüstrilerin alt sektörlerinde yaygın bir şekilde kullanılan yapay zekâ, kaliteyi ve verimliliği artırarak çeşitli süreçlerin hızını artırabilir. Gelecekle ilgili tahminlere gelince, gelişimin mevcut bilgimizi aşmaya devam etmesi beklenmektedir. Bu nedenle, yapay zekâ tarafından şekillendirilen yeni dünyaya nasıl adapte olabileceğimiz konusu kritik bir öneme sahiptir (Zsarnoczky, 2018).

Shankar (2018) ise yapay zekâyı, zekâ sergileyen programlar, algoritmalar ve makineleri olarak ifade etmiştir. Pereira vd., (2020) yapay zekâyı; diğer akıllı teknoloji ve araçları, makine öğrenimi, nesnelerin İnterneti, yapay sinir ağlarını, büyük veriyi, akıllı robotları ve sanal ve artırılmış gerçeklik uygulamalarını içerdiğini belirtmiştir.

Artan hesaplama gücü, büyük veri erişimi ve makine öğrenimi algoritmalarındaki ilerlemeler, yapay zekânın önemini artırmaktadır. İnsanlar tarafından gerçekleştirilen birçok karmaşık görev, özellikle veri toplama, işleme ve analiz gibi zekâ gerektiren işlemlerde, büyük veri, işleme kapasiteleri ve algoritmalarına dayanmaktadır. Bu görevler, birçok akıllı hizmet ve etkinliğin temelini oluşturur; hizmet sağlayıcı-müşteri etkileşimlerini etkiler; ve hizmet, operasyonlar, yönetim ve pazarlama için birçok sonuç doğurmaktadır (Buhalis vd., 2019).

Literatürde, yapay zekânın mühendislik, bilgisayar bilimleri ve tıp gibi disiplinlerde yoğun biçimde incelendiği açıkça görülmektedir (Duede vd., 2024). Buna karşın, sosyal bilimlerde yürütülen araştırmalarda yapay zekâya yönelik ilginin daha düşük düzeyde olduğu dikkat çekmektedir. Bu bağlamda, mevcut çalışma turizm ve konaklama alanındaki söz konusu boşluğu doldurmayı; hem akademisyenlere hem de uygulayıcılara yapay zekânın potansiyeline ilişkin değerli bir bakış açısı sunmayı amaçlamaktadır. Ayrıca, çalışma sosyal dünyanın karmaşık problemlerini yapay zekâ perspektifinden ele almanın sağlayabileceği katkılara da dikkat çekmektedir (Liu ve Wang, 2020).

Literatürde, yapay zekâ araştırmalarının zaman içerisindeki tematik ve disiplinler dönüşümünü ortaya koymak amacıyla çalışmalarını belirli dönemlere ayırarak inceleyen çeşitli araştırmacılar bulunmaktadır. Örneğin, Gargiulo vd., (2022) yapay zekâ ekosistemini tarihsel dönemler üzerinden analiz ederek, AI çalışmalarının bilimsel alanlar arasında nasıl yayıldığını ve tematik olarak nasıl çeşitlendiğini ortaya koymuştur. Bu kapsamlı analiz, yapay zekâ çalışmalarının özellikle mühendislik, bilgisayar bilimleri ve tıp alanlarında belirgin bir yoğunlaşma gösterdiğini; buna karşın diğer disiplinlerde daha sınırlı düzeyde ele alındığını göstermektedir. Benzer şekilde, Duede vd., (2024) tarafından 1985–2022 yılları arasında gerçekleştirilen büyük ölçekli bibliyometrik inceleme, AI'ya ilişkin yayınların ağırlıklı olarak teknik disiplinlerde kümelendiğini ve sosyal bilimlere yayılımının daha yavaş

gerçekleştiğini doğrulamaktadır. Nitekim sosyal bilimlerdeki yapay zekâ çalışmalarının görece daha düşük yoğunlukta olduğu farklı araştırmalarda da vurgulanmaktadır (Liu ve Wang, 2020). Bu bağlamda, mevcut çalışma turizm ve konaklama alanındaki bu literatür boşluğunu doldurmayı, söz konusu alanda yapay zekânın potansiyeline ilişkin kapsamlı bir çerçeve sunmayı ve sosyal dünyanın karmaşık yapısının AI perspektifiyle incelenmesine katkıda bulunmayı amaçlamaktadır.

## **YÖNTEM**

### **Araştırma Stratejisi**

Bu araştırmanın yöntem yaklaşımında bibliyometrik bir araştırma yöntemi benimsenmiş olup veri toplama sürecinde sistematik literatür taraması uygulanmıştır. Bibliyometrik analiz, belirli bir alandaki yayınların etkileşimlerini, yapısını ve etkilerini ölçmek amacıyla matematiksel ve istatistiksel araçları kullanan nicel göstergelere dayalı bir yöntemdir. Bu analiz, yayımlanan bilimsel dergiler, kitaplar ve diğer akademik çıktılar gibi kaynakların matematiksel ve istatistiksel teknikler aracılığıyla bütüncül biçimde incelenmesini içermektedir (Diodato ve Gellatly, 2013; Lee vd., 2020).

Çalışma kapsamında literatürdeki nitelikli akademik yayınlara sistematik biçimde ulaşabilmek amacıyla Web of Science, Scopus ve ScienceDirect veri tabanlarında kapsamlı bir tarama gerçekleştirilmiştir. Arama stratejisinde “akıllı turizm (smart tourism)”, “yapay zekâ (artificial intelligence)”, “teknoloji (technology)”, “teknoloji kabul modeli (technology acceptance model)”, “Endüstri 4.0 (Industry 4.0)” ve “bibliyometrik analiz (bibliometric analysis)” anahtar kelimeleri kullanılmıştır.

### **Araştırma Soruları**

Akıllı turizmde yapay zekâ kullanımının giderek artması, bu alandaki akademik üretimin yapısını, yönelimlerini ve etki düzeyini sistematik biçimde inceleme gerekliliğini ortaya koymaktadır. Bu gereksinim doğrultusunda çalışmanın temel amacı; akıllı turizm ile yapay zekâ kesişiminde üretilen bilimsel yayınların zaman içerisindeki gelişimini, araştırma konularını, kavramsal eğilimleri ve akademik işbirliği ağlarını bibliyometrik yöntemlerle ortaya koymaktır. Bu amaçla Web of Science, Scopus ve ScienceDirect veri tabanlarından elde edilen veriler kullanılarak alandaki yayınların gelişimi, kavramsal dağılımı ve istatistiksel özellikleri kapsamlı biçimde değerlendirilmiştir. Bu kapsamda aşağıdaki araştırma sorularına (AS) yanıt aranmıştır:

AS1: 2017 yılından itibaren akıllı turizmde yapay zekâ konulu yayınların sayısında nasıl bir eğilim (trend) gözlemlenmektedir?

AS2: Akıllı turizmde yapay zekâ ile ilgili literatürde en çok atıf yapılan anahtar kelimeler ve öne çıkan ortak yazarlar kimlerdir?

Bu soruların analizi, akıllı turizm alanındaki yapay zekâ uygulamalarının gelişimini ve etkisini daha iyi anlamaya yönelik önemli veriler sunmaktadır.

### **Arama Kriterleri**

Araştırma kriterleri araştırmanın temelini oluşturarak, akademik alandaki güncel ve nitelikli bilgilere erişim sağlamak amacıyla özenle seçilmiştir.

İlk olarak, Web of Science, Scopus ve ScienceDirect veri tabanlarında “akıllı turizm”, “yapay zekâ”, “teknoloji”, “teknoloji kabul modeli” ve “Endüstri 4.0” gibi anahtar kelimeler kullanılarak tarama yapılmış; belirlenen kriterlere göre 2017–2024 yılları arasındaki yayın dönemi kapsamında yer alan, SSCI ve ESCI indekslerinde bulunan İngilizce makaleler çalışmaya dâhil edilmiştir. İngilizce makalelere

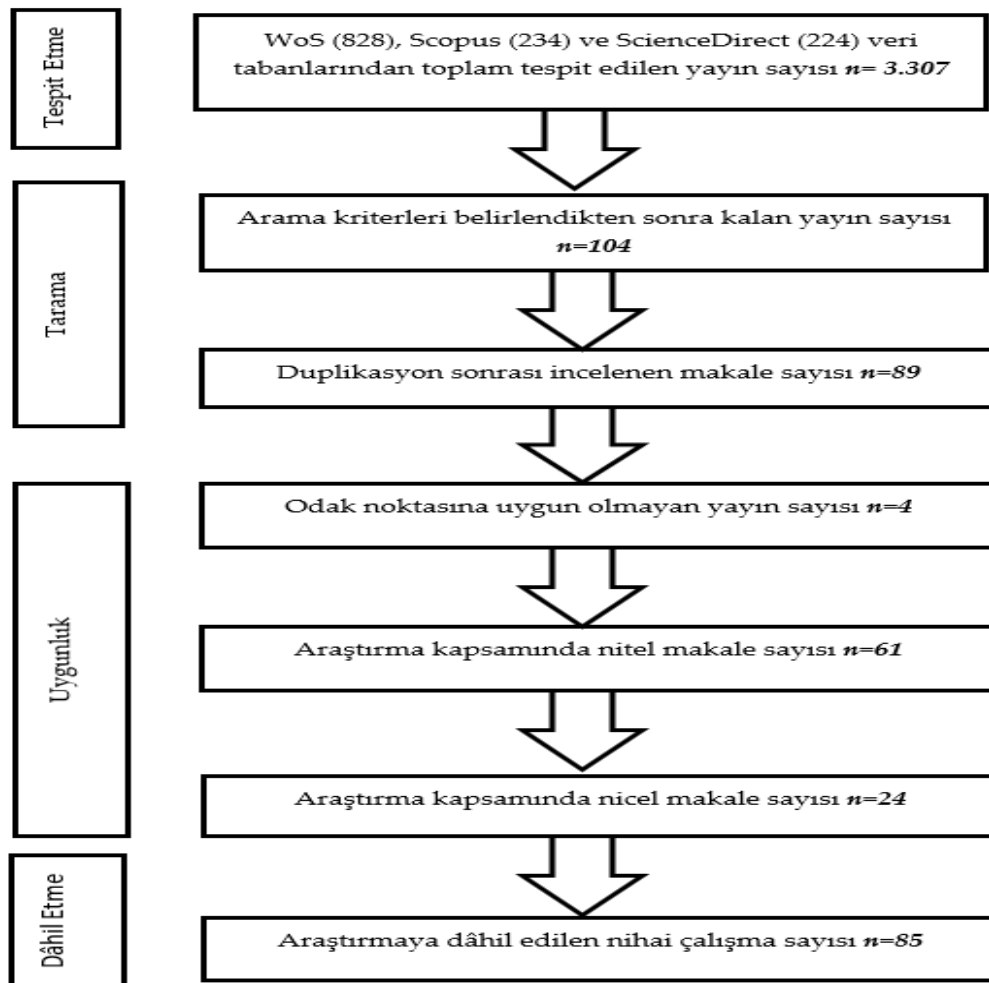
odaklanılmasının nedeni, bu dilde yayın yapan dergilerin literatürde daha geniş temsil edilmesi ve bilimsel araştırmalar üzerinde önemli bir etkiye sahip olmasıdır (Dobrescu vd., 2021).

İkinci olarak araştırmada, bilginin daha derinlemesine incelenmesi ve gelişimine yönelik kapsamlı bir anlayış elde etmek amacıyla “akıllı turizmde yapay zekâ” alanındaki yayınları, yazarları, kurumları ve ülkeleri araştırmayı, yazarların zaman içindeki anahtar kelime sıklığına göre belirlenen trend konuları tespit etmeyi ve ortak kelime analizi ile tematik haritalar oluşturmayı içermek için VOSviewer programı kullanılarak arama filtreleri uygulanmıştır. VOSviewer programı kullanılarak yazarların ortak alıntıları ve ortak sözcükleri analiz edilmiştir. Ayrıca ülke sıralamasında (SJR) en üst sıralarda yer alan dergilerde yayınlanan makalelere odaklanılarak, en yüksek kalitede bilgilere erişim sağlanmıştır. Bu seçim kriterleri, çalışmanın metodolojik temelini oluşturup, araştırmanın bilimsel katkı sağlama potansiyelini artırmıştır.

## BULGULAR

### Akış Şeması

Akış şemasındaki açıklamalar genel olarak alan araştırması teknikleriyle derlenen verilerin analizi üzerine yapılmaktadır. Analiz çeşidinin seçimi, istatistiksel testler, güven aralığı, istatistiksel testlerin tercih edilme nedeni vb. noktalar, bölümün giriş kısmında açıklanır, ardından bulgular varsayımlara uygunluğu değerlendirilerek yorumlanır (Azevedo vd., 2011).



Şekil 2. Akış Şeması

Şekil 2.'deki akış şemasında genel arama kriterleri doğrultusunda Web of Science (WoS) veri tabanından 828, Scopus'tan 234 ve ScienceDirect'ten 2.245 olmak üzere toplam 3.307 makale elde edilmiştir. Üç veri seti birleştirildikten sonra yinelenen çalışmalar çıkarılmıştır. Bu aşamadan sonra, SJR sıralamasında Q1 ve Q2 kategorilerinde yer alan yüksek kaliteli dergilerde yayımlanmış makaleler seçilmiştir. Devamında, araştırma alanı ile doğrudan ilişkili olmayan yayınlar ve akademik nitelik taşımayan çalışmalar ayıklanmıştır. Uygulanan tüm filtreleme adımlarının ardından, araştırma kapsamına en uygun 85 makale analiz için seçilmiştir. Bu kapsamlı süreç, turizm ve teknoloji kesişimin de yapılan çalışmaların mevcut durumunu anlamak ve alandaki bilimsel literatüre katkı sağlamak amacıyla gerçekleştirilmiştir.

## Makalelerin Kategori Çeyreği (Q) Değeri

Kategori Çeyreği (Q) değeri, makalenin yayımlandığı derginin ilgili alandaki prestij düzeyini gösteren bir ölçüttür. Bu değer genellikle dergilerin yayınladığı makalelerin akademik etkinliğini ve önemini yansıtır. Q1 kategorisi en üst düzeyde olan ve en yüksek prestije sahip dergileri temsil ederken, Q4 kategorisi ise en düşük prestije sahip dergileri temsil eder (SJR, 2021). Dolayısıyla, bir makalenin Q1 kategorisinde yayımlanmış olması, o makalenin akademik alanda büyük bir etkiye sahip olduğunu ve yüksek kalitede olduğunu gösterebilir. Q2 ve Q3 kategorileri ise orta düzeyde prestije sahip dergileri temsil eder.

Aşağıdaki Tablo 2, Tablo 3 ve Tablo 4'te Web of Science (WoS), Scopus ve ScienceDirect veri tabanlarında 2017-2024 yılları arasında turizm ve konaklama sektörüne odaklanan en etkili beş makaleyi içeren bir liste sunmaktadır. Bu makaleler, sektördeki önemli konuları ele alarak yapay zekâ, müşteri hizmeti, akıllı konaklama ve gerçek zamanlı işbirliği gibi alanlarda bilimsel katkıda bulunan çalışmaları kapsamaktadır. Bu dönemde öne çıkan beş makalenin detaylı analizi aşağıda sunulmaktadır.

**Tablo 2.** WoS Veri Tabanında 2017-2024 Yıllarında Yayımlanan Q1 Değeri Yüksek Olan İlk Beş Makale Listesi

| Yazarlar                                   | Makale Adı                                                                                                  | Dergi Adı (yıl)                                      | Kategori Çeyreği | Alıntı Sayısı | Çalışma Yöntemi |
|--------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------|------------------|---------------|-----------------|
| Zeng, Z., Chen, P. J., and Lew, A. A.      | From high-touch to high-tech: COVID-19 drives robotics adoption                                             | Tourism Geographies (2020)                           | Q1               | 293           | Nitel           |
| Buhalis, D., and Sinarta, Y.               | Real-time co-creation and nowness service: lessons from tourism and hospitality                             | Journal of Travel & Tourism Marketing (2019)         | Q1               | 267           | Nitel           |
| Lin, H., Chi, O. H., and Gursay, D.        | Antecedents of customers' acceptance of artificially intelligent robotic device use in hospitality services | Journal of Hospitality Marketing & Management (2020) | Q1               | 133           | Nitel           |
| Leung, R.                                  | Smart hospitality: Taiwan hotel stakeholder perspectives                                                    | Tourism Review (2019)                                | Q1               | 73            | Nitel           |
| Ribeiro, M. A., Gursay, D., and Chi, O. H. | Customer Acceptance of Autonomous Vehicles in Travel and Tourism                                            | Journal of Travel Research (2022)                    | Q1               | 73            | Nitel           |

**Tablo 3.** Scopus Veri Tabanında 2017-2024 Yıllarında Yayımlanan Q1 Değeri Yüksek Olan İlk Beş Makale Listesi

| Yazarlar                                                                                       | Makale Adı                                                                                                                                        | Dergi Adı (yıl)                  | Kategori Çeyreği | Alıntı Sayısı | Çalışma Yöntemi |
|------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------|------------------|---------------|-----------------|
| Cubric, M.                                                                                     | Drivers, barriers and social considerations for AI adoption in business and management: A tertiary study                                          | Technology in Society, (2020)    | Q1               | 125           | Nitel           |
| Van, N. T. T., Vrana, V., Duy, N. T., Minh, D. X. H., Dzong, P. T., Mondal, S. R., and Das, S. | The role of human-machine interactive devices for post-COVID-19 innovative sustainable tourism in Ho Chi Minh City, Vietnam                       | Sustainability (2020)            | Q1               | 80            | Nitel           |
| Zheng, W., Liao, Z., and Lin, Z.                                                               | Navigating through the complex transport system: A heuristic approach for city tourism recommendation                                             | Tourism Management (2020)        | Q1               | 38            | Nitel           |
| Leung, X.Y.                                                                                    | Technology-enabled service evolution in tourism: a perspective article                                                                            | Tourism Review (2022)            | Q1               | 32            | Nitel           |
| Bulchand-Gidumal, J., Secin, E. W., O'Connor, P., and Buhalis, D.                              | Artificial intelligence's impact on hospitality and tourism marketing: exploring key themes and addressing challenges España como caso de estudio | Current Issues in Tourism (2023) | Q1               | 14            | Nitel           |

Tablo 4. Sciencedirect Veri Tabanında 2017-2024 Yıllarında Yayınlanan Q1 Değeri Yüksek Olan İlk Beş Makale Listesi

| Yazarlar                                        | Makale Adı                                                                                                                                                      | Dergi Adı (yıl)                   | Kategori Çeyreği | Alıntı Sayısı | Çalışma Yöntemi |
|-------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------|------------------|---------------|-----------------|
| Tussyadiah, I.                                  | 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 (2020) | Q1               | 323           | Nitel           |
| Li, Y., Hu, C., Huang, C., and Duan, L.         | The concept of smart tourism in the context of tourism information services                                                                                     | Tourism Management (2017)         | Q1               | 306           | Nitel           |
| Park, S.                                        | Multifaceted trust in tourism service robots                                                                                                                    | Annals of Tourism Research (2020) | Q1               | 152           | Nitel           |
| Lv, X., Liu, Y., Luo, J., Liu, Y., and Li, C.   | Does a cute artificial intelligence assistant soften the blow? The impact of cuteness on customer tolerance of assistant service failure                        | Annals of Tourism Research (2021) | Q1               | 145           | Nitel           |
| Xiang, Z., Stienmetz, J., and Fesenmaier, D. R. | Smart Tourism Design: Launching the annals of tourism research curated collection on designing tourism places                                                   | Annals of Tourism Research (2021) | Q1               | 56            | Nitel           |

Yukarıda Tablo 2, Tablo 3 ve Tablo 4’deki bilgiler, Web of Science (WoS), Scopus ve ScienceDirect veri tabanının 2017-2024 yılları arasında yayınlanmış Q1 değeri yüksek olan ilk beş makaleyi kapsamaktadır. Tablolarda ilgili makalelerin yazar adları, makale adları, yayımlandığı dergiler, yayın yılı, kategori çeyreği, toplam atıf sayısı ve çalışma yöntemi gibi temel bibliyometrik özellikleri yer almaktadır. Ayrıca makalelerin Q değerleri incelendiğinde büyük çoğunluğunun Q1 çeyreğinde sınıflandırıldığı görülmektedir. Bu durum, söz konusu çalışmaların turizm ve akıllı turizm araştırmaları alanında yüksek etki değeri taşıdığına işaret etmektedir.

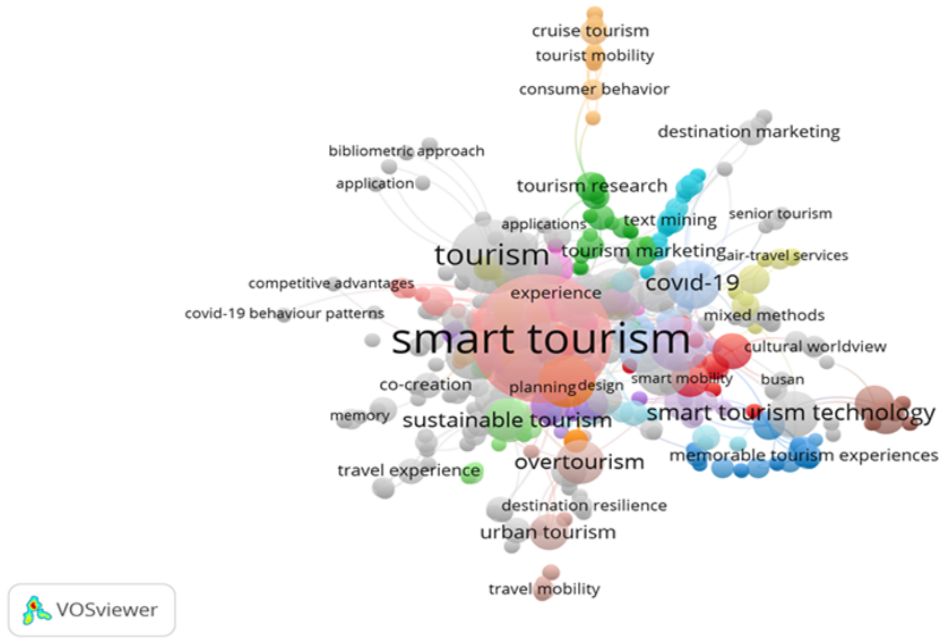
Bu çalışmada her veri tabanı için ilk beş makalenin seçilmesinin temel nedeni, akıllı turizmde yapay zekâ konusunu ele alan en nitelikli ve en yüksek etki düzeyine sahip yayınların belirlenerek temsili bir örneklem oluşturulmasıdır. Q1 kategorisindeki dergiler, alanında en üst çeyrekte yer aldığından bilimsel etki, görünürlük ve atıf performansı açısından belirleyici bir ölçüt olarak kabul edilmektedir. Bu nedenle, veri tabanlarının “Q1 etki düzeyi yüksek yayınlar” ölçütüne göre sıralanan ilk beş makalesinin incelenmesi, hem literatürdeki öncü eğilimlerin hem de yapay zekâ-akıllı turizm ilişkisine dair güncel araştırma odaklarının sistematik bir şekilde ortaya konulmasına olanak sağlamaktadır. Bu makalelerin tercih edilmesinde aşağıdaki üç kriter dikkate alınmıştır:

- Bibliyometrik analizlerde sık kullanılan “üst sıralardaki sınırlı fakat etkisi yüksek yayınların karşılaştırmalı incelenmesi” yaklaşımına uygunluğu,
- Veri setinin yönetilebilir ve yorumlanabilir bir kapsamda tutulması,
- Araştırma konusundaki dominant temaları temsil edebilecek yeterli çeşitliliği sağlamasıdır (Bornmann, 2014).

Bu bağlamda belirlenen beş makale, hem nitelik hem atıf performansı açısından ilgili dönemi yansıtan güçlü ve yeterli bir örneklem sunmaktadır.

### Anahtar Kelimeler Analiz Haritası

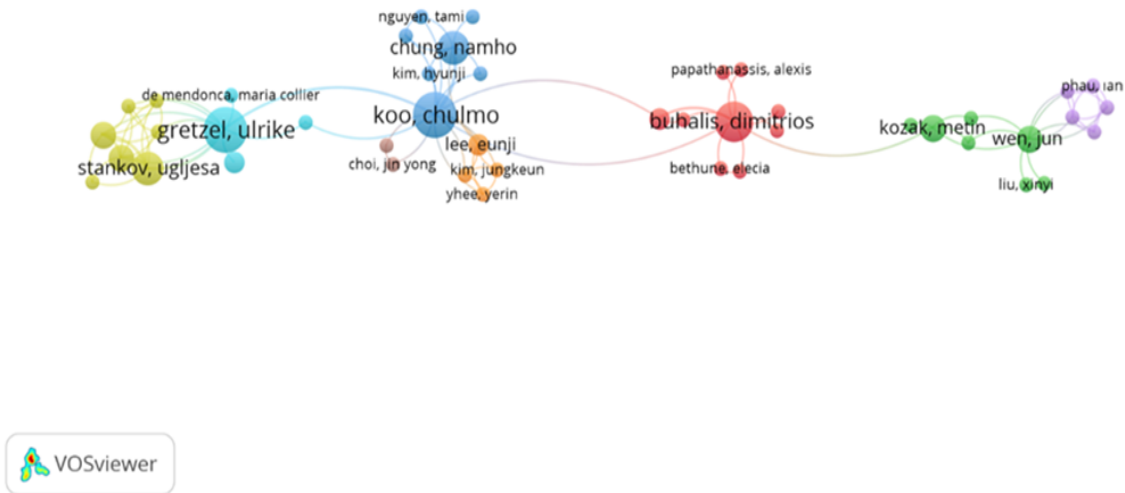
Aşağıda harita 1.’de yer alan anahtar kelimeler analiz haritası, akıllı turizm alanında gerçekleştirilen yapay zekâ çalışmalarının odak noktalarını göstermektedir. Bu kelimeler arasında turizm deneyimi, seyahat hareketliliği, rekabet avantajları, tüketici davranışları ve destinasyon pazarlaması gibi konuların yanı sıra e-turizm, akıllı turizm destinasyonları, akıllı otelcilik gibi yapay zekâ uygulamalarının turizm sektöründeki etkilerine de vurgu yapılmaktadır. Bu anahtar kelimeler, yapay zekâ tabanlı turizm inovasyonu ve gelişimi üzerine yapılan araştırmaların önemli bir özetini sunmaktadır.



**Harita 1.** Kelimeler Analiz Haritası

Harita 1.'de akıllı turizmde yapay zekâ kapsamında yayınlanmış olan makalelerde sıklıkla kullanılan ilk beş anahtar kelimelerin, smart tourism, tourism, covid-19, smart tourism technology ve sustainable tourism olduğu görülmektedir. Ayrıca anahtar kelimeler akıllı turizm ve yapay zekâ temelli turizm inovasyonu ve gelişimi konusundaki önemli araştırmalara dikkat çekerken, sektördeki bu yeniliklerin nasıl şekillendiğini ve gelecekteki potansiyel etkilerini anlamak için bir başlangıç noktası sunmaktadır.

**Ortak Yazar Analiz Haritası**



**Harita 2.** Ortak Yazarlar

Harita 2.'de VOSviewer yazılımı ile oluşturulan akıllı turizmde yapay zekâ kapsamındaki makalelerdeki ortak yazarların ağ analizini göstermektedir. Noktalar, yazarları temsil ederken, boyutları akademik etki ve atıf sayısını yansıtmaktadır. Farklı renkler, yazar gruplarını ve araştırma

temalarını ayırt etmekte, işbirliklerinin yoğunluğunu ve araştırma eğilimlerini analiz etmeye olanak tanımaktadır (Van ve Waltman 2010).

Harita 2.'de Koo Chulmo, Gretzel Ulrike ve Buhalis Dimitrios'un güçlü bağlantılarla ilişkili olduğu ve bu yazarların *akıllı turizm* alanında önemli katkılarda bulunduğu görülmektedir. Koo Chulmo, özellikle Gretzel ve Buhalis ile birlikte gerçekleştirdiği çalışmalarla öne çıktığı görülmektedir. Örneğin, Gretzel vd. (2015) tarafından kaleme alınan *Smart tourism: Foundations and developments* makalesi, akıllı turizmin temellerini ve gelişimini ele almaktadır. Sonuç olarak, ağ haritası, Koo Chulmo, Gretzel Ulrike ve Buhalis Dimitrios'un işbirliklerinin akıllı turizm alanında birbirleriyle olan etkileşimlerini net bir şekilde ortaya koymaktadır.

## SONUÇ

Bu çalışmanın ana odak noktası, akıllı turizm alanında sunulan yapay zekâ teknolojisi ile ilgili araştırma makalelerini bibliyometrik bir analizle sistematik bir şekilde incelemektir. İlk olarak konuyla ilgili makaleler Web of Science, Scopus ve ScienceDirect veri tabanlarından analiz edilerek araştırmaya dâhil edilmiştir. Arama sonucunda 3.307 makaleye ulaşılmış olup, sistematik arama kriterleri yapılarak 85 makale incelemeye alınmıştır. Bu da şekil 2'deki akış şemasında gösterilmiştir. Çalışmada, akıllı turizm alanındaki yapay zekâ yayınlarını genel bir değerlendirme ile incelenmiş ve uluslararası literatürdeki eğilimlerini belirlemeye olanak tanımıştır.

İkinci olarak, ülke sıralamasında (SJR) en üst sıralarda (Q1 ve Q2) yer alan dergilerde yayınlanan makalelere odaklanarak, en yüksek kalitede bilgilere erişim sağlanmıştır. Bununla ilgili Web of Science, Scopus ve ScienceDirect veri tabanında 2017-2024 tarihleri arasında yayınlanan Q1, Q2 ve alıntı sayısı yüksek olan beş makalenin listesi tablo şeklinde oluşturulmuştur.

Çalışmanın üçüncü aşamasında, VOSviewer programı kullanılarak harita 1'de yer alan en çok kullanılan anahtar kelimelere odaklanılmıştır. Bu anahtar kelimelerin, akıllı turizmde yapay zekâ teknolojisinin odak noktalarına ne ölçüde vurgu yaptığı incelenmiştir. Akıllı turizmde yapay zekâ ile ilgili literatürde en çok atıf yapılan anahtar kelimeler arasında *smart tourism* (akıllı turizm), *artificial intelligence* (yapay zekâ), *tourism experience* (turizm deneyimi) ve *sustainable tourism* (sürdürülebilir turizm) öne çıkmaktadır. Bu kavramlar, araştırmaların temel odak noktalarını ve sektördeki yenilikçi uygulamaların yönelimlerini yansıtmaktadır.

Son aşamada ise, harita 2.'de ortak yazar analizi gerçekleştirilmiştir. Bu analiz, belirli yazarların akıllı turizm alanındaki işbirliklerinin yoğunluğunu ve etkisini ortaya koymaktadır. Özellikle Koo Chulmo, Gretzel Ulrike ve Buhalis Dimitrios gibi yazarların güçlü bağlantıları, bu alandaki bilgi birikiminin gelişimine önemli katkılar sağladığına işaret etmektedir.

Sonuç olarak, bu çalışma, akıllı turizmde yapay zekâ teknolojisinin giderek artan bir ilgiye sahip olduğunu ve bu teknolojinin turizm endüstrisindeki büyüme potansiyelini ortaya koymaktadır. Elde edilen bulgular, turizm endüstrisinde teknolojik yeniliklerin ve yapay zekânın rolünün daha iyi anlaşılmasına katkı sağlamaktadır. Bu bağlamda, akıllı turizmde yapay zekâ odaklı araştırmaların, endüstrisindeki yeniliklerin şekillenmesinde ve gelecekteki gelişmelerin yönlendirilmesinde kritik bir öneme sahip olduğu sonucuna varılmaktadır.

Ayrıca bu çalışmanın sonuçları, akıllı turizm alanında yapay zekâ teknolojisinin daha fazla araştırılması gerektiğini ve bu alandaki teknolojik gelişmelerin endüstrideki uygulamalara yansıtılması için gerekli adımların atılması gerektiğini de göstermektedir.

## Tartışma

Araştırma soruları doğrultusunda elde edilen bulgular, özellikle yapay zekâ uygulamalarının turizm sektörü üzerindeki etkilerini ve ilgili literatürdeki önemli eğilimleri açıklığa kavuşturmayı

amaçlamaktadır. Çalışmada elde edilen bulgular, 2017 ile 2024 yılları arasında akıllı turizmde yapay zekâ konulu yayınların sayısında belirgin bir artış olduğunu göstermektedir. Bu artış, özellikle COVID-19 pandemisinin turizm sektöründe büyük değişikliklere yol açmasının ardından ivme kazanmıştır. Pandeminin, seyahat ve konaklama hizmetlerine olan talebi ve sektördeki dijital dönüşüm gerekliliğini artırdığı düşünülürse, yapay zekâ gibi teknolojilerin turizmde entegrasyonunun hızlandığı söylenebilir. 2020'den sonra özellikle robotik süreçlerin benimsenmesi ve gerçek zamanlı hizmet inovasyonları üzerine yapılan çalışmaların yoğunlaştığı gözlemlenmiştir. Bu eğilim, Tablo 2'deki Zeng vd., (2020) tarafından yapılan *COVID-19 drives robotics adoption* başlıklı makale gibi önemli çalışmalarla somutlaşmıştır.

Ayrıca, bu dönemde, özellikle akıllı otelcilik, turizmde yapay zekâ destekli müşteri deneyimi ve akıllı seyahat çözümleri gibi konuların daha fazla ilgi gördüğü anlaşılmaktadır. 2017-2024 yılları arasında yayınlanan makalelerde bu temaların sıkça vurgulandığı, akıllı turizm teknolojileri ve sürdürülebilir turizm gibi anahtar kelimelerin popülerleştiği gözlemlenmiştir (harita 1). Bu bulgular, literatürdeki artan ilginin sadece yapay zekâya dayalı çözümlerle sınırlı kalmayıp, aynı zamanda bu teknolojilerin çevresel ve toplumsal sürdürülebilirlik bağlamında nasıl şekillendirildiğine de işaret etmektedir.

Bu araştırmada, akıllı turizmde yapay zekâ konusundaki anahtar kelimeler ağ analizine dayalı olarak yapılan değerlendirmelerde, *smart tourism*, *tourism*, *COVID-19*, *smart tourism technology* ve *sustainable tourism* gibi kavramların öne çıktığı görülmüştür (harita 1). Bu anahtar kelimeler, yapay zekâ tabanlı turizm çözümlerinin pandemi sonrası dönemde nasıl dönüştüğünü ve sürdürülebilirlik gibi küresel önceliklerle nasıl ilişkilendirildiğini yansıtmaktadır. Özellikle COVID-19'un seyahat ve turizm sektöründeki dönüşümü tetiklemesi, sürdürülebilir turizm ve akıllı turizm teknolojisi gibi kavramların, sektördeki yenilikçi çözümlerle ilişkilendirilmesinin bir sonucu olarak görülebilir.

Ortak yazarlar analizi, özellikle Koo Chulmo, Gretzel Ulrike, ve Buhalis Dimitrios gibi isimlerin akıllı turizm alanında yoğun işbirlikleriyle öne çıktığını göstermektedir (harita 2). Bu araştırma liderlerinin, akıllı turizm teknolojileri ve yapay zekâ temalı projelerde önemli katkılarda bulunduğu, özellikle yapay zekâ tabanlı hizmetlerin benimsenmesi ve müşteri deneyiminin iyileştirilmesi gibi alanlarda etkili çalışmalar yaptıkları anlaşılmaktadır. Koo ve Gretzel'in (2015) *Smart tourism: Foundations and developments* başlıklı çalışması, akıllı turizmin temel prensiplerini ve gelişim sürecini ele alarak bu alandaki ilk önemli derlemelerden biri olarak dikkat çekmektedir. Bu işbirliklerinin, literatürdeki güncel trendleri şekillendiren güçlü etkileşimlere ve fikir liderliğine işaret ettiği söylenebilir.

## Çalışmadaki Sınırlamalar

Çalışmanın kapsamı doğrultusunda belirlenen sınırlılıklar aşağıda belirtilmiştir.

*Anahtar kelime sınırlamaları:* Anahtar kelime seçiminde büyük bir özen gösterilmiş ve çalışmanın teması ve kapsamına önem verilmiştir. Bu nedenle, farklı bibliyometrik tekniklerin uygulanması, yapay zekânın pratik bir değerlendirmesine olanak tanıyabilir.

*Yöntem sınırlamaları:* Çalışmada kullanılan yöntemlerin belirli varsayımlara dayanması veya farklı yöntemlerin kullanılmamış olması, sonuçların yorumlanmasını etkileyebilir.

*Teknoloji sınırlamaları:* Yapay zekâ teknolojilerinin hızla evrilen doğası, çalışmanın yapıldığı dönemde mevcut teknolojik imkânlarla sınırlı olması, gelecekteki teknolojik gelişmelerin dikkate alınmasını engelleyebilir.

*Literatür sınırlamaları:* Literatür taraması sürecinde daha geniş bir zaman dilimi incelenerek, akıllı turizmde yapay zekâ konusunun tarihsel gelişimi ve trendleri daha iyi anlaşılabilir.

Bu sınırlamalar, çalışmanın sonuçlarının ve önerilerin yorumlanması ve genelleştirilmesi açısından dikkate alınmalıdır. Gelecek araştırmalara, bu sınırlamaları aşarak daha kapsamlı bir bakış açısı sunabilir.

**Hakem Değerlendirmesi:** Dış bağımsız.

**Destek Bilgisi:** Herhangi bir kurum ve/veya kuruluştan destek alınmamıştır.

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

**Etik Onayı:** Bu çalışmanın tüm hazırlanma süreçlerinde etik kurallara riayet edildiğini yazar(lar) beyan eder. Aksi bir durumun tespiti halinde Sosyal, Beşeri ve İdari Bilimler Dergisi'nin hiçbir sorumluluğu olmayıp, tüm sorumluluk makale yazar(lar)ına aittir.

**Etik Kurul Onayı:** Çalışma kamuya açık ikincil verilerin kullanılmasıyla oluşturulmuştur.

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

## KAYNAKÇA

- Atar, A. (2020). Gelenekselden dijitale turizm sektörü. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(2), 1640-1654.
- Başer, M. Y., ve Olcay, A. (2022). Akıllı turizmde yapay zekâ teknolojisi. *Gaziantep University Journal of Social Sciences*, 21(3), 1795-1817.
- Azevedo, L. F., Canário-Almeida, F., Almeida Fonseca, J., Costa-Pereira, A., Winck, J. C., and Hespanhol, V. (2011). How to write a scientific paper—Writing the methods section: Como escrever um artigo científico—Estruturação e redacção da secção de métodos. *Revista portuguesa de pneumologia*, 17(5), 232-238.
- Buhalis, D., and Amaranggana, A. (2014). Smart tourism destinations enhancing tourism experience through personalisation of services. In *Information and communication technologies in tourism 2015: Proceedings of the international conference in Lugano, Switzerland, February 3-6, 2015* (pp. 377-389). Cham: Springer International Publishing.
- Buhalis, D., and Sinarta, Y. (2019). Real-time co-creation and nowness service: lessons from tourism and hospitality. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 36(5), 563-582.
- Bornmann, L. (2014). How are excellent (highly cited) papers defined in bibliometrics? A quantitative analysis of the literature. *Research Evaluation*, 23(2), 166-173.
- Bulchand-Gidumal, J., William Secin, E., O'Connor, P., and Buhalis, D. (2024). Artificial intelligence's impact on hospitality and tourism marketing: exploring key themes and addressing challenges. *Current Issues in Tourism*, 27(14), 2345-2362.
- Cubic, M. (2020). Drivers, barriers and social considerations for AI adoption in business and management: A tertiary study. *Technology in Society*, 62, 101257.
- Diodato, V. P., and Gellatly, P. (2013). *Dictionary of bibliometrics*. New York: Routledge.
- Dobrescu, A. I., Nussbaumer-Streit, B., Klerings, I., Wagner, G., Persad, E., Sommer, I., and Gartlehner, G. (2021). Restricting evidence syntheses of interventions to English-language publications is a viable methodological shortcut for most medical topics: a systematic review. *Journal of Clinical Epidemiology*, 137, 209-217.
- Duede, E., Dolan, W., Bauer, A., Foster, I., and Lakhani, K. (2024). Oil & water? Diffusion of AI within and across scientific fields. arXiv preprint arXiv:2405.15828. Retrieved from <https://arxiv.org/abs/2405.15828>
- Gargiulo, F., Fontaine, S., Dubois, M., and Tubaro, P. (2023). A meso-scale cartography of the AI ecosystem. *Quantitative Science Studies*, 4(3), 574-593.
- Gretzel, U., Sigala, M., Xiang, Z., and Koo, C. (2015). Smart tourism: foundations and developments. *Electronic markets*, 25(3), 179-188.
- Gretzel, U., Werthner, H., Koo, C., and Lamsfus, C. (2015). Conceptual foundations for understanding smart tourism ecosystems. *Computers in Human Behavior*, 50, 558-563.

- Hott Correa, S. C., and Gosling, M. d. S. (2020). Travelers' perception of smart tourism experiences in smart tourism destinations. *Tourism Planning & Development*, 18(4), 415–434. <https://doi.org/10.1080/21568316.2020.1798689>
- Huang, X. K., Yuan, J. Z., and Shi, M. Y. (2012). Condition and key issues analysis on the smarter tourism construction in China. In *International Conference on Multimedia and Signal Processing* (pp. 444–450). Berlin, Heidelberg: Springer Berlin Heidelberg.
- Hunter, W. C., Chung, N., Gretzel, U., and Koo, C. (2015). Constructivist research in smart tourism. *Asia Pacific Journal of Information Systems*, 25(1), 103–118.
- <http://sdg.iisd.org/news/unwto-tourism-resilience-committeestresses-need-for-%E2%80%9Csmart-tourism%E2%80%9D/>, (14 Ocak 2024 tarihinde erişim sağlanmıştır).
- <https://www.unwto.org/archive/europe/press-release/2017-02-21/innovation-technology-and-sustainability-pillars-smart-destinations>, (14 Ocak 2024 tarihinde erişim sağlanmıştır).
- Knani, M., Echchakoui, S., and Ladhari, R. (2022). Artificial intelligence in tourism and hospitality: Bibliometric analysis and research agenda. *International Journal of Hospitality Management*, 107, 103317.
- Lee, I. S., Lee, H., Chen, Y. H., and Chae, Y. (2020). Bibliometric analysis of research assessing the use of acupuncture for pain treatment over the past 20 years. *Journal of Pain Research*, 13, 367–376, <https://doi.org/10.2147/JPR.S235047>
- Leung, R. (2019). Smart hospitality: Taiwan hotel stakeholder perspectives. *Tourism Review*, 74(1), 50–62.
- Leung, X. Y. (2020). Technology-enabled service evolution in tourism: a perspective article. *Tourism Review*, 75(1), 279–282.
- Lin, H., Chi, O. H., and Gursoy, D. (2020). Antecedents of customers' acceptance of artificially intelligent robotic device use in hospitality services. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 29(5), 530–549.
- Li, Y., Hu, C., Huang, C., and Duan, L. (2017). The concept of smart tourism in the context of tourism information services. *Tourism management*, 58, 293–300.
- Liu, S., and Wang, L. (2020). Artificial intelligence in different disciplines: Development, applications, and future directions. *Journal of Artificial Intelligence Research*, 68, 123–145.
- Lv, X., Liu, Y., Luo, J., Liu, Y., and Li, C. (2021). Does a cute artificial intelligence assistant soften the blow? The impact of cuteness on customer tolerance of assistant service failure. *Annals of Tourism Research*, 87, 103114.
- Lopez de Avila Munoz, A., and Sánchez, S. G. (2015). Destinos turísticos inteligentes. *Economía Industrial*, 395, 61–69.
- Neuhofer, B., Buhalis, D., and Ladkin, A. (2015). Smart technologies for personalized experiences: a case study in the hospitality domain. *Electronic Markets*, 25(3), 243–254.
- Park, S. (2020). Multifaceted trust in tourism service robots. *Annals of Tourism Research*, 81, 102888.
- Pereira, A. G., Lima, T. M., and Santos, F. C. (2020). Industry 4.0 and Society 5.0: Opportunities and threats. *International Journal of Recent Technology and Engineering*, 8(5), 3305–3308.
- Ribeiro, M. A., Gursoy, D., and Chi, O. H. (2022). Customer acceptance of autonomous vehicles in travel and tourism. *Journal of Travel Research*, 61(3), 620–636.
- Sigala, M. (2018). Social media and customer engagement in the tourism industry. *Journal of Travel Research*, 57(6), 743–757.
- Shankar, V. (2018). How artificial intelligence (AI) is reshaping retailing. *Journal of Retailing*, 94(4), vi–xi.

- Slovan, A. (2019). *The computer revolution in philosophy: Philosophy, science and models of mind*. Cambridge, MA: MIT Press.
- SJR-Scimago Journal and Country Rank. (2021). Journal Rankings. <https://www.scimagojr.com/journalrank.php?category=3315&type=j&year=2019> Erişim Tarihi: 03 Mayıs 2024.
- 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.
- Van, N. T. T., Vrana, V., Duy, N. T., Minh, D. X. H., Dzung, P. T., Mondal, S. R., and Das, S. (2020). The role of human-machine interactive devices for post-COVID-19 innovative sustainable tourism in Ho Chi Minh City, Vietnam. *Sustainability*, 12(22), 9523.
- Van Eck, N., and Waltman, L. (2010). Software survey: VOSviewer, a computer program for bibliometric mapping. *Scientometrics*, 84(2), 523-538.
- Xiang, Z., Stienmetz, J., and Fesenmaier, D. R. (2021). Smart Tourism Design: Launching the annals of tourism research curated collection on designing tourism places. *Annals of Tourism Research*, 86, 103154.
- Yoo, C. W., Goo, J., Huang, C. D., Nam, K., and Woo, M. (2017). Improving travel decision support satisfaction with smart tourism technologies: A framework of tourist elaboration likelihood and self-efficacy. *Technological Forecasting and Social Change*, 123, 330-341.
- Zeng, Z., Chen, P. J., and Lew, A. A. (2020). From high-touch to high-tech: COVID-19 drives robotics adoption. *Tourism geographies*, 22(3), 724-734.
- Zheng, W., Liao, Z., and Lin, Z. (2020). Navigating through the complex transport system: A heuristic approach for city tourism recommendation. *Tourism Management*, 81, 104162.
- Zsarnoczky, M. (2018). The digital future of the tourism & hospitality industry. *Boston Hospitality Review*, 6, 1-9.
- Zhu, W., Zhang, L. and Li, N. (2014). Challenges, function changing of government and enterprises in Chinese smart tourism. *Information and Communication Technologies in Tourism*, 10, 553-564.