

Citation: DURMAZ C., BULUT Y., TANKUŞ E., (2018), Sanal Gerçekliğin Turizme Entegrasyonu: Samsun'daki 5 Yıldızlı Otellerde Uygulama, TJM, (2018), 3(1): 32-49 doi: <http://dx.doi.org/10.30685/tujom.v3i1.29>

SANAL GERÇEKLİĞİN TURİZME ENTEGRASYONU: SAMSUN'DAKİ 5 YILDIZLI OTELLERDE UYGULAMA

Caner DURMAZ¹

Yetkin BULUT²

Emre TANKUŞ³

ÖZ

Turizmin küresel dünyada gelişmesiyle birlikte işletmelerin farklılaşma çabaları rekabetin artmasına yol açmıştır. Farklılaşma çabasına giren işletmeler bilginin kolay ulaşılabilirliğini özümseyerek sürekli takip ve sürekli gelişime açık duruma gelmeye başlamıştır. Gelişime ve bilgiye açık olan işletmeler sanal gerçekliği görmezden gelmeyerek turizm sektöründe kullanmayı amaçlamaktadır. Sanal gerçeklik teknolojisi insan-makine etkileşiminde günümüz bilgisayarlarında hâlâ var olan bilgisayar ekranı, klavye veya fare gibi, insanların kendilerini doğal ortamda hissetmelerini engelleyen unsurları ortadan kaldırmayı hedeflemektedir. Bu sayede sanal gerçeklikle ortadan kalkan bu unsurlar sayesinde insanlar daha önceden turizm deneyimi yaşamadığı yerleri sanal ortamda görerek deneyim ve ön bilgi edinmiş olacaktır. Çalışmada sanal gerçeklikle ilgili dünyada farklı alanlarda yapılmış olan araştırmalar incelenmiştir. Bu araştırma Samsun ilindeki dört ve beş yıldızlı otellerde sanal gerçekliğin turizme entegrasyonunun gerçekleşip gerçekleşmediğinin tespitini amaçlamaktadır. Çalışmada araştırma yöntemi olarak nitel araştırma tekniklerinden derinlemesine mülakat tekniği kullanılmıştır. Araştırmada Samsun ilinde bulunan 5 yıldızlı otellerin genel müdürleri ile derinlemesine mülakat gerçekleştirilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Sanal Gerçeklik, Turizm

Jel Kodu: M3

THE INTEGRATION OF VIRTUAL REALITY INTO TOURISM: APPLICATION IN THE HOTELS WITH FIVE STAR IN SAMSUN

ABSTRACT

Thanks to the development in the global world, diversification efforts of the businesses increased the competition. Businesses taking advantage of the accessibility and availability of online information remain open

¹ Ondokuz Mayıs Üniversitesi, SBE, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı Yüksek Lisans Öğrencisi, canerdurmaz@gmail.com

² Doç.Dr., Ondokuz Mayıs Üniversitesi Turizm Fakültesi Bölüm Başkanı, yetkin.bulut@hotmail.com

³ Ondokuz Mayıs Üniversitesi, SBE, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı Yüksek Lisans Öğrencisi, e-tankus@hotmail.com

to constant research and development. Businesses which are dynamic and open to innovation do not ignore the importance of virtual reality which use it in the tourism sector. Experience in the tourism sector could be available only aftermarket. Virtual reality technology aims to remove factors in human-machine interaction such as mouse, keyboard and monitor which remain as obstacle for humans to feel like in a natural environment. Thanks to the advancement in virtual reality technology, people will be able to have a virtual travel to the places where they have never been before and get information readily. Previous studies on virtual reality in different fields were examined in this study. We aim to examine the integration of virtual reality into tourism in the hotels with five star in Samsun. In-depth interviewing techniques as part of qualitative research techniques were employed in the research. Interviews were held with the general managers of the hotels with five star.

Keywords: Virtual Reality, Tourism,

Jel Code: M3

1.GİRİŞ

Geçmişten günümüze değişen ve gelişen teknoloji internet kullanımını arttırmış ve internet çağı olarak da nitelendirilen bir döneme girilmiştir. Bu dönem bilgi paylaşımını ve bilginin ulaşılabilirliğini hızlandırmakta, insanların hayatlarına kolaylık sağlamaktadır. İnsan hayatını kolaylaştıran modern teknolojinin getirilerinden biri olan sanal gerçeklik teknolojisinin gelişimi tıp, mühendislik, inşaat sektöründe olduğu gibi turizm sektöründeki işletmelerinde bu teknolojiye yönelmesine sebep olmuştur. Sanal turun gelişimi, internet kullanıcılarında ve potansiyel müşterilerde ilgi ve merak oluşturmak için kullanılmaya başlanmıştır. Üç boyutlu panoramik görüntülerin yaratılmasıyla birlikte, sanal tur teknolojisi destinasyonların tanıtımında kullanılmaya başlamıştır. Bunların yanı sıra, işletmelerin ve destinasyon alanlarının marka imajı yaratmak, ilgi uyandırmak ve merak duygusu aşılayarak potansiyel müşteri kitlesi oluşturmak için bu teknolojiye yönelmeleri sanal tur kavramının gelişimine ve kullanımına olanak sağlamaktadır.

Sanal gerçeklik teknolojisi, iki ve üç boyutlu sanal turların üzerine çıkarak kullanıcıların gerçeğe yakın bir deneyim yaşamasına olanak sağlamaktadır. Eğlence, sağlık, eğitim ve mühendislik alanları gibi alanlarda kullanılan bu teknoloji kendisine geniş uygulama alanları bulmuştur.

İnternetin gelişimi ile birlikte bilgi paylaşımının artması insanların karar verme sürecini etkilemektedir. İnsanlar seyahat ve gezi planları hazırlarken, seyahat rotaları çizerken ve destinasyon konusunda bilgilere ulaşmak isterken artık internetin güçlü ve kapsamlı gücünden yararlanmaktadır. Dijital pazarlama ajansı We Are Social, Hootsuite işbirliği ile hazırladığı “Digital in 2017 Global Overview” raporunu incelediğinde, 7,5 milyar insanın 3,8

milyarının aktif internet kullanıcısı olduğu gerçeği de bulgularımızı destekler nitelik taşıdığı görülmektedir.

Çalışmamızda sanal gerçeklik kavramının tarihi gelişim süreci açıklanmış, bu teknolojinin turizme entegrasyonu konusuna değinilerek Türkiye'deki sanal gerçeklik kullanımı üzerinden bilgiler aktarılmıştır. Diğer bölümlerde ise sanal gerçeklik kavramının avantaj ve getirileri ele alınarak sanal tur ve sanal tur çeşitleri açıklanmaya çalışılmış, sanal turların ilgi ve merak duygusu uyandırma özelliği irdelenmiştir.

2. SANAL VE SANAL GERÇEKLİK KAVRAMI

Zihinde oluşturulan ve tasarlanan, mevhum, farazi gibi anlamların karşılığı olan “sanal” sözcüğü san-mak fiilinden türetilmiştir (TDK, 2014). Sanallık kavramı günümüz dünyasında elektronik ortama özgü bir oluşumu ifade etmekte fakat daha farklı anlamlara da sahip olmaktadır. Edebiyat alanında Platon'un Devlet ütopyası, sinema sektöründe Avatar filmi ve televizyonda benzer veya aynı gerçekliğin farklı bir şekilde haberleştirilmesi gibi örnekler de “sanal” olarak nitelendirilmektedir. Gerçeklik kavramını, fiziksel gerçekliğin farklı algılanışlarının öznel bir yorumu olarak ele aldığımızda, varolan ve algılanan ilişki, oldukça esnek ve yoruma açıktır. Fakat bu belirsizlik beraberinde sınırsız bir soyutlama olanakları getirmektedir (Timothy, 1997:107). Coates sanal gerçekliği, çeşitli malzemeler aracılığı ile kullanıcıların üç boyutlu deneyim yaşamasını sağlayan sistemler olarak nitelendirmektedir (Coates, 1992).

“İngiliz yazar Ray Bradbury'nin 1950 yılında The Weldt adını verdiği hikayesinde ilk sanal gerçeklik kavramı ortaya çıkmıştır. Hikaye özünde zengin bir ailenin Afrika ülkesi bozkırlarındaki görüntü, ses, koku gibi akla gelebilecek bazı duyu organlarına hitap eden bir üç boyutlu sistemi satın alması ve çocukların odasına kurmasını konu almaktadır. Çocuklarının bu sanal Afrika dünyasına artan bağlılığını fark eden ebeveynler endişeye kapılıp bu sanal dünyayı kaldırmak isterlerken birden bire ortadan kaybolurlar. Hikayenin sonunda sanal dünyadaki sanal Afrika aslanları iki insan vücudunu parçalamaktadır. Sanal gerçekliğe tutkuyla bağlı olan çocuklar ise artık bu dünyadan ayrılmayacakları için mutlulardır...” (Kurbanoglu, 1996).

Bilgisayar teknolojisinin gelişimi ile birlikte insanların bilgisayarlar ile etkileşimi geliştirilmiş, insanların algılarına benzerlik gösterecek unsurlar oluşturulmaya başlanmıştır. Oluşturulan unsurlardan biri olan sanal gerçeklik teknolojisi, kavram temeli olarak gerçeğe yakın sanal bir görüntünün yaratılması ve insan-bilgisayar etkileşiminin yapılandırılması özelliği taşımaktadır. “Ayrıca bu dünyada, gerçek zamanlı bir bağlantıyı, aynı mekânı ve görselliği paylaşma olanakları sunulmaktadır” (Coleman, 2012:27).

Sherman ve Craig (Sherman ve Craig, 2002) sanal gerçekliğin oluşturduğu deneyimin temel unsurları olarak şunlardan bahsetmişlerdir;

1.Sanal Dünya: Verilmiş olan ortamın ana içeriğidir. Sadece oluşturan kişinin zihninde var olabileceği gibi yayınlanarak başkalarıyla da paylaşılabilir. Sanal dünya bir sanal gerçeklik sistemi içinde görüntülenmeden var olamaz. Bu bir senaryonun aktörler, sahne, müzik vb. unsurlar olmadan tek başına bir şey ifade etmemesine benzer (Sürücü, 2017).

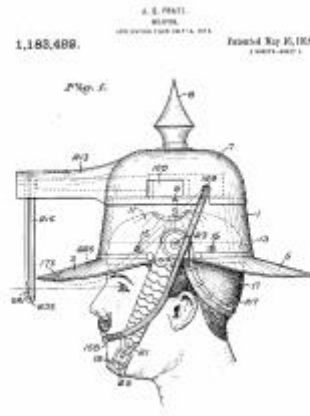
2. İçine Girme: Sanal gerçeklik teknolojisinin kullanıcıları zihinsel olarak yaşadığımız dünyadan sıyrılıp, sanal bir dünyanın içine girmeli ve sanal dünyaya odaklanmalıdır. Kullanıcı dış etkenlerden uzaklaşmalı ve sanal dünyanın sunduğu içeriğe odaklanmalıdır.

3. Duyusal Geribildirim: Kullanıcı veri eldiveni, VR gözlük vs. donanımlar ile sanal dünya içerisinde kendi varlığını hissedip, yaptığı eylemden ve mekandan etkilenmelidir. Vücut hareketlerini izleyen ve sanal ortama aktaran donanımların sayısının artması kullanıcının sanal dünyadaki var olma hissini arttıracak gibi duyusal geribildirim de oluşturacaktır.

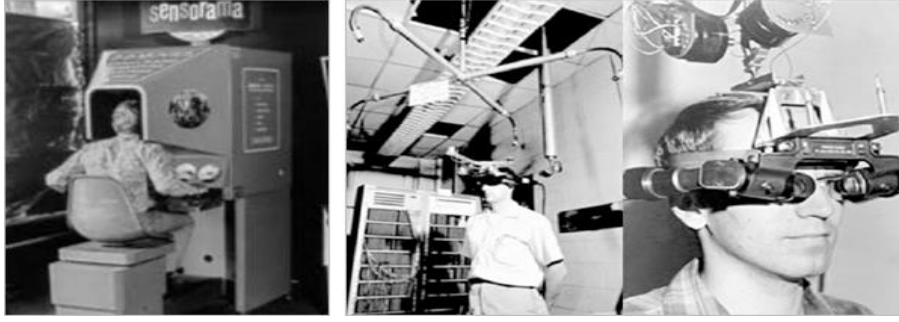
4.Etkileşim: Sanal gerçeklik teknolojisinin gerçeğin simülasyonunu yaratması ve gerçekçi olması için kullanıcının fiziksel hareketlerine cevap vermesi gerekmektedir. Kullanıcı donanımlar ile birlikte yaptığı hareketler ile sanal ortamdan bilgi alabilmeli, vücut hareketleri ile sanal ortamda bakış açısını ve konumunu değiştirebilmelidir.

Sanal gerçekliğin tarihsel gelişimini incelediğimizde şu örneklerle rastlanılmaktadır:

1916 yılında Albert B. Pratt tarafından başa takılarak kullanılması hedeflenen periskopik ekranın geliştirilmesi bu alandaki ilk çalışma özelliğini taşımaktadır. (Şekil 1.1)



Şekil 1.1. Albert B. Pratt Tarafından Tasarlanan İlk HMD (Google.Com/Patents)



Şekil 1.2. Ivan Sutherland'ın Harvard'da Geliştirmiş Olduğu Stereoskopik HMD (Sherman Ve Craig, 2002)

“Sanal gerçeklik, bilgisayar ortamında grafikler, renkler, canlandırmalar ve ses efektleri ile yaratılan bir ortamın (sanal) insan duyuları ile birleştirilmesi, bir kişinin kendisini o ortamın bir parçası gibi hissetmesi yaklaşımı üzerinde yapılandırılmıştır” (Arat ve Baltacıoğlu, 2016:107). Sanal gerçeklikte en önemli hedeflerden biri kullanıcının ortama tam anlamıyla hâkimiyet sağlaması ve her yönüyle ortamın bir parçası olmasıdır. Uçuş simülatörleri, sanal gerçeklik olayının ilk örnekleridir (Türker, 2007:4-5).

3. SANAL GERÇEKLİK VE TURİZM

Sanal gerçeklik teknolojisinin gelişimi turizm sektöründe potansiyel turist oluşturma noktasında etkili olmaktadır. Tanıtım aracı olarak sanal gerçekliğin kullanımının artması, işletmeler ve devletlerin turizm kazançlarını arttırmak, kişilere ön deneyim yaşatmak ve karar verme süreçlerini etkilemekte büyük olanaklar doğurmuştur. Ayrıca, insanlar normalde gitme şanslarının olmadığı veya buna ayırabilecekleri geniş vakitlerinin olmadığı zamanlarda turistik mekânları sanal gerçeklik uygulamaları sayesinde görebileceklerdir. İşletmeler ve devletler büyük veri tabanlarının yaratılması, gelişmiş bilgisayar sistemlerinin kullanılmasıyla yaratılan sanal gerçeklik teknolojisine yönelmişlerdir.

4.SANAL GERÇEKLİK TEKNOLOJİSİNİN TURİZM ÜZERİNDEKİ AVANTAJLARI

Sanal gerçeklik teknolojisinin avantajlarından büyük ölçüde yararlanabilecek sektörlerden birisi de turizm sektörüdür. Gelişmiş VR teknolojisi ile birlikte Dünya dışı yolculukların mümkün kılınması, Mars ve Ay yolculuklarının sanal gerçeklik teknolojisi sayesinde ışık hızında yapılabilmesinin mümkün olması bir hayal olmaktan çıkmaktadır. Sanal gerçeklik sayesinde aya seyahat, okyanuslarda gezinme imkânı gibi aktiviteler sağlanabilir (Thierauf, 1995: 165). Bu konuda ABD'de Carnegie Mellon Üniversitesinde yapılmış olan bir örnek olarak ışık hızıyla seyahati gösteren bir sanal gerçeklik sistemi elde edilmiştir (Kurbanoglu,1996:27).

Fransa'nın Burgundy bölgesinde Fransız Devrimi sonrasında yok edilen The Abbey Of Cluny Manastırı sanal gerçeklik teknolojisiyle bilgisayar ortamında tekrardan yaratılmıştır. (Şekil 2.1)



Şekil 2.1. Sanal Gerçeklik Teknolojisiyle Tekrardan Yaratılan The Abbey Of Cluny Manastırı
(Google.Com/Patents)

DiginetMedia şirketi anlaşmalı otellerin sanal gerçeklik ile yaratılmış görüntülerini ziyaretçiye sunarak ön deneyim, rezervasyon ve pazarlama odaklı çalışmalar yapmaktadır.

Marriott Otelleri ve Samsung iş birliğinde gerçekleşen proje "VRoom Sevice" ile müşteriler sanal gerçeklikle Çin'i, Ruanda'ya veya Şili'yi gezdirmektedir. Marriott Otellerinin sanal gerçeklik servisi "VROOM Service" ile otel sakinleri oda servisinden yemek ya da kahveden daha ilgi çekici bir şey sipariş edebiliyorlar: VR Postcards (Sanal Gerçeklik Kartpostalları). Samsung sanal gerçeklik setiyle gerçekleşen deneyim için Marriott, Framestore ile birlikte çalışarak sanal gerçeklik içeren kartpostallar hazırlamış. Kartpostallarda eğlenceli, interaktif deneyimler yaratmak için 360 derecelik, üç boyutlu çekim teknikleri kullanılmış. (Şekil 2.2)



Şekil 2.2. Marriott Oteli VROOM Service (Google.Com/Patents)

Sanal gerçeğin kullanımının yaygınlaşması ve avantajlarının gözle görülür bir şekilde artmasıyla birlikte işletmeler bu alanda gelişmeye ve teknolojiyi takip ederek kullanmaya yönelmişlerdir. Sanal gerçeklik teknolojisinin kullanımı Şekil 2.3'te görüldüğü üzere, turizm sektöründe daha önce yaşatılması mümkün olmayan ön deneyimi yaşatabilmekte ve bu teknolojiyi kullanan işletmelerin diğer işletmelerden farklılaşmasını ve marka imajı yaratmasını sağlamaktadır. Ön deneyimin yaşatılabilmesi, potansiyel müşterilerin oluşmasına, insanların teknolojiyi kullanan işletmelere yönelmesine ve buna bağlı olarak talebin artmasına olanak sağlamaktadır. Artan talebin getirilerinden biri olarak geribildirimlerin oluşmasıyla birlikte artacak müşteri potansiyeli, tanıtımın bu teknoloji ile yapılmasıyla rezervasyon ve pazarlama noktasında işletmeleri olumlu yönde etkileyecektir. Teknolojiye ayak uyduran ve sürekli takip içerisinde olan işletmeler, teknolojiye açık olmayan işletmelerin önüne geçecek ve sektör rekabeti oluşturarak turizm endüstrisine öncülük edecek konuma geleceklerdir.



Şekil 2.3. Sanal Gerçeğin Turizm Sektörüne Etkisi

5. SANAL TURLAR

Çağımızda hızlı değişimler yaşanmaktadır. Bilgisayar teknolojisinde, dolayısıyla buna bağlı olarak internet alanında büyük değişiklikler meydana gelmiştir. Sanal kavramı, değişen teknoloji ile birlikte yaşamın her alanında olduğu gibi içinde ve çevresinde bulunan ortamlarda da değişikliğe yol açmış ve yaratılan sanal ortam “sanal mekân” tanımı ile bu alanın literatüründe yer almaya başlamıştır (Derman, 2012: 43).

Sanal Tur, üç boyutlu görüntünün son teknoloji ile yazılım ve görsel medya olarak fotoğraflar üzerine aktarılmasıyla oluşturulmaktadır. Web ortamında ziyaretçilerin içinde gezinme hissi yaratılarak sanal ortamdaki mekanı rahatça dolaşabilmelerine olanak sağlamaktadır. Sanal tur kavramının gelişimi ile devletler ve özel işletmeler panoramik görüntüye dayalı üç boyutlu destinasyonları büyük kitlelere ulaştırmayı hedeflemektedir. Sanal tur teknolojisiyle oluşturulan turizmdeki ilk uygulamalar müze turlarıdır. Dünya'nın önde gelen müzelerinden Londra British Museum ve New York Metropolitan Museum Sanal turlar düzenleyerek geniş kitlelere ulaşmış ve uluslararası bir çekicilik kazanmıştır.

6. SANAL TUR ÇEŞİTLERİ

“Sanal turları sayısal teknoloji malzemesine göre iki boyutlu(2B) ve üç boyutlu(3B) olarak iki bölüme ayırabiliriz” (Arat ve Baltacıoğlu, 2016:111).

6.1. İki Boyutlu Sanal Turlar

“İki boyutlu sanal turları da içeriklerine göre içeriksel sanal turlar, eğitsel sanal turlar ve broşür sanal turlar olarak üç bölüme ayırabiliriz” (Arat ve Baltacıoğlu, 2016: 111).

6.1.1. İçeriksel Sanal Turlar

Nesnelerin çevrimiçi olarak sunulmasıyla ziyaretçilerin bu nesnelere keşfetmesini sağlayan sanal tur uygulamalarıdır. Bu uygulama eğitici bir özellikler sağlamazken, nesne merkezli hareketi sunmaktadır. Uzman kişilerin anlayabileceği şekilde bilgi aktarımı sunan bu tur çeşidi toplumsal kitleden çok grupsal/uzman kitleye hitap etmektedir. (Şekil 3.1)



Şekil 3.1. Anadolu Medeniyetler Müzesi İçeriksel Sanal Tur Örneği (Google.Com/Patents)

6.1.2. Eğitsel Sanal Turlar

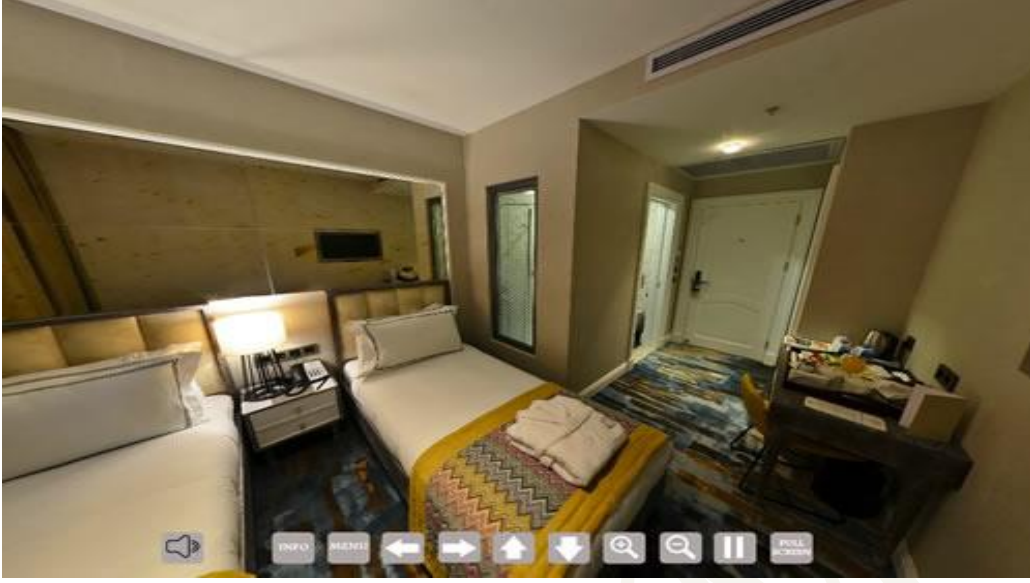
Ziyaretçilerin demografik özelliklerine göre giriş yapmalarını öngören sanal turlardır. Nesne odaklı olmaktan çok içerik odaklı hareket edilmektedir. Bu tür turların asıl amacı öğretici olmak ve ziyaretçilerin ilgisini çekerek gelip görme arzularını arttırmaktır. (Şekil 3.2)



Şekil 3.2. Divriği Ulu Camii Ve Darüşşifası Eğitsel Sanal Tur Örneği (Google.Com/Patents)

6.1.3. Broşür Sanal Turlar

Kısıtlı bilgi paylaşımı ile ziyaretçilerde merak duygusu uyandırmayı ve ziyaret isteğini ortaya çıkarmayı amaçlayan sanal tur türüdür. Bu turları işletmeler genellikle tanıtım odaklı kullanmaktadır. (Şekil 3.3)



Şekil 3.3. Berjer Boutique Hotel & Spa Broşür Sanal Tur Örneği (Google.Com/Patents)

6.2. Üç Boyutlu Sanal Turlar

Fiziksel gerçek mekanların 3 boyutlu tasarlanması ve bu tasarımın eş zamanlı işleme yazılımları ile oluşturulmasına dayanan sanal tur çeşididir. Üç boyutlu panoramik görüntünün kullanıcı müdahaleli olması ve görsel gerçeklik hissi sağlaması açısından kullanışlıdır. (Şekil 3.4)



Şekil 3.4. Sarıçay Otel Rhodius Üç Boyutlu Sanal Tur Örneği (Google.Com/Patents)

7. ARAŞTIRMANIN AMACI VE ÖNEMİ

Bu çalışmanın amacı, sanal gerçeklik teknolojisinin turizm sektörüne entegrasyonunu incelemektir. Mimarlık ve mühendislik sektöründe sıkça kullanan bu yeni teknolojinin turizm sektöründe müşteri deneyimi, hizmet kalitesi ve tanıtım alanında sağladığı/sağlayacağı olanaklar araştırılmakta ve incelenmektedir. Gelişen ve değişen dünya içerisinde, diğer

sektörlerde olduğu gibi turizm sektörünün de yeni teknolojilere adapte edilmesi açısından araştırmamız önem arz etmektedir. Türkiye’de sanal gerçekliğin turizme entegrasyonunu araştıran öncü niteliğinde bir çalışma olması araştırmamızın özgünlüğünü oluşturmaktadır.

8. ARAŞTIRMANIN KISITLARI

Yapılan bu çalışmada beş yıldızlı otel işletmeleri baz alınmıştır. Ancak evren içerisinde çok fazla işletmenin bulunması ve çalışmada derinlemesine mülakat yönteminin kullanılması örneklem olarak Samsun ilinin seçilmesine sebep olmuş ve kısıtlamaya gidilmiştir.

Çalışmadaki bir diğer kısıt ise, derinlemesine mülakat tekliflerimizin Samsun ilindeki oteller tarafından kabul edilmemesinden kaynaklanmaktadır. Bu mülakat yöntemi Samsun ilindeki tüm beş yıldızlı otellerde uygulanmak istenmiş fakat 2 otel ile sınırlandırılmak zorunda kalmıştır. Diğer tüm oteller ile her türlü iletişim yolu kullanılarak mülakat gerçekleştirilmek istenirse de otel yöneticileri taleplerimizi reddetmiştir.

9. YÖNTEM

Çalışmanın önceki bölümleri daha önce yapılmış araştırmalar ve çalışmalar çerçevesinde, mevcut verilerin gözden geçirilmesiyle teorik olarak incelenmiştir. Yaptığımız çalışmada sanal gerçeklik kavramı üzerine 22 adet çalışma incelenmiştir. 22 adet çalışmanın 9 tanesi turizm, diğer çalışmalar ise eğitim, mimari, bilişim teknolojileri, mühendislik ve spor etkinliklerini konu almaktadır.

YAZAR	ALANYAZIN
Yumurtacı, 2016	Sanal gerçeklik teknolojilerinin, hitap ettiği biyolojik duylarda soyutlama ve bulunuş hissini ölçülebilir bir halde nicelendirilebilmesi araştırılmıştır.
Ekin, 2013	Sanal gerçeklik teknolojisinin spor etkinlikleri üzerindeki etkileri incelenmiştir.
Balcısoy vd., 2011	Harici ortamlarda artırılmış gerçeklik (AG) teknikleri kullanarak gerçek ve sayısal dünyanın doğal etkileşim teknikleri ile örtüşmesini sağlayan bir sistem geliştirilmesi amaçlanmıştır.
Sertalp, 2016	Artırılmış gerçeklik uygulamalarının tarihi mekânlar ve müzelerde kullanımı araştırılmıştır.

Arat ve Baltacıoğlu, 2016	Sanal gerçeklik teknolojisiyle yaratılan sanal turların turizm acentelerinde, turistik destinasyonlarda ve tanıtımlarda kullanımını incelenmiştir.
Kurbanoğlu, 1996	Sanal gerçeklik teknolojisinin kütüphanelerde kullanımını incelenmiştir.
Kuruüzümcü, 2007	Sanal gerçeklik teknolojisinin sanat üzerindeki etkisi ve dijital sanat gelişimi incelenmiştir.
Oruç, 2016	Sanal gerçeklik teknolojisi ile yaratılan sanal müzelerin gelişimi araştırılmış, olumlu ve olumsuz yaklaşımlar incelenerek sanal müze türleri incelenmiştir.
Çolak, 2011	Bilişim teknolojilerinin gelişimiyle, sanal müzelerin oluşumu ve tarihsel gelişimi incelenmiştir.
Kayabaşı, 2005	Sanal gerçeklik teknolojisinin kullanım alanları ve eğitim alanındaki kullanımını araştırılmıştır.
Tussyadiah vd., 2017	VR ortamında yaratılan gerçeklik duygusu araştırılmış ve bu duygunun turizm destinasyonlarını nasıl etkilediği incelenmiştir. VR deneyimleri sonrasında insanların seyahat karar verme süreçleri araştırılmış ve VR teknolojisinin bu süreci nasıl etkilediğinin anlaşılması amaçlanmıştır.
Gibberson, 2017	Bu çalışmada, VR turizm deneyimleri yaşama fırsatı verildiğinde örneklemini 11 kişinin oluşturduğu Y kuşağının 5 farklı destinasyon deneyimden sonra hangi tür destinasyonlara (tarihi, kültürel vd.) gitmek istediği araştırılmıştır.
Yung & Khoo-Lattimore, 2017	Bu çalışmada, turizmde sanal gerçeklik ve arttırılmış gerçeklik üzerine literatür taraması yapılmış, sanal ve arttırılmış gerçekliğin turizm sektöründeki kullanım ve kullanım formları araştırılmıştır.
Cho vd., 2002	Bu çalışmada, web tabanlı sanal tur kavramını tanımlanmış ve web tabanlı sanal turun turizm pazarlaması üzerindeki etkilerini incelenmiştir. Sanal turun özellikleri ele alınarak özellikler üzerinden önermeler geliştirilmiştir.

Sanal gerçekliğin tarihsel gelişimi örnekler ile açıklanmaya çalışılmış, literatür tarama sonuçlarından yola çıkarak sanal gerçeklik teknolojisinin turizme entegrasyonu ve avantajları incelenerek gelecekte yapılacak çalışmaları destekleyici nitelikte bir çalışma oluşturulmaya çalışılmıştır. Örnek olay incelemesi ile araştırmanın teorik bölümünde ayrıntılı olarak incelenen konu, araştırma yapısı ve süreçleri itibariyle nitel araştırma özelliği taşımaktadır. Nitel araştırmaları gözlem, görüşme ve doküman analizi gibi nitel bilgi toplama yöntemlerinin kullanıldığı, algıların ve olayların doğal ortamda gerçekçi ve bütüncül bir biçimde ortaya konmasına yönelik nitel bir sürecin izlendiği araştırma olarak tanımlamak mümkündür (Yıldırım, 1999: 10). Nitel araştırma yöntemi olarak örnek olay monografileri yani vak'a metodu kullanılmıştır. Örnek olay, "bir veya az sayıda birbiriyle ilgili denek üzerinde yapılan ayrıntılı çalışma şeklinde tanımlanabilir. Yapılan derinlemesine sorgulama ile bir kişi, grup veya kurum hakkında ayrıntılı veriler elde edilir" (Altunişik vd., 2007: 14). "Ne, niçin ve nasıl" sorularına cevap aranan örnek olay tekniğinde mülakat, anket, gözlem ve doküman analizleri kullanılabilir.

Araştırmada öncelikle sanal gerçekliğin turizme entegrasyonu hakkında genel görüşler dikkate alınmış ve ardından mülakat soruları ile araştırma konusuna cevap aranmıştır. Örnek olay monografisinde bilgi edinme aracı olarak *derinlemesine mülakat tekniği* kullanılmıştır. İşletmelerin teknolojiyi takip etme derecesini belirlemeye, takip edilen teknolojinin uygulama noktasındaki başarısını öğrenmeye yönelik sorular hazırlanmıştır.

10. ARAŞTIRMA BULGULARI

Yapılan derinlemesine mülakatlar sonucunda elde edilen bulgular şu şekildedir:

- Katılımcılar sanal gerçeklik kavramında teknoloji kaynaklı 3 boyutlu ortamların yaratıldığını ve bu teknoloji ile gerçeklik hissinin elde edildiğini belirtmektedirler. Ayrıca, katılımcılar tarafından teknoloji ve dijitalleşme anlamında sanal gerçeklik kavramının özel bir yeri olduğu vurgulanmaktadır.
- Teknolojinin turizm sektöründe fayda sağlamasıyla birlikte sanal gerçekliğin de turizmde özellikle tanıtım anlamında firmalara ve destinasyonlara fayda sağlayacağı beklenmektedir. Bunun yanı sıra turizm destinasyonlarının cazibe merkezi haline gelmesinde sanal gerçeklik teknolojisinin etkili olacağı öngörülmektedir.
- Sanal turlardan önce gidilecek yer/varılacak nokta ile ilgili bilgilere web ortamında paylaşılan fotoğraflar ile ulaşmak mümkünken, günümüzde ise sanal turlarla birlikte bu yöntemin gelişim içerisine girdiği belirtilmiştir.

- Sanal turların merak duygusu uyandırarak seyahat isteğini arttırabileceği ve sanal gerçeklik deneyimi ile beğenilen yerlerin canlı olarak görünmek istenebileceği belirtilmiş ve katılımcıların özel hayatlarında bu teknolojiyi kullanarak seyahat planlarını oluşturduğu bilgisine ulaşılmıştır.
- Sanal gerçeklik teknolojisinin turizm sektöründe tanıtım gibi maliyeti yüksek çalışmaları çok daha ucuza indirgeyebileceği belirtilmiştir.
- Sanal turların yerinde ve doğru bir biçimde kullanılmasıyla elde edilecek ön deneyimin bilinçli turist üzerinde dezavantaj yaratmayacağı, sanal tur ile ön deneyim yaşayan bilinçli turistlerin “gittiği yerde beklediğini bulma” noktasında avantaj sahibi olacağı kanısına varılmıştır.
- Bir zamanlar web sitesi olan işletmelerin prestijli bir imaj oluşturması işletmeleri güvenli kılarken, günümüz teknolojilerini kullanan (Sanal gerçeklik, Sanal Tur vd.) işletmelerin de zamanla aynı noktaya geleceği vurgulanmış ve sanal gerçeklik teknolojisinin marka imajına olumlu etki yapması öngörülmüştür. Bunun yanı sıra, sanal gerçeklik teknolojisinin kurumsal kimliği ve doğru iletişimi olumlu yönden etkileyeceği öngörülmüştür.
- Örnek olay monografisi yani vak’a metodu uygulanan işletmenin genel olarak iş amaçlı kullanılması ile müşteri portföyünün bu teknolojiyi konakladığı işletmede aramaması, işletme yönetiminin sanal gerçeklik teknolojisi üzerindeki bakış açısına olumlu etki yaratmamıştır. Ancak toplantı salonlarında bu teknolojinin bulunmasını talep eden acentelerden dolayı işletme tarafından sanal gerçeklik teknolojisi takip edilip değerlendirilmeye alınmıştır. Kurumsal işletme ve merkezi yönetim şeklinin karar mekanizmasından dolayı, katılımcıların görev aldıkları işletmede bu tür yeniliklerin kendi bakış açıları doğrultusunda uygulanmadığı gerçeği ön plana çıkmıştır.
- Sanal gerçeklikle yaratılabilen turizmde ön deneyim, müşterilerin satın alacağı tatil ürününe gerçekten ihtiyacının olup olmadığını görebilmesi açısından imkan tanıyabilmekle birlikte ayrıca, zaman maliyeti ve maddi kayıptan kaçınma noktasında müşteriler üzerinde olumlu etki ve istek oluşturabilmektedir.
- Günümüze kadar yaşanan tüm teknolojik gelişmeler gibi sanal gerçeklik teknolojisinin gelişmesi de turizmde rekabetin ve kalitenin artmasına neden olacak ve sürekli gelişimin önemi artacaktır. Dezavantaj olarak, sanal gerçeklik teknolojisinin günümüzde pahalı bir teknoloji olduğu gerçeği, işletmeler arası rekabet noktasında

henüz bir avantaj gibi görülmesi de, gelecekte teknolojinin kullanımının artmasıyla birlikte rekabeti de aynı oranda arttıracakı düşünölmektedir.

- Katılımcıların özel hayatında VR ürünlerini kullanıp kullanmadığını incelemek için sorduğumuz soruya verilen “VR gözlüğü kullanmıştım” cevabı, işletme yöneticinin teknolojik gelişmeyi takip ederek yenilikçi değışimin içerisinde yer aldığını göstermektedir.
- Satılan ürüne ve sunulan hizmete bağılı olarak, sanal gerçeklik teknolojisinin turizmde arz ve talebi arttıracakı beklenmektedir.

11. SONUÇ

Teknolojinin insan hayatında önemli bir yere sahip olmasıyla birlikte, insanların bilgi edinme kanallarından biri olan internet, günümüzde kendi içerisinde gelişimine devam ederek tatmin, merak, ön deneyim gibi kavramlar da oluşturabilmektedir. Sanal gerçeklik teknolojisi insanların merak duygusunun artması ve bu merakların haz alma noktasına varması konusunda geliştirilmiş etkin bir teknolojidir. Sanal gerçeklik donanımlarının arttırılması ve sanal gerçeklik algoritmalarıyla panoramik görüntünün işlenmeye başlanması, kişilerin iki boyutlu dünyadan duygu ve gerçeklik hissi veren üç boyutlu dünyaya geçmesine olanak sağlamıştır.

Araştırma yukarıda ortaya konulan bulgular doğrultusunda incelendiğinde; turizm işletmelerinin sanal gerçekliğe yoğunlaşması insan ilişkilerinin yoğun yaşandığı bu sektörde, rekabeti arttıracakı gibi işletmelerin pazar içerisindeki etkinliğini ve kâr maksimizasyonunu da pozitif yönde etkileyebilecektir. Bu teknoloji, otelciliğin yanı sıra turizm işletmelerinin genelinde kullanılabilir bir kavram olarak gelişerek birçok kurumda kullanılmaya başlanabilir.

Otelcilik alanında ele aldığımızda, sanal gerçeklik teknolojisinin satın alma kararları üzerindeki etkisi, müşterilerin otel odalarının sanal turlar ile web ortamına aktarılması, aktivite ve rekreasyon alanlarında ön deneyiminin yaratılmasıyla geliştirilebilir ve tanıtım ile pazarlama açısından sektördeki işletmelere önemli kazanımlar sağlayabilir.

Acente ve destinasyon pazarlaması alanlarından ele aldığımızda ise, sanal gerçeklik teknolojisiyle oluşturulan destinasyon tanıtımları broşür sanal turlar ile oluşturularak destinasyona çekicilik sağlayabilir, acente turlarına ve destinasyonlara karşı talebin artmasına

olumlu etki edebilir. Gerçekçilik hissini VR teknolojisiyle yaratılması, insanların merak dürtülerini harekete geçirip seyahat arzularını da arttırabilir.

Sonuç olarak sanal gerçekliğin insanlar üzerindeki etkisinden yola çıkıldığında; VR gözlüklerinin ve diğer sanal gerçeklik donanımlarının kullanımının artması, insanların bu teknolojiye yöneldiğinin en önemli kanıtlarından biridir. Sanal gerçeklik teknolojisinin bu denli kullanımı, sürekli gelişim içinde olan işletmelerin bu teknolojiyi müşterilerine sunmasıyla birlikte, müşteri memnuniyeti oluşturmaya olanak sağlayacaktır. Sanal gerçekliğin hızlı gelişimi ilerleyen zamanlarda, insanların evlerinde otururken Ay'a, gezegenlere veya yıldızlara sanal seyahat etmelerine olanak sağlayabilecektir.

KAYNAKÇA

- Altunışık, R., Coşkun, R., Bayraktaroğlu, S., & Yildirim, E. (2007). Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri. *Sakarya Yayıncılık, Sakarya*, 226.
- Arat, T., & Baltacıoğlu, S. (2016). Sanal Gerçeklik ve Turizm. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksek Okulu Dergisi*, 19(1), 103-118.
- Balcısoy, S., Kayalar, C., Eren, T., & Koç, E. (2011). Kültürel miras uygulamaları için harici artırılmış gerçeklik sistemi geliştirilmesi, *TÜBİTAK EEEAG Proje no: 105E087*, 2-58.
- Binkley, T. (1997). The Vitality Of Digital Creation. *The journal of aesthetics and art criticism*, 55(2), 107-116.
- Cho, Y. H., Wang, Y., & Fesenmaier, D. R. (2002). Searching for experiences: The web-based virtual tour in tourism marketing. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 12(4), 1-17.
- Coates, G. (1992). Program From Invisible Site-a Virtual Sho, a Multimedia Performance Work Presented By George Coates Performance Works. *San Francisco, CA*.
- Coleman, B., & Bilge, E. (2012). *Hello Avatar: Dijital Neslin Yükselişi*. (Çev: E. Bilge) MediaCat Kitapları.
- Çolak, C., "Sanal Müzeler", (Yayımlanmamış Bildiri), *11. Türkiye'de İnternet Konferansı*, Ege Üniversitesi, Bornova, İzmir, Kasım 2011.
- Derman, E.,(2012), "360 Derece Panoramik Sanal Tur Uygulaması (Dumlupınar Üniversitesi Örneği)", *Yayımlanmış Yüksek Lisans Tezi, Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü*, Kütahya.
- Ekin, V. (2013). Sanal Gerçeklik Ortamları ve Uygulamalar: Spor ve Sanal Ortam Göstergeleri. *AJIT-e: Online Academic Journal of Information Technology*, 4(13). 8-22.
- Giberson, J. (2017). Generation Y, Virtual Reality and Tourism. *Tourism Travel and Research Association: International Conference*. 10.
- Kayabaşı, Y. (2005). Sanal Gerçeklik ve Eğitim Amaçlı Kullanılması, *The Turkish Online Journal of Educational Technology – TOJET*, 4(3), 151-158.
- Kurbanoğlu, S. S., 1996, *Sanal gerçeklik: Gerçek mi, değil mi?*, Türk Kütüphaneciliği, 10 (1), 21-31.
- Kuruüzümcü, R. (2007). Bir Dijital Ortam ve Sanat Formu Olarak Sanal Gerçeklik. *Atatürk Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Sanat Dergisi*, (12). 93-96.
- Oruç, Z. (2016). Müzede Yeni Gerçeklik, *The Turkish Online Journal of Design, Art and Communication TOJDAC*, 6(2), 273-290.
- Sertalp, E., "Artırılmış Gerçeklik (AG) Uygulamalarının Turizm Alanında Kullanımı", (Yayımlanmamış Bildiri), *21. Türkiye'de İnternet Konferansı*, TED Üniversitesi, Ankara, Kasım 2016.
- Sherman, W. R. ve Craig, A. B., (2002), *Understanding virtual reality: Interface, application, and design*, Elsevier, p.
- Sürücü, O. (2017). *Sanal gerçekliğin kültürel mirası korumada kullanımı, Salih Bozok villası örneği* (Doctoral dissertation, Selçuk Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü).

TDK, 2014, Türk Dil Kurumu, Güncel Türkçe Sözlük.

Thierauf, Robert (1995), "Virtual Reality Systems for Business", *Greenwood Publishing Group*, USA, 165-173.

Tussyadiah, I. P., Wang, D., & Jia, C. H. (2017). Virtual reality and attitudes toward tourism destinations. *In Information and Communication Technologies in Tourism 2017*. Springer, Cham. 229-239.

Türker, İ. Halil (2007), "İmgeden Sanal Gerçekliğe", *Ondokuz Mayıs Üniversitesi Eğitim Fakültesi*, Samsun.

Yıldırım, A. (1999). Nitel Araştırma Yöntemlerinin Temel Özellikleri ve Eğitim Araştırmalarındaki Yeri ve Önemi. *Eğitim ve Bilim*, 23(112), 7-17.

Yumurtacı, O. (2016). A Theoretical Framework For The Evaluation Of Virtual Reality Technologies Prior To Use: A Biological Evolutionary Approach Based On A Modified Media Naturalness Theory. *The Turkish Online Journal of Design, Art and Communication – TOJDAC*, 6(2), 181-192.

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*, 1-26.