



Veri Madenciliği ve Turizmde Veri Madenciliği Çalışmaları** (Data Mining and Data Mining Studies in Tourism)

* Tuğba ŞEN KÜPELİ ^a , Kurban ÜNLÜÖNEN ^a 

^a Ankara Hacı Bayram Veli University, Faculty of Tourism, Department of Tourism Management, Ankara/Turkey

Makale Geçmişi

Gönderim Tarihi:25.01.2021

Kabul Tarihi:15.02.2021

Anahtar Kelimeler

Bilgi ve iletişim teknolojileri

Büyük veri

Veri madenciliği

Yapay zekâ

Makine öğrenmesi

Öz

Modern teknoloji, veri üretme, depolama ve analizi konularındaki anlayışı internetin de etkisiyle hızla dönüştürmektedir. Farklı mecralarda oldukça büyük miktardaki veriler olağanüstü bir hızda ve çeşitlilikte üretilmekte, aynı hızla veri depolama ve analiz tekniklerine olanak sağlayan teknolojik çözümler geliştirilmektedir. Bu çalışma kapsamında ise bilgi ve iletişim teknolojilerinin gelişimine bağlı olarak ortaya çıkan ve kullanımı hızla tüm alanlara yayılan veri madenciliği ve turizm alanındaki gelişimi incelenmektedir. Bu amaçla, veri madenciliği ve birbirleriyle ilişkili karmaşık yapıdaki diğer kavramlar açıklanıp, veri madenciliği teknikleri kullanılarak yapılan 1999 ile 2020 yılları arasındaki çalışmalar incelenmiştir. Buna göre, veri madenciliği konusundaki çalışmaların, turizm pazarlaması, imaj yönetimi veya turizm talebi gibi farklı turizm dinamiklerine yönelik çözümler getirmesine rağmen, yeterli düzeyde olmadığı ve kavramın alandaki gelişiminin eksik kaldığı sonuçlarına ulaşılmıştır. Çalışmada, veri madenciliği konusuyla ilgili genel bir çerçeve çizilerek turizm literatüründeki mevcut durumun aktarılması bakımından bu alanda önemli bir ihtiyaç giderilmeye çalışılmaktadır.

Keywords

Information and communication technologies

Big data

Data mining

Artificial intelligence

Machine learning

Abstract

With the power of the internet, digital technology is increasingly changing the perception of data creation, storage, and analysis. A large volume of data is generated at an incredible speed and variety in several different media, and at the same speed, technological solutions are created that enable data storage and advanced analysis techniques. The concept of data mining, which emerge due to the advancement of information and communication technologies and its development in the tourism field is examined. Thus, data mining and other related concepts are explained, and studies conducted using data mining techniques between 1999 and 2020 examined. Accordingly, while solutions were proposed for various tourism dynamics, including tourism marketing, demanding or image management in data mining studies, it was concluded that they were not at a high extent and that the progress of the conceptualization in the field remained insufficient. This research, therefore, is one of the leading studies that attempt to meet the needs in terms of drawing a general framework about the concept of data mining and including the current developments in tourism literature.

Makalenin Türü

Araştırma Makalesi

* Sorumlu Yazar

E-posta: tugba.sen@hbv.edu.tr (T. Şen Küpeli)

DOI: 10.21325/jotags.2021.789

**Bu makale, Prof. Dr. Kurban Ünlüönen danışmanlığında yürütülmekte olan Tuğba Şen Küpeli'nin Doktora tez çalışmasından üretilmiştir.