

Kelime İlişkilendirme Testi ile Akıllı Turizm Kavramının Değerlendirilmesi

Evaluation of Smart Tourism With Word Association Test

Olca ÖZİŞİK YAPICI, Ondokuz Mayıs Üniversitesi, Türkiye, olcay.yapici@omu.edu.tr

Orcid No:0000 0002 5197 5313

Öz: Bu araştırmanın amacı ölçme değerlendirme tekniklerine alternatif olan Kelime İlişkilendirme Testi (KIT) aracılığı ile Samsun Meslek Yüksekokulu'nda Turizm ve Otel İşletmeciliği Programında öğrenim gören 2. Sınıf öğrencilerinin akıllı turizm kavramı konusunda bilişsel yapılarının belirlenmesidir. Söz konusu bölümde bulunan 40 öğrenciye akıllı turizm kavramına ilişkin kelime ilişkilendirme testi uygulanmıştır. Elde edilen veriler frekans tablosu oluşturularak değerlendirilmiştir. Frekans tablosunda yer alan kelimeler doğrultusunda kavram haritası oluşturulmuştur. Anahtar kavrama ilişkin birer cümle kurmaları istenmiş ve kurulan cümleler anlamlarına ve özelliklerine göre sınıflandırılmış ve analizi gerçekleştirilmiştir. Elde edilen bulgulara göre akıllı turizm kavramına ilişkin öğrencilerin en sık kullandıkları kelimeler bilgi ve iletişim teknolojileri kapsamında değerlendirilen internet, teknoloji, bilgisayar gibi kelimelerden oluşmaktadır. Öğrencilerin akıllı turizmle ilişkili olarak kavram yanlışlarına sahip olmaları elde edilen sonuçlar arasındadır.

Anahtar Sözcükler: Turizm, Akıllı Turizm, Kelime İlişkilendirme Testi, Turizm Eğitimi

JEL Sınıflandırması: I29, M31, L84

Abstract: This research aims to reveal the cognitive structures of the 2nd grade students studying in the Tourism and Hotel Management Program at Samsun Vocational School, about the concepts related to the concept of smart tourism, using the Word Association Test (WAT). Word Association Test is an alternative to assessment and evaluation techniques. In line with the purpose, the word association test related to the concept of smart tourism was applied to 40 students in the aforementioned department. The obtained data were evaluated by creating a frequency table. A concept map was created in line with the words in the frequency table. They were asked to construct a sentence related to the key concept and the sentences were analyzed by classifying them according to their meanings and characteristics. According to the findings, the most frequently used words by students regarding the concept of smart tourism consist of concepts such as internet, technology, computer, which are evaluated within the scope of information and communication technologies. It is among the results obtained that students have misconceptions related to smart tourism.

Keywords: Tourism, Smart Tourism, Word Association Test, Tourism Education

JEL Classification I29, M31, L84

1. Giriş

Teknolojik gelişmeler insan hayatının pek çok alanında etkili olmaktadır. Elektronik cihazlar ve internet özellikle 2000'li yıllardan itibaren büyük bir hızla günlük yaşamda kullanılmaya başlamıştır. Almanya'da düzenlenen fuar ile birlikte 2011 yılında siber sistemler ile endüstri 4.0 bilinir hale gelmiştir (Kagerman, Wahlster ve Helbig, 2013:13). Endüstri 4.0 ile birlikte artırılmış gerçeklik, karma gerçeklik, robotlaşma, yapay zeka, nesnelerin interneti, bulut bilişim, büyük veri, 3D teknolojiler, farklı teknolojik uygulamalar gibi çok sayıda teknoloji insan hayatında yerini almaya başlamıştır.

Makale Geçmişi / Article History

Başvuru Tarihi / Date of Application : 1 Kasım / November 2021

Kabul Tarihi / Acceptance Date : 27 Ocak / January 2022

© 2022 Journal of Yaşar University. Published by Yaşar University. Journal of Yaşar University is an open access journal.

Teknolojik gelişmelerin yaygın olduğu günümüzde turistler tatil araştırması yaparken, destinasyonlar hakkında bilgi sahibi olurken özellikle interneti yaygın olarak kullanmaktadır. İnternetin kullanımı ile birlikte tatil planına ilişkin bilgilere çok kısa sürede ulaşmak mümkün hale gelmiştir. Öyle ki cep telefonlarında kullanılabilen uygulamalar aracılığı ile istekler ve ihtiyaçlar kısa sürede temin edilebilmektedir. Turistler tatile ilişkin bilgiye ulaşmada, rezervasyon yapmada ve ödeme işlemlerinde çevrim içi araçların kullanımına uyum sağlamışlardır (Huanga, Gooa, Namb ve Yoo, 2017). Buna benzer durumların turizm sektöründe yaygınlaşması bilgi ve iletişim teknolojilerinin turizm sektörünü etkilediğini göstermektedir.

Endüstri 4.0 ile alan yazına giren akıllı kavramı turizm sektöründe kendine yer edinmiştir. Akıllı kavramı en son teknolojiye uyum sağlayan durumların ifade edilmesinde kullanılmaktadır. Dolayısı ile akıllı kavramının turizm sektöründe ayakta kalabilmek adına kullanılması gerekliliği ortaya çıkmaktadır (Jasrotia ve Gangotia, 2018:47). Akıllı turizm kavramına ilişkin alan yazında çok sayıda tanımlama söz konusudur. Bu noktada turizm işletmeciliği eğitimi alan ve bu alanda geleceğin çalışanları, yöneticileri olacak olan üniversite öğrencilerinin akıllı turizm kavramına yönelik bilişsel yapılarının ortaya çıkarılması amaçlanmaktadır. Zaman kısıtı nedeni ile çalışma grubu olarak Samsun Meslek Yüksekokulu Turizm ve Otel İşletmeciliği programında 2. Sınıfta kayıtlı olan 40 öğrenci belirlenmiştir. Araştırmada öğrencilere akıllı turizm kavramına ilişkin kelime ilişkilendirme testi uygulanmış ve kavrama ilişkin kavram haritası oluşturulmuştur.

2. Akıllı Turizm

Akıllı turizm kavramı ilk olarak 2009 yılında Dünya Turizm Örgütü'nün Turizm Esneklik Komitesi toplantısında uygulanmış bir kavramdır. Akıllı turizm kavramı ile turizme ilişkin hizmet sürecinin her aşamasında temiz, yeşil, etik ve kalite ilkelerinin uygulanmasını kapsamaktadır. Akıllı turizm ile birlikte turizmde uygulanan teknolojilerin varlığından söz edilmektedir (La Rocca, 2014: 273). Akıllı turizm, bir destinasyonda devlet, sosyal bağlantılar, alt yapı ve insan aklı sonucu elde edilen bilgilerin turizm amaçlı kullanımı ile ortaya çıkmaktadır (Gretzel, Sigala, Xiang ve Koo, 2015:181).

Akıllı turizm ile turistlerin deneyimlerini zenginleştirerek, rekabeti ve turistlerin memnuniyetini en yüksek seviyelere çıkarmak hedeflenmektedir. İstenilen hedeflere ulaşmaya çalışırken de sürdürülebilirliği korumaya çalışma felsefesi söz konusudur (Buhalis ve Amaranggana, 2014: 553). Akıllı turizm sistemi; bilgi değişim merkezi, turist, hükümet, doğal mekanlar ve iş olmak üzere beş unsur ile meydana gelmektedir (Zhang, Li ve Liu: 2012). Bilgi değişim merkezinin odak noktası olan yapıda turistler rezervasyon, bilet satın alma, bilgi

edinme gibi isteklerde bulunmaktadır. İstenilen bilgiler bilgi değişim merkezinden talep eden turistlere gönderilmektedir. Aynı zamanda bilgi değişim merkezi doğal mekanların takibini yaparak ziyaretçilere ilişkin verileri saklamaktadır. Verilerden elde edilen istatistikler turizme ilişkin plan ve politikaların belirlenmesi amacı ile hükümet yetkilileri ile paylaşılmaktadır. Konaklama işletmeleri, oteller, restoranlar, eğlence işletmelerinin bilgi değişim merkezi aracılığı ile reklam ve tanıtım faaliyetleri yapması beklenmektedir (Zhang vd., 2012). Koo, Park ve Lee (2017)'ye göre akıllı turizm ilgi teknolojileri alt yapısından oluşan ortak kent ağından kentsel verilerin toplanması ile buna yönelik hizmetlerin sunulmasından oluşan süreçleri kapsarken hem vatandaşın hem de turistlerin eylemlerine katkı sağlayacak bilgileri ve uygulamaları barındırmaktadır.

Akıllı turizm kavramını ortaya çıkaran teknolojiler bulut bilişim, büyük veri, mobil uygulamalar, konuma dayalı hizmetler, karma gerçeklikler, sosyal ağ hizmetleri gibi çok sayıda teknolojidir (Wang, Park ve Fesenmaier, 2012:374). Nesnelerin interneti, bulut bilişim ve yapay zeka ile akıllı turizmin teknolojik yönü incelenmiştir (Guo, Liu ve Chai, 2014; Wang, Li ve Yunpeng, 2013). İnternet, sosyal medya ve telefon uygulamaları ile akıllı turizm kavramı şekillendirilmiştir (Brandt, Bendler ve Neumann, 2017; Chung, Tyan ve Han, 2016; Kladou ve Mavragani, 2015; Kim ve Kim, 2016; Tussyadiah ve Zach, 2012; Noone, McGuire ve Rohlf, 2011). Akıllı turizm kavramında teknolojiler tarafından desteklenen bileşenler ve katmanlar bulunmaktadır. Akıllı turizmin bileşenleri akıllı deneyim, akıllı iş ekosistemi ve akıllı destinasyondur. Akıllı turizm bileşenlerinden elde edilen veriler toplanır, işlenir ve değişimleri takip edilir (Gretzel vd., 2015: 181). Akıllı turizmde kullanılan teknolojilerden özellikle büyük verilerden elde edilen bilgiler ile turistlerin karar vermesi desteklenmekte, stratejiler oluşumu ve turistlerin katılımı sağlanmaktadır (Del Vecchio, 2018).

3. Yöntem

Betimsel tarama modeli kapsamında yer alan araştırmada ölçme aracı olarak Kelime İlişkilendirme Testi (KİT) tercih edilmiştir. Bilişsel yapının araştırılmasına yönelik yapılan çalışmalarda Kelime İlişkilendirme Testi yaygın olarak kullanılmıştır (Timur ve Taşar, 2011:131). Kelime İlişkilendirme Testi anahtar kavrama yönelik verilen cevapların katılımcıların bilişsel yapısındaki kavramların tanımlanmasını, kavramlar arasında ilişkilerin tespit edilmesi, kavramlara ilişkin düşüncelerin ortaya çıkarılmasında kullanılmaktadır (Doğan, Yücel ve Güngör, 2018). Kelime İlişkilendirme Testi yaygın olarak eğitim bilimleri alanlarında kullanılmakta, turizm alanında da çalışmalar alan yazında bulunmaktadır (Keskin ve Örgün, 2015; Yücel Güngör, Doğan ve Güngör, 2017; Doğan vd., 2018; Akyurt, 2019; Onat ve Keskin, 2019; Keskin, Örgün ve Akbulut, 2017; Bucak ve Yiğit, 2020).

Kelime ilişkilendirme testinde iki türlü değerlendirme yapılmaktadır. Puanlama kullanılarak yapılan değerlendirmede, öğrencinin anahtar kavrama ilişkin verdiği cevap doğru olması durumunda bir puan olarak test puanı almaktadır. İlgili cümle de puanlanarak verilen cevabın anlamlı olup olmadığı değerlendirilmektedir. İkinci değerlendirme ise anahtar kavrama karşılık gelen cevapların kaç defa tekrar ettiğine ilişkin frekans tablosu oluşturmak ve frekans tablosu ile bilişsel yapı ve kavramsal ilişkiler görülmektedir (Tokcan ve Yiter, 2017). Bu çalışmada ikinci değerlendirme yöntemi kullanılacaktır.

3.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi

Araştırmada kelime ilişkilendirme testi kullanılarak turizm ve otel işletmeciliği programında öğrenim gören ikinci sınıf öğrencilerin akıllı turizm kavramına dair bilişsel yapılarının analiz edilmesi amaçlanmıştır. Akıllı turizm kavramı güncel ve popüler olması nedeniyle tercih edilmiştir. Akıllı turizm kavramı denildiğinde ortaya çıkan kavramların neler olduğu tespit edilmek istenmiştir. Araştırma akıllı turizm kavramının dilimizde doğru kullanımı açısından önem arz etmektedir.

3.2. Örneklem ve Veri Toplama

Zaman kısıtının olması nedeniyle tesadüfi olmayan örnekleme yöntemlerinden kolayda örnekleme kullanılmıştır. Kolayda örnekleme ile evrene ilişkin verilerin daha hızlı, ekonomik ve kolay şekilde toplanması gerçekleşmektedir (Çeliköz ve Erişen, 2017:289, Fırat ve Aydın, 2016:1843; Gülerterkin Genç, Genç ve Gümüş, 2016:105). Ondokuz Mayıs Üniversitesi Samsun Meslek Yüksekokulu Turizm ve Otel İşletmeciliği Programında 2. Sınıfa kayıtlı olan 40 öğrenci çalışma grubunu oluşturmaktadır. Örneklem olarak 2. Sınıf öğrencilerin belirlenmesinin nedeni, zaman ve maddi kaynakların kısıtlılığı ile birlikte, turizm sektöründe çalışmış olmaları (sektörel tecrübe) ve eğitimlerinin %50'sini tamamlamış (bilgi birikimi) olmalarıdır. Çalışma grubunda yer alan öğrencilerin akıllı turizm kavramına ilişkin daha önce bilgisi yoktur. Araştırmada kullanılan test Ondokuz Mayıs Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler Etik Kurulu tarafından 22.10.2021 tarihinde 2021-789 karar numarası ile kabul edilmiştir.

Veri toplamada kelime ilişkilendirme testinden (KİT) yararlanılmıştır. Katılımcıların aynı cevabı vermelerini önlemek amacı ile bir sayfada 10 defa alt alta Akıllı Turizm kavramı yazılmıştır. Kelime ilişkilendirme testini uygulamadan evvel katılımcılara teste ilişkin açıklamalar yapılmıştır. Kelime ilişkilendirme testinin uygulandığı esnada ise katılımcılara 60 saniye süre verilmiştir. Katılımcılardan akıllı turizm denildiğinde akıllarına gelen kavramları yazmaları istenmiştir. Katılımcılara dağıtılan testte verilen cevapların bazen kelime bazen ise

cümle şeklinde olabilecek olması farklı kavramların yer alıp almaması açısından önem arz etmektedir. Aşağıda kelime ilişkilendirme testi örneği yer almaktadır:

Akıllı turizm.....
Akıllı turizm.....
Akıllı turizm.....
Akıllı turizm.....
Akıllı turizm.....
Akıllı turizm.....
Akıllı turizm.....
Akıllı turizm.....
Akıllı turizm.....
Akıllı turizm.....
Akıllı turizm.....
İlgili Cümle.....

Çalışma kapsamında teste katılan öğrenciler ile yüz yüze görüşme gerçekleştirilmiştir. Test öncesinde öğrencilere KİT hakkında bilgi verilmiştir. Analiz sürecinde katılımcıların cevap kağıtlarına analizi kolaylaştırmak adına 1'den 40'a kadar numara verilmiştir. Anahtar kavram olan akıllı turizme ilişkin cevaplar ayrıntılı şekilde incelenmiştir. Anahtar kavram olan akıllı turizme verilen cevapların sayısı ve türü değerlendirilmiştir. Öğrencilerden elde edilen kelimeler anlamsal ilişkileri kapsamında sınıflandırılmış, sözcüklerin sıklığı ile ilgili frekans analizi oluşturulmuş, en sık kullanılan sözcükler tespit edilerek kavram haritası elde edilmiştir.

4. Bulgular

Katılımcı öğrencilerin akıllı turizm kavramına ilişkin vermiş olduğu yanıtlar içerisinde en sık tekrarlanan ilk 10 kelime internet (f=21), teknoloji (f=19), bilgisayar (f=16), sosyal medya (f=11), yapay zeka (f=9), otel (f=9), rezervasyon (f=8), iletişim (f=7), kolaylık (f=7), hız (f=6), kar (f=6), yenilikçilik (f=6), turist (f=6), seyahat (f=6) olarak tespit edilmiştir. Akıllı turizm kavramına ilişkin en sık tekrarlanan kelimelerden oluşturulmuş kelime bulutu Şekil 1'de yer almaktadır.

Kelime ilişkilendirme testi sonucu oluşturulan ana kavramlar ve kavramların altında yer alan kelimeler ve frekansları ise Tablo 1’de bulunmaktadır.

Tablo 1. Kelime İlişkilendirme Testi Sonucunda Ortaya Çıkan Kavramlar ve Kelimeler

		Frekans(F)
Bilgi ve İletişim Teknolojisi	İnternet	21
	Teknoloji	19
	Bilgisayar	16
	Sosyal medya	11
	Yapay zeka	9
	İletişim	7
	Hız	6
	Sistem	5
	Akıllı telefon	4
	Sanal gerçeklik	4
	Robotlar	4
	Bilişim	4
	Program	2
	Dijital	2
	Hes Kodu	1
	Otomasyon	1
	Sanal ortam	1
	Elektronik	1
	Dokunmatik kartlar	1
	Kodu	1
Mobil uygulamalar	1	
Turizm	Otel	9
	Rezervasyon	8
	Turist	6
	Seyahat	6
	Gezi	5
	Acente	3
	Rehberlik	3
	Tur Operatörü	2
	Tarihi Alanlar	2
	Turizm	2
	E-rezervasyon	2
	Deniz	1
	Kültür	1
	Destinasyon	1
	Misafirperverlik	1
	Konaklama	1
	Uzay turizmi	1
	Yapay doğa turizmi	1
	Yöresel yemekler	1
	Çekicilik	1
	Online check-in	1
	Turist artışı	1
	Turizm gelişimi	1
	Bilet	1

	Otel	9
	Rezervasyon	8
	Turist	6
Ekonomi	E-ticaret	8
	Kar	6
	Gelişim	5
	Alış-veriş	4
	Ticaret	4
	Kazanç	3
	İmkan	3
	Para	3
	Müşteri	3
	Ekonomi	3
	İşletme	2
	Döviz kuru	2
	Talep	1
	Gelir	1
	Finans	1
	Tüketici	1
	Yüksek satış	1
	Satış	1
	Girişimci	1
	Zarar	1
	Özellik	Kolaylık
Zeka		4
Düzen		3
Eğitimli insan		3
Modern		3
Güleryüz		2
Dil		2
Güzellik		2
Seviye		1
Seçenek		1
Engelli dostu		1
Akıllı şehir		1
Güvenilir		1
Yabancı dil		1
Hızlı		1
Anında		1
Aktif		1
Mutluluk		1
Gelişmiş		1
Pratik		1
Pazarlama	Yenilikçilik	6
	Memnuniyet	5
	Reklamcılık	3
	Rekabet	2
	Pazarlama	2
	Tanıtım	1
	Doğru kitle	1
	Medyanın gücü	1
	Ücretsiz iade	1

Beşeri	Hizmet	4
	Yönetim	3
	İnsan	2
	Yaşam kalitesi	2
	Personel	1
	Yönetici	1
	Anlaşma	1
	Halka ilişkiler	1
Araştırma- Geliştirme	Araştırma	1
	Unsur	1
	Analiz	1
	Bilgi	1
	Bilim	1
	Operasyon	1
	Veri	1
Güncel	Zaman	2
	Yeniçağ	1
	Z kuşağı	1
	Endüstri	1
	Düşünce	1
	Güncel	1
	Çağdaş	1

Kelime ilişkilendirme testinin ikinci bölümünde öğrencilere akıllı turizmle ilişkili bir cümle yazmaları istenmiştir. Yazılan cümleler tek tek incelemenin ardından Ercan, Taşdere ve Ercan (2010)'ın belirttiği gibi gruplandırılmıştır. Bilimsel bilgi içeren cümleler, bilimsel olmayan ve yüzeysel bilgi içeren cümleler, kavram yanılgısı içeren cümleler şeklinde üç grup yapılmıştır. Bilimsel cümle sınıflandırması yapılırken öğrencilerin yazmış oldukları anahtar kavramla ilişkili kelimeler aynı anlamda cümle içerisinde kullanıldıysa bilimsel cümle olarak değerlendirilmiştir. Bilimsel olmayan ve yüzeysel bilgi içeren cümlelerin sınıflandırmasında günlük kullanımda ve tecrübelerinden hareketle yazdıkları cümleler yer almıştır. Kavram yanılgısının olduğu grupta ise öğrencilerin cümlelerinde farklı anlamların yer aldığı kavramları kullanması sonucu kurdukları cümleler yer almaktadır. Buna göre aşağıdaki tabloda akıllı turizm kavramına ilişkin yazılan cümlelerin frekans tablosu oluşturulmuştur.

Tablo 2. Akıllı Turizm Kavramına İlişkin Yazılan Cümlelerin Frekansları

Anahtar Kavram	Bilimsel Bilgi İçeren Cümle Sayısı	Bilimsel Olmayan ve Yüzeysel Bilgi İçeren Cümle Sayısı	Kavram Yanılgısı İçeren Cümle Sayısı	Boş
Akıllı Turizm	0	29	11	0

Tablo 2’de yer alan bilgiler doğrultusunda hiçbir katılımcı bilimsel bilgi içeren cümle yazamamıştır. Kelime ilişkilendirme testinin son aşaması olan cümle yazma kısmında öğrencilerin hepsi birer cümle yazarak boş bırakmamışlardır. Katılımcı öğrencilerin 29’u

Ercan ve ark. (2010)'nın belirttiği üzere gündelik yaşamdan duydukları yüzeysel anlam taşıyan, duygu ve düşüncelerini ifade eden cümleler kurmuşlardır. 11 öğrenci ise anahtar kavram olan akıllı turizme farklı anlamlar yükleyerek kavram yanılgısı içeren cümleler yazmışlardır. Aşağıda yer alan tabloda öğrencilerin anahtar kavrama ilişkin yazmış oldukları cümlelerden örnekler yer almaktadır.

Tablo 3. Kelime İlişkilendirme Testinde Ortaya Çıkan Cümleler

Anahtar Kavram	<i>Bilimsel Bilgi İçeren Cümlelerden Bazıları</i>

	<i>Bilimsel Olmayan ve Yüzeysel Bilgi İçeren Cümlelerden Bazıları</i>
	Akıllı turizm tatil ya da seyahat işlemlerinde kolaylık sağlar
	Akıllı turizm sektöre ve turiste kolaylık sağlar
	Akıllı turizm daha verimli ve daha hızlı hizmet sunan turizmdir
	Akıllı turizm sektörün gelişmesini ve büyümesini sağlar
	Akıllı turizm ilerleyen teknolojiler ile konaklama imkanı sunar
	Akıllı turizm şehrin ve ülkenin ekonomik olarak gelişimini sağlar
Akıllı Turizm	Akıllı turizm her şeyin internet üzerinden halledildiği turizm şeklidir
	Akıllı turizm uygulamaları gün geçtikçe yaygınlaşmaktadır
	Akıllı turizm teknoloji ile kolaylaşan seyahat hizmetidir
	<i>Kavram Yanılgısı İçeren Cümlelerden Bazıları</i>
	Sayesinde insanların yükü hafifledi
	Günümüzde yaygındır
	Bazen riskli olabilir
	Otelleri yapay zeka ve robotla işletmek
	Modern çağ turizmine ayak uydurmak için teknoloji vb. şeylere daha fazla ilgi göstermek
	Olabilecek her durumu hesap edip ona uygun şekilde bütçe, ilgi çeken merak uyandıran ve talep edilen hizmeti sunmaktır
	Günümüz şartlarında daha verimli daha hızlı daha uygun imkanlar sağlanabilen turizm

Tablo 3’de katılımcı öğrencilerin kelime ilişkilendirme testi sonucunda yazmış oldukları cümlelerden örnekler yer almaktadır. Katılımcı öğrencilerden 11 tanesi akıllı turizm kavramını teknoloji, hizmet, imkan gibi kavramlarla karıştırmıştır. 29 öğrencinin yazmış olduğu cümleler ise daha çok öğrencilerin duygu ve düşüncelerini yansıtan ve yüzeysel bilgi içeren cümlelerdir. Hiçbir öğrenci akıllı turizm kavramına ilişkin bilimsel bir cümle yazamamıştır.

5. Sonuç

Bu araştırmada Ondokuz Mayıs Üniversitesi Samsun Meslek Yüksekokulu Turizm ve Otel İşletmeciliği Programı 2. Sınıfında öğrenim gören 40 öğrencinin akıllı turizm kavramına ilişkin Kelime İlişkilendirme Testi aracılığı ile bilişsel yapıları ölçülmeye çalışılmıştır. Öğrencilere akıllı turizm kavramının ne ifade ettiği sorulmuş ve 124 farklı kelime elde

edilmiştir. Öğrencilerin anahtar kavrama karşılık olarak yazdıkları cevaplara bakıldığında ise kavramların ağırlıklı olarak bilgi ve iletişim teknolojileri ve turizmle ilişkili olduğu görülmektedir. Akıllı turizm konusunda yazılmış olan cümleler bilimsel olmayan ve yüzeysel bilgi içeren cümleler ya da kavram yanılgısı içeren cümleler şeklindedir. Bilimsel olmayan ve yüzeysel bilgi içeren cümle örneklerinde, öğrencilerin akıllı turizm kavramını bilgi ve iletişim teknolojileri ile bağdaştırdıkları görülmektedir. Bilimsel olmayan cümle örneklerinde akıllı turizmin turiste ve turizm hareketlerine kolaylık sağladığını belirten ifadeler söz konusudur. Cümlelerden hareketle öğrencilerin akıllı turizm konusunda olumsuz bir yargıya varmadıklarını ve insan hayatını kolaylaştıran teknolojilerin olduğu ifade edilmiştir. Araştırmadan elde edilen sonuçlara ilişkin öneriler aşağıda yer almaktadır:

Akıllı turizm teknolojileri ya da akıllı turizm uygulamaları turizm eğitimi veren bazı kurum ve kuruluşların ders programlarında yer almaktadır. Akıllı turizm kavramına ilişkin uygulamalar ya da teknolojiler güncel bir kavram olması nedeniyle eğitim kurumlarında ders olarak okutulmasının yaygınlaşması gerekmektedir. Özellikle turizm sektöründe ara eleman ihtiyacını karşılamak amacıyla eğitim veren ön lisans düzeyindeki birimlerde söz konusu dersin müfredatta yer alması yerinde olacaktır. Gerektiğinde müşteri ile yüz yüze ve uzaktan iletişim halinde olan, gerektiğinde yemek servisini yapan ve gerektiğinde ise mutfakta yemek hazırlama konusunda kullanılacak akıllı teknolojiler konusunda ara elemanların bilgi sahibi olması gerekmektedir. Akıllı turizmde, turistin memnuniyetini en üst seviyelere çıkartırken, sürdürülebilirlik ilkelerini korumak ve rekabet edebilmek yer almaktadır (Buhalis ve Amaranggana, 2014: 553-564). Dolayısı ile turistin akıllı turizm konusunda memnuniyetini artırmasına yardımcı olacak olan kişiler geleceğin otellerinde çalışacak olan bugünün öğrencileridir. Turizm eğitimi alan öğrencilerin akıllı turizm, akıllı turizm uygulamaları gibi konu başlıkları altında ele alınan teknolojilere aşina olmaları ve bu teknolojileri kullanabilmeleri geleceğin turizm sektöründe çalışacak iş gücü açısından önem arz etmektedir.

Akıllı turizmin her geçen gün öneminin artacağı düşünüldüğünde gelecekte turizm sektörüne yön verecek olan öğrencilere akıllı turizm konusunda başarılı çalışmalar yapan işletmeler ve destinasyonlara yönelik teknik geziler düzenlenerek öğrencilerin farkındalık düzeyleri artırılabilir. Akıllı turizm uygulamalarının ülke genelinde yaygınlaşması öğrencilerin daha fazla deneyim ve uygulama alanı bulmalarına katkı sağlayacaktır. Buna bağlı olarak işletmelerde ve destinasyonlarda akıllı turizm uygulamalarının artması önerilmektedir.

Söz konusu araştırma tarama modeli esasına göre hazırlanmıştır. Var olan durumun tek bir uygulama ile tespit edilmesi hedeflenmiştir. Kelime ilişkilendirme testi farklı çalışmalarda ön

test- son test şeklinde uygulanarak öğrencilerin ilgili kavrama ilişkin kavramsal değişimlerinin süreci araştırılabilir.

Yaygın olarak fen bilimleri ve eğitim bilimlerinde kelime ilişkilendirme testinin kullanıldığı bilinmektedir. Kelime ilişkilendirme testinin turizm eğitimi alan farklı gruptaki öğrencilere yapıldığı görülmektedir (Yayla, 2020; Ön Esen ve Kılıç, 2020; Güngör, Doğan ve Güngör, 2017; Coşkun ve Doğan, 2019). Araştırma bulguları dikkate alındığında söz konusu test turizm alanında farklı konulara ilişkin uygulanabilir. Gelecek çalışmalarda aynı konu farklı örneklem grupları ile yapılarak bu çalışma ile kıyaslamalar yapılabilir ve alan yazına katkı sağlayabilir.

KAYNAKÇA

- Akyurt, H. (2019). “Turizm Lisans Öğrencilerinin Kelime İlişkilendirme Testi Yöntemi ile Turizm Eğitimi Algılamalarının Ölçülmesi: Giresun Üniversitesi Örneği.” *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 3 (3): 759-774.
- Brandt, T., Bendler, J. ve Neumann, D. (2017). “Social Media Analytics And Value Creation In Urban Smart Tourism Ecosystems.” *Information & Management*, 54(6), 703-713.
- Bucak, T. ve Yiğit, S. (2020). “Otel Mutfak Çalışanlarının Mutfak Teknolojilerine Yaklaşımlarının Kelime İlişkilendirme Testi ile Değerlendirilmesi: İzmir Örneği.” *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 8 (1): 489-500.
- Buhalis, D., ve Amaranggana, A. (2014). “Smart Tourism Destinations.” *Information and Communication Technologies in Tourism*, 553-564.
- Chung, N., Tyan, I. ve Han, H. (2016). “Enhancing The Smart Tourism Experience Through Geotag.” *Information Systems Frontiers*, 19 (4), 731-74.
- Coşkun, E. ve Doğan, S. (2019). “Turizm İşletmeciliği Öğrencilerinin Cittaslow – Yavaş Şehir Kavramına Yönelik Bilişsel Yapılarının Kelime İlişkilendirme Testi Aracılığıyla İncelenmesi.” *Journal of Tourism Theory and Research*, 5 (2), 273-2.
- Çeliköz, M. ve Erişen, Y. (2017). “EPÖ Alanında Görev Yapan Eğitim Bilimcilerin Yapılandırıcılıkla İlgili Görüşleri: Bir Karma Yöntem Araştırması.” *Eğitim ve Öğretim Araştırmaları Dergisi*, 6 (2), 286-304.
- Del Vecchio, P., Mele, G., Ndou, V. ve Secundo, G. (2018). “Creating value from social big data: Implications for smart tourism destinations.” *Information Processing Management*, 54, 847-860.
- Doğan, S., Yücel Güngör M. ve Güngör, O. (2018). “Turizm Meslek Yüksekokulu Öğrencilerinin Sosyal Medyaya Yönelik Bilişsel Yapılarının Kelime İlişkilendirme Testi Aracılığıyla İncelenmesi.” *Turizm Akademik Dergisi*, 5 (1), 166-176.
- Ercan, F., Taşdere, A. ve Ercan, N. (2010). “Kelime İlişkilendirme Testi Aracılığıyla Bilişsel Yapının ve Kavramsal Değişimin Gözlenmesi.” *Türk Fen Eğitimi Dergisi*, 7 (2), 137-154.
- Fırat, A. ve Aydın, A. E. (2016). “Hedonik ve Faydacı Alışveriş Davranışı Üzerine Bir Araştırma.” *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 9 (43), 1840-1846.
- Gretzel, U., Sigala, M., Xiang, Z. ve Koo, C. (2015). “Smart Tourism: Foundations and Development.” *Electron Markets*, 25, 179-188.
- Guo, Y., Liu, H. ve Chai, Y. (2014). “The Embedding Convergence Of Smart Cities And Tourism Internet Of Things In China: An Advance Perspective. ” *Advances in Hospitality and Tourism Research (AHTR)*, 2(1), 54-69.
- Gülertekin Genç, S., Genç, V. ve Gümüş, M. (2016). “Otel İşletmelerinde Duygusal Zekanın İş Stresi ve İş Yaşam Dengesi Üzerindeki Etkisi. ” *Batman Üniversitesi Yaşam Bilimleri Dergisi*, 6 (2/1), 97-112.
- Huanga, C.D., Gooa, J., Namb, K. ve Yoo, C.W. (2017). “Smart Tourism Technologies In Travel Planning: The Role Of Exploration And Exploitation. ” *Information & Management*, 54, 757-770.
- Jasrotia, A. ve Gangotia, A. (2018). “Smart Cities To Smart Tourism Destinations: A Review Paper. ” *Journal Of Tourism Intelligence And Smartness*, 1 (1), 47-56.
- Kagermann, H., Wahlster, W. ve Helbig, J. (2013). *Recommendations for implementing the strategic initiative industrie 4.0: Final report of the industrie 4.0 working group*. Berlin/Almanya: Forschungsunion.
- Keskin, E. ve Örgün, E. (2015). “Kelime İlişkilendirme Testi Aracılığıyla Sürdürülebilir Turizm Olgusunun Kavramsal Analizi: Ürgüp Örneği. ” *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 3 (1): 30- 40.
- Keskin, E., Örgün, E. ve Akbulut, B. A. (2017). “Gastronomi Kavramının Kelime İlişkilendirme Testi Aracılığıyla Analizi. ” *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 5 (3): 255-267.
- Kim, H. C. ve Kim, Y.S. (2016). “Smart Tourism Information System Using Location-Based Technology.” *International Journal of Software Engineering and Its Applications*, 10 (11): 11-24.
- Kladou, S., ve Mavragani, E. (2015). “Assessing Destination Image: An Online Marketing Approach And The Case Of Tripadvisor.” *Journal of Destination Marketing and Management*, 4 (3), 187-193.
- Koo, C., Park, J. ve Lee, J. (2017). “Smart Tourism: Traveler, Business, and Organizational Perspectives.” *Information and Management*, 54 (6), 683-686.
- La Rocca, R.A. (2014). “The Role Of Tourism In Planning The Smart City.” *Journal of Land Use Mobility and Environment*, 3, 273.
- Noone, B. M., McGuire, K. A. ve Rohlfs, K.V. (2011). “Social Media Meets Hotel Revenue Management: Opportunities, Issues, And Unanswered Questions.” *Journal of Revenue and Pricing Management*, 10 (4), 293-305.
- Onat, G. ve Keskin, E. (2019). “Organik Gıda Kavramının Kelime İlişkilendirme Testi Aracılığıyla Analizi.” *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 7 (4): 3275-3289.
- Ön Esen, F. ve Kılıç, B. (2020). “Turizm Öğrencilerinin Yamaç Paraşütü Algısı: Kelime İlişkilendirme Testi Uygulaması.” *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4 (3): 2282-2295.

- Timur, B. ve Taşar, M. F. (2011). “Developing PreService Science Teachers’ Cognitive Structures about Technology: Word Association Test (WAT).” *Western Anatolia Journal of Educational Science*, Special Issue, 131-138.
- Tokcan, H. ve Yiter, E. (2017). “5. Sınıf Öğrencilerinin Doğal Afetlere İlişkin Bilişsel Yapılarının Kelime İlişkilendirme Testi (KİT) Aracılığıyla İncelenmesi.” *Ahi Evran Üniversitesi Kırşehir Eğitim Fakültesi Dergisi*, 18 (1), 115-129.
- Tussyadiah, I. P., Zach, F. J. (2012). “The Role Of Geo-Based Technology In Place Experiences”. *Annals of Tourism Research*, 39 (2), 780-800.
- Wang, D., Park, S. ve Fesenmaier, D. (2012). “The Role of Smartphones in Mediating the Tourism Experience.” *Journal of Travel Research*, 51(4), 371-387.
- Wang, D., Li, X., Yunpeng, L. (2013). “China’s “Smart Tourism Destination” Initiative: A Taste Of The Service-Dominant Logic.” *Journal of Destination Marketing and Management*, 2, 59-61.
- Yayla Ö. (2020). “Turizm Öğrencilerinin Sürdürülebilir Turizme Yönelik Bilişsel Yapılarının Belirlenmesi: Nitel Bir Araştırma.” *Turizm Akademik Dergisi*, 7 (2), 189-201.
- Yücel Güngör, M., Doğan, S. ve Güngör, O. (2017). “Aşçılık Programı Öğrencilerinin Sosyal Medyaya Yönelik Bilişsel Yapılarının Kelime İlişkilendirme Testi Aracılığıyla İncelenmesi.” *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 2 (18), 206-218.
- Zhang, L.Y., Li, N. ve Liu, M. (2012). “On the Basic Concept of Smart Tourism and Its Theoretical System.” *Tourism Tribune*, 27 (5), 66-73.