

Turizm İşletmeciliğinde Verimliliği Arttıran Yeni Teknolojiler ve Yaklaşımlar

Dr. İge Pınar Tavmergen

Dokuz Eylül Üniversitesi İşletme Fakültesi Turizm İşletmeciliği Bölümü

ÖZET

Bu makalede, turizm işletmeciliği alanında son yıllarda teknolojik yeniliklerin ortaya çıkardığı yeni uygulamaların verimlilik üzerindeki etkileri kavramsal boyutta incelenmektedir. Yazıda, son dönemlerde turizm işletmeciliği alanında dünya genelinde kullanılan yeni teknolojiler ve farklı yaklaşımlar çeşitli örnekler ile açıklanmaktadır. Yazıda sonuç olarak, söz konusu yeni teknolojilerin ve yaklaşımların turizm işletmeciliği alanındaki önemi vurgulanmaktadır.

Anahtar sözcükler: Turizm işletmeciliği, dünya turizmi, verimlilik.

GİRİŐ

Turizm, insanların kendi yaşadıkları veya çalıştıkları yerden başka bir bölgeye; tatil, eğlence, sağlık, spor, eğitim, toplantı ve benzeri bir nedenle 24 saatten fazla bir süre için gitmeleri ve bu süreçte seyahat ile ilgili hizmetlerin üretimi, dağıtımı ve dağıtılması ile ilgilidir. Günümüzde ülkelere önemli bir ekonomik güç yaratan bu sektörün, gelecek yıllarda daha da gelişmesi beklenmektedir. Dünya Turizm Örgütü (WTO) istatistiklerine göre, 2000 yılında uluslararası turizm yıllık 530 milyar Amerikan doları gelir yaratacak ve dünyada 630 milyon turist uluslararası seyahat yapacaktır (WTO). Turizm dünya çapında 140 milyon kişiye istihdam olanağı sağlamaktadır. ILO'nun(WTO) çalışmalarına göre; OECD ülkelerinde çalışan her 20 kişiden biri turizm alanında çalışmaktadır. Dünya seyahat ve turizm konseyi raporlarında; turizmde işgücü artışının %5.2'lik yıllık artışla en yüksek artışa sahip olduğu belirtilmektedir. Diğer sektörler de dikkate alındığında ise, dünya istihdam artış oranı genel olarak %2.45'tir (WTO). Bu sayılar, diğer sektörler arasında turizmin yüksek bir işgücü potansiyeli yarattığını belirtmektedir.

Turizm, Türkiye için de gerek ekonomik gelişme gerek uluslararası tanıtım açılarından önemli bir

sektördür. Turizm ülkemizde hızla gelişmektedir. Örneğin, 1963 yılında 198.841 olan ülkemize seyahat yapan yabancı turist sayısı, 33 senede 40 kattan fazla artarak, 1996 yılında yaklaşık olarak 8.582.000 turiste ulaşmıştır (WTO). Turizm ekonomik gelirler açısından da önemlidir. 1963 yılında yaklaşık 7 milyon Amerikan doları olan turizm gelirleri, 1996 yılında 6.5 milyar doları aşmıştır (WTO). Ekonomik kalkınmaya ve istihdama katkılarının yanı sıra, genel yaşam kalitesinin geliştirilmesi, turizm ürününün çeşitlendirilerek tüm yıla yayılması, çevreye zarar vermeyen sürdürülebilir turizm üzerindeki çalışmalar ve iç turizmin geliştirilmesi konularındaki projeler, turizmi sosyal açıdan da önemli bir konu olarak ortaya çıkarmaktadır. İşte, bu kadar önemli bir sektörde gerek kalite gerek verimlilik artışı sağlayan yeni teknolojilerin incelenmesi, ülkemizde turizmin gelişmesi için de önem taşımaktadır.

TURİZMDE KULLANILMAYA BAŐLANILAN YENİ TEKNOLOJİLER VE FARKLI YAKLAŞIMLAR

Turizm dünyasındaki en önemli gelişmelerden biri, bilgi teknolojisine verilen önemdir. Son 20 senedir bilgi teknolojisinden oldukça yararlanan turizm dünyası, günümüzde bu teknoloji için yılda 35

milyar Amerikan dolarından fazla harcamada bulunmakta , teknolojiyi değişik çevrelere girebilmek, farklı taleplere karşılık verebilmek ve tüketicilere cazip fiyatlarla ulaşabilmek amaçları ile kullanılmaktadır (IBM Travel and Transportation, 1996). Bilgi teknolojisinde yararlanılan teknolojiler arasında; dijital sistemler, kablosuz iletişim ve tüm dünyayı bilgisayar ile bağlayan geniş ağlar bulunmaktadır. Artık, yerel ürünü global potansiyel müşteriye anında ulaştırmak ve onunla iletişim sağlamak olanak dahilindedir. İletişim teknolojisinde yaşanan yenilikler ile modemler, uydular, İnternet gibi bilgisayar ağları kullanılmakta ve bu teknolojiler merkezi sistemleri devre dışı bırakarak, turizm ile ilgili fiziksel faaliyetlerin yerinden yönetimini sağlamaktadırlar. Yine bu teknolojiler, turistik pazar yerini belirli bir bölge ile sınırlamamakta, tersine bütün dünyaya yaymaktadırlar. Müşteri ile doğrudan iletişimde bulunabileceğiniz, ona bilgi ve gerekli promosyonu ulaştırabileceğiniz, müşteriden anında tepki alabileceğiniz iki yönlü anında iletim sağlayan İnternet kanalı artık, turizm sektöründe de yaygın olarak kullanılmaktadır. İletişim teknolojisinde kullanılan teknolojik yeniliklerin getirdiği; iletişim süresinin kısalması, etkileşimli sistemlerin kullanılması ile anında sağlanan karşılıklı iletişim ve başarı derecelerinin ölçüm kolaylığı avantajlarının yanı sıra, oluşan güvenlik sorunları ve kontrol işlemlerinde ek faaliyetlerin gerekmesi, bu sistemlerin dezavantajları arasındadır.

Turizmde yaşanan bir başka yenilik rekabet gücü ve pazarlama teknikleri hakkındadır. Klasik rekabet gücü yerini çağımızın yeni teknolojisi olan elektronik pazarlamaya bırakmıştır. İyi bir iletişim ağına sahip olmak, müşteriler ile anında iletişim sağlayabilmek ve müşteriyi anlayarak ona istediği hizmeti en kısa sürede sunabilmek, elektronik pazarlamanın olumlu yönlerindedir. Günümüzde, belirli hedef müşteri grubuna yönelik mikro-kullanıcı pazarlama modelleri de, bir pazarlama mesajının geniş kitlelere iletilmesine tercih edilmektedir. İnternet ve web sayfaları, ürün ve hizmet tanıtımı kadar müşteri listelerinin ve tercihlerinin belirlenmesi amacı ile de kullanılmaktadır. Müşterinin işletmenin sunduğu hizmete ilişkin bilgiyi bulmasını beklemek anlamında olan bilgi itme yaklaşımı yerine, otel, seyahat acentesi veya turistik paket programı hakkındaki bilgiyi ilgili müşteriye göndermek anlamına gelen müşteriyi çekme tekniği, turizm işletmeleri tarafından tercih edilmektedir (Muller-Elmau Dietmar, 1997). Firefly

gibi bazı bağımsız elektronik bilgi acenteleri, müşterileri olan turizm şirketlerinin sunduğu hizmete uygun tüketicilere yeni bir yaklaşım olan bilgiye çekme metodunu uygulamaktadırlar (Harvey 1997).

Müşteri ile anında doğrudan irtibat kurabilme olanağı, günümüzde bir turizm işletmesi için mutlaka yararlanılması gereken bir rekabet kuvvetidir. Daha önceki 10 senede iletişim, bilgi ulaştırma ve bilişim teknolojisinde yaşanan darboğazlar ve aşırı yükleme problemleri de, 1997 yılında büyük bir çoğunlukla çözülmüştür. Günümüzde, homojen turizm yazılımları ve donanımları olan GDS/CRS/PMS sistemleri pek çok otel tarafından kurulmuştur ve hemen bütün seyahat acentelerinin erişimi dahilindedir fakat yakın gelecekte bu sistemlerinde yetersiz kalmaları beklenmektedir. Bu sorun İnternet gibi global sistemlerinin kullanılmasına ile çözülebilecektir. Artık, İnterneti kullanarak turizm ürünlerinin tanıtımı ve satışını amaçlayan sistemler mevcuttur. Örneğin, WorldRes İnterneti müşterileri ile iletişim sağlamak amacı ile kullanan bir otel rezervasyon sistemidir. Bu sistem yardımı ile oteller İnternet'in sunduğu bütün olanaklardan faydalanarak düşük maliyet ile otelleri hakkında; oda ve tesis tanıtımı, özel faaliyetler, hizmet çeşitleri, işletme politikaları, ücretler ve oda doluluk oranları konularında fotoğraflardan da yararlanılarak müşterilerine bilgi verebilmekte, onların İnternet aracılığı ile rezervasyon yapmalarına olanak tanımaktadırlar (Chan ve Andy 1997). Müşteriler rezervasyonlarını yaptıkları anda, rezervasyon onayı kendilerine bilgisayar aracılığı ile gönderilmekte, böylelikle otellerin işletme masrafları; iletişim zamanında tasarruf ile faks, telefon ve benzeri bir aletle cevap verme çabalarının azalması nedenleri ile düşmektedir. Yine ITN (İnternet Travel Network) ve Travel Web gibi kuruluşlar internet aracılığı ile seyahat rezervasyonlarını kabul etmekte, müşterilerine etkileşimli destinasyon bilgisi sunabilmekte, karşılıklı iletişim ile dünyadaki pek çok turizm bölgesini tek olarak veya paket halinde pazarlamaktadırlar. Örneğin, ITN 1.5 milyon kayıtlı kullanıcıya; dünyadaki 22.000 turizm bölgesini iş veya dinlenme/eğlenme amaçlı seyahat konusunda yardımcı olmakta, müşterileri ile anında bağlantı kurabilmekte ve satış işlemini gerçekleştirmektedir (Yoxsimer 1997). TravelWeb, bir günde dünyada bulunan değişik 110 ülkeden yaklaşık 16.000 kişi tarafından İnternet aracılığı ile aranmaktadır. Bu kişiler, 125 ülkede ki değişik

13.000 otelin ve havayollarının ücretleri, promasyonları ve sundukları hizmetleri hakkında fotoğrafları ile birlikte bilgi almaktadırlar. TravelWeb'i en çok kullanan ülkeler arasında başta ABD olmak üzere; Japonya, Brezilya, Kanada, Almanya, Güney Kore, İtalya, İngiltere ve Hong Kong gelmektedir. Bu Web sayfası ile 1996 yılında 5.5. milyon Amerikan doları bedelinde garantili rezervasyon yapılmıştır (Wacaser 1996).

Turizm sektöründe standartların geliştirilmesi de yeni uygulamalar arasındadır. Veri formlarından, kullanım prosedürlerine, hijyen kurallarından müşteri tatmininin ölçülmesine kadar sektörün bütün alanlarında profesyonelleşmeye gidilmekte ve turizm işletmeleri de bankacılık ve bilgisayar işletmeleri gibi uygulama konularında belirli standartlar geliştirmektedirler. Artık, standartların sağladığı kalite güvencesi faydasından hep birlikte yararlanarak kar etmek, turizm işletmelerinin de amaçları arasında bulunmaktadır. Bill Fisher'e göre, standartların geliştirilmesi ile bilgisayar sistemleri birbirleri ile rahatlıkla iletişimde bulunabilecekler, dolayısıyla müşteri tatmini artacak, gelir oranları ve genel verimlilik seviyeleri yükselecek, personel motivasyonu artarken faaliyet maliyetleri azalacaktır (Harvey 1997).

Güvenliğe verilen önem artışı, yine çağımızda turizm sektöründe karlılığı ve verimliliği etkileyen bir faktör olarak ortaya çıkmaktadır. Gerek suç oranlarında ki yükselme, gerek müşterilerin güvenlik ihtiyaçlarında ki artış, gerek finansal karlılığı artırma amaçları ile otel ve diğer turizm işletmelerine açılan tazminat davalarının sayısındaki yükselme; turizm işletmelerinin güvenlik politika, metot ve işletim sistemlerini yenilemelerine yol açmıştır (Raymond 1995). Örneğin, Avrupa'da otellerde işlenen suç oranı her yıl yaklaşık %10-15 oranında bir artış göstermektedir. Yine sık seyahat eden turistler arasında yapılan bir araştırma; tüketicilerin otel seçimini etkileyen faktörler arasında lokasyon ve fiyattan sonra üçüncü önem sırasında güvenlik unsurunun bulunduğunu göstermektedir. Artık, güvenlik amacıyla; video kameraları, gözetleme sistemleri, elektro manyetik ve benzeri alarm sistemleri kullanan otellerin sayısı gün geçtikçe artmaya başlamıştır. Yine aynı şekilde, güvenlik amacıyla elektronik kilit ve kart kullanan otel sayısı da artmaktadır. Dünyada bulunan yaklaşık 25.000 otelde toplam 3 milyon kart kilidi kullanılmaktadır. Dağılımda; Avrupa'da her 10 kapıdan birinde, Asya'da her 10 kapıdan üçünde,

ABD'de ise her 10 kapıdan beşinde kart kilidi kullanıldığı anlaşılmaktadır (Ian 1997).

Elektronik veri transferi; iki veya daha fazla işletme arasında rutin faaliyet işlemlerinin standart şekilde otomatik olarak elektronik ortamda yapılmasıdır. Bu şekilde gerçekleştirilen işlemlerde gerek üçüncü kişilere, gerek işlem ve veri dosyalarına ilişkin yazılım kontrollerine duyulan güven daha fazla olmaktadır. Elektronik veri transferinde, geleneksel yöntemlerde insanlar tarafından gerçekleştirilen işlemler bilgisayarlar tarafından daha kısa sürede yapılmaktadır fakat, faaliyet ortaklarının verimli sonuçlara ulaşmaları için bilgisayarların ve sözleşmelerinin uygunluğuna dikkat etmeleri gerekmektedir (William 1996). Turizm dünyasında da diğer alanlarda olduğu gibi elektronik veri transferinin geleneksel uygulamaların yerine geçtiği görülmektedir.

Turizm sektöründe de, diğer sektörler gibi kağıt kullanımı ve bürokratik işlemler azalmaktadır. Kağıt yerini elektronik dokümanlara bırakmaya başlamıştır. Organizasyonlar dijital imajları rutin olarak organizasyon içine ve dışına transfer etmektedirler, yani iş akışı elektronik ortamlarda gerçekleşmektedir. Bu yaklaşımda, bilgi ve dokümanların gerçek olup olmadığının kontrolü ve kopyaların saklanması hususları bilhassa önem taşımaktadır, çünkü elektronik ortamda sahte belge kullanımı nispeten daha kolaydır. Ayrıca, gerektiğinde kullanmak için kağıt kopyaların saklanması işlemi de elektronik ortamda göz ardı edilebilmektedir, fakat gelecekteki kullanımlar ve kontroller için gerekli kayıtların saklanması işlemine elektronik ortamlarda da dikkat göstermek gerekmektedir.

Turizmde yaşanan bir başka yenilik, yönetim uygulamalarında gerçekleştirilen değişikliktir. Hemen bütün sektörlerde yaşanan toplam kalite yönetimi uygulamaları, turizm işletmelerinde de uygulanmaya başlanılmıştır. Toplam kalite yönetimi; işletmede çalışan her bireyin kalite geliştirmesinden sorumlu olduğu bir sistemdir, işletmede felsefe değişikliğini, bireylere sorumluluk ve yetki devrini, personele gerekli eğitimin verilmesini gerekli kılmaktadır. Toplam kalite çabaları sonucunda personel motivasyonunun sağlandığı, hizmetlerin genel kalitesi seviyesinin ve müşteri tatmininin yükseldiği görülmektedir. Dolayısıyla toplam kalite yönetimi felsefesinin benimsenmesi ile turizm işletmelerinin bünyesinde genel bir verimlilik artışı sağlanmaktadır (Wood 1993).

Toplam kalite yönetimi uygulamaları ile hataların oluşmasına baştan fırsat verilmemekte, müşteri odaklı hizmet ile müşterilerin memnuniyeti en çoklanmaktadır. Problemlerin etkin olarak çözümlenmesinin yanı sıra, problemlerin oluşmasına en baştan izin verilmemekte, sonuçta kalite iyileştirilmesinin yanı sıra verimlilik artışı da sağlanmaktadır (Dickens 1994). Kalite geliştirme uygulamalarında, sunulan ürün ve hizmetin kalitesi kadar, elektronik pazarlamada kullanılan promosyon materyalinin ve erişim araçlarının da kalitesine dikkat edilmesi gerekmektedir (Schmid 1993).

Turizm işlemlerinde bir başka yenilik, planlı gelişmeye ve plan temeline dayanılarak çalışmaya verilen önemin artışı hakkındadır. Daha önceki uygulamalarda sadece kısa vadeli planlardan yararlanılırken, günümüzde turizm işletmelerinin uzun vadeli stratejik planlama yaptıkları, zaman içinde oluşan değişikliklere uyum sağlayabilmek açısından planlarında esnek olmaya dikkat gösterdikleri görülmektedir. Devamlı ve düzenli gelişen bir turizm politikası için olduğu kadar, mikro düzeyde turizm organizasyonlarının uzun vadeli başarıları için de stratejik planlamaya gereksinimleri olduğu açıktır, bu yüzden turizm sektöründe de 5 yıl ve daha uzun süreli stratejik planlar yönetim ilkelerinde yer almaya başlamışlardır (Savignac 1996).

Turizm uygulamalarında görülen bir başka yenilik çevre duyarlılığı ile ilgilidir. Bütün sektörlerde yaşanan çevre kirliliğine karşı gerekli önlemlerin alınması, ISO 14000 çevre yönetim sistemlerinin uygulanması ve benzeri tedbirler, turizm sektöründe de etkilerini göstermektedir. Turizmde çevre duyarlılığı genel olarak iki ayrı yaklaşımla kendisini göstermektedir. Bunlardan birincisi, klasik turizm ürünlerinde çevreye duyarlı tedbirlerin geliştirilmesini içermektedir. Bunlar arasında; doğal kaynakların korunması, yeşil otelcilik olarak adlandırılan su, elektrik gibi enerji kaynaklarının israfını engelleyen teknolojilerin kullanılması, araba kiralama şirketlerinin araçlarında kurşunsuz benzin kullanmaları gibi hususlar örnek olarak yer almaktadır (Hope 1996). İkinci yaklaşım planlı gelişme ile ilgilidir ve alternatif turizm, sürdürülebilir turizm gibi çevreye zarar vermeyen, yeni yatırım yerine doğada olan kaynakları bozmadan kullanmaya yönelik turizm ürünlerini ortaya çıkarmaktadır.

Bilhassa karar verme işlemlerinde yapay zeka sistemlerinden faydalanılması, turizm için özel

olarak geliştirilen uzman sistemlerin yardımı ile denetim işlemlerinin gerçekleştirilmesi yararlanılan yeni teknolojiler arasındadır. Talep değişikliklerine; otomatik sipariş, tekrar sipariş, satış noktasında işlem, elektronik veri transferi ve envanter işlemlerinde bar kod sistemlerinin kullanılması ile en kısa sürede cevap verilmektedir.

Turizm işletmelerinde verimliliği arttıran yeni uygulamalardan bir diğeri de turizm işletmeleri, devlet ve diğer özel sektör organizasyonları arasında görülen dayanışma ve ortaklıkların oluşturulmasıdır. Bu ortaklıkların ortaya çıkmasında; rekabetin artması, turizm ve rekreasyon faaliyetlerine ayrılan fonların azalması, kaynakların birleştirilerek belirli bir havuz oluşturulması, yeni hedef pazar ve müşteri kitlelerine erişim olanağının yaratılması, değişen müşteri ihtiyaçlarına cevap verebilme olanağının artırılması ve birden çok işletmenin ortak çabaları sonucunda elde edilen verimlilik artışının, bu birimlerin ayrı toplamlarından elde edilecek olan verimlilik artışından daha çok olması şeklinde ifade edilen sinerji etkisi sayılabilir (O'Halloran 1996). İşletmeler ortak çabalar sonucunda, turizm işlemlerinde; yeni ürün geliştirilmesi, doğal kaynakların ve tarihi bölgelerin korunmasına yönelik stratejiler geliştirilmesi, turizm bölgelerinin geliştirilmesi, maliyetlerin azaltılması, ortak fon yaratma olanaklarının sağlanması, ortak reklam ve araştırma çabalarında etkinlik sağlanması, yeni ve etkili eğitim programlarının uygulanması konularında verimli sonuçlara ulaşmaktadırlar.

SONUÇ

Günümüzde değişim kaçınılmazdır ve iş dünyasındaki bütün sektörlerin faaliyetlerini başarı ile sürdürebilmeleri için bu değişimlere ayak uydurabilmeleri ve verimli olarak işlemlerini gerçekleştirebilmeleri gerekmektedir. Turizm organizasyonları da, uzun vadeli başarıyı yakalayabilmek ve faaliyetlerinde yüksek verimlilik düzeylerine ulaşmak için, yeni teknolojileri ve yaklaşımları uygulamak zorunda kalmaktadırlar. Bu yeni teknolojiler ve yaklaşımlar arasında; İnternet gibi yeni iletişim teknolojilerinin kullanılması, elektronik pazarlama tekniklerinin uygulanması, elektronik veri transferi ve imaj işlem sistemlerinin kullanılması, güvenlik ve çevre duyarlılığı konularına dikkat gösterilmesi, turizmde toplam kalite yönetimi uygulamalarına geçilmesi ve standart sistemlerin kullanılması bulunmaktadır. Bunlara ilave

olarak; turizm için özel olarak üretilen uzman sistemlerin ve yapay zekanın kullanılması, talep değişikliklerine yeni teknolojiler sayesinde anında tepki göstermek ve turizm faaliyetlerinde görülen ortaklıklar de verimliliği arttıran yaklaşımlar arasındadır. □

KAYNAKLAR

CHAN, Andy (1997). WorldRes Introduces Golabal Internet Hotel Reservation Service With No Enrollment Fee, 4. Mart [HTTP://www.hospitalitynet.nl/worldres](http://www.hospitalitynet.nl/worldres).

CHADWICK, William (1996). What Are the Top 15 Technologies We Should Know About for 1996. *Journal Of Accountancy*, Ocak. <http://www.bc.edu/bc.org/fvp/ia/news/15tech/html>.

DICKENS, Paul(1994). *Qualityand Excellence in Human Sercives*. Londra:Wiley Publ, ss:21-23.

ELLIS, Raymond (1996). *Security and Loss Prevention Management*, Michigan: AHMA Publications.

HARVEY, Carolin(1997). EURHOTEC to Show Computer Interfacing Standarts Initiative, <http://www.ih-ra.com>. 30 Ocak

HARVEY, Caroline (1995). Hotels Competitive Advantage to Come from Connectivity with the Customer, <http://www.ih-ra.com>. 5.Eylül

HOPE, Alison ve Green Hotelier (1996). [http: 77www.oneworld.org/pwlb.com](http://www.oneworld.org/pwlb.com), 2.Eylül

IBM Travel And Transportation, The Impact of Information Technology on Travel and Transportation, 25.Kasım.1996, <http://www.europe.ibm.com/go/travel/index.html>

MULLER-ELMAU, Dietmar(1997). *Visioning the Future of Technology*, *Eurotech 97*, 5 Mart.

MUSK IAN, Customers (1997). Standarts and the Internet Drive Hotel Technology into the Future, *Eurhotec 97 Feature*, <http://vingcard.com>, 1 Nisan.

O'HALLORAN, Robert(1996). *Partnerships: A Vehicle for Tourism Success, World's Eye View on Hospitality Trends*, Northern Arizona University, Bahar/yaz 1996, ss:28-30.

SCHMID, Beat, Elektronik Markets in Tourism, <http://www.iwi.unisg.ch/iwi47cc>.

WACASER, Karin (1996). TravelWeb records Best Month Ever, Celebrates One-Year Anniversary with First Million-Dollar Month, <http://www.travelweb.com>.19.Aralık.

WOOD, Tom(1993). Total Quality Management: Learning from Other Industries, *Hosteur*, Bahar,(3)1, ss:14-15.

YOXSIMER, Bruce, Internet Travel Network and Worldview Systems Announce Partnership to Combine Content and Reservations, <http://www.itn.com>, 26.şubat.

Gönderilme tarihi : Aralık 1998
Değerlendirme : Ocak 1998
Kabul : Şubat 1998