

ISBN: 978-625-7148-50-4



9 786257 148504



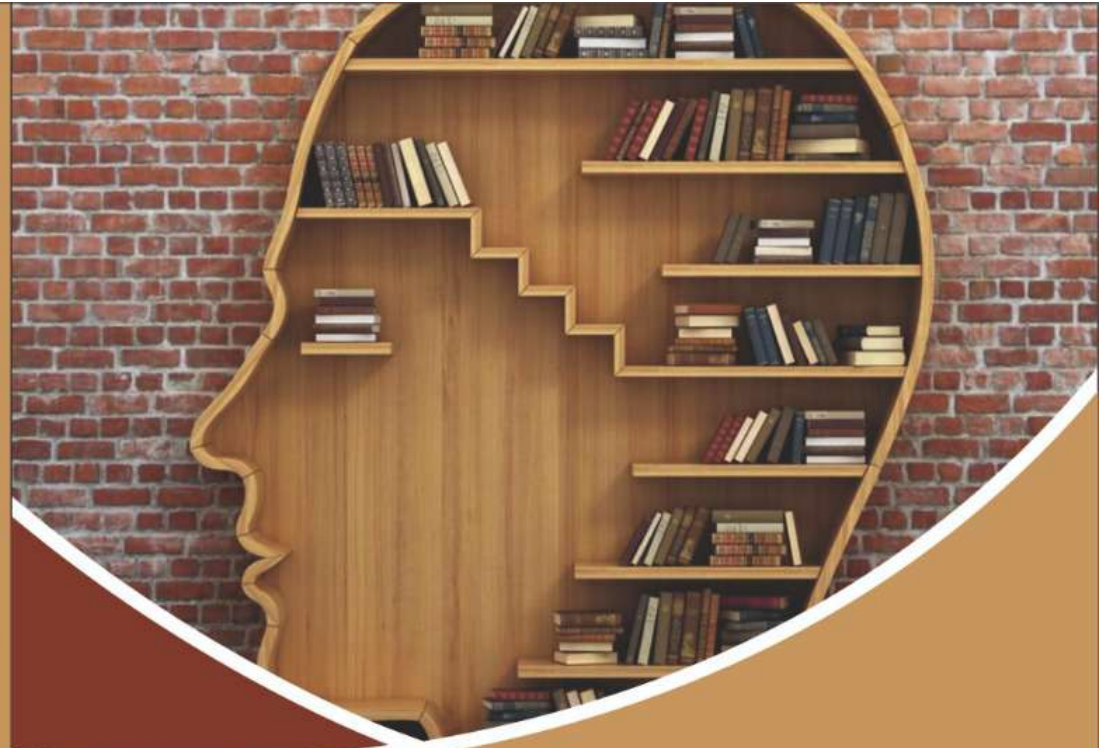
Sosyal Bilimler Araştırmaları: Multidisiplinler Değerlendirmeler



Doç. Dr. Ömer Kürşad TÜFEKÇİ & Öğr. Gör. Leyla AKBAŞ (Eds.)

Sosyal Bilimler Araştırmaları: Multidisiplinler Değerlendirmeler

Doç. Dr. Ömer Kürşad TÜFEKÇİ
Öğr. Gör. Leyla AKBAŞ (Eds.)



Editor

Doç. Dr. Ömer Kürşad TÜFEKÇİ & Öğr. Gör. Leyla AKBAŞ

*Sosyal Bilimler Araştırmaları:
Multidisiplinler Değerlendirmeler*



We work with leading authors to develop the strongest academic materials with bringing cutting-edge thinking and best learning practice to a global world.

©All rights reserved.

This book is the academic studies of Strategic Researches Academy (SRA). It is printed with the academic and financial support from SRA. The papers are first reviewed by the independent reviewers, and then proof-read and edited by the editor(s). The opinions and views expressed in papers are not necessarily those of this book editor(s) and SRA. All parts of this publication are protected by copyright. Any utilization outside the strict limits of the copyright law, without the permission of the publisher, is forbidden and liable to prosecution. This applies in particular to reproductions, translations microfilming, and storage and processing in electronic retrieval systems. This publication has been peer reviewed.

SRA Academic Publishing

(Strategic Researches Academy)

visit us on the World Wide Web at:

<http://www.srapublishing.org/>

All rights reserved. No part of this publication may be reproduced, stored in a retrieval system, or transmitted in any form or by any means, electronic, mechanical, photocopying, recording or otherwise, without either the prior written permission of the publisher or a license permitting restricted copying.

All trademarks used herein are the property of their respective owners. The use of any trademark in this text does not vest in the author or publisher any trademark ownership rights in such trademarks, nor does use of such trademarks imply any affiliation with or endorsement of this book by such owners.

ISBN: 978-625-7148-50-4

Copyright © 2022 by Doç. Dr. Ömer Kürşad TÜFEKÇİ & Öğr. Gör. Leyla AKBAŞ

Printed in Lithuania

Cataloging-in-Publication Data for Library

TÜFEKÇİ Ömer Kürşad & AKBAŞ Leyla.

Sosyal Bilimler Araştırmaları: Multidisiplinler Değerlendirmeler / edited by Ömer Kürşad TÜFEKÇİ & Leyla AKBAŞ

1st Edition. VIII+224 p. 16,5x23,5 cm. References included. Index not included.

ISBN 978-625-7148-50-4

*1. Sosyal bilimler, 2. İnsan bilimleri, 3. Multidisipliner araştırmalar
p. cm.*

Managing Editor: Doç. Dr. Ömer Kürşad TÜFEKÇİ & Öğr. Gör. Leyla AKBAŞ

Printed Date: August 25, 2022

Cover Design: 3M Graphics Design

SRA Academic Publishing

H. Manto G. 74 Klaipeda 92292 Lithuania

+370 46 3796028

<http://www.srapublishing.org>

içindekiler

Bölüm 1

HÜSEYİN RAHMİ GÜRPINAR'IN DELİ FİLOZOF'U ÜZERİNE NATÜRALİST BİR OKUMA..... 1

Ali ALGÜL

Bölüm 2

YEŞİL İKTİSAT..... 23

Ayşe ÇAY ATALAY & Yusuf AKAN

Bölüm 3

TÜRKİYE İŞ KURUMU ÇERÇEVESİNDE KAMUDA MALİ DENETİM..... 69

Burak KAYIHAN & Muhammed Seyyid YELEK

Bölüm 4

**TÜRKİYE'DE VERGİ TAKOZU İLE GSYH İLİŐKİSİ: 21 YILLIK DÖNEM
ANALİZİ (2000-2021)..... 89**

Cahit ŐANVER & Samira İSMAYİLOVA

Bölüm 5

TÜRK EDEBİYATI VE URDU EDEBİYATINDA TASAVVUF..... 115

Mustafa Sarper ALAP

Bölüm 6

GAZZÂLÎ'NİN İSTİDLÂL ANLAYIŞI..... 137

Yusuf ŐEN & Ebru YAŐA

Bölüm 7

İSPARTA TURİZMİ VE DESTİNASYON YENİLİKÇİLİĞİ..... 159

Cemalettin GÜVEN & Ömer Kürşad TÜFEKÇİ

Bölüm 8

TURİZM 4.0 VE TURİZM EĞİTİMİ..... 193

Ramazan GÖRAL & Murat YURTLU

Bölüm

TURİZM 4.0 ve TURİZM EĞİTİMİ

8

Ramazan GÖRAL ¹
&
Murat YURTLU ²

bu bölümden alıntı yapmak için:

Göral, R. & Yurtlu, M. (2022). *Turizm 4.0 ve Turizm Eğitimi*. Ö. K. Tüfekci & L. Akbaş (Ed.), *Sosyal Bilimler Araştırmaları: Multidisiplinler Değerlendirmeler* (s. 193-224). Klaipeda: SRA Academic Publishing.

¹ 0000-0003-0918-6537, Doçent, Selçuk Üniversitesi Beyşehir Ali Akkanat Turizm Fakültesi, trgoral28@gmail.com

² 0000-0002-0947-8401, Öğr. Gör. İskenderun Teknik Üniversitesi, murat.yurtlu@iste.edu.tr

GİRİŞ

Dünyada hızla gelişen endüstrilerin başında gelen turizm; sosyal, kültürel, çevresel ve ekonomik bağlamda bölgeler ve ülkeler üzerinde önemli bir etkiye sahiptir. Turizm endüstrisinin sosyal ve kültürel hayata, gelirler dengesi ve istihdam oranına etkilerinin yanında bölgelerin tanıtımına da çok yönlü katkılar sağlamaktadır. Turistik ürünün üretilmesinde ve sunulmasında yüksek düzeyde insan kaynağına ihtiyaç duyulması turizm endüstrisinin emek yoğun bir yapıda olmasını gerekli kılmaktadır. Lojistikten inşaata, tarımdan ulaştırmaya çok sayıda farklı sektörle iç içe olan turizm endüstrisi yeni iş imkanlarının oluşturulması, işsizlik sorununa doğrudan ve dolaylı olarak çözüm sağlayabilmesiyle bölgesel ve ulusal gelişmede ülke ekonomileri açısından güçlü bir araçtır (Üçüncü Turizm Şurası, 2017).

Dünya Seyahat ve Turizm Konseyi (WTTC) 2022 yılı raporuna göre, turizmin diğer sektörlerle bağlantıları ve ekonomik etkileri dikkate alındığında, Covid-19 salgını öncesi 2019 yılında Seyahat ve Turizm, dünya çapında doğrudan, dolaylı ve uyarılmış etkileri dahil, üretilen yeni işlerin % 25'ini ve tüm işlerin % 10,3'ünü (333 milyon) oluşturarak toplamda 9,6 trilyon \$ iş hacmine ulaşmıştır. Bununla birlikte uluslararası ziyaretçi harcamaları 2019'da toplam ihracatın % 6,8'ine ulaşarak 1,8 trilyon \$ olarak gerçekleşmiştir. Salgının getirdiği kısıtlamaların etkisi nedeniyle 2020 yılında turizmde tüm etkiler dahil, 4,9 trilyon \$ (%50,4) düşüş ve 62 milyon (%18,6) iş kaybı yaşanmıştır. Dünya çapındaki toplam istihdama katkısı ise % 5,3'e gerilemiştir. 2020 yılında uluslararası ziyaretçi harcamalarında % 69,7'lik düşüş yaşanırken yerli ziyaretçi harcamalarında bu gerileme % 47,4 şeklinde gerçekleşmiştir. 2021 yılında kısıtlamaların da kademeli olarak kaldırılmasına bağlı olarak hızlı bir toparlanma sürecine giren turizm endüstrisi % 21,7'lik yükseliş ile 1 trilyon \$ artış göstermiştir. Dünya çapındaki istihdam payı % 6,1'e yükselirken, uluslararası ziyaretçi harcamaları % 3,8 ve yerli ziyaretçi harcamaları % 31,4 artış göstermiştir (WTTC, 2022).

WTTC'22 raporunda 2019 ve 2020 yılı Türkiye görünümünde ise, Seyahat ve Turizmin 2019'da GSYİH içindeki % 11'lik toplam ekonomik katkısı (doğrudan, dolaylı ve uyarılmış etkiler dahil) 77,6 milyar \$'dan, 2020'de % 54,2 oranında düşerek GSYİH içindeki payı % 5,5'e gerilemiş ve 35,5 milyar \$ şeklinde gerçekleşmiştir. Diğer taraftan Türkiye turizminin 2.616.900 çalışan ile 2019 yılında toplam istihdamdaki payı % 9,3'den, 2020'de % 16,3 düşüş ile 2.189.500'e gerilemiştir. Uluslararası ziyaretçi harcamalarında 2019'da 38,8 milyar \$ ile toplam ihracatın % 16,9'unu oluşturan Türkiye turizm endüstrisi 2020'de % 65,2 oranında kayıp vererek 13,5 milyar \$'a gerilemiş ve toplam ihracattaki payı % 6,7'ye düşmüştür. Yerli ziyaretçi harcamalarında ise 2019'da 20,7 milyar \$'a

ulaşan Türkiye turizmi, 2020'de % 41,8 oranında kayıp yaşayarak 12,1 milyar \$'a gerilemiştir (WTTC, 2022).

Turizm endüstrisinde yukarıda bahsedilen insan kaynağının bu derecedeki önemi, çalışanların eğitim düzeylerine yönelik düzenlemeleri de gerekli kılmaktadır. Turizmde üretilen hizmetin yüksek standartlara ulaşabilmesinde insan kaynağına ilişkin eğitim düzeyinin hizmetin gereklerine uygun bir yapıda olması gerekliliği ortaya çıkmıştır. WTTC tarafından 2017 yılında turizmde güçlü bir paya sahip 46 ülkenin istihdam eğilimlerine yönelik yapılan araştırmada, dünya genelinde turizmde ihtiyaç duyulan beceri ve yeteneklerin yoksunluğundan kaynaklı olarak yaklaşık 14 milyon istihdam açığının bulunduğu vurgulanmaktadır. Araştırmada incelemeye alınan ülkelerin 37'sinde iş gücü açığının ilerleyen 10 yıl boyunca süreceğine dikkat çekilmektedir. Çalışmadaki ülkeler arasında kalifiye personele duyulan ihtiyaç farklılık göstermekle birlikte, yiyecek-içecek sektöründe donanımlı iş gücü ihtiyacının artacağı belirtilmektedir. Bu ihtiyacı gidermede gerekli yetenek ve donanımların kazandırılmasında personele esneklik yaratılması, turizme yönelik çekiciliğin artırılması, uygun ortamın sağlanması ve eğitime daha fazla önem gösterilmesi önerilmektedir (Üçüncü Turizm Şurası, 2017).

Yukarıda elde edilen veriler birlikte incelendiğinde Covid-19 salgınının dünyanın dört bir yanındaki turizm toplulukları üzerinde yıkıcı bir etkisi olduğu görülmektedir. Diğer taraftan 2011 ve 2019 yılları arasında turizm endüstrisinin uluslararası ekonomiden daha hızlı büyümesi ve önümüzdeki on yılda 100 milyon yeni istihdam yaratması beklenmekteydi. Ancak salgın ile birlikte bu durumun risk altına girdiğini söylemek mümkündür. Dünya genelindeki seyahat talebinin güçlü bir toparlanmaya yol açma potansiyeli olsa da, turizmin canlanması şu anda endüstrinin temel sorunlarından biri olan gelişmiş ülkelerdeki personel sıkıntısı nedeniyle zorlaşmaktadır. Salgından dolayı sınırların uzun süre kapanması ve işyerlerinin kısmen veya tamamen kapanması, birçok çalışanın diğer sektörlerde yeni fırsatlar yakalamasına neden olmuştur. Bu noktada turizmin karşı karşıya olduğu mevcut personel sıkıntısı sorununu proaktif olarak ele alma ihtiyacı kritik bir önem taşımaktadır (WTTC, 2021).

Örneğin İngiltere'de 2022 yılı Mayıs ayının son haftasındaki resmi tatil döneminde personel sıkıntısından dolayı en az 377 uçuş iptal edilmiştir. Yetkililer sınırlı sayıdaki personelden dolayı yolculara problemleri daha az sıkıntı ile atlatabilmek için yanlarına sadece 1 adet kabin bagajı almalarını tavsiye etmiştir (BBC, 2022). WTTC, turizmde bu ve buna benzer problemleri kısa zamanda ortadan kaldırabilmek amacıyla uluslararası iş gücü hareketliliğinin kolaylaştırılmasını, personel kaybının önüne geçmede niteliğine uygun işlerin uzaktan çalışılmasında kolaylıkların sağlanmasını, insanlara uygun işlerin ve sosyal güvenlik

ağlarının etkinleştirilmesini, üst düzey beceriye sahip yeteneklerin sektörde korunmasını, kamu ve özel sektör işbirliği ile temel eğitim ve çıraklık eğitimlerinin oluşturularak teşvik edilmesini önermektedir (WTTC, 2021).

Diğer taraftan teknoloji ile gelişen günümüz dünyasında insanların ihtiyaç ve beklentilerinin değişmesi ile birlikte iş dünyası geçmişe oranla daha rekabetçi bir yapıya bürünmüştür. Bu değişimlerden turizmde etkilenmektedir. Örneğin zincir oteller yeni gelişen pazarlara yerel yatırımcılarla birlikte girmekte ve yeni birimler oluşturmaktadırlar. Burada oluşan iş ortamının dinamiğinden dolayı çalışanlar ve yöneticiler için oluşan zorluklara karşı hazır bir iş gücüne ihtiyaç duyulmaktadır. Turizm eğitiminde söz konusu dinamizme ve değişimlere uyum sağlanması, uluslararası çapta oluşan yeni koşullara ve ihtiyaçlara göre eğitim programının ve müfredatın benimsenmesi gerekmektedir (Karamullaoglu & Gürel, 2020).

Turizm, bir ülkenin genel refah büyümesine katkıda bulunabilecek stratejik bir sektör olarak kabul edilmektedir. Endüstri 4.0 çerçevesinde, yeni organizasyon sistemleri “akıllı turizmi” ve “akıllı turizm destinasyonları” konularını teşvik etmek için destekler sağlamaktadır. Bu nedenle Endüstri 4.0 teknolojilerinin tüm yönlerine odaklanarak turizm ve otelcilik alanında çalışacak geleceğin profesyonellerinin doğru bir şekilde yetiştirilmesi gerekmektedir. Turizm bilimleri, müfredatın alanını Endüstri 4.0 ile genişletirken, bu temel teknolojilerden hangilerinin öğrenciler tarafından hemen kullanılabilir olduğu açık değildir (Bilotta, Bertacchini, Gabriele, Giglio, Pantano, & Romita, 2021). Bu çalışmada gelişen teknolojik yenilikler ile birlikte Covid-19 salgını sonrası dönemde turizm eğitiminin ve sektördeki iş gücünün niteliğini arttırmada mevcut sorunların tespit edilebilmesi ve çözüm yollarının neler olması gerektiği üzerine ikincil kaynaklardan literatür araştırması yapılarak Turizm 4.0 ve Turizm Eğitimi konusunda bilgiler derlenerek öneriler geliştirilmiştir. Çalışmanın bu bağlamda literatüre katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

TURİZM 4.0

Bilgi ve iletişim teknolojilerindeki gelişmelerle birlikte endüstrileşme, dördüncü kez evrilmeye başlamıştır. Teknoloji ve inovasyonlara dinamik yapısıyla ayak uyduran turizm endüstrisi Endüstri 4.0 teknolojilerine hızla adaptasyon sağlamıştır (Topsakal, Yüzbaşıoğlu, Çelik, & Bahar, 2018). İş ortamında gelişen dijitalleşmeye temel oluşturan Endüstri 4.0, etkileşimli teknolojik ilerleme gruplarını tanımlayan çatı bir kavramdır. Bu kavram McKinsey araştırma grubunun üretim endüstrisinin dijitalleşme sürecinde dört kırılmadan oluşan evreleriyle tutarlılık oluşturmaktadır. Bu evreler; özellikle yeni ve daha az güçlü geniş alanlı ağlarda dahil olmak üzere veri hacimleri, hesaplamaları ve

bağlantılarındaki gelişim, arttırılmış gerçeklik sistemleri ve dokunmatik ara yüzler gibi insan-makine etkileşiminde yeni uygulamalar, iş zekası ve analitik zeka becerilerinin oluşması, 3-D baskı ve gelişmiş robotik teknolojiler gibi dijital enformasyonun fiziksel ortama aktarılmasındaki kolaylıklar şeklindedir (Skobelev & Borovik, 2017:307). Tablo 1’de Endüstri 4.0’ın işletmelere sağladığı faydaları bulunmaktadır.

Faydalar	Açıklama
Verimlilik	İşletme faaliyetlerinde hızlı karar süreçleri oluşturan ve yüksek verimlilik sağlayan otomasyon sistemleri ile birlikte daha az insan gücü ile üretim sorunlarını azaltma ve yüksek kaliteyi koruma sağlanabilmektedir.
Çeviklik	Endüstri 4.0 ile işletmeler üretim süreçlerinde küçük üretim miktarı ve yüksek standardizasyona odaklanarak etkin esneklik kazanılabilmektedir.
İnovasyon	Üretim hattında karışık malzemeler ve düşük hacimler ile yeni ürün geliştirmeleri ve tasarımları oluşturulabilmektedir.
Müşteri Servisi	Müşteri ihtiyaçları konusunda uygun ve hassas bilgilere erişim sağlandığından ürün ve hizmetler etkin bir biçimde teslim edilebilmektedir.
Maliyet Azaltma	Geçiş ile birlikte ilk yatırımdan sonra daha az malzeme israfı, daha az personel ve kalite sorunu ile düşük işletme maliyetlerine erişilebilmektedir.
Rekabet Avantajı	Endüstri 4.0, işletmeleri daha yüksek kalitede, daha düşük maliyetlerle müşterilere hizmet verebilme becerisi kazandırarak öne çıkarabilmektedir. Bu durum hedef müşterilere özel ürün sunabilme, pazarlama faaliyetleri yürütme gibi ilave hizmetlerle işletmelerin daha geniş bir pazara ulaşmasını sağlayabilmektedir.

Tablo 1. Endüstri 4.0’ın İşletmelere Faydaları

Kaynak: Kurniawan, Komara, & Setiawan, 2019:156 aktaran Yücebalkan, 2020:244

Endüstri 4.0 yaklaşımı, üretim ve hizmet dünyasında olduğu kadar hayatımızda da giderek daha yaygın hale gelmektedir. Teknolojik yenilikler, hem iş hayatında hem de boş zamanlarda dünyamıza giderek daha fazla dahil olmaktadır. Endüstri 4.0 teknolojilerinin yaşamı kolaylaştırıcı hale getirmesinin yanında uzun vadeli paradigmatik değişikliklere de yol açması beklenmektedir. Bu zaman zarfında işletmeler derin bir değişim sürecinden geçmekte ve aynı durum Endüstri 4.0 üretim süreçlerine giderek daha fazla dahil olan tüketicilere de yansımaktadır. Bu durum başta turizm olmak üzere tüm sektörlerde köklü bir değişikliği de beraberinde getirmektedir. Örneğin; turizm, diğer üretken sektörler gibi, internet aramaları, finansal işlemler, kullanıcı günlük verileri vb. dahil olmak üzere çok sayıda faktörle birlikte organize edilebilmektedir. Turistler aldıkları hizmetlere yönelik yorumlarını paylaşmakta, değerlendirmelerini tweetlemekte, fotoğraflarını yayımlamakta ve çevrimiçi rezervasyon yaptırmaktadır. Böylece araştırmacılar turizm pazarlamasını geliştirmede turistlerin davranışlarını, seçimlerini ve tercihlerini analiz edebilmektedirler (Bertacchini, Gabriele, Pantano, Romita, & Bilotta, 2021).

Turizm endüstrisi içinde yer alan konaklama sektörü çok sayıda farklı sektöre doğrudan ya da dolaylı olarak yeni iş imkanları tanımaktadır. Turizm hareketinin merkezinde yer alan ağırlama sektörünün söz konusu etkileşimi ülke ekonomilerini güçlendirmede tetikleyici bir görevdedir. Her ülkede tüm kesimlere hitap eden turizm işletmeleri siyasi, ekonomik, sosyo-kültürel ve salgın gibi çeşitli faktörlerden kolaylıkla etkilenabilmektedir. Bunun yanında çağımızın olanakları sebebiyle turistlerin ihtiyaç ve beklentilerinde sürekli değişimler ve gelişmeler ortaya çıkmaktadır. Bu nedenle ülkelerin endüstri ve sektör alanlarında teknolojiye dayalı alt yapıları güçlendirilmeli ve turistlerin eğilimlerine etkin bir biçimde yanıt oluşturulmalıdır. Karşılaşılabilecek tüm olumsuzluklara yönelik proaktif bir yaklaşımla turizm işletmelerinin yönetim uygulamalarında teknoloji yer almalıdır. Bu sayede turizm işletmeleri Endüstri 4.0 teknolojilerini sürdürülebilir bir biçimde benimseyerek faaliyetlerinde başarılı olabilir. Endüstri 4.0'a atfedilen on bir bileşen; nesnelerin interneti, simülasyon, siber-fiziksel sistemler, otonom robotlar, büyük veri ve veri analitiği, akıllı fabrikalar, katmanlı üretim/3D yazıcılar, arttırılmış gerçeklik/sanal gerçeklik, bulut bilişim sistemleri, sistem entegrasyonları ve siber güvenlik şeklinde açıklanmaktadır (Okatan & Yıldırım, 2021).

Endüstri 4.0 ile birlikte 21. yüzyılda ortaya çıkan teknoloji odaklı gelişmelerin turizm endüstrisi için de dijital dönüşüm imkanı sunduğu görülmektedir. Yeni nesil teknolojiler aracılığıyla oluşan "Akıllı Turizm" kavramı, geleneksel turizm anlayışının yerini "Elektronik Turizm"e bıraktığı bir geçiş sürecini ifade etmektedir (Topsakal, Yüzbaşıoğlu, Çelik, & Bahar, 2018). "Turizmde Dijital Dönüşüm" olarak nitelendirilen Turizm 4.0; destinasyon yönetim sistemleri, merkezi rezervasyon sistemleri, nesnelerin interneti, akıllı otel yönetim sistemleri, akıllı seyahat acentesi sistemleri, yapay zeka, sanal gerçeklik sistemleri, müşteri ilişkileri yönetimi, akıllı tur rehber sistemleri, müşteri ve çalışanların hayatını kolaylaştıran akıllı bilet ve kart sistemleri, mobil teknolojilerle entegre son dakika oda rezervasyon ve check/in sistemleri ve dijital telefon şebeke sistemleri gibi yeni dijital uygulamaları kapsamına alan bir dönemi temsil etmektedir (Dülgeroğlu, 2021:4).

Turizm 4.0 ile birlikte ortaya çıkan söz konusu yeniliklerin hem turistlere hem de turizmde çalışan ve yöneticilere önemli katkılar sağlamasına karşın sürecin entegrasyonuna ilişkin bir takım sorunlar meydana gelmektedir. 01-03 Kasım 2017 tarihlerinde Dijital Turizm ve İnovasyon Komisyonu (DTİK) tarafından yapılan toplantılarda gerçekleştirilen müzakereler ışığında, dijitalleşme sürecini yönetecek bir yapılanmanın bulunmadığı vurgulanarak bunun turizm endüstrisinde dijitalleşme sürecindeki temel sorun olduğu vurgulanmıştır. Buna ilave olarak yasal düzenlemelerin yetersizliği ile altyapı ve üstyapı eksikliklerinin de bulunduğu belirtilmiştir. Bu noktada komisyonda paydaşların etkinliğini

ve verimliliğini arttırmada faaliyetleri konsolide eden ve özel sektörün uygulamalarda dinamik ve etkin rol aldığı “Dijital Turizm ve İnovasyon Kurulu” adında çatı bir örgütlenme modelinin oluşturulması önerilmiştir. Buna göre komisyonun aldığı kararlar şöyledir (Üçüncü Turizm Şurası, 2017):

- DTİK, Kültür ve Turizm Bakanlığı, üniversiteler ve sivil toplum kuruluşları, ilgili kamu kurum ve kuruluşlarından temsilcilerin katılımlarıyla yasal bir düzenleme ile çoğunluğunu özel sektör temsilcileri teşkil edecek şekilde oluşturulmalıdır.
- Dijital turizm faaliyetlerinde dijital ortamın dinamizmine uyumlu olacak hızlı ve esnek bir yapıda sürdürülmesini sağlayan gerekli yasal, teknik ve idari düzenlemelerin ivedilikle gerçekleştirilmesi sağlanmalıdır.
- DTİK tarafından “Dijital Turizm ve İnovasyon Zirvesi” her yıl uluslararası katılımı düzenlenmelidir.
- Turizm endüstrisinde yapılacak dijital kampanyalara ve teknoloji yatırımlarına ilişkin ülke, destinasyon ve ürün-hizmet bazında kısa, orta ve uzun süreli hedeflerin, uygulamaların ve stratejilerin geliştirilmesi aşamalarında DTİK etkin rol almalıdır.
- Destinasyonlarda yerel deneyimlerin dizayn edilmesi, içselleştirilmesi ve standartlara uygun biçimde iyileştirilmesi amacıyla yerel halka, servis sağlayıcılara ve turizm ürünlerine yönelik etkileşimli (çevrimiçi ve hibrit) öğrenim programları düzenlenmelidir.
- Turizmde her boyutta hizmet üreten işletmenin dijital ve teknolojik asgari altyapı düzeylerinin belirlenerek ürün, hizmet ve deneyim gibi standartları saptanmalı ve bu standartların hayata geçirilmesine ilişkin yasal düzenlemeler oluşturulmalıdır.
- Turizmde dijital teknoloji yatırımlarına yönelik şirketlerin teşvik edilmesi amacıyla 2634 sayılı Turizm Teşvik Kanunu’nun kapsamı dijital teknoloji yatırımları ilave edilerek genişletilmeli ve bu yatırımları arttırmak için dijital turizm standartları ve stratejilerini uygulamaya alan destinasyonlara dijital tanıtım bütçesi desteği ilave olarak sağlanmalıdır.
- Büyük verinin elde edilmesinde veri yönetim sistemi altyapısının oluşturularak makine öğrenmesi ve yapay zeka gibi güncel teknolojilerin sisteme entegrasyonunun sağlanması gerekmektedir. Elde edilecek verilerin veri yönetim sistemine entegrasyonunda kişisel verilerin korunmasına azami özenin gösterilmesi ve söz konusu verilerin etkin bir biçimde kullanımı, işlenmesi ve paylaşımı sağlanmalıdır. Verilerin geri besleme mekanizmalarıyla kişiselleştirilerek turizmde ürün geliştirmede ve pazarlamada katkı oluşturması sağlanmalıdır.
- Seyahat öncesinde, süresinde ve sonrasında kesintisiz kullanıcı deneyimi tüm süreçleri kapsayacak biçimde geliştirilmelidir. Web siteleri ve mobil uygulamalar gibi teknolojik değişimlere uyumlu dijital uygulamalar gezginlerin seyahat deneyimlerini geliştirmek amacı taşımaktadır. Gezginlerin bu teknolojileri kullanmalarını teşvik etmek gayesiyle

internet servis sağlayıcıları, telekom operatörleri ve yerel yönetimlerin işbirliği ile acil durum destek teknolojileri, yapay zeka tabanlı rehber uygulamaları, oyunlaştırma kurguları, arttırılmış gerçeklik ile ödül ve sadakat programları gibi entegrasyonlar sağlanmalıdır.

- Kültür ve Turizm Bakanlığı bünyesinde kriz ortamlarında doğru adımların hızlı bir şekilde atılabilmesi amacıyla "Ulusal Turizm Kriz Yönetim Sistemi" kurulmalıdır. Sistemin oluşturulmasında sosyal ve dijital mecraların etkin kullanımının planlanması gerekmektedir.
- Türkiye markası ve ürünlerinin pazarlama iletişim faaliyetleri ve dijital stratejileri; farklı hedef kitlelere ve pazarlara yerel dil ve mecraları da gözeterek destinasyonlar ve son kullanıcılar tarafından yaratıcı içeriklerle entegre olarak tasarlanıp oluşturulmalı; büyük veri, yapay zeka ve dinamik içerik gibi güncel teknolojilere yetkin birimlerce yürütülmelidir.
- Destinasyonlara yönelik dijital pazarlama ile kullanıcı ve yerel deneyim dijital pazarlama standartları geliştirilmeli ve pazar ölçümlenmeleri ve araştırmaları farklı segment ve pazarlar için dinamik biçimde saptanmalıdır. Dijital medya planlama ve varlık yönetimi faaliyetleri merkezi ülke ve omnikanal (bütüncül-çok kanallı) kampanyalarıyla birlikte uygulanmalıdır ve söz konusu standartlara uyumlu çalışmalar gösteren destinasyonlar, nakdi ve aynı teşviklerle desteklenmelidir.
- Destinasyonların turizm faaliyetlerine ve dijital varlıklarına bir çerçeve altyapısı oluşturması gayesiyle ve diğer destinasyonlara temel olabilmesi amacıyla ülkemizin en geniş ve kompleks destinasyonu İstanbul ile birlikte ve Çanakkale özelinde etkin uygulama örneklerinin oluşturulması önerilmektedir.
- Dijital turizm stratejisinin belirlenmesinde ziyaretçi deneyimi, segmentasyon, iletişim, sosyal dinleme, algı ve fiyatlandırma gibi hedef kitlenin odaklanıldığı pazar araştırmaları temel alınarak, belirlenen stratejinin performansına ilişkin anahtar göstergeler pazar araştırmalarına göre saptanmalıdır. Stratejilerin uygulanmasını takiben ölçümlenmeler yapılarak araştırmalar sürekli olarak tekrarlanmalıdır.
- Çevrimiçi tüketici davranışları ve dijital varlıklar, dijital turizm stratejisini yönlendirebilmesi gayesiyle gerçek zamanlı olarak ölçümlenmelidir. Ülke, bölge, hedef kitle ve ürün stratejileri ile somut hedefler, ziyaretçi verileri (veri analizleri, semantik analizler vb.) ve ölçümleme sonuçları göz önünde tutularak saptanmalıdır.

TURİZM EĞİTİMİ

Turizm eğitimi, çok yönlü ve dinamik turizm olgusunun ana sektörlerinden biri olarak ortaya çıkan, doğrudan ya da dolaylı bir biçimde turizmin tamamını etkileyen bir alan (Ayikoru, Tribe, & Airey, 2009), turizm faaliyeti ve ekonomisinin halka öğretilmesi, turistlere yönelik dürüst ve eşit hizmet üretmede etik davranışların geliştirilmesi, turizm kaynaklarına yönelik koruma bilincinin geliştirilmesi, turizmde

bilgili, nitelikli ve kalifiye çalışan ve yöneticilerin yetiştirilmesi amacıyla yürütülen faaliyetler bütünü (Ayaz, Yeşiltaş, & Türkmen, 2012), teorik ve pratik öğrenimden, mesleğin temel prensipleri ve meslek etiğine kadar çeşitli disiplinlerden oluşan, ortaöğretim, önlisans, lisans ve lisansüstü düzeylerde sektör odaklı bir eğitim (Üzümcü, Alyakut, & Günsel, 2015) şeklinde tanımlanabilmektedir (Tuna & Çelen, 2019:530).

Turizm endüstrisi günümüzde turistlere satış öncesi gerçek bir deneyim sunamamaktadır. Üretilen ve sunulan hizmetlerin soyut özelliği, diğer bir ifadeyle somut bir yapıda olmaması turistlerin standart bir ürünle karşılaşmasını güçleştirmektedir (Zeithaml, Parasuraman, & Berry, 1985:39; Özmenekşe, 2021:73). Bununla birlikte turizm, üretimin ve tüketimin aynı zamanda gerçekleşmesinden dolayı ortaya çıkan hataların telafisinin de zor olduğu bir hizmet dalıdır. Ülke ekonomilerinde son derece önemli olan ve hatalara yer olmayan turizmin zorlu rekabet ortamında verimlilik, sürdürülebilirlik, yüksek karlılık ve başarıya ulaşmak için; hata payını en aza indirmeye, ürün/hizmet standartlarını oturtma, müşteri memnuniyeti sağlama, doğru iletişim kurabilme, misafirlerde yeniden ziyaret arzusu geliştirebilme, hedef kitlenin kültürünü tanıma, halkla ilişkiler ve tanıtım stratejileri geliştirebilme, doğru trendleri yakalayabilme, tarihi ve doğal kaynakların korunmasını sağlama, kalifiye turizm çalışanı yetiştirme, bu çalışanları yetiştirenleri eğitebilme gibi çok sayıda alanda bilgi ve deneyime gerek duyulmaktadır. Söz konusu bilgi ve deneyimlerin kazanımı ise turizm eğitimi ile mümkündür (Özmenekşe, 2021:73).

Turizm endüstrisinin dinamik bir yapıda olması, turizm eğitiminin de dinamik olmasını gerekli kılmaktadır. Turizm eğitimindeki her kademedeki teorik eğitim ve uygulama eğitimleri birbirlerini tamamlayacak bir bütünlükte yürütülmelidir. Başka bir ifadeyle turizm eğitiminin sadece teorik bir yapıda olması yetersizdir. Bu noktada turizm eğitiminde başarının önemli bir faktörü uygulamalı eğitimlere yer verilmesindedir (Emir, Pelit, & Arslan, 2010:143). Turizm eğitiminde temel hedeflerin başında, yetişen insan gücünü etkin bir eğitimle turizme kazandırmak ve bunun devamlılığını sağlamak gelmektedir (Altnay, 1996:2).

Dünyada turizm eğitiminde “Mesleki Eğitim”, üzerinde durulan asıl konudur. Mesleki Eğitim, “bir toplumdaki bireylerin meslek sahibi olabilmelerinde mesleğin gerektirdiği bilgi, beceri ve pratik uygulama yetenekleri kazandırarak, kişinin kabiliyetlerinin fiziksel, entelektüel, duygusal, sosyal ve ekonomik yönlerden geliştirilmesi süreci” şeklinde ifade edilmektedir (Aksu & Bucak, 2012:9). Türkiye’de mesleki turizm eğitimi örgün eğitim (ortaöğretim, lise ve yükseköğretim; önlisans, lisans, lisansüstü) ve yaygın eğitim (özel ve resmi kurumların mesleki kursları) olmak üzere iki şekilde uygulanmaktadır (Baltacı, Üngüren, Avsallı, & Demirel, 2012:18; Çakmak, Ulema, & Saruışık, 2021:71). Bunlarla birlikte bu konuda gerçekleştirilen çalışmalar çerçevesinde mesleki turizm eğitiminin amaçlarını; turizmin gelişimine

katkıda bulunmak, toplumda olumlu bir turizm bilinci oluşturmak, turizmin ekonomik kalkınmadaki yerini ve önemini anlatmak, kalifiye personel yetiştirmede bilgi ve yetenekleri arttırmak, turizmde personellere mesleki formasyon kazandırmak, insanları turizme yönlendirmek, teori ve uygulama arasında bağlantı kurmak ve nitelikli turizm eğitmenleri yetiştirmek şeklinde sıralamak mümkündür (Çakmak, Ulema, & Sarıışık, 2021:72).

Çalışma konusu kapsamında bu bölümde Türkiye'deki yükseköğretimde güncel öğrenci ve öğretim elemanı sayıları sunulmaktadır. Türkiye'de yükseköğretimde turizm eğitimleri; turizm, iktisadi ve idari bilimler, işletme, güzel sanatlar fakültelerinde ve yüksekokullarda verilmektedir. Genel olarak turizm işletmeciliği, turizm rehberliği, gastronomi ve mutfak sanatları, rekreasyon yönetimi, yiyecek ve içecek işletmeciliği, seyahat-turizm ve eğlence hizmetleri, otel-lokanta ve ikram hizmetleri şeklindeki bölümlerden oluşmaktadır. Bu bölümler aktif olarak toplam 50 fakülte ve 27 yüksekokulda bulunmaktadır. (Yükseköğretim Bilgi Yönetim Sistemi, 2022). Yükseköğretim Bilgi Yönetim Sistemi veri tabanına göre Türkiye'de turizm alanında 2021-2022 eğitim-öğretim yılına ilişkin öğrenci sayıları Tablo 2'de ve öğretim elemanı sayıları Tablo 3'de sunulmaktadır.

Önlisans					
Bölüm	Kız	Erkek	Önlisans Toplam	Önlisans Genel Öğrenci Sayısı	Önlisans Genel Öğrenci Sayısı İçindeki Oranı (%)
Otel, Lokanta ve Dışarıya Yemek Sunan İşletmelerin Hizmetleri (Catering) Hizmetleri	48971	47869	96840	3250101	2,9
Seyahat, Turizm ve Boş Zaman Faaliyetleri	15603	17309	32912	3250101	1,1
Toplam	64574	65178	129752	3250101	3,99
Lisans					
Bölüm	Kız	Erkek	Lisans Toplam	Lisans Genel Öğrenci Sayısı	Lisans Genel Öğrenci Sayısı İçindeki Oranı (%)
Otel, Lokanta ve Dışarıya Yemek Sunan İşletmelerin Hizmetleri (Catering) Hizmetleri	22151	40617	62768	4579047	1,37
Seyahat, Turizm ve Boş Zaman Faaliyetleri	9190	14256	23446	4579047	0,51
Toplam	31341	54873	86214	4579047	1,88
Yüksek Lisans					
Bölüm	Kız	Erkek	Yüksek Lisans Toplam	Yüksek Lisans Genel Öğrenci Sayısı	Yüksek Lisans Genel Öğrenci Sayısı İçindeki Oranı (%)
Otel, Lokanta ve Dışarıya Yemek Sunan İşletmelerin Hizmetleri (Catering) Hizmetleri	1699	1573	3272	358271	0,91
Seyahat, Turizm ve Boş Zaman Faaliyetleri	825	1193	2018	358271	0,56
Toplam	2524	2766	5290	358271	1,47
Doktora					
Bölüm	Kız	Erkek	Doktora Toplam	Doktora Genel Öğrenci Sayısı	Doktora Genel Öğrenci Sayısı İçindeki Oranı (%)
Otel, Lokanta ve Dışarıya Yemek Sunan İşletmelerin Hizmetleri (Catering) Hizmetleri	477	466	943	109540	0,86
Seyahat, Turizm ve Boş Zaman Faaliyetleri	55	54	109	109540	0,09
Toplam	532	520	1052	109540	0,96

Tablo 2. Turizm Alanında 2021-2022 Yılı Yükseköğretim Öğrenci Sayıları

Kaynak: Yükseköğretim Bilgi Yönetim Sistemi, 2022

“Yükseköğretim Bilgi Yönetim Sistemi” veri tabanında turizm alanındaki öğrenci ve öğretim elemanı sayıları “Otel, Lokanta ve Dışarıya Yemek Sunan İşletmelerin Hizmetleri (Catering) Hizmetleri” ve “Seyahat, Turizm ve Boş Zaman Faaliyetleri” bölüm adları altında iki bölüm şeklinde kategorize edilerek sunulmaktadır. Bu şekilde sunulmasının nedeni olarak Bologna süreci üyelik kriterleriyle entegre olmasından kaynaklı olduğu düşünülmektedir. Önlisans düzeyinde kız (%49,76) ve erkek (%50,24) öğrencilerin sayısı birbirine yakındır ve genel önlisans öğrencileri

içerisindeki oranı yaklaşık %4'dür. Lisans düzeyinde ise erkek öğrenciler (%63,64) kız öğrencilere (%36,36) göre daha fazladır. Ayrıca lisans öğrencilerinin genel lisans öğrencileri içerisindeki oranı %1,88'dir. Yüksek lisans düzeyinde kız (%47,71) ve erkek (%52,29) öğrencilerin sayısı birbirine yakın ve genel yüksek lisans öğrencileri içerisindeki oranı %1,47'dir. Doktora düzeyinde kız (%50,57) ve erkek (%49,43) öğrencilerin sayısı birbirine çok yakın ve genel doktora öğrencileri içerisindeki oranı %0,96'dır.

Söz konusu bölümlere son dört yılda gerçekleşen yeni kayıt sayıları birlikte incelendiğinde ise, 2018-2019 eğitim-öğretim yılında; önlisans düzeyinde 25.744, lisans düzeyinde 12.593, yüksek lisans düzeyinde 1.446, doktora düzeyinde 199, 2019-2020 eğitim-öğretim yılında; önlisans düzeyinde 27.167, lisans düzeyinde 14.140, yüksek lisans düzeyinde 1.871, doktora düzeyinde 220, 2020-2021 eğitim-öğretim yılında; önlisans düzeyinde 36.591, lisans düzeyinde 16.590, yüksek lisans düzeyinde 2.243, doktora düzeyinde 244, 2021-2022 eğitim-öğretim yılında; önlisans düzeyinde 33.854, lisans düzeyinde 15.744, yüksek lisans düzeyinde 2.335, doktora düzeyinde 223 şeklinde öğrenci sayılarına ulaşılmaktadır (Yükseköğretim Bilgi Yönetim Sistemi, 2022). Bu noktada sadece 2021-2022 eğitim-öğretim yılında bir önceki yıla göre doktora düzeyindeki öğrenci sayısında %8,6'lık bir gerileme olduğu diğer programlarda ve devam eden yıllarda öğrenci sayılarının artarak devam ettiği görülmektedir.

Önlisans								
Bölüm	Profesör	Doçent	Doktor Öğretim Üyesi	Öğretim Görevlisi	Araştırma Görevlisi	Toplam Öğretim Elemanı Sayısı	Genel Öğretim Elemanı Sayısı	Genel Öğretim Elemanı Sayısı İçindeki Oranı (%)
Otel, Lokanta ve Dışarıya Yemek Sunan İşletmelerin Hizmetleri (Catering) Hizmetleri	6 (Kadın:3, Erkek:3)	17 (Kadın:9, Erkek:8)	120 (Kadın:49, Erkek:71)	691 (Kadın:290, Erkek:401)	3 (Kadın:1, Erkek:2)	837 (Kadın:352, Erkek:485)	23757	3,52
Seyahat, Turizm ve Boş Zaman Faaliyetleri	2 (Erkek:2)	8 (Kadın:3, Erkek:5)	48 (Kadın:23, Erkek:25)	239 (Kadın:107, Erkek:132)	1 (Kadın:1)	298 (Kadın:134, Erkek:164)	23757	1,25
Toplam	8	25	168	930	4	1135	23757	4,77

Lisans								
Bölüm	Profesör	Doçent	Doktor Öğretim Üyesi	Öğretim Görevlisi	Araştırma Görevlisi	Toplam Öğretim Elemanı Sayısı	Genel Öğretim Elemanı Sayısı	Genel Öğretim Elemanı Sayısı İçindeki Oranı (%)
Otel, Lokanta ve Dışarıya Yemek Sunan İşletmelerin Hizmetleri (Catering) Hizmetleri	141 (Kadın:41, Erkek:100)	176 (Kadın:72, Erkek:104)	398 (Kadın:222, Erkek:176)	146 (Kadın:71, Erkek:75)	282 (Kadın:146, Erkek:136)	1143 (Kadın:552, Erkek:591)	156666	0,73
Seyahat, Turizm ve Boş Zaman Faaliyetleri	65 (Kadın:14, Erkek:51)	129 (Kadın:47, Erkek:82)	218 (Kadın:84, Erkek:134)	52 (Kadın:18, Erkek:34)	130 (Kadın:65, Erkek:65)	594 (Kadın:228, Erkek:366)	156666	0,38
Toplam	206	305	616	198	412	1737	156666	1,11

Tablo 3. Turizm Alanında 2021-2022 Yılı Yükseköğretim Öğretim Elemanı Sayıları

Kaynak: Yükseköğretim Bilgi Yönetim Sistemi, 2022

Turizm alanına ilişkin “Yükseköğretim Bilgi Yönetim Sistemi” veri tabanında alan bazlı olarak önlisans ve lisans programlarında görev yapmakta olan öğretim elemanlarının sayılarına ulaşılmıştır. Buna göre, önlisans programlarındaki öğretim elemanı sayısı 1135’dir ve genel öğretim elemanı sayısı içerisindeki oranı % 4,77’dir. Ayrıca önlisans programlarındaki en fazla unvana sahip öğretim elemanını öğretim görevlisi (%81,93) akademisyenler oluşturmaktadır. Lisans programlarındaki öğretim elemanı sayısı 1737’dir ve genel öğretim elemanı sayısı içerisindeki oranı % 1,11’dir. Ayrıca lisans programlarındaki en fazla unvana sahip öğretim elemanını doktor öğretim üyesi (%35,46) akademisyenler oluşturmaktadır ve bu unvanı araştırma görevlisi (%23,71) akademisyenler takip etmektedir. Öğrenci sayıları ve öğretim elemanı sayıları birlikte incelendiğinde, öğretim elemanı başına düşen öğrenci sayısı önlisans programında 114,32 ve lisans programında 49,63 şeklindedir.

Türkiye’de turizm eğitimi veren kurumların ve mezunların her geçen yıl sayısındaki artışa rağmen mezunların zaman içerisinde bölüm veya meslek değiştirmeye yöneldiği görülmektedir. Turizm eğitimi almış mezunların bölüm veya sektör değiştirmesinde etkili olan sebepler arasında; turizm bölümlerini bilinçsiz biçimde tercih etmeleri, eğitim sürecinde daha üst sınıflardaki öğrencilerin gelecek kaygılarının artış göstermesi, eğitimden alınan memnuniyetin azalışı (Baltacı, Üngüren, Avsallı, & Demirel, 2012:17), genel yapısı gereği sektörde uygulanan düşük iş garantisi, düşük ücret ve maaşlar, uzun mesai saatleri, mevsimlik oluşu, kişisel gelişimi engelleyici özelliği (Avcı, 2011:7), hafta sonları ve bayram dönemleri gibi resmi tatil zamanlarında çalışılması (Şengel, Zengin, & Işkın, 2019:79), öngörülemeyen problemlerle karşılaşılması (Nachmias, Walmsley, & Orphanidou, 2017) gibi çeşitli nedenler bulunmaktadır (İnan & Ayazlar, 2021:2685). Mezunların çalışma hayatına dair beklentileri ile karşılaştıkları durumların farklılık göstermesi nedeniyle yoğun bir hayal kırıklığı ve şaşkınlık içerisine girmesi başka bir ifadeyle gerçeklik şoku yaşadıkları varsayılmaktadır. Buna ilave olarak bu durumun kariyer planlamalarında olumlu ve olumsuz etkisi olduğu düşünülmektedir (İnan & Ayazlar, 2021).

Üniversitelerin, endüstrinin ihtiyacı olan becerileri öğrencilere kazandırabilmesi için konuların ve müfredatın bir parçası olarak farklı becerilere yönelik doğru dengeyi kurması gerekmektedir (Vodenska & Mileva-Bozhanova, 2017:72). Turizm eğitimi konusunda gerçekleştirilen çeşitli çalışmalarda araştırmacılar, öğrencilerin sektörde istihdamına yönelik turizm eğitiminin yeterli olmadığı sonucuna ulaşmışlardır (Airey, 1998; Okumuş & Yagci, 2005; Fournier & Ineson, 2012; Karamullaoglu & Gürel, 2020). Bu noktada eğitim kalitesini geliştirmeye yönelik yapılan toplantılarda ders içeriklerinin, eğitimcilerin ve öğretim süreçlerinin

nitelikleri, güncel koşullar ve eğitimin desteği (maddi ve manevi) gibi konular ele alınmaktadır (Aleksandrova & Aigana, 2016:85).

Türkiye’de turizmin gelişimine katkıda bulunmak gayesiyle “Turizm Eğitimi, İstihdamı ve Turist Rehberliği Komisyonu”, turizm piyasasında istihdama yönelik olumlu gelişmeleri sağlamak ve turizm eğitiminde belirlenen sorunlara ilişkin yapıcı çözümler oluşturmak amacıyla üniversiteler düzeyinde kararlar almıştır. Bu kararlardan bazıları aşağıda sunulmaktadır (Üçüncü Turizm Şurası, 2017):

- Turizm eğitim kurumlarının tümünde eğitimcilerin eğitimi programlarının zorunlu hale getirilmesi,
- Hem turizm eğitimi almış hem de sektör deneyimine hakim bireylerin, turizm eğitim kurumlarında eğitmen olarak görev alabilmelerinin teşvikinin sağlanması,
- Sektörde verilmesi planlanan eğitimlere yönelik yeterliliklerin ve ulusal meslek standartlarının dikkate alınarak güncellenmesi,
- Yabancı dil derslerinin yoğunlaştırılmış ve dengeli bir biçimde program süresince dağıtılarak her düzeydeki eğitim kurumlarında uygulanması,
- Eğitim kurumları ve sektör arasında protokoller yapılarak öğrencilere yönelik uygulamalı eğitimlerin gerçek iş ortamlarında gerçekleştirilmesi,
- Bölüm ve program akredistasyonlarının teşvik edilmesi,
- Alanında uzman akademisyenlerin turizm bölüm ve programlarında görev alabilmesinin sağlanması,
- Sektörün ihtiyaçları ve uluslararası eğilimler gözetilerek üniversitelerdeki tüm turizm eğitim programlarına yönelik standart müfredatların oluşturulması amacıyla “Çekirdek Eğitim Programları”nın hazırlanması,
- Turizm müfredatında sosyal medya ve turizm bağıntısına yönelik derslere yer verilmesi,
- Turizm işletmeciliği bölümlerinde konaklama, seyahat, yiyecek-içecek gibi alanlar için uzmanlaşmaya üçüncü sınıftan itibaren geçilmesi,
- Turizmde çevrimiçi eğitim-öğretim platformlarına yönelik altyapının hazırlanması ve güçlendirilmesi, bu sayede uluslararası düzeyde turizm eğitimini uzaktan almak gayesinde olan öğrencilere eğitimin eriştirilmesi, bu noktada özellikle Ortadoğu ve Orta Asya ülkelerinin taşıdığı potansiyelin değerlendirilmesi,
- İş dünyasını ve eğitim kurumlarını aynı ortamda buluşturarak istihdamı arttırmak için gerçekleştirilen kariyer günleri etkinliklerinde YÖK, MEB ve söz konusu sektör STK’ları ile işbirliklerinin artırılması.

Diğer taraftan 2009 yılından itibaren düzenlenmekte olan “Akademik Turizm Eğitimi Arama Konferansları”nın 15’incisi, 26-29 Aralık 2019 tarihleri arasında Antalya’da, Anatolia Turizm Akademisi, Akdeniz Üniversitesi ve Antalya Bilim Üniversitesi işbirliğinde düzenlenmiştir.

Konferansta turizm eğitim-öğretiminin niteliğini geliştirebilmek amacıyla belirlenen sorunlar ve çözüm yolları aşağıda yer alan Tablo 4’de sunulmaktadır.

Sorunlar	Çözümler
Müfredat ile ilgili sorunlar	Müfredat programlarının hazırlanmasında derslerin farklılık ve benzerlikleri yönüyle ele alınması, müfredat programının yeni kuşağın öğrenme biçimlerine uygun olarak geliştirilmesi
Yabancı dil ile ilgili sorunlar	Yabancı dil sorunlarının çözümünde yabancı dile yönelik hazırlık sınıflarının yaygınlaştırılması, bunun yanında Rusça, Japonca, Arapça ve Çince gibi diller ile çeşitlendirilmesi
Öğrenci kontenjan sayılarının yüksek olması	Üniversite bölümlerine daha az sayıda öğrenci kontenjanı sağlanması
Turizm akademik alanının işletme alanı ile sınırlı olması	Araştırma ve projelerde pazarlama ve işletme alanlarındaki yoğunluğun azaltılması
Mezunların sektörde çalışmamayı tercih etmesi	Sektör ve yeni kuşağın beklentilerinin dikkate alınması, sektörde mezunların istihdamının yükseltilmesi amacıyla dil eğitiminin güçlendirilmesi
Öğrenme çıktılarının bilinmemesi	Mevcut öğrenme çıktılarına verilen önemin artırılması
Fazla öğrenci odaklı olunması	Yüksek düzeyde öğrenci odaklı yaklaşımdan vazgeçilmesi
Eğitimin ve eğitim araçlarının güncel olmaması	Güncel teknolojilerin eğitim ve öğretim süreçlerine entegrasyonun sağlanması, özellikle dijital uygulamaların yeni kuşağın beklentileri çerçevesinde geliştirilmesi
Staj ve uygulama sorunları	Üniversitelerin staj ve uygulamalarında 7+1 veya 6+2 öğretime geçilmesi
Öğrencilerin ve öğretim elemanlarının dünya ile entegre olamamaları	Öğrencilerin ve öğretim elemanlarının uluslararası gelişmelere etkin adaptasyonu amacıyla Farabi, Mevlana ve Erasmus gibi değişim programlarına yönelik katılımlarının artırılması

Tablo 4. Turizm Eğitim-Öğretiminin Niteliğini Arttırmada Sorunlar ve Çözümler

Kaynak: Anatolia Journal, 2019

Bunun yanında konferansta turizm alanına özgü araştırmalar ve yayınlar konusunda önerilerde bulunulmuştur. Buna göre, turizmin Türkiye’nin de içinde yer aldığı sadece birkaç ülkede fakülte düzeyinde temsil edilmesine rağmen bilgi üretimi konusunda söz konusu fakülteler misyonlarını tam olarak gerçekleştirememektedir. Bu noktada turizm araştırmalarının olgunlaşabilmesinde turizme özgü alanların yanında ders ve referans kitaplarının üretilmesi için ihtiyaç duyulan bilgi birikiminin ortaya çıkması gerekmektedir. Mevcut araştırma konularının devamlı tekrarlanması sebebiyle kısır bir döngüye giren turizm araştırmalarının bu noktada bir çıkış yolu bulması gerekmektedir. Bu sebeple, sektörün taleplerine önem veren ve beklentilerin üzerinde nitelikli araştırmaların

gerçekleştirilebileceği geniş kapsamlı ve derinlikli bir araştırma vizyonu ile hareket edilmelidir. Bunlara ilave olarak, diğer alanlardan elde ettiği bilgilerden faydalanarak şu an ki konumuna erişen turizm araştırmaları, üretmiş olduğu bilgileri diğer alanlara transfer edebilmelidir. Böylelikle turizm, sadece kendi alanına değil, içerisinde yer aldığı toplum bilimlerine doğrudan veya dolaylı katkılar sağlayarak bilim dalı olarak kendisine yer edinebilecektir. Bu kapsamda, özelde turizm akademisyenlerinin istihdamında nesnel ve daha hassas davranılması, uluslararası ve disiplinlerarası işbirliğine daha fazla önem verilmesi gerekmektedir. Genelde ise, söz konusu kurum ve kuruluşların bu doğrultuda davranması neticesinde turizmin araştırma ve yayın açısından uluslararası düzeyde hak ettiği değere ve özgünlüğe erişeceği öngörülmektedir (Anatolia Journal, 2019).

Turizmin farklı disiplinlerden bir araya gelerek bütünlük bir yapıda olması, teorilerinin gelişim sürecinde oluşu, özellikle akademik turizm eğitiminde eğitimlerin farklı isimler ve bölümler altında verilmesi, akademik turizm eğitiminde kalite ve standardizasyon uygulamalarının güçleşmesine neden olmaktadır. Bu bağlamda akademik turizm eğitiminde akreditasyon faaliyetlerinin sektörün beklentilerine ve meslek yüksekokulu, yüksekokul ve fakülte yapılarına uygun biçimde hazırlanması yüksek düzeyde önem arz etmektedir. Bu doğrultuda akademik turizm eğitiminin yapısı güçlendirilerek bilgi ve beceri odaklı turizm eğitimi belirli standartlara bağlı oluşturularak, sürekliliği ve denetimi sağlanabilecektir (Tuna & Çelen, 2019:530).

Yükseköğretim Kurulu (YÖK) tarafından 2017 yılında Turizm Akademisyenleri Derneği (TUADER) turizm eğitime yönelik değerlendirme ve akreditasyon konusunda yetkilendirilmiştir. Bu sayede, TUADER bünyesinde Turizm Eğitimi Değerlendirme ve Akreditasyon Kurulu (TURAK) kurulmuş ve faaliyetlerine başlamıştır. TURAK, faaliyet gösterdiği günden itibaren akademik turizm eğitimi veren programların başvurularını değerlendirmeye alarak etkin bir biçimde faaliyetlerini sürdürmektedir. Misyonu; turizm alanında eğitim kalitesinin artırılması amacıyla nitelikli turizm eğitim programlarının oluşturulmasını sağlayan kanıta dayalı akreditasyon ile katkı sağlamak olan TURAK'ın vizyonu; Türk turizm eğitimini uluslararası ölçekte örnek alınan bir yapıya kavuşturmak ve uluslararası düzeyde yükseköğretim kurumlarınca tercih edilen bir kuruluş olmaktır. 2022 yılı Temmuz ayı itibarıyla akredite edilen 25 kurum ve başvuru aşamasında 13 kurum bulunmaktadır (TURAK, 2022).

TURİZM 4.0 ile BİRLİKTE TURİZM EĞİTİMİ

Gelişen teknolojik yeniliklerle birlikte turizm endüstrisi büyük ölçüde internet ekonomisine ve dijital teknolojilere bağımlıdır (Tavakoli &

Wijesinghe, 2019). Turizm, bilgi işleme ve toplamanın günlük faaliyetler için hayati bir öneme sahip olduğu bilgi yoğun bir alan olarak karakterize edilmektedir. Ayrıca, dijitalleşen dünyadaki son gelişmeler, turizm endüstrisini önemli ölçüde değiştirerek daha önce de ifade edildiği gibi hem potansiyel turistlerin onlarla iletişim kurma biçimlerini hem de turizm ürünlerini satın alma biçimlerini geliştirmiştir (Çınar, 2020).

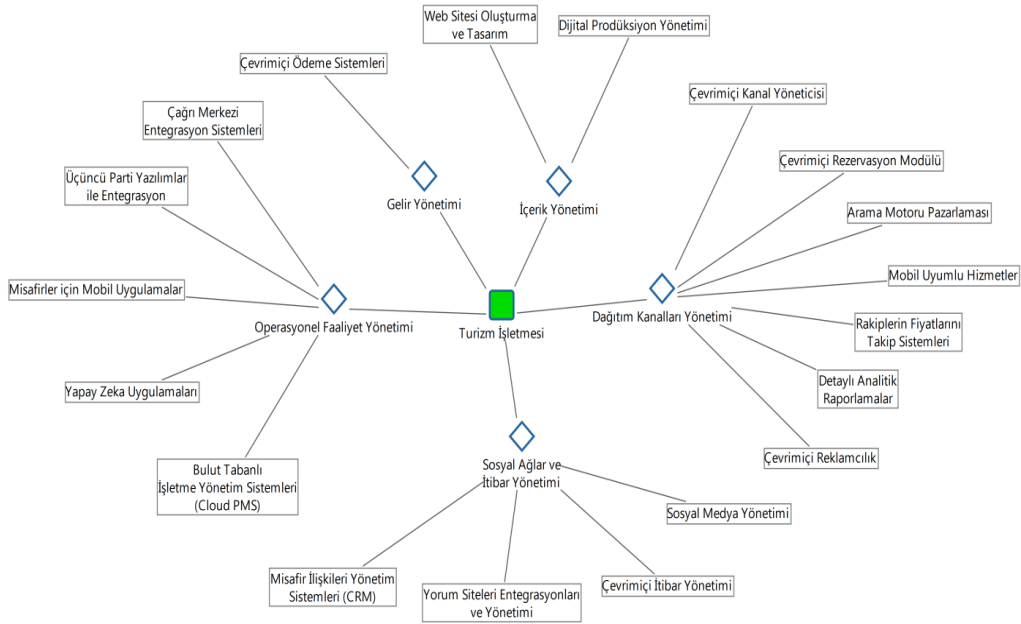
Turizm Eğitimi, güçlü bir mesleki kökenden gelmektedir ve bu nedenle yüksek oranda endüstri odaklıdır. Turizm eğitimleri, bu özel, ancak karmaşık ve son derece dinamik yapıya sahip sektördeki pratik zorluklara cevap vermeye odaklanmaktadır. Bu tür deneyimsel öğrenmenin önde gelen örnekleri arasında işe yerleştirme, restoran/ mutfak öğretimi ve saha gezileri gelmektedir. Benzer şekilde, vaka çalışması ve probleme dayalı öğrenme yaklaşımları, öğrencilerin gerçek yaşam durumlarını ve zorluklarını daha iyi anlamalarına yardımcı olmaktadır (Balula, Moreira, Moreira, Kastenholz, Eusébio, & Breda, 2019).

Günümüzde talep edilen ve piyasada mevcut olan teknolojik hizmetlere ayak uydurabilmede, çalışanların nihai becerilerinin giderek daha fazla hesaba katılması gerektiği sonucu ortaya çıkmaktadır. Turizm alanındaki zorlukların başında "Büyük Veri"nin yararlı bilgilere fiilen işlenmesi, Endüstri 4.0 içinde sürdürülebilir inovasyonun anahtarı konumundadır. Bu konudaki çeşitli araştırmalar Endüstri 4.0'ın teknik yönlerini tartışmaktadır. Ancak iş deneyiminin birçok yönünü önemli ölçüde etkileyebilecek yönetsel yaklaşımlara ve organizasyon kültürüne ağırlık verilmemektedir. Bu nedenle söz konusu modelin endüstriyel ortamlarda başarılı bir şekilde uygulanması güçleşmektedir. Günümüzün rekabetçi iş ortamında, işletmeler üretkenliklerini artırmak için büyük veri sorunlarıyla uğraşırken akıllı analitik araçların eksikliği nedeniyle zorluklarla karşı karşıyadır. Bu yetersizlik ve beceri eksikliği, yatırımların olumsuz bir şekilde geri dönmesine neden olabilmektedir. Ancak asıl sorun, insan kaynaklarının bu senaryoya nasıl entegre edileceğindedir. Bu nedenle yöneticiler teknoloji sağlayıcıları ve turistler için yeni fırsatlar yaratmada yararlı araçlar olarak kullanabilecekleri turizm pazarını daha iyi anlamaları gerekmektedir. Bu doğrultuda turizm işletmeleri turistleri memnun etmek ve tanıtımlarını yapmak için iletişim ve işbirliği becerilerini geliştirerek proaktif bir yaklaşım benimsemelidir. Bu bilgiler ışığında akademiler ve işletmeler arasında ortaklıkların yaratılmasının, turizm endüstrisindeki çalışanların metodolojik ve teknik becerilerinin geliştirilmesini teşvik etmek ve ayrıca teknolojik ve yenilikçi bilgi sağlamak için temel olabileceği sonucuna varılmaktadır (Bilotta, Bertacchini, Gabriele, Giglio, Pantano, & Romita, 2021).

Turizmin bilgi alanı, turizm endüstrisinin turistleri, acenteleri ve profesyonellerinin yanı sıra dünyanın her yerinden gelen öğrenciler ve araştırmacıların kapsamındadır ve gittikçe daha karmaşık ve zorlayıcı bir

hale gelmektedir. Bu bağlamda, hedef ağlar ve pazarlardaki farklı paydaşlar arasında önemli bağlantı ve etkileşimleri destekleyen dijital teknolojiler, kurumsal başarı için son derece önemlidir. Bu nedenle üniversiteler, bağlamsal öğrenmeyi ve gerçek koşullar, aktörler ve koşullarla etkileşimi teşvik etmeye yardımcı olduklarından, dijital araçları müfredata başarılı bir şekilde uyarlamalıdır. Öğrencilerin yalnızca dijital teknolojilerin yönleri ve potansiyeli hakkında değil, aynı zamanda mevcut beceri boşluklarına ve günümüz öğrencilerinin yeni bilgi arzusuna göre belirli ve yenilikçi kavramsal derslerin geliştirilmesi gerekmektedir (Çınar, 2020).

Örneğin, Yurtlu'nun 2021 yılında bu konudaki araştırmasında Turizm 4.0 ile birlikte konaklama sektöründe kabul gören ve sektör temsilcileri tarafından uygulamaya alınan bulut tabanlı güncel teknolojiler belirlenmiştir. Bu doğrultuda 5 tema altında 19 kategoride yer alan teknoloji uygulamalarının fakültelerin turizm işletmeciliği müfredatlarına alınarak eğitimlerinin üniversitelerde gerçekleştirilmesinin gerekliliği vurgulanmıştır. Söz konusu tema ve kategoriler Şekil 1'de sunulmaktadır.



Şekil 1. Turizm İşletmeciliği Eğitiminde Turizm 4.0 Konu Başlıkları

Kaynak: Yurtlu, 2021

Buna ilave olarak Göral ve Yurtlu (2022) yukarıda yer alan dijital pazarlama teknolojilerini Türkiye'de üreten ve turizm işletmelerine sunan 57 bilişim firması üzerinde incelemeler yaparak ilgili teknolojilerin birbirleriyle dinamik ve etkileşimli bir yapıda olduğu sonucuna ulaşmışlardır. Söz konusu teknolojilerin işleyişi ve etkileşiminin nasıl gerçekleştiğine dair bulgular sunulan çalışmada bu konu başlıklarının

turizm ve otel işletmeciliği müfredatları için literatüre katkı sağlayabileceği vurgulanmıştır (Göral & Yurtlu, 2022).

Diğer taraftan Covid-19 salgını eğitim ve öğretimde dünya çapında bir krize sebebiyet vermiştir. Bu sağlık krizi, yükseköğretimde gelenekselden dijital ve hibrit formlara, yöntemlere ve araçlara geçiş için bir dizi sorun ve zorluğu beraberinde getirmiştir (Shen, Xu, Sotiriadis, & Wang, 2022). Ancak Türkiye’de salgın öncesi dönemde Üçüncü Turizm Şurası gibi gerçekleştirilen konferanslarda, çevrimiçi eğitim platformlarına yönelik atılan adımlar neticesinde üniversiteler salgın şartlarına ilişkin uzaktan eğitime hızlı ve etkin bir biçimde reaksiyon gösterebilmişlerdir. Turizm yönetiminin mesleki doğası gereği, sınıf etkinliklerini işyerine aktarmada işle bütünleştirilmiş öğrenimin kullanımı idealdir. Bu bağlamda yükseköğretim kurumları, öğrencilerin işyerinde ihtiyaç duyacakları karşılama yeterliliği, müşteri hizmetleri ve mutfak uygulamaları gibi teknik becerileri geliştiren fiziksel olanaklara sahip olmalıdır. Akademik turizm eğitiminin temel amacının sektöre yönelik yönetim yetkinlikleri ile donatılmış mezunlar sağlamak olması dikkate alındığında geleneksel sınıf öğrenimine ilave olarak mezunların gelecekteki başarısı için pratik iş deneyimi son derece önemlidir. Sınıf düzeninde canlı dersler, işyeri uygulamaları ve stajlar öğrencilerin pratik becerilerini ve yönetim yetkinliklerini geliştirmektedir. Bununla birlikte, son yıllarda turizm eğitimcileri gelişen teknolojiyi öğretim ortamlarına ve sınıflarına entegre etmeye çalışmaktadır.

Öğrencilerin uygulamalı dersleri, etkinlikleri ve anında canlı eğitmen geri bildirimleri gibi pratik bileşenlere verdikleri önemden dolayı çevrimiçi eğitimin memnuniyetlerini sağlayamadığı ortaya çıkmaktadır. Çoğu turizm programı eğitmenlerle yüz yüze etkileşime sahip olacak şekilde tasarlanmıştır ve öğrenmenin ana bileşenleri öğrencilerin birbirleriyle olan etkileşimini gerektirmektedir. Örneğin; mutfak pratikliği, öğrenmenin bir parçası olarak fiziksel varlığı yani dokunma, koku, tat ve çekicilik duyularını gerektirir. Sanal veya çevrimiçi öğretim, geleneksel sınıf öğretimini tamamlayabilir ancak tam olarak yerini alamaz. Kurumlar, teorik bilgiler için çevrimiçi platformları, pratik öğrenme için fiziksel ortamları kullanmaya odaklanmalıdırlar. Bu noktada çevrimiçi derslerin nasıl daha etkileşimli hale getirilebileceğinin araştırılmasına ihtiyaç vardır. Bu nedenle müfredatı alıp tamamen çevrimiçi olarak oluşturmak bir hata olacaktır (Shen, Xu, Sotiriadis, & Wang, 2022). Bu bağlamda eğitmenlere mevcut çevrimiçi teorik derslerdeki etkileşimi arttırabilmelerine ilişkin Kahoot vb. yazılım teknolojilerini kullanmaları önerilir.

TARİŞMA, SONUÇ ve ÖNERİLER

Turizm endüstrisinin dinamik ve emek-yoğun yapısı, akademik turizm eğitiminin güncel ve çok yönlü bir biçimde insan ve sektör yapısına uygun şekilde tasarlanmasını gerektirmektedir. Buna karşın turizm alanındaki diplomalı bireylerin önemli bir kısmının kısa zamanda sektörü terk ettiği ya da sektöre hiç girmediği gerçekleştirilen akademik araştırmalarda ortaya çıkmaktadır (Kılıç, 2021). Turizmde çalışma saatlerinin uzun olması, tatil dönemlerinde çalışma zorunluluğu ve işletmelerin uyguladığı düşük ücret politikaları gibi sebepler turizmin çalışanlar tarafından daha az tercih edilmesine neden olmaktadır ve nitelikli iş gücünün turizm endüstrisine yönelik negatif bir tutum geliştirebilmesini sağlamaktadır. Turizm endüstrisinde çalışanların özlük haklarıyla ilgili bu durum Türkiye’de daha belirgin olduğundan daha sık karşılaşılmaktadır (Arslan, Zengin, & Tuna Arslan, 2021).

Turizm endüstrisinde çalışma koşulları iyileştirilmedikçe, ucuz ve diplomasız iş gücünde istihdam önlenmedikçe ve unvan kullanımı güvence altına alınmadıkça turizm hizmet kalitesinin istenen düzeye ulaşması oldukça güçleşmektedir. Bu bağlamda turizm faaliyetlerinin tümünde yasal düzeyde bir meslek karakterine kavuşturulmasına yönelik planlamaların yapılması gerekmektedir. Turizm endüstrisinde nitelikli iş gücünün sektör dışına geçişinin engellenmesi için mesleki unvanların mesleki yeterlilik ile verilmesi sağlanmalıdır. Böylelikle turizmin sürdürülebilir bir şekilde gelişmesine katkı oluşturulabilecektir (Kılıç, 2021).

Yenilik birçok kişi için endişe verici olsa da turizm eğitiminin sürdürülebilirliği için gerekli olan köklü değişiklikler ve iyileştirmeler esastır. Genişleyen ve çeşitlenen uluslararası turizm endüstrisinin ihtiyaçlarını karşılayan turizm eğitimi geliştirmek için, mezunların turizm endüstrisinde faaliyet gösteren kuruluşlara katma değer olarak mükemmel yönetim becerileri sergilemelerini sağlayan bir eğitim programına sahip olunması gerekmektedir. Teknolojik gelişmeler, kişiselleştirilmiş hizmetler ve müşteri ilişkileri yönetimi, hizmet inovasyonunda ana trendler olarak yerini korumaya devam edeceği düşünülmektedir. Dijital programların ve yazılımların turizm ve diğer sektörlerde kullanımı ile ilgili dersler öğrencilere sektördeki pratik ve gerçek çalışma koşulları hakkında gerekli bilgileri sağlamaktadır. Böylelikle öğrenciler, bu dijital araçların temellerini öğrenerek, çeşitli günlük operasyonel görevleri nasıl çözeceklerini öğrenebilmektedir (Çınar, 2020).

21. yüzyıl eğitimi, iş gücünde rekabetçi olabilme amacıyla eğitim politikası için uygulanmalıdır. Eğitimcilerin rekabet gücü yüksek mezunlar yetiştirebilmelerinde teknolojinin gelişimini takip etmeleri gerekmektedir. Bu nedenle, eğitimin niteliği artırılarak eğitimcilerin eğitimdeki değişim

konusunda duyarlı olmaları gerekmektedir. 4.0 Eğitim çağında mesleki eğitimde eğitimcilerin rolü önemli ve stratejiktir. Bu çağda bir eğitimci, öğrencilerin ihtiyaçlarına ve teknolojinin ilerlemesine uyum sağlayan öğrenme yöntemleri geliştirebilmelidir. Rekabet gücü yüksek ve rekabete hazır mezunlar yetiştirmek için temel bilim yetkinliğine ve becerilerine sahip, eleştirel düşünen, yaratıcı, iletişim kurabilen ve öğrencilerle iyi işbirliği yapabilen eğitimcilerle ihtiyaç vardır. Ayrıca eğitimciler tutku yaratıcı, öğrencilere ilham verici bir yaklaşımda olmalı, aynı zamanda öğrenciler için arkadaş olabilmeli ve çağdaş gelişmelere uyum sağlayabilmelidir. (Kanca, Ginaya, & Astuti, 2020).

Turizm endüstrisinin ihtiyaçlarının karşılanabilmesi için müfredat hazırlanırken sektör ve eğitim arasında daha fazla diyalog kurulması gerekmektedir. Geleceğin turizm müfredatının tasarımında paydaşların görüşlerinin alınması kritik bir öneme sahiptir. Tüm paydaşların görüşlerine göre bir endüstri-eğitim işbirliği müfredat çerçevesi oluşturulmalıdır. (Karamullaoglu & Gürel, 2020). Turizm 4.0 ile birlikte yeni iş olanakları ortaya çıkmıştır ve bu gelişmeler turizm istihdamı için önemli fırsatlar barındırmaktadır. Öyle ki, Turizm 4.0 teknoloji şirketleri, personellerine sundukları özlük hakları, sosyal olanaklar, yüksek maaş gibi politikalarıyla geleneksel turizm işletmelerinde yaşanan sorunların çözümünde örnek bir rol model özelliği taşımaktadır (Yurtlu, 2020). Bu durum aynı zamanda akademik turizm eğitiminde fakülte ve yükseköğretim kurumlarının rekabetçi gücünü ortaya çıkarabilmeleri için de bir fırsattır. Bunun için müfredat oluşturulurken söz konusu turizm teknoloji firmalarının yöneticileriyle istişareler yapılması önerilir.

Uluslararası düzeyde UNWTO (United Nations World Tourism Organization-Dünya Turizm Örgütü) ve TEFI (Tourism Education Futures Initiative-Turizm Eğitim Gelecekleri Girişimi) gibi kuruluşlar Endüstri 4.0 ile birlikte hayata giren Turizm 4.0 konularına yönelik kendi bünyelerinde araştırmalar, eğitim seminerleri ve akademiler oluşturmaktadır. Bu doğrultuda UNWTO'nun akademi web sitesinde kurum ve kuruluşlarca verilen eğitimlerden bazı Turizm 4.0 konu başlıkları; ağırlamada yapay zeka: zorluklar ve iş fırsatları, marka inovasyonu, dijital pazarlama, inovasyon ve dijital dönüşüm, müşteri deneyimi tasarımı: marka konumlandırma farklılaştırma stratejileri, müzelerin pazarlaması, otel gelir yönetimi: otel oda fiyatlandırmasının stratejisi ve taktikleri, otel pazar analizi ve değerlendirilmesi şeklindedir. Karar alıcıların ve otoritelerin Turizm 4.0 olgusuna ilişkin yeni oluşan paradigmaları turizm eğitiminde müfredata taşımada ülkenin kendisine özgü özelliklerinin yanında bu tür uluslararası kuruluşların uygulamalarını da dikkate almaları önerilir.

Turizm 4.0 konu başlıklarına diğer bir örnek olarak dünya çapında en fazla gelire sahip ve aynı zamanda dijital seyahat acentesi olarak

faaliyetlerini sürdüren Booking ve Expedia Holdings şirketlerinin uygulamaları örnek verilebilir (Sezgin & Yurtlu, 2021). Booking Holdings, "Partner Booking" web sitesinde güncel teknoloji uygulamaları ve stratejileri hakkında turizm işletme yönetici ve yetkililerine eğitim materyallerini, araştırmaları ve güncel raporları sunmaktadır (Partner Booking, 2022). Buna karşın Türkiye'de mevcut turizm eğitiminin eksikliğine örnek olarak, Turizm 4.0 teknoloji hizmetleri sağlayan turizm bilişim firmaları yetkilileriyle yapılan araştırma ve görüşmelerde turizm eğitimi alan stajyer veya yeni mezun personelin genelinde Booking ve Expedia gibi şirketleri daha önce hiç duymamış olduklarını belirttikleri görülmektedir (Yurtlu & Saçlı, 2021; ResTalks, 2022).

Öte yandan turizm odaklı hizmet üreten dijital turizm işletmelerinin (HotelRunner, HotelLinkage, AdviceAl gibi) internet sitelerinde kendilerine özgü "akademi" başlıklı sayfalar ve blog siteleri oluşturdukları görülmektedir. Bu sayfalarda işletmelerin sağladıkları yazılımların kullanımına ve yarattıkları faydalara yönelik eğitim materyallerini site ziyaretçilerine sundukları ve kimi işletmelerin eğitimler düzenleyerek başarılı adaylara mesleki yeterlilik sertifikaları verdikleri belirlenmiştir. Bu durum, turizm endüstrisinde işletme yönetimlerinin operasyonel faaliyetleri için geliştirilen yeni teknolojiler konusunda üniversitelerdeki akademik eğitimlerin henüz yetersiz olduğu ile açıklanabilir (Göral & Yurtlu, 2022). Bu bağlamda turizm odaklı geliştirilen Turizm 4.0 yazılım teknolojilerinin turizm eğitiminde üniversitelerin ilgili bölümlerinin müfredatları arasına girmesinin önem taşıdığı düşünülmektedir.

Üçüncü turizm şurasında (2017) ve geçmiş diğer toplantılarda alınan kararlara bağlı olarak turizm yükseköğretiminde bazı lisans bölümlerinin zaman içerisinde değiştirilmesi yoluna gidilmiştir. Bu noktada konaklama işletmeciliği bölümü turizm işletmeciliği bölümüne, seyahat işletmeciliği bölümü ise başta seyahat işletmeciliği ve turizm rehberliğine ve sonrasında turizm rehberliği bölümüne dönüştürülmüştür. Bu bağlamda turizm işletmeciliği bölümlerinde konaklama, seyahat, yiyecek-içecek gibi alanlar için uzmanlaşmaya üçüncü sınıftan itibaren geçilmesi planlanmıştır. Ancak bu geçiş sürecinde müfredatın oluşturulması ve öğretim elemanlarının ilgili bölümlerdeki yetkinliği konularında problemler olduğu görülmektedir (Ceylan & Padır, 2022). Bu noktada ilgili bölümlerdeki müfredatın oluşturulması ve öğretim elemanlarına yönelik eğitimlerin sağlanmasına ilişkin planlamaların yapılması önerilir.

Çalışmada önem taşıdığı düşünülen diğer bir konu güncel öğrenci sayıları ile ilgilidir. Tablo 2'de yer alan akademik turizm eğitimindeki toplam öğrenci sayıları her geçen yıl artış göstermektedir ve bu eğilim her geçen yıl gelişmekte olan Türkiye turizmüne yönelik olağan karşılanabilir. WTTC'22 dünya ve Türkiye turizm ekonomisi istatistiklerine göre,

turizmin toplam istihdam içerisindeki payı yaklaşık %10'dur. Ancak Türkiye'deki üniversitelerde öğrenim gören öğrenci sayılarının, genel öğrenci sayılarına kıyasla bu oranın çok daha altında olduğu (önlisans %3.99, lisans %1.88, yüksek lisans %1,47, doktora %0.96) görülmektedir. Bu durum Tablo 3'de yer alan öğretim elemanları sayısı için de benzer nitelik taşımaktadır. Genel olarak ülke ekonomilerini görünmez ihracat özelliğiyle ortalama %10 oranında destekleme gücüne sahip turizm endüstrisinde Türkiye'de yükseköğretimde öğrenim gören öğrenci sayıları hakkında kabaca bir hesapla bile normalin çok altında olduğu sonucuna varılabilir. Ancak gerçekleştirilen çeşitli araştırmalarda turizm alanındaki öğrenci sayılarına ilişkin kontenjanların yüksek olduğu sonuçlarına ulaşılabilmektedir. Ayrıca bu sayının ihtiyaç fazlası olması ve gelecekte istihdam sorunları oluşturabileceği belirtilmektedir (Arslan, Zengin, & Tuna Arslan, 2021). Bu durum ise turizm eğitimi almayan, diplomasız ve ucuz iş gücünün sektördeki varlığı ile açıklanabilir. Bu nedenle karar alıcıların ve kamu otoritelerinin Endüstri 4.0'ın getirdiği yeniliklerin henüz tam olarak entegre edilemediği turizm endüstrisinde, Endüstri 5.0'a geçiş sürecinin oluşturabileceği sancılı, zahmetli ve yıkıcı etkilerini (Yücebalkan, 2020) en aza indirmeye yönelik doğru politika ve planlamaları ivedilikle hayata geçirmesi gerektiği düşünülmektedir. Buna bağlı olarak araştırmacılara diğer ülkelerdeki turizm öğrenci sayılarının karşılaştırılmasına yönelik araştırmalar yapılması önerilir.

Gelişen teknolojiler, beraberinde getirdiği değişimlere bağlı olarak turizm alanında iş yapma biçimlerini değiştirdiği gibi bazı mesleklerin yerini robotik teknolojilere bırakabileceği yönünde yaklaşımlar mevcuttur (Yücebalkan, 2020; Çetinsöz, Doğan, & Duran, 2022). Bu bağlamda konaklama ve seyahat işletmelerinde, restoranlarda, müzelerde, havalimanlarında ve turizm rehberliği mesleğinde robotlaşmanın daha da artacağı öngörülmektedir (İbiş, 2019). Ancak merkezinde insan odaklı hizmet anlayışı bulunan turizmin doğası gereği, turizm endüstrisindeki robotlaşmanın çalışanların istihdamını tehdit etme noktasında belirli bir seviyeden öteye geçemeyeceği düşünülmektedir. Bunu farklı bir açıdan örneklerle açıklamak gerekirse, turizmde yüksek hizmet kalitesini elde etmede insan faktörünün önemi yapılan araştırmalarda ve gerçekleşen örneklerde ortaya çıkmaktadır. Bu noktada günümüzde turizm hizmet sunumunun sadece robotlar tarafından sağlanmasının işletmeler nezdinde sürdürülebilir olmadığı görülmektedir. 2015 yılında Japonya'da açılan Henn-na otelin, 2019 yılında 243 robot çalışanın yarısını, misafirlerin ihtiyaçlarını tam olarak karşılayamadığı gerekçesiyle işten çıkarması bu duruma örnek gösterilebilir (Turizm Ajansı, 2019).

Robot teknolojilerinin günümüzde ve gelecekte turizm alanında iş yapma biçimlerini etkileyeceği ve hatta Henn-na otel örneğinde olduğu gibi alternatif bir konsept olarak turizmde yer almaya devam edeceği

söylenbilir. Ancak yüksek hizmet kalitesi söz konusu olduğunda insan faktörü ve etkileşiminin olmazsa olmazlar arasında yerini daha da güçlendireceğini belirtmek gerekmektedir. Öyle ki, Washington'daki Eastern State Üniversitesi'nden araştırmacı Bruce Tainio, 1992 yılında yaptığı araştırmasında insan vücudunun yaydığı frekansları ortaya çıkarmıştır. Buna göre, sağlıklı insan vücudunun gündüz ortalama frekans aralığı 62-68 MHz (megahertz) olmak üzere, organların frekans aralıkları; beyin için 72-90 MHz, kalp için 67-70 MHz, akciğer için 58-65 MHz ve karaciğer için 65-68 MHz şeklindedir. Hastalıklı bir insanın vücudunda frekans aralığı soğuk algınlığında 57-60 MHz, kanserde 42 MHz ve ölümden ise 25 MHz olarak ölçülmüştür (Singh & Mohanta, 2019:22). Dolayısıyla bireyler arası etkileşim, gelişen teknolojik yenilikler ve bu çalışma kapsamını da dikkate alarak gelecekteki çalışmalar için “*Bir robot ne kadar etkili ders anlatabilir?*” sorusuna yanıt oluşturabilecek araştırmalar yapılması önerilir.

KAYNAKÇA

- Airey, D. (1998). Academic paper: Education for tourism – East meets West. *International Journal of Tourism and Hospitality Research*, 9, 7-18.
- Aksu, M., & Bucak, T. (2012). Mesleki Turizm Eğitimi. *Aksaray Üniversitesi İİBF Dergisi*, 4(2), 7-18.
- Aleksandrova, A. Y., & Aigana, E. V. (2016). Connections Between Scientific Research and Education in the Field of Tourism and Leisure in Russia. *European Journal of Tourism Research*, 15, 75-91.
- Altınay, M. (1996). *Turizm Öğrencilerinin Stajdan Beklentileri ve Doğu Akdeniz Üniversitesi Örneği* (Cilt 26). İstanbul: İstanbul TUGEV.
- Anatolia Journal. (2019). *Akademik Turizm Eğitimi Arama Konferansı*. 06 09, 2022 tarihinde Anatolia Journal: <https://anatoliajournal.com/aramak/konferans-arsivi/xv-konferans-antalya-26-29-eylul-2019/> adresinden alındı
- Arslan, H., Zengin, B., & Tuna Arslan, P. (2021). Akademisyenlerin Turizm Eğitimi Algısı Üzerine Bir Araştırma. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 9(4), 2798-2812.
- Avcı, N. (2011). Turizm Eğitimi Alan Lisans Öğrencilerinin İş Değerleri: Çeşme Turizm ve Otelcilik Yüksekokulu Örneği. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 22(1), 7-18.
- Ayaz, N., Yeşiltaş, M., & Türkmen, F. (2012). Turizm eğitimi alan öğrencilerin kırsal turizme bakış açıları ve alguları üzerine bir araştırma. *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 14(22), 103-112.
- Ayikoru, M., Tribe, J., & Airey, D. (2009). Reading Tourism Education Neoliberalism Unveiled. *Annals of Tourism Research*, 36(2), 191-201.
- Baltacı, F., Üngüren, E., Avsallı, H., & Demirel, O. N. (2012). Turizm Eğitimi Alan Öğrencilerin Eğitim Memnuniyetlerinin ve Geleceğe Yönelik Bakış Açılarının Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma. *Uluslararası Alanya İşletme Fakültesi Dergisi*, 4(1), 17-25.
- Balula, A., Moreira, G., Moreira, A., Kastenholz, E., Eusébio, C., & Breda, Z. (2019). Digital Transformation In Tourism Education. *Tourism in Southern and Eastern Europe*(5), 61-72.
- BBC. (2022). İngiltere'de bir haftada 400'e yakın uçuş iptal edildi, yolculara 'tek bagaj' tavsiyesi geldi. 06 13, 2022 tarihinde BBC News: <https://www.bbc.com/turkce/haberler-dunya-61672718> adresinden alındı

- Bertacchini, F., Gabriele, L., Pantano, P., Romita, T., & Bilotta, E. (2021). Industry 4.0 Technologies in Tourism Education. *Journal of Tourism & Hospitality*, 10(1), 1-10.
- Bilotta, E., Bertacchini, F., Gabriele, L., Giglio, S., Pantano, P. S., & Romita, T. (2021). Industry 4.0 technologies in tourism education: Nurturing students to think with technology. *Journal of Hospitality, Leisure, Sport & Tourism Education*(29), 100275.
- Ceylan, U., & Padır, H. (2022). Turist Rehberliği Bölümü Akademik Personelinin Eğitim Profili: Devlet Üniversiteleri Üzerine Bir Araştırma. *Sosyal, Beşeri Ve İdari Bilimler Dergisi*, 5(7), 842-857.
- Chandra, S., Ranjan, A., & Chowdhary, N. (2022). Online Hospitality and Tourism Education - Issues and Challenges. *Tourism: An International Interdisciplinary Journal*, 70(2), 298-316.
- Çakmak, M., Ulema, Ş., & Saruşık, M. (2021). Lisans Düzeyinde Turizm Eğitimi Veren Öğretim Elemanlarının Turizm Eğitimine Yönelik Değerlendirmeleri - Türkiye Örneği. *Journal of Travel and Tourism Research* (18), 68-86.
- Çetinsöz, B. C., Doğan, S., & Duran, A. (2021). Perceptions About The Applicability of Robot Technology in the Tourism Industry. *Journal of Multidisciplinary Academic Tourism* 7 (1), 97-108.
- Çınar, K. (2020). The Digital Revolution: Impact on Tourism Education. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 8(4), 2417-2443.
- Dülgeroğlu, O. (2021). Turizmde Dijitalleşme: Akıllı Turizm Uygulamaları, Dijital Turizm ve Turizm 4.0. *Turizm ve İşletmecilik Dergisi*, 2(1), 1-15.
- Emir, O., Pelit, E., & Arslan, S. (2010). Turizm Alanında Önlisans Eğitimi Alan Öğrencilerin Staj Öncesi Ve Sonrası Görüşlerinin Karşılaştırılması (Afyon Kocatepe Üniversitesi Örneği). *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 9(33), 141-165.
- Fournier, H., & Ineson, E. (2012). Closing the gap between education and industry: Skills and competencies' requirements for food service internships in Switzerland. *Journal of Hospitality and Tourism Education*, 22(4), 33-42.
- Göral, R., & Yurtlu, M. (2022). Operation and Interaction of Software Used in Digital Distribution Channels in Direct Marketing of Hotels. *Sustainable Environmental Development Journal*, 19(1), 142-156.
- İbiş, S. (2019). Turizm Endüstrisinde Robotlaşma. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 3(3), 403-420.
- İnan, R., & Ayazlar, G. (2021). Turizm Eğitimi Almış İş Görenlerin Gerçeklik Şoku ile Kariyer Bağlılığı İlişkisinde Çalışma Yaşam

- Kalitesinin Aracılık Rolü. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 5(4), 2683-2702.
- Kanca, I. N., Ginaya, G., & Astuti, N. S. (2020). Designing Problem-Based Learning (PBL) Model for Tourism Vocational Education in 4.O Industry. *International Journal of Linguistics, Literature and Culture*, 6(1), 14-23.
- Karamullaoglu, G., & Gürel, E. (2020). Tourism Higher Education In Turkey: Is It Meeting The Needs Of The Tourism Industry? A Qualitative Research. *Conference on Managing Tourism Across Continents MTCO'N'20, 2-4 Eylül* (s. 308-310). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Kılıç, B. (2021). Türkiye'de Turizm Mesleğine Yönelik Yasal Düzenlemelerin Değerlendirilmesi ve Çözüm Önerileri. *Sosyal, Beşerî ve İdari Bilimler Dergisi*, 4(2), 149-162.
- Kurniawan, A., Komara, B. D., & Setiawan, H. B. (2019). Preparation and Challenges of Industry 5.0 for Small and Medium Enterprises in Indonesia. *Economics and Business*, 2(2), 155-160.
- Nachmias, S., Walmsley, A., & Orphanidou, Y. (2017). Students' Perception Towards Hospitality Education: An Anglo-Cypriot Critical Study. *Journal of Hospitality, Leisure, Sport & Tourism Education*(20), 134-145.
- Okatan, D., & Yıldırım, Y. (2021). Endüstri 4.0 Teknolojilerinin Turizm Sektörüne Yansımaları: Literatür İncelemesi. *Journal of Tourism Intelligence and Smartness*, 4(2), 168-185.
- Okumuş, F., & Yagci, O. (2005). Tourism Higher Education in Turkey. *Journal of Teaching in Travel and Tourism*, 5(1/2), 89-116.
- Özmenekşe, Y. O. (2021). Türkiye' de Turizm Eğitiminin Niteliğine Akademik Bakış. *International Journal on Social Sciences*, 6(2), 72-82.
- Partner Booking. (2022). *Partner Hub*. 07 13, 2022 tarihinde Booking.com: <https://partner.booking.com/tr> adresinden alındı
- ResTalks. (2022). Res Talks'da Turizm Endüstrisine Akademiden Bir Bakış. 07 13, 2022 tarihinde AdviceAI Res Click: <https://www.linkedin.com/video/event/urn:li:ugcPost:6927839300369670144/> adresinden alındı
- Sezgin, M., & Yurtlu, M. (2021). Dijital Pazarlama Yöneticilerinin Bakış Açısıyla En Uygun Otel Seçimi: Analitik Hiyerarşi Prosesi (AHP) ve PROMETHEE Yaklaşımı. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 5(3), 1756-1784.
- Shen, S., Xu, K., Sotiriadis, M., & Wang, Y. (2022). Exploring the factors influencing the adoption and usage of Augmented Reality and

- Virtual Reality applications in tourism. *Journal of Hospitality, Leisure, Sport & Tourism Education*(30), 100373.
- Singh, P. K., & Mohanta, N. (2019). A Review on Brain Waves with a Vedic Glance. *Journal of Biological & Scientific Opinion*, 7(2), 21-25.
- Skobelev, P. O., & Borovik, S. Y. (2017). On the Way from Industry 4.0 to Industry 5.0: From Digital Manufacturing to Digital Society. *International Scientific Journal "Industry 4.0"*, 2(6), 307-311.
- Skobelev, P. O., & Brovik, S. Y. (2017). On the Way from Industry 4.0 to Industry 5.0: From Digital Manufacturing to Digital Society. *International Scientific Journal "Industry 4.0"*, 2(6), 307-311.
- Şengel, Ü., Zengin, B., & Işkın, M. (2019). Turizm Öğrencilerinin Mesleki Beklenti, Mesleki Bağlılık ve Meslek Değişirme Eğilimleri Üzerine Bir Araştırma. *Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 1(39), 79-90.
- Tavakoli, R., & Wijesinghe, S. R. (2019). The evolution of the web and netnography in tourism: A systematic review. *Tourism Management Perspectives*(29), 48-55.
- Topsakal, Y., Yüzbaşıoğlu, N., Çelik, P., & Bahar, M. (2018). Turizm 4.0 - Turist 5.0: İnsan Devriminin Neden Endüstri Devrimlerinden Bir Numara Önde Olduğuna İlişkin Bakış. *JOURNAL OF TOURISM INTELLIGENCE AND SMARTNESS*, 1(2), 1-11.
- Tuna, M., & Çelen, O. (2019). Turizm Eğitiminde Akreditasyon: Turak Örneği. *Gastroia: Journal of Gastronomy and Travel Research*, 3(4 (Özel Sayı)), 526-540.
- TURAK. (2022). *Yönetmelik*. 07 12, 2022 tarihinde TURAK: <https://turak.org/belgeler/> adresinden alındı
- Turizm Ajansı. (2019). *Otel personelinin işinden eden robotlar da işten çıkarıldı!* 07 21, 2022 tarihinde Turizm Ajansı: <https://www.turizmajansi.com/haber/otel-calisani-robotlar-isten-cikarildi-h29012> adresinden alındı
- Üçüncü Turizm Şurası. (2017). *Komisyon Raporları*. 06 09, 2022 tarihinde Üçüncü Turizm Şurası: <https://turizmsurasi.ktb.gov.tr/TR-199709/komisyon-raporlari.html> adresinden alındı
- Üzümçü, T. P., Alyakut, Ö., & Günsel, A. (2015). Turizm eğitimi alan öğrencilerin, mesleğin geleceğine ilişkin bakış açıları. *Balikesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*(18), 179-199.
- Vodenska, M., & Mileva-Bozhanova, S. (2017). Sixty Years of Tourism Higher Education and Research in Bulgaria. *European Journal of Tourism Research*, 15, 64-74.

- WTTC. (2021). *Staff Shortages*. 06 13, 2022 tarihinde The World Travel & Tourism Council: <https://wtcc.org/Portals/0/Documents/Reports/2021/WTTC-Staff-Shortages.pdf> adresinden alındı
- WTTC. (2022). *Economic Impact Reports*. 06 09, 2022 tarihinde WTTC: <https://wtcc.org/Research/Economic-Impact> adresinden alındı
- Yurtlu, M. (2020). Türk Otelcilik Sektörüne Yönelik Online Pazarlama Yazılımlarının Mevcut Durumlarının Belirlenmesi: Yazılım Şirketleri Üzerine Nitel Bir Araştırma. *Yüksek Lisans Tezi*. Hatay: İskenderun Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Yurtlu, M. (2021). Current Cloud-Based Software Services Used in Online Marketing of Hotels in Turkey. *Journal of Yasar University*(16), 51-68.
- Yurtlu, M., & Saçlı, Ç. (2021). Yazılım Bilişim Sistemleri Yetkilileri Perspektifinden Otellerde Dijital Pazarlama. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 9(3), 2010-2036.
- Yücebalkan, B. (2020). Endüstri 4.0'dan Endüstri 5.0'a Geçiş Sürecine Genel Bakış. *Pearson Journal Of Social Sciences & Humanities*, 5(9), 241-250.
- Yükseköğretim Bilgi Yönetim Sistemi. (2022). *2021-2022 Öğretim Yılı Yükseköğretim İstatistikleri*. 07 05, 2022 tarihinde Yükseköğretim Bilgi Yönetim Sistemi: <https://istatistik.yok.gov.tr/> adresinden alındı
- Zeithaml, V. A., Parasuraman, A., & Berry, L. L. (1985). Problems and Strategies In Services Marketing. *Journal Of Marketing*, 49(2), 33-46.