

TURİZM SEKTÖRÜNDE E-TİCARET UYGULAMALARI: NEVŞEHİR ÖRNEĞİ

Filiz TUTAR*

Meral KOCABAY*□

Nurcan KILINÇ*□□

Abstract

Global competition environment we live in forces the firms in the services sector to make intensive use of information technologies. A number of competition tools (quality, speed, cost etc.) are increasing and diversifying. Recent developments in information technologies provide new opportunities and competition advantages for organizations in tourism sector and tourist destinations in marketing, management and advertising. Accommodation organizations, airline firms, tourist destinations, travel agency began to make extensive use of information technologies. And increasing use of internet depending on these developments facilitated the use of e-commerce contributing significantly to the dimensions of tourism.

About the tourism sector which has the labour-intensive structure, we can think of two factors that are continuously changing; people and technology. Tourist behaviour in 50 years ago and tourist behaviour today is not the same. It can be said that the tourism sector is adapted to the changes on tourist behaviour. On the other hand, new opportunities and electronic communication possibilities created by computer based technologies, information systems; databases, communication lines and management software all make operations easier in such a global industry, tourism industry.

In this paper, it is aimed to determine the contribution of utilization of tourism potential in relatively underdeveloped regions to economic growth and development of these regions. To this end, first, contribution of tourism to regional development is evaluated and then economic importance of tourism is emphasized and finally, the data obtained from a survey implemented to 3, 4 and 5 star 17 hotels in Cappadocia is analyzed to determine the impact of information technologies on tourism sector. The findings of the study are discussed and policy recommendations are provided.

Keywords: Regional development, Information Technologies, Tourism, E-tourism

Özet

İçinde bulunduğumuz küresel rekabet ortamı, diğer işletmelerle birlikte hizmet işletmelerini de bilişim teknolojilerini daha yoğun kullanmaya itmektedir. Rekabet araçları (kalite, hız, maliyet vb.) giderek artmakta ve farklılaşmaktadır. Bilgi teknolojilerinde yaşanan son gelişmeler turizm sektöründeki işletmeler ve turistik destinasyonlar için pazarlama, yönetim ve tanıtım alanlarında yeni olanaklar sunmakta ve rekabet avantajı sağlamaktadır. Konaklama işletmeleri, havayolu şirketleri, turistik destinasyonlar, seyahat acenteleri yaygın biçimde bilgi teknolojilerinden yararlanmaya başlamıştır. Buna bağlı olarak internet kullanımının artması da, e-ticaretin turizm sektörüne yeni bir boyut getirmesine yol açmıştır.

Emek yoğun bir yapıya sahip olan turizm sektöründe, sürekli değişen iki unsurdan söz edebiliriz: insan ve teknoloji. Elli yıl önceki turist davranışları ile günümüzdeki turist davranışları aynı değildir. Ancak turizm sektörü, insan davranışları ile ilgili bu değişikliklere adapte olabilmıştır. Öte yandan bilgisayara dayalı teknolojiler, bilgi sistemleri, veri tabanları, iletişim hatları, yönetim ve işletim amaçlı yazılım programlarının yarattığı yeni fırsatlar ve elektronik iletişim olanakları, küresel bir endüstri olan turizm endüstrisinde faaliyetleri kolaylaştırmaktadır.

Bu makalede e-turizmin önemi ve otel işletmelerinde uygulama şekillerini belirleyebilmek amaçlanmıştır. Turizmin ekonomik önemi ve bölgesel gelişmeye etkileri, turizm sektöründe bilgi sistemi ve e-turizm uygulamaları ile e-turizm için SWOT analizi teorik çerçevede açıklanmaktadır. Uygulama bölümünde Nevşehir yöresinde faaliyet gösteren 3, 4 ve 5 yıldızlı toplam 17 otel işletmesinde bilgi teknolojilerinin kullanımı anket yoluyla elde edilen verilerle ortaya konulmaktadır. Bilgisayarlı otomasyon kullanım oranının ön büro departmanında yüksek oranda olmasına karşın diğer departmanlarda örneğin, otel yönetim programı kullanımı, kat hizmetleri otomasyonu ve yiyecek içecek otomasyonu kullanımında yetersiz düzeydedir.

Anahtar Sözcükler: Bölgesel kalkınma, Bilgi teknolojileri, Turizm, E-turizm

□ Yrd. Doç. Dr. Niğde Üniversitesi, İİBF, İktisat Bölümü

□* Öğr. Gör. Niğde Üniversitesi, İİBF, İktisat Bölümü

□□** Tübitak Proje Asistanı, Sakarya Üniversitesi, İİBF, İktisat Bölümü

1. GİRİŞ

Bilişim teknolojilerinde yaşanan hızlı gelişmeler, içinde bulunduğumuz çağın bilgi çağı olarak adlandırılmasına sebep olmuştur. Bilgi teknolojisindeki bu baş döndürücü gelişmeler topluma yeni olanaklar sunduğu gibi, turizm sektörüne de yeni fırsatlar vermektedir. İnternet'in günlük yaşamın içine girmesi, bilgisayarlı rezervasyon sistemleri ve global dağıtım sistemlerinin kullanımının artması, turizm işletmelerinin küresel rekabet ortamı içinde yerini almasına yardımcı olmaktadır.

Bu çalışmada, turizm sektöründe faaliyet gösteren otellerde bilgi teknolojisinin kullanımının hangi seviyede olduğu ve turizm işletme belgeli konaklama tesislerinin otomasyon uygulamalarına geçişte bu günkü durumlarını ortaya koymak amaçlanmıştır. Ayrıca yeni ekonomi (dijital ekonomi) ve beraberinde getirdiği baş döndürücü teknolojik gelişmeler sonucunda yaşanan oluşumların turizm sektörüne etkileri incelenmiştir. Turizmin ekonomik önemine, bilgi teknolojileri uygulamaları ve e-turizme değinildikten sonra Nevşehir ilindeki otellerde bilgi teknolojisi kullanımına ilişkin uygulamalı bir çalışmaya yer verilmektedir. Bu araştırma, Nevşehir'de faaliyet gösteren 3, 4, 5 yıldızlı otellerde yüz yüze görüşme ve anket yolu ile ulaşılan 1 adet 5 yıldızlı otel, 11 adet 4 yıldızlı otel ve 5 adet 3 yıldızlı otel olmak üzere toplam 17 otelde gerçekleştirilmiştir. Amaç kapsamında otel yöneticilerine tesislerinde bilgisayardan yararlanma, ön büro, kat hizmetleri ve yiyecek içecek departmanlarında bilgisayarlı otomasyon uygulamaları konularında yöneltilen sorulara verilen yanıtlar değerlendirilmiştir. Araştırma sonucunda elde edilen bulgular; otellerin bilgisayar kullanım durumu, otel yönetim programı

kullanımı, ön büro otomasyonu kullanımı, İnternet aracılığı ile rezervasyon (e-rezervasyon) alma, kat hizmetlerinde otomasyon kullanımı ve yiyecek içecek otomasyon kullanımı adı altında sınıflandırma yapılarak analiz edilmiştir.

2. TURİZMİN EKONOMİK ÖNEMİ

Turizm, turistik yönden zengin değerlere sahip olan ülkelerin kalkınma çabalarında önemli bir yer tutabilir. Turizm, milli geliri olumlu etkiler, döviz kazancı yaratır, istihdama katkı sağlar, altyapının geliştirilmesine neden olur, kamu gelirlerini arttırabilir ve bölgesel – global- entegrasyon oluşumunu hızlandırabilir (Erdoğan, 1995:8).

Turizm olayı özellikle gelişmekte olan ülkeler açısından, şiddetle ihtiyaç duyulan yabancı döviz kazancını yaratan, istihdam olanaklarını arttıran ve çağdaş bir yaşam tarzını bu ülkelere getiren bir olay olarak kabul edilmektedir. (Schneider, 1976:5).

Turizmin genel ekonomi içindeki olumlu etkilerini şu şekilde özetlemek mümkündür (İçöz ve Kozak, 1998:162):

- Yatırımları uyarıcı etkiler,
- Ülkesel ve bölgesel kalkınma üzerindeki etkiler,
- Turizmin döviz kazandırıcı etkileri,
- Kişisel geliri artırıcı etkiler,
- İstihdam yaratıcı ve arttırıcı etkiler,
- Ekonomik yapının değişmesi ve gelişmesi üzerindeki etkiler,
- Yerel ve merkezi kamu gelirlerini artırıcı etkiler.

Dünya turizmi, 1950'den sonra dünya GSMH' sından daha büyük bir artış göstermiştir. Bugün turizm sektörü, Dünya GSMH' sının %5'lik ve dünya ihracat gelirlerinin %8'lik kısmına eşittir. Turizm gelirleri 1950'de 21 milyar

dolardan, 2003 yılında 523 milyar dolara ulaşmıştır, yani 25 katlık bir artış gerçekleşmiştir. Dünya turist sayısı 1950 yılında 25,3 milyon iken, 2003 yılında 691 milyon kişiye ulaşmış, yani bu dönemde yaklaşık 27 kat artış olmuştur. WTO' ya göre 2020 yılında; turizm hareketlerine katılanların sayısının 1,6 milyar kişiye, turizm gelirlerinin de 2 trilyon dolara ulaşması beklenmektedir (www.wto.org).

Türkiye'de turizmin ekonomik, sosyal ve kültürel etkileri 1940'lardan sonra fark edilmiş, 1963 yılından 1980'li yıllara kadar, zamanla gelişme eğilimi göstermiştir. Türkiye'ye yönelik yabancı turizm talebinin dünya ortalamasının üstünde olduğu 1980 sonrası ise, Türk turizmi için bir dönüm noktası olmuştur. Turizm bu yıllardan sonra ekonomik, sosyal ve çevresel yönleri ile birlikte ele alınmaya başlanmıştır. Çünkü Türkiye'de turizmden elde edilen sayısal büyüklüklerin, sahip olduğumuz doğal ve tarihi zenginliklerin karşılığı olmadığı görülmüştür. Bunun için yasal düzenlemeler yapılarak turizm teşvik kanunları çıkartılmış, vergi ve gümrük muafiyetleri tanınmış, özel döviz tahsisleri verilmiştir. Bu önlemlerle büyük gelişmeler sağlanmış ve 1984-1990 yılları arasında turizm ortalama yıllık % 12,1 büyüyen bir sektör olmuştur (Turizm Bakanlığı, 1998:57).

Günümüz itibariyle ülkemizde turizm sektörünün önemine bakacak olursak, dünyada turizm gelirleri en yüksek ülkeler içinde Türkiye 2005 yılı itibariyle 8'inci durumdadır. Dünya Turizm Örgütü'nün verilerine göre, 2005 yılında turizm gelirleri 18,2 milyar doları bulan Türkiye'nin dünya turizm piyasasındaki piyasa payı yüzde 2,7 civarındadır. 2006 yılı Türkiye turizmi açısından 2005 yılı kadar parlak olmamıştır. 2005 yılı performansı baz alınacak olursa, turizm gelirlerini en fazla

artıran ülkelerden biri de Çin'den sonra Türkiye'dir. En fazla turist çeken ülke sıralamasında da Türkiye dünyada 20,3 milyon turistle 9. sırada yer almaktadır. (Kumcu, 2007:5)

2.1 TURİZMİN BÖLGESEL GELİŞMEYE ETKİSİ

Bölgelerarası dengesizliğin giderilmesi bakımından turizm faaliyetleri, tarım ve sanayide yeterli kaynak ve gelişme olanağına sahip olmayan, ama zengin turizm potansiyeline sahip bölgelerin, planlı ve etkin bir turizm uygulaması sonucunda turistik yönden kalkınmalarının ve dengeli bir şekilde gelişmelerinin mümkün olmasını sağlayacaktır (Braden ve Wiener, 1980:37).

Türkiye'nin sahip olduğu doğal ve kültürel zenginlikler turizm sayesinde işlenebilmekte ve milli geliri artıracak bir ekonomik değer haline gelebilmektedir. Ekonomik yönden az gelişmiş bölgelerimiz, otel işletmeleri, yiyecek içecek işletmeleri, tatil köyleri, moteller, seyahat işletmeleri ve sektörü doğrudan ve dolaylı olarak ilgilendiren diğer işletmeler aracılığı ile turizmden elde ettikleri gelirlerle ekonomik gelişmelerini destekleyebilmektedirler. Bu bölgelerde turizm sektöründe yüz binlerce kişi çalışmakta ve gelir elde etmektedirler. Artan gelirler olduğu gibi, turizm çalışanların hayat standardının da yükselmesine neden olmakta ve aynı zamanda bölgede eğitim seviyesinin yükselmesine, altyapı hizmetlerinin geliştirilmesine ve uluslararası barışın hız kazanmasına da yol açmaktadır. Turizm olmasaydı belki bu bölgelere altyapı ve benzeri hizmetler daha geç gidebilirdi. Özetle, bölgelerin kalkınma düzeyi sadece sanayiye değil aynı zamanda turizme de bağlı olabilir. Buna en güzel örnek Nevşehir bölgesidir. Bu bölge sanayileşmiş bölgelerle eş değerdedir. Bölgeyi bu seviyeye getiren turizmdir.

Bölgede onbinlerce kişi turizm endüstrisinde çalışmaktadır ve başka bölgelere göç etme niyetinde değillerdir. Bölgede turizmin gelişmesine bağlı olarak diğer birçok sektörün de gelişmesi söz konusudur. Turizm her ne kadar hizmet sektörü içerisinde yer alsada

diğer sektörlerle doğrudan ilgilidir. Ve hatta birçok sektörün oluşmasına yön vermektedir. Az gelişmiş bölgelerde turizm sektörünün gelişmesiyle birlikte bölgelerarası dengesizlikler de böylece giderilmiş olmaktadır

Tablo 1: Dünya Turizmi İçinde Türkiye'nin Yeri

	Turizm Geliri (milyar\$)	Turist Sayısı (milyar kişi)	Kişi Başına Harcama (\$)
Amerika	81.7	44	1.650
İspanya	47.9	55.6	950
Fransa	42.3	76.0	550
İtalya	35.4	56.5	970
İngiltere	30.4	50.0	1.350
Çin	29.3	46.3	625
Norveç	29.2	21.5	1.350
Türkiye	18.2	20.3	340
Avusturya	15.5	20.0	775
Avustralya	14.9	-	-
Meksika	-	21.9	-
Dünya Toplamı	632.0	303.0	945

Kaynak: Kumcu, E. (2007), "Dünyada Turizm Endüstrisi", Hürriyet Gazetesi, 4 Mart, <http://hurarsiv.hurriyet.com.tr/goster/haber.aspx?id=6056816&yazarid=>

3. TURİZM SEKTÖRÜNDE BİLGİ SİSTEMİ UYGULAMALARI

Bilgi ve teknolojik alanda yaşanan baş döndürücü gelişmeler bir ülke ekonomisindeki tüm sektörleri etkilediği gibi, hizmet sektörü içerisinde yer alan turizmi de etkilemektedir. Bacasız fabrika olarak da adlandırdığımız bu sektörde bilgi ve teknolojiyi kullanan işletmeler, rekabet avantajı sağlayabilmektedirler.

Turizm sektöründe bilgi teknolojilerinin kullanılması, birbirini izleyen üç teknolojik gelişim aşaması şeklinde ortaya çıkmıştır. İlk aşama, 1970'lerde bilgisayarlı rezervasyon sistemlerinin (CRS), ikinci aşama, 1980'lerde global dağıtım sistemlerinin (GDS) ve son olarak 1990'larda turizm endüstrisinde İnternet kullanımının yaygınlaşmasıdır (Yılmaz ve Öncüler, 2005a:1).

Turizm sektöründe konaklama, seyahat ve ulaştırma olmak üzere üç sacayağı mevcuttur. Konaklama, geceleme, yeme içme ve eğlenceyi; seyahat, tur organizasyonu, rezervasyon, toplantı fuar ve bilet satışını ve son olarak ulaştırma ise kara demir, deniz ve havayolu ulaştırmasını içerir. Bu bağlamda turizm sektörünün katma değer yaratabilen birçok alanla iç içe olduğunu söylemek yanlış olmayacaktır (Güleş ve Çetinkaya, 2002:398).

Turizm sektörü teknolojik gelişmeleri yakından izleyen ve aynı zamanda hemen uygulayabilen bir sektördür. Başlangıçta daktilo ve hesap makinesi kullanarak ofis otomasyonu yürütülürken, daha sonra seyahat sektöründe küresel rezervasyon sistemlerinin kullanılması, İnternet üzerinden rezervasyonların alınması ve son olarak elektrik ve su maliyetini azaltan akıllı oda uygulamaları ile sektör

tam anlamıyla bilgi teknolojilerini kullanır olmuştur (Yılmaz ve Öncüer, 2005b:2).

Ekonomideki diğer sektörlerde olduğu gibi turizm sektöründe de bilgi sistemleri; ticari işlem sistemleri, ofis otomasyon sistemleri, yönetim bilgi sistemleri, uzman sistemler, üst yönetim karar destek sistemleri ve fonksiyonel bilgi sistemleri şeklinde sınıflandırabilir (Tekin ve Zerenler, 2002: 356–358).

4. TURİZM SEKTÖRÜ VE E-TURİZM

Elektronik ticareti, bilginin, ürün ve hizmetlerin bilgisayar ağları aracılığıyla güvenli ticareti ve bunu destekleyen dijital altyapıya dayalı her türlü iş faaliyetleri olarak tanımlayabiliriz(www.e-ticaret.gov.tr). E-ticaretin öneminin gün geçtikçe artması ve iş hacminin genişlemesi, bilgi ekonomisinin yarattığı dönüşümün etki alanındaki turizm endüstrisinin faaliyetlerini de Internet ortamına aktarmaya ve elektronik ticaret uygulamalarını geliştirmeye zorlamaktadır. Bilgiye dayalı hizmet sunan turizm sektörünün yapısını ele aldığımızda e-ticaret ile doğal ortak durumunda olduğu görülür. Turizm sektöründe tüm işletme fonksiyonlarının elektronik ortamda gerçekleştirilmesini e-turizm olarak tanımlayabiliriz. E-turizm, turizm sektörünün işleyişini değiştirmekte ve diğer sektörlerle oranla daha dinamik bir yapıya sahip olmasını sağlamaktadır. Internet'te, rekabetçi bir ortamda iş kuran turistik hizmet verenler, uluslararası dağıtım şirketlerinin aldıkları komisyonları da ortadan kaldırarak, tüketicilere kendi istekleri doğrultusunda hazırlanmış, esnek bir ürün sunmaktadır (Andersen, 2001:6). Dahası, turistik hizmet verenler havayolları, otomobil kiralama şirketleri ve otel zincirleri yukarıda bahsettiğimiz fırsatları görerek, e-ticaret uygulamalarını geliştirmiş ve

kullanıcıların doğrudan rezervasyon sistemlerine ulaşmalarını sağlamışlardır. Turizm sektörü öyle bir konuma gelmiştir ki artık tek bir ürün sunan hizmet verenlerin yanı sıra, farklı turistik ürünleri bir arada sunan hizmet verenler de bulunmaktadır. Ayrıca bir çok turistik destinasyon tanıtım ve küçük ölçekli işletmeler ürünlerini pazarlayabilmek için destinasyon yönetim ve pazarlama sistemlerini kurmuşlardır.

E-turizm konaklama hizmetleri, seyahat acenteleri ve tur operatörleri olmak üzere üç faaliyet alanını bir araya getirmektedir. Ve turizm, işletmeleri önemli fonksiyonları olan yönetim ve pazarlama uygulamalarında farklı bilgi sistemleri ve iletişim teknolojilerini kullanmak yoluyla e-ticaret uygulamalarını gerçekleştirirler (Pınar, 2005:11).Örneğin, turizm sektörüne dâhil bir ulaştırma şirketi veya konaklama işletmesi pazarlama/finans fonksiyonlarını yerine getirmek için iletişim teknolojisi kullandığında e-turizm faaliyetini de gerçekleştirmiş olmaktadır. İş dünyası, bilgi sistemleri ve turizm sektörü, birbirleri ile etkileşimli olarak ve geri besleme sağlayarak elektronik turizmi gerçekleştirmektedir(Pınar, 2005).

6. E-TURİZM İÇİN SWOT ANALİZİ

Turizm sektöründe üs olma potansiyeli olan Türkiye'nin uluslar arası konjonktürü ve kendi potansiyelini iyi değerlendirmesi ve eksikliklerini gidererek fırsatlardan maksimum seviyede yararlanması gerekmektedir. Bu nedenle de turizm sektöründe ticari amaçlı internet kullanımı ve e-ticaret uygulamaları yaygınlaştırılmalı ve e-ticaret kullanımı turizm sektöründe hızla gelişmelidir. Bu değerlendirme SWOT tekniği ile yapılabilir.

Güçlü Yanları:

- Hızlılık

- Kişisellik
- Sonuçların ölçülebilirlik kolaylığı
- İnsan kaynaklarının etkinliği
- İhtiyaçlara uygunluk ve esneklik
- Maliyetin az olması
- Pazar/pazarlama araştırması ve veri toplamada kolaylık
- Doğrudan iletişim
- Turizm işletmelerinin hizmet kalitesinin artması
- Ucuz emek olması(Pınar, 2005).

Zayıf Yanları:

- Kişisel sorunların ortaya çıkmasına dair sorunlar
- Kesin olmayan planlar
- Ürünü görememek
- Bilgisayar kullanımında acemilik
- Bilgi ve veri girişinin uzun zaman alması
- Konfirmasyon almada güçlük
- İnternette istenen bilgiyi bulma zorluğu
- İnternette çok fazla bilgi olması
- Yeterli seçim alternatifinin bulunmaması
- İnternetin en iyi ve uygun fiyatları saptamaması
- İnternet bağlantısının zayıf olması
- İnternet ile işlemlerin karışık olması
- İnternetteki bilgilerin güncel olmaması
- Şirketin çalıştığı belli bir acente ve otel olması.
- Kredi kart sahibi olmamak.
- İnternet ile rezervasyon yapabileceğini bilmemek
- Otomasyon yerine gerçek bir insan ile konuşmayı tercih etmek.
- Hizmet kalitesinin düşük olmasıdır.

- E-turizm anlayışının yaygın olmaması.
- Reklâm ve tanıtım eksikliği(Pınar, 2005).

Fırsatlar:

- E-turizm pazarının yaygınlaşması.
- Kitle iletişim araçlarının –İnternet kullanımının yaygınlaşması.
- Eğitim seviyesinin giderek yükselmesi.
- Yeni iş imkânlarının çıkması.
- Alternatifleri karşılaştırma.
- Düşük maliyet ve tanıtım.
- Araçlara olan bağımlılığı azaltma.
- Elektronik para ve broşür ile bürokrasiyi azaltma.

Tehlike ve Tehditler:

- En temel tehlike kavram kargaşasıdır.
- Fiyat kırma sorunu.
- Kredi kartı kullanımına güvensizlik
- Kişisel bilgileri verme konusunda güvensizlik

7. NEVŞEHİR'DEKİ 3, 4, 5 YILDIZLI OTELLERDE E-TİCARET UYGULAMALARI

Turizm sektöründe bilgi teknolojilerinin kullanım amaçları, hizmet ve ürün alanlarında olmak üzere iki grupta değerlendirilir. Her sektörde olduğu gibi ağırlama endüstrisinde de bilgi teknolojileri iletişim ve bilgi alanlarında kullanılmaktadır. Söz konusu alanlar, Tablo 2'de verilmiştir. Turizm sektöründe bilgi ve iletişim amaçlı kullanılan teknolojik sistemler sıralanmaktadır. Tablo 2'den de görüleceği gibi, teknolojik bilginin hizmet ya da ürün şekliyle kullanımları söz konusudur (Sarıışık ve Akova, 2002:79–80).

Tablo 2: Teknolojik Bilgi Sistemlerinin Turizm Sektöründe Kullanım Biçimleri

HİZMETLER	
Turizm İletişim Hizmetleri	Turizm Bilgi Hizmetleri
Video gösterileri	Bilgisayarlı rezervasyon sistemleri
Bilgi aktarım sistemleri	Video ile bilgilendirme

Rehberlik araç sistemleri	Turizm İnternet girişleri
Elektronik biletleme	Önceden gösterilen seyahatler
İç bağlantılar	Konaklama bilgi sistemleri
Dış bağlantılar	Konaklama telefon iletişimleri
Oda İnternet girişleri	Turizmde özel veri tabanları
	Eğitim ve bilgilendirme
	İnternet seyahat acentesi sistemleri
Turizm İletişim Ürünleri	Turizm Bilgi Ürünleri
İnternet tasarımlı araçlar	Otel mülkiyet yönetim sistemleri
Taşınabilir terminaller(oto kiralama, restoran)	Bilirkişi sistemleri
Ses algılamalı sistemler(havaalanı rezervasyon sistemleri)	Ürün yönetimi
Elektronik güvenlik sistemleri(oteller, havaalanları)	Elektronik haber
Küresel planlama sistemleri	Müşteri bilgi sistemleri
Bilgisayarlı rezervasyon sistemleri	Satış noktası sistemleri
	Yüksek teknolojiye dayalı sanal görüntülü eğlenceler
	İleri teknoloji donanımlı odalar
ÜRÜNLER	

Kaynak: Saruşık ve Akova 2002'den; TREBMLAY Pascal, "Tourism & Information Technologies: Mapping the Sources of Innovation", CAUTHE National Research Conference, Northern Territory University, 2001, s.344.

7.1. Nevşehir'in Turizm Potansiyeli

Nevşehir doğa ve tarihin buluştuğu, eşine az rastlanır güzellikte bir bölgedir. Tarih ve doğanın iç içe geçerek, bütünsel bir güzellik sergilediği beldeleri ve bölgede yaşamış uygarlıkların zenginleştiği kültürel birikimi ile Türkiye'nin eşsiz turizm cennetlerinden biridir. Bölgede birbirinden güzel kaya kiliseleri, doğal güzellikler, yeraltı şehirleri, vadiler bulunmaktadır. Ayrıca dünyaca ünlü düşünür Hacı Bektaş-ı veli, Osmanlı sadrazamlarından Damat İbrahim Paşanın eserleri Nevşehir tarihine ayrı bir güzellik katmaktadır. Doğanın insanlara armağanı olan böyle bir bölgenin yerli ve yabancı turistlerin dikkatini çekmemesi imkânsızdır. Nevşehir turist girdisinde son yıllardaki artış da bunu gösterir. 1960 ve 1980 yıllarında buradaki otel sayısı birkaç tane iken günümüzde gelişen turizm sektörüne paralel olarak otel sayısında artışlar gözlenmektedir. Yine bölgede geri kalmış

çevre köyler gelen misafirler sayesinde etkileyici bir şekilde gelişmektedir. Nevşehir'e gelen turistlerin bir günlük gezi yapmaları bölgedeki turizmin devamlılığını azaltmaktadır. Gelen misafirler Nevşehir'in görsel bir mekân olduğu kanısına varmakta; bu durum ise Nevşehir'i bir daha gelip görülecek bir mekândan uzak hale getirmektedir. Oysa turistlerin burada dini ve kültürel zenginlikten tat almaları sağlanmalıdır (Özpolat, 2005:1,2).

Nevşehir ili doğa ve tarihin dünyada en güzel bütünleştiği yerlerdendir. Coğrafik olaylar Peribacalarını oluştururken, tarihi süreçte, insanlar da bu peribacalarının içlerine ev, kilise oymuş, bunları fresklerle süslemiş, binlerce yıllık yaşlı medeniyetlerin izleri günümüze taşınmıştır. Roma İmparatoru Augustus zamanında Antik Dönem yazarlarından Strabon, 17 kitaplık "Geographika" adlı kitabında (Anadolu XII, XIII, XIV) Nevşehir sınırını güneyde Toros Dağları, batıda Aksaray, doğuda

Malatya ve kuzeyde Doğu Karadeniz kıyılarına kadar uzanan geniş bir bölge olarak belirtir (www.katpatuka.org).

Anadolu'daki birçok yerleşim yerinde görüldüğü gibi, Nevşehir coğrafi konumu nedeniyle, çeşitli kültürleri bünyesinde bulundurmış, İç Anadolu Bölgesinin önde gelen turizm merkezlerindedir. Gerek tarihi zenginlikler açısından, gerekse doğal varlıklar açısından büyük bir potansiyele sahiptir. Nevşehir her yıl artan sayıda yerli ve yabancı turisti bölgeye çekmektedir. Nevşehir turizmi bugünkü konumundan daha ileriye taşımamın maliyeti, bölgeye yapılacak yatırımlardan geçmektedir.

7.2. Bulgular

Çalışmada ana kütle olarak Nevşehir ilindeki 3, 4 ve 5 yıldızlı toplam

Tablo 3: Bilgisayar Kullanım Durumu

	5 Yıldızlı Oteller		4 Yıldızlı Oteller		3 Yıldızlı Oteller		TOPLAM	
	N	%	N	%	N	%	N	%
Kullanılıyor	1	100	11	100	5	100	17	100
Kullanılmıyor	0	0	0	0	0	0	0	0
TOPLAM	1	100	11	100	5	100	17	100

Tablo 4'de görüldüğü gibi otel yönetim programı kullanma oranı 5 yıldızlı otelde %100, 4 yıldızlı otelerde % 64, 3 yıldızlı otelerde ise % 20 gibi düşük bir orandır. Toplam içinde

Tablo 4: Otel Yönetim Programı Kullanımı

	5 Yıldızlı Oteller		4 Yıldızlı Oteller		3 Yıldızlı Oteller		TOPLAM	
	N	%	N	%	N	%	N	%
Paket Program Kullanılıyor	1	100	7	64	1	20	9	53
Kullanılmıyor	0	0	4	36	4	80	8	47
TOPLAM	1	100	11	100	5	100	17	100

Tablo 5'de ön büro otomasyon kullanım oranlarını incelediğimizde 5 ve 4 yıldızlı otelerde bu oran %100 iken, 3 yıldızlı otelerde %60'lara kadar inmektedir. Toplam içerisinde

Tablo 5: Ön Büro Otomasyonu Kullanımı

	5 Yıldızlı Oteller		4 Yıldızlı Oteller		3 Yıldızlı Oteller		TOPLAM	
	N	%	N	%	N	%	N	%
Ön Büro Otomasyonu Kullanılıyor	1	100	11	100	3	60	15	88
Kullanılmıyor	0	0	0	0	2	40	2	12
TOPLAM	1	100	11	100	5	100	17	100

17 otelde e-ticaret uygulamasının araştırılması amaçlanmıştır. Ana kütleimiz ulaşılabilir nitelikte olduğu için anketimiz oteller tek tek gezilmek suretiyle yüz yüze görüşme şeklinde yapılmıştır. Yüz yüze görüşme anketin geri dönme oranını %100 çıkarmış ve verilerin doğruluk derecesini arttırmıştır. Anket neticesinde elde edilen veriler doğrudan ana kütleyle aittir.

Tablo 3'de görüldüğü gibi 3,4 ve 5 yıldızlı otellerin tamamı bilgisayar kullanmaktadır. Bu gayet doğal bir sonuçtur. İçinde bulunduğumuz çağda bilgisayarın kullanılmadığı işletme türü neredeyse kalmamıştır. Araştırmamızın bundan sonraki soruları, bilgisayar olanaklarının ne derece etkin kullanıldığını saptamaya yöneliktir.

değerlendirdiğimizde araştırmamıza konu olan otellerin % 100'ünün bilgisayar kullanmalarına karşılık, sadece % 53'ünün otel yönetim programı kullandıkları görülmektedir.

baktığımızda ise oran %88'e ulaşmaktadır. % 53 olan otel yönetim programı kullanımı oranı, ön büro otomasyon kullanımında % 88'e yükselmektedir.

Tablo 6, uygulama yaptığımız otellerin e-rezervasyon yapma durumlarını göstermektedir. 5 yıldızlı otelin söz konusu uygulamaya geçtiğini ve bu sayede hem işletme maliyetini azalttığını hem de işletme verimliliğini arttırdığını söylemek yanlış olmayacaktır. Diğer taraftan 4 yıldızlı otellerin %36'sı

e-rezervasyon alırken, % 64'ü e-rezervasyon almamaktadır. 3 yıldızlı otellerde e-rezervasyon alma oranı daha da düşmektedir. 3 yıldızlı otellerin %20'si e-rezervasyon almalarına karşılık % 80 gibi yüksek bir oran bu teknolojiden yararlanmamaktadır. Toplam da ise otellerin %35'inde e-rezervasyon alınmasına karşılık % 65'inde e-rezervasyon alınmamaktadır.

Tablo 6: İnternet Aracılığı ile Rezervasyon (E-rezervasyon) Alma Durumu

	5 Yıldızlı Oteller		4 Yıldızlı Oteller		3 Yıldızlı Oteller		TOPLAM	
	N	%	N	%	N	%	N	%
İnternet Rezervasyonu								
Alınıyor	1	100	4	36	1	20	6	35
Alınmıyor	0	0	7	64	4	80	11	65
TOPLAM	1	100	11	100	5	100	17	100

Tablo 7'de kat hizmetleri otomasyon kullanım durumu 5, 4 ve 3 yıldızlı oteller için çıkarılmıştır. 5 yıldızlı otelin kat hizmetleri otomasyonunu kullanım oranı %100'dür. 4 yıldızlı otellerin ise %55; kat hizmetleri otomasyonu %45 kullanmaktadır. 3 yıldızlı otellerde ise bu oran iyice

düşmektedir. 3 yıldızlı otellerin %20'si kat hizmetleri otomasyonu kullanırken %80'ni kullanmadığını ifade etmiştir. Toplamda ise, otellerin %47 gibi düşük bir oran kat hizmetleri otomasyonunu kullanırken, kullanmayanların oranı %53'tür.

Tablo 7: Kat Hizmetleri Otomasyonu Kullanımı

	5 Yıldızlı Oteller		4 Yıldızlı Oteller		3 Yıldızlı Oteller		TOPLAM	
	N	%	N	%	N	%	N	%
Kat Hizmetleri Otomasyonu								
Kullanılıyor	1	100	6	55	1	20	8	47
Kullanılmıyor	0	0	5	45	4	80	9	53
TOPLAM	1	100	11	100	5	100	17	100

Tablo 8'de 3, 4 ve 5 yıldızlı otellerin yiyecek-içecek departmanlarında bilgisayarlı otomasyon uygulama oranları görülmektedir. 5 yıldızlı otelin % 100 ünde yiyecek-içecek otomasyonu

kullanılmasına karşın, 4 yıldızlı otellerin %73'ünde 3 yıldızlı otellerin ise hiç birinde kullanılmadığını Tablo 7'den görmekteyiz.

Tablo 8: Yiyecek İçecek Otomasyonu Kullanımı

	5 Yıldızlı Oteller		4 Yıldızlı Oteller		3 Yıldızlı Oteller		Topla	
	N	%	N	%	N	%	N	%
Yiyecek içecek Otomasyonu								
Kullanılıyor	1	100	3	27	0	0	4	24
Kullanılmıyor	0	0	8	73	5	100	13	76
Toplam	1	100	11	100	5	100	17	100

8. SONUÇ VE ÖNERİLER

Günümüzde teknolojik gelişmelerin önem kazanması, ekonomide dengeleri de değiştirmiştir. Ekonomiye artık yeni ekonomi, diğer bir söylemle dijital ekonomi yön vermektedir. Ülke ekonomilerinde yaşanan bu hızlı dönüşümleri, benzer şekilde hizmet endüstrileri de yaşamaktadır.

Bu gelişmelere paralel olarak, turizm endüstrisinde bilgi sistemleri özellikle son yıllarda rekabet ortamında stratejik bir silaha dönüşmüştür. Bilgi sistemlerinden maksimum düzeyde yararlanan işletmeler, bilgiyi çok dikkatlice yönetilmesi gereken bir kaynak olarak gören işletmelerdir (Soyuer ve Odgers, 2002:188-189).

Bu çalışmada, turizm sektörü içerisinde sadece konaklama işletmelerinin e-turizmden yararlanma düzeyleri araştırılmıştır. Konaklama işletmelerinde bilgi ve teknolojinin kullanılmaya başlamasıyla maliyetlerin düştüğü ve verimliliğin arttığını söyleyebiliriz. Emek verimliliğindeki artış, maliyet tasarrufları aracılığıyla olmakta ve böylece kıt kaynaklar daha rasyonel kullanılmaktadır. Bilgi teknolojilerinin etkilerini makro anlamda değerlendirecek olursak; istihdam, dış ticaret ve son olarak büyüme ve kalkınmadır. E-turizmin bölgesel ekonomik kalkınmaya etkisini, teknolojik gelişmenin bir sonucu olarak yorumlayabiliriz.

Nevşehir’de inceleme yaptığımız otellerde ön büro departmanında toplamda % 88 gibi oldukça yüksek oranda bilgisayarlı otomasyon kullanımı, turizm sektöründe rekabet avantajının bilgi ve teknoloji kullanmakla sağlanabileceğini vurgulamaktadır. Araştırma yaptığımız 3 ve 4 yıldızlı otellerde bilgisayarlı otomasyon kullanım

oranı ön büro departmanında yüksek oranda olmasına karşın diğer departmanlarda örneğin, otel yönetim programı kullanımı, kat hizmetleri otomasyonu ve yiyecek içecek otomasyonu kullanımında yetersiz düzeyde olması düşündürücüdür. Bu departmanlarda kalifiye personel eksikliği söz konusu olabilir. Yukarıda bahsettiğimiz departmanlarda bilgisayarlı otomasyona geçişin hızlandırılması şarttır. Öncelikle yiyecek-içecek maliyet kontrolünün yapılmaması önemli gelir kayıplarına yol açabilir ve giderlerin yükselmesi söz konusu olabilir. Bilgisayarlı otomasyon kullanımı teşvik edilerek, sektördeki konaklama tesislerinin uygun fiyat politikaları ile karlılığı artırması sağlanabilir.

E-rezervasyon alma konusunda da benzer sonucu görmekteyiz. 5 yıldızlı otellerin % 100 ünün internet aracılığıyla e-rezervasyon aldıkları ve kurumsallaşmalarını büyük oranda tamamladıklarını, bilgi toplumunun gereklerini yerine getirmektedirler. 3 ve 4 yıldızlı otellerin ise bu konuda daha fazla yatırım yapmaları gerekmektedir. E-rezervasyonla yapılan işlemler hem daha hızlı olmakta, hem de müşteri açısından daha ucuz olarak gerçekleşebilmektedir.

Bölgesel ekonomik kalkınmasını, sahip olduğu zengin turizm potansiyeli ile gerçekleştirmeye çalışan Nevşehir’de turizm sektöründe faaliyet gösteren işletmelerin bilgi çağına uygun olarak yenilenmeleri bu sektör için bir zorunluluktur. Ayrıca bu teknolojileri kullanabilen kalifiye personele ihtiyaç vardır. Bu bağlamda turizm sektörünün gereksinim duyduğu personelin yetiştirilmesine ve bilgi teknolojileri kullanımı konusuna daha fazla ağırlık verilmesi gereklidir.

KAYNAKÇA

- Braden P.V. ve Wiener L. (1980), *Bringing Travel, Tourism and Cultural Resource Activities in Harmony with Regional Economic Development*, Tourism Marketing and Management Issues, George Washington University, Washington.
- Erdoğan, O. (1995), *Turizm Sektörü*, İMKB Yayını, Sektör Araştırmaları Serisi, İstanbul.
- Güleş, H.K. ve Çetinkaya, A. Ş. (2002), *Turizm Sektöründe Verimliliği Artırmada Bilişim Teknolojilerinin Rolü*, II.Ulusal Orta Anadolu Kongresi 17-19 Ekim 2002 Niğde.
- İncekara, A. (2001), *Anadolu'da Yeni Turizm Olanakları ve Bölgesel Kalkınmadaki Yeri ve Önemi*, TOBB Yayını, Ankara.
- İçöz, O. ve Kozak, M. (1998), *Turizm Ekonomisi*, Ankara.
- Kumcu, E. (2007), *Dünyada Turizm Endüstrisi*, Hürriyet Gazetesi, Mart.<http://hurarsiv.hurriyet.com.tr/goster/haber.aspx?id=6056816&yaza id=> (Erişim Tarihi: 15.04.07)
- Özpolat, S. (2005), *Nevşehir Turizmin Sorunları Çözüm Önerileri*, www.kalkinma.org. (Erişim Tarihi: 15.04.07)
- Pınar, Ö. (2005), *Turizm Endüstrisinde E-Ticaret*, Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi, Güz, <http://www.iibf.ibu.edu.tr/dergiguz2005/makale2.pdf> (Erişim Tarihi: 15.04.07)
- Sarışık, M. ve Akova, O. (2002), *"Beş Yıldızlı Otel İşletmelerinin Bilgi Teknolojisine Yönelik Tutumları: İstanbul Örneği"*, Turizmde Bilgi Teknolojileri Hafta Sonu Semineri VIII, 9–11 Kasım 2001, Nevşehir.
- Soyuer, H. ve Odgers, D.G. (2002), *"Turizm Endüstrisinde Bilgisayara Dayalı Bilgi Sistemi Uygulamaları"*, Turizmde Bilgi Teknolojileri Hafta Sonu Semineri VIII, 9–11 Kasım 2001, Nevşehir.
- Tekin, M. ve Zerenler, M. (2002), *"Hizmet İşletmelerinde Bilişim Teknolojileri Kullanımının İşletme Performansına Etkileri Üzerine Bir Uygulama"*, II. Ulusal Orta Anadolu Kongresi 17–19 Ekim 2002 Niğde.
- Toskay, T. (1983), *Turizm Olayına Genel Yaklaşım*; Der Yayınları, İstanbul.
- Turizm Bakanlığı (1998), *"Turizm 98"*, Turizm Bakanlığı Yayını, Ankara.
- Yılmaz, B.S. ve Öncüer, M.E. (2005a), *"Bilgi Ekonomisinin Turizm Endüstrisinde Yol Açtığı Değişimler"* www.bilgiyonetimi.org (Erişim tarihi: 13 Haziran 2005).
- Yılmaz, B.S. ve Öncüer, M.E. (2005b), *"Yeni Ekonominin Turizm Sektörüne Etkileri"*, www.bilgiyonetimi.org (Erişim tarihi: 13 Haziran 2005).
- www.katpuka.org
- www.wto.org
- www.e-ticaret.gov.tr