



From Digital to
Smart Tourism

DİJİTALDEN AKILLI TURİZME

Proje 2022-1-IT01-KA210-VET-000081218

SMART TOURISM

PRACTICE MANUAL



Aralık, 2023



Erasmus+



Ruga Travel Groups
INTERNATIONAL WORLD EVENTS

İÇERİĞİ

1.	GİRİŞ	3
2.	Turizmde Dijitalleşme ve Sürdürülebilirlik	4
3.	Dijitalleşme ve Sürdürülebilirlik Arasındaki Bağlantı.	5
4.	Turizm Sektöründe Dijitalleşme ve Sürdürülebilirlik: AB Öncelikleri	5
5.	Turizm: akıllı, dijital ve sürdürülebilir.	7
6.	Avrupa Turizm Modeli	8
7.	DIJITAL VE AKILLI TURİZM: İTALYA	9
8.	DIJITAL VE AKILLI TURİZM: İSPANYA	14
9.	DIJITAL VE AKILLI TURİZM: TÜRKİYE	19
10.	Akıllı ve Sürdürülebilir Turizm – Zorluklar ve Fırsatlar.	25
11.	Tur Operatörleri Vs. Turizm İşletmeleri: Hedefler ve İhtiyaçlar.	30
12.	Sürdürülebilir Turizmde İyi Uygulamaları Belirleme Metodolojisi.	38
13.	Dijital araçlar mevcut.	40
14.	Dijital ve sürdürülebilir beceri ihtiyaçları.	42
15.	Turizm ve Eğitim Sektöründeki Operatörler.	43
16.	Nihai sonuçlar	44

1. GİRİŞ

Turizm evreni, iki temel itici güç tarafından yönlendirilen çok önemli bir kavşaktadır: dijitalleşme ve sürdürülebilirlik. Bu dinamik evrimin merkezinde yer alan "Akıllı Turizm Uygulama El Kitabı" başlıklı bu kılavuz, dijital ve sürdürülebilirliğin karmaşık iç içe geçmesinde başarılı bir şekilde gezinmek isteyen tur operatörleri, KOBİ'ler ve sektördeki kuruluşlar için temel bir rehber olarak sunulmaktadır.

Bu kılavuzun sayfalarına girerek, turizm manzarasını yeniden tanımlayan güçlerin keşif yolculuğuna çıkacağız. Sektörün geleceğini şekillendiren iki değişim itici gücü olan dijitalleşme ve sürdürülebilirliğin birleşik etkisinin derinlemesine bir analiziyle başlayacağız. Turizmde dijital ve sürdürülebilir bir devrimi teşvik etmeye kendini adanmış olan Avrupa Birliği'nin önceliklerine yakından bakacağız. Geleceğe yönelik bir bakış açısıyla, net ve ortak bir vizyonun temellerini atarak akıllı, dijital ve sürdürülebilir turizme somut bir anlam vermeye çalışacağız.

Ardından, İtalya, İspanya ve Türkiye'nin benzersiz gerçeklerine dalacağız. Bu destinasyonlarda ortaya çıkan benzersiz zorlukları ve parlak fırsatları keşfedecek, dijitalleşme ve sürdürülebilirliğin her ülkenin turizm dokusunda nasıl iç içe geçtiğini vurgulayacağız. Ulusal ihtiyaçların, hedeflerin ve zorlukların ilişkisel bir analizi yoluyla, daha dijital ve sürdürülebilir bir turizm geliştirmek için ortak stratejiler tasarlayacağız.

Son olarak, sürdürülebilir turizmde iyi uygulamaları belirleme metodolojisi, mevcut dijital araçlar ve dijital teknolojilerin geliştirilmesi ve kullanılmasıyla ilgili zorluklar gibi temel konuları ele alacağız ve tur operatörlerinin özel ihtiyaçlarına cevap vereceğiz. Bu el kitabı ile modern, dijitalleştirilmiş ve sürdürülebilir turizmi benimsemek isteyenler için pratik bir rehber sunmayı amaçlıyoruz.

2. Turizmde Dijitalleşme ve Sürdürülebilirlik

Sürdürülebilir turizm, çevresel ve kültürel etkiyi en aza indirirken sorumlu ve sürdürülebilir bir şekilde seyahat etme uygulamasını ifade eder. Dijitalleşme ve sürdürülebilir turizm, turizm sektöründe iki önemli başlıktır. Dijitalleşme, turistik destinasyonların süreçlerinin verimliliğini artırmasına ve ziyaretçi deneyimini kişiselleştirmesine yardımcı olabilir. Ayrıca dijitalleşme, iklim değişikliğiyle mücadeleye ve çevrenin korunmasına da katkıda bulunabilir.

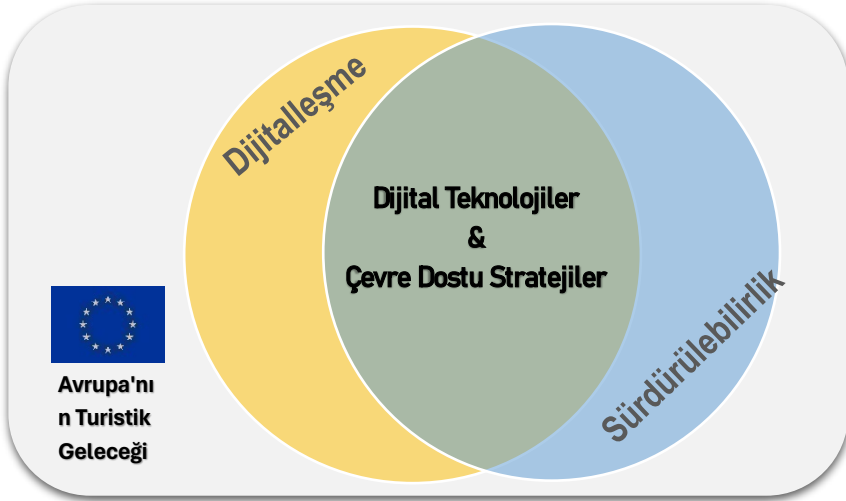
Turizmde dijitalleşme, turizm faaliyetlerinin yönetimini, gezginlerin keyif almasını ve destinasyonların tanıtımını iyileştirmek için dijital teknolojilerin yaygın olarak kullanılmasıyla ilgilidir. Bu, gezgin deneyimini kolaylaştırmak ve turizm işletmelerinin operasyonlarını optimize etmek için çevrimiçi rezervasyon sistemlerinin, mobil uygulamaların, yapay zekanın, sanal gerçekliğin ve diğer dijital çözümlerin uygulanmasını içerir.

Turizmde sürdürülebilirlik, turizm endüstrisi ile ilgili çevresel ve sosyal kaygılara kritik bir yanittir. Bu kapsamda, sorumlu ve sürdürülebilir uygulamaları teşvik ederek turizm faaliyetlerinin çevresel ve sosyal etkilerini en aza indirmeye çalışıyoruz. Bu, çevre dostu stratejiler benimsemeyi, yerel toplulukları desteklemeyi, kültürel mirası korumayı ve doğal kaynakları sürdürülebilir bir şekilde yönetmeyi içerir.

Turizmde dijitalleşme ve sürdürülebilirlik, daha sürdürülebilir uygulamaları teşvik etmeye yönelik acil ihtiyaca paralel olarak, Avrupa'da dijital teknolojilerin turizm sektörüne artan bir şekilde dahil edilmesine yönelik mevcut eğilimi yansıtmaktadır. Bu kombinasyon, turizm endüstrisinin verimliliğini, güvenliğini ve çevresel etkisini iyileştirmek amacıyla modern turizmin dijital çağda sunduğu zorluklara ve fırsatlara bir yanıtı temsil ediyor.

3. Dijitalleşme ve Sürdürülebilirlik Arasındaki Bağlantı.

Turizm Sektöründe Dijitalleşme Vs. Sürdürülebilirlik



Kaynak: Kendi İşleme, 2023

Turizmde dijitalleşme ve sürdürülebilirliğin kesişimi, sektörün genel sürdürülebilirliğini iyileştirmek için dijital teknolojilerin kullanılmasını içerir. Örneğin, dijitalleşme, kaynakların akıllı yönetimini, gezginler tarafından sürdürülebilir davranışların teşvik edilmesini ve çevreye ve yerel kültüre saygılı turizm deneyimlerinin yaratılmasını teşvik edebilir.

Avrupa Birliği ve turistik yerler, verimliliği artırmak için dijital dönüşümü benimsemeye ve aynı zamanda mirası ve çevreyi korumak için daha sürdürülebilir uygulamaları benimsemeye çalıştıklarından, Avrupa'da bu konu tartışmaların ve girişimlerin merkezinde yer almaktadır. Dijitalleşme ve sürdürülebilirliği turizme entegre eden projeler ve politikalar, daha yenilikçi, sorumlu ve çevre dostu bir Avrupa turizm geleceğini şekillendirmek için çok önemlidir.

4. Turizm Sektöründe Dijitalleşme ve Sürdürülebilirlik: AB Öncelikleri.

Avrupa Birliği (AB), dijitalleşme ve sürdürülebilirliğin turizm sektörüne entegre edilmesine özel önem vermiştir. AB'nin bu bağlamdaki öncelikleri şunlardır:

4.1. İnovasyon için Dijitalleşme.

AB, müşteri deneyimini kişiselleştirmek için yapay zeka ve gezgin davranış kalıplarını analiz etmek için makine öğrenimi gibi turizmde gelişmekte olan teknolojilerin araştırılmasını ve benimsenmesini teşvik ediyor.

Seyahat rezervasyonu, yerel bilgilere erişim ve turizm hizmetleriyle doğrudan etkileşimi mümkün kılan entegre dijital platformların geliştirilmesini teşvik eder, böylece operasyonel verimliliği ve müşteri deneyimini iyileştirir.

4.2. Çevresel ve Sosyal Sürdürülebilirlik.

AB, doğal kaynakların korunmasını ve milli parklar ve doğa rezervleri gibi hassas alanların korunmasını teşvik ederek sürdürülebilir arazi yönetimi politikaları uygulamak için çalışmaktadır. Buna ek olarak, turizm sektöründe sosyal açıdan sorumlu uygulamaları teşvik etmeyi, işçi haklarına saygı gösterilmesini ve yerel toplulukların turizmi etkileyen kararlara dahil edilmesini sağlamak için işletmelerle birlikte çalışmayı taahhüt eder.

4.3. Yerel ve bölgesel turizmin teşviki.

AB, yerel ve bölgesel düzeyde turizmi teşvik eden girişimleri destekleyerek, turizm tekliflerinin otantik ve sürdürülebilir deneyimleri içerecek şekilde çeşitlendirilmesini teşvik etmektedir. Turizm yoluyla yerel toplulukların ekonomik kalkınmasına katkıda bulunan, kitle turizmi faaliyetlerine bağımlılığı azaltan projeleri teşvik eder.

4.4. Standardizasyon ve Sertifikalar.

AB, turizm sektöründe eko-etiketlerin ve çevre sertifikalarının kullanımını teşvik ederek işletmeleri yüksek çevre standartlarına uymaya teşvik ediyor ve gezginleri bilinçli seçimler yapmaya teşvik ediyor.

4.5. Eğitim ve Farkındalık.

Sektör profesyonelleri ve gezginler için sürdürülebilir uygulamalara, turizmin çevresel ve sosyal etkilerine odaklanan ve sorumlu davranışı teşvik eden eğitim programları uygular. Turizm işletmeleri tarafından benimsenen sürdürülebilir uygulamalar hakkında açık ve şeffaf iletişimi teşvik ederek gezginler arasında farkındalık yaratmaya ve farkındalık yaratmaya yardımcı olur.

4.6. Ulusötesi işbirliği.

Üye ülkeler arasında iyi uygulamaların sürekli değişimini teşvik ederek daha yakın işbirliğine ve başarılı çözümlerin farklı bağlamlara uyarlanmasına olanak tanır. Ortak zorlukları ele alan, işbirliğini teşvik eden ve yenilikçi çözümlerin birlikte yaratılmasını sağlayan ulusötesi projeler için finansman ve teşvikler sunar.

Bu içgörüler, AB'nin turizm sektöründe dijitalleşme ve sürdürülebilirliği kapsamlı ve entegre bir şekilde nasıl ele aldığını, zorlukları nasıl ele aldığını ve daha dayanıklı, akıllı ve sürdürülebilir bir Avrupa turizmi için fırsatları nasıl yakaladığını vurgulamaktadır.

5. Turizm: akıllı, dijital ve sürdürülebilir.

Pandemi sonrası aşamada, turizm sektörünün yeniden değerlendirilmesine ve yeniden keşfedilmesine ihtiyaç var. Hayatta kalmanın anahtarı, yenilenme ve yeni gerçekliklere, yeni dünya bağlamına uyum sağlamada yatıyor gibi görünüyor. "Yenilen ya da öl" fikrinden ilham alan rapor, turizmi canlandırmak için teknolojik dönüşümün şart olduğunu vurguluyor.

Dijitalleşme ve sürdürülebilirlik, sektörün geleceği için temel direkler olarak ortaya çıkıyor. Veri analizi ve gezginin ihtiyaçlarının derinlemesine anlaşılması ile desteklenen turizm istihbaratı önemli bir araçtır. Ayrıca, canlı yayın e-ticareti, sanal gerçeklik ve yapay zeka gibi akıllı teknolojiler aracılığıyla dijital dönüşümün hızlandırılması, daha iyi ve daha etkileşimli bir turizm deneyimine giden yol olarak düşünülüyor¹.

Sürdürülebilirlik, hükümet stratejileri ve akıllı turizm destinasyonlarının uygulanmasıyla desteklenen üçüncü önemli bir araç olarak konumlandırılmıştır. Örneğin, İspanya'da sürdürülebilir turizm için kapsamlı bir strateji geliştirilmektedir² ve akıllı turizm destinasyonlarının sertifikalandırılması yönetim, sürdürülebilirlik, erişilebilirlik, inovasyon ve teknoloji gibi kriterlere dayanmaktadır.

Turizm sektöründe teknolojiye karşı cesur bir tutum sergilemek önemlidir. Teknolojik dönüşüm, turizmi kurtarmak için gereken çözümdür³. Evet, dijitalleşme ve sanal gerçeklik, robotizasyon, temassız teknoloji ve sanal asistanlar gibi gelişmekte olan teknolojiler, turizm sektörünün sürdürülebilirlik ve süreç verimliliği lehine

¹ Avrupa Komisyonu, Avrupa'nın dijital geleceğini şekillendirmek, 19 Şubat 2020.

² <https://www.ilgiornaleditalia.it/news/lavoro/564823/turismo-la-spagna-punta-a-strategia-di-meta-sostenibile-anche-per-il-2024.html>

³ <https://www.techeconomy2030.it/2023/09/27/il-futuro-sostenibile-del-turismo-passa-dalla-trasformazione-digitale/>

toparlanmasını sağlamak için kendilerini güçlü müttefikler olarak sunuyor. Bu teknolojiler sadece iklim değişikliğiyle mücadeleye yardımcı olmakla kalmaz, aynı zamanda çevrenin korunmasında da çok önemli bir rol oynar; Sürdürülebilirlik olmadan turizmin geleceği yoktur.

6. Avrupa Turizm Modeli

Avrupa turizm modeli, Avrupa'da turizmi sürdürülebilir, esnek, dijital, küresel ve sosyal hale getirmeyi amaçlayan bir dizi ilke ve kılavuzdur⁴. Avrupa Birliği Konseyi'ne göre turizm, Avrupa değerlerinin ve kültürel mirasının korunmasına ve tanıtılmasına katkıda bulunan, bölgelerin ekonomik büyümesi, istihdamı ve sürdürülebilir sosyal ve çevresel kalkınması üzerinde geniş bir etkiye sahip, kesişen bir ekonomik ve sosyal faaliyettir.

Avrupa Turizm Gündemi⁵ 2030, Avrupa'nın sektörü daha fazla araçla donatmak ve böylece 2030 yılına kadar daha dayanıklı bir turizm ekosistemi elde etmek için taahhüt ettiği sürdürülebilirlik ve dijitalleşme açısından ana kilometre taşlarını ortaya koyan belgedir. Üye Devletlerle bir düşünme sürecinin sonucu olan bu Gündeme, Devletler, ilgili kamu makamları, Komisyon ve turizm ekosistemindeki diğer paydaşlar için somut gönüllü eylemler içeren çok yıllık bir AB çalışma planı eşlik ediyor ve Gündemin beş öncelikli alanda ilerlemesini izlemek için stratejik rehberlik sağlıyor⁶:

Yönetişim çerçevesinin etkinleştirilmesi. İşbirlikçi destinasyon yönetimi sağlayın ve ulusal, bölgesel ve yerel düzeylerde göstergeler ve istatistikler sağlayan bir AB Turizm Karnesine sahip olun.

Yeşil geçiş: turizmin döngüselliğini iyileştirmek, döngüselliği ve kaynakların verimli kullanımını teşvik ederek turizmin karbon ayak izini azaltmak.

Dijital geçiş: turizm sektöründeki KOBİ'lerin dijitalleşmesini teşvik etmek ve turizm verilerini paylaşmak için çerçeveler oluşturmak.

Dayanıklılık ve kapsayıcılık: turizm hizmetlerinin erişilebilirliğini artırmak ve destinasyonların ve işletmelerin gelecekteki krizlere dayanma kapasitesini artırmak.

⁴ <https://www.simtur.it/simtur/consiglio-unione-europea-turismo-in-europa-nel-prossimo-decennio/>

⁵ <https://www.consilium.europa.eu/en/press/press-releases/2022/12/01/new-european-agenda-for-tourism/>

⁶ <https://data.consilium.europa.eu/doc/document/ST-15441-2022-INIT/en/pdf>

İnsan sermayesi: Turizm sektörünün gelecekteki ihtiyaçlarına adapte olmalarını sağlamak için işçilerin yeni becerilerinin geliştirilmesi.

7. DIJITAL VE AKILLI TURİZM: İTALYA

Dijitalleşme Girişimleri:

İtalya, turizm sektöründe dijitalleşmeyi benimsemek için çeşitli girişimlerde bulundu. Bu girişimler arasında turizm tanıtımı için dijital platformların geliştirilmesi, çevrimiçi rezervasyon sistemlerinin uygulanması ve ziyaretçileri çekmek için dijital pazarlama stratejilerinin kullanılması yer alıyor.

Tanıtımı

Akıllı Destinasyonlar:

Genel ziyaretçi deneyimini iyileştirmek için teknolojiden yararlanan akıllı turistik destinasyonlara küresel olarak artan bir ilgi var. İtalya'da, turistik yerlerin erişilebilirliğini, bağlanabilirliğini ve sürdürülebilirliğini iyileştirmek için yenilikçi çözümler araştırıldı.

Sürdürülebilirlik Uygulamaları:

Küresel bir trendin parçası olarak İtalya, sürdürülebilir turizm uygulamalarına giderek daha fazla odaklanıyor. Bu, doğal ve kültürel mirasın korunması, sorumlu atık yönetimi ve yerel toplulukların katılımı için çabaları içerir.

Hükümet Girişimleri:

İtalyan hükümeti, Kültürel Miras ve Faaliyetler ve Turizm Bakanlığı aracılığıyla, dijital ve sürdürülebilir turizm ortamını şekillendirmede kilit bir role sahiptir. Sorumlu turizmi ve dijital teknolojilerin benimsenmesini teşvik etmek için politikalar ve girişimler geliştirilmiştir.

Pandemi ve Dijital Yanıt:

İtalya'da temassız ödemeler, dijital sağlık sertifikaları ve çevrimiçi rezervasyon sistemleri gibi sağlık ve güvenlik önlemlerini destekleyen teknolojiler pandemi sırasında ve hatta sonrasında uygulandı.

7.1. Yeni Turizm Trendleri

Dijital, İtalyan turizm endüstrisinde meydana gelen değişikliklerin en az hakimidir. Yıllarca süren belirsizlik ve kısıtlamalardan sonra sektörü yeniden başlatmayı ve tüketicilerin yeni ihtiyaçlarına cevap vermeyi vaat eden birkaç yenilikçi trend var.

Sürdürülebilirlik ve sözde hiç bitmeyen turizm gibi nispeten yeni ve potansiyel olarak yıkıcı sorunlar ortaya çıkıyor. Deneyimsel hizmetler dijitalde yeni bir hayat buluyor ve küreselleşmeden kaynaklanan artan homojenlik tarafından büyük ölçüde boğulan çok küçük yerel gerçekliklerin mirasını koruyabilen daha özgün ve benzersiz bir Yakınlık Turizmi fikrini yeniden başlatıyor. Fintech ve Yenilikçi Ödemeler gibi tamamlayıcı sektörlerden, daha büyük bir "veri kültürünün" yayılmasına ve diğer teminat faydalarına katkıda bulunan önemli eklemeler de var. Seyahat pazarındaki tüm ana trendleri keşfedin.

Çok sayıda İtalyan ve uluslararası oyuncu, bu yenilikçi trendleri yalnızca pandeminin neden olduğu yaraları iyileştirmek için değil, aynı zamanda (ve hepsinden önemlisi) gelecekteki muazzam potansiyelleri için kullanıyor⁷.

Bitmeyen Turizm. Tur operatörleri, müzelere veya şehirlere sanal ziyaretler, yemek kursları veya yerel ürünleri satın almak için e-ticaret platformları gibi çözümlerle seyahat öncesi ve sonrası turist deneyimini genişletmek için hizmetler sunar.

Tatil Çalışması. Giderek daha fazla akıllı çalışan, iş-yaşam dengesini destekleyen ve düşük sezonda bile bölgelerin geliştirilmesine katkıda bulunan, geleneksel turistik yerlerden uzakta, kendi konumlarından başka bir yerde uzaktan çalışıyor.

Sürdürülebilir Turizm. Bir yandan, giderek daha fazla gezgin sürdürülebilir bir şekilde seyahat etmek için prim ödemeye istekliken, diğer yandan birçok konaklama tesisi çevreye saygılı çözümler uyguluyor.

Yakınlık Turizmi. Pandemi seyahati kısıtladıktan sonra, özellikle açık havada deneyim pazarında bir büyüme ile yakındaki destinasyonlar yeniden keşfedildi.

7.2. Turizm, İtalya'daki durum⁸

Bilindiği gibi pandemi, bu sektöre, belki de diğerlerinden daha fazla, bazı durumlarda onarılamaz ciddi hasarlar ve yaralanmalar verdi. Cesaret verici işaretler olmasına

⁷ https://blog.osservatori.net/it_it/trend-turismo-principali-tendenze-mercato-viaggi

⁸ Politecnico di Milano İşletme Okulu Dijital İnovasyon Gözlemleri, 2022.

rağmen belirsizlik ortamı devam ediyor. 2021, dünya ekonomisinin istikrarlı bir şekilde toparlandığı bir yıl oldu ve Turizm pazarı bile hala 2019 seviyelerinden uzak olmasına rağmen bir önceki yıla göre büyümeye devam etti.

Sektörün toparlanması, özellikle İtalya'daki konaklama e-ticaretinin pandemi öncesi değerleri bile aşmasıyla dijital tarafından yönlendirildi. Turizm Gözleminde Dijital İnovasyon rakamlarına göre, 2021'de İtalya'daki genel Seyahat pazarı (çevrimiçi + çevrimdışı) hem Konaklama bileşeninde (9,5 milyar avro, pandemi öncesi seviyelere yakın) hem de Ulaşım bileşeninde (8,5 milyar, 2020'de +%33 ancak yine de Covid öncesi 18 milyardan uzak) büyüdü.

Bu zayıf ışık parıltıları, İtalyan turizmi için iki yıldan fazla bir negatif dönemi silmek için yeterli değil. En karanlık senaryo, tur operatörleri ve seyahat acentelerinin cirodaki büyük düşüşlerle boğuştuğu organize turizmdir. İtalya'daki yabancı turist varlıklarına ilişkin veriler de pek rahatlatıcı değil: ISTAT tahminlerine göre, 2020'de bir önceki yıla göre %54'ten fazla azaldı ve bunun sonucunda turist harcamalarında düşüş yaşandı, ancak iç turizm tarafından kısmen hafifletildi. Seyahat pazarının sektörlerine ek olarak, destinasyonlar da ödeme yapıyor: Confesercenti tahminlerine göre, İtalyan turizminin itici gücü olan büyük sanat şehirleri ve güçlü bir tarihi ve kültürel mesleğe sahip belediyeler, pandemi öncesi dönemlere kıyasla %65'in üzerinde bir katılım farkı kaydediyor.

Turist akışlarına gelince, ISTAT'ın en son istatistikleri bize İtalya'da turizmin toparlanmasının 2022'de konsolide edildiğini, ancak iç turizm için yabancı menşeli turizme kıyasla hala bir zorluk olduğunu gösteriyor. Ülkemizi ziyaret eden yerleşik olmayan müşteriler (yani yabancı turistler), 2021'de 2019'a göre ciddi bir düşüşün ardından, 2022'de 196 milyonun üzerine çıkarak 2019 milyonun üzerinde kalış yaşadı ve hala 220,6 milyonun üzerinde olduğu 2019 seviyelerinin altında. Diğer Avrupa Birliği ülkeleriyle karşılaştırıldığında, İtalya 2022'deki varlık sayısı açısından dördüncü sırada yer alıyor ve referans döneminde tüm Avrupa Birliği'nde kaydedilen varlıkların %14,5'ine eşit, İspanya (%16,6), Fransa (%16,3) ve Almanya'nın (%14,7) arkasında.⁹

Teknoloji alanında, İtalya'da dijital turizm, çevrimiçi rezervasyonlarda zayıf bir artışla birlikte, ancak kültürel mirasa artan ilgiyle birlikte hafif bir büyüme ve yenilik aşaması

⁹ <https://rivista.microcredito.gov.it/opinioni/archivio-opinioni/1020-il-settore-del-turismo-in-italia-verso-la-sostenibilit%C3%A0-verde-e-digitale.html>

yaşıyor. Aslında, Turizm Bakanlığı'na göre 2023 yılında İtalyan konaklama tesislerinin yalnızca %21'i internet üzerinden rezerve edildi.

Bu bağlamda, hem tanıtım faaliyetleri için kamu sektörünü hem de özel sektörü ilgilendiren teknoloji ve inovasyona öncelik vermek, örneğin benzersizliğimize dikkat çekmek ve mümkün olduğunca ilgi çekici ziyaretçi deneyimlerini teşvik etmek için ürünün pazarlama/dağıtım yöntemleriyle ilgili olarak önemlidir. Bu bağlamda, aslında, İtalyan pazarının teklifi, etkinliği hala yeterince yeterli olmayan, genellikle gerçek piyasa talebinden çok daha dinamik ve hepsinden önemlisi, potansiyel olanlardan uzak dönüşüm oranlarına sahip çok sayıda portal, site ve uygulamaya son derece bölünmüştür.

Son olarak, İtalyan hükümetinin 2023-2027 Turizm Planı, dijital turizmi güçlendirmek için hem iç hem de dış hizmetlerin dijitalleştirilmesi sürecinin uygulanmasını sağlayarak inovasyona en yüksek önceliği vermeyi önerdi¹⁰.

7.3. Dijital seyahat pazarı.

Turizmdeki krizin cevabı ve direnci, gördüğümüz gibi, dijitalden geçiyor. Daha sonra İtalyan Turizminin e-ticareti, yani İtalya'da faaliyet gösteren ve hizmeti İtalyanca olarak da sunan sitelerde son kullanıcılar tarafından yapılan çevrimiçi satın alımlardan kaynaklanan işlem hakkında ayrıntılara girelim.

Yıllarca süren çift haneli büyümenin ardından 2020, dijital seyahat pazarı için de bir annus horribilis oldu. Genel piyasa verileri ve istatistiklerine paralel olarak, İtalyanlar tarafından seyahatle ilgili hizmetlerin e-ticareti, yakınlık turizminin (sahip olunan ulaşım araçlarıyla) daha fazla esnekliği nedeniyle Ulaştırma alanında Otelcilikten daha belirgin bir çöküş yaşadı. Dijital aracılık söz konusu olduğunda, OTA'lar (Online Seyahat Acenteleri) ağır kayıplar yaşarken, müşteri ve tedarikçi arasındaki doğrudan temas kanalları güçlendi.

2021'de İtalya'da Seyahat e-ticareti yeniden büyümeye başladı ve 10,8 milyar Euro'ya ulaştı (2020'ye kıyasla +%51). Bununla birlikte, sektörün 16,3 milyar avro değerinde olduğu pandemi öncesi dönemle arasındaki fark hala çok geniş.

¹⁰ <https://www.senato.it/service/PDF/PDFServer/BGT/01375440.pdf>

7.4. Turizmden Dijital Turizme¹¹.

Analiz edilen verilerden ve trendlerden, Dijital İnovasyondan bahsetmeden Turizm ve Seyahat hakkında konuşmanın imkansız olduğu ortaya çıkıyor. Turizmde "seyahatin dijitalleşmesi" ve dijital inovasyon hakkında konuştuğumuzda, tur operatörlerinin faaliyetleri üzerinde ekonomik-organizasyonel etkisi olan tüm hizmet ve süreç yeniliklerine atıfta bulunuyoruz.

İtalya'da sektörün rekabet gücü, aslında hem turistlerle ilişkilerde hem de hizmetlerin yönetiminde dijital teknolojilerin kullanımından giderek daha fazla etkilenmektedir. Dijital Turizm bu nedenle şu alanlarda tanımlanmaktadır: turistin yeni ihtiyaçları, yolculuğun mekansal-zamansal uzantısı, aktörler arasındaki farklı etkileşim modları ve deneyimsel turizm hizmetlerinin entegrasyonu.

Peki Turizmin hizmetindeki başlıca dijital çözümler nelerdir? Diğer sektörlerde olduğu gibi, veri değerlemesi, verileri stratejik olarak toplamak, yönetmek ve kullanmak için turizm ve kültür sektöründe merkezi hale geliyor. Bu alanda, artık her işletme için gerekli olan siber güvenlik ve veri koruma çözümleri de ortaya çıkıyor. Temassız çözümler de giderek daha fazla hale geliyor ve her şeyden önce sosyal mesafe ihtiyacıyla hızlanıyor, örneğin: mobil (Apple Pay, Google Pay) veya uzaktan (Bağlantıyla ödeme) ödeme seçenekleri, ev otomasyon cihazları, sanal asistanlar veya kendi kendine check-in sistemleri.

Dijitalleşen sadece turizm değil, aynı zamanda ve her şeyden önce turistlerdir. Seyahat pazarının göze çarpan rakamlarını ve ana yenilikleri inceledikten sonra, sözde "dijital turistlerin" ilhamdan gezi sonrasına kadar nasıl davrandıklarını inceleyelim. Pandeminin ortaya çıkmasından sonra, hem en ileri görüşlü oyuncular teknolojinin fırsatlarını yakalamak istediği hem de tüketiciler arasındaki talep kökten değiştiği için, daha yenilikçi çözümlerin benimsenmesi sayesinde yolculuk daha da dijital hale geldi.

Dijital turistlerin yolculuğu, çevrimiçi ve fiziksel olmak üzere farklı kanalları içerir, ancak her şeyden önce, ilham anından eve dönüşe kadar tüm aşamalarda baskın unsur olan internet kullanımınıdır.

İlham ve bilgi arama - Esas olarak arama motorlarında.

Rezervasyon & Satın Alma - Konaklama ve Ulaşım Hizmetleri.

¹¹ Dijital Turizm: sayılar, trendler ve pazar beklentileri. 2023 © Dijital İnovasyon Gözlemleri - Politecnico di Milano.

Seyahatteki faaliyetler ve hizmetler - Deneyimler, hareketlilik.

Dönüşte gerçekleştirilen faaliyetler - Deneyimin paylaşılması, ziyaret edilen yerle ilgili ürünlerin satın alınması.

7.5. Turizm girişimleri

Bu inovasyon bağlamında, girişimler önemli bir rol oynamaktadır. İtalya'daki turizm girişimlerinin ekosistemi, özellikle pandeminin neden olduğu sert darbeden sonra, finansal sürdürülebilirlik sorunları ve büyüme zorlukları ile karakterize edilse bile canlı. Ayrıca, hem belirli nişlerde ve hedeflerde uzmanlaşmış girişimler arasında (örneğin, Y kuşağı için etkinlik gezileri) hem de pandemiye dijitalden yararlanarak (örneğin oyunlaştırma veya e-ticaret platformları gibi hiç bitmeyen turizm çözümleriyle) yanıt verebilenler arasında başarı öyküleri olsa da, ulusal manzara hala parçalanmış ve uluslararasılaşma ve ölçeklenebilirlik açısından sınırlıdır.¹²

8. DIJITAL VE AKILLI TURİZM: İSPANYA

Dijitalleşme Girişimleri:

İspanya, turizm sektöründe dijitalleşmeyi benimsemek için çeşitli girişimler uyguladı. Bu, turizm tanıtımı için dijital platformların geliştirilmesini, ziyaretçi deneyimini iyileştirmek için yenilikçi teknolojilerin benimsenmesini ve dijital pazarlama araçlarının kullanımını içerir.

Hedef

Akıllı (DTI):

İspanya, bazı destinasyonların Akıllı Turistik Destinasyonlara dönüştürülmesine yatırım yaptı. Bu, operasyonel verimliliği ve ziyaretçi deneyimini iyileştirmek için nesnelerin interneti (IoT), sensörler, mobil uygulamalar ve diğer dijital araçlar gibi gelişmiş teknolojilerin kullanımını içerir.

Çevresel Sürdürülebilirlik:

Küresel bir trendin parçası olarak İspanya, sürdürülebilir turizm uygulamalarına odaklanmasını

¹² <https://www.economyup.it/innovazione/digitale-e-open-innovation-2024-quali-le-nuove-sfide-per-impres-e-startup/>

artırdı. Bu, doğal kaynakların sürdürülebilir yönetimi, mirasın korunması için çabaları içerir ve çevre dostu turizm uygulamalarının benimsenmesi.

Pandemi ve Dijital Yanıt:

İspanya'da, dijital sağlık sertifikaları ve temasları izlemek için uygulamaların kullanımı gibi turistlerin güvenliğini ve sağlığını destekleyen teknolojileri uygulama çabaları olmuştur.

Hükümet Politikaları:

İspanyol hükümeti, Sanayi, Ticaret ve Turizm Bakanlığı aracılığıyla dijital ve sürdürülebilir turizmin teşvik edilmesinde aktif bir rol oynamıştır. Sektörde inovasyonu teşvik etmek ve dijitalleşmenin sürdürülebilirliğe katkıda bulunmasını sağlamak için politikalar geliştirilmiştir.

Yerel Turizm:

İspanya'da, genel bir sürdürülebilirlik stratejisinin parçası olarak yerel ve bölgesel turizmi teşvik etmeye artan bir ilgi var. Bu, turizmin olumlu etkilerinin daha adil bir şekilde dağıtılmasına, yerel ekonomilerin desteklenmesine ve destinasyonların kültür ve çevresinin korunmasına yardımcı olabilir.

İspanya'da turizm, onlarca yıldır ekonomisinin temel direği olmuştur, Gayri Safi Yurtiçi Hasıla'ya (GSYİH) önemli ölçüde katkıda bulunmakta ve ülkedeki milyonlarca insan için istihdam yaratmaktadır. Dünya çapında konsolide bir liderliğe sahip olan İspanyol turizm sektörü, zaman içinde "güneş ve kumsal" imajından sürekli bir kalite arayışına geçerek gelişti. Ancak bugün, başarısını sürdürmek için yenilenmiş bir vizyon ve yenilikçi stratejilerin benimsenmesini gerektiren zorluklarla karşı karşıyadır¹³.

Covid-19'un gelişinden önce¹⁴, dünya turizmi kayda değer bir büyüme yaşıyordu ve ekonomik büyüme ve çeşitlendirmenin önemli bir küresel itici gücü haline geldi. Dünya Turizm Örgütü'nün (UNWTO) verileri, 2019'da turizmin 1.500 milyon uluslararası gezgine ulaştığını ve toplam küresel GSYİH'nın %11'ini oluşturduğunu gösteriyor.

¹³ <https://ibero.news/noticias/hacia-el-futuro-la-estrategia-2030-para-un-turismo-sostenible-en-espana>

¹⁴ Antonio López de Ávila Muñoz, Dünya Turizm Örgütü (UNWTO) Kırsal Kalkınma için Turizm Programı Küresel Müdürü

İspanya'da turizm, ekonominin temel direklerinden biri ve ekonomik ve sosyal kalkınmanın önemli bir itici gücü olmaya devam etti. 2019'da İspanya, art arda yedi yıl boyunca Fransa'dan sonra dünyanın en çok ziyaret edilen ikinci ülkesi oldu ve 83,7 milyon turist kaydetti (bu aynı zamanda ülkedeki rekor rakamların art arda yedinci yılıydı). Aynı zamanda, Amerika Birleşik Devletleri'nden sonra art arda sekizinci yıl turizmden elde edilen en fazla gelire sahip dünyanın ikinci ülkesi oldu.

Öte yandan aynı yıl Dünya Ekonomik Forumu'nun iki yılda bir yayınladığı Seyahat ve Turizm Rekabet Edebilirlik Endeksi'nde İspanya 140 ülke arasında ilk sırada yer aldı. 2015 ve 2017 yıllarında da bu görevi üstlendi.

Aynı zamanda turizm sektörü, sektördeki tüm üretim ve tüketim süreçlerini yıkıcı bir şekilde etkileyen dijital bir devrime dalmıştır. Online rezervasyonlar, toplam küresel seyahat rezervasyonlarının %50'sini oluşturuyor ve bir bütün olarak turizm pazarından iki kat daha hızlı büyüyor.

Benzer şekilde, mobilite devrimi de doğası gereği esas olarak dijital olmuştur ve bu da mobil cihazlar tarafından sunulan turizm hizmetlerinde katlanarak bir artışa yol açmıştır. Online seyahat rezervasyonlarının pazar payı 2015'te %9'dan 2017'de %35'e yükseldi ve sadece iki yılda %288'lik bir büyüme kaydetti. Aynı zamanda, küresel gezginlerin %83'ü zaten mobil cihazlarıyla seyahat ediyordu ve bu da onu yolculuğun her aşamasında önemli bir unsur haline getiriyor.

Bununla birlikte, birçok kişi, turizm faaliyetlerindeki bu devam eden büyümeyi, şehirlerine göç eden sakinler üzerindeki olumsuz etkisi ve çevre üzerindeki etkisi nedeniyle kontrolsüz bir tehdit olarak gördü. Böylece birçok ülkede "turizm fobisi" akımlarının ortaya çıktığını gördük. Az ya da çok sağlam temellere dayanan argümanlarla, turist faaliyetini eleştiren ve reddeden gruplar.

Bu nedenle sürdürülebilirlik, herhangi bir turizm geliştirme modelinde zaten önemli bir araç olarak görülüyordu ve Turizm Bakanlığı'nın 2012 yılında EĞİTİT aracılığıyla başlattığı Akıllı Turist Destinasyonu modelinin ana eksenlerinden biriydi. Bu, İspanya'yı, Sürdürülebilirliğin tüm yönleriyle herhangi bir stratejinin merkezi olarak kabul edildiği bir turizm geliştirme modeline ve metodolojisine sahip dünyadaki ilk ülke haline getirdi ve Erişilebilirlik, göstergelere ve verilere dayalı Yönetişim modellerini uygulamak için Teknoloji ve İnovasyon ile birleştirildi. zaman içinde sürdürülebilir modellerin elde edilmesini ve sürdürülmesini mümkün kılacak, insana ve çevreye saygılı ("Akıllı Turistik Destinasyonlar: geleceği inşa etmek", EĞİTİT, 2015).

Şu anda, son derece dijitalleşmiş bir turistin baskın olduğu, tükettiği bilgilerle talepte bulunduğu, destinasyonların sağlık koşulları ve çevre üzerindeki etkileri konusunda çok endişeli olduğu turizm tüketim modellerinde derin değişiklikler gözlemleniyor. Ve markalar, kendilerini bu ilkelerle uyumlu hale getirmeleri ve yalnızca çevresel etkilerini azaltmakla kalmayıp, aynı zamanda toplum için daha fazla ekolojik değer yaratmaları gerektiğinin giderek daha fazla farkına varıyor.

Bu nedenle, modeldeki bu gerekli değişikliğe eşlik edecek yeni kamu politikalarına ihtiyaç duyulan yeşil ve sorumlu turizmde yeni bir yönetim, planlama ve yatırım çağıyla karşı karşıyayız. Faaliyetin gerçekleştiği bölgelerin her birinin sosyal, kültürel, ekonomik ve çevresel kalkınmasına hizmet eden bir turizm modeli. Çevrenin doymak bilmez bir tüketicisi olmaktan, küresel olarak diğer üretim sektörleri için bir referans noktası olan ekolojik ve sosyal sermayenin yaratıcısı olmaya giden bir model.

Şu anda yeni bir Sürdürülebilir Turizm Çağı açılıyor. Bu yeni dönem, destinasyonların ekolojik ve sosyal sermayesine saygı gösterilmesi ve artırılması modeline ve her düzeyde kamu sektörü ile özel sektör arasında etkili bir ortak yönetim yönetişim modeline dayanmalıdır. Ve bu model şüphesiz sürdürülebilirlik politikalarının doğru uygulanmasında ölçüm yapabilmek, kontrol edebilmek ve güven oluşturabilmek için gerekli teknolojiyi entegre etmek zorunda kalacaktır. Öte yandan, gerekli sosyal uyumu sağlamak için yerel toplum ve üretken ekosistem ile mümkün olduğunca diyalogu teşvik etmelidir.

Bu anlamda, İspanya önümüzdeki yıllarda turizm faaliyetine liderlik etmeye devam etmek istiyorsa, destinasyonlar, şirketler ve turizm kurulları önümüzdeki yıllarda üç şekilde tanınacak ve/veya ödüllendirilecektir:

Yeni kamu politikaları aracılığıyla, çoğu kamu-özel işbirliğine dayanan sürdürülebilir kalkınma modellerini tanıyan ve bu yeni turizm sürdürülebilirliği modeli için vergi teşvikleri sağlayan (veya uymayanları cezalandıran) hükümetler ve kurumlar.

Turizm faaliyetinin sosyal ve çevresel etkilerinin çok farkında olan tüketiciler.

Sadece bu çizgide halihazırda çalışanlarla işbirliği yapmak isteyen şirket ve kurumların varlığı.

Özetle, yakın gelecek için öncü ve sürdürülebilir modellerin uygulanması için üç temel ilkeden bahsedebiliriz:

Kamu sektörünün politikalarını modernize etmesi ve Paris uyumlu bir ekonomiye geçişi kolaylaştırmak, dijitalleşmeyi, Ar-Ge'ye yatırımı vb. teşvik etmek için gerekli altyapıyı oluşturması gerekiyor.

Turizm endüstrisinin dünyanın en büyük yeşil sermaye üreticisi olması bekleniyor. "Sıfır emisyonlu" bir dünyaya ulaşmak için yeşil sermaye yaratan, karbon tutma için doğal çözümler üreten (ki bu yapılacak en kolay ve en uygun şey) endüstrilere ihtiyacımız var. Turizm endüstrisi, ekonomik ve sosyal üretimin çok ötesinde, bu değer yaratma rolünü oynamalıdır. Bir bütün olarak ekonomi için değer yaratmaktan bahsediyoruz.

Şirket içi veya destinasyonlardaki tüm süreçlerin gerekli dijitalleşmesi. Bunu yapmak için, hedeflerimize ulaşmamıza yardımcı olan verileri elde etmek ve analiz etmek ve yönetimimizin savunduğumuz ve müşterilerimizin aradığı ilke ve değerlerle uyumlu olup olmadığını bilmek gerekir.

Ve teknoloji, şüphesiz, sürdürülebilir bir yönetim modeline dayalı herhangi bir stratejide önemli bir faktör olacaktır. Turizmin istilacı bir faaliyet olarak değil, ekolojik sermayenin ve sosyal uyumun yaratıcısı olarak görüldüğü bir model.

Bu anlamda, teknolojiyi turizmin dijitalleşmesi ve sürdürülebilirliği için temel araç olarak düşünürsek, son zamanlarda teknolojilerin (Yapay Zeka ve Makine Öğrenimi, 5G iletişimi, blok zinciri teknolojisi, Greentech ve Nesnelerin İnterneti gibi) hızlandırılmış bir yakınsamasını görüyoruz. Bu teknolojiler, turizmin yeniden etkinleştirilme aşamasını düzgün bir şekilde yönetmek için çok sayıda fırsat sunuyor, sadece sağlık güvenliği kavramlarını değil, aynı zamanda destinasyonlardaki çevresel ve sosyal sürdürülebilirlik kavramlarını da güçlendiriyor, böylece belirli kitlesel turizm geliştirme modellerine geri dönmek için, pandemi öncesi ve çevrenin ve yerel toplumların yırtıcılığı (turizm fobisi).

Bu nedenle, pandemiden önce bile durum, turizm işletmelerinin teknolojik olarak uyum sağlamasını ve sürdürülebilir bir şekilde rekabetçi olabilmesini gerektiriyorsa, Covid-19'un yarattığı bağlam bu ihtiyacı daha da artırdı ve hızlandırdı.

Öte yandan, buldukları coğrafi ortama bağlı olarak farklı zorluklar ve fırsatlar vardır. Kentsel destinasyonlar ve şehirlerde bulunan turizm işletmeleri, kırsal/doğal veya uzak bölgelerde bulunanlara göre dijital altyapıya daha kolay erişimden yararlanabilir ve iş ortaklıkları için daha fazla fırsata sahip olabilir. Bu nedenle, kırsal ve seyrek nüfuslu alanlarda dijital altyapının oluşturulmasına yatırım yapacak kamu politikalarına ihtiyaç vardır.

Stratejinin tanımlanması ve aşağıdaki unsurları dikkate alan ortak bir eylem planının hazırlanması meselesidir: Enerji, su, geri dönüşüm, atık, döngüsel ekonomi, sıfır atık politikaları, hareketlilik, orman alanlarının, kıyıların ve deniz ortamlarının yönetimi gibi unsurların yönetimini içeren **çevre yönetimi ve sosyal etki için önlem ve göstergeleri tanımlamak**, tarım ve hayvancılık, kaliteli istihdam, kapsayıcılık ve erişilebilirlik politikaları, okullaşma ve eğitim düzeyi, kültürel faaliyet, sağlık vb.

Bilginin sayısallaştırılması. Hedefte gerçekleştirilen tüm faaliyetlerin verilerinin işlendiği ve görüntülediği dijital bir araca sahip olun. Bu veriler, tüm sektörlerden gelen bilgilerle çapraz referanslanmalıdır: turizm, ulaşım, şehir planlama, hareketlilik, kültür, sağlık, ekonomi vb.

CO2 emisyonlarını azaltmak ve dengelemek için özel önlemler. CO2 emisyonlarının ölçülmesi, azaltılması ve dengelenmesi birçok şirket için zaten bir zorunluluktur. Avrupa Birliği, 2030 yılına kadar üye ülkelerdeki emisyonları büyük ölçüde azaltmayı hedefliyor ve bu amaçla kirletici şirketler için yüksek vergilendirme politikası geliştirmeyi planlıyor. Ve böylece şirketler ve turistik yerler için olacak.

Kısacası, İspanya'da sektörün yeniden canlanmasını hızlandırmak ve liderliğini ve gelecekteki karlılığını sağlamak için, her seviyedeki şirket ve bölgeyi dikkate alan, teknoloji ile el ele çok net bir "veriye dayalı" yönetim stratejisi tasarlamak gerekiyor. Ancak bu şekilde önümüzdeki yıllarda da dünyadaki turizm faaliyetlerine öncülük etmeye devam edeceğiz¹⁵.

9. DIJİTAL VE AKILLI TURİZM: TÜRKİYE.

Dijitalleşme girişimleri:

Türkiye, dijital teknolojileri turizm sektörüne entegre etmek için çaba sarf etti. Bu, bilgi yayma için dijital platformların benimsenmesini, çevrimiçi rezervasyon sistemlerini ve turistik yerleri tanıtmak için dijital pazarlama stratejilerinin kullanılmasını içerir.

Akıllı Destinasyon Stratejileri:

Genel ziyaretçi deneyimini iyileştirmek için teknolojiden yararlanan akıllı destinasyonlara

¹⁵ Antonio López de Ávila Muñoz, Küresel Müdür, Kırsal Kalkınma için Turizm Programı Dünya Turizm Örgütü (UNWTO)

yönelik küresel bir eğilim var. Türkiye, erişilebilirliği, bağlanabilirliği ve sürdürülebilirliği iyileştirmek için dijital yenilikleri içeren akıllı turizm destinasyonları kavramını araştırıyor.

Sürdürülebilirlik Uygulamaları:

Turizmde sürdürülebilirliğin önemi dünya çapında kabul edilmiştir ve Türkiye de bir istisna değildir. Doğal ve kültürel mirasın korunması, atık yönetimi ve toplum katılımı dahil olmak üzere sürdürülebilir turizm uygulamalarını teşvik etmek için çaba sarf edilmektedir.

Hükümet Girişimleri:

Türkiye'de Kültür ve Turizm Bakanlığı gibi devlet kurumları, dijital ve sürdürülebilir turizm ortamının şekillendirilmesinde çok önemli bir rol oynamaktadır. Sorumlu turizmi ve dijital teknolojilerin entegrasyonunu teşvik etmek için politikalar ve girişimler geliştirilmektedir.

Pandemi ve Dijital Yanıt:

Diğer birçok ülke gibi Türkiye de temassız ödemeler, dijital sağlık sertifikaları ve her türlü çevrimiçi rezervasyon sistemi gibi sağlık ve güvenlik önlemlerini destekleyen teknolojilere daha fazla odaklandı.

Türkiye, Seyahat ve Turizm (T&T) sektörünü tanıtmak için elverişli bir ortama sahiptir, ancak çeşitli sürdürülebilirlik zorluklarıyla karşı karşıyadır. Seyahat ve turizm sektörü, Türkiye'de önemli bir ekonomik dayanaktır. Ülkenin gayri safi yurtiçi hasılasına (GSYİH) %11 ve toplam istihdama %9,2 katkıda bulunur.¹⁶

2019 yılında turizm, Türkiye'de 2,6 milyon istihdam yaratarak bölgesel ve kırsal kalkınmayı hızlandırdı. 2023'ün sonunda uluslararası turizm talebinin tamamen toparlanması bekleniyor. Ancak Türkiye'de turizm, COVID-19 salgınından çok etkilendi. Resmi rakamlar, 2020 yılında bir önceki yıla göre ziyaretçi sayısında %69'luk bir düşüş ve turizm gelirinde %65'lik bir kayba işaret ediyor.

¹⁶ Türkiye'de seyahat ve turizmin gelişmesine öncülük etmek. AÇIK ÇEK. Eylül 2023. Dünya Ekonomik Forumu.

Bu bağlamda, Türk T&T (seyahat ve turizm) paydaşları, turizmin geleceğini yeniden düşünmek ve gelecekteki büyümeyi sürdürülebilirliğe dayandırmak da dahil olmak üzere, büyümeyi teşvik etmek için sektörün gelişimini ve ülkenin rekabet edebilirlik stratejilerini yeniden değerlendirmek zorunda kaldılar. T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2020 yılında COVID-19 salgınının neden olduğu yeni gelişmeler ışığında stratejisini rekabetçilik ve sürdürülebilirliğe odaklanarak revize ederek bu değişimi başlatmıştır. Hükümet, sektörün çevresel performansının iyileştirilmesi de dahil olmak üzere yalnızca rekabetçi, sürdürülebilir ve kapsayıcı bir turizm sektörü yaratmayı değil, aynı zamanda turizmin bölgesel kalkınma için bir araç olarak kullanılmasını sağlamayı ve tüm ziyaretçilerin turizm ürün ve hizmetlerine tam erişimini sağlamayı amaçlamaktadır. Bu amaçla Kültür ve Turizm Bakanlığı, Türkiye'de sürdürülebilir turizm politikalarını ve girişimlerini yeniden tasarlamak için çeşitli yerel, ulusal ve uluslararası paydaşlar ve akademik kurumlarla işbirliği yapmaktadır.

T&T sürdürülebilirliği ile ilgili olanlar da dahil olmak üzere T&T ekonomisinin güçlü yönlerinin ve zorluklarının daha iyi anlaşılması, Turizm Master Planı gibi stratejilerin bilgilendirilmesine yardımcı olabilir. Dünya Ekonomik Forumu'nun Seyahat ve Turizm Gelişim Endeksi (TTDI) 2021, Türkiye'de T&T'nin güçlü yönlerini, zorluklarını ve iyileştirme fırsatlarını belirlemeye yardımcı olacak yararlı bir araçtır. 2021 endeksinin sonuçları, sektörün yerel topluluklar için faydaları en üst düzeye çıkarabilmesi için T&T sektörünün pandemiden sonra kapsayıcı, sürdürülebilir ve dayanıklı bir şekilde yeniden inşa edilmesi gerektiğinin altını çizdi. Buna ek olarak, TTDI'nin özellikle T&T sürdürülebilirliğine odaklanan üç ayağı vardır: Çevresel sürdürülebilirlik; dayanıklılık ve sosyo-ekonomik koşullar; ve T&T Talep Baskısı ve Etkisi.

COVID-19 salgınının olumsuz etkisine rağmen, TTDI sonuçları, Türkiye'nin T&T'nin gelişimini sağlama yeteneğinin son yıllarda iyileştirdiğini ve endeksinin 2019'da 49. sıradan 2021'de 45. sıraya yükseldiğini gösteriyor. Türkiye, küresel ekonomik muadilleri olan üst-orta gelirli ülkeleri geride bırakmakta ve Türkiye'nin ait olduğu Akdeniz havzası ekonomilerinin ortalamasına yaklaşmaktadır.

9.1. Türkiye'de T&T sürdürülebilirliğinin zorlukları¹⁷

Seyahat ve Turizm Gelişim Endeksi'nin (TTDI) sonuçları, Türkiye'nin T&T sürdürülebilirliği söz konusu olduğunda çeşitli zorluklarla karşı karşıya olduğunu

¹⁷ Türkiye'de seyahat ve turizmin gelişmesine öncülük etmek. AÇIK ÇEK. Eylül 2023. Dünya Ekonomik Forumu.

göstermektedir; Bunları ele almak, sektörün uzun vadeli rekabet gücü ve gelişimi için çok önemli olacaktır.

Bu zorluklar çoğunlukla çevresel sürdürülebilirlik, turizm talep yönetimi ve T&T sektörünün kapsayıcı ekonomik kalkınmayı sağlama kapasitesini geliştirme ihtiyacı ile ilgilidir.

9.2. Çevresel sürdürülebilirlik¹⁸.

Türkiye'de T&T sektörünün uzun vadeli refahı, iklim değişikliği, kirlilik ve çevresel bozulma karşısında direncin ele alınmasına ve geliştirilmesine bağlıdır. Ülke, ülkenin doğal varlıkları ve ilgili faaliyetleri için artan sayıda çevrimiçi aramanın (2019'da 38. sıradan 2021'de 21. sıraya) gösterdiği gibi, doğa temelli turizm için güçlü bir talep yaratmaya katkıda bulunan çok sayıda ekolojik bölge (13.) ile örneklenen çeşitli ve zengin bir ekosisteme sahiptir. Bununla birlikte, 102. sırada yer alan ekonomi, TTDI'nin çevresel sürdürülebilirlik ayağı için ortalamasının altında puan alıyor. Sonuç olarak, ekonominin destinasyonları ve turizm üreten doğal kaynakları en çok risk altındadır. Örneğin, Türkiye, Ege ve Akdeniz kıyılarının çoğu yüksek stres altında ve orta ila yüksek su tükenmesi riski altında olduğu için su stresi endeks ortalamasının %20'den fazla altında puan almaktadır. İklim değişikliği ve insani gelişme, ülkenin popüler sahil destinasyonlarının tatlı su kaynakları üzerinde baskı oluşturduğundan, bu önemli bir endişe kaynağıdır. Ormansızlaşma, kuraklık, orman yangınları ve hava kirliliği (Dünya Sağlık Örgütü tavsiyelerini aşan) doğa turizmi için ek riskler oluşturmaktadır. TTDI sonuçları, ormansızlaşmanın son yıllarda hızlandığını gösteriyor (2019'da 41. sıradan 2021'de 43. sıraya). Ortalamasının altında doğa koruma algısı (98.) ve işletmelerin çevre ve doğa üzerindeki etkisi (82.) de doğa koruma çabalarının iyileştirilmesine yönelik kapsama işaret edebilir. Kapsayıcı kalkınma ve talep yönetimi TTDI, yaygın ekonomik faydalar elde etmek için T&T sektörünün potansiyelinin kullanımının daha da geliştirilebileceğini vurgulamaktadır. Turizmdeki aşırı büyüme, aşırı kalabalık, kaynakların zarar görmesi, altyapının zorlanması, konut fiyatlarının artması ve bölge sakinleri için yaşanabilirliğin azalması gibi sorunlara yol açabilir. Ele alınmadığı takdirde, bu tür sorunlar bölge sakinlerinin turizme karşı tepkisine yol açabilir, ziyaretçi memnuniyetini azaltabilir ve destinasyonun genel çekiciliğini azaltabilir.¹⁷ Türkiye'nin TTDI'si, aşırı kalabalık ve talep oynaklığı risklerini gösteren talep baskısı ve etki sütunu açısından 103. sırada yer alıyor. Ülke, yüksek mevsimsellik (96.), kısa kalış süresi (65.) ve

¹⁸ Türkiye'de seyahat ve turizmin gelişmesine öncülük etmek. AÇIK ÇEK. Eylül 2023. Dünya Ekonomik Forumu.

aşırı kalabalık riskleri gibi zorluklarla boğuşuyor ve algılar daha iyi coğrafi dağılıma (96.) ve şehir merkezi kalabalığında azalmaya (80.) ihtiyaç duyulduğunu gösteriyor. Örneğin, uluslararası turist varışları 2010'dan 2019'a kadar %60'tan fazla artarken, sektörün yoğunluğunun çoğu birkaç bölgede bulunuyor. Antalya ve İstanbul tek başına tüm turistlerin yaklaşık %50'sini ve uluslararası ziyaretçilerin %80'ini oluşturuyor ve bu destinasyonlar otel yataklarının %48'ini işgal ederek turizm altyapısının yoğunlaşmasına yol açıyor.

Türkiye ayrıca dayanıklılık ve sosyo-ekonomik koşullar sütununda ortalamanın altında puan alıyor (77.). İşgücünün fırsat eşitliği algısının düşük olması (100.), cinsiyet eşitsizliği (59.), işçi hakları (83.) ve istihdamda, eğitimde veya öğretimde olmayan gençlerin ortalamanın üzerinde olması (86.) gibi zorluklar, T&T sektörünün vasıflı ve üretken işgücüne erişimini azaltmakta, sektörün dinamizmini ve gelecekteki olası şoklara karşı direncini azaltmaktadır.¹⁹ Özellikle, ülkenin kadın işgücünün katılımını artırma ihtiyacı açıktır. Kadınlar T&T sektöründeki istihdamın sadece %23,1'ini oluştururken, bu oran G20 ortalaması olan %46,4'ün çok altındadır.²⁰ Sonuç olarak, sektör önemli bir işgücü kaynağından mahrum kalırken, aynı zamanda sosyo-ekonomik kalkınma potansiyelini de sınırlamaktadır. Mikro, küçük ve orta ölçekli işletmelere (MKOBİ'ler) yönelik destek, kapsayıcı ve dayanıklı bir T&T sektörü sağlamanın da anahtarıdır. T&T ile ilgili işletmelerin çoğu MKOBİ'lerdir ve bu nedenle turizm talebindeki uzun süreli düşüşlerden ve kapanmalardan sağ çıkma araçlarına sahip değildir, bu da onları COVID-19 gibi ters rüzgarların etkisinden orantsız bir şekilde risk altında hale getirir.

9.3. T&T'nin sürdürülebilirlik zorluklarını ele alma çabaları¹⁹

Daha önce de belirtildiği gibi, Türk hükümeti T&T'nin sürdürülebilir kalkınmasını 2028 Turizm Master Planı'na entegre etti ve T&T'nin sürdürülebilirlik zorluklarını ele almayı amaçlayan çeşitli stratejiler ve girişimler başlattı. Türkiye, dünyanın en fazla üçüncü Mavi Bayraklı plajına ev sahipliği yapıyor ve doğal kaynakların korunmasına odaklanıyor. Çevre Eğitim Vakfı tarafından yönetilen Mavi Bayrak tanıma sistemi tarafından sertifikalandırılan plajlar, sağlık riskleri ve doğal çevrenin korunması için düzenli su analizi gibi katı çevre standartlarını karşılamaktadır.²² Turizmin geliştirilmesinin faydalarının daha geniş bir şekilde paylaşılmasını sağlamaya yardımcı olmak için, Türkiye Turizm Tanıtım ve Geliştirme Ajansı (TGA), Tanıtım ve Geliştirme Programını oluşturmuştur. özel sektör, akademi ve sivil toplum ile Türkiye'nin 81 ilinin tamamının

¹⁹ Türkiye'de seyahat ve turizmin gelişmesine öncülük etmek. AÇIK ÇEK. Eylül 2023. Dünya Ekonomik Forumu.

turizm potansiyelini geliştirmeyi, destinasyonların ulusal ve uluslararası alanda daha etkin tanıtımını sağlayarak destinasyonların dijital görünürlüğünü artırmayı ve il tanıtımında sinerji ile markalaşma süreçlerini güçlendirmeyi hedefliyor.

Kültür ve Turizm Bakanlığı ile Milli Eğitim Bakanlığı, işgücü açığının giderilmesi, genç istihdamının teşvik edilmesi ve kapsayıcı kalkınmanın artırılması amacıyla, konaklama ve seyahat hizmetleri, yemek hizmetleri ve eğlence sektörlerinde öğrenim gören öğrencilerin T&T işletmelerinde eğitim ve staj yapmalarını zorunlu kılan bir protokol imzalamıştır.23 Türkiye Turizm Acentası, aynı zamanda Sürdürülebilir Turizm Programı'nı başlattı. Küresel Sürdürülebilir Turizm Konseyi (GSTC) ile ortaklaşa tasarlanan bu girişim, T&T konaklama yerlerini, seyahat acentelerini, tur operatörlerini ve destinasyonları, GSTC tarafından belirlenen sürdürülebilir turizm için uluslararası kabul görmüş standartları kapsayan sürdürülebilir turizm doğrulaması ve sertifikasyonu almaya teşvik ediyor.

Programın çok aşamalı uygulanması kapsamında, Türkiye'deki tüm konaklama tesislerinin 2023 yılı sonuna kadar belirlenen standartların %30'una uyum sağlayacakları anlamına gelen birinci aşama sürdürülebilir turizm doğrulamasını almış olmaları gerekmektedir.

İkinci fazın 2025 yılında tamamlanması ve konaklama tesislerinin standartların %70'ini ve son olarak 2030'daki üçüncü fazın sonuna kadar tesislerin karşıladığı standartların %100'ünü karşılaması bekleniyor. Bu uygulamayı takiben, Türkiye'deki yaklaşık 22.000 konaklama tesisinin tamamının sürdürülebilirlik performanslarını izlemesi, ölçmesi, iyileştirmesi ve yönetmesi, sağlanan verilerin politika yapımcıların, yatırımcıların ve işletmelerin sürdürülebilirlik performansını izlemesine ve karşılaştırmasına olanak tanıyacak gösterge tablolarına entegre edilmesi bekleniyor.

Türkiye'nin T&T sektörü toparlanırken, büyük verinin kullanılması, ülkeyi turizmde sürdürülebilir bir geleceğe doğru yönlendirmeye yardımcı olacaktır. Türkiye'nin T&T sektörünün COVID-19'dan toparlanması ve ekonomideki hayati rolü, sürdürülebilir kalkınma ihtiyacının altını çiziyor. Ülkenin politika yapımcıları bunu 2028 Turizm Master Planı'nda ve Türkiye'nin Sürdürülebilir Turizm Programı gibi girişimlerde kabul ettiler. Büyük veri, T&T'nin ekonomik, sosyal ve çevresel etkilerini ölçmek ve izlemek için yeni çözümler sunarak, politikaları bilgilendirmeye ve sektörün ülke için refah yaratma potansiyelini en üst düzeye çıkarmaya yardımcı olur. Bununla birlikte, bu potansiyelin farkına varmak, BİT altyapısı, beceriler, düzenleyici çerçeveler ve veri gizliliği gibi alanlara daha fazla dikkat ve yatırım gerektirir.

Buna ek olarak, turizmin karmaşık ve parçalı doğası ve veri ekosisteminin çeşitliliği, sürekli çok paydaşlı işbirliğini gerektirmektedir. Politika yapıcılarının, T&T'nin sürdürülebilirlik stratejilerini ve büyük verinin tüm potansiyelinden yararlanma çabalarını oluşturmak ve uyumlu hale getirmek için birden fazla kurum, şirket, uluslararası kuruluş, akademi ve yerel toplulukla birlikte çalışması gerekiyor.

10. Akıllı ve Sürdürülebilir Turizm – Zorluklar ve Fırsatlar.

Analiz edilen her ülkede (İtalya, İspanya ve Türkiye) turizm sektöründe dijitalleşmenin durumunu daha iyi anlamak için İtalya, İspanya ve Türkiye'de Akıllı ve sürdürülebilir turizm için zorlukların ve fırsatların bütünsel değerlendirmesi için 10 önemli husus belirledik. Bunlar:

1. Sahil turizmine bağımlılık (turizmin çeşitlendirilmesi),
2. Piyasa bağımlılığı (piyasa çeşitlendirmesi),
3. Mevsimsellik ve kentsel yoğunluk (kitle turizmi),
4. Modası geçmiş tatil destinasyonları (yenilikçi ve dirençli turizm),
5. Kırsal turizm potansiyeli (eko-sürdürülebilirlik),
6. Dijital Uçurum ve Çalışma Koşulları (Dijital Eğitim),
7. Dijitalleşmenin zorlukları (yenilikçi kanallar),
8. Gelişen teknolojiler (teknolojik yenilik),
9. Kamu-Özel Sektör Koordinasyonu (sinerji ve ortaklıklar),
10. Dijital inovasyondaki eşitsizlikler (finansman arayışı).

10.1. İTALYA

a. Güneşe ve deniz turizmine bağımlılık:

İtalya, özellikle kıyı bölgelerinde güneş ve plaj turizmine önemli ölçüde bağımlıdır. Turizm teklifini bu segmentin ötesinde çeşitlendirmek, sürdürülebilir büyüme için çok önemlidir.

b. Pazara Bağımlılık:

İtalyan turizm sektörü, Amerika Birleşik Devletleri, Almanya ve Birleşik Krallık gibi kilit pazarlara büyük ölçüde bağımlıdır. Bu bölgelerdeki ekonomik ve jeopolitik faktörlerin İtalyan turizm endüstrisi üzerinde önemli bir etkisi olabilir.

c. Mevsimsellik ve kentsel doyunluk:

Özellikle Roma ve Venedik gibi şehirlerde mevsimsel dalgalanmalar ve kentsel doyunluk, İtalya'daki en büyük zorluklardır. Bu yönlerin yönetimi, dengeli ve sürdürülebilir bir turizm modeli için esastır. Online rezervasyonlar, yoğun sezonlarda bekleme sürelerini ve dolayısıyla doyunluğu büyük ölçüde kolaylaştırdı.

d. Modası geçmiş tatil yerleri:

İtalya, tarihi turistik yerlerin rekabet gücünü korumada zorluklarla karşı karşıyadır. Birçoğu kitle turizmi nedeniyle bariz bir bozulma yaşayan bu alanları çekici ve alakalı tutmak için koruma çabalarına ve yeniliğe ihtiyaç vardır.

e. Kırsal turizmin potansiyeli:

Kırsal konaklama tesislerinin büyümesine rağmen, İtalya kırsal turizmi uygulanabilir bir ekonomik alternatif olarak kurmak için çalışmalı ve sadece kıyı bölgelerinin değil, iç bölgelerin kalkınmasına katkıda bulunmalıdır. Yemek ve şarap turizmi de yerel kalkınma için önemli bir kaynaktır.

f. Dijital Uçurum ve Çalışma Koşulları:

İtalya'daki KOBİ'ler dijital alanda da zorluklarla karşılaşabilir, bu da görünürlüğü ve bağlantılı müşterilerin taleplerini karşılama becerisini etkileyebilir. Özellikle kadınlar için dijital eğitim ve çalışma koşullarına dikkat edilmesi çok önemlidir.

g. Dijitalleşmenin zorlukları:

Müşteri etkileşimleri yüksek düzeyde dijitalleşme gösterse de, İtalya teknoloji sermayesi, Ar-Ge'ye yatırım ve işgücü hazırlığı açısından hala büyük zorluklarla karşı karşıya.

h. Gelişen Teknolojiler:

Gelişmekte olan ve genişleyen teknolojilerin gecikmeli olarak benimsenmesi, İtalyan turizm sektöründe yeniliği engelleyebilir. Teknik profillerin dahil edilmesini teşvik etmek, ilerleme için kritik öneme sahiptir.

i. Kamu-Özel Sektör Koordinasyonu:

Kamu ve özel sektör arasındaki zayıf koordinasyon, İtalya'nın günlük turizm işinde teknolojik çözümlerin uygulanmasını engelleyebilir. Turizm Bakanlığı, bu 2024 için²⁰ ülke genelinde turizm sektöründeki stratejik ittifakları güçlendirmeyi amaçlıyor.

j. Dijital İnovasyonda Eşitsizlik:

İtalya'daki büyük şirketlerin dijital inovasyonu yönlendirdiği, mikro ve küçük işletmelerin ise düşük dijital bilgi ve finansman nedeniyle zorluklarla karşı karşıya olduğu açıktır. Dijital eşitsizlikleri azaltmak için İtalyan turizm KOBİ'lerinin dijital eğitimini teşvik etmek önemlidir.

10.2. İSPANYA

a. Güneşe ve deniz turizmine bağımlılık:

İspanya, son derece başarılı olan ancak kar marjı kaybı olasılığı karşısında daha verimli olması için güçlendirilmesi gereken güneş ve plaj turizmine büyük bir bağımlılıkla karşı karşıyadır.

b. Pazara Bağımlılık:

Uluslararası ziyaretçilerin %50'sinden fazlasını oluşturan Birleşik Krallık, Fransa ve Almanya gibi belirli pazarlara olan ağır bağımlılık, İspanya'yı bu ülkelerdeki ekonomik veya jeopolitik değişikliklerle ilişkili risklere maruz bırakmaktadır.

c. Mevsimsellik ve kentsel doygunluk:

Yukarıda belirtilen bağımlılıklardan türetilen İspanyol turist teklifinin tüketiminin yüksek mevsimselliği bir zorluğu temsil etmektedir. Ek olarak, turist inşaatının sürekli büyümesi nedeniyle kentsel destinasyonların doygunluğu, turist deneyimini olumsuz etkileyebilir.

d. Modası geçmiş tatil yerleri:

Bazı öncü turistik yerlerin eskimesi, İspanya'nın sektördeki rekabet gücünü etkilemektedir. Bu yerlerin çekiciliğini korumak için koruma ve yenilik şarttır.

²⁰ <https://www.ministeroturismo.gov.it/wp-content/uploads/2022/07/Piano-Performance-Def-6.6.22.pdf>

e. Kırsal turizmin potansiyeli:

Son 15 yılda kırsal konaklamadaki artışa rağmen, İspanya'daki kırsal turizm hala birçok iç bölge için uygun bir ekonomik alternatif olarak kendini kanıtlamak için mücadele ediyor.

f. Dijital Uçurum ve Çalışma Koşulları:

Dijital alanda görünür olmadıkları veya yeni bağlantılı müşterinin taleplerini karşılayamadıkları için birçok KOBİ'yi turizm faaliyetlerinden dışlayan dijital uçurum bir zorluktur. Buna ek olarak, özellikle kadınları etkileyen sektördeki çalışma koşullarının artan güvencesizliği büyüyen bir endişe kaynağıdır.

g. Dijitalleşmenin zorlukları:

Müşteri etkileşimleri yüksek düzeyde dijitalleşme gösterse de, İspanya teknoloji sermayesi, Ar-Ge'ye yatırım ve işgücünün hazır olması açısından zorluklarla karşı karşıya.

h. Gelişen Teknolojiler:

Gelişmekte olan ve genişleyen teknolojilerin benimsenmemesi, İspanyol turizm sektöründe yeniliği engelleyebilir.

i. Kamu-Özel Sektör Koordinasyonu:

Kamu ve özel sektör arasındaki koordinasyon eksikliği, günlük turizm işlerinde teknolojik çözümlerin uygun şekilde uygulanmasını engelleyebilir.

j. Dijital İnovasyonda Eşitsizlik:

Ayrıca İspanya'da, dijital inovasyona en çok bağlı şirketlerin büyük ve çok uluslu olma eğiliminde olduğu, mikro ve küçük işletmelerin ise bilgi ve/veya finansman eksikliği nedeniyle geride kaldığı gözlemleniyor.

10.3. TÜRKİYE

a) Güneşe ve deniz turizmine bağımlılık:

Türkiye, İspanya ve İtalya gibi, özellikle Türk Rivierası boyunca güneş ve plaj turizmine büyük ölçüde güveniyor. Turizm tekliflerini çeşitlendirme çabaları, uzun vadeli sürdürülebilirlik için çok önemlidir.

b) Pazara Bağımlılık:

Türkiye'nin turizm sektörü, Rusya, Almanya ve Birleşik Krallık dahil olmak üzere kilit pazarlara bağlıdır. Bu bölgelerdeki ekonomik ve jeopolitik faktörler, Türkiye'nin turizm endüstrisi üzerinde önemli bir etkiye sahip olabilir.

c) Mevsimsellik ve kentsel doygunluk:

Özellikle İstanbul gibi şehirlerde mevsimsel dalgalanmalar ve kentsel doygunluk, İspanya ve İtalya ile paylaşılan zorluklardır. Bu yönlerin yönetimi, dengeli ve sürdürülebilir bir turizm modeli için esastır.

d) Modası geçmiş tatil yerleri:

Türkiye, tarihi turistik yerlerin rekabet gücünü korumada zorluklarla karşı karşıyadır. Bu siteleri çekici ve alakalı tutmak için koruma çabalarına ve yeniliğe ihtiyaç vardır.

e) Kırsal turizmin potansiyeli:

İspanya ve İtalya'ya benzer şekilde, Türkiye'nin de kırsal turizm potansiyelini keşfetmesi ve tanıtması, iç bölgelerin ekonomik kalkınmasına katkıda bulunması gerekiyor.

f) Dijital Uçurum ve Çalışma Koşulları:

Türkiye'deki KOBİ'ler dijital alanda zorluklarla karşılaşabilir, bu da görünürlüğü ve bağlantılı müşterilerin taleplerini karşılama becerisini etkileyebilir. Özellikle kadınlar için çalışma koşullarına dikkat etmek çok önemlidir.

g) Dijitalleşmenin zorlukları:

Müşteri etkileşimleri yüksek düzeyde dijitalleşme gösterse de, İspanya ve İtalya gibi Türkiye, teknoloji sermayesi, Ar-Ge'ye yatırım ve işgücünün hazır olma durumu açısından zorluklarla karşı karşıyadır.

h) Gelişen Teknolojiler:

Gelişmekte olan ve genişleyen teknolojilerin geç benimsenmesi, Türk turizm sektöründe inovasyonu engelleyebilir. Teknik profillerin dahil edilmesini teşvik etmek, ilerleme için kritik öneme sahiptir.

i) Kamu-Özel Sektör Koordinasyonu:

Kamu ve özel sektör arasındaki koordinasyon eksikliği, Türkiye'nin günlük turizm işlerinde teknolojik çözümlerin uygulanmasını engelleyebilir.

j) Dijital İnovasyonda Eşitsizlik:

İspanya ve İtalya'ya benzer şekilde, Türkiye'deki büyük şirketler dijital inovasyonun ön saflarında yer alırken, mikro ve küçük işletmeler bilgi ve finansman kısıtlamaları nedeniyle zorluklarla karşı karşıyadır.

11. Tur Operatörleri Vs. Turizm İşletmeleri: Hedefler ve İhtiyaçlar.

Turizm sektöründe profesyonel hedeflere ulaşmak için en uygun araçları bulmak karmaşık bir zorluk olabilir. Kapasite ve iç operasyonel yapı, diğer aktörler ve rakipler de dahil olmak üzere turizm ekosisteminin dinamikleri, potansiyel işbirlikleri, genel yerel ve bölgesel stratejiler ve son olarak tüketicinin ihtiyaçları dahil olmak üzere çeşitli değişkenlerin derinlemesine bir analizi gereklidir.

Finansal veya düzenleyici sınırlamalar gibi engeller, sınırlı dijital beceriler veya yeteneklerle birleştiğinde, profesyonellerin potansiyel faydaları tam olarak anlamasını ve dijital çözümlerin geliştirilmesini başlatmak için en iyi yaklaşımı belirlemesini zorlaştırabilir. Bazı durumlarda, çözümlerin maliyeti, hangi araçların benimseneceğine karar vermede kesinlikle önemli bir unsur olacaktır.

En etkili çözümü belirlemek için her vakanın ayrı ayrı değerlendirilmesi gerektiğini vurgulamak önemlidir. Bu nedenle, çeşitli genel hedeflere ulaşmak için dijital araçların metodolojisi ve uygulanmasının bir parçası olarak özetlenen farklı alanlara yalnızca kısa bir genel bakış sunuyoruz, ancak ulusal hedefler ve ihtiyaçlar ile İtalya, İspanya ve Türkiye'de yaygın olanlar arasında bir ayırım yapmak istiyoruz.

11.1. Tur Operatörlerinin Ulusal Hedefleri ve İhtiyaçları

İtalya, İspanya ve Türkiye'deki tur operatörleri, her ülkenin özelliklerini yansıtan profesyonel hedefler ve ihtiyaçlarla karşı karşıyadır ve bu nedenle farklı yaklaşımlar gerektirir. Aşağıdakiler, bu üç bağlamdaki hedef ve ihtiyaçlardan bazılarıdır:

11.1.1. İtalya.

İtalya'da öncelik, kültür kurumlarıyla işbirlikleri, kültürel pazarlama stratejileri konusunda eğitim ve etkili tanıtım için dijital teknolojilerin benimsenmesi yoluyla zengin kültürel mirasın tanıtılmasıdır. Çevresel sürdürülebilirlik, sürdürülebilirlik eğitimine duyulan ihtiyaç, çevre dostu projeler için finansmana erişim ve yeşil girişimlere katılım ile bir diğer önemli odak noktasıdır. Yiyecek ve şarap deneyimlerinin teşvik edilmesi, yerel üreticilerle işbirlikleri, yiyecek ve şarap güzergahlarının geliştirilmesi ve özel eğitim gerektirir.

11.1.2. İspanya.

İspanya'da, turist teklifinin çeşitlendirilmesi, geleneksel kitle turizminin ötesine geçme çabalarının merkezinde yer almaktadır. Tur operatörleri, derinlemesine pazar analizi yaparak, yeni turizm deneyimleri geliştirerek ve tekliflerini çeşitlendirmek için stratejiler benimseyerek gezginlerin değişen ihtiyaçlarını anlamaya çalışır. Genellikle doygunlukla boğuşan kentsel destinasyonların yönetimi, özel planlar ve yerel makamlarla yakın işbirlikleri gerektirir. Teknolojik yenilik, turizm deneyimini iyileştirmede önemli bir bileşendir, dijital çözümlere yatırım yapılmasını, gelişmekte olan teknolojiler hakkında eğitim verilmesini ve dijital yönetim platformlarının benimsenmesini gerektirir.

11.1.3. Türkiye.

Türkiye'de coğrafi çeşitlendirme, turist teklifini geleneksel destinasyonların ötesine genişletmek için birincil hedefdir. Tur operatörleri, gelişmekte olan destinasyonları tanıtmak için derinlemesine pazar analizi, yeni güzergahlar geliştirme ve yerel makamlarla işbirlikleri yapar. Kültürel ve tarihi turizm, kültürel varlıklarla işbirlikleri, özel pazarlama stratejileri ve tarihi cazibe merkezlerinin yönetimi konusunda eğitim gerektiren özellikle önemlidir. Otelcilikte yenilik, personel eğitimi, misafirperverlikte teknolojilerin benimsenmesi ve hizmet geliştirme programlarına katılım ihtiyacı ile otel hizmetlerinin sağlanmasının iyileştirilmesinde kilit bir unsurdur. Eko-turizmi teşvik etmek, sürdürülebilirlik

projelerine dahil olmayı, çevre dostu sertifikalar almayı ve eko-turizm uygulamaları konusunda hedefli eğitim almayı gerektirir.

İşte ulusal önceliklere dayalı olarak tur operatörleri için ihtiyaçların, hedeflerin, zorlukların ve stratejilerin ilişkisel bir taslağı:

İlişkisel Tablo – Akıllı Turizm İtalya, İspanya, Türkiye

ÜLKE	KAPSAM	İHTİYAÇLAR	HEDEF	ZORLUKLAR	STRATEJİLER
İTALYA	Kültürel miras	Kültür kurumlarıyla işbirlikleri, kültürel pazarlama teknikleri konusunda eğitim, tanıtım için teknolojilerin benimsenmesi.	İtalya'nın zengin kültürel mirasını (tarihi yerler, müzeler ve kültürel gelenekler) geliştirin ve tanıtın.	Küresel rekabet, yaratıcı ve ayırt edici kültürel tanıtım gerektirir.	<i>Kültürel etkinliklerin organizasyonu ve sürükleyici deneyimler yaratmak için teknolojinin yenilikçi kullanımı için yerleşik kültür kurumlarıyla işbirlikleri.</i>
	Çevresel Sürdürülebilirlik	Sürdürülebilirlik eğitimi, sürdürülebilir projeler için finansmana erişim, yeşil girişimlerin benimsenmesi.	Turizm faaliyetlerinde çevre dostu uygulamaları tanıtmak.	Turist deneyiminden ödün vermeden sürdürülebilir uygulamaların entegrasyonu.	<i>Çevre dostu politikaların benimsenmesi, koruma projelerine aktif katılım ve sürdürülebilir girişimlerin ziyaretçilere açık bir şekilde iletilmesi.</i>
	Gastronomi	Yerel üreticilerle işbirlikleri, yiyecek ve şarap güzergahlarının geliştirilmesi, sommelier ve tipik mutfak eğitimi.	İtalyan mutfağı çeşitliliğini teşvik edin.	Uluslararası bir pazarda yiyecek ve şarap tekliflerini farklılaştırın.	<i>Ünlü şeflerle işbirlikleri, kişiselleştirilmiş yiyecek ve şarap güzergahlarının geliştirilmesi ve benzersiz mutfak hikayeleri anlatmak için teknolojilerin entegrasyonu.</i>
	Dijitalleşme	Dijital eğitim, online rezervasyon platformları, dijital yönetim çözümlerine erişim.	Çevrimiçi varlığı ve operasyonel verimliliği artırın.	Dijital aşırı yüklenme ve deneyimin özgünlüğünü koruma ihtiyacı.	<i>Teknolojilerin kademeli olarak uygulanması , operatörler için dijital yönetim eğitimi ve çevrimiçi platformların stratejik kullanımı.</i>
İSPANYA	Tekliflerin Çeşitlendirilmesi	Pazar analizi, yeni turist deneyimlerinin geliştirilmesi, teklifin çeşitlendirilmesi konusunda eğitim.	Turist teklifini güneş ve plaj turizminin ötesine genişletin.	Güneşe ve kumsala odaklanmış bir destinasyon imajının ötesine geçin.	<i>Yeni turistik yerlerin araştırılması, kültürel ve sportif deneyimlerin geliştirilmesi ve uzman tur operatörleri ile ortaklıklar.</i>
	Kentsel Destinasyonlar	Kent turizmi yönetim planları, yerel yönetimlerle işbirlikleri, alternatif rotaların tanıtımı.	İspanyol şehirlerinde artan turist akını yönetin.	Büyük şehirlerde turist sıklığıyla mücadele.	<i>Sürdürülebilir şehir planlaması, alternatif rotaların teşviki, şehir alanını korumak için turist kiralamalarının düzenlenmesi.</i>

	Bölgesel Tanıtım	Bölgesel pazarlama stratejileri, bölgesel otoritelerle işbirlikleri, yeni destinasyonlar hakkında eğitimler.	Daha az bilinen bölgelerin iyileştirilmesi.	Yerleşik turistik yerlerin tanıtımını daha az bilinen bölgelerin gelişimi ile dengeleyin.	Daha az turistik bölgeler için özel pazarlama kampanyaları , bölgesel kültürel etkinlikleri destekleme ve yerel etkileycilerle işbirlikleri.
	Teknolojik İnovasyon	Dijital çözümlere yatırımlar, gelişmekte olan teknolojiler hakkında eğitim, dijital yönetim platformlarının benimsenmesi.	Turist deneyimini geliştirmek için teknolojileri benimseyin.	Özgün çekiciliği kaybetmeden yeni teknolojileri benimseyin.	Erişilebilirliği ve deneyimi iyileştiren teknolojik çözümlere yatırımlar, özelleştirilmiş turizm uygulamalarının geliştirilmesi ve operatörler için dijital eğitim.
TÜRKİYE	Coğrafi Çeşitlendirme	Bölgesel pazar analizi, yeni turistik güzergahların geliştirilmesi, yerel makamlarla işbirlikleri.	Geleneksel destinasyonların dışındaki destinasyonları tanıtın.	İstanbul ve Türkiye kıyıları dışındaki destinasyonları çekici hale getirin.	Daha az keşfedilmiş bölgelerin turizm potansiyelinin analizi, benzersiz deneyimlerin teşvik edilmesi, altyapı gelişimi için yerel yönetimlerle işbirlikleri.
	Kültür ve Tarih Turizmi	Kültür kurumlarıyla işbirlikleri, kültürel pazarlama stratejileri, tarihi mekanların yönetimi konusunda eğitim.	Türkiye'nin tarihi ve kültürel mekanlarını zenginleştirin.	Akdeniz'deki diğer tarihi destinasyonlarla rekabet edin.	Tarihi alanların iyileştirilmesi, tematik güzergahların oluşturulması, arkeologların ve tarihçilerin turizm girişimlerine katılımı.
	Otelcilik ve Dijitalleşmede İnovasyon	Personel eğitimi, misafirperverlikte dijital teknolojilerin benimsenmesi, hizmet geliştirme programlarına katılım.	Otel hizmetlerini ve misafirperverliği iyileştirin.	Otantik atmosferi kaybetmeden misafirperverlik standartlarını yükseltin.	Hizmet odaklı personel eğitimi, konaklama sektöründe dijital teknolojilerin kademeli olarak benimsenmesi ve yerel konaklama deneyimlerinin teşvik edilmesi.
	Eko-Turizmin Teşviki	Sürdürülebilirlik projelerine katılım, çevre dostu sertifikalar, eko-turizm uygulamaları konusunda eğitim.	Türkiye'de eko-turizmi geliştirmek ve teşvik etmek.	Sürdürülebilir uygulamaları hızlı turizm gelişimi bağlamında entegre edin.	Çevre koruma projelerine aktif katılım, çevre dostu sertifikaların benimsenmesi, sürdürülebilir uygulamaların şeffaf iletişimi.

Bu ilişiksel analiz, Marcopolo projesinin destekleyicileri Ruga Travel ve BVB ile üye ülkelerdeki tur operatörleri arasındaki zorlu karşılaştırmanın sonucudur. Burada formüle edilen her bir Strateji, her ülkede karşılaşılabilecek ihtiyaçlar ve zorluklar temelinde belirlenen hedefle bağlantılıdır. Birçok strateji ortak ve üç ülkede uygulanabilir. Bu tablo, İtalya, İspanya ve Türkiye'de rotayı daha akıllı ve daha sürdürülebilir turizme yönlendirmek için zengin bir analiz ve ilginç bir kriter alışverişi oluşturdu.

Bu anlamda, dijital ve sürdürülebilir turizmi teşvik etmek için en uygun olduğuna inandığımız stratejileri aşağıda formüle ediyoruz:

11.2. Tur operatörlerinin ve konaklama tesislerinin dijitalleşmesi.

Ana odak noktası, daha verimli varlık yönetimini destekleyen yazılım çözümleridir. Bununla birlikte, toplanan en iyi uygulamalardan, sağlayıcılarla ortaklıklar geliştirmekten (çeşitli mobil uygulamalar) görülebileceği gibi, konaklama tesisleri, örneğin yumuşak ulaşım çözümleri sunarak, gıda israfını önlemek için çözümler bularak veya sürdürülebilir turizm deneyimlerine katılımı teşvik ederek daha da ileri gidebilir.

11.3. Yerel ürünlerin tanıtımı.

Yerel ürünlerin tanıtımı, kültürel özgünlük, çevresel sürdürülebilirlik ve dijital inovasyonun uyumlu entegrasyonuna katkıda bulunduğu için dijital ve sürdürülebilir turizmin gelişiminde çok önemli bir rol oynamaktadır. Sadece turist deneyimini iyileştirmekle kalmaz, aynı zamanda çevresel sürdürülebilirliği ve yerel toplulukların sosyo-ekonomik gelişimini de destekler. Gelenek, dijital inovasyon ve sürdürülebilirlik arasındaki bu sinerji, daha bilinçli ve saygılı bir turizmi şekillendirmek için çok önemlidir.

11.4. Yavaş ve sürdürülebilir turizmin teşviki.

Yavaş ve sürdürülebilir turizmi teşvik etmek, dijital ve sürdürülebilir turizmi artırmada, otantik keşif, kültürel koruma ve çevre dostu uygulamaları benimseme arasında bir denge kurmada önemli bir rol oynayabilir. Bu turizm felsefesi, destinasyonlarla daha derin bir bağlantı kurmayı ve çevre üzerindeki olumsuz etkiyi azaltmayı amaçlamaktadır.

11.5. Sosyal içermeyi teşvik edin.

Genel olarak, ortaklık, çevrimiçi platformların ve uygulamaların, geleneksel kullanıcıları hedefleyen diğer dijital araçlar veya çözümlerle birlikte, erişilebilirlik ve sosyal içermeye çok az önem verdiğini tespit etti. Bu nedenle, engelli veya hareket kabiliyeti kısıtlı müşteri segmentleri için daha az çekicidirler. Özel ihtiyaçları olan kullanıcılar, kişiye özel çözümler üzerinde çalışmalı ve ihtiyaçlarına uygun sürdürülebilir turizm deneyimleri bulmak için dijital araçları kullanma konusunda kesinlikle aynı fırsatlara sahip olmamalıdır. Bu nedenle, dezavantajlı grupları veya engelli veya hareketlilik sorunları olan kişileri destekleyen işlevlerin

dahil edilmesi rekabet avantajları sağlayabilir, çünkü Avrupa nüfusunun %15'e kadarı bir tür engellilik bildirmektedir ve bu hedef grup için mevcut dijital teklif çok sınırlıdır.

11.6. Kültürel mirasın tanıtımı

Kültürel mirasın teşvik edilmesi, kültürel köklerin korunmasını, her ikisi de sürükleyici ziyaretçi deneyimleri sunan, kültürel alanların anlaşılmasını zenginleştiren ve ziyaretçilerin ilgisini çeken artırılmış gerçeklik (AR) ve sanal gerçeklik (VR) gibi yenilikçi teknolojilerin benimsenmesiyle birleştirdiğinden, akıllı ve sürdürülebilir turizmin gelişimi için etkili bir stratejidir. Erişilebilirlik ve kapsayıcılık, engellilerin kültürel yerlere dijital olarak erişmesine olanak tanıyan ve herkese açık turizmi teşvik eden teknolojilerin kullanılması yoluyla bu stratejide de öncelikler haline geliyor.

Dijital platformlar ve sosyal medya aracılığıyla tanıtım, dijitalleşme stratejisiyle birleşti ve kültürel mirasla ilgili büyüleyici hikayeler anlatmak için ilgi çekici içerikten yararlandı. Sanal turlar ve çevrimiçi erişim yoluyla müze koleksiyonlarının dijitalleştirilmesi, kültürün demokratikleşmesini teşvik ederek insanların dünyanın her yerinden sanat eserlerini ve eserleri keşfetmesine olanak tanır.

Bu nedenle, etkileşimli dijital platformlar aracılığıyla halkı mirasın korunmasına dahil etmek, insanlar ve kültürel miras arasında daha doğrudan bir bağlantı oluşturarak aktif katılımı teşvik eder.

11.7. Akıllı Turizm ve Döngüsel Ekonomi İlkeleri

Akıllı ve sürdürülebilir turizm bağlamında döngüsel ekonominin benimsenmesi, kaynakların verimli kullanımını teşvik ederek, çevresel etkileri azaltarak ve daha dayanıklı kalkınma modelleri oluşturarak önemli faydalar sağlayabilir. Döngüsel ekonomi, kaynakların sorumlu yönetimine odaklanır. Bu, geri dönüşüm, yeniden kullanım ve tek kullanımlık ambalajların en aza indirilmesi gibi uygulamalar yoluyla atıkların azaltılmasını içerir. Su, enerji ve atık yönetimi için akıllı izleme sistemlerinin uygulanması gibi uygulamalar, kaynak kullanımını optimize etmeye yardımcı olarak turizm faaliyetlerinin genel çevresel etkisini azaltabilir. En İyi Uygulamalar Koleksiyonu'nda bu alandaki iyi uygulama örnekleri bulunmaktadır.

Strateji, satın alma yerine kullanım ekonomisine dayalı turizmi teşvik etmeyi amaçlamaktadır. Örneğin, bisikletler ve elektrikli araçlar gibi ulaşım araçlarını

paylaşmaya yönelik platformlar, turist hareketliliğine daha sürdürülebilir bir yaklaşımı teşvik ediyor. Bu, varlık sahipliği ihtiyacını azaltır ve daha verimli kaynak yönetimine katkıda bulunur.

Son olarak, teknolojik yenilik, akıllı turizmde döngüsel ekonominin uygulanmasında kilit bir rol oynamaktadır. Paylaşım platformları, sürdürülebilir varlık yönetimi uygulamaları ve akıllı izleme sistemleri gibi dijital çözümler, döngüsel uygulamaların benimsenmesini kolaylaştırarak verimliliği artırabilir ve olumsuz etkileri azaltabilir.

11.8. Ortaklıkların ve Sinerjilerin Yaratılması

Dijital ve sürdürülebilir turizm sektöründe sinerji ve ortaklıkların yaratılması, birçok düzeyde olumlu bir etkiye dönüşüyor. Bilgi ve kaynak alışverişinden ağların genişletilmesine ve finansmana erişime kadar bu işbirliği, çevredeki çevre ile daha bilinçli, yenilikçi ve uyumlu bir turizm geleceğini şekillendirmek için ilginç bir strateji olarak kendini gösteriyor.

Her şeyden önce, bu tür bir işbirliğinin kilit yönü, bilgi ve kaynakların paylaşımında yatmaktadır. Farklı kuruluşlar, masaya benzersiz uzmanlık ve özel kaynaklar getirerek karşılıklı zenginleşmeye olanak tanır. İşbirliği, bu projede olduğu gibi, veri ve bilgi paylaşımından proje ve girişimlerin ortaklaşa uygulanmasına kadar değişebilir. Bu, kuruluşların birbirlerinin en iyi uygulamalarından ve özel uzmanlıklarından yararlanabilecekleri, kolektif ve sürdürülebilir büyümeye katkıda bulunabilecekleri sürekli bir öğrenme ortamı yaratır.

Bir diğer önemli fayda, ağların ve bağlantıların genişletilmesidir. Sektördeki kamu ve özel kuruluşlar arasındaki işbirliği, hem yerel hem de uluslararası ortaklıklar için yeni fırsatların kapılarını açıyor. Bu bağlantılar, turist akışında bir artışa yol açabilir, yerel ekonomileri canlandırabilir ve turizm tekliflerinin çeşitlendirilmesini teşvik edebilir. Kurulan ittifakların gücü, ortak zorlukları ele alabilen ve dijital bağlamda ortaya çıkan fırsatları yakalayabilen daha dayanıklı bir turizm ekosisteminin oluşturulmasını teşvik eder.

Ek olarak, sinerjilerin yaratılması, kamu ve özel kuruluşlara erişmek için diğer kurumlarla işbirliği yaparak finansman ve kaynaklara erişimi kolaylaştırır. Bu, tek bir organın yeteneklerinin ötesinde olabilecek iddialı, son teknoloji girişimlerin uygulanmasını desteklemeye yardımcı olur.

11.9. Çevresel sürdürülebilirlik.

Sürdürülebilirlik, turizmin çevresel ayak izini azaltmayı içerir. Örneğin, uyarlanabilen ve onarılabilen modüler ve dayanıklı turizm altyapısının tasarımı, uzun ömürlülüğü ve sürdürülebilirliği teşvik eder. Kaynakların sürdürülebilir kullanımına değer veren iş modelleri lehine aşırı tüketim uygulamalarından vazgeçilmesi, çevre üzerindeki olumsuz etkilerin azaltılmasına yardımcı olabilir, ancak Akıllı ve Sürdürülebilir turizm açısından dijital araçlar temel bir rol oynamaktadır. Önemli bir unsur, gezginlerin çevre dostu ulaşım seçenekleri, çevre dostu konaklama yerleri ve çevre dostu etkinlikler içeren güzergahlara erişmesine olanak tanıyan çevrimiçi platformlar ve özel uygulamalar aracılığıyla sürdürülebilir seyahatler planlama yeteneğidir. Ayrıca çevre bilincini teşvik eder, gezginleri seyahat seçimlerinin etkileri hakkında bilgilendirir ve atıkları azaltmak ve enerji tasarrufu gibi sürdürülebilir davranışlar önerir.

12. Sürdürülebilir Turizmde İyi Uygulamaları Belirleme Metodolojisi.

Projenin bir kısmı, dijital/SMART ve sürdürülebilir turizmin En İyi Uygulamalarının toplanmasını içermektedir.

Bunu yapmak için ortaklar, yakın yerel ve bölgesel turizm ekosistemleriyle ilgili uygulamaları ve aynı zamanda ulusal düzeyde araştırdılar.

Türkiye'nin ortağı BVB, uygulamalar için bir yapı, seçim kriterleri ve bir model geliştirdi ve Marco Polo srls ve Ruga Travel Groups S.L.'den geri bildirim aldı. Her üç ortak da en az 10 uygulama belirlemiştir ve bu uygulamalar şu anda proje web sitesinde (<https://digital2smarttourism.com>) 4 dilde (EN, IT, TR, ES) mevcuttur.

Uygulamalar özet akışları olarak mevcuttur ve indirilebilir, uygulamanın potansiyel aktarılabirliği için araçlar olarak kullanılacaktır. İtalya, İspanya ve Türkiye'de sürdürülebilir turizmde İyi Uygulamaları belirlemek için kullanılan kriterler şunlardı:

+ Uygulamalar, erişilebilirlik ve sosyal entegrasyon gibi sosyal içerme konularını da ele alabilir.

+ Turizm ekosisteminin gelişimini desteklemek için araç olarak kabul edilen uygulamalar (sürdürülebilir davranışları teşvik eden ve iklim değişikliğinin etkilerini ele alan projeler/uygulamalar, eğitim ve öğretim faaliyetleri, topluluk etkinlikleri vb.).

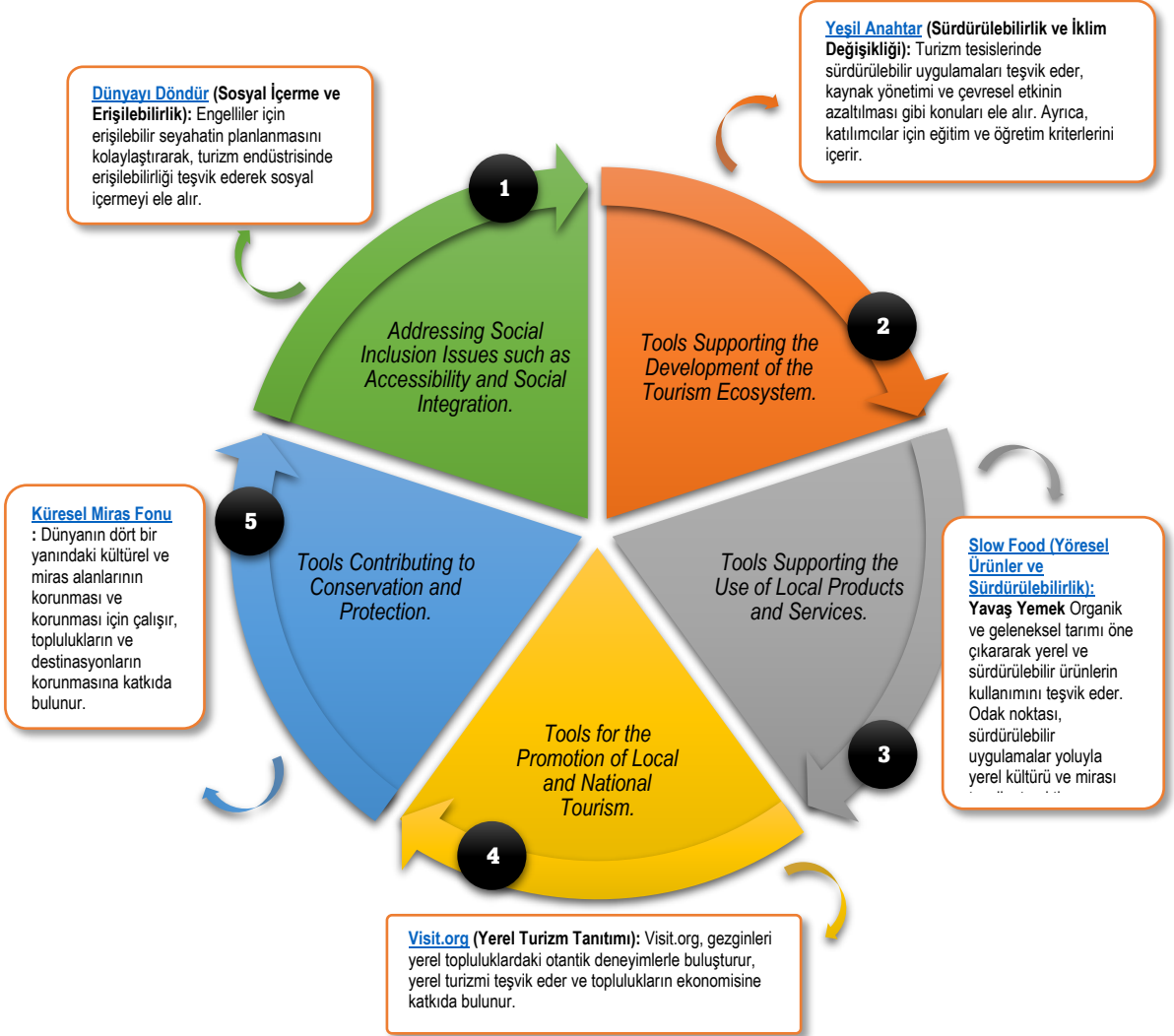
+ Kültürü, yerel mirası ve sürdürülebilir ürünleri teşvik etmek için yerel ürün ve hizmetlerin kullanımını destekleyecek araçları içeren uygulamalar (örneğin, organik ve sürdürülebilir tarımın desteklenmesi, üretim için geleneksel bilginin kullanılması vb.)

+ Turistlere yer transferine karşı iç ve iç turizmin tanıtımına yönelik araçları içeren parçalar.

+ Toplulukların, alanların ve destinasyonların korunmasına ve korunmasına katkıda bulunan araçlar olarak kabul edilen uygulamalar .

Ortaklık, araçların birlikte çalışabilirliğine ve paydaşların akıllı dijital turizm ekosistemleri oluşturmak için nasıl işbirliği yapabileceğine özellikle dikkat etti.

İyi Uygulamaların Belirlenmesine Yönelik Kriterler



Kaynak: Kendi İşleme, 2023

Sürdürülebilir turizmde iyi bir uygulama, yukarıda listelenen 5 kriterden en az birini karşılıyorsa bu şekilde sınıflandırılabilir. Grafik, her kategori için somut örnekleri göstermektedir. Bu, metodolojiyi uygulamayı ve BP'leri tanımlamayı kolaylaştırır.

13. Dijital araçlar mevcut.

Bu makalenin bu bölümü, mevcut dijital araç türlerini ve bunların işletmeleri, turizm kuruluşlarını, eğitimcileri ve turizm ekosistemindeki diğer paydaşları destekleyerek turizm destinasyonlarını daha sürdürülebilir hale getirmeye nasıl katkıda bulduklarını incelemektedir.

Çok sayıda farklı araç vardır, ancak bunların çoğu aşağıda açıklanabilir:

13.1. Online Planlama ve Rezervasyon Platformları:

Bu platformlar, gezginlerin deneyimlerini doğrudan çevrimiçi olarak planlamalarına ve rezervasyon yapmalarına olanak tanıyarak ziyaretçileri yerel işletmelere bağlar ve araçlara olan bağımlılığı azaltır. Yerel işletmeleri tanıtmaya ve sürdürülebilir tekliflerin görünürlüğünü artırmaya yardımcı olurlar.

13.2. Turizm Deneyim Yönetim Sistemleri:

Bu sistemler, tur operatörlerinin sunulan deneyimleri verimli bir şekilde yönetmesine ve teklifi müşterinin ihtiyaçlarına göre özelleştirmesine olanak tanır. Turist akışının ve kaynaklarının optimize edilmiş bir yönetimi yoluyla çevresel etkiyi azaltırlar.

13.3. Sorumlu Turizm Uygulamaları:

Sorumlu turizm uygulamaları, ziyaretçileri sürdürülebilir uygulamalar hakkında bilgilendirir ve sorumlu davranışı teşvik eder. Çevresel ve kültürel koruma hakkında bilgi sağlayarak seyahat ederken daha fazla farkındalığı teşvik ederler.

13.4. Dijital Pazarlama Platformları:

Bu platformlar, çevrimiçi kanallar ve sosyal medya aracılığıyla sürdürülebilir turizm destinasyonlarını teşvik ediyor. Çevre dostu girişimler hakkında farkındalık yaratmaya ve sürdürülebilirlikle ilgilenen turistleri çekmeye yardımcı olurlar.

13.5. Turizm Kaynak Yönetim Sistemleri:

Bu sistemler, turistik cazibe merkezlerinin ve hizmetlerin sürdürülebilir yönetimini sağlamak için turizm kaynaklarının kullanımını izler ve dağıtımını optimize eder. Aşırı kalabalıklaşmayı ve çevre üzerindeki olumsuz etkileri önlemeye yardımcı olurlar.

13.6. Turizm Veri Analiz Araçları:

Veri analizi araçları, ziyaretçi davranışı hakkında derinlemesine bilgiler sağlar. Seyahat modellerini ve turistlerin tercihlerini anlayarak kaynakların daha etkili planlanmasına ve sürdürülebilir yönetimine olanak tanır.

13.7. Online Eğitim Platformları:

Bu platformlar, sürdürülebilir turizm uygulamaları hakkında kurslar ve eğitim kaynakları sunmaktadır. İşletmelere, tur operatörlerine ve diğer sektör profesyonellerine yönelik olarak, sürdürülebilir uygulamaları benimsemek için gereken farkındalık ve becerilerin geliştirilmesine yardımcı olurlar.

13.8. Çevresel Kalite Yönetim Sistemleri:

Bu sistemler, turizm şirketlerinin sürdürülebilirliğe bağlılık göstererek çevre sertifikaları almalarına yardımcı olur. İşletmelerin itibarını artırır ve sektör için daha yüksek standartlar belirlemeye yardımcı olurlar.

13.9. İşbirliği ve Kaynak Paylaşım Araçları:

Bu araçlar, turizm işletmeleri ve kuruluşları arasındaki işbirliğini kolaylaştırır, kaynak kullanımını optimize eder ve sektörün genel verimliliğini artırır. En iyi uygulamaların paylaşılmasını ve ortak hedefler için işbirliğini teşvik ederler.

13.10. Geri Bildirim ve İnceleme Platformları:

Bu platformlar, kullanıcıların deneyimlerini ve geri bildirimlerini paylaşmalarına olanak tanır. İşletmeleri uygulamalarını iyileştirmeye, daha sürdürülebilir yaklaşımlar benimsemeye ve kullanıcılara bilinçli kararlar vermeleri için gerçek bilgiler sağlamaya teşvik ederler.

Bu dijital çözümlerin entegrasyonu, işletmeleri, turizm kuruluşlarını ve turizm ekosistemindeki diğer paydaşları aktif olarak dahil ederek turistik destinasyonlarda sürdürülebilirliğin iyileştirilmesine katkıda bulunur.

14. Dijital ve sürdürülebilir beceri ihtiyaçları.

Turizm sektörünün sürekli değişen bağlamında, dijital ve sürdürülebilir becerilere artan bir ihtiyaç var. Yeni küresel bağlamda dijital eğitim, daha etkili, bilinçli ve sorumlu turizm için fırsatlar yaratan, modern zorluklara gerekli bir yanıtıdır.

Çevrimiçi platformların nasıl yönetileceğini bilmek, tur operatörleri için çok önemli bir unsur haline geldi. Web sitelerinde, uygulamalarda ve rezervasyon sistemlerinde bulunmak, görünürlüğü artırmak ve turizm hizmetlerine kolay erişim sağlamak için çok önemlidir. Ancak bu ihtiyaç, e-ticaret, çevrimiçi işlemlerin, rezervasyonların ve dijital ödeme sistemlerinin yönetiminin kolaylaştırılmasındaki becerilere duyulan ihtiyaçla el ele gider.



Ayrıca dijital pazarlama, turistik yerlerin tanıtımında önemli bir rol oynamaktadır. Sosyal medyayı, e-posta pazarlamasını ve dijital reklam kampanyalarını etkili bir şekilde kullanma yeteneği, gezginlerin ilgisini çekmek ve çevrimiçi iletişim stratejileri aracılığıyla turizm deneyimlerini teşvik etmek için zorunludur. Yapay zeka, sanal gerçeklik ve blok zinciri gibi gelişmekte olan teknolojilerdeki beceriler giderek daha önemli hale geliyor. Bunlar, turist deneyimini önemli ölçüde iyileştirebilecek, daha kişiselleştirilmiş ve ilgi çekici hale getirebilecek yenilikleri benimsemeye olanak tanır.

Öte yandan, çevre bilinci ve sürdürülebilir turizm uygulamalarına duyulan ihtiyaç, sektörün gelişimi için merkezi temalar haline gelmiştir. Çevre yönetimi, turizm faaliyetlerinin çevre üzerindeki etkisini azaltmaya izin veren beceriler gerektiren esastır. Daha sürdürülebilir turizm aynı zamanda yerel toplulukları da içerir ve bu nedenle, toplumun bakış açılarının ve ihtiyaçlarının turizm planlarına ve kararlarına aktif olarak dahil edilmesine izin veren becerilere sahip olmak, yalnızca sürdürülebilirlik hedeflerinin peşinde koşmaya katkıda bulunmakla kalmaz, aynı zamanda tur operatörleri ve ev sahibi topluluk arasında daha olumlu ve işbirlikçi ilişkiler yaratmada kritik bir rol oynar. Bu, tur operatörleri tarafından yerel etkinlikler veya dijital platformlar aracılığıyla yapılabilir.

15. Turizm ve Eğitim Sektöründeki Operatörler.

Dijital teknolojilerde eğitim, sektörün dinamik ve giderek birbirine bağlı hale gelen bağlamında tur operatörleri için çok önemli bir unsur olarak ortaya çıkıyor. Bu ihtiyaç sadece anın trendlerine bir adaptasyon değil, aynı zamanda turizm endüstrisinde sürdürülebilirlik ve verimliliğin geleceğine yapılan temel bir yatırımı temsil ediyor.

Birincisi, dijital teknolojilerin giderek yaygınlaşması, gezginlerin deneyimlerini planlama, rezervasyon yapma ve yaşama şeklini temelden değiştirdi. Tur operatörlerinin alakalı ve rekabetçi kalabilmek için dijital ortamı tam olarak anlamaları gerekir. Dijital araçlar konusunda eğitim, operatörlere çevrimiçi platformlarda, sosyal medyada, e-ticarette ve potansiyel müşterilerle etkileşimi yönlendiren diğer araçlarda başarılı bir şekilde gezinmek için gereken becerileri sağlar.

Bir diğer kritik husus, verileri stratejik olarak kullanma yeteneğidir. Dijital teknolojiler, müşteri tercihlerini daha iyi anlamak, hizmet tekliflerini uyarlamak ve pazar eğilimlerini tahmin etmek için kullanılacak çok miktarda veri üretir. Veri analizi eğitimi, tur operatörlerinin bu bilgileri somut eylemlere dönüştürmesine, tekliflerin kişiselleştirilmesini geliştirmesine ve müşteri memnuniyetini artırmasına olanak tanır.

Sürdürülebilirlik ana temadır ve dijital eğitim bu bağlamda kilit bir rol oynamaktadır. Dijital araçların benimsenmesi, operatörlerin daha sürdürülebilir iş uygulamaları uygulamasına olanak tanıyarak kaynak optimizasyonu, atık yönetimi ve enerji verimliliği yoluyla çevresel etkiyi azaltır. Bu alandaki eğitim, turizm operasyonlarının genel sürdürülebilirliğini iyileştirmek için dijital çözümlerin nasıl entegre edileceğini anlamaya yardımcı olur.

Ayrıca, gelişmekte olan teknolojilere uyum sağlama yeteneği de esastır. Yapay zeka, sanal gerçeklik ve diğer yenilikler turizm deneyimini şekillendiriyor. Bu teknolojilerdeki eğitim, operatörleri destinasyonun çekiciliğini artıran ve ziyaretçilere benzersiz deneyimler sunan son teknoloji çözümleri uygulamaya hazırlar.

16.Nihai sonuçlar.

"Akıllı Turizm - Uygulama El Kitabı", KOBİ'leri ve turizm kuruluşlarını akıllı ve dayanıklı turizm ekosistemlerine yönlendiren temel bir özeti temsil etmektedir. Erasmus+ KA2 projesinin "Dijitalden Akıllı Turizme" Faaliyet 3'ü çerçevesinde, oluşturulan ve projenin tüm organları ile koordine edilen bu el kitabı, akıllı ve sürdürülebilir stratejilerin uygulanmasında turizm sektörünü desteklemek için önemli bir kaynak olarak ortaya çıkmaktadır.

Dört dilde sunulan el kitabı, akıllı turizmin zorluklarına ve fırsatlarına pratik bir yaklaşım sunuyor. Bu el kitabı, en iyi uygulamaların, vaka çalışmalarının ve yenilikçi stratejilerin entegrasyonu yoluyla, KOBİ'lerin ve turizm kuruluşlarının sektörün dijital ve sürdürülebilir dinamikleriyle nasıl başa çıktıkları konusunda farkındalık yaratmayı amaçlamaktadır.

Önemli bir husus, sektördeki farklı oyuncular üzerindeki etkisidir. Sadece KOBİ'leri ve turizm kuruluşlarını desteklemekle kalmaz, aynı zamanda mesleki eğitim sağlayıcılarını ve turizmdeki eğitim uzmanlarını da içerir. Bu entegre yaklaşım, turizm sektörünü yeni beceri ihtiyaçlarına ve işgücü piyasası taleplerine uyarlayarak sürekli öğrenme ihtiyacını beslemeyi amaçlamaktadır.

Dijital teknolojilerde eğitim, turizm bağlamında kilit bir unsur olarak ortaya çıkmaktadır. Bu stratejik yatırım sadece moderniteye bir adaptasyon değil, aynı zamanda adaptasyon, inovasyon ve sürdürülebilirlik konusunda kurnaz bir hamledir. Dijital eğitimi benimseyen tur operatörleri yalnızca değişen turizm ortamında hayatta kalmakla kalmıyor, aynı zamanda gelişerek sektörü daha bağlantılı, sürdürülebilir ve deneysel bir geleceğe doğru yönlendiriyor.

İtalya, İspanya ve Türkiye'ye özgü bağlamda, tur operatörleri gelenek ve yenilik, sürdürülebilirlik ve turist çekiciliğini dengeleyen karmaşık bir manzarada gezinmek zorundadır. Giderek çeşitlenen bir turizm pazarının ihtiyaçlarına uyum sağlamak şunları gerektirir: a) sürekli eğitim, b) yerel makamlarla işbirliği ve c) dijitalleşme stratejilerinin benimsenmesi. Operatörler ancak bu sürekli evrimi benimseyerek zorlukların üstesinden başarıyla gelebilir ve sürekli değişen turizm endüstrisindeki fırsatlardan yararlanabilir.