

Editörler

Prof. Dr. Şule AYDIN | Prof. Dr. Mustafa BOZ

**TURİZMDE GÜNCEL
KONU VE EĞİLİMLER
III**

**DETAY
YAYINCILIK**

Ankara, 2021

DETAY YAYINLARI : 1350
1. Baskı : Haziran 2021
ISBN : 978-605-254-412-9
Yayıncı Sertifika No : 46573
Matbaa Sertifika No : 42488

© Detay Anatolia Akademik Yayıncılık Ltd. Şti.

Her hakkı saklıdır. Yazarından ve yayınevinden yazılı izin alınmaksızın bu kitabın fotokopi veya diğer yollarla kısmen veya tamamen çoğaltılması, basılması ve yayınlanması yasaktır. Aksine davranış, 5846 sayılı Fikir ve Sanat Eserleri Kanunu gereğince, 5 yıla kadar hapis ve adli para cezaları ile fotokopi ve basım aletlerine el konulmasını gerektirir.

Dizgi : Detay Yayıncılık
Kapak Tasarım : Detay Yayıncılık

Kütüphane Bilgi Kartı

Şule Aydın, Mustafa Boz
Turizmde Güncel Konu ve Eğilimler 3, 1. Baskı
ISBN: 978-605-254-412-9, xiv + 328 sayfa, kaynakça var, dizin yok



GENEL DAĞITIM ve İSTEME ADRESİ

DETAY ANATOLIA AKADEMİK YAYINCILIK LTD. ŞTİ.

Adakale Sokak No: 14/4 Kızılay/ANKARA

Tel : (0.312) 434 09 49 • Faks: (0.312) 434 31 42

Web: www.detayyayin.com.tr • e-posta: detayyay@gmail.com

ÖNSÖZ

Her endüstride olduğu gibi, turizm endüstrisi de ortaya çıkan yeni teknolojiler ve tüketici eğilimleri nedeniyle sürekli olarak değişime uğramakta, yeni anlayış ve iş yapış yöntemleriyle dönüşmektedir. Yeni varış yerlerinin turizm pazarına girmesi, yeni teknolojilerin gelişmesiyle ortaya çıkan üretim, iletişim ve ulaşım araçları, sektörde büyük değişimlere neden olmaktadır. Turizm destinasyonlarının ve işletmelerinin, turist ihtiyaç ve isteklerini karşılayarak her geçen gün artan rekabet ortamında hayatta kalıp gelişebilmeleri için yeni eğilimleri ve teknolojileri erken benimsemeleri ve uyum sağlamaları hayati önem taşımaktadır.

Yeni eğilimlerin bazıları turistlerin daha önce yaptıkları seyahatlerden, geçirdikleri tatillerden farklı deneyimler yaşama isteğinden kaynaklanmaktadır. Diğerleri ise destinasyonların, turizm endüstrisini oluşturan işletmelerin iş yapış yöntemlerini kolaylaştıran, turistlerin sahip olduğu deneyimleri iyileştiren yeni teknolojilerin uygulanması ve benimsenmesi ile ortaya çıkmaktadır. Önümüzdeki yıllarda da yeni tüketici eğilimleri ile sosyal, kültürel, ekonomik, çevresel, teknolojik gelişmelerin ortaya çıkacağı ve turizm endüstrisini etkileyeceği şüphesizdir. Örneğin; öngörülmeleyen bir şekilde, 2019 yılı sonunda ortaya çıkan ve tüm dünyayı etkisi altına alan COVID'19 pandemisi, bütün endüstrileri olduğu gibi, özellikle insanların seyahat etmesine, yer değiştirmelerine dayanan turizm endüstrisini de derinden etkilemiş, önceliklerin değişmesine, yeni gereksinmelerin ortaya çıkmasına neden olmuştur. COVID'19 pandemisinin ortaya çıkardığı yeni turist eğilimlerinin yanı sıra, sosyo-kültürel, politik, ekonomik, teknolojik ve turist davranışlarındaki daha genel değişimler de geleceğin turizm talebini ve hareketlerini şekillendirmeye devam edecektir.

Üçüncü cildini elinizde tuttuğunuz bu kitap, önceki ciltlerde olduğu gibi turizm endüstrisinde ortaya çıkan ve önümüzdeki yıllarda etkisi giderek artacak son eğilimlerden örnekler vermekte, çağdaş turizm ekonomisi için yeni bir vizyon sunmaktadır. Bölümler, konularında uzman akademisyenler tarafından hazırlanmıştır. Kitap, turizm endüstrisindeki güncel gelişmeleri ve eğilimleri incelemek isteyen merkezi ve yerel yöneticiler, turizm profesyonelleri ve bilim insanlarının yanı sıra öğrenciler için de bir kaynak niteliğindedir.

Bu eserin meydana gelmesinde değerli katkılarını sunan tüm meslektaşlarımıza teşekkür ederiz. 2013 yılında yolculuğuna başlayan ve güncel olarak turizm konu ve eğilimlerini incelemeyi hedef edinmiş olan bu kitap dizisinde ve diğer eserlerimizde bizlere olan desteklerini hiçbir zaman esirgemeyen Detay Yayıncılık ve çalışanlarına, özellikle de Sayın Hüseyin Yıldırım'a şükranlarımızı sunarız.

Editörler

Prof. Dr. Şule AYDIN

Prof. Dr. Mustafa BOZ

İÇİNDEKİLER

ÖNSÖZ.....	iii
------------	-----

BİRİNCİ BÖLÜM

TURİZM ENDÜSTRİSİNDE ROBOTLAR, MÜŞTERİ DESTEK CANLI SOHBET SERVİSİ, OTOMASYON

Dr. Öğr. Üyesi Eda Özgül Katlav, Prof. Dr. Cihan Çobanoğlu

GİRİŞ	1
1. TURİZM SEKTÖRÜNDE TEKNOLOJİNİN KULLANIMI, ENDÜSTRİ 4.0 VE ETKİLERİ.....	1
2. TURİZM SEKTÖRÜNDE YAPAY ZEKA	2
3. TURİZM İŞLETMELERİNDE SERVİS ROBOTLARI	3
4. TURİZM İŞLETMELERİNDE SOHBET ROBOTLARI (CHATBOTS)	4
5. TURİZM İŞLETMELERİNDE SOHBET ROBOTLARI, SERVİS ROBOTLARI VE OTOMASYON KULLANIMI İLE İLGİLİ ÖRNEKLER.....	6
5.1. Konaklama İşletmeleri	6
5.2. Havalimanları	8
5.3. Restoranlar	9
5.4. Müze ve Sanat Galerileri	11
5.5. Eğlence Parkları.....	11
6. TURİZM İŞLETMELERİNDE ROBOT KULLANIMININ AVANTAJ VE DEZAVANTAJLARI	12
SONUÇ	15
KAYNAKÇA.....	16

İKİNCİ BÖLÜM

TURİZM SEKTÖRÜNDE YAPAY ZEKÂ UYGULAMALARI

Prof. Dr. Kurtuluş Karamustafa, Arş. Gör. Nazlı Örnek

GİRİŞ	20
1. YAPAY ZEKÂ VE TARİHSEL DAYANAKLARI	21
2. YAPAY ZEKÂNIN MEVCUT VE POTANSİYEL KULLANIM ALANLARI	23
3. TURİZM SEKTÖRÜNDE YAPAY ZEKÂNIN KULLANIMI	25
3.1. Ulaştırma Alt Sektörü	29
3.2. Konaklama Alt Sektörü	31
3.3. Yiyecek ve İçecek Alt Sektörü	33
3.4. Turizm Aracıları.....	35
3.5. Müzeler ve Danışma Büroları	36

3.6. Araç Kiralama Alt Sektörü.....	38
3.7. Toplantı ve Etkinlikler	38
SONUÇ.....	39
KAYNAKÇA.....	39

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM TURİZMDE ARTIRILMIŞ GERÇEKLİK

Doç. Dr. Ömer Çoban

GİRİŞ	44
1. ARTIRILMIŞ GERÇEKLİK KAVRAMI VE KAPSAMI.....	44
2. ARTIRILMIŞ GERÇEKLİĞİN TARİHSEL GELİŞİMİ.....	46
3. ARTIRILMIŞ GERÇEKLİK VE TURİZM	47
4. TURİZMDE ARTIRILMIŞ GERÇEKLİK KULLANIM ALANLARI.....	49
4.1. Doğal ve Kültürel Miras Alanları, Müzeler, Milli Parklar ve Temalı Parklarda Artırılmış Gerçeklik Kullanımı.....	49
4.2. Turizm İşletmelerinde Artırılmış Gerçeklik Kullanımı.....	51
4.3. Destinasyonlarda Artırılmış Gerçeklik Kullanımı.....	53
SONUÇ.....	54
KAYNAKÇA.....	55

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM TURİZMDE SANAL GERÇEKLİK

Doç. Dr. Tülay Güzel, Dr. Nurgül Çalışkan

GİRİŞ	60
1. SANAL GERÇEKLİK.....	60
2. SANAL GERÇEKLİK VE TURİZM: SANAL TURİZM	63
3. TURİZMDE SANAL GERÇEKLİK KULLANIMI	65
3.1. Kültürel Mirası Koruma Amaçlı Kullanımı	65
3.2. Tanıtım ve Pazarlama Amaçlı Kullanımı	66
3.3. Eğitim Amaçlı Kullanımı.....	67
SONUÇ.....	68
KAYNAKÇA.....	69

BEŞİNCİ BÖLÜM TURİZMDE BLOCKCHAIN

Dr. Öğr. Üyesi Koray Çamlıca

GİRİŞ	72
1. BLOCKCHAIN TEKNOJİLERİ.....	73
2. KRİPTOPARA BİRİMLERİNİN TURİZM SEKTÖRÜ ÜZERİNDEKİ ETKİLERİ	74

3. TURİZMDE BLOCKCHAIN MODELİ	78
4. TURİZMDE BLOCKCHAIN UYGULAMARINDAN ÖRNEKLER	79
SONUÇ.....	80
KAYNAKÇA.....	81

ALTINCI BÖLÜM

TURİZM ENDÜSTRİSİNDE 4.0

Prof. Dr. Kemal Birdir, Doç. Dr. Sevda Birdir, Arş. Gör. Derya Toksöz

GİRİŞ	83
1. ENDÜSTRİ 4.0 VE TURİZM.....	84
1.1. Endüstri 4.0'ın Gelişim Süreci	85
1.2. Turizmde Endüstri 4.0	86
2. TURİZM SEKTÖRÜNDE ENDÜSTRİ 4.0 UYGULAMALARINA ÖRNEKLER.....	87
SONUÇ.....	89
KAYNAKÇA.....	91

YEDİNCİ BÖLÜM

YALNIZ SEYAHAT

Dr. Öğr. Üyesi Mehmet Umur

GİRİŞ	93
1. YALNIZ SEYAHAT VE YALNIZ GEZGİN KAVRAMLARI.....	94
2. YALNIZ SEYAHAT İTME VE ÇEKME FAKTÖRLERİ.....	95
3. YALNIZ GEZGİNLERİN ÖZELLİKLERİ	96
4. DÜNYADA VE TÜRKİYE'DE YALNIZ SEYAHAT DESTİNASYONLARI	97
SONUÇ.....	98
KAYNAKÇA.....	99

SEKİZİNCİ BÖLÜM

EKOSEYAHAT

Prof. Dr. Abdullah Karaman, Öğr. Gör. Gülhan Sözbilen

GİRİŞ	101
1. EKOTURİZMİN TANIMI, ÖNEMİ VE AMACI.....	101
2. EKOTURİZM ENDÜSTRİSİ	103
2.1. Tur Operatörleri ve Seyahat Acenteleri	105
2.2. Konaklama İşletmeleri.....	107
3. EKOTURİZM PAZARI	108
3.1. Ekoseyahatlerde Tüketici Profili.....	108
3.2. Ekoturizm Arzı	110

3.3. Ekoturizm Talebi.....	111
4. EKOSEYAHATLERİN ÇEVRE ÜZERİNDEKİ ETKİLERİ.....	112
5. EKOTURİZMİN DÜNYADA VE TÜRKİYE'DE GELİŞİMİ	115
SONUÇ.....	117
KAYNAKÇA.....	118

DOKUZUNCU BÖLÜM

YEREL TURİSTİK DENEYİM

Öğr. Gör. Ecem Tezgel Çoban, Prof. Dr. Şule Aydın

GİRİŞ.....	120
1. DENEYİM VE DENEYİM EKONOMİSİ.....	121
2. TURİSTİK DENEYİM VE YEREL TURİSTİK DENEYİM	121
3. TURİSTİK DENEYİMİN YERELLEŞMESİNE ETKİ EDEN FAKTÖRLER	122
3.1. Yerel Halkın Turizmin Gelişimine Yönelik Tutumu	123
3.2. Turizm Hareketlerinin Kitleleşme ve Endüstriyelleşme Düzeyi	123
3.3. Paylaşım Ekonomisine Yönelik Araçlardan Faydalanma	124
4. YEREL TURİSTİK DENEYİMİN YOĞUN YAŞANDIĞI TURİZM TÜRLERİ	125
4.1. Gönüllü Turizm	125
4.2. Gastronomi Turizmi.....	125
4.3. Kırsal Turizm	126
4.4. Yaratıcı Turizm.....	126
SONUÇ.....	127
KAYNAKÇA.....	128

ONUNCU BÖLÜM

KİŞİYE ÖZEL SEYAHAT TASARIMI

Doç. Dr. Lütfi Buyruk, Öğr. Gör. İrem Bozkurt

GİRİŞ.....	132
1. SEYAHAT TASARIMI.....	133
2. KİŞİYE ÖZEL SEYAHAT TASARIMI OLUŞTURMAK	135
3. KİŞİYE ÖZEL SEYAHAT ÜRÜNLERİ VE LÜKS SEYAHATLER.....	136
4. KİŞİYE ÖZEL SEYAHAT TASARIMINDA SEYAHAT WEB SİTELERİ.....	138
5. KİŞİYE ÖZEL SEYAHAT TASARIMINDA TUR OPERATÖRLERİ VE SEYAHAT ACENTELERİ.....	139
SONUÇ.....	140
KAYNAKÇA.....	141

ON BİRİNCİ BÖLÜM

SAĞLIKLI VE ORGANİK YİYECEK-İÇECEKLER

Dr. Öğr. Üyesi Gül Yılmaz, Arş. Gör. Dr. Şule Ardıç Yetiş

GİRİŞ	143
1. ORGANİK YİYECEK-İÇECEKLERİN TANIMI VE İÇERİĞİ	143
1.1. Sağlıklı ve Organik Yiyecek-İçeceklerin Tüketimini Etkileyen Faktörler ..	145
1.2. Sağlıklı ve Organik Yiyecek-İçecek Tüketicilerinin Profili.....	146
2. SAĞLIKLI VE ORGANİK YİYECEK-İÇECEKLERİN TURİZMDE KULLANIMI.....	147
SONUÇ	148
KAYNAKÇA.....	149

ON İKİNCİ BÖLÜM

KUTUP TURİZMİ

Dr. Öğr. Üyesi Meral Dursun, Öğr. Gör. Figen Sevinç

GİRİŞ	151
1. KUTUP TURİZMİ KAVRAMI	151
2. KUTUP TURİZMİNİN TARİHSEL GELİŞİMİ	152
3. GÜNÜMÜZDE KUTUP TURİZMİ VE ÇEVRESEL YAPISI.....	153
3.1. Kutup Turizmi Bileşenleri	154
3.2. Kutup Turizmi Turist Profili.....	155
3.3. Kutup Turizmi Arz Unsurları	155
3.4. Kutup Turları	156
4. SÜRDÜRÜLEBİLİR KUTUP TURİZMİ UYGULAMALARI	157
SONUÇ	158
KAYNAKÇA.....	159

ON ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

UZUN ÖMÜR VE KIDEMLI GEZGİNLER

Doç. Dr. İbrahim İlhan, Arş. Gör. Dr. Zeynep Çokal

GİRİŞ	161
1. UZUN ÖMÜR KAVRAMI VE TURİZM İLİŞKİSİ	162
2. KIDEMLI GEZGİN KAVRAMI.....	163
2.1. Talep Açısından Kıdemli Gezinler	164
2.2. Arz Açısından Kıdemli Gezinler	166
2.3. Kıdemli Gezinlerin Seyahatlerinde Yaşadıkları Endişeler	167
SONUÇ	168
KAYNAKÇA.....	169

ON DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

AŞIRI TURİZM

Öğr. Gör. Dr. Yasin Günden, Doç. Dr. Duygu Eren

GİRİŞ	171
1. AŞIRI TURİZM KAVRAMI	172
2. AŞIRI TURİZMİN NEDENLERİ	173
3. AŞIRI TURİZMİN BELİRTİLERİ / GÖSTERGELERİ	174
4. AŞIRI TURİZMİN ETKİLERİ	175
5. TURİZM PAYDAŞLARININ AŞIRI TURİZME BAKIŞ AÇILARI.....	176
6. AŞIRI TURİZME KARŞI GELİŞTİRİLEN STRATEJİLER.....	177
7. AŞIRI TURİZM ÖRNEKLERİ	178
SONUÇ	179
KAYNAKÇA.....	180

ON BEŞİNCİ BÖLÜM

SEYAHAT HAREKETLİLİĞİ/ULAŞIM ÇEŞİTLİLİĞİ VE UYGUNLUĞU

Arş. Gör. Dr. Meral Büyükkuru, Doç. Dr. Emrah Özkul

GİRİŞ	183
1. TURİZMDE SEYAHAT HAREKETLİLİĞİ	184
1.1. Uluslararası Turizm Hareketliliği	184
1.2. Turizm Seyahatinde Ulaşım Uygunluğu	185
2. SEYAHAT VE ULAŞIM SİSTEMİ	186
2.1. Karayolu Taşımacılığı	187
2.2. Denizyolu Taşımacılığı	188
2.3. Havayolu Taşımacılığı	189
2.4. Demiryolu Taşımacılığı	190
SONUÇ	191
KAYNAKÇA.....	192

ON ALTINCI BÖLÜM

GÖÇ VE TURİZME ETKİLERİ

Dr. Öğr. Üyesi Gaye Deniz, Prof. Dr. Derman Küçükaltan

GİRİŞ	194
1. GÖÇ KAVRAMI VE ÖNEMİ	194
2. GÖÇ VE TURİZM İLİŞKİSİ.....	195
3. DÜNYADA GÖÇ VE TURİZM	197
4. TÜRKİYE'DE GÖÇ VE TURİZM	198
SONUÇ	201
KAYNAKÇA.....	202

ON YEDİNCİ BÖLÜM ESENLIK TURİZMİ

Arş. Gör. Veli Ceylan, Prof. Dr. Mehmet Saruışık

GİRİŞ	205
1. ESENLIK KAVRAMI.....	205
1.1. Esenlik Uygulamaları.....	206
2. ESENLIK TURİZMİ	208
2.1. Esenlik Turizmi Motivasyon Kaynakları.....	209
2.2. Esenlik Turizminde Arz ve Talep	209
2.3. Dünyada ve Türkiye’de Esenlik Turizmi Pazarı	211
SONUÇ.....	211
KAYNAKÇA.....	212

ON SEKİZİNCİ BÖLÜM HASAT TURİZMİ

Arş. Gör. Dr. Gamze Çoban Yıldız, Prof. Dr. İbrahim Yılmaz

GİRİŞ	214
1. HASAT TURİZMİ	215
2. HASAT TURİZMİNİN KAPSAMI.....	215
2.1. Hasat Festivalleri/Şenlikleri	216
2.2. Hasat Turizmi Etkinliklerinden Diğer Örnekler	219
2.3. Hasat Turizminin Sektör Açısından Önemi	221
SONUÇ.....	222
KAYNAKÇA.....	223

ON DOKUZUNCU BÖLÜM DÜĞÜN TURİZMİ

Doç. Dr. Bekir Eşitti, Dr. Buket Buluk Eşitti

GİRİŞ	227
1. DÜĞÜN TURİZMİ KAVRAMI VE GELİŞİMİ.....	228
1.1. Düğün Turizminin Özellikleri ve Bileşenleri	230
1.2. Düğün Turizminde Turist Profili ve Motivasyonları	232
2. DÜĞÜN TURİZMİ VE DESTİNASYONLAR	235
2.1. Düğün Turizminde Destinasyon Markalaşması	235
2.2. Dünya Düğün Turizmi Destinasyonları.....	236
2.3. Bir Düğün Turizmi Destinasyonu Olarak Türkiye.....	237
SONUÇ.....	240
KAYNAKÇA.....	241

YIRMİNCİ BÖLÜM TURİZMDE OYUNLAŞTIRMA

Prof. Dr. Gökalp Nuri Selçuk, Arş. Gör. Filiz Dalkılıç Yılmaz

GİRİŞ	244
1. OYUNLAŞTIRMA KAVRAMI	245
1.1. Oyunlaştırma Unsurları ve Tasarım	246
1.2. Oyuncu Türleri ve Motivasyonları.....	247
1.3. Oyunlaştırmanın Avantajları ve Dezavantajları	248
1.4. Oyunlaştırmanın Kullanım Alanları.....	248
2. TURİZMDE OYUNLAŞTIRMA	248
2.1. Turizmde Oyunlaştırma Uygulamalarının Faydaları	249
2.2. Turizmde Oyunlaştırma Uygulamaları.....	249
2.2.1. Dünyada Oyunlaştırma Uygulamaları	250
2.2.2. Türkiye’de Oyunlaştırma Uygulamaları	252
SONUÇ	253
KAYNAKÇA.....	253

YIRMİ BİRİNCİ BÖLÜM DÖNÜŞÜMSEL TURİZM

Prof. Dr. Nuray Türker, Dr. Öğr. Üyesi Ayşegül Acar

GİRİŞ	256
1. DÖNÜŞÜM VE KİŞİSEL DÖNÜŞÜM	257
1.1. Dönüşümsel Öğrenme Teorisi	258
2. DÖNÜŞÜM VE TURİZM İLİŞKİSİ	258
3. TURİST-YERLİ HALK ETKİLEŞİMİ VE YEREL HALKIN DÖNÜŞÜMÜ.....	259
4. DÖNÜŞÜMSEL TURİZM VE DÖNÜŞTÜRME POTANSİYELİ TAŞIYAN ALTERNATİF TURİZM ÇEŞİTLERİ	260
4.1. Sağlıklı Yaşam Turizmi (Wellness Turizmi)	261
4.2. Gönüllü Turizmi (Volunteer Tourism).....	262
4.3. İnanç ve Spritual Turizm (Religious and Spiritual Tourism)	262
4.4. Ekoturizm (Ecotourism)	263
4.5. Diğer Alternatif Turizm Türleri	264
SONUÇ	265
KAYNAKÇA.....	265

YİRMİ İKİNCİ BÖLÜM GASTRONOMİ MÜZELERİ

Arş. Gör. Firdevs Yönet Eren, Prof. Dr. Nilüfer Şahin Perçin

GİRİŞ	269
1. MÜZE KAVRAMI.....	270
2. GASTRONOMİ MÜZE KAVRAMI.....	271
2.1. Gastronomi Müze Türleri ve Sınıflandırılması.....	272
3. DÜNYADAKİ GASTRONOMİ MÜZELERİ	274
4. TÜRKİYE'DEKİ GASTRONOMİ MÜZELERİ	276
SONUÇ.....	278
KAYNAKÇA.....	279

YİRMİ ÜÇÜNCÜ BÖLÜM ŞEHİR TURİZMİ VE YAYALAŞTIRMA

Arş. Gör. Vahit Oğuz Kiper, Prof. Dr. Orhan Batman

GİRİŞ	281
1. ŞEHİR TURİZMİ.....	282
1.1. Şehirlerin Turizm ile Buluşması ve Etkileri	282
1.2. Şehir Turizmi İçin Sürdürülebilirlik	283
2. YAYALAŞTIRMA VE YÜRÜNEBİLİRLİK	285
2.1. Yayalaştırmanın Olumlu Etkileri	286
2.2. Yayalaştırma Nasıl Sağlanır?	287
SONUÇ.....	289
KAYNAKÇA.....	289

YİRMİ DÖRDÜNCÜ BÖLÜM TURİZM SEKTÖRÜNDE METİN MADENCİLİĞİ

Dr. Öğretim Üyesi İbrahim Akın Özen

GİRİŞ	292
1. METİN MADENCİLİĞİ.....	293
1.1. Metin Madenciliği Yöntemleri	294
1.2. Metin Madenciliğinde Veri İşleme Aşamaları.....	295
1.2.1. Veri Setinin Toplanması.....	296
1.2.2. Metin İşleme.....	296
1.2.3. Metin Filtreleme	297
1.2.4. Veri Dönüştürme.....	297
1.2.4.1. Vektör Uzay Modeli (Vector Space Model-Word Vector)	297
2. TURİZM SEKTÖRÜNDE ÇEVİRİMİÇİ VERİ KAYNAKLARI	298

3. TURİZM SEKTÖRÜNDE METİN MADENCİLİĞİ	299
3.1. Turistik Ürünlerin Değerlendirilmesi	300
3.2. Turizm Pazarında Trendleri Keşfetme	303
SONUÇ	304
KAYNAKÇA	304

YİRMİ BEŞİNCİ BÖLÜM

DİJİTAL GASTRONOMİ

Prof. Dr. Mustafa Boz, Doç. Dr. Çiğdem Özkan

GİRİŞ	307
1. DİJİTAL GASTRONOMİ KAVRAMI VE EVRİMSEL SÜRECİ	307
1.1. Ne Yiyecemize Nasıl Karar Veririz?	309
1.2. Tat Bileşenleri Ağı	310
2. 3D YAZICI TEKNOLOJİSİ	312
2.1. 3D Yazıcıların Dijital Gastronomide Kullanım Alanları	312
2.2. Dijital Gastronomi ve Turizm Sektörüne Olası Etkileri	314
SONUÇ	315
KAYNAKÇA	315

YİRMİ ALTINCI BÖLÜM

TURİZM VE YAŞAM KALİTESİ

Öğr. Gör. Dr. Neşe Yılmaz

GİRİŞ	317
1. YAŞAM KALİTESİ	318
2. YAŞAM KALİTESİ İLE İLGİLİ KAVRAMLAR	318
2.1. Mutluluk	319
2.2. Öznel İyi Oluş (Subjective Well-Being)	319
3. SERBEST ZAMAN, REKREASYON VE YAŞAM KALİTESİ	320
4. TURİZM VE YAŞAM KALİTESİ	322
SONUÇ	324
KAYNAKÇA	324

BEŞİNCİ BÖLÜM

TURİZMDE BLOCKCHAIN

Dr. Öğr. Üyesi Koray ÇAMLICA
Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi
koraycamlica@nevsehir.edu.tr

GİRİŞ

Dünyada turizm, ekonomik kalkınma sağlamak ve istihdam yaratmak için önemli bir sektördür. Dünya Turizm ve Seyahat Konseyi'nin yıllık analizine göre (WTTC, 2019), sektörün küresel ekonomiye toplam katkısı 8,8 trilyon \$'a ulaşmıştır. Bu veri, sektörün 2018 yılında küresel GSYH'nin %10,4'ünü, toplam istihdamın %10'unu, toplam küresel ihracatın %6,5'ini ve toplam kapsamlı hizmet ihracatının %27,2'sini oluşturduğunu göstermektedir.

Teknolojinin ve internet olanaklarının gelişmesiyle birlikte, müşterilerin turizm ürünlerinin çevrimiçi olarak aramasına ve rezervasyon yaptırmasına izin verdiği için turizm endüstrisi önemli ölçüde değişmiştir. Örneğin, Airbnb ve Uber gibi birçok şirket, geleneksel iş modellerini, tüketiciden tüketiciye yönlü iş modellerine dönüştürmüştür. Tüketiciden tüketiciye iş modellerine geçilmesiyle birlikte, turizm sektöründe, müşteri ihtiyaçlarını karşılamak için para, teknoloji ve bilginin birleştirilerek oluşturulduğu yeni ve yenilikçi platformlara ihtiyaç duyulmuştur (Colombo ve Bagio, 2017). Bu platformların en önemli öncüsü Blockchain teknolojisidir.

Yeni teknoloji olarak, Blockchain teknolojisi (BCT), turizm sektörü de dahil olmak üzere tüm sektörleri kendi içerisinde yer almaya zorlamaktadır. Bunun en önemli sebebi ise, sektörlerin yeni çağa uyum sağlaması gerekliliğidir. Günümüz iş modellerinde, mevcut piyasa koşullarına uyum sağlayamayan işletmelerin başarılı olma ihtimalleri oldukça düşüktür. Diğer taraftan, hem uygulayıcılar hem de araştırmacılar, seyahat ve turizm endüstrisindeki temel değişikliklerden birinin müşteri deneyimi olduğunun farkına varmış ve başarılı olabilmek için yeni yaklaşımlara yönelmişlerdir. Örneğin, sosyal medya kullanan müşteriler, düşüncelerini ve deneyimlerini akranlarıyla hızlı bir şekilde paylaşabilmektedir. Bu durum, yanlış yorumlamalara veya veri gizliliği ve sahtekârlık gibi bazı sorunlara neden olabilmektedir. BCT'ler gizlilik, şeffaflık, güvenlik ve güven gibi ortak özellikleri aracılığıyla bu tür sorunları çözmek için kullanılabilir. Dolayısıyla, BCT, sadece ödeme ve ekonominin paylaşılmasıyla ilgili hususlara odaklanmamaktadır.

Zsarnoczky (2018) turizm endüstrisinde, tüketicilerin değişen talep ve gereksinimlerine cevap verebilmek için, ürünleri arz eden işletmelerin ve tüketicilerin dijitalleşmeye önemli ölçüde ihtiyaç duyacağını vurgulamaktadır. Başka bir deyişle, blockchain'in temelini oluşturan ekonominin paylaşılmasının turizm sektöründe de olması gerekmektedir. Ekonomiyi paylaşmanın artan etkisiyle turizm

endüstrisi, tüketici deneyimine daha fazla odaklanmaya başlayacak ve dijitalleşme turizm endüstrisini önemli ölçüde etkileyecektir (Özdemir ve diğerleri, 2019).

Bu bölüm içerisinde, blockchain teknolojileri kavramları, kripto para birimlerinin turizm üzerindeki etkileri, turizmde blockchain modeli ve turizm blockchain uygulamaları açıklanmaya çalışılmış, konunun bütünlüğü açısından uluslararası boyutta örneklerden bahsedilmiştir.

1. BLOCKCHAIN TEKNOJİLERİ

Blockchain, merkezi otorite olmadan dijital varlıkların değişimini sağlayan teknolojidir. Blockchain ağındaki düğümler ağ boyunca dağıtılmakta ve kimse tarafından kontrol edilememektedir. Merkezi otoritenin ortadan kaldırılması tüm düğümler arasında güven sağlamaktadır. Blockchain mekanizmasında bir kez yazma ve salt okunur ilkeler kullanılmaktadır. Dijital varlıklar blockchain ağında saklandığında, kimse onu değiştirememektedir. Bu özellik değişmezlik olarak bilinmektedir. Blockchain'in değişmezlik özelliği nedeniyle, yıkıcı teknolojilerden biri haline geldiği düşünülmektedir. Dijital varlık, blockchain ağında bulunan düğümlerin çoğunluğu tarafından doğrulanabilmektedir. 2008-2009 civarında, blockchain ilk olarak, Bitcoin kripto para birimini tanıttığında Satoshi Nakamoto olarak bilinen sahte biri olduğu düşünülen kişi tarafından tanıtılmıştır (Nakamoto, 2008). Blockchain teknolojisi, tedarik zinciri sistemi, eğitim kimlik bilgileri, elektronik tıbbi kayıtlar, resmi kamu kayıtları, VANET sistemi, seyahat ve turizm sistemi vb. dâhil olmak üzere çok çeşitli uygulamaları hızlıca dönüştürebilmektedir (Dwivedi ve diğerleri, 2020). Blockchain teknolojilerinin tüm sektörleri için yarar sağladığı bazı özellikler bulunmaktadır.

Blockchain Teknolojisi'nin özellikleri (Puthal ve diğ., 2018):

- **Bağlanabilirlik:** Bağlanabilirlik özelliği, blockchain mekanizmasının temel özelliğidir. Bloklar, kriptografik hash fonksiyonu kullanılarak önceki bloklara bağlanmakta ve tüm bloklar kronolojik sırada düzenlenmektedir. Blok zincir tabanlı sistemde herhangi bir bloğun, herhangi biri tarafından bulunulması veya fark edilmesi neredeyse imkânsızdır.
- **Dağıtılmış yapı:** Katılımcılar arasında oluşturulan düğümler ağ genelinde global olarak dağıtılır ve ağı denetleyebilecek merkezi bir otorite bulunmamaktadır. Herhangi bir düğüm blockchain tabanlı ağa katılabilir ve birleştirildikten sonra yeni düğüm, blockchain'in geçerli ve güncellenmiş bir kopyasını almak için diğer düğümlerle senkronize edilebilmektedir. Oluşan zincir ağının milyonlarca dişliden ayırmak ve bulmak neredeyse imkânsızdır.
- **Paylaşılan defter:** Blockchain tabanlı sisteme katılan her üye işlemlerini paylaşılan bir deftere kaydetmektedir. Yeni bir işlem eklemek için, ağdaki üyelerin çoğu önerilen işlemi değerlendirmek ve doğrulamak için algoritmalar çalıştırmaktadır. İşlemlerin geçerli olduğunu kabul ederlerse, ağın her bir üyesinin paylaşılan hesap defterine eklenmekte ve katılan tüm üyelerin blok zincirinin tam bir kopyası olduğundan, hiçbir üye veri değiştirme gücüne sahip olamamaktadır.

- **Kronolojik ve zaman damgalı:** Blockchain, kronolojik olarak düzenlenmiş zaman damgalı bloklar aracılığıyla çalışır ve bu blokları beğenmek için kriptografik olarak şifrelenerek güvenlik sağlanmaktadır. Bu nedenle, bir düşman herhangi bir bloğu hekeleyebilirse, gelecekteki tüm bloklar ve ardından zayıflayan blok devre dışı kalmaktadır.
- **Şeffaflık:** Tüm katılımcı düğümleri blok zincirinin aynı ve güncellenmiş kopyasına sahiptir. Bu nedenle, tüm bloklar blockchain ağında şeffaf bir şekilde korunmaktadır.
- **Özerklik:** Blockchain mekanizması, açık ve şeffaf bir algoritma olan fikir birliği protokolünü benimsemektedir. Bu protokol, blockchain tabanlı sisteme katılan tüm varlıkların güvenli bir şekilde bilgi alışverişinde bulunmalarını sağlamaktadır.
- **Açıklık:** Belirli bir işleme katılan kuruluşların kişisel ve hassas bilgileri şifrelenir ve fakat yüzeysel bilgiler herkese açıktır. Bu nedenle, bilgilerin doğrulanması kolaydır. Blockchain ağında saklanan bilgileri herkes denetleyebilmektedir.
- **Gelişmiş güvenlik:** Blockchain teknolojisinin en önemli avantajlarından biri gelişmiş güvenlik ile ilgilidir. BCT yapılan işlemler içinde, kriptografik olarak güvenli karma işlevleri ve açık fikir birliği algoritmaları kullanmaktadır. Bitcoin blok zinciri olarak 256 bit güvenli karma algoritma ve iş kanıtı (PoW) algoritması kullanmaktadır.
- **Güvenilirlik:** Blockchain mekanizmasında bulunan ağdaki tüm katılımcıların birbiri ile bağlarının olmaması ve zincirler arasında bilgilerin açığa çıkamaz olmaması sebebiyle güvenilirdir.

BCT her sektörün kullanabileceği, kolayca kullanıma açık oluşturulmuş yeni bir teknolojidir. Blok Zinciri teknolojisinin kullanımının yaygınlaşması için sektör yetkililerinin bu teknolojiyi kabul etmesi en temel konuların başında gelmektedir. Blok Zincirinin bilinirliği arttıkça daha çok kurum ve kişi tarafından kullanılacağı ve çok daha fazla sektörde karşımıza çıkacağı beklenmektedir (Elbeyoğlu, 2018). Dolayısıyla, sektör yetkililerinin blockchain teknolojilerini kabul etmeleriyle birlikte turizm sektöründe de kullanımı yaygınlaşacağı düşünülmektedir.

2. KRİPTOPARA BİRİMLERİNİN TURİZM SEKTÖRÜ ÜZERİNDEKİ ETKİLERİ

Kriptopara, kriptografik/şifreli olarak güvenli işlem yapmaya ve sanal para arzına olanak sağlayan dijital değerlere denilmektedir. Kriptoparalar, alternatif para birimi olarak dijitaldir ve aynı zamanda sanal paradır (Çarkacıoğlu, 2016).

Üretici ve tüketici arasındaki iletişim yollarını değiştirecek olan dijital iletişim ağları, bitcoin ve blockchain teknolojileri, birçok endüstride olduğu gibi turizm endüstrisinde de oldukça etkilidir. Endüstri 4.0 devrimi gibi teknolojik gelişmeler, tüm sektörlerde dijitalleşme eğilimlerini ortaya çıkarmıştır. Ekonomi ve turizm ekonomisi açısından da hissedilen bu değişimlerde kullanılan para birimi-

leri, sistemler ve ödeme yöntemleri gibi faktörlerin etkileri göz önüne alındığında, sektör ve tüketici için en uygun dijitalleşme modelini bulmak esastır. Özellikle blockchain teknolojilerinin turizm sektörü üzerinde önemli etkileri olduğu düşünülmektedir.

Turkey ve diğerleri'ne (2019) göre kripto para birimlerinin, blockchain teknolojilerinin ve dijital teknolojilerin turizm sektörü üzerindeki etkileri Tablo 5.1'de özetlenmektedir:

Tablo 5.1. Blockchain Teknolojilerinin Turizm Sektörü Üzerine Etkileri

	Turizm Sektörüne Olası Olumlu Etkiler	Turizm Sektörüne Olası Olumsuz Etkiler
Dijital Teknolojiler	Dijital teknolojilerin kullanımı ile birlikte hizmet sürecindeki işlemlerde hız artışı, maliyet azaltma, kârlılık, müşteri memnuniyeti, standardizasyon gibi büyük ve küçük işletmeler üzerinde olumlu etkiler sağlanmaktadır. Bu anlamda Endüstri 4.0 gibi devrimlerin etkisi altında elektronik ticaret, nesnelerin teknolojisi, dijital gelişmeler gibi olumlu gelişmeler turizme olumlu katkı sağlamaktadır.	Turizm hizmetinin verilebilmesi için ihtiyaç duyulan kişisel verilerin sektör içinde çok fazla yer alması sebebiyle yeni teknolojilere uyum sağlanamaması, sistem dışı kalınması, güvenlik açıkları ve gizlilik sorunları gibi etkiler olumsuz etkiler olarak değerlendirilebilir.
Kripto Para Birimleri (Bitcoin, Ethereum vb.)	Dünyadaki farklı ülke vatandaşlarının aynı para biriminde alışveriş yapabilmeleri kripto para birimleri ile oldukça kolaydır. Uluslararası turizm sektörü açısından değerlendirildiğinde ödeme sürecinin hızlı olması tüm paydaşlar için işlemlerin ve seyahat düzenlemelerinin kolayca satın almaların gerçekleştirilmesine olanak sağlamaktadır. Bu bağlamda, ekonominin farklı alanlarında ve sadece sistematik bir şekilde birbirleriyle faaliyet gösteren firmalar ortaya çıkmaktadır. Bu firmaların sunduğu hizmetler arasında E-cüzdan uygulamaları, madencilik havuzları bulunmaktadır. Bu hizmetlerin iyileşmesi, firmaların artması ile birlikte turizmde seyahat düzenlemelerinin hızlanması bir avantaj olarak görülmektedir.	Bu para birimlerini kullanmanın en büyük dezavantajı, yeni bir teknoloji olması, tanınması ve geçerliliğinin henüz yaygın olmamasıdır. Güvenlik sorunları, yasal düzenlemeler ve bilgi eksikliği, bu teknolojilerin kullanılmasının en olası olumsuz etkileri arasındadır. Bu anlamda yasaklar ve güvenlik problemleri ortaya çıktığında vergilendirme açısından uygunsuzluklar olabilir. Bitcoin gibi para birimlerinin yasal düzenlemelerinde yaşanacak mevcut yapı ve durum turizm tüketicilerinin kullanımını etkileyecektir

Tablo 5.1 (Devamı). Blockchain Teknolojilerinin Turizm Sektörü Üzerine Etkileri

	Turizm Sektörüne Olası Olumlu Etkiler	Turizm Sektörüne Olası Olumsuz Etkiler
Akıllı Sözleşme /Dağıtılmış Defter	Havayolu operatörleri, seyahat acentaları vb. gibi turizm işletmeleri müşterileri ile akıllı sözleşmeler kullanarak gerçek zamanlı işlemler gerçekleştirerek seyahat düzenlemelerini hızlandırabilir. Akıllı sözleşmelerin hızlı bir şekilde oluşturulmasında mesafeler, anında faturalandırma ve şeffaflık gibi özellikler hızlıca sözleşme içerisinde yer alarak tüketiciler, üreticiler ve acentalar için avantajlar sağlayabilir Turizm sektöründe akıllı sözleşmelerin kullanılmasıyla maliyetlerin düşürmesi ve kârlılığın artması beklenmektedir.	Yenilikçi bir yaklaşım sağlamasına rağmen, akıllı sözleşmelerin yerine yeni teknolojiler getirilebilir. Dijital para birimlerinde kısıtlama veya yasak olması durumunda sözleşmelerin kullanımı geçersiz olabilecektir.

Turizm sektöründe kripto para birimleri ve dağıtılmış defterler gibi Blockchain uygulamaları endüstrisinin güvenilirliğini arttıran önemli unsurlar arasındadır. Turizm sektöründe faaliyet gösteren oteller, havayolları, seyahat acenteleri ve diğer turizm işletmeleri için ürün ve hizmetlerin kalitesini artırmak, süreçlerini hızlandırmak ve maliyetleri düşürmek için bu yenilikçi uygulamalar kullanılmaktadır. Turizm işletmeleri hizmet odaklı bir endüstride yer alması sebebiyle, para transferi, hız, 24 saat ticaret gibi avantajlar bu endüstri için oldukça önemlidir. Öte yandan, bir merkez tarafından yönetilmeyen bu para birimleri hükümetlerin para politikasını doğrudan etkilediğinden, bu birimlerde yapılacak yasal düzenlemeler de bu birimleri tercih edecek ya da kullanacak olan işletmeleri ilgilendirmektedir.

Uluslararası turizmde Bitcoin gibi kripto para birimlerinin kullanılması ile birlikte, teknoloji odaklı ve yenilikleri benimseyen müşteri kitlesinin ele alınması turizm endüstrisi için oldukça önemlidir. Turizm sektöründe birçok alt sektör faaliyet göstermektedir. Tüm alt sektörler düşünüldüğünde, turizm sektöründeki birçok alanın etkilenebileceği bir gerçektir. Diğer taraftan, devletlerin mali düzenlemeleri ve ekonomik politikaların uygunluğu kripto para birimlerinin kullanılması açısından oldukça önemlidir. Standart para birimleri kullanan turizm işletmelerinin devlet tarafından yapılabilecek değişikliklere uyum sağlayıp sağlayamayacağı da ayrı bir tartışma konusudur.

Turizm sisteminde yer alan uluslararası oteller, acenteler ve havayolu şirketlerinin tek bir para birimi kullandıkları düşünüldüğünde, bu para birimleri avantajlı olabilir. Bu bağlamda, bu sisteme dahil olan turizm işletmelerinin tek bir sisteme dahil edilmesi biraz zaman alabilir. Diğer taraftan, devletlerin vergi politikalarının kriptopara birimlerinin kullanılmasıyla nasıl olacağı önemlidir. Bir turizm hareketinde, yurtdışına seyahat eden bir turist, önce kendi ülkesinin parasını hedef ülkenin para birimine dönüştürmeye ihtiyaç duymaktadır. Fakat, bir turist bitcoin gibi dijital bir para birimi kullanarak, uluslararası arenada ortak bir para

birimine sahip olabilir. Bu ortak para birimi tüketici açısından harcamaların ekonomik değerini ortaya çıkarabilir.

Yeni akıllı telefon modellerine baktığımızda, bitcoin destekli cüzdanlara sahip olmaya başladığı görülmektedir. Mobil uygulamalar, dijital pazarlama ve akıllı turizm uygulamaları düşünüldüğünde blockchain içinde yer alan bir para biriminin kullanılması bir avantaj olabilir. Örneğin, turizmde dijital para sisteminin kullanılmasıyla yurt dışına yapılması gereken ödemeler kolaylıkla ve hızlı bir şekilde yapılabilir. Kripto para birimlerinin ülke ekonomisine nasıl katkıda bulunabileceği önemli bir konudur. Bu bağlamda, turizm sektöründeki ödeme zorlukları çözüldükçe daha fazla yabancı turist çekmek için farklı pazarlar hedeflenebilir.

Rashideh, (2020) tarafından BCT'nin yapılan araştırmada turizm sektöründe uzman, uygulayıcılar ile araştırmacılardan oluşan katılımcıların ortak görüşleri şu şekildedir;

- Blockchain, turizm gibi endüstrilerdeki aracılık düzeyini artırmada avantajlar sunan güçlü bir teknolojidir. Bu teknoloji, iş modeli, para transfer sistemleri, güvenlik, performans ve güven vb. gibi seyahat endüstrisinin çeşitli yönlerine faydalar sunabilir.
- Blockchain, aracı sayısını ve sektöre yeni girenlerin sayısını azaltmak için turizm iş modellerine entegre edilebilir.
- BCT turistlerin konaklamalarını kontrol etme, varış yerlerine seyahat etmeyi planlama ve hazırlamaya harcanan zaman ve maliyeti azaltması açısından daha verimli olabilir.
- Blockchain seyahat sürecini kolaylaştırabilir ve verimliliği arttırabilir.
- Turizm endüstrisi uygulayıcıları, araştırmacıları, liderleri ve yöneticileri için BCT, işletmelerde verimliliği arttıracak stratejilerin geliştirilmesini ve yürütülmesini destekleyebilir.
- BCT, Para transferi sistemleri, güvenlik, performans ve güven gibi seyahat endüstrisine yöne verebilir.

Online Seyahat Hizmetlerinin, günümüzde tüketicileri için bazı olumsuzlukların oluşmasına neden olduğu söylenebilir. Bunlardan bazıları: Çift rezervasyonlar, haksız döviz kurları (özellikle uluslararası seyahatlerde) veya ödeme araçları ile kişisel bilgileri karkı tarafa aktarılması ile ortaya çıkan mahremiyet sorunlar vb. Ayrıca, en yaygın ödeme yöntemlerinden bir olan kredi kartı ile ödemelerde oldukça yüksek komisyonlara katlanması gerekliliği başka bir sorun olarak arşımıza çıkar. Her ne kadar bu komisyonlar dorudan nihai müşteri tarafından ödenmese de %15-45 arası bir fiyat artışı ile dolaylı olarak tüketiciye yansımaktadır (Varelas ve diğerleri, 2019).

Ayrıca, müşterinin otellere ve otellere en iyi fırsatları bulmak için genellikle çok sayıda web sitesine gitmek için çok zaman harcaması da önemlidir. Bu tür bir araştırmanın gereğinden fazla uzamasının nedenlerinden birisi de, anonim olmayan kullanıcı faaliyetlerinizin, izlenebilmesi ve yönlendirmek için yapılan pazarlama çabalarıdır. Blockchain teknolojisi ile bu tür hedeflenmelerin önüne geçilmesi, daha etkin bir arayış süreci gerçekleştirilebilmesinin önünü açabilir.

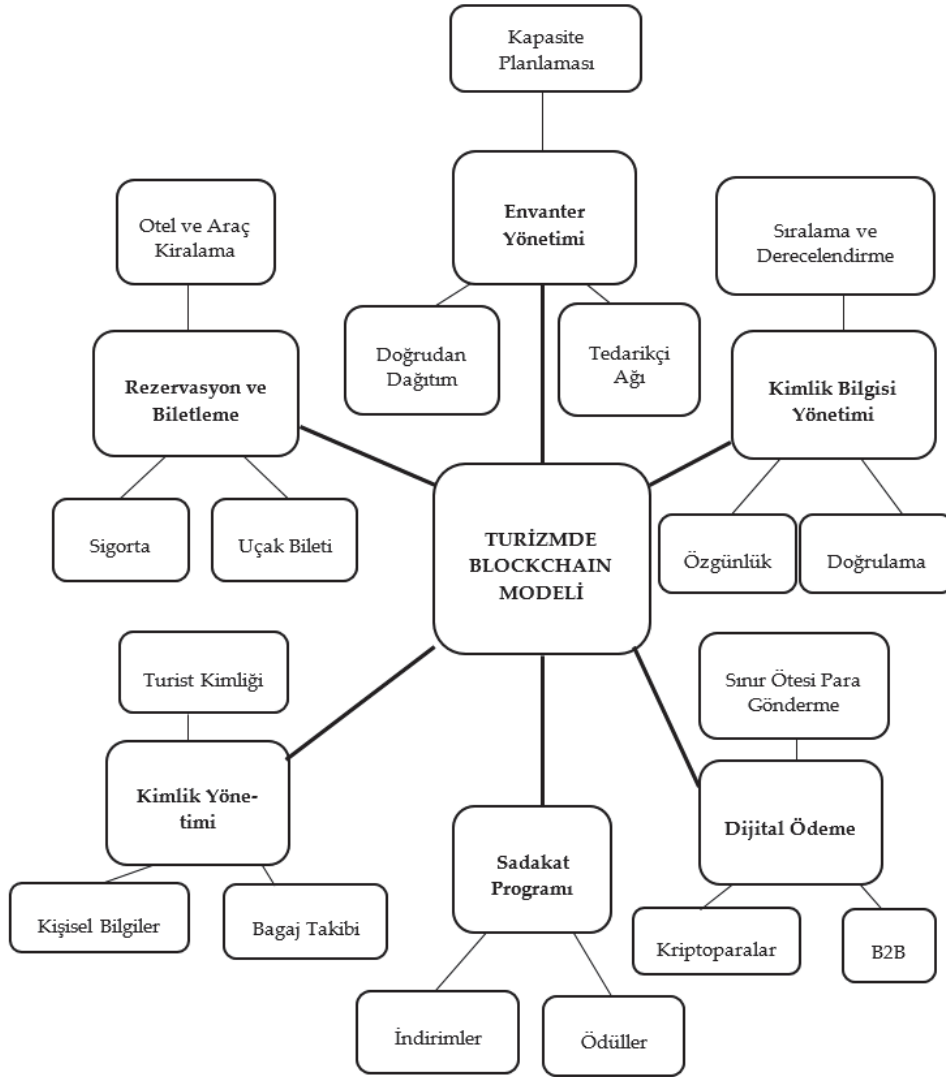
Bazı işletmeler, yukarıda bahsedilen sorunların üstesinden gelmek için blockchain ve uygulamalarını kullanmaya başlamışlardır. Bu uygulamaların bazıları şu şekilde sıralanabilir:

- Fiyatlar düştüğünde otel odaları için yeniden rezervasyon özelliği. Bir müşteri fiyat düşüşü bildirimini alır ve fark kullanıcıların hesabına yansıtılır.
- Çift Rezervasyon Engelleme: Akıllı sözleşme sistemi ve blockchain şeffaflığı kullanılarak, potansiyel çift rezervasyon veya çift harcama ortadan kaldırılmasıdır.
- Gerçek Zamanlı Rezervasyon: Blockchain'in yenilikçi proje çözümü sayesinde, tarayıcıların gerçek zamanlı olarak onaylanmış rezervasyonları gerçekleştirebilmesi durumudur.
- Blockchain platformu uygulamaları, kullanıcıların kendi aralarında biletlerini bir diğerine satmalarını sağlar
- Tüm seyahat araçlarının tek bir platforma entegrasyonu sayesinde en uygun paket paketin oluşturulması çok daha kolay olabilecektir. Bu durum, tüketicilerin istek ve ihtiyaçlarına en uygun ürünü en kısa sürece ulaşmasına olanak sağlayabilmektedir.

Kriptopara birimlerinin turizm üzerindeki etkileri incelenmesinden sonra turizmde blockchain modelinin nasıl olduğu bir sonraki bölümde ortaya konmuştur.

3. TURİZMDE BLOCKCHAIN MODELİ

Kwok ve Koh (2019) tarafından turizmi geliştirmek için blockchain modeli geliştirilmiştir (Şekil. 5.1.). Bu modelde, turizm sektörünün sağlıklı bir şekilde işleyişini kolaylaştıracak tüm adımlar bulunmaktadır. Bu adımlar arasında yer alan rezervasyon sistemleri, envanter yönetimi, kimlik bilgisi yönetimi, ödeme sistemleri, sadakat programları gibi birçok alan, kullanıcılar ve işletmeciler açısından güvenilir, geçerli, şeffaf, açık ve blockchain teknolojilerine uygun olarak planlanmıştır. Turizm işletmeleri bu modeli kullanarak dijitalleşen dünyaya kolayca uyum sağlayabilir.



Şekil 5.1. Turizmde Blockchain Modeli

4. TURİZMDE BLOCKCHAIN UYGULAMARINDAN ÖRNEKLER

Aruba Adası turizmi için Akıllı Ada Stratejisinin Entegrasyonu ile rezervasyonlar için Ethereum platformunun geliştirilmesi ve yabancı araçların devre dışı bırakılması amaçlanmaktadır (Travers, 2017). Barbados Adası turizmi için Aion platformunun blockchain olarak geliştirilmesi ile yabancı rezervleri güçlendirmek, ekonomiyi çeşitlendirmek ve doğru ödeme yöntemleri ile turizm gelirin artırılması hedeflenmektedir (Barbados Today, 2018). Karayip adalarının turizmini geliştirmek amacıyla yeni kripto para birimi (Dijital Doğu Karayip Doları: DXCD) ortaya çıkarılarak Karayipler Turizm Organizasyonu tarafından kripto ödemesinin teşvik edilmesi sağlanmaktadır (Callahan, 2018). Turizm ve Eğitim alanında önemli ülkelerden Malta, Malta Blockchain Stratejisi ile Avrupa'nın blockchain

merkezi olmak için Dünyanın en büyük kripto para borsalarından ikisi olan Binance ve OKex şirketlerinin Malta'ya taşınması amaçlamaktadır (Vaghela ve Tan, 2018).

Calvaresi ve diğerleri (2019) tarafından Havaalanları, Oteller, Restoranlar üzerine yapılan araştırmada, Hna grubuna ait havalanında e-ticaret platformu , Havayolu vaka çalışması (ör. Uçuş planlaması, bagaj takibi), havayolu ve otellerin müşteri sadakat programları, Kimlik yönetimi / Dijital Kimlik (yolcu terminali, otel, restoran) kontrolü, otel misafirlerini izleme, yemek hizmetinin verilmesi, Konaklama hizmetlerindeki işlemler gibi alanlarda blockchain teknolojisinin kullanıldığı tespit edilmiştir.

SONUÇ

Günümüz dünyasında değişen piyasa koşulları ve buna bağlı olarak değişen tüketici davranışlarını anlamak ve adapte olmak, başarıya giden yolun önkoşullarından bazılarıdır (Güneren ve Karakuş, 2015). Özellikle endüstri 4.0 ile ortaya çıkan dijital piyasa koşullarında, yeniliği takip etme hayati önem arz etmeye başlamıştır (Mil ve Dirican, 2018). Bu değişimlerinde bazı dezavantajları da bulunmaktadır. Her ne kadar gelişen teknolojiler, eskiye oranla birçok açıdan insanların işini kolaylaştırırsa da insanlar, eskiye oranla istediklerine daha kısa zamanda ulaşmak istemektedir (Güneren ve Karakuş'un (2015). Bu istek sürekli artmakta ve insanlar daha fazlasını istemektedir. Bunun sonucunda, süreçler, ürünler ve işletmeler, tüketici beklentisini karşılayabilmek için sürekli değişmek zorunda kalmaktadır. Ancak bu değişimin giderek hızlanması, kontrollü bir gelişimin gerçekleşmesini zorlaştırmakta ve bazı istenmeyen durumların ortaya çıkmasına neden olabilmektedir.

Elektronik pazarlama çabaları, bu değişimlerin odağında, mübadeleyi kolaylaştırmak için yeni araçlar ortaya çıkarmaktadır. Bu araçların birçoğu, tüketici mahremiyeti noktasında ihlalcı bir konumda olabilmektedir. Her ne kadar tüketiciler, kullandıkları dijital araçlarda, bazı izinleri karşı tarafa verseler de, aslında verdikleri izinlerin ne anlama geldiğini, günümüz dijital dünyasında ne gibi sorunlara neden olabileceği konusunda pek bilgi sahibi değildir. Bu nedenle blockchain teknolojisi, tüketici mahremiyeti noktasında oldukça önemli kazanımların ortaya çıkmasını sağlayabilecek bir alt yapı olarak karşımıza çıkar. Ayrıca bu teknoloji, uluslararası kur farkı, komisyon gibi maliyet kalemlerinin ortadan kalmasını sağlayabileceği için ürün fiyatlarının daha katlanılabilir düzeylere inmesine yardımcı olabilmektedir.

Tüketicilerin satın alma karar süreçlerinde dikkate aldıkları önemli bilgi kaynakları arasında sanal platformlarda yer alan kullanıcı deneyimlerinin paylaşımları yer almaktadır. Bu hususta, sahte hesaplar üzerinden manipüle edilebilecek bir durum ortaya çıkabilmektedir. Başka bir deyişle, manipüle edilerek iyi bir ürünün kötü gösterilmesi ya da kötü bir ürünün iyi gösterilmesi mümkün olabilmektedir. Bilindiği üzere, bu yorumlar işletmelerin imaj oluşumunda da etkili olmaktadır (Aydın, 2016). Blockchain teknolojisi, kullanıcıların güvenilir olmaları sayesinde, ilgili kullanıcıların yaptıkları yorumlar doğrulanarak diğer kullanıcılara doğru deneyimleri aktarabilmektedir.

Tatil satın alma noktasında, bireyler satın alma kararı verirken birçok kaynaktan beslenmektedir. Son zamanlarda bu kaynakların dijital ortamlarda oldukça fazla bulunmaktadır. Her ne kadar, kaynakların bulunduğu dijital ortamlarda bilgi arayışı eskiye oranla daha hızlı ve kolay olsa da, bu ortamlarda doğru ve güvenilir kesin bilgiye ulaşmak oldukça güçtür. Tüketici kendi ihtiyaç ve istekleri doğrultusunda ürün bulabilmek için çok fazla zaman ve çaba harcamak zorunda kalamamaktadır. Diğer taraftan, big data, veri madenciliği gibi teknikler sayesinde tüketicilerin tercihlerini etkilemeye yönelik çok fazla pazarlama çabasının bulunduğu bir gerçektir. Bu durumda, tüketicilerin optimum ürünü satın alabilmesi zorlaşabilmektedir. Blockchain teknolojisi sayesinde, ürün yelpazesinde bulunan potansiyel bileşenlerin entegre olduğu tekil platformlar oldukça kullanışlı olabilmektedir. Bunun başarılması ise blockchain sayesinde mümkün olabilecektir. Bu teknoloji, tüketicilerin doğru ürünü, daha ucuza ve daha az çaba ile satın alabilmesine olanak sağlayabilecektir.

BCT finansal işlemleri ve bilgi alışverişini küresel alanda daha şeffaf, esnek ve güvenli hale getirerek devrim yapabilir. BCT, para veya bilgi akışlarını kontrol etmek için güvenilir bir “üçüncü taraf” ihtiyacını daha da ortadan kaldırabilir, böylece sistemin karmaşıklığını azaltır ve ilgili operasyonel maliyetleri en aza indirir. BCT'nin dezavantajı, dijital teknolojiye ve kriptografi uzman bilgisine aşırı bağımlı olmasıdır. Bununla birlikte, BCT'nin teknolojik ve kavramsal gelişiminin devam etmesinden sonra bu zorlukların ileride kaybolması muhtemeldir (Filimonau ve Naumova, 2020).

Özetle, turizm sektöründe blockchain teknolojileri günümüzde olmasa bile mutlaka kullanılacaktır. İlk başlarda kullanılması zor gibi gözükse de BCT, havayolları şirketleri, tur operatörleri veya seyahat acenteleri gibi işletmelerde özellikle ödeme sistemlerinde kullanılmaya başlanmıştır. Teknolojiye uyum sağlayan her işletme BCT'nin bir parçası olmak durumunda kalabilir. Blockchain'in yanı sıra, yapay zeka ve artırılmış gerçeklik gibi diğer dijital uygulamaların da sektörde uygulanması beklenmektedir.

KAYNAKÇA

- Andrei O. J. Kwok ve Sharon G. M. Koh (2019) Is blockchain technology a watershed for tourism development?, *Current Issues in Tourism*, 22:20, 2447-2452.
- Aydın, B. (2016). Restaurant Image in Social Media: The Case of Tripadvisor. *Journal of Multidisciplinary Academic Tourism*, 1(1), ss. 13-30. <https://doi.org/10.31822/jomat.287998>
- Barbados Today. (2018, April 13). Blockchain technology could help Barbados. <https://www.thedailyherald.sx/regional/75663-blockchain-technology-could-help-barbados>
- Callahan, M. A. (2018, March 8). The rise of cryptocurrency in the Caribbean. <https://wp.caribbeannewsnow.com/2018/03/08/the-rise-of-cryptocurrency-in-the-caribbean/>

- Calvaresi, Davide, Leis, Maxine, Dubovitskaya, Alevtina, Schegg, Roland ve Schumacher, Michael. (2019). Trust in Tourism via Blockchain Technology: Results from a Systematic Review. *Information Technology & Tourism*.
- Colombo, E. ve Bagio, (2017). Tourism distribution channels. In: Scott, N., De Martino, M., Van Niekerk, M. (eds.) *Knowledge Transfer to and Within Tourism (Bridging Tourism Theory and Practice)*, vol. 8, pp. 289–301. Emerald Publishing Limited, Bingley.
- Çarkacıoğlu, A. (2016). Kripto-Para Bitcoin. Sermaye piyasası kurulu araştırma dairesi araştırma raporu.
- Dwivedi, S. K., Amin, R., Vollala, S., & Chaudhry, R. (2020). Blockchain-based secured event-information sharing protocol in internet of vehicles for smart cities. *Computers & Electrical Engineering*, 86, 106719.
- Filimonau, V., ve Naumova, E. (2020). The blockchain technology and the scope of its application in hospitality operations. *International Journal of Hospitality Management*, 87, 102383.
- Güneren, E., ve Karakuş, Y. (2015). Turizmde Postmodern Pazarlama. İçinde B. Kılıç & Z. Öter (Ed.), *Turizm Pazarlamasında Güncel Yaklaşımlar*. Ankara: Beta Yayın Dağıtım.
- Mil, B., ve Dirican, C. (2018). Industry 4.0 Technologies and Its Effects On Tourism Economics. *Journal of Multidisciplinary Academic Tourism*, 3(1), ss. 1–9. 30 Mayıs 2020 tarihinde <http://dergipark.gov.tr/doi/10.31822/jomat.347736> adresinden erişildi.
- Nakamoto, S. (2008). Bitcoin: A peer-to-peer electronic cash system.
- Özdemir, A. I., Ar, I. M., ve Erol, I. (2019). Assessment of blockchain applications in travel and tourism industry. *Quality & Quantity*, 1-15.
- Puthal, D., Malik, N., Mohanty, S. P., Kougianos, E., & Yang, C. (2018). The blockchain as a decentralized security framework [future directions]. *IEEE Consumer Electronics Magazine*, 7(2), 18-21.
- Rashideh, W. (2020). Blockchain technology framework: Current and future perspectives for the tourism industry. *Tourism Management*, 80, 104125.
- Travers, J. (2017). Can ethereum's blockchain help Aruba reclaim its travel industry? <https://btcmanager.com/can-ethereums-blockchain-help-aruba-reclaim-travel-industry/>
- Turkay, B., Dinçer, F. I., ve Dinçer, M. Z. (2019). An Evaluation of New Values in Economy and Their Impacts on Future Transformation in Tourism. *Procedia Computer Science*, 158, 1095-1102.
- Vaghela, V., & Tan, A. (2018). How Malta became a hub of the cryptocurrency world. *Bloomberg Business Week*, April, 23.
- Varelas, S., Georgitseas, P., Nechita, F., ve Sahinidis, A. (2019). Strategic innovations in tourism enterprises through blockchain technology. In *Strategic Innovative Marketing and Tourism* (pp. 885-891). Springer, Cham.
- WTTC: World Travel and Tourism Council, Global Economic Impact and Trends (2019). <https://www.wttc.org/economic-impact/country-analysis/>.
- Zsarnoczky, M. (2018). The digital future of the tourism & hospitality industry. *Boston Hospitality Review*, Spring, pp. 1–10. <https://www.bu.edu/bhr/files/2018/06/The-Digital-Future-of-the-Tourism-and-Hospitality-Industry.pdf>