



ASOS JOURNAL

The Journal of Academic Social Science

Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi, Yıl: 7, Sayı: 96, Eylül 2019, s. 455-463

ISSN: 2148-2489 Doi Number: <http://dx.doi.org/10.16992/ASOS.36726>

Yayın Geliř Tarihi / Article Arrival Date

5.07.2019

Yayınlanma Tarihi / The Publication Date

29.09.2019

Prof. Dr. Füsün İSTANBULLU DİNÇER

İstanbul Üniversitesi, İktisat Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü
istanbul@istanbul.edu.tr

Prof. Dr. Mithat Zeki DİNÇER

İstanbul Üniversitesi, İktisat Fakültesi, İktisat Bölümü
mzdincer@istanbul.edu.tr

Öğr. Gör. Serkan AK

Kütahya Dumlupınar Üniversitesi, Çavdarhisar Meslek Yüksekokulu, Seyahat-Turizm ve
Eğlence Hizmetleri Bölümü
serkan.ak@dpu.edu.tr

TURİZM ENDÜSTRİSİNDE E-TURİZM YÖNETİMİ VE SORUNLARI

Öz

Küreselleşen dünyada turizm işletmeleri, rekabet avantajı elde etmek için çağdaş yönetim teknik ve stratejilerine ihtiyaç duymanın yanında söz konusu yönetim süreçlerine bilgi ve iletişim teknolojilerini de entegre etme gerekliliği ve gayreti içindedirler. Dolayısıyla bilgi ve iletişim teknolojileri, turizm endüstrisinin örgütlenme ve yönetilme biçimlerini farklılaştırmaktadır. Bu bağlamda turizm işletmelerinin yönetim ve e-turizm yönetimi açısından birtakım konu ve sorunlarla karşı karşıya kalması söz konusudur. Bu çalışmanın amacı, turizm endüstrisindeki işletmelerde e-turizm yönetimiyle ilgili mevcut durumu ve sorunları literatürdeki e-turizmi konu edinen çalışmalar kapsamında ortaya koyarak ve ilgili birtakım öneriler sunarak e-turizm alanındaki gelişime katkı sağlamaktır.

Anahtar kelimeler: E-Turizm, E-Turizm Yönetimi, Turizm Endüstrisi

MANAGEMENT AND ISSUES OF E-TOURISM IN TOURISM INDUSTRY

Abstract

In a globalizing world, tourism enterprises need to integrate information and communication technologies into these management processes in addition to needing modern management techniques and strategies in order to achieve competitive advantage. Information and communication technologies therefore differentiate the forms of organization and management of the tourism industry. In this context, tourism enterprises face a number of issues and problems in terms of management and e-tourism management. The aim of this study is to contribute to the development of e-tourism by presenting the current situation and problems related to the e-tourism in the tourism industry and by offering some suggestions within the scope of studies on e-tourism in the literature.

Keywords: E-Tourism, E-Tourism Management, Tourism Industry

GİRİŞ

Uluslararası rekabet şartlarının giderek zorlaştığı, pazar yapılarının ve tüketici eğilimlerinin ani ve sık olarak değişebildiği günümüzde turizm işletmelerinin rekabet gücü sağlayarak varlıklarını sürdürülebilmeleri için çağdaş yönetim yaklaşımlarından yararlanması büyük önem arz etmektedir (Çavuş ve Saltık, 2017: 21). Nitekim 21. yüzyılda da halen insan unsuruna dayalı olan ve gelecekte de olması beklenen turizm endüstrinin ve endüstriyi oluşturan turizm işletmelerinin yönetim açısından birtakım konu ve sorunlarla karşı karşıya kalması söz konusudur. Bu sorunların çözümü noktasında çağdaş yönetim yaklaşımlarının büyük rolünün olduğu belirtilebilmekle birlikte gelişen teknolojiyi de yönetim tekniklerine adapte etmek oldukça önem arz etmektedir.

Bilgi ve iletişim teknolojilerinde yaşanan son gelişmeler, turizm endüstrisinde yer alan işletmelere pazarlama ve tanıtım alanlarının yanında yönetim alanında da yeni olanaklar sunmakta ve onlara rekabet avantajı sağlamaktadır. Özellikle konaklama işletmeleri, ulaştırma işletmeleri, tur operatörleri ve seyahat acentalarının yaygın bir şekilde bilgi ve iletişim teknolojilerinden yararlandığı görülmektedir. Öyle ki bu teknolojik gelişmelere ayak uydurmanın, küreselleşme ve etkilerinin görüldüğü turizm endüstrisinde, tüm işletmeler açısından geçerli olmakla birlikte özellikle küçük ve orta büyüklükteki işletmelerin küresel ölçekte rekabet edebilmelerini sağlama noktasında bir ihtiyaç halini aldığı söylenebilir (Şimşek, 2017: 258).

Bilgi ve iletişim teknolojileri, turizm endüstrisinin örgütlenme ve yönetilme şeklini değiştirmiştir. Turizm endüstrisi; dağıtım, pazarlama ve çalışma sistemlerindeki değişikliklerle karşı karşıyadır (Baum ve Kokranikal, 2005: 98). Son zamanlarda bilgi ve iletişim teknolojisinin gelişmesinden kaynaklanan değişim, derin ve geniş kapsama sahiptir. Bilgi ve iletişim teknolojileri ve turizm üzerine yapılan araştırmalar ekseninde, teknolojinin, toplum ve ekonomiyi de değiştirdiği anlaşılabilmektedir. Ayrıca çok kısa bir süre zarfında bilgi ve iletişim teknolojisi ile turizm arasındaki ilişkinin, pazarlama odaklı bir araçtan bilgi yaratma aracına doğru kaymış olması dikkat çekmektedir (Xiang, 2018: 149).

Genel olarak özellikle internetin son derece ön plana çıktığı bazı bilgi ve iletişim teknolojisi alanındaki gelişme ve gelişmeler neticesindeki uygulamaların, turizm endüstrisinin tüm

işletme türleri bağlamında önemli bir rol oynadığı düşünülebilir. Ayrıca her işletme türünün kendi alanlarının ihtiyaçlarına göre farklılıklar neticesinde gelişim ve değişim göstermektedir (Reino, 2006: 5). Bu kapsamda turizm endüstrisindeki işletmelerdeki konuyla alakalı mevcut durumunun ve sorunların belirlenerek birtakım öneriler geliştirilmesi, e-turizm alanındaki gelişime katkı sağlayacak unsurlardan olacaktır.

TURİZM ENDÜSTRİSİNDE KARŞILAŞILAN YÖNETİM SORUNLARI

21. yüzyıl itibariyle turizm işletmelerinin, etkin yönetim hususunda, toplam kalite yönetimi, kıyaslama tekniği, personel güçlendirme, çatışma yönetimi, stres yönetimi, dış kaynaktan yararlanma, müşteri ilişkileri yönetimi, stratejik ortaklıklar, değişim yönetimi, yenilik yönetimi, kriz yönetimi, kaos yönetimi, farklı kültürlerin yönetimi, öğrenen örgüt, sanal örgüt gibi birçok konu, teknik ve yaklaşımdan yararlanması gereği ortada bir gerçektir. Öyle ki doğrudan insana ve hizmet üretimine hitap eden turizm işletmeleri, sözü edilen modern yönetim teknik ve yaklaşımlarını uyguladığı oranda sürdürülebilirliklerini devam ettirebilmektedirler (Kara ve Çavuş, 2014: 483). Ayrıca bu hususlara yeterince dikkat etmeyen ve edemeyen turizm işletmelerinde kariyer platosu (Ak, 2018), presenteeism (Özdemir, 2018) gibi birtakım sorunların baş göstermesi söz konusudur. Yaşanan sorunların çoğunu ise küreselleşmenin etkileri, sosyal sorumluluk konusundaki hassasiyet, değişimin gerekliliği ve bilgi teknolojilerine ayak uydurma ihtiyacı gibi noktalara temas ederek ifade etmek mümkündür.

Dünyada artan küreselleşme, farklı toplumlardan, kültürlerden, inançlardan ve soydan gelen insanlar arasında hiç olmadığı kadar çok etkileşimi ön plana çıkarmakta ve gerektirmektedir. Bu bağlamda 21. yüzyılda daha da hissedilen değişim, örgütsel yaşamda giderek daha önemli bir faktör olarak kendini göstermektedir. Öyle ki işgücü, demografik farklılıkları olan ve turizm işletmelerinde farklı tutumları, yaşam tarzlarını, değerleri, ihtiyaçları ve iş davranışlarını paylaşan bireylerin bütününe karşılık gelmektedir. Ancak turizm endüstrisindeki iş dünyasında değişimi değerlendirmek için çok az araştırma yapıldığı söylenebilir (Higgins-Desbiolles, 2007). Bu noktada farklı kültürlerin yönetimi ile farklı ulus ve ortamlardan insanların rahatça çalışabilecekleri bir ortak kültür yaratılması sağlanmalıdır. Çok kültürlü yönetimde “önce insan”, “önce kalite”, “dünyayı yönetmek” gibi evrensel insani değerleri vurgulayan sloganlar ile birleştirici rolün vurgulandığı örgüt felsefeleri benimsenmeli ve öne çıkarılmalıdır (Aksu ve Ehtiyar, 2007: 195).

Son yıllarda ayrıca belirtmekte fayda vardır ki, engelli insanların haklarına daha fazla ilgi gösterilmektedir (Smith ve Brent, 2001). 21. yüzyılda, engelli insanlar, halen; çalışanlar, tüketiciler ve toplumdaki aktif katılımcılar olarak küçümsenebilmektedirler. Ayrıca büyük bir engelli nüfusa hitap edebilmenin doğrudan faydası dışında, bir engelli müşterinin ihtiyaçlarının karşılanamaması durumunda, muhtemelen kişinin çevresinin de kaybedileceği unutulmamalıdır. Ayrıca bu kitleyi niş bir tüketici pazarı olarak da değerlendirmek mümkündür. Nitekim giderek artan bir şekilde tüketiciler, işletmelerin engellilere daha derin bir bağlılık göstermesini beklemektedir. Bu bağlamda konuyla ilgili seminerlerde yardım alma noktasında engellilerle ilgilenen kuruluşlarla iletişim kurmak, insan hakları konularında irtibat için bir personel görevlendirmek, örgütün ihtiyaçlarının karşıladığında engellileri istihdam etmek gibi eylemlerde bulunmak sosyal sorumluluk noktasında turizm işletmeleri açısından olumlu bir profil oluşturmaya olanak sağlayabilir (Collins, 2007).

Turizm işletmelerinde yönetim; özellikle çevrimiçi rezervasyonlar olmak üzere, işletmede çalışanların verimliliğini artıran bir dizi görevi üstlenmek için bilgi ve iletişim teknolojilerini

kullanmak zorundadır. Geleneksel olarak çalışılan alanlarda personel azaltmalarının (örneğin, otel ön büroları), maliyet tasarrufu için etkilerinin olduğu aşikârdır. Kalan iş gücünün, örneğin geleneksel siparişlere ek olarak tüketici siparişlerini taşınabilir cihazlara (örneğin, servis veya rezervasyon alma) ekleyerek yeni teknolojilerle çalışması gerekmektedir. Bu tür değişiklikler, çoklu eğitim becerilerine ihtiyaç duymakta ve bu da eğitim programlarında gerekli düzenlemelere yol açmaktadır (International Labour Organization, 2010). Turizm işletmeleri ticari stratejilerini tüketici ile aktif ve yakın bir ilişki içinde kurmaya çalışmalıdır (Gustavo, 2013). Teknolojinin benimsenmesi ve uygulanmasında geride kalan turizm endüstrisindeki işletmeler, artık rekabet halinde kalabilmek için yeni teknoloji biçimlerini benimsemeleri gerektiğini fark etmeye başlamışlardır (Cho vd., 2002). Turizm işletmeleri, teknolojiyi yönetmek ve yeni ve değişen teknolojinin getirdiği zorlukları ele almak için daha fazla çaba sarf etmelidir. Özellikle, işletmeler, teknoloji yatırımlarını, iş hedefleriyle uyumlu hale getirmeli; pazarlama, insan kaynakları yönetimi, gelir yönetimi ve müşteri gereksinimlerini karşılama konularında teknolojiyi daha faydalı biçimde kullanmayı öğrenmelidirler (Goyal ve Goyal, 2010).

TURİZM ENDÜSTRİSİNDE E-TURİZM YÖNETİMİ VE SORUNLARI

E-turizm, turistler ve turizm işletmeleri tarafından bilgi ve iletişim teknolojisinin benimsenmesinin, endüstrideki süreçleri ve değer zincirlerini dijital ortama dönüştürdüğü bir araştırma alanına işaret etmektedir. Bu dönüşüm yalnızca bir işletme veya örgüt içindeki iş sürecini değiştirmemekte, aynı zamanda ticaret ortamını da yeniden yapılandırmaktadır (Buhalis 2003). Genel olarak e-turizm, işletme kültürünü geliştirmektedir. Dolayısıyla e-turizm kapsamında sağlanan daha iyi örgüt içi iletişim, maliyet tasarrufu prosedürleri ve envanter maliyetlerinde düşüş gibi faydalar, netice itibarıyla daha iyi bir yönetimin oluşmasına katkı sağlamaktadır (Farkhondeh-zadeh vd., 2013: 568). Bilgi ve iletişim teknolojilerinin turizm örgütleri içerisine adapte olmasıyla yaşanan değişimler; stratejik planlama, finansal planlama, muhasebe, raporlama ve bütçeleme, rekabet analizi, pazar araştırması, pazarlama stratejisi, fiyatlandırma kararları, işletme faaliyetleri, yönetim faaliyetleri, yönetim istatistikleri, faaliyetlerin kontrolü ve koordinasyonu, insan kaynakları yönetimi, müşteri ve operasyon bilgileri için ortak veri tabanı paylaşımı gibi yönetsel konuları kapsamaktadır (Buhalis, 2003: 100).

E-turizm endüstrisi ve özellikle seyahat ve turizm e-ticareti, müşteri gizliliği, işlem güvenliği ve iş bütünlüğü riskleri açısından zorluklarla karşı karşıyadır. Artan teknik bilgi birikimi ve internetteki yaygın mevcudiyetleriyle bilinen siber saldırganlar, yapabilecekleri saldırılarda daha karmaşık olarak karşıya çıkabilmektedir. Burada yeni saldırı stratejileri ve güvenlik açıkları, ancak bir kişinin onları ortaya çıkardığı zaman ortaya çıktığı unutulmamalıdır (Anandkumar, 2014: 173). Burada temel sorun, değişimlerin dinamik yapısından kaynaklanarak çeşitli mağduriyetlerin her an yaşanabilmesine olanak tanınması olarak değerlendirilebilir.

Genel olarak bilgi ve iletişim teknolojileri tarafından yönlendirilen fırsatların ve zorlukların turizm işletmelerinin inovasyon ve rekabet edebilirlik kapasitelerini arttırmalarına yönelik avantajları olmasını sağlamak için hem stratejik düzeyde hem de taktiksel yönetimde aktif stratejilere ihtiyaç söz konusudur (Buhalis vd., 2011: 218). Açıkçası turizm işletmelerinin, teknolojinin sağladığı yenilik avantajlarından yararlanmak için, rekabet stratejilerine yardımcı olacak bir teknoloji yönetim politikası benimsemeleri ve kullanmaları son derece gereklidir. Bu noktada özellikle turizm işletmeleri ile bilgi ve iletişim teknolojisi hizmeti sunan işletmeler arasında gerçekleştirilen ve gerçekleştirilecek stratejik internet ortaklıkları veya birleşmeleri, nihayetinde önemli bir rekabet avantajı kaynağı olarak ele almak mümkündür (Karslı, 2005: 92).

Turizm işletmelerinin hayatta kalması büyük ölçüde yeni teknolojik uygulamaların uygun kullanımına bağlıdır. Bununla birlikte, bunun başarılmasındaki en büyük zorluk, bu yeni uygulamaların yalnızca büyük işletmelere hizmet ettiği ve tüm dikkatlerin büyüklüğe ve pazardaki konuma uygun uygulamalar ve çözümler üzerinde yoğunlaştığı görüşüdür (Morais vd., 2016: 1386). Bu bağlamda günümüzde büyüklükleri fark etmeksizin neredeyse her otelin, kendi web sitesine sahip olması, konaklama işletmelerinde bilgi ve iletişim teknolojisinin söz konusu varlığının etkileyici bir göstergesidir. Ancak, bu teknolojinin kullanımı işlerinin amaçlarına ve stratejilerine dayanmalıdır. Nitekim turizm işletmelerinde tüm e-turizm faaliyetlerinin operasyonel ve stratejik yönetim ile sıkı bir koordinasyonunun olması gerektiği henüz yeterince yaygınlaşmadığı ve oturmada olduğu görülmektedir. Bu sorunun, özellikle tutarlı bir pazarlama stratejisine ihtiyaç duymayan ya da mevcut insan kaynakları aracılığıyla gerekli bilgi birikimine sahip olmayan küçük ve orta büyüklükteki turizm işletmeleri arasında yaygın olduğuna temas etmek gerekmektedir (Egger ve Buhalis, 2011: 7-8). Nitekim mobil pazarlama ve teknoloji odaklı pazarlama uygulamalarının turizm işletmeleri tarafından oldukça sınırlı ölçüde kullanıldığı söylenebilir (Sürücü ve Bayram, 2016: 2031).

E-turizm uygulamalarından kaynaklanan spesifik insan kaynakları yönetimi sorunları arasında işgücünün becerilerinin ve verimliliğinin geliştirilmesi, eğitim ve geliştirme harcamalarının artırılması ve eğitim sistemlerinin kalitesinin ve katılımının artırılması bulunmaktadır. Gelecekte insan kaynakları yöneticilerinin, bilgisayar sistemlerindeki gelişmelerin mümkün kıldığı bir uzmanlık merkezi olması muhtemeldir. Bu bağlamda insan kaynakları yöneticileri, stratejik insan kaynakları sorunları ile ilgilenmek için daha fazla zamana ve kaynağa sahip olabilecektir. Bilgi ve iletişim teknolojileri ayrıca, etkili elektronik işe alım sistemleri geliştirmeye yardımcı olabilir. Diğer yandan bilgi ve iletişim teknolojilerinin turizm endüstrisindeki yayılması ve birçok servis sağlayıcısının ortadan kaybolması, potansiyel olarak büyük çaplı işten çıkarılmaların ele alınması gibi insan kaynakları yönetimi açısından birtakım sorunları ortaya çıkabilir (Baum ve Kokkranikal, 2005: 98-99). Bu nedenle, tüm turizm örgütleri tarafından bilgi ve iletişim teknolojilerindeki yeteneklerinin ve gerekliliklerinin yanı sıra bir maliyet ve fayda analizinin kapsamlı ve gerçekçi bir şekilde denetlenmesi gerekmektedir. Bunun, konumlarını gözlemlemeye ve rekabet edebilirliklerini artırmak için en uygun eylemi tasarlamalarına yardımcı olacağı düşünülmektedir (Page, 2014: 245).

Son yıllarda Big Data'ya duyulan ilginin artmasıyla, büyük otel zincirlerinin aynı zamanda müşteri ilişkileri yönetimi sistemleri üzerinden büyük miktarda dâhili ve yapılandırılmış verilere erişim de artmaktadır. Bununla birlikte Big Data'daki basit istatistiksel analiz önemli ve güçlü örnek açıklamaları vermesine rağmen, bu sistemden genellikle müşteri bilgi amaçları noktasında tamamıyla yararlanılmadığı belirtilebilir. Yakın gelecekte, turizm yönetimi ile ilgili araştırmaların, büyük olasılıkla veri ve bilgilerin büyümesiyle ortaya çıkan fırsatlar ve zorluklardan kaynaklanması muhtemeldir. Açıkçası, büyük veri, sosyal bilgi ve makine zekâsı uygulamalarının kalitesi, güvenilirliği ve etiği ile ilgili endişeler ve sorunlar olacaktır (Xiang, 2018: 149).

Özetle turizm işletmelerinin, hedef pazarlarına hizmet vermek, verimliliklerini artırmak, karlılığı en üst düzeye çıkarmak, hizmetleri geliştirmek ve uzun vadeli karlılığı korumak için bilgi ve iletişim teknolojilerini stratejik olarak anlamaları, birleştirmeleri ve kullanmaları gerekmektedir (Anandkumar, 2014: 24).

TARTIŞMA, SONUÇ VE ÖNERİLER

Turizm endüstrisi, mevcut yüksek niceliksel ve niteliksel büyüme dinamikleri ve gelecekteki yüksek büyüme potansiyeli ile birçok sosyal, ekonomik, teknolojik ve jeopolitik nedenlerden dolayı bugün dünyanın en büyük endüstrileri arasında değerlendirilmektedir (Zelenka, 2009: 123). Turizm endüstrisinde hizmet sunan işletmeler kapsamında ise günümüzde yaşanan bazı güncel yönetim sorunlarının, e-turizmin yönetim sürecine dâhil edilmesi gerekliliğinden kaynaklandığı söylenebilir. Bu bağlamda belirtilebilir ki, yeni teknolojilerin benimsenmesi, turizm hizmetinin gelişimi, yönetimi ve pazarlamasının yanı sıra bir bütün olarak turizm endüstrisinin tüm sürecini yeniden şekillendirmiştir. Turizm organizasyonlarının etkinliği ve etkinliği üzerindeki artan etki nedeniyle, bilgi ve iletişim teknolojilerinin çağdaş turizm endüstrisinin ayrılmaz bir parçası olarak algılanabilir (Balandin ve Laizane, 2013: 184).

Bilgi ve iletişim teknolojilerinin, turizm hizmetinin dağıtım sürecinde değişiklik, tüketiciler ve çalışanlarla iletişim, destinasyon imajı yaratma, bilgiye erişim, turizm ürünlerinin fiyatlarının düşürülmesi, ulaşım güvenliği, pazar rekabeti ve müşteri ilişkileri yönetimi gibi unsurlara etkiler sağlayarak turizm endüstrisini birçok yönden değiştirdiği söylenebilir (Zelenka, 2009: 123). Ayrıca bilgi ve iletişim teknolojilerinin de entegre edilerek mevcut durumların analizinin daha kapsamlı ve etkin benchmarking uygulamalarıyla gerçekleştirilmesine olanak tanınmalıdır. Diğer yandan neredeyse tüm turizm işletmelerinin kendilerine ait web siteleri olsa da söz konusu web sitelerinin çok azının güvenli, kaliteli bir altyapıya sahip olduğundan ve işletme tarafından etkin kullanıldığından söz edilebilir. Bu durum tüketici açısından değerlendirildiğinde işletme ve işletme yönetimlerinin kendilerini güncelleyemediğine yönelik bir ipucu niteliğindedir. Bu bağlamda işletmelerin ve özellikle konaklama işletmelerinin, örneğin odalarını gerekli güvenlik ve gizlilik altyapısı ve desteğinin sağlandığı web sitelerinde en düşük fiyat garantisi vererek ya da ücretsiz iptal seçenekleri sunarak pazarlamaları, tüketicilerin otel web sayfalarını da ziyaret etmesine ve dolayısıyla tercih etmesine olanak tanıyabilir.

Sonuç olarak e-turizm yönetimi bağlamında yaşanan sorunların temel kaynağını gizlilik ve güvenlik uygulamalarının oluşturduğunu söylemek yanlış olmayacaktır. Bu bağlamda Big Data'nın turizm işletmeleri tarafından daha fazla tercih edilerek gündemde daha fazla yer alacağı düşünülmektedir. Bu noktada turizm işletmelerinin özellikle bilgi ve iletişim teknolojileri konusunda etkin firmalarla anlaşmalar yapması ve sorunların önceden tespitinin sağlanması konusunda girişimler yapması gerekmektedir. Bu girişimler, hem müşteri bilgileri açısından hem de örgüt içindeki bilgi paylaşımının korunması açısından önem arz etmekte; ayrıca da müşteriler açısından güvenilirliğin sağlandığının görülmesine olanak tanımaktadır. Nitekim son zamanlarda yaşanan web sitesini bire bir kopyalama yöntemiyle, tüketicileri doğrudan hedef alan eylemlerin de arttığı görülmektedir. Bu noktada da turizm işletmelerinin etkili Arama Motoru Optimizasyonu (SEO) çalışmalarına başvurması önem arz etmektedir. Öyle ki bu durumda işletmenin kurumsal web sitesinin arama motorlarında en üst sıralarda yer almasının engellenmesinin önüne geçilebilir. Aksi takdirde yaşanacak olumsuz deneyimlerin, işletmelerin dolaylı olarak müşteri ilişkileri yönetimi, itibar yönetimi gibi unsurlarına da performans ve meşguliyet anlamında etki edebilecektir.

Turizm işletmelerinin teknolojinin gelişmesiyle özellikle insan kaynakları yönetimi gibi önemli bir yönetim faaliyetini dijital ortama taşımaları da yöneticilere kolaylık oluşturma noktasında verim sağlamaktadır. Bu durumun ilgili sürecin daha verimli bir şekilde işlenmesine katkıları açıktır. Ancak bilgi ve iletişim teknolojisindeki yaşanan bu değişimlerin gerek yöneticiler

gerekse de çalışanlar kapsamında ne kadar uygulanabileceği işletme yönetimi tarafından tartışılmalı ve değerlendirilmelidir. Çünkü söz konusu gelişme ve değişimler, iş ve görev tanımlarına da yansımakta ve bu bağlamda yöneticilerin ve çalışanların da bu adaptasyon sürecine dâhil olması gerekmektedir. Diğer yandan yetenek yönetimi dâhilinde e-öğrenmenin de etkin bir şekilde kullanımı sağlanarak, gerek örgüt içi gerek örgüt dışı eğitimlere karşı bakış açıları ve yaklaşımlar üzerinde durulabilir. Ayrıca yine insan kaynakları yönetimi dâhilinde işe alımlar kapsamında işe başvuruların internet ortamında sağlanmasının dışında ön görüşmelerin ya da mülakatların da elektronik ortamda gerçekleştirilebilmesi yaygınlaşabilir.

Müşteri ilişkileri yönetimi bağlamında şikâyet yönetimi, itibar yönetimi konuların e-turizm yönetiminde sağlanması oldukça önemlidir. Öyle ki elektronik ortamdan işletme hakkında yapılan görüş ve şikâyetlerin potansiyel tüketiciler tarafından da takibi yapılmaktadır. Bu durumda söz konusu görüş ve şikâyetlerin değerlendirilerek ele alınması hem işletmenin itibarı hem de tüketici memnuniyeti açısından fayda sağlayacaktır. Bu noktada işletmelerde yalnızca bu değerlendirmelerle ilgilenen çalışanların ya da alanında uzman firmaların yetkilendirilmesi gerekebilir. Şayet böyle bir e-turizm yönetimin sağlanması, gerçekliğinin tespit edilemediği işletmeyi hedef alan yanlış görüş ve şikâyetlerin ilgili platformlardan kaldırılması için çalışmalar yapılabilmesine olanak tanıyabilir. Turizm işletmelerinde bir yönetim yaklaşımı olarak dış kaynak kullanımının son yıllarda popülerliği ve verimliliği tartışılır hale gelse de bilgi ve iletişim teknolojisi alanında yaşanan gelişmeler böyle bir gerekliliği önümüzdeki yıllarda daha da ön plana çıkarabilir.

KAYNAKLAR

- Ak, S. (2018). “Kariyer Platosunun İş Tatmini ve İşten Ayrılma Niyetine Etkisi Üzerine Bir Araştırma: Otel İşletmeleri Örneği”. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Afyon Kocatepe Üniversitesi, Afyonkarahisar.
- Aksu, A. A. ve Ehtiyar, V. R. (2007). “Turizm İşletmelerinde Çağdaş Yönetim Teknikleri”. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Anandkumar, S. V. (2014). “E-Tourism”. Paper Code: MBTM 4005 Pondicherry University.
- Balandin, S. ve Laizane, S. (2013). “e-Tourism: The Role of ICT in Tourism Industry”. In proc. 13th FRUCT Conference.
- Baum, T. ve Kokkrankal, J. (2005). “Human Resource Management in Tourism”. İçinde L. Pender ve R. Sharpley (Editör.), The Management of Tourism. ss. 85-101, Sage Publications.
- Buhalis, D. (2003). “eTourism: Information Technology for Strategic Tourism Management”. Pearson Education.
- Buhalis, D., Leung, D. ve Law, R. (2011). “eTourism: Critical Information and Communication Technologies for Tourism Destinations”, Destination Marketing and Management: Theories and Applications. 2011, 205-224.
- Cho, W., Schmelzer, C. D. ve McMahon, P. S. (2002). “Preparing Hospitality Managers for the 21st Century: The Merging of Just-in-time Education, Criticalthinking, and Collaborative Learning”. Journal of Hospitality & Tourism Research. 26(1), 23-37.

- Collins, A.B. (2007). “Opportunities and Obligations in Dealing with the Disabled Staff and Customers in Hospitality Industry” İçinde (Editor Chang, P. R.) Tourism management in the 21st century. Nova Science Publishers. 157-192
- Çavuş, Ş. ve Saltık, I. A. (2017). “Yönetim Teorisinin Tarihsel Gelişimi ve Turizm İşletmelerinde Güncel Yönetim Tekniklerine Geçiş”. İçinde F. Okumuş ve U. Avcı (Editör.). Turizm İşletmelerinde Çağdaş Yönetim Teknikleri. ss. 1-36, Ankara: Detay Yayıncılık.
- Egger, R. ve Buhalis, D. (2011). “E-tourism Case Studies”, Routledge.
- Farkhondehzadeh, A., Robot Karim, M. R., Roshanfekar, M., Azizi, J. ve Legha Hatami, F. (2013). “E-Tourism: the role of ICT in tourism industry”. European Online Journal of Natural and Social Sciences. 2(3), pp-566.
- Goyal A. ve Goyal A. (2010). “Global Issues & Challenges in Hospitality Industry- Overview of Hospitality Industry”. CBS E-Journal, Biz n Bytes, 6.
- Gustavo, N. (2013). “Marketing Management Trends in Tourism and Hospitality Industry: Facing the 21st Century Environment”, International Journal of Marketing Studies, 5(3), 13-25
- Higgins-Desbiolles, F. (2007). “Capitalist Globalisation, Corporatised Tourism and Their Alternatives”, içinde Chang, P. R. (Editör.) Tourism Management in the 21st Century. ss. 1-70, Nova Science Publishers.
- ILO. (2010). “Developments and Challenges in the Hospitality and Tourism Sector”.
- Kara, E. ve Çavuş, F. M. (2014). “Turizmde Modern Yönetim Uygulamaları”, Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi. 2(1), 473-485.
- Karşlı, İ. (2005). “The Use of Internet in Tourism Marketing”, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Fatih Üniversitesi, İstanbul.
- Morais, E. P., Cunha, C. R., Sousa, J. P. ve Santos, A. (2016). “Information and Communication Technologies in Tourism: Challenges and Trends”. In 27th International Business Information Management Association Conference-Innovation Management and Education Excellence Vision 2020: From Regional Development Sustainability to Global Economic Growth, IBIMA 2016; Milan.
- Özdemir, N. (2018). “Otel Çalışanlarının Presenteeism (İşte Var Olamama) Düzeylerini Belirlemeye Yönelik Bir Uygulama: Frigya Bölgesi”. 19. Ulusal Turizm Kongresi. Afyonkarahisar.
- Page, S. J. (2014). “Tourism Management”, Routledge.
- Reino, S. (2006). “Developing a framework or the assessment of eTourism capability”, 4th International Doctoral Colloquium in Tourism and Leisure.
- Smith, V. L. ve Brent, M. (2001), “Hosts and Guests Revisited: Tourism Issues of the 21st Century”, Cognizant Communication Corp.
- Sürücü, Ö. ve Bayram, A. T. (2016). “Mobil Pazarlama ve Turizmde Mobil Teknolojilerin Kullanımı”, Journal of International Social Research, 9(42).

- Şimşek, G. (2017). “Bilgi Yönetimi ve Bilgi Teknolojisi Kullanımı”, içinde O. E. Çolakoğlu ve A. Gürdoğan (Editör.), *Çağdaş Yönetim Teknikleri*, ss. 239-266, Ankara: Detay Yayıncılık.
- Xiang, Z. (2018). “From Digitization to the Age of Acceleration: On Information Technology and Tourism”, *Tourism Management Perspectives*, 25, 147-150.
- Zelenka, J. (2009). “Information and Communication Technologies in Tourism-Influence, Dynamics”, *Trends, E&M Ekonomie a Management*, 12(1),123-132.