



DENİZ TURİZMİNDE DİJİTALLEŞMENİN ÖNEMİ VE ETKİLERİ: TÜRKİYE'NİN DENİZ TURİZMİNDE DİJİTALLEŞMESİNE YÖNELİK YAKLAŞIMLAR

Öğr. Gör. Can ATACAN

Doç. Dr. F. Ozan DÜZBASTILAR

Amaç

- Dijitalleşmenin sektörde öneminin belirtilmesi
- Türkiye'nin deniz turizminde dijital dönüşümüne yönelik deniz turizm unsurlarının araştırılması amaçlanmıştır.

Dijitalleşme nedir?

- Dijitalleşmenin dijital teknikleri ve bilgiyi geliştirdiği, içerideki iş süreçlerini ve uygulamalarını dönüştürdüğü, bağlantısallığı artırdığı, nesnelerin internetini yani elektronik cihazların birlikte çalışmasını sağladığı dolayısıyla sosyal ve ekonomik hayatı değiştirdiği söylenebilir

Dijitalleşmenin önemi

- Teknolojik gelişmelerin sektörde uygulanması ve turistlerle dijital etkileşim, zorlu uluslararası turizm sektöründe rekabet edebilmek için kritik öneme sahiptir (Pindzo ve Barjaktarović, 2018: 340).

DİJİTALLEŞME



VERİ AKIŞI

ULAŞILABİLİRLİK



VERİ DEPOLAMA

DİJİTAL TEKNOLOJİ

İŞ SÜRECİ

REKABET



SOSYAL DÖNÜŞÜM



İNTERNET



BAĞLANTI HIZI



SEÇENEKLER



NESNELERİN İNTERNETİ



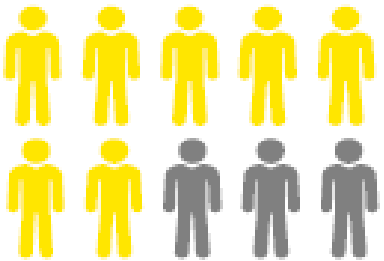
EKONOMİK DÖNÜŞÜM

BİRLİKTE ÇALIŞMA

Türkiye’de dijitalleşme adına yapılan çalışmalar

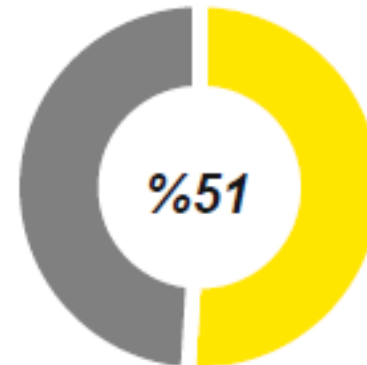
- 2019 yılında yapılan “Dijital Satın Alma” araştırmasında (PwC Türkiye, 2019)
- (Accenture, Dijitalleşme raporu, 2015).

“



10 seyahat acentasından 7’si dijitalleşmenin turizm sektörü ve kendi şirketleri için pozitif katkı sağlayacağını düşünmekte.

”



Seyahat acentalarının %51’i müşterilerinin dijital hizmet alma beklentilerinin yüksek olduğunu belirtmekte.

Turizm ve Seyahat



TÜRKLER'İN YÜZDE 63'Ü SEYAHAT DÜZENLEMELERİNİ AKILLI TELEFON İLE YAPIYOR

Turizm Sektörünü Etkileyen Dijital Trendler

Kişiselleştirme



OmniChannel müşteri deneyimi



Veri odaklı yaklaşım



Mobil entegrasyon - Bağlı olmak



Gerçek zamanlı pazarlama



Yapay zeka



Ortak ekonomiler ve platform yapıları



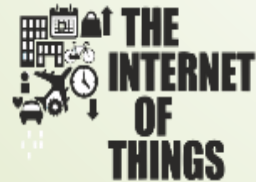
Veri güvenliği ve gizliliği



Mesajlaşma platformları ve chatbotlar



Nesnelerin interneti



Artırılmış ve sanal gerçeklik



Blockchain



Akıllı turizm

- Akıllı turizm; turizm ürünlerini ve işletmelerini planlamak, geliştirmek, işletmek ve pazarlamak için bütünsel, uzun vadeli ve sürdürülebilir bir yaklaşım olarak tanımlanmıştır (Li, Hu, Huang, & Duan, 2017: 294)



11. Beş Yıllık Kalkınma Planı

- Türkiye'nin on birinci **beş yıllık kalkınma planı dijitalleşme konu başlığı** altında incelendiğinde **gelişen teknolojiyle birlikte turizmin de geliştirilmesi, çeşitlendirilmesi** ve bundan her alanda fayda sağlamak **temel amaç** olarak belirlenmiştir

	2018	2023
Turizm geliri (milyar dolar)	29,5	65
Ziyaretçi sayısı (milyon)	46,1	75
Yabancı ziyaretçi sayısı (milyon)	39,5	67,7
Ziyaretçi başına ortalama harcama (dolar)	647	867
Ortalama konaklama süresi (gece)	9,8	10,0
Ziyaretçi başına gecelik gelir (dolar)	66	86,7

İnternet kullanım istatistikleri

- Türkiye'de bilgisayar ve internet kullanımı 2018 yılında 16-74 yaş grubundaki bireylerde sırasıyla %59,6 ve 72,9 olmuştur
- 2018 yılı Nisan ayında hanelerin %83,8'i evden İnternete erişim imkânına sahip olmuştur (TÜİK, 2018)
- Türkiye internet kullanım oranında dünyada on ikinci sırada bulunmaktadır
- Amerika Birleşik Devletleri, Japonya, Almanya, İngiltere, Fransa, Güney Kore gibi ülkelerde internet kullanım oranı % 80'leri bulmaktadır



Pazarlamaya Yönelik Dijital Turizm

- Satış için ana alan çevrimiçi / sanal alandır ve çevrimiçi iletişim, tüketicilerle iletişim kurma etkinlikleri arasında ilk sırada yer almaktadır.
- Türkiye için tanıtımda internet teknolojilerinden rakip ülkelere oranla etkin faydalanılmaması problemlerden birisidir (Şengel, 2014: 106)

Bilgilendirici içerik
ve reklamlar karar
vermede etkili



Çevrim içi
kanalların
pazarlama
bütçesindeki payı
ortalama %61



Sosyal Medya

- Sosyal medya reklam videoları tatile gitme isteğini arttırmaktadır (Özgezmez ve Şakar, 2016: 249).



Sanal Dünya ve Turizm

- Teknolojinin bu yeniliği çoğunlukla tanıtım, pazarlama, tur satışı gibi amaçlarla seyahat acentaları tarafından kullanılmaktadır. (Durmaz, Bulut ve Tankuş, 2018: 36)



Türkiye Deniz Turizmi Unsurlarının Dijital Dönüşüm Açısından incelenmesi

1. Kruvaziyer Limanları

- Bodrum Kruvaziyer Limanı, Ege Ports Kuşadası ve Antalya Limanı incelenmiştir
- Web sitesi, sosyal medya hesapları ve takipçi sayıları incelendiğinde Bodrum kruvaziyer limanı dijitalleşmeye önem veren liman olarak öne çıkmaktadır.



Türkiye Deniz Turizmi Unsurlarının Dijital Dönüşüm Açısından incelenmesi

2. Marinalar:

2.1 Marmara Denizi: 5 marinanın da web siteleri, yatlara sağlanan internet hizmeti, dijital ortamda başvuru formu ve sosyal medya hesapları mevcuttur

Türkiye Deniz Turizmi Unsurlarının Dijital Dönüşüm Açısından incelenmesi

2.2. Ege Denizi: 14 marinanın da sosyal medya hesapları var fakat 1 tanesinin web sitesi, 6 tanesinin de yatlara internet hizmeti vermediği saptanmıştır. İnternet sitesi olanların genelinde başvuru formları dijital ortamda sağlanmıştır

Türkiye Deniz Turizmi Unsurlarının Dijital Dönüşüm Açısından incelenmesi

2.3 Akdeniz: 13 marina incelendiğinde tümünün internet sitesi ve dijital ortamda başvuru formları mevcut fakat 3 tanesinin resmi sosyal medya hesabı, 3 tanesinin de yatlara internet hizmeti vermediği saptanmıştır.

Türkiye Deniz Turizmi Unsurlarının Dijital Dönüşüm Açısından incelenmesi

3. Mevzuat:

Yat sahipleri temiz işlemini liman başkanlığı, sahil sağlık merkezi, gümrük muhafaza ve pasaport polisinde gerçekleştirmektedir.

Bu işlemlerin kolaylaştırılması için yukarıda adı geçen devlet kurumları dijital ortamda yatçılara imkân sağlamaktadır.

Özet

- Tanıtım süreci uzman kişilerce yönetilmeli
- Mobil uygulamalar geliştirilebilir
- Sanal gerçeklik uygulamasına yönelim
- Akıllılık konseptinin uygulanması
- Siber güvenliđin geliştirilmesi
- Kurumlar arası işbirliği

Son Söz



Kaynaklar

- Accenture Dijitalleşme Endeksi Türkiye Sonuçları, Vodafone, 2015
- Beş yıllık kalkınma planı (11.)
- Dijital Satınalma Anketi, PwC Türkiye, 2019
- Durmaz C., Bulut Y., Tankuş E., (2018), Sanal Gerçekliğin Turizme Entegrasyonu: Samsun'daki 5 Yıldızlı Otellerde Uygulama, TJM, (2018), 3(1): 32-49 doi: <http://dx.doi.org/10.30685/tujom.v3i1.29>
- Li, Y., Hu, C., Huang, C., & Duan, L. (2017). The concept of smart tourism in the context of tourism information services . Tourism Management (58), 293-300
- Özgezmez Ö, Denktaş Şakar G., Kruvaziyer İşletmelerin Sosyal Medyadaki Reklamları İle İlgili Tüketici Algılarının İncelenmesine Yönelik Bir Çalışma, III. Ulusal Deniz Turizmi Sempozyumu Bildiriler Kitabı, s. 235 – 254
- Pindzo, R., Barjaktarović, L., 2018, Digital Transformation Of Tourism, 3rd International Scientific Conference, s: 340 – 355
- Şengel, Ü., 2014, Bilgi Ekonomisindeki Teknolojik Gelişmelerin Türkiye'deki Turizm Sektörüne Etkileri
- Turizm Sektörü Dijitalleşme Yol Haritası Raporu, 2019
- TÜİK, 2018