



Sosyal, Beşerî ve İdari Bilimler Dergisi

2021, 4(9): 876-888.

DOI:[10.26677/TR1010.2021.804](https://doi.org/10.26677/TR1010.2021.804)

ISSN: 2667-422X Dergi web sayfası: www.sobibder.org



KAVRAMSAL MAKALE

Covid-19 Sürecinde Turizm Sektörü ve Turizm Eğitiminde Yenilikçi Uygulamalar

Dr. Öğr. Üyesi Yasemin TEKİN, Balıkesir Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Balıkesir, e-posta: yasemin.tekin@balikesir.edu.tr
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8057-5215>

Öz

Covid-19 küresel krizi, başta turizm sektörü olmak üzere pek çok sektörü etkilemektedir. Krizi fırsata çeviren kurumlar ise ürünlerini, hizmetlerini, süreçlerini ve örgütlerini yenileyerek yaşamda kalmayı başarabilmiştir. Turizm işletmeleri ve turizm eğitimi veren yükseköğretim kurumları da bu küresel krizden etkilenmiş ve aynı zamanda yenilikçi uygulamalar ile geleceğe değer bırakmaya çabalamıştır. Bu çalışmada turizm işletmelerinin ve yükseköğretim kurumlarının Covid-19 pandemisi sürecindeki yenilikçi uygulamalarına, geleceğin meslekleri ile insan kaynağının özelliklerine ve geleceğin yenilikçi turizm eğitimi için tavsiyelere yer verilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Turizm, Yenilik, Turizm Eğitimi, Covid-19, Pandemi.

Makale Gönderme Tarihi: 14.06.2021

Makale Kabul Tarihi: 03.09.2021

Önerilen Atf:

Tekin, Y. (2021). Covid-19 Sürecinde Turizm Sektörü ve Turizm Eğitiminde Yenilikçi Uygulamalar, *Sosyal, Beşerî ve İdari Bilimler Dergisi*, 4(9): 876-888.

© 2021 Sosyal, Beşerî ve İdari Bilimler Dergisi.



**Journal of Social, Humanities and
Administrative Sciences**

2021, 4(9): 876-888. DOI:10.26677/TR1010.2021.804

ISSN: 2667-422X Dergi web sayfası: www.sobibder.org



CONCEPTUAL PAPER

**Innovative Practices in Tourism Sector and Tourism Education in The Process of
Covid-19**

Assistant Prof. Dr. Yasemin TEKİN, Balıkesir University, Faculty of Tourism, Balıkesir, e-mail:
yasemin.tekin@balikesir.edu.tr
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8057-5215>

Abstract

Covid-19, a global crisis, has affected myriad of sectors especially tourism. The enterprises which turn this crisis into an opportunity have achieved to survive by innovating their products, services, processes and organizations. Tourism enterprises and the higher education institutions which provide tourism higher education have also been influenced by this global crisis, meanwhile, have tried to enrich the future via innovative practices. Innovative practices of tourism enterprises and higher education institutions during the process of Covid-19, jobs and qualifications of human resources of future, and the advices for innovative tourism education of future are given in this study.

Keywords: Tourism, Innovation, Tourism Education, Covid-19, Pandemic.

Received: 14.06.2021

Accepted: 03.09.2021

Suggested Citation:

Tekin, Y. (2021). Innovative Practices in Tourism Sector and Tourism Education in The Process of Covid-19, *Journal of Social, Humanities and Administrative Sciences*, 4(9): 876-888.

© 2021 Sosyal, Beşeri ve İdari Bilimler Dergisi.

GİRİŞ

Rekabetin çok yoğun yaşandığı, yenilik uygulamaları ile sürekli değişen ve gelişen günümüz iş dünyasında işletmelerin fark yaratan, rekabette üstünlük sağlayan en önemli kaynağı, “insan kaynağı”dır. Günümüz iş dünyasında, yaşanan Covid-19 küresel salgını etkisiyle, teknoloji ve dijitalleşmeye daha hızlı bir şekilde uyum sağlamak ve yenilikçi yatırımlar yapmak, işletme yaşamının devamlılığı için önemli bir etken olmuştur. İşletmelerin teknolojiye yaptığı her bir yatırım ile insan kaynağının varlığı sayıca azalacak olsa da “insan kaynağı”, tüm teknolojik yatırımları harekete geçirecek ve işlemlerini sağlayıp süreci yönetecektir. Dolayısıyla, özellikle hizmet sektöründe alanında uzmanlaşmış, yetenek ve nitelikleri ile işletmenin ihtiyaçlarını karşılayan hatta aşarak beklentinin üzerinde işletmeye değer katan insan kaynağı her zaman gereken talebi görecek ve istihdam edilecektir.

İnsan kaynağı, işletmeler için oldukça önemli bir güç olmasına rağmen, tüm dünyayı ciddi şekilde sarsan ve işletmelere de ekonomik zorluklar yaşatan Covid-19 pandemi süreci etkisiyle pek çok işveren insan kaynağını işten çıkarmak zorunda kalmıştır. Ekonomisi güçlü olan veya bu kriz ortamında ayakta kalabilen işletmeler ise teknolojik ve dijital yatırımlarda bulunarak, ürün ve hizmetlerini teknoloji ve sanal dünyadan daha fazla yararlanarak aktif bir şekilde tüketicilerine ulaştırmış ve bu küresel krizin üstesinden gelmeye çalışmıştır. Ayrıca pandemiye sebep olan virüsün insandan insana geçen ve hızla yayılan özellik taşıması, insanları bireysel ve izole olmaya zorlamıştır. Bu sebeple mevcut insan kaynağının büyük bir bölümü ise akıllı cihazlar ve sistemleri kullanarak evden çalışarak hizmet vermiştir. Değişime direnmeden yeniliklere kolaylıkla uyum sağlayabilen, ürün/hizmet ve tüketiciyi sanal ortamlarda buluşturan sistemleri kullanabilen, bu alana yatkın ve yetenekli insan kaynağının istihdamı devam ettirilmiştir.

Küresel ve henüz aşılamayan bir kriz olan Covid-19 pandemisi sebebiyle ülkeler, sektörler, işletmeler ve hatta bireyler, anlık veya kalıcı çözümler ile bu zorlu ve ne zaman son bulacağı belli olmayan süreci yönetmeye devam etmektedir.

Covid-19 pandemisinin insanlar, toplumlar ve işletmeler üzerindeki şiddetini azaltmak ve fayda sağlamak için teknoloji, pandemi sürecinde ve hatta pandemi sonrasında bile faydalı olabilecek bir araçtır (He vd., 2021:1). Mevcut küresel krizin etkilerini yönetmek için işletmeler, teknoloji ile bütünleşmiş ve dijitalleşmiştir (Guo vd., 2020:2-5). Ürün/hizmetler yenilenmiş, internet sayfaları ve sosyal medya hesapları aracılığıyla e-ticaret yapılmaya başlanmış, canlı destek hatları üzerinden satış öncesinden başlayıp satış sonrasında hizmetlere kadar uzanan 7/24 hizmet verilmeye çalışılmıştır. Tüketiciler ise bu dijital satış imkânlarından faydalanarak ürün/hizmetleri inceleme, kıyaslama, yorumları okuyarak karar verme, sipariş verme, satın alma imkânını daha fazla elde etmişlerdir. Bunun da ötesinde artık tüketici, bir ürünü satın almadan önce sanal alışveriş sitesine beden ölçülerini kaydedip fotoğrafını yükleyerek ilgili ürünün üzerinde nasıl duracağını deneyimleyebilmektedir. Hizmet söz konusu olduğunda ise, hem sanal gerçeklik uygulamaları ile hem de giyilebilir teknolojiler ile ilgili hizmeti deneyimlemek mümkün olmaktadır. Böylece, tanıtımdan alışverişe, tüketim tercihinin yön vermekten yorum yapmaya, hatta sanal ortamda deneyimlemeye kadar pek çok işlem, dünyanın bir ucundan diğer ucuna erişim sağlayan özellikler ile akıllı cihazlarda ve sistemlerde bir tuşa dokunma ile gerçekleşmektedir. Bu uygulamaların gelecekte giderek artacağı ve yaşamın ayrılmaz bir parçası olacağı öngörülmektedir.

Bu öngörü ışığında hazırlanan bu çalışmada, son yıllarda ve özellikle Covid-19 pandemi süreci ile yaşamımızda varlığını daha fazla ve hızla hissettiren teknolojinin de etkisi ile turizm sektörü ve turizm eğitimi veren yükseköğretim kurumlarında uygulanan yenilik örneklerine yer verilmesi amaçlanmıştır ve geleceğin insan kaynağında aranacak özellikler ile gelecekte var olması

beklenen mesleklere değinilerek, yükseköğretim kurumlarında yenilikçi turizm eğitimi için tavsiyelerde bulunulmuştur.

YENİLİK KAVRAMI

“İnovasyon”, Latince “innovatus” kelimesinden türemiş, uluslararası literatürde “innovation” olarak yer alan, Türk Dil Kurumu Genel Türkçe Sözlük’te ise “yenileşim” ve “yenilik” kelimeleri ile kullanılan bir kavramdır (<https://sozluk.gov.tr/>). Bu çalışmada da Türkçe bir kavram olan “yenilik” kelimesi benimsenmiş ve kullanılmıştır.

Yenilik kavramı ilk defa ekonomist Joseph Alois Schumpeter tarafından “ekonominin ve rekabetin temel itici gücü” olarak tanımlanmıştır. Schumpeter’e göre yenilik, “henüz bilinmeyen bir ürünü veya var olan bir ürünün yeni bir türünün piyasaya sürülmesi, pazarda var olan bir ürüne ait yeni üretim ve satış yöntemlerinin uygulanması, yeni pazarların açılması, hammadde veya yarı-işlenmiş kaynakların tedarik sürecinde yeni kaynaklarının elde edilmesi, örgütlerin yeniden yapılanması” olarak tanımlanmıştır (Śledzik, 2013: 90).

Peter F. Drucker’a göre ise yenilik, yeni ya da farklı bir ürün/hizmet oluşturmaya sebep olan bir fırsattır (Ottenbacher ve Gnoth, 2005:206). Daha önceden var olmayan ürün/hizmeti pazara kazandırmak “radikal yenilik” iken, mevcut ürün/hizmetin geliştirilmesi ise “aşamalı yenilik” olarak adlandırılmaktadır. Yenilik türleri çeşitli olmakla birlikte, akademik kaynaklarda başlıca yenilikler; “ürün yeniliği”, “hizmet yeniliği”, “pazarlama yeniliği”, “süreç yeniliği” ve “örgütsel yenilik” olarak yer almaktadır. Turizm sektöründe gerçekleşen her bir yenilik ise, misafirler yanı sıra işletmenin insan kaynağına da faydalar sunmaktadır (Hjalager, 2010:3).

Drucker’a göre başarılı yeniliklerin pek çoğu, “farkında olmak” ve “yenilik fırsatlarını araştırmak” ile gerçekleşmektedir. Sektörde veya işletmede beklenmeyen olayların ortaya çıkması, yaşanan uyumsuzluklar, işletme süreçlerinde ortaya çıkan ihtiyaçlar, değişimler, yeni bilgiler gibi pek çok etmen, her ne kadar riskli, zor ve karmaşık olsa da yenilik yapmak için fırsatlar sunan kaynaklardır (Drucker, 1998:4).

Dünyanın daha önceden tecrübe etmediği, beklenmeyen bir olay olarak başlayıp küresel bir krize dönüşen Covid-19 pandemi süreci, bu krizi fırsata dönüştürerek yenilik yapmanın ve başarmanın mümkün olduğunu gösteren bir kaynak olmuştur.

Covid-19 Pandemisi ve Turizm Sektöründe Yenilikçi Uygulamalar

Covid-19 pandemisi birçok sektörü önemli ölçüde etkilemiştir. Bu krizden en çok yara alan sektör ise turizm olmuştur. Aralık 2019 itibariyle salgının yaşandığı ülkeler başta olmak üzere tüm dünyada uluslararası seyahatlerin hemen hemen tamamı askıya alınmış, hatta seyahatler ülke sınırları içinde de kısıtlanmış veya geçici süre ile durdurulmuştur. Bu durum, turizm hareketlerini tamamen durma noktasına getirmiştir (TÜRSAB, 2020:30). Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü (UNWTO) Haziran 2021 raporuna göre, pandeminin etkisi ile 2021 yılının ilk çeyreğinde uluslararası turizm hareketlerinde %83 düşüş gerçekleştiği bildirilmiştir (UNWTO, 2021).

Tüm sektörleri etkisi altına alan ve belirgin bir şekilde yönlendiren teknolojinin turizm sektöründe de son yıllarda hızla yayıldığı, gerek yatırımcılar ve işletmeler gerekse tüketiciler tarafından aktif kullanıldığı ve bu durumun gelecekte de devamlı olacağı bilinmektedir. Seyahat kısıtlamalarının yaşandığı pandemi döneminde tüm dünyada evlerden çalışan veya evde kalmak zorunda olan bireyler, turizm faaliyetlerine katılamadıkları için sanal ve akıllı turizm faaliyetleri

ile oldukça farklı tecrübeler edinme imkânına sahip olmuştur. Pandeminin etkisi ile yenilik, teknoloji, sanal gerçeklik, akıllı uygulamalar gibi imkânlar artmış ve bu sayede dünyadaki şehirler veya müzeleri 360° sanal turlar ile gezmek, konserleri canlı olarak dinlemek, filmler ve tiyatroları sanal ortamlarda izlemek, sanal fuarlara katılmak mümkün olmuştur.

Seyahat izinlerinin başlaması ile birlikte ise ulaşımdan konaklamaya, yeme-içmeden eğlenceye kadar turizm sektörünün pek çok alanına teknolojinin yayıldığı hissedilmiştir. İnsana temas etmeyen hatta varlığını bile bilmediğimiz noktalara konumlandırılan vücut ısısı ölçen termal kameralar ve tablet cihazlar, hijyenik maske ve dezenfektan kioskları, internet veya telefon ile bir restoran veya marketten verdiğimiz siparişi evimize getiren mini robotlar, restoranlarda veya oda servisinde sipariş teslimi yapan ve boşları toplamak için sizi yeniden ziyaret eden hatta kat hizmetleri görevini üstlenip odanıza temiz havlu getiren robotlar, dijital check-in/out kioskları, sanal ve temassız ödemeler, dijital imzalar gibi pek çok ürün/hizmet turizm deneyiminde karşımıza çıkmıştır.

Teknolojinin, akıllı cihazların ve robotların varlığı turizm sektöründe gün geçtikçe artmaktadır. Bu alanda verilebilecek küresel örneklerden bir tanesi, teknolojik yatırım ile donatılmış, Tokyo’da bulunan, dünyanın ilk robot oteli olan Henn na Hotel’ dir. Bu otelin bazı departmanlarındaki hizmetler robotlar ile sunulmaktadır. Otelden içeri girildiğinde misafiri resepsiyon bankosu ardında sabit duran, insan görünümü robotlar karşılamaktadır. Misafiri selamlayan robotlar, ardından yaptıkları yönlendirmeler ile bankoya konumlandırılmış kiosklar aracılığıyla misafirin check-in işlemi yapmasını adım adım anlatmaktadır. Dokunmatik ekranda dil seçimi yaptıran kiosklar sayesinde robot resepsiyon görevlileri seçilen dilde konuşarak misafiri yönlendirmektedir. Robotun talimatları ile dokunmatik ekrana kimlik bilgilerini giren misafir yine aynı ekrana imzasını atmakta, pasaportu ve fotoğrafını kioska okutarak tanımlanmaktadır. Tüm bilgiler kaydedilince ise kiosk, oda giriş kartı vermektedir. Oda kapısı ise verilen bu kart yanı sıra yüz tanıma sistemi ile açılmaktadır. Misafir odasına girer girmez televizyon ve klima otomatik olarak çalışmakta, televizyon ekranı misafiri “Welcome” mesajı ile karşılamaktadır. Misafir odasında bulunan giysi dolabı ise kıyafetleri hem temizlemekte hem de ütölmektedir. Odadaki televizyon, klima ve ışıklar gibi cihazları oda içerisinde bulunan akıllı bir cep telefonu ile kumanda etmek mümkündür. Oda camları cama sabit olan, zeminler ise gezen mini robotlar tarafından temizlerken, valizleri akıllı cihazlar taşımaktadır. Otelde yiyecek-içeceklerin hazırlanması ve çamaşırhane hizmeti sunulması için istihdam olmadığından otomatlardan hazır yemek, terlik, pijama, havlu almak veya otomatlarda çamaşır yıkamak mümkündür (<https://www.hennnahotel.com/ginza/en/>). Benzer şekilde, Henn na Cafe’ de garson istihdamı yoktur. Misafir, otomat makinasından kahvesini seçtiğinde kendisine verilen barkodu sipariş cihazına okutur ve siparişi algılayan robot, bardağı alıp, kahve makinası altına yerleştirip, makinanın tuşlarına basıp, hazırlanan kahve dolu bardağı misafire vermektedir (<https://www.hennnacafe.com/>).

Benzer şekilde Türkiye’nin ilk teknolojik restoranı olarak anılan İstanbul Ataköy’deki Touch Restoran’ da ise yemek masalarının yüzeyi menüden sipariş vermeyi sağlayan tablet cihaz olarak kullanılmaktadır. Dokunmatik masalar ile verilen sipariş, sisteme aktarılmakta, mutfakta insan kaynağı tarafından hazırlanmakta ve robotlara sabit konumlanmış tepsilere üzerinde yerleştirildikten sonra robot ile masaya iletilmektedir. Dokunmatik masa ekranından sipariş veren misafir ise siparişini beklerken dokunmatik masa ekranındaki eğlence sistemi ile zamanını değerlendirebilmekte veya interneti kullanabilmektedir (twitter.com/restauranttouch; www.instagram.com/touch.restaurant).

Yenilik ve teknoloji destekli akıllı turizm uygulamalarına güzel bir örnek de “İstanbul Airport App” adıyla hizmet veren İstanbul Havalimanı mobil uygulamasıdır. Bu uygulama, yolculara pek çok kolaylık sağlamaktadır. “Haritalar” özelliği ile bulunulan konumdan havalimanına

ulaşım için destek alınmakta, “Uçuş Takibi” özelliği ile ilgili uçuşu ve talimatları takip etmek mümkün olmaktadır. Bu uygulama, havalimanındaki alışveriş merkezleri, yeme-içme alanları, bankalar, ATM’ler gibi ihtiyaç duyulacak alanlara haritalar ile kolaylıkla ulaşım sağlamaktadır. “Ulaşım” özelliği ile havalimanına gidiş-geliş olarak toplu taşıma, kiralık araç veya şehirler arası seyahat aracı alternatifleri sunmakta ve otopark bilgisi vermektedir. Uygulamaya kayıt olunarak “Ücretsiz WiFi” kullanabilmenin yanı sıra, havalimanı içerisinde bulunan kiosklara uçuş kartını okutup kullanıcı adı ve şifre olarak da ücretsiz internet hizmetine erişim sağlanmaktadır. Havalimanı güvenlik noktalarının tümünde temassız kontrol sistemleri bulunmaktadır. 7/24 temiz hava ile temizlenen terminalde terminal binası, X-Ray cihazlarından geçen bagajlar, yürüyen bantlar hatta “Hızlı Pasaport Geçiş Sistemi” olan e-pasaport sistemini kullanan yolcuların pasaportları morötesi (Ultraviyole-UV) ışınlar ile temizlenmektedir. Yolcuların vücut sıcaklık ölçümleri ise terminal girişinde termal kameralar aracılığıyla gerçekleşmekte, havalimanı içerisinde kişisel hijyen ekipmanları (maske, dezenfektan, vb.) sunan kiosklar bulunmaktadır. Her ne kadar havayollarına ait internet sayfaları veya akıllı uygulamalarının yenilikçi bir hizmeti olsa da, çevrim içi check-in işlemlerini terminal genelinde bulunan akıllı cihaz kiosklar ile sıra beklemeden yapma imkânı sunulmaktadır (<https://www.istairport.com/tr>).

Yüz tanıma sistemi olan robotlar ise bir kez gördüğü kişinin yüzünü hafızasına alarak bir sonraki karşılaşmasında o kişiyi yüzünden tanıyarak ona ismi ile hitap etmekte, iletişim kurarak yürümeye başlamakta ve gideceği yere kadar kişiye eşlik etmektedir. Bu özelliklerin tümünü dünyaca ünlü robot ASIMO’ da görmek mümkündür.

ASIMO, Honda Motor Co. Ltd. tarafından geliştirilmiş, insanlara yardımcı olması için üretilmiştir. Honda’nın insana benzeyen robot çalışmaları 1986 yılında başlamıştır. ASIMO ise 31 Ekim 2000 tarihinde tamamlanmıştır ve yapılan en gelişmiş insansı robot olarak varlığını sürdürmektedir. Çeşitli hareket yeteneklerine sahip, arkadaş canlısı bir robot olan ASIMO, insan gibi koşabilme özelliğine sahip ve merdivenleri inip çıkabilen, dünyanın ilk insansı robotudur. Honda mühendisleri, ASIMO’nun yeteneklerini geliştirmek için çalışmaya devam etmektedir (<https://asimo.honda.com>). Başındaki iki kameradan oluşan gözleri ile ASIMO, içinde bulunduğu çevreyi, hareket eden nesnelere, durumları, el-kol hareketleri ile jest ve mimikleri, engelleri, mesafeler ve yönleri fark etme özelliğine sahip olmakla birlikte, sesleri ve yüzleri algılayarak insanlarla etkileşimde bulunmaktadır. Adı ile kendisine seslenildiğinde ASIMO, öne doğru eğilerek veya farklı dillerde sözlü iletişime geçerek karşısındaki kişiye cevap vermektedir, ortalama 10 farklı yüzü tanıyarak onlara isimleri ile hitap edebilmektedir (Dalal ve Setia, 2017:3). Misafirlerimizi isimleri ile tanımanın ve hitap etmenin turizmdeki önemi söz konusu olduğunda robotlara böyle bir kodu tanımlamak, misafirin deneyimini unutulmaz yapan, memnuniyeti artıran ve belki de sadakati sağlayan yenilikçi bir uygulama olabilir.

Kaliforniya Disneyland Resort’de “Disneyland Yenilikleri” adı altında, Honda ASIMO Tiyatrosu’nda “Say ‘Hello’ to Honda’s ASIMO” isimli, her gün düzenlenen, 15 dakikalık bir gösteride ASIMO başrol oynamış ve böylece toplumun insansı robotlar ve ASIMO’nun mevcut yetenekleri ve kullanımını hakkında bilgi sahibi olması sağlanmıştır (Dalal ve Setia, 2017:4; <https://asimo.honda.com/>). 2016 yılında ise ASIMO, Japonya Narita Uluslararası Havalimanı’nda bir hafta boyunca kendisi için ayrılan alanda Japonya dışından gelen ziyaretçileri dans etmek, futbol topuna vurmaya gibi çeşitli yetenekleri ile karşılaşmış ve Narita Uluslararası Havalimanı’nın ziyaretçilere sunduğu arzuları tanıtmıştır (<https://asimo.honda.com/>). Benzer şekilde fuar, festival, konser, müze ve gösterilerde yer alan ASIMO, İspanya, Birleşik Arap Emirlikleri, Rusya, Güney Afrika, Avustralya gibi pek çok ülkeyi ziyareti ile dünya turuna devam etmektedir (Dalal ve Setia, 2017:4). Üstün yeteneklerini sergilemek için gerçekleştirdiği bu seyahatleri ile ASIMO’nun turizm faaliyetlerinin de bir parçası olduğu söylenebilir.

Robotik hizmetlerin turizm sektöründeki varlığı, gelecekte daha da çeşitlenebilir. “Robotik İşletmeler” veya “Akıllı İşletmeler” diye adlandırabileceğimiz bu tür işletmeler farklı bir deneyim ve anı sunuyor olsa da devamlılığı halinde özellikle hizmet sektöründe misafire insan ile iletişim imkânı sunmadığı için mutluluk vermeyecek ve duygusal bir boşluk oluşturacaktır. İçten bir gülümsemenin olmadığı, herhangi bir konuda kısa da olsa bir sohbet edilemeyen, hatırlanamayan, kodlamaları dışında bir soruya cevap veremeyen, kısacası kendisi ile “iletişim” kuramadığımız, duygu taşımayan bir cihaz, özellikle turizm sektöründe insan ruhunun ve emeğinin yerini asla tam olarak alamayacaktır.

Covid-19 pandemisi, ortaya çıktığı andan itibaren, turizmde teknolojik yeniliklerin itici gücü olmuştur ve bu durum gelecekte de devam edecektir (Zeng vd., 2020:8). Son yıllarda varlığından haberdar olduğumuz, her yeni günde bir yenisi ile karşılaştığımız ve yaşamımızı kolaylaştırmak, keyiflendirmek, zamandan tasarruf sağlamak, salgın sebebiyle bireysel olarak işlerimizi yürütmek gibi pek çok sebeplerle kullandığımız akıllı (smart) cihazlar ve akıllı uygulamalar, yaşamımıza hızla nüfuz etmiştir. Bir zamanlar bilgisayarlar, cep telefonları, tabletler, dokunmatik ekranlarla yaşamımıza giren akıllı sistemler artık akıllı destinasyonlar, akıllı şehirler, akıllı binalar ve odalar, akıllı otomobiller ve ulaşım araçları, akıllı havalimanları, restoranlar, akıllı turizm, akıllı turist, akıllı turizm deneyimi gibi kavramları gündemimize taşımıştır. Artık her yerde internete erişim mümkündür ve internet erişimi sunmayan mekânlar ise neredeyse tercih edilmemektedir. Pandeminin etkisi ile bireysel teması ve ortak alanlara teması azaltan, bu teması ortadan kaldıran veya kendi kendini dezenfekte edebilen akıllı ürün/hizmetleri, sistemleri sunan işletmeler, tüketicilerin öncelikli tercihi olabilmektedir. Ürün/hizmetlerin yenilenmesi, web sayfası/sosyal medya hesapları tasarımları, ürün/hizmetlerin çekilen fotoğrafları ve “influencer” denilen kişilerin sanal ortamlardaki paylaşımları ve yorumları tüketime ve özellikle turizme yön vermektedir. Akıllı cihazlar sayesinde seyahat planı yapılabilmekte hatta seyahat/tatil sürecinde istenilen ürün/hizmetler yine bu cihazlar/uygulamalar ile anında talep edilip karşılanabilmektedir. Turizmde yaşanacak deneyim, biriktirecek anı, artık teknolojik cihaza bir küçük dokunuşla sağlanabilmektedir. Dolayısıyla, “akıllı turist” varlığı da göz önünde bulundurulduğunda, değişimi takip eden, yenilikler sunan, teknolojik yatırım yapıp bu teknolojiyi çok iyi kullanan işletmelerin, geleceğin iş dünyasında başarılı olma şansı yükselecektir.

Covid-19 Pandemisi, Yükseköğretim Kurumları ve Turizm Eğitiminde Yenilikçi Uygulamalar

Covid-19 virüsünün dünyaya hızla yayılmasıyla birlikte sektörler ve işletmeler bu küresel krizden oldukça fazla etkilenmiştir. Pandemi sürecinin başlamasıyla birlikte, teknolojik ve dijital bütünleşmelerin ve çeşitli yeniliklerin yaşandığı bir başka sektör ise eğitim sektörüdür. Pandemi süreci ile birlikte Yükseköğretim Kurulu (YÖK) tarafından da pek çok yenilikçi uygulama yapılmış, uzaktan eğitim yaygınlaştırılmıştır. Yükseköğretim kurumlarında dersler ve materyaller çevrimiçi ve sınır tanımaz düzeyde, hatta ücretsiz ulaşılabilir olmuştur. Benzer şekilde üniversite kütüphanelerindeki kitaplar, dergiler, makaleler araştırmacıların ve okuyucuların hizmetine sınırsızca sunulmuştur. “YÖK Dersleri Platformu” ekranı açılarak, e-kitaplar okuyucuların hizmetine sunulmuştur. Ülkemizin yükseköğretim kurumlarında dersler dijital ortamlarda yapılmış, canlı veya kayıt yayınlar kullanılmış, materyaller uzaktan eğitim sistemi arşivlerinde yerini almış ve istenildiğinde ulaşılabilir olmuştur. Bunun yanı sıra akademisyenlerin, öğrencilerin ve sektör çalışanlarının faydasına olacak pek çok canlı yayın ile farklı konularda bilgi ücretsiz sunulmuş ve toplumsal gelişime fayda sağlanmıştır. Canlı yayınlarla başlayan bilimsel paylaşımlar zaman içerisinde yerli ve yabancı katılımcıları bir araya

getiren, katılımcıların sunum yapabileceği, soru-cevap imkânının olduğu, katılımcılara dijital sertifika sunabilen ulusal/uluslararası kongrelerin gerçekleşmesine yol açmıştır. İlk başta belki oldukça yadırganan ve nasıl baş edileceği bilinmeyen uzaktan eğitim süreci, çok hızlı bir şekilde ülkemize nüfuz etmiş ve uzaktan eğitim artık hem kaçınılmaz hem de ergonomik bir seçenek olarak yaşamımızda yerini almıştır. Bunun yanı sıra ülkemizin kütüphaneleri ve arşivleri araştırmacıların hizmetine elektronik ortamda açılmış, “öğrenen ülke” adımları sıklaşmıştır. Ülkemiz sınırları dışında da dünyanın önde gelen üniversiteleri derslerini ve yayınlarını çevrimiçi ve ücretsiz olarak açmıştır, kütüphanelerine erişimi kolaylaştırmıştır ve böylece bilgi, “küresel ulaşılabilir” nitelik kazanmıştır. Tüm bu gelişmelerin, ülkemizdeki ve dünyadaki turizm eğitimine erişimi kolaylaştırdığı ve turizm eğitimine etki ederek, katkı sunduğu söylenebilir.

Üniversitelerimizin pandemi sürecinde teknoloji ile bütünleşmesine güzel bir örnek de “Staj Seferberliği” programıdır. Zorunlu stajı bulunan veya staj yapmak isteyen üniversite öğrencileri için kamu kurumlarının ve özel sektörden gönüllü işverenlerin iş birliği ile yürütülen T.C. Cumhurbaşkanlığı İnsan Kaynakları Ofisi bünyesinde “Staj Seferberliği” programı başlatılmıştır. www.yetenekkapisi.org internet adresi ile öğrenciler veya mezunlar Sabancı Holding, Odtü Teknokent, Türk Havacılık Uzay Sanayii TUSAŞ, Turkcell, Roketsan gibi lider kurumların işverenleri ile buluşmuş ve açık pozisyonlara sanal ortamda başvurma imkânı bulmuştur (<https://www.cbiko.gov.tr>). Kolay bir kayıt işlemi ile internet sayfasına giriş yapan adaylar, ilerleyen sayfalarda yer alan bilgileri sisteme aktardıkça özgeçmişleri oluşmakta ve havuzda yerini almaktadır. Seyahat ederek veya yüz yüze görüşmeler yaparak iş bulmanın kısıtlı olduğu pandemi sürecine bir çözüm olan bu yenilikçi uygulama ile adaylar ve açık pozisyonlar eşleşerek gençlerin istihdamına katkı sağlanmıştır.

İlkerin yaşandığı pandemi sürecinde benzer bir uygulama da yine Yükseköğretim Kurulu (YÖK) tarafından “Üniversiteni Keşfet YÖK Sanal Fuarı 2020” ile gerçekleştirilmiştir. Üniversite tercihi yapacak adaylar için <https://sanalfuar.yok.gov.tr/> internet adresi ile sanal ortamda fuar düzenlenmiştir. Fuar katılan 200 adet yükseköğretim kurumu, programları, konaklama ve burs imkânları, sosyal ve kültürel faaliyetleri hakkında bilgi paylaşmış, canlı yayınlar aracılığıyla sesli ve görüntülü görüşme gerçekleştirmiştir. Canlı Destek hattı ile adayların soruları cevaplanmıştır. Fuar, 4 gün içerisinde 153 bin kayıtlı kişi tarafından yaklaşık 250 bin kez ziyaret edilmiştir. Bunun yanı sıra yine Yükseköğretim Kurulu (YÖK) tarafından yabancı uyruklu öğrencilerin ülkemize gelmesine yönelik “Study in Turkey YÖK Sanal Fuarı 2020” düzenlenmiştir. Bu fuara ise 190 yükseköğretim kurumu katılmış, 164 ülkeden 40 bin öğrenci kayıt olmuş ve fuar yaklaşık 60 bin kez ziyaret edilmiştir. Yurt dışı ve yurt içine yönelik yapılan bu iki sanal fuar ulusal ölçekte yapılan ülkemizdeki ilk yükseköğretim sanal fuarları olarak Yükseköğretim Kurulu (YÖK) tarihinde yerini almıştır (<https://www.yok.gov.tr>).

Turizm eğitimi veren yükseköğretim kurumlarımız ise çeşitli sanal eğitim/toplantı programlarını kullanarak turizmde istihdam ve kariyer etkinlikleri düzenlemiş, bu sanal ortamlarda öğrencilerimizi sektörümüz yöneticileri ile buluşturarak tanışmalarını, iletişim kurmalarını, iş ve staj imkânı elde etmelerini sağlamıştır.

Bahsedilen bu uygulamalarda olduğu gibi daha pek çok insan kaynakları sanal ortamları gelecekte de yaşamımızın vazgeçilmez parçası olabilir. Bugüne kadar üniversiteler ve akademik birimler bünyesinde düzenlenen kariyer/istihdam fuarları ise teknoloji ile bütünleşerek dijitalleşecek, sanal ortamlarda gerçekleşecektir. Yüz yüze görüşmenin ikinci plana alınacağı bu ortamlar ile zaman, emek ve sermayeden tasarruf etmek ve teması önleyerek bireysel ve toplumsal sağlığı korumak mümkün olacaktır.

“Yeni dünya düzeni” olarak adlandırılan içinde bulunduğumuz zaman diliminde bugün artık işletmelerin veya ülkelerin dünya liderleri de iletişimlerini sanal görüşmeler ile

gerçekleştirmektedir. Uzaktan eğitimi kullanan akademisyenler, öğretmenler, öğrenciler sanal sınıflarda buluşmakta, eğitim şirketleri ve katılımcıları eğitimlerini dijital ortamlarda gerçekleştirmekte, kurum ve kuruluşların yöneticileri ve çalışanları sanal toplantılar ile bir araya gelmektedir. Dolayısıyla, günlük yaşamımızın ayrılmaz bir parçası olan, gelecekte de kullanacağımız bu çevrim içi ortamları oluşturan yenilikçi ve yaratıcı bireylerin ve şirketlerin yakın gelecekte daha da artacağı ve talep göreceği öngörülmektedir.

Teknoloji çağını yaşıyor olmamız sebebiyle her ne kadar robotlar, akıllı sistemler, yapay zekâ gibi uygulamalar yaşamımıza yön verse de işletmelerin en değerli ve rekabette fark yaratan en önemli kaynağı "insan kaynağı"dır ve bu asla değişmeyecektir. Günümüzün ve geleceğin işletmeleri, akıllı sistemlerin yazılımlarını ve uygulamalarını yapabilen, kullanabilen, yönetebilen ve hatta çevresine de öğretebilen insan kaynağına büyük ihtiyaç duyacaktır. Bu açıdan değerlendirildiğinde yeni neslin nitelik ve yetenekleri bu ihtiyacı karşılayacak özelliklerle donatılmalıdır. Özellikle genç insan kaynağının taşınması önerilen niteliklerini şu şekilde sıralamak mümkündür;

- Sözlü, sözsüz ve yazılı iletişimde ve insan ilişkilerinde başarılı olmak,
- Liderlik etmek, modern liderlik becerilerine sahip olmak,
- İnsan kaynağını yönetebilmek,
- Uyum sağlamak,
- Takım çalışmasına yatkın olmak,
- Motivasyon sağlamak,
- Esnek olmak,
- Empati yapabilmek,
- Problem çözmek ve yaratıcı çözüm önerileri sunmak,
- Belirsizliği, krizi, stresi, zamanı yönetmek,
- Teknolojiyi öğrenmek, anlamak ve kullanmak ve hatta üretmek,
- Veri analizi yapmak ve yorumlamak,
- Çevik olmak, dayanıklı olmak,
- Merak etmek ve araştırmak,
- Sürekli öğrenmek, kendisini ve işletmesini geliştirmek,
- Dijital yetenek ve yeterliliklere sahip olmak,
- Girişimci, yaratıcı ve yenilikçi olmak.

Yenilik ve teknoloji ile yaşayan dünyada, var olan mesleklerin büyük çoğunluğunun önümüzdeki 10 yıl içerisinde yok olacağı ve 2030 yılına kadar yaklaşık 9 milyon yeni iş oluşacağı öngörülmektedir (Dirier, 2020: 14). 2030 yılında pek çok yeni mesleğin var olması öngörülmekle birlikte, açılacak herhangi bir pozisyona başvuracak aday sayısı, özellikle pandeminin etkisi ile artan işsizlik nedeniyle oldukça fazla olacaktır. Çok sayıda aday arasından doğru olanın seçilmesi için de İnsan Kaynakları Yöneticileri'nin yapay zekâ uygulamalarına başvuracağı öngörülmektedir. Açılacak tek bir pozisyon için bile pek çok adayın başvuracak olması, üniversite eğitiminin diploma ile tamamlansa da yeterli olmayacağını, üniversite eğitiminin mezuniyet sonrasında da yaşam boyu devam eden bir süreç olması gerektiğini ve ancak böyle bir uygulama ile bireyin kendini sürekli yenileyebileceğini yansıtmaktadır.

Gelecekte sürekli var olacak sektörlerin teknoloji, bilişim, robotik, yapay zekâ, dijital iletişim, sağlık ve ilaç sektörü, tarım ve hayvancılık, dev veri merkezleri, e-ticaret, lojistik ve taşımacılık, enerji ve çevre, uzaktan eğitim sektörleri olduğu bilinmekle birlikte geleceğin öngörülen yeni ve yenilecek olacak mesleklerinden bazıları ise şunlar olacaktır (Dirier, 2020: 10-15);

- İnsan Kaynakları ve İlişkileri Uzmanı
- İletişim Uzmanı

- Kültür ve Sosyoloji Uzmanı
- Dijital Müşteri/Misafir İlişkileri Uzmanı
- Dijital Halkla İlişkiler Uzmanı
- İnovasyon Yöneticisi
- Pazar Araştırma Uzmanı
- Dijital İçerik ve İtibar Uzmanı
- Dijital Pazarlama, Dijital Satış ve Satış Sonrası Dijital Hizmetler Uzmanı
- Stratejik Pazarlama Uzmanı
- Bütçe Planlama Uzmanı
- Gelir Yönetimi Uzmanı
- Veri Analisti ve Yöneticisi
- Web Sayfası ve Sosyal Medya Tasarımcısı ve Yöneticisi
- Yazılım Geliştiriciler
- Bilgi Güvenliği Uzmanı
- Sanal Güvenlik Uzmanı
- Örgütsel Dönüşüm Uzmanı
- Uzaktan Eğitim Süreci Eğitmeni.

Bu ve benzeri meslek alanlarına uygun nitelik ve yeteneklere sahip insan kaynağı ve özellikle üniversite öğrencileri ile mezunları, geleceğin iş dünyasının kazananları olacaktır.

Turizm sektöründe ise özellikle pandeminin etkisi ile birlikte yeni bir statü/pozisyon, yeni bir iş sahası oluşmuş ve çoktan yaşam bulmuştur. Türk Hava Yolları bunun ilk örneklerinden biri olarak, yenilikçi bir uygulama ile “Hijyen Uzmanı” kabin memuru istihdam etmeye başlamıştır. Seyahat boyunca uçakta bulunan hijyen uzmanı, yolculara hijyen seti dağıtmakta, uçuş boyunca sosyal mesafe kulları ve maske kullanımı konusunda denetleme yapmakta ve süreci yönetmektedir. Benzer bir uygulama ile İstanbul Havalimanı’nda “İGA Hijyen Takımı” 7/24 sahada görev yaparak havalimanında bulunan insanların sosyal mesafe kuralları, hijyen kuralları, pandemi kurallarına uymasını denetlemek ve hatırlatmak için hizmet vermektedir.

Turizm sektörünün kurumsal işletmelerinde bu ve benzeri değerdeki pozisyonlara ait iş tanımlarının oluşturulması ve istihdam ile yaygınlaştırılması, bu alana yatırım yapan işletmelerin yenilikçi özelliğe sahip olmasına, bilinçli ve akıllı tüketiciler tarafından tercih edilmesine ve rekabette üstünlük sağlanmasına fayda sağlayacaktır.

SONUÇ ve ÖNERİLER

Yeniliklerin ve teknolojinin hızı ve çeşitliliği, Covid-19 pandemi süreciyle birlikte artış göstermiş ve bu hızlı değişim pek çok sektörü etkileyerek geleceğin ayrılmaz bir parçası olma özelliği kazanmıştır. Teknolojinin hızı ve pandeminin varlığı, turizm sektöründe de ürün, hizmet, süreç ve örgütsel yenilikleri artırmıştır. Bu yeniliklerle birlikte farklı meslekler ve uzmanlık alanları ortaya çıkmaya başlamıştır ve bu durum gelecekte de devam edecektir. Gelecek nesilleri, yeni meslek alanlarına gerekli olan özellik ve yeteneklere sahip bir şekilde yetiştirmek için;

- Üniversitelerde yüz yüze eğitim tercih edilecektir ancak sanal sınıflarda uzaktan eğitim, alternatif bir eğitim yöntemi olarak kullanılabilir.
- Yeni düzene uyum ve uzaktan eğitimi kaliteli sunmak için fiziki şartlar ve teknolojik yapı oluşturulabilir veya yenilenebilir.
- Kütüphanelerin ve akademik kaynakların elektronik ve ücretsiz ulaşılabilir olması sağlanabilir.

- Ders katalogları yeni nesilden beklenen özelliklere, yeteneklere ve geleceğin mesleklerine uygun şekilde güncellenebilir. Bu güncelleme yapılırken sektör temsilcilerinin, alanında uzman kişilerin görüşleri alınabilir ve yükseköğretim kurumlarının ve sektörün ihtiyaçlarına cevap verecek bir müfredat oluşturulabilir.
- Üniversite ile sektör, akademisyenler ile sektör yöneticileri, yalnızca müfredat veya staj için değil, daha pek çok proje için sürekli iletişim, iş birliği ve dayanışma içerisinde olmalıdır.
- Yenilenecek müfredatta seçmeli derslerin sayısı artırılabilir. Böylece öğrenci, yetenekleri ve ilgi alanlarına uygun olan dersleri seçerek geleceğine, akademik başarısına ve mesleki kariyerine yön verebilir.
- Öğrencilerin yaratıcılıklarını ve girişimciliklerini geliştirecek etkinlikler, ödevler ve projeler ile müfredat çeşitlendirilebilir.
- Derslere turizm sektörü yöneticilerini davet etmek, konuşmacı olarak katılımlarını sağlamak, öğrencilerin sektör ve yöneticileri ile bağ kurmasını ve ilgili konuyu bir de uygulamada dinleyip öğrenmelerine katkı sunabilir.
- Turizm sektörü yatırımcıları/yöneticileri ile turizm eğitimi veren yükseköğretim kurumları arasında yapılacak iş birliği ve anlaşmalar sayesinde turizm eğitimi alan öğrenciler ve mezunların staj/istihdam fırsatlarında öncelikli aday olmaları ve böylece pandemi gibi kriz süreçlerinin her iki taraf için de faydaya dönüşmesi sağlanabilir.
- Teknoloji ile donatılmış derslere müfredatta yer vermek faydalı olacaktır; “Turizm İşletmeleri Yazılımları”, “Teknolojik Gelişmeler ve Uygulamalar”, “Turizm İşletmeleri ve Robotlar”, “Yaratıcılık ve Sosyal Medya Pazarlamacılığı”, “Robotik Kodlama”, “Web Tasarımı”, “Sosyal Medya Yönetimi” gibi. Böylece gençler yeni mesleklere yönlendirilebilir ve teknoloji odaklı donanımına sahip olabilir.
- Pandeminin de etkisi ile bireyselleşmeyi tercih eden turistler, kitle turizminden ziyade alternatif turizm türlerine talebi artırmıştır. Bu akım, gelecekte de devam edecektir. Bu sebeple, alternatif turizm türlerine ve sağlık turizmine müfredatta yer vermek faydalı olabilir.
- “Kimya ve gastronomi” yi veya “tıp ve turizm” i bir arada çalışmak gibi disiplinler arası iş birlikleri ve projeler geliştirilerek eğitime yön verilebilir. Böylece yeni meslekler ve istihdam alanları oluşabilir.
- Uzaktan eğitimde öğrenciler, ders sürecinde iletişim kurmaya, düşünmeye, soru sorma ve cevap vermeye, yorum yapmaya, yaratıcı ve etkileşimli (interaktif) olmaya daha fazla yönlendirilebilir.
- Öğrencinin son yarıyılı veya son yılı staj dönemi olarak uygulanabilir; böylece yenilikçi uygulamaları sektörde deneyimlemesi sağlanarak öğrencinin kariyerine de yatırım yapılmış olacaktır.
- Öğrencilerin sanal turizm faaliyetlerine katılımı özendirilerek bu deneyimi yaşamaları ve yaratıcılıklarının gelişmesi sağlanabilir.
- İstihdam/kariyer fuarları sanal ortamlarda gerçekleştirilerek, bunun yanı sıra sanal insan kaynakları birimleri oluşturularak her an iş/insan kaynağı bulmaya imkân sağlanabilir.
- Öğrenciler, mezunlar, akademisyenler ve sektör yöneticilerinin bir araya geleceği sanal etkinlikler ile coğrafi sınırları aşan nitelikte, sürekli iletişimde ve dayanışmada olmak, kurum kültürü haline getirilebilir.
- Öğrencilere ve mezunlara kişisel gelişim alanlarında çevrim içi veya yüz yüze çeşitli eğitimler verilebilir ve öğrencinin bu eğitimlere katılımı üniversite yönetimi tarafından belgelendirilebilir; böylece, öğrencinin gelişimine ve özgeçmişine katkı sunularak, mezuniyet sonrasında da üniversiteye bağlılığın devamlılığı sağlanabilir.

- Öğrencileri teori ve uygulama eğitimleri ile yetiştirecek olan akademisyenlerin akademik ve kişisel gelişimleri de göz ardı edilmemeli, Yükseköğretim Kurulu (YÖK) Başkanlığı veya Üniversite Rektörlükleri bünyesinde düzenlenecek çeşitli konulardaki sürekli eğitimler ile bu süreç desteklenmelidir.

Teknolojideki değişim ve çeşitlilik yaşamımızda varlığını sürdürürken, bu mevcut yapı turizm eğitimi veren yükseköğretim kurumlarına da yenilikler kazandırmıştır. Yükseköğretim kurumlarındaki yenilikler ile birlikte uzaktan eğitim süreci başlamış ve gelecekte de bu sürecin “Yenil Nesil Üniversiteler” veya “Hibrit Üniversiteler” adı ile daha da yaygınlaşacağı, kampüslerde yüz yüze eğitimlerin yanı sıra sanal kampüslerin de sayısının artacağı ve talep göreceği öngörülmektedir. Üniversiteler, yerelde konumlanan ancak küresel düşünen ve üreten eğitim kurumlarıdır. Üniversitelerin varlığı ise asla yok olmayacak, yüz yüze eğitim yanı sıra sanal ortamlarda da verilen eğitimler ile üniversitelere duyulan ihtiyaç daha da artacaktır. Başta öğrencileri ve mezunları olmak üzere, insan kaynağına, topluma, ülkeye, insanlığa hizmet vermek gibi son derece önemli bir misyonu olan üniversitelerimizin akıllı yatırımlar ile donatılması, değişim ve yenilikleri takip ederek, öğrenerek, uyum sağlayarak uygulaması, bunun sürekliliği oldukça önemlidir çünkü bir üniversite ülkenin geleceğidir. Eğitim, teknoloji ile daha da güçlendirilecek ancak yüz yüze eğitimin yerini hiçbir teknoloji alamayacaktır.

KAYNAKÇA

Dalal, V. and Setia, U. (2017). Humanoid Robot: ASIMO, *International Journal of Engineering Research & Technology*, 5(3): 1-4.

Dirier, Ü. (2020). Yeni Çağ Meslekleri, *Para - Haftalık Ekonomi Dergisi*, 23: 10-15.

Drucker, P. F. (1998). The Discipline of Innovation, *Harvard Business Review*, https://ogsp.typepad.com/focus_or_die_ogsp/files/drucker_1985_the_discipline_of_innovation.pdf: 3-8.

Guo, H., Yang, Z., Huang, R. and Guo, A. (2020). The Digitalization and Public Crisis Responses of Small and Medium Enterprises: Implications from A COVID-19 Survey, *Frontiers of Business Research in China*, Springer Open, Open Access: 2-25. [Online] <https://fbr.springeropen.com/articles/10.1186/s11782-020-00087-1> [Erişim Tarihi: 27.07.2021].

He, W., Zhang, Z. and Li, W. (2021). Information Technology Solutions, Challenges, and Suggestions for Tackling The COVID-19 Pandemic, *International Journal of Information Management*, 57: 1-8.

Hjalager, A.M. (2010). A Review of Innovation Research in Tourism, *Tourism Management*, 31(1): 1-12.

https://asimo.honda.com/ASIMO_DCTM/News/renditions/pdf/ASIMO_Disneyland.pdf [Erişim Tarihi: 27.07.2021].

https://asimo.honda.com/ASIMO_DCTM/News/renditions/pdf/FINAL_ASIMO_Narita_Airport_Demo_0322UP.pdf [Erişim Tarihi: 27.07.2021].

<https://asimo.honda.com/downloads/pdf/asimo-technical-faq.pdf> [Erişim Tarihi: 27.07.2021].

<https://www.cbiko.gov.tr/projeler/staj-seferbirligi> [Erişim Tarihi: 24.08.2020].

<https://www.hennnacafe.com/> [Erişim Tarihi: 27.07.2021].

<https://www.hennnahotel.com/ginza/en/> [Erişim Tarihi: 27.07.2021].

<https://www.instagram.com/touch.restaurant/?hl=tr> [Erişim Tarihi: 27.07.2021].

<https://www.istairport.com/tr> [Erişim Tarihi: 13.07.2021].

<https://sanalfuar.yok.gov.tr/> [Erişim Tarihi: 25.08.2020].

<https://sozluk.gov.tr/> [Erişim Tarihi: 12.07.2021].

<https://twitter.com/restauranttouch> [Erişim Tarihi: 27.07.2021].

<https://www.yetenekkapisi.org/> [Erişim Tarihi: 25.08.2020].

<https://www.yok.gov.tr/Sayfalar/Haberler/2020/universiteni-kesfet-yok-sanal-fuari-2020-yogun- ilgi.aspx> [Erişim Tarihi: 25.08.2020].

Ottenbacher, M. and Gnoth, J. (2005). How to Develop Successful Hospitality Innovation, *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 46(2): 205-222.

Śledzik, K. (2013). Schumpeter's View on Innovation and Entrepreneurship, (ed.) Hittmar, S.: *Management Trends in Theory and Practice* (pg.89-95) Faculty of Management Science and Informatics, University of Zilina & Institute of Management by University of Zilina.

TÜRSAB Türkiye Seyahat Acentaları Birliği. (2020). Korona Virüsü (Covid-19) Sonrası Nasıl Bir Dünya Bizi Bekliyor?, Mayıs 2020 Raporu, <https://tursab.org.tr/apps//Files/Content/edfcedc9-e91a-41c0-b680-63e79054da00.pdf> [Erişim Tarihi: 12.07.2020].

UNWTO World Tourism Organization. (2021). Tourist Numbers Down 83% but Confidence Slowly Rising, 2 June 2021 Report, <https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2021-06/210602-unwto-barometer-en.pdf?rNy0Q9kCLL.4MgS3dLIc8vpDxNCUt7LY> [Erişim Tarihi: 13.08.2020].

Zeng, Z., Chen, P. and Lew, A. (2020). From High-Touch to High-Tech: COVID-19 Drives Robotics Adoption, *Tourism Geographies an International Journal of Tourism Space, Place and Environment*, 22(1): 1-11.