

ARAŞTIRMA MAKALESİ / RESEARCH ARTICLE

TURİZM SEKTÖRÜNDEKİ YENİLİKÇİ FAALİYETLERİN FİNANSAL
PERFORMANS ÜZERİNDEKİ ETKİSİ: BİST UYGULAMASI*Elif YÜCEL¹, Yasemin ERTAN²¹Bursa Uludağ Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, Bursa,
emugal@uludag.edu.tr, ORCID: 0000-0002-2708-6778²Bursa Uludağ Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, Bursa,
yasertan@uludag.edu.tr, ORCID: 0000-0002-9193-3396

GELİŞ TARİHİ/RECEIVED DATE: 05.11.2024

KABUL TARİHİ/ACCEPTED DATE: 10.02.2025

Ertan, Y. & Yücel, E. (2025). Turizm sektöründeki yenilikçi faaliyetlerin finansal performans üzerindeki etkisi: BİST uygulaması. *Aurum Sosyal Bilimler Dergisi*, 10(1), 67-95.

* Bu çalışma Avrupa Birliği'nin Horizon Europe Araştırma ve Yenilik Programı tarafından finanse edilen REMODEL projesi (Proje Numarası: 101079203) kapsamında yapılmıştır. Burada ifade edilen görüş ve fikirler sadece yazar(lar)a aittir ve Avrupa Birliği'nin veya Avrupa Araştırma Yürütme Ajansı'nın görüş ve fikirlerini yansıtmaz. Bunlardan Avrupa Birliği ve Avrupa Araştırma Yürütme Ajansı sorumlu tutulamaz.

Bu çalışma 11-13 Eylül 2023 tarihinde *International Conference On Economics, Finance and Business*'da sunularak özeti yayınlanan bildiriden türetilmiştir.

Turizm Sektöründeki Yenilikçi Faaliyetlerin Finansal Performans Üzerindeki Etkisi: BİST Uygulaması

Öz

Turizm sektörü, sürekli değişen koşullar ve artan rekabet nedeniyle yenilikçi çözümler benimsemeyi zorunlu kılan dinamik bir yapıya sahiptir. Bu amaçla turizm işletmeleri farklı inovasyon stratejileri geliştirerek pazardaki konumlarını güçlendirmekte ve özellikle ekonomik sürdürülebilirliklerini sağlamaktadırlar. İnovatif çözümler başlangıçta birer maliyet unsuru olarak görülseler de işletmelerin müşteri sayılarının artmasını sağlayarak finansal performanslarını etkilemektedirler. Bu çalışmanın temel amacı da Türkiye’de turizm işletmelerinde gerçekleştirilen inovasyonların işletmelerin finansal performansı üzerindeki etkisini ölçmektir. Bu doğrultuda çalışmada öncelikle 2016-2023 yılları arasında BİST’te işlem gören 11 turizm işletmesinin faaliyet raporları incelenmiş olup işletmelerin inovasyon faaliyetleri türlerine göre sınıflandırılarak puanlandırılmıştır. Bu sınıflandırma sonrasında inovasyon faaliyetlerinin işletmelerin finansal performansı üzerindeki etkilerini ölçmek amacıyla panel veri analizi uygulanmıştır. Modelde, literatürde ve uygulamada en yaygın kullanılan finansal performans göstergeleri olan ROA ve ROE göstergelerinden yararlanılmıştır. Bulgular, süreç inovasyonunun işletmelerin finansal performansı üzerinde anlamlı bir etki yarattığını, ürün, organizasyonel ve pazarlama inovasyonlarının ise istatistiksel olarak anlamlı bir etkisinin bulunmadığını ortaya koymaktadır. Süreç inovasyonunun ROA ve ROE’yi pozitif yönde etkilediği, özellikle COVID-19 pandemisi sonrası dönemde turizm işletmelerinin dijitalleşmeye ve süreç yeniliklerine yöneldiği gözlemlenmiştir. Ayrıca, işletmelerin kaldıraç oranındaki artışın finansal performans üzerinde olumsuz bir etkiye sahip olduğu tespit edilmiştir. Bu sonuçlar, turizm sektöründe sürdürülebilir büyüme ve rekabet avantajı elde etmek için süreç inovasyonlarının önemini vurgularken, diğer inovasyon türlerinin finansal performans üzerindeki etkisinin sınırlı kaldığını göstermektedir.

Anahtar Kelimeler: Turizm Sektörü, İnovasyon, İnovasyon Türleri, Finansal Performans

The Impact of Innovative Activities on the Financial Performance of Tourism Sector: A BIST Application

Abstract

The tourism sector is characterized by a dynamic structure that necessitates the adoption of innovative solutions due to constantly changing conditions and increasing competition. For this purpose, tourism enterprises strengthen their market position and ensure their economic sustainability by developing various innovation strategies. Although innovative solutions are initially viewed as cost factors, they ultimately enhance the financial performance of enterprises by increasing the number of customers. The primary aim of this study is to measure the impact of innovations implemented in tourism enterprises in Turkey on their financial performance. Accordingly, the study first examines the annual reports of 11 tourism companies listed on BIST between 2016 and 2023. The innovation activities of these companies were classified and scored according to their types. Subsequently, panel data analysis was conducted to assess the impact of innovation activities on the financial performance of the enterprises. In the model, the financial performance indicators most widely used in the literature and practice, ROA and ROE, were employed. The findings indicate that process innovation has a significant effect on the financial performance of enterprises, whereas product, organizational, and marketing innovations do not have a statistically significant impact. Process innovation positively affects ROA and ROE, with tourism enterprises notably focusing on digitalization and process innovations in the post-COVID-19 period. Additionally, an increase in leverage ratio was found to have a negative impact on financial performance. These results emphasize the importance of process innovations in achieving sustainable growth and competitive advantage in the tourism sector, while suggesting that the impact of other types of innovations on financial performance remains limited.

Keywords: Tourism Sector, Innovation, Innovation Types, Financial Performance

1. Giriş

Pek çok sektöre doğrudan ya da dolaylı olarak katkı sağlayan turizm sektörü, birçok ülkenin ekonomilerinde lokomotif sektör olarak görülmektedir. Turizm sektörü, dünya genelinde en hızlı gelişen sektörlerden biri olmasına rağmen, bir o kadar da hassas dengelere sahiptir. Bunun nedeni, sektörün hem ulusal hem de uluslararası düzeydeki siyasi, ekonomik ve sosyo-kültürel gelişmelerden kolayca ve hızla etkilenebilmesidir. Ayrıca, sürekli değişen koşullar ve müşteri beklentileri, sektördeki işletmeleri proaktif olmaya yönlendirmektedir. Bu nedenle, özellikle aynı coğrafi konum içinde gerçekleşen yoğun rekabet ortamında fark yaratarak bu rekabeti aşmak ve pazar payını arttırmak için inovasyon bu sektörde önemli bir araçtır (Breirer vd., 2021). İnovasyon, araştırma ve geliştirme (Ar-Ge) faaliyetleri aracılığıyla teknoloji desteği ve yaratıcılığı kullanarak yeni fikirler üretme sürecidir; bu süreç yeni ürünler, hizmetler veya süreçler yaratmayı amaçlar (Lumpkin & Dess, 2001; Thornhill, 2006). İşletme içinde yaratıcı stratejilerin başarılı bir şekilde uygulanması şeklinde ortaya çıkan inovasyon, işletmelerin rekabet avantajı elde ederek pazarda lider konuma gelebilmesini sağlarken (Helfat & Peteraf 2003; Fagerberg & Mowery, 2006) sürdürülebilir bir şekilde finansal performanslarını da arttırmaktadır. Birçok çalışma, inovasyon ile finansal performans arasında güçlü bir pozitif korelasyon olduğunu ortaya koymuştur (Kao, 1989; Johne & Davies, 2000; Otero-Neira vd., 2009; Ettlie & Reza, 2017). İnovasyon, daha çok etkin müşteri ilişkileri yönetimi ile rekabet avantajı sağlama yoluyla finansal performansı olumlu etkilemektedir. Ar-Ge faaliyetlerine sürekli olarak yatırım yapan ve yenilikçi ürünler veya hizmetler sunan işletmeler genellikle daha yüksek gelir artışı ve kârlılık deneyimlemektedirler (Bhattacharyya & Rahman, 2019). İnovasyon sadece teknolojik yeniliklerle karıştırılmamalıdır. Pek çok farklı türde inovasyon gerçekleştirilebilmektedir. Bu inovasyon türleri, organizasyonların ve bireylerin yeni fikirler, süreçler veya ürünler ortaya koyma yaklaşımlarını ve yönlerini temsil etmektedir. Literatürde en yaygın olarak kullanılan inovasyon türleri şunlardır (OECD, 2005, s. 46):

- Ürün inovasyonu, yeni bir ürün ya da hizmet geliştirmek ya da mevcut olanları değiştirmek olarak tanımlanabilmektedir. Ürün/hizmet inovasyonu, yeni pazar ve sektörlerle büyüme fırsatı sağlayan önemli bir başarı etkenidir ve işletmelerin olağanüstü kâr elde etme fırsatlarını keşfetmelerine ve kârlılığa giden bir yol bulmalarına yardımcı olmaktadır.
- Süreç inovasyonu, verimliliği artırmayı, maliyetleri düşürmeyi ve operasyonları kolaylaştırmayı amaçlar. Bu tür inovasyon, genellikle üretkenlikte önemli ilerlemelerin arkasındaki itici güçtür. Örneğin, taleplerin çözüm sürecini ve poliçe düzenlemelerini hızlandırmak amacıyla yeni veya iyileştirilmiş yazılımların uygulanması süreç inovasyonu olarak değerlendirilebilir (Hu vd., 2020, s. 6).
- Pazarlama inovasyonu, pazarlama stratejilerinde, ürün tasarımında, tanıtım faaliyetlerinde, fiyatlandırmada ve ürün konumlandırmasında değişiklikler yapma sürecidir. Pazarlama inovasyonunun temel amacı, tüketici ihtiyaçlarını daha iyi karşılamak, yeni pazarlara girmek veya şirket gelirini artırmak amacıyla şirketin ürününü piyasaya sunmaktır.
- Organizasyonel inovasyon, işletmelerin iş uygulamalarında, işyeri organizasyonunda ya da dış ilişkilerinde yeni bir organizasyonel yöntemin uygulanmasıdır. Organizasyonel inovasyon, süreç ve ürün yeniliğini teşvik ederek daha iyi iş sonuçları elde ederek işletmenin finansal performansını olumlu yönde etkilemek amacıyla gerçekleştirilmektedir (Schmidt & Rammer; 2007).

Turizm sektöründe inovasyon ise imalat ya da teknoloji sektörlerindeki inovasyonlardan daha farklıdır. Örneğin, imalat sektöründe inovasyon başarısı için Ar-Ge harcamaları önemliyken, hizmet sektörü firmalarının teknoloji kullanımı ve yeni ürün geliştirme sürecine katılımları

sınırlıdır. Dolayısıyla Ar-Ge harcamaları genellikle daha düşük kalmaktadır. Bu açıdan turizm sektörü, süreç ya da pazarlama alanlarında inovasyona daha fazla odaklanma eğilimindedir. Bu doğrultuda çalışmada öncelikle inovasyonun turizm sektöründeki önemine ilişkin literatür araştırılmıştır. Uluslararası literatür incelendiğinde özellikle inovasyonun turizm işletmelerinin finansal performansına etkisini ölçen çok sınırlı sayıda çalışmaya rastlanmakla birlikte (Sandvik vd., 2014; Owino, 2018) ulusal literatürde benzer bir çalışma tespit edilememiştir. Ayrıca yapılan çalışmalarda veriler görüşme yöntemiyle toplanmış olup performans verileri bir periyodu kapsamadığından panel veri analizinin uygulanması da bu çalışmanın literatürden farkını oluşturmaktadır. Literatürdeki bu boşluğu kapamak amacıyla hazırlanan bu çalışmada da Türkiye'de turizm sektöründe faaliyet gösteren işletmelerin inovasyon stratejileri inovasyon türlerine göre değerlendirilerek yapılan inovasyonların işletmelerin finansal performansı üzerinde bir etkisi ölçülmektedir.

2. Literatür Araştırması

Literatürde inovasyonun finansal performansa etkisini araştıran çalışmaların çoğu, imalat veya teknoloji sektörlerine odaklanmışlardır (Chung, 2001; Sandvik, 2003; Hult vd., 2004; Rhee vd., 2010). Bunun nedeni, bu sektörlerde inovasyonun kendisini maddi ve gayri maddi duran varlık yatırımları yoluyla göstermesi ve bu yatırımların finansal tablolardan tespit edilebilmesidir. Ancak turizm sektörü de dahil olmak üzere diğer hizmet sektörlerinde, organizasyonel ya da pazarlama inovasyonları daha yaygın olarak uygulanmaktadır. Bu tür inovasyonlar, maddi duran varlık yatırımı olarak görünmediği için finansal tablolardan doğrudan tespit edilmesi daha zordur. Molina-Castillo vd. (2023) de çalışmalarında otel işletmelerinin inovasyon faaliyetlerinde sanayi sektöründen ve diğer hizmet sağlayıcılardan farklı bir inovatif davranış sergilediğini tespit etmişlerdir. Çalışmanın bulgularına göre özellikle, otel işletmeleri, inovasyon gelirinde daha yüksek bir yüzde elde etmelerine rağmen daha düşük bir inovasyon

çabası ve inovasyon sonucu göstermektedirler. Bununla birlikte literatürde kısıtlı da olsa bazı çalışmalar turizm sektöründe inovasyonun kârlılık üzerindeki etkisini ölçmeye çalışmıştır. Ancak bu çalışmalar da inovasyonu ve kârlılığı üst yönetimle yaptıkları anketler aracılığı ile “düşük/yüksek” şeklinde belirlemişlerdir. Grisseman vd. (2013) çalışmalarında, müşteri odaklılık ve inovasyonun otellerin performansı üzerindeki etkisini görüşme yöntemiyle araştırmışlardır. Çalışmada yapısal eşitlik modellemesi kullanılarak müşteri odaklılığın finansal başarı, müşteri sadakati ve itibar üzerinde doğrudan etkisi olduğu, ayrıca inovatif davranışın finansal performans ve müşteri bağlılığını artırmada önemli bir rol oynadığı ortaya konmuştur. Yüksek yıldızlı otellerde müşteri odaklılık ile finansal performans arasındaki ilişki daha güçlüdür. Bu bulgular, otellerde müşteri memnuniyetine ve inovatif çözümler geliştirmeye odaklanmanın performansı artırmada kritik olduğunu vurgulamaktadır. Benzer şekilde Martínez-Román vd. (2015) de İspanya'nın Endülüs bölgesindeki turizm işletmelerinin inovasyon düzeylerini ve inovatif çıktılarının kârlılıklarına olan etkisini görüşme yöntemiyle inceledikleri çalışmalarında, regresyon analizi uygulayarak inovatif çıktılar ile kârlılık arasında pozitif bir ilişki olduğunu belirlemişlerdir. Çalışmanın bulgularına göre inovasyon, özellikle ürün ve süreç inovasyonlarında, turizm işletmelerinin kârlılığını artırmakta ve bu sektörün ekonomik sürdürülebilirliği için kritik rol oynamaktadır. Sandvik vd. (2014) otel sektöründe inovasyon ile kârlılık arasındaki ilişkiyi incelediği araştırmalarında inovasyon ile ROA ve ROS arasındaki ilişkinin pozitif olduğunu ve bu ilişkinin tamamen aracılar üzerinden gerçekleştiğini ortaya koymuşlardır. İnovasyon doğrudan değil, rekabet avantajı, satış büyümesi ve kapasite kullanımı aracılığıyla kârlılığı artırmaktadır. Bu bulgular, otel yönetiminde inovatif faaliyetlerin müşteri açısından görünürlüğünün sağlanmasının ve inovasyonların rekabet avantajı yaratacak şekilde konumlandırılmasının önemini vurgulamaktadır. Owino'nun (2018) araştırmasının amacıysa, Nairobi bölgesindeki otel ve restoranlarda ürün ve süreç inovasyonlarının finansal performans üzerindeki etkisini incelemektir. Çalışmada finansal

performans ölçütü olarak ROA kullanılmıştır. Araştırmada yapılan regresyon analizi bulgularına göre, ürün ve süreç inovasyonlarının finansal performans üzerinde pozitif etkisi bulunmaktadır. Özellikle, işletme varlıkları ve işletme yaşı finansal performansla olumlu ilişkilidir. Ancak, işletme boyutu ve ürün çeşitlendirme değişkenlerinin anlamlı bir etkisi olmadığı görülmüştür.

Turizm sektöründe inovasyona ilişkin olarak literatürde yer alan çalışmalar daha çok inovasyonun işletmenin performansı üzerindeki etkisini ölçmeye odaklanmıştır. Bu çalışmalar Hu vd. (2020) farklı inovasyon türlerinin Gana'daki yıldız kategorisindeki otellerin işletme performansı üzerindeki etkisini çoklu regresyon modeli oluşturarak inceledikleri araştırmalarında süreç, ürün, pazarlama ve organizasyonel inovasyon türlerinin tümünün otellerin performansı üzerinde pozitif ve istatistiksel olarak anlamlı bir etkiye sahip olduğu bulunmuştur. Çalışmada bu inovasyon türlerinin geliştirilmesinin işletmelerin rekabet gücünü, pazar payını ve genel kârlılıklarını arttırarak sürdürülebilir büyüme potansiyelini ortaya çıkardığı tespit edilmiştir. Klomp ve Leeuwen (2001), inovasyon girdileri, çıktı aşamaları ve inovasyon sürecinin işletme performansına etkilerini analiz etmişlerdir. Çalışmada, Ar-Ge harcamaları inovasyon girdisi ve yeni ürünler inovasyon çıktısı olarak belirlenmiş ve inovasyonun ekonomik performansa etkisi değerlendirilmiştir. Oluşturulan çok değişkenli modeller ile inovasyonun ekonomik büyümeye katkı sağladığı ancak inovasyon girdileri ve çıktılarının işletmenin performansını pozitif olarak doğrudan etkilediği belirlenmiş ve inovasyonun sürdürülebilir büyüme için bir katalizör işlevi gördüğü ortaya konmuştur. Mattsson ve Orfila-Sintes (2009), Balear Adaları'ndaki otellerin inovasyon uygulamalarının iş performansı üzerindeki etkisini incelemişlerdir. Çalışma, “Tam İnovasyon” ve “Hizmet ve Arka Plan İnovasyonu” kombinasyonlarının otel performansını olumlu etkilediğini ortaya koymaktadır. Tam inovasyon uygulayan oteller doluluk oranlarında bir artış gösterirken, yalnızca hizmet ve arka plan inovasyonuyla uğraşan otellerde daha yüksek bir artış

gözlemlenmiştir. Sonuç olarak, otel yöneticilerinin inovasyon kombinasyonlarını dikkatle seçmeleri önerilmektedir, çünkü bazı kombinasyonlar sinerji yaratarak performansı daha yüksek düzeyde iyileştirebilir. Benzer şekilde Rosli ve Sidek (2013) de çalışmalarında, Malezya'daki KOBİ'lerde inovasyonun işletme performansı üzerindeki etkisini incelemeyi amaçlamışlardır. Araştırmalarında ürün yeniliği ve süreç yeniliğinin işletme performansı üzerinde anlamlı bir etkisi olduğunu, ancak pazar yeniliğinin performansı üzerinde belirgin bir etkiye sahip olmadığını ortaya koymuşlardır. Ürün yeniliğinin etkisinin süreç yeniliğinden daha güçlü olduğu gözlemlenmiştir. Bu bulgular, inovasyonun KOBİ'ler için rekabet avantajı sağladığını ve performans iyileştirmede kritik bir rol oynadığını vurgulamaktadır. Tugores ve Valle (2016) ise araştırmaları sonucunda otellerin inovatif uygulamalara yatırım yapmasının doluluk oranlarını artırarak, bölgedeki diğer sektörlerde de üretim, katma değer ve istihdam artışına katkı sağladığını tespit etmişlerdir. Çalışmanın bulguları, turizm politikalarının inovasyonu teşvik etmesinin bölgesel ekonomik gelişimi destekleyeceğini ortaya koymaktadır. Literatürde yer alan çalışmaların bir bölümü de turizm sektöründe inovasyona etki eden faktörleri incelemişlerdir. Chen ve Ling (2024), dijital ekonomi çağında kaynak paylaşımının turizm sektöründeki inovasyonlar üzerindeki etkisini incelemeyi amaçladıkları araştırmalarında, kaynak paylaşımının turizm sektöründeki inovasyonları anlamlı bir şekilde artırdığını ve bu etkinin bölgesel farklılıklar gösterdiğini ortaya koymuşlardır. Montañés-Del-Río ve Medina-Garrido (2020) çalışmalarında, turizm sektöründeki girişimcilerin inovasyon yapma eğilimini etkileyen faktörleri incelemeyi amaçlamaktadır. Çalışmada, turizm sektöründe kadın girişimcilerin inovasyon yapma eğiliminin erkeklerden yüksek olduğu bulunmuştur. Yaş, eğitim seviyesi ve önceki iş deneyimleri gibi faktörler inovasyon yapma eğilimini artırıcı etkiler göstermektedir. Ayrıca, sosyal statü beklentisi gibi algısal unsurların inovasyon yapma eğilimi üzerinde olumsuz bir etki yarattığı belirlenmiştir. Lim vd. (2024) inovasyonun farklı türleri ve moderatör rollerini inceledikleri çalışmalarında örgüt düzeyinde inovasyonun proaktif stratejik

yaklaşımlar, bilgi yönetimi, insan kaynakları uygulamaları ve destekleyici bir örgütsel kültür ile güçlü bir ilişki içinde olduğunu tespit etmişlerdir. Santarsiero vd. (2024) çalışmalarında, turizm sektöründe dijital dönüşüm ve iş modeli inovasyonunu desteklemek amacıyla inovasyon laboratuvarlarının nasıl kullanılabileceğini incelemişlerdir. Çalışma, inovasyon laboratuvarlarının turizm organizasyonlarının dijital inovasyon kapasitesini artırmada önemli katkılarda bulunduğunu ve dijital dönüşüm süreçlerini desteklediğini ortaya koymaktadır. Shan vd. (2024) çalışmalarında CEO'ların akademik eğitimlerinin ve zengin iş tecrübelerinin kurumsal inovasyonu teşvik ettiğini belirlemişlerdir. Ayrıca, CEO'nun yıllık raporlarının da eğitim ve inovasyon arasındaki ilişkide aracılık rolü oynadığı görülmüştür. Cardoso vd. (2024), turizm sektöründe açık inovasyon uygulamalarını daha iyi anlamak amacıyla sistematik bir literatür taraması yaparak bu alandaki ana boyutları ortaya koymayı hedefledikleri çalışmalarında açık inovasyonun turizmde rekabetçiliği artırma ve sektörel inovasyonları desteklemede kritik bir rol oynadığını ortaya koymuşlardır. Dijital teknolojiler, turizmde iş birliği ve birlikte yaratma süreçlerini kolaylaştırırken inovasyon kültürü de geleceğe yönelik inovatif uygulamaların entegrasyonunu sağlamaktadır. Bianchi (2024) çalışmasında COVID-19'un bir Latin Amerika ülkesindeki turizm ve konaklama KOBİ'leri üzerindeki etkisini inceleyerek, krizle başa çıkmak için geliştirilen hizmet inovasyon stratejilerini belirlemeyi amaçladığı çalışmasında KOBİ'lerin, mevcut hizmetlerini uyarlamak, yeni müşteri segmentlerine yönelmek ve iş modellerini değiştirmek gibi çeşitli stratejiler geliştirmesi gerektiğini kriz koşullarında inovasyon yaparak hayatta kalabileceklerini vurgulamıştır. Yong Yang ve Yiyang Yue'nin (2024) çalışmaları da dijital ekonominin turizm inovasyonu üzerinde istikrarlı ve anlamlı bir etkisi olduğunu göstermektedir. Dijital ekonomi sayesinde turizm sektörü daha verimli ve müşteri odaklı bir hale gelirken, turistlerin dijital araçlar aracılığıyla bilgiye erişimleri kolaylaşmıştır. Sonuçlar, özellikle altyapı ve ulaşım yatırımlarının turizm

inovasyonunu olumlu etkilediğini, ancak dijital ekonominin gelişiminin bu etkileri dengeleyebileceğini göstermektedir.

Turizm sektörüne ilişkin olarak son yıllarda yapılmış olan çalışmaların bir bölümü de özellikle teknolojik inovasyonların sürdürülebilirlik üzerindeki etkisini ölçmeye yöneliktir. Guan vd. (2022) çalışmalarında, G-10 ülkelerinde turizm endüstrisi, küreselleşme ve teknoloji inovasyonunun ekolojik ayak izi üzerindeki etkilerini inceledikleri çalışmalarında turizm ve küreselleşmenin G-10 ülkelerinin ekolojik ayak izini artırdığını, ancak teknoloji inovasyonunun çevresel bozulmayı azalttığını ortaya koymuşlardır. Çalışma, çevresel sürdürülebilirlik için yenilenebilir enerji kaynaklarının kullanımını teşvik etme ve turizmde ekolojik ayak izini azaltmak adına inovatif çözümler geliştirme önerilerinde bulunmaktadır. Chau vd. (2023) çalışmalarında uluslararası turizm gelirleri, turist sayıları, GSYİH, ulusal gelir ve enflasyon gibi faktörlerin çevresel bozulmaya pozitif katkı sağladığını; buna karşın, sürdürülebilirlik odaklı eko-inovasyonun çevresel bozulmayı azalttığını ortaya koymuşlardır. Bulgular, turizm ve ekonomik büyüme sürecinde emisyonların yönetilmesinin ve sürdürülebilir eko-inovasyonun teşvik edilmesinin çevresel kalitenin korunmasında önemli bir rol oynadığını göstermektedir. Hussein vd. (2024) çalışmalarında turizm ve konaklama sektörlerinde dijital liderliğin, sürdürülebilir rekabet avantajı, yeşil özümseme kapasitesi ve eko-inovasyon üzerinde pozitif etkisi olduğunu bulmuşlardır. Çalışma, dinamik yetenekler teorisine katkı sağlayarak turizm ve konaklama yöneticilerine dijital stratejileri ve çevresel sürdürülebilirlik girişimlerini entegre ederek pazarda rekabetçi kalmaları için değerli bilgiler sunmaktadır. Avcı vd. (2024) yaptıkları araştırma sonucunda turizm ve yeşil teknolojik inovasyonun CO₂ emisyonlarını azaltarak çevresel kaliteyi iyileştirdiğini ortaya koymuşlardır. Buna karşın, ekonomik büyüme ve finansal gelişim çevresel kalitenin bozulmasına yol açmaktadır. Çalışmada yenilenebilir enerji tüketiminin çevresel sürdürülebilirliğe katkıda bulunduğu ve CO₂ emisyonlarını azalttığı da belirlenmiştir.

3. Araştırma Yöntemi

Bu çalışmanın temel amacı, Türkiye'de turizm sektöründe faaliyet gösteren işletmelerin inovasyon stratejilerini inovasyon türlerine göre değerlendirmek ve bu faaliyetlerin işletmelerin finansal performansı üzerinde bir etkisi olup olmadığını ölçmektir. Finansal performans, işletmenin rekabet avantajı sağlayacak şekilde kaynakları elde etme ve yönetme yeteneğidir. Bir işletmenin finansal performansını ölçmede birçok gösterge kullanılmaktadır. Ancak, literatürde genellikle kârlılığa odaklanılmakta olup, Varlık Getirisi (ROA), Özsermaye Getirisi (ROE) ve Satış Getirisi (ROS) gibi göstergeler yaygın olarak kullanılmaktadır (Huang & Lui, 2005; Wang vd., 2012; Chen vd., 2019; Alam vd., 2020).

Bu çalışma, özellikle 4 tür inovasyonu incelemiştir: Ürün inovasyonu, organizasyonel inovasyon, pazarlama inovasyonu ve süreç inovasyonu. 31.1.2023 tarihi itibarı ile Borsa İstanbul BIST Pay Endeksinde Oteller ve Lokantalar sektöründe toplam 14 işletme bulunmaktadır. Bu işletmelerden 11 tanesi 2016-2023 yılları arasında BIST'te yer almıştır. Bu çalışmada turizm sektöründe yer alan işletmelerin 2016-2023 yılları arasındaki faaliyet raporları incelenmiş ve inovasyon stratejileri içerik analizi yapılarak değerlendirilmiştir. Faaliyet raporlarında inovasyon varlığını tespit etmek için nicel ve nitel göstergeler birlikte kullanılmıştır. Öncelikle nitel olarak faaliyet raporlarında literatürde yer alan çalışmalara da paralel olarak “inovasyon, inovatif, yeni, yenilik, Ar-Ge, yatırım, teknoloji, dijitalleşme, dijital dönüşüm, patent, fikri mülkiyet” kavramları aratılmıştır. Nicel olarak ise finansal tablolarda yer alan Ar-Ge giderlerindeki artış belirlenmiştir (Griliches, 1990; Rennings, 2000; Hall & Lerner, 2010; Vial, 2019). İşletmenin inovasyona yönelik faaliyeti olup olmadığı belirlendikten sonra bu faaliyetin gerçekleştiği alana göre inovasyon türü OECD (2005) sınıflandırmasına uygun olarak kategorize edilmiştir. İnovasyon faaliyetlerinin analizde kullanılabilmesi içinse kukla değişkenler dört inovasyon türüne göre 1: vardır, 0: yoktur şeklinde belirlenmiştir.

Yürütülen inovasyon faaliyetleri inovasyon türlerine göre sınıflandırılmış ve puanlanmıştır. İşletmelerin finansal performanslarının hesaplanmasında kullanılan 2016-2023 verileri işletmelerin yıl sonu finansal tablolarından alınmıştır. İnovasyonun işletmelerin finansal performansı üzerindeki etkisi 88 veri kullanılarak (8 yıl x 11 işletme) dengeli panel veri analizi yöntemiyle ölçülmüştür. Panel veri analizinin yapılmasında STATA 18.0 programı kullanılmıştır.

Bu çalışmada, finansal performansın göstergesi olarak literatürde ve uygulamada en sık kullanılan göstergeler olan ROA ve ROE kullanılmıştır. Araştırmanın modelleri şu şekildedir:

$$\text{Model 1} \rightarrow ROA_{i,t} = b_0 + b_1Prd_{i,t} + b_2Pro_{i,t} + b_3Mar_{i,t} + b_4Org_{i,t} + b_5TA_{i,t} + b_6LEV_{i,t} + e_t$$

$$\text{Model 2} \rightarrow ROE_{i,t} = b_0 + b_1Prd_{i,t} + b_2Pro_{i,t} + b_3Mar_{i,t} + b_4Org_{i,t} + b_5TA_{i,t} + b_6LEV_{i,t} + e_t$$

Modellerdeki bağımlı değişkenler:

ROA = Aktif Karlılığı

ROE = Özkaynak Karlılığı

Bağımsız değişkenler:

- Prd = Ürün İnovasyonu (kukla değişken: Yıl t’de firma ürün inovasyonuna sahipse 1, değilse 0)
- Pro = Süreç İnovasyonu (kukla değişken: Yıl t’de firma süreç inovasyonuna sahipse 1, değilse 0)
- Mar = Pazarlama İnovasyonu (kukla değişken: Yıl t’de firma pazarlama inovasyonuna sahipse 1, değilse 0)
- Org = Organizasyonel İnovasyon (kukla değişken: Yıl t’de firma organizasyonel inovasyona sahipse 1, değilse 0)

Kontrol değişkenleri:

- TA = Toplam varlıkların logaritması
- LEV = Kaldıraç

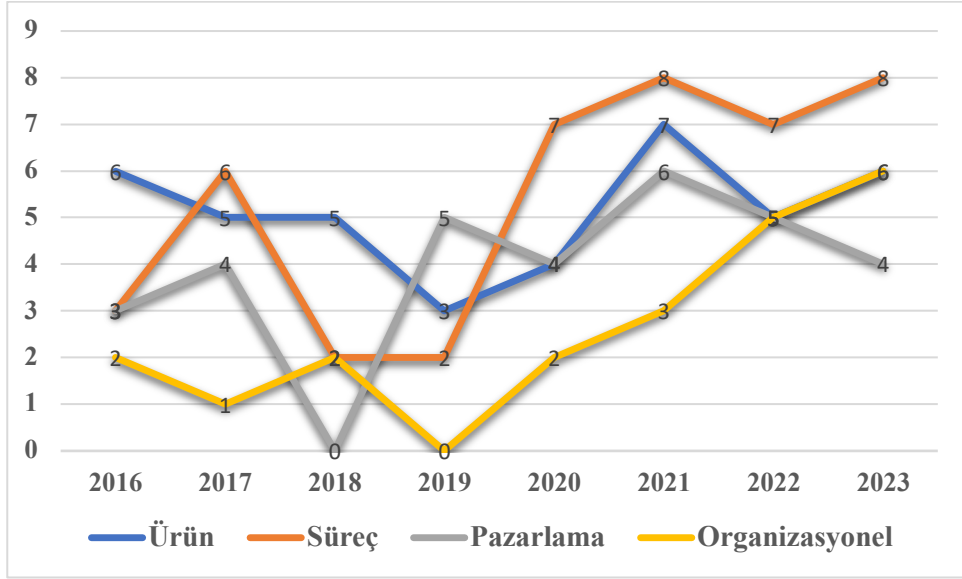
TA’nın ve LEV’in ROA ve ROE üzerindeki potansiyel etkileri göz önünde bulundurularak, bu değişkenler kontrol değişkeni olarak modele dahil edilmiştir.

4. Araştırmanın Bulguları

Çalışmada öncelikle BIST'te yer alan turizm işletmelerinin inovasyon faaliyetleri incelenmiş ve işletmelere gerçekleştirdikleri inovasyon türlerine göre skorlar verilmiştir. Bu skorlara göre sektörün inovasyon faaliyetlerinin yıllara göre değişimi aşağıdaki grafite görüldüğü gibidir.

Grafik 1

Turizm İşletmelerinin İnovasyon Faaliyetlerinin Sınıflandırılması



Grafik 1'i incelendiğinde, özellikle süreç ve ürün inovasyonlarının sektörde daha yaygın olarak kullanıldığı görülmektedir. Ayrıca, 2019 itibarıyla süreç ve pazarlama inovasyonlarında artan bir eğilim olduğu söylenebilmektedir. Bu çalışmada, incelenen yıllar için BIST turizm sektöründeki işletmelerin finansal performans göstergelerindeki değişimler de trend analizi yoluyla incelenmiştir. Trend analizinde 2016 yılı baz yıl olarak kabul edilmiştir. İşletmelerin finansal performans göstergeleri için yıllar itibarıyla trend analizi sonuçları Tablo 1'de görüldüğü gibidir.

Tablo 1*Finansal Performans Göstergelerinin 2016-2023 Yılları Trend Analizi*

		AYCES	AVTUR	KSTUR	MAALT	MARTI	MERIT	PKENT	TEKTU	ULAS	ETILR	DOCO
ROA	2016	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
	2017	56,64	-101,47	333,37	238,24	12,18	122,03	-21,85	84,35	-994,09	-77,55	107,02
	2018	-5,71	-27,83	698,4	585,51	76,96	95,27	-94,57	-154,94	-74,85	-160,73	115,36
	2019	-21,83	78,72	666	692,86	72,26	83,51	-90,9	-123,09	76,74	-9,19	-26,35
	2020	83,55	26,19	73,94	631,89	-45,88	28,52	8,17	-150,91	-370,72	116,41	-74,22
	2021	-54,75	250,17	617,01	1311,38	-3,14	2,39	-117,04	-169,86	-778,34	130,35	29,46
	2022	-11,04	433,74	1089,3	944,76	-12,61	7,3	-114,33	496,18	-891,45	117,17	65,29
ROE	2016	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
	2017	59,34	-105,5	338,16	270,58	14,24	126,64	-18,9	98	-1132,26	-78,75	101,66
	2018	-5,96	-27,19	786,18	1099,82	192,82	101,86	-57,12	-139,69	-78,17	-753,56	108,53
	2019	-21,81	72,92	679,29	1141,55	301,22	84,51	-35,08	-115,52	74,42	-39,36	-57,31
	2020	84,94	24,06	73,65	932,28	-100,21	27,97	3,24	-155,24	-336,65	67,44	-164,29
	2021	-52,22	228	613,78	1732,31	-1,94	2,29	-37,37	-188,72	-825,22	82,4	77,5
	2022	-10,23	393,24	1307,28	1286,23	-4,33	7,02	-36,25	459,23	-875,25	142,84	136,86

Tablo 1’de görüldüğü üzere analiz sonuçlarına göre işletmelerin çoğu ROA ve ROE göstergelerinde dalgalı trendler sergilemişlerdir. Ancak, pandemi dönemi boyunca (2020’de) firmaların çoğunun işletmelerin performansı düşerken, 2021 yılında finansal performanslarının iyileşmeye başladığı görülmektedir. Bu gösterge, pandemiden en çok etkilenen sektörlerden biri olan turizm sektörü için beklenen bir durumdur.

Tablo 2’de bağımsız değişkenler arasındaki korelasyonu değerlendirmek için yapılan Pearson korelasyon testi sonuçları yer almaktadır. Korelasyon katsayısının .70’in altında olması değişkenler arasında yüksek bir korelasyonun olmadığını göstermektedir (Evans, 1996). Tablo 2’de görüldüğü gibi değişkenler arasındaki tüm korelasyon katsayıları .70 değerinin altındadır, dolayısıyla değişkenler arasında yüksek bir korelasyon bulunmamaktadır.

Tablo 2*Bağımsız Değişkenler Arasındaki Korelasyon*

Variables	n	M	SD	TA	LEV	Prd	Pro	Mar	Org
TA	88	9.062	.266	1.000					
LEV	88	0.291	.095	.263 (.013)	1.000				
Prd	88	5.125	.453	.464 (.000)	.504 (.000)	1.000			
Pro	88	5.375	1.141	-.078 (.468)	.058 (.589)	.110 (.308)	1.000		
Mar	88	3.875	.594	.190 (.077)	.046 (.673)	.292 (.006)	.389 (.000)	1.000	
Org	88	2.625	.766	.273 (.010)	.265 (.013)	.377 (.000)	.220 (.040)	.289 (.006)	1.000

Panel veri analizi sonuçlarının geçerli ve güvenilir olabilmesi için bağımlı ve bağımsız değişkenlerin durağan olması gerekmektedir. Bu doğrultuda, modellere dahil edilecek değişkenlerin durağanlık özelliklerini belirlemek amacıyla Levin-Lin-Chu (LLC) ve Im-Pesaran-Shin (IPS) birim kök testleri uygulanmıştır. LLC testinin alternatif hipotezi (H1) tüm serilerin durağan olduğu iken, IPS testinin alternatif hipotezi (H1) en az bir serinin durağan olduğu varsayımına dayanır. Tablo 3'te görüldüğü gibi, ROA ve LEV değişkenleri, LLC testine göre düzeyde durağanlık gösterirken ($p < .05$), IPS testine göre birinci fark alındığında durağan hale gelmektedir ($p < .05$). Panel analiz sonuçlarının geçerliliğini arttırmak amacıyla modellere ROA ve LEV değişkenlerinin birinci farkları dahil edilmiştir. ROE değişkeni hem LLC hem de IPS testlerine göre düzeyde durağanlık göstermektedir ($p < .05$), bu değişkenin panel veri analizine düzey haliyle dahil edilmesinde bir sakınca bulunmamaktadır. TA değişkeni ise her iki test sonucuna göre ikinci fark alındığında durağanlık göstermektedir ($p < .05$). Bu nedenle modellere TA değişkeninin ikinci farkı dahil edilmiştir.

Tablo 3*Panel Birim Kök Testleri*

	LLC			IPS		
	Düzy	Birinci Fark	İkinci Fark	Düzy	Birinci Fark	İkinci Fark
ROA	-5.2889 .0000***	-4.7468 .0000***	-7.0907 .0000***	-1.5843 .0566	-2.2582 .0120**	-2.2445 .0124**
ROE	-4.5015 .0000***	-1.2943 .0000***	-5.3840 .0000***	-1.9117 .0280**	-2.5793 .0049***	-2.4741 .0067***
TA	6.9185 1.000	-.4491 .3267	-17.00 .0000***	1.0703 1.000	1.8159 .9653	-1.4743 .0402*
LEV	-5.7391 .0000***	-27.4780 .0000***	-6.9392 .0000***	-.1924 .4237	-1.9990 .0228**	-2.4250 .0077***

* p<.10, ** p<.05, *** p<.01

Araştırmada kullanılacak panel veri modelinin belirlenebilmesi için, Model 1 ve Model 2 hem sabit etkiler modeli ve hem de rassal etkiler modellerine göre tahmin edilmiştir ve hangi modelin daha uygun olduğunu belirlemek için Hausman testi uygulanmıştır. Rassal etkiler modelinin, sabit etkiler modellerinin ve Hausman testinin sonuçları Tablo 4’te görülmektedir. Hausman testinin sıfır hipotezi (H0) modelin hata terimleri ile bağımsız değişkenler arasında ilişki olmadığını şeklindedir. Bu durumda rassal etkiler hipotezinin uygulanması gerekmektedir. Tablo 4’te de görülebileceği gibi, Hausman testi sonuçlarına göre Model 1 için rassal etkiler modelini ($\chi^2=5.73$, $p=.4541$), Model 2 için sabit etkiler modelini ($\chi^2=42.91$, $p=.0000$) uygulamak uygundur.

Tablo 4*Model 1 ve Model 2 İçin Uygun Tahminci Seçimi*

	Model 1		Model 2	
	SE	RE	SE	RE
	b/t	b/t	b/t	b/t
Prd	-.125**	-.30	-.11	-.07
	-2.41	-.96	-.75	-.62
Pro	.005	.007	.035	-.234
	.07	.18	.19	-1.75
Mar	-.052	.013	.04	.099
	-.60	.29	.17	.64
Org	.11	-.031	.33**	.036
	.22	-.82	2.33	.28
TA	.01	-.006	.087	.028
	.30	-.18	.88	.27
LEV	-.13***	.14***	.47***	.49
	5.05	5.65	6.45	5.89***
Sabit	.056	.019	-.005	.099
	1.85	.95	-.06	1.45
N	88	88	88	88
P	.0001	.0000	.0000	.0000
r ²	.27	.37	.28	.40
Hausman Chi ²	5.73		42.91	
Hausman p değeri	0,4541		.000	
Woodridge F test	1,150		17.001	
Woodridge p değeri	.3086		.0021	
Wald Chi ²	13.6828		497.26	
Wald p değeri	.0000		.0000	
Pesaran CD Test	4.388		.008	
Pesaran p değeri	.0000		.9938	

Notlar. RE: Rassal Etkiler Tahmincisi ile ulaşılan sonuçları ifade etmektedir.

SE: Sabit Etkiler Tahmincisi ile ulaşılan sonuçları ifade etmektedir.

b/t: katsayıların nokta tahmini / t istatistiği

* p<.10, ** p<.05, *** p<.01

Panel veri analizinde, analiz sonuçlarının geçerli ve güvenilir olması panel veri analizinin temel varsayımlarının sağlanması ile mümkündür. Modellerdeki kesitler arasındaki bağımlılığı test etmek için Pesaran CD testi uygulanmıştır. Pesaran CD testinin sıfır hipotezi kesitler arasında bağımlılığın olmadığı yönündedir. Tablo 4'te de görüldüğü gibi Model 1'in rassal etkiler modeli ile tahmin edilmesi durumunda kesitler arası bağımlılık sorunu mevcuttur (Pesaran CD test değeri=4.388, p= 0,000). Model 2'nin sabit etkiler modeli ile test edilmesi durumunda

kesitler arası bağımlılık sorunu mevcut değildir (Peseran CD test değeri=0,008, $p=0,9938$) için kesitler arasında bağımlılık söz konusu değildir. Bu sonuçlar, Model 1 için kesitler arası bağımlılık probleminin dikkate alınması gerektiğini, ancak Model 2 için böyle bir sorunun söz konusu olmadığını göstermektedir.

Modellerde otokorelasyonun varlığını değerlendirmek amacıyla Woodridge testi uygulanmıştır. Woodridge testinin sıfır hipotezi modelde otokorelasyonun bulunmadığı varsayımına dayanmaktadır. Tablo 4'te görülebileceği gibi, Model 1'de otokorelasyon sorunu olmadığı tespit edilmiştir (F testi= 1.150, $p= .3086$, Model 2'de ise otokorelasyon sorunu olduğu görülmektedir (F testi= 17.001, $p= .0021$).

Bağımsız değişkenler arasında heteroskedastisite sorunu olup olmadığı modifiye edilmiş Wald testi ile ölçülmüştür. Modifiye edilmiş Wald testinin sıfır hipotezi hata terimlerinin varyanslarının sabit olmasına dayanmaktadır. Tablo 2' de görülebileceği gibi, Model 1'de heteroskedastisite sorunu söz konusudur (Wald chi2 değeri= 13.6828, $p= .0000$), benzer şekilde Model 2'de de heteroskedastisite sorunu mevcuttur (Wald chi2 değeri= 497.26, $p= .0000$).

Modellerde çoklu doğrusal bağlantı sorununun olup olmadığını kontrol etmek amacıyla Varyans Enflasyon Faktörleri (Variance Inflation Factor - VIF) yapılmış ve sonuçları Tablo 5'te gösterilmiştir. Analiz sonucunda elde edilen VIF değerlerinin 10'un altında olması, çoklu doğrusal bağlantının bir sorun olmadığını ve değişkenler arasındaki ilişkilerin yüksek korelasyonlar nedeniyle bozulmadığını göstermektedir.

Tablo 5

Varyans Enflasyon Faktörleri Analizi

	VIF	1/VIF
Prd	1.766	.566
LEV	1.386	.721
TA	1.353	.739
Mar	1.346	.743
Org	1.275	.784
Pro	1.252	.799
Mean VIF	1.396	.

Model 2’de otokorelasyon ve heteroskedastisite sorunları olduğu için sabit etkiler modelini modellerin panel veri analizinin temel varsayımlarını karşılayıp karşılamadığını değerlendirmek amacıyla yapılan testler sonucunda, Model 1’de kesitler arası bağımlılık ve heteroskedastisite sorunlarının bulunduğu tespit edilmiştir. Bu sorunları gidermek amacıyla Model 1’in tahmini rassal etkiler modelinde Driscoll-Kraay standart hataları yöntemi uygulanarak gerçekleştirilmiştir. Model 2’de otokorelasyon ve heteroskedastisite sorunlarının mevcut olduğu tespit edilmiştir. Bu sorunlar nedeniyle sabit etkiler modelinin robust standart hatalar ile tahmin edilmesi yerinde olacaktır. Tahmin sonuçları Tablo 6’da yer almaktadır.

Tablo 6

Model 1 ve Model 2’nin Tahmini

	Model 1	Model 2
	RE	SE
	b/t	b/t
Prd	-.0308	-.112
	-.92	-.75
Pro	.0071	.036
	.75	.44**
Mar	.0129	.042
	.93	.15
Org	-.0308	.334
	-1.37	1.37
TA	-.0056	.087
	-.40	.98
LEV	.140***	.475***
	3.08	25.02
Sabit	.1859	.019
	1.36	1.36
N	88	88
Prob> F	.010	.000
r ²	.37	.526

Notlar: RE: Rassal Etkiler Tahmincisi ile ulaşılan sonuçları ifade etmektedir.

SE: Sabit Etkiler Tahmincisi ile ulaşılan sonuçları ifade etmektedir.

b/t: katsayıların nokta tahmini / t istatistiği

* p<.10, ** p<.05, *** p<.01

Tablo 6 incelendiğinde Model 1'in anlamlı ($\text{Prob} > F = .010$) olduğu ve bağımsız değişkenlerin bağımlı değişkendeki değişiminin %37'sini (r^2) açıklayabildiği görülmektedir. Bağımsız değişkenlerden yalnızca LEV 'in ROA üzerinde istatistiki olarak anlamlı ($p < .01$) ve pozitif yönlü bir etkisi bulunmaktadır. Model 2 de istatistiki olarak anlamlıdır ($p = .0000$). Model 2'deki bağımsız değişkenler bağımlı değişkendeki değişikliklerin %52,6'sını açıklayabilmektedir. Ayrıca LEV ve Pro'nun ROE üzerinde istatistiki olarak anlamlı ve pozitif etkisi bulunmaktadır.

5. Sonuç

Bu çalışmanın amacı Türkiye de inovasyon türlerinin turizm sektöründeki işletmelerin finansal performansına olan etkilerini incelemektir. Bu amaçla BIST'te işlem gören turizm sektöründeki işletmelerin 2016-2023 yıllarına ait yıl sonu finansal verileri ve faaliyet raporları incelenerek yapmış oldukları inovasyonlar (ürün inovasyonu, süreç inovasyonu, organizasyonel inovasyon ve pazarlama inovasyonu) belirlenmiş ve panel veri analizi yöntemi kullanılarak inovasyon türlerinin işletmelerin aktif karlılıkları ve özkaynak karlılıkları üzerindeki etkileri analiz edilmiştir. Panel veri analizi sonucunda elde edilen bulgulara göre süreç inovasyonunun sektörün özkaynak karlılığı üzerinde anlamlı ve pozitif bir etkisi olduğunu, diğer inovasyon türlerinin ise (ürün, organizasyonel ve pazarlama) bu etkiyi göstermediğini ortaya koymuştur. Süreç inovasyonlarının özellikle özkaynak kârlılığı üzerindeki olumlu etkisi, pandemi sonrası dönemde dijitalleşme ve süreç yeniliklerine odaklanmanın önemini vurgulamaktadır. Bu sonuç, Grisseman ve arkadaşları (2013) ile Martínez-Román ve arkadaşlarının (2015) çalışmalarında da belirtildiği gibi, inovasyonun otel performansı üzerindeki olumlu etkileriyle paralellik göstermektedir. Türkiye'de turizm işletmelerinin genellikle süreç ve ürün inovasyonlarına odaklandığı, ancak pazarlama ve organizasyonel inovasyonların daha sınırlı etki gösterdiği görülmektedir. Bu bulgu, Hu ve arkadaşlarının (2020) Gana'daki otellerde farklı inovasyon

türlerinin etkilerini inceledikleri ve süreç inovasyonlarının diğer inovasyon türlerinden daha güçlü bir etki yarattığını belirttikleri çalışmaları ile örtüşmektedir. Ancak, Türkiye'deki turizm işletmelerinde pazarlama ve organizasyonel inovasyonların finansal performansa anlamlı bir katkı sunmaması, bu inovasyonların uygulanmasındaki zorluklara ve sektörel sınırlamalara işaret etmektedir. Örneğin, Rosli ve Sidek'in (2013) Malezya'daki KOBİ'ler üzerinde yaptıkları çalışmada da pazarlama inovasyonunun etkisinin sınırlı olduğu, ancak süreç ve ürün inovasyonlarının önemli performans artışları sağladığı belirtilmiştir. Literatürde Chen ve Ling (2024) gibi çalışmalar, dijitalleşmenin ve kaynak paylaşımının turizm sektöründeki inovasyon faaliyetlerine anlamlı bir katkı sağladığını vurgulamaktadır. Türkiye'deki turizm işletmelerinin, COVID-19 pandemisi sonrası süreç inovasyonlarına yoğunlaşarak dijitalleşme ve müşteri odaklı çözümler geliştirmeleri, sektördeki rekabet avantajını ve sürdürülebilir büyümeyi sağlama stratejilerini ön plana çıkarmaktadır. Ancak, organizasyonel ve pazarlama inovasyonlarının sınırlı etkisi, bu alanlarda daha fazla yatırım ve stratejik değişim ihtiyacını gündeme getirmektedir.

Araştırma ayrıca, artan kaldıraç oranlarının işletmelerin finansal performansı üzerinde olumsuz bir etki yarattığını ortaya koymuştur. Bu sonuç, literatürdeki diğer çalışmalarda da vurgulanan, yüksek borçluluk oranlarının işletme performansını baskılayıcı etkisini desteklemektedir. Sandvik ve arkadaşlarının (2014) belirttiği gibi, inovasyonun kârlılık üzerindeki etkisi genellikle dolaylı faktörler, rekabet avantajı ve kapasite kullanımı aracılığıyla ortaya çıkmaktadır.

Sonuç olarak, Türkiye'de turizm sektörünün rekabet gücünü artırmak ve sürdürülebilir finansal performans elde etmek için süreç inovasyonlarına yapılan yatırımların teşvik edilmesi önem arz etmektedir. Bununla birlikte, literatürde de belirtildiği gibi (Mattsson ve Orfila-Sintes, 2009; Tugores ve Valle, 2016), inovasyonun farklı türlerinin entegrasyonu ve sinerji yaratacak stratejilerin benimsenmesi, performans artışını daha da destekleyebilir. Diğer inovasyon

türlerinin etkisinin sınırlı kalması, bu tür inovasyonların uygulanmasındaki zorluklara ve turizm sektörünün yapısal özelliklerine atfedilebilir. Araştırmanın sonuçları, turizm işletmelerine dijitalleşme ve süreç iyileştirme odaklı stratejiler geliştirmeleri gerektiğini önermektedir. Akıllı otel odaları, sürdürülebilirlik uygulamaları, çevrimiçi rezervasyon sistemlerinin iyileştirilmesi ve dijital uygulamaların artması gibi süreç inovasyonları, işletmenin finansal performansını artırabilmektedir. Bu sonuçlar, turizm sektöründe inovasyon stratejilerinin yeniden değerlendirilmesini ve literatürdeki benzer bulgularla karşılaştırılmasını teşvik etmektedir. Bununla birlikte düzenleyici kurumların, turizm işletmelerine inovasyon faaliyetlerini (özellikle süreç inovasyonunun) arttırmalarını sağlayacak teşvikler vermeleri veya bu faaliyetlerin işletme performansına etkisinin tartışılacağı seminerler ve çalıştaylar düzenleyerek, akademik bilgilerin uygulamacılarla paylaşılmasını sağlamaları ülke ekonomisi ve turizm işletmelerinin sürdürülebilirliği açısından faydalı olacaktır. Bununla birlikte bu çalışmanın bazı kısıtları da mevcuttur. Çalışmada işletmelerin gerçekleştirdikleri inovasyon türleri faaliyet raporlarından tespit edilmiştir. Her ne kadar süreç içinde titizlikle davranılmış olsa da raporlanmayan hususlar bulunabilmektedir. Ayrıca ilerleyen süreçte bu çalışmanın farklı sektörlerde uygulanması ve inovasyonun finansal performans üzerindeki gecikmeli etkisinin de araştırılması faydalı olacaktır.

BEYANLAR / DECLARATIONS***Çıkar Çatışması Beyanı***

Yazarlar herhangi bir çıkar çatışmaları olmadığını beyan ederler.

Declaration of Conflict of Interest

The authors declare that they have no conflicts of interest.

Etik İlkelerine Uygunluk Beyanı

“COPE-Dergi Editörleri İçin Davranış Kuralları ve En İyi Uygulama İlkeleri” çerçevesinde aşağıdaki beyanlara yer verilmiştir:

“Bu çalışmanın yazarı bu çalışma için Etik Kurul onayı gerekmediğini beyan etmiştir.

Declaration of Compliance with the Ethical Principles

In line with the “COPE-Code of Conduct and Best Practice Guidelines for Journal Editors” the following statements are included: The author of this study declared that the Ethics Committee approval is not required for this study.

Finansal Destek Beyanı

Bu çalışma Avrupa Birliği’nin Horizon Europe Araştırma ve Yenilik Programı tarafından finanse edilen REMODEL projesi kapsamında yapılmıştır. Burada ifade edilen görüş ve fikirler sadece yazar(lar)a aittir ve Avrupa Birliği’nin veya Avrupa Araştırma Yürütme Ajansı’nın görüş ve fikirlerini yansıtmaz. Bunlardan Avrupa Birliği ve Avrupa Araştırma Yürütme Ajansı sorumlu tutulamaz.

Destekleyen Kurum: Avrupa Birliği - Horizon Europe

Proje Numarası: 101079203

Declaration of Financial Support

This study has been conducted within the scope of the REMODEL project, funded by the European Union’s Horizon Europe Research and Innovation Program. The views and opinions expressed herein are solely those of the author(s) and do not reflect the views and opinions of the European Union or the European Research Executive Agency. The European Union and the European Research Executive Agency cannot be held responsible for them.

Supporting Institution: European Union - Horizon Europe

Project Number: 101079203

Katkı Oranı Beyanı

1. yazar çalışmaya %60, 2.yazar çalışmaya %40 oranında katkı vermiştir.

Declaration of Contribution

Author 1 contributed 60% to the study, and Author 2 contributed 40% to the study.

KAYNAKÇA

- Alam, A., Uddin, M., Yazdifar, H., Shafique, S., & Lartey T. (2020). R&D investment, firm performance and moderating role of system and safeguard: Evidence from emerging markets. *Journal of Business Research*, 106, 94–105. <https://doi.org/1.1016/j.jbusres.2019.09.018>
- Avcı, P., Sarıgül, S. S., Karataşer, B., Çetin, M., & Aslan, A. (2024). Analysis of the relationship between tourism, green technological innovation and environmental quality in the top 15 most visited countries: Evidence from method of moments quantile regression. *Clean Techn Environ Policy*, 26, 2337–2355. <https://doi.org/1.1007/s10098-023-02708-8>
- Bhattacharyya, A., & Rahman, M. D. (2019). Mandatory CSR expenditure and firm performance, *Journal of Contemporary Accounting & Economics*, 15(3), 100163–10018. <https://doi.org/1.1016/j.jcae.2019.100163>
- Bianchi, C. (2024). COVID-19 and service innovation strategies of tourism and hospitality SMEs in an emerging country, *International Journal of Emerging Markets*, 19(7), 1839–1859. <https://doi.org/1.1108/IJOEM-07-2021-1102>
- Breier, M., Kallmuenzer, A., Clauss, T., Gast, J., Kraus, S., & Tiberius, V. (2021). The role of business model innovation in the hospitality industry during the COVID-19 crisis. *International Journal of Hospitality Management*, 92, 102723–102735. <https://doi.org/1.1016/j.ijhm.202.102723>
- Cardoso, R. C., Sohn, A. P. L., Ferasso, M., & Júnior, S. P. (2024). Open innovation in the tourism field: A systematic literature review, *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 10(3), 100359–100373. <https://doi.org/1.1016/j.joitmc.2024.100359>
- Chau, K. Y., Lin, C. H., Tufail, B., Tran, T. K., Van, L., & Nguyen, T. T. H. (2023). Impact of eco-innovation and sustainable tourism growth on the environmental degradation: The case of China. *Economic Research-Ekonomska Istraživanja*, 36(3), 1–25. <https://doi.org/1.1080/1331677X.2022.2150258>
- Chen, X., & Ling, X. (2024). The influence mechanism of resource sharing on tourism industry innovation, *Heliyon*, 10(4), 1–14. <https://doi.org/1.1016/j.heliyon.2024.e25855>
- Chen, Z. S., Wong, A. K. Y., Cheng, T. C., Koon, A. C., & Chan, H. Y. E. (2019). Overdosage of balanced protein complexes reduces proliferation rate in aneuploid Cells. *Cell Systems* 9(2), 129–142. <https://doi.org/1.1016/j.cels.2019.06.007>
- Chung, W., & Kalnins, A. (2001). Agglomeration effects and performance: A test of the Texas lodging industry. *Strategic Management Journal*, 22, 969–988. <https://doi.org/1.1002/smj.178>
- Cooper, R. G. (1990). Stage-gate systems: A new tool for managing new products. *Business Horizons*, 33(3), 44–54. [https://doi.org/1.1016/0007-6813\(90\)90040-I](https://doi.org/1.1016/0007-6813(90)90040-I)

- Ettlie, J. E., & Reza, E. M. (2017). Organizational integration and process innovation. *Academy of Management Journal*, 35(4), 795–827. <https://doi.org/1.5465/256316>
- Fagerberg, J., & Mowery, D. C. (2006). *The oxford handbook of innovation*. Oxford: Oxford University Press.
- Forker, L. B., Vickery, S. K., & Droge, C. L. M. (1996). The contribution of quality to business performance. *International Journal of Operations and Production Management*, 16(8), 44-62. <https://doi.org/1.1108/01443579610125778>
- Garvin, D. A. (1987). Competing on the eight dimensions of quality. *Harvard Business Review*, 65(6), 101-109.
- Grissemann, U., Plank, A., & Brunner-Sperdin, A. (2013). Enhancing business performance of hotels: The role of innovation and customer orientation. *International Journal of Hospitality Management*, 33, 347–356. <https://doi.org/1.1016/j.ijhm.2012.1.005>
- Griliches, Z. (1990). Patent statistics as economic indicators: A survey. *Journal of Economic Literature*, 28(4), 1661-1707. <https://www.jstor.org/stable/2727442>
- Guan, C., Rani, T., Yueqiang, Z., Ajaz, T., & Haseki, M. I. (2022). Impact of tourism industry, globalization, and technology innovation on ecological footprints in G-10 countries. *Economic Research – Ekonomska Istraživanja*, 35(1), 6688–6704. <https://doi.org/1.1080/1331677X.2022.2052337>
- Hall, B. H., & Lerner, J. (2010). The financing of R&D and innovation. *Handbook of the Economics of Innovation*, 1, 609-639. [https://doi.org/1.1016/S0169-7218\(10\)01014-2](https://doi.org/1.1016/S0169-7218(10)01014-2)
- Helfat, C. E., & Margaret, A. P. (2003). The dynamic resource - based view: Capability lifecycles. *Strategic Management Journal*. (24), 997 – 101. <https://doi.org/1.2139/ssrn.386620>
- Hu X., Danso B. A., Mensah I. A., & Addai M. (2020). Does innovation type influence firm performance? A dilemma of star-rated hotels in Ghana. *Sustainability*. 12(23), 9912. <https://doi.org/1.3390/su12239912>
- Huang, C. J., & Lui, C. J. (2005). Exploration for the relationship between innovation, IT and performance. *Journal of Intellectual Capital*, 6(2), 237–252. <https://doi.org/1.1108/14691930510592825>
- Hult, G., Hurley, R., & Knight, G. (2004). Innovativeness: Its antecedents and impact on business performance. *Industrial Marketing Management* 33, 429–438. <https://doi.org/1.1016/j.indmarman.2003.08.015>
- Hussein, H., Albadry, O. M., Mathew, V., Al-Romeedy B. S., Alsetoohy, O., Abou Kamar M., & Khair, H. A. (2024). Digital leadership and sustainable competitive advantage: Leveraging green absorptive capability and eco-innovation in tourism and hospitality businesses. *Sustainability*. 16(13), 5371. <https://doi.org/1.3390/su16135371>
- Johne, A., & Davies, R. (2000). Innovation in medium-sized insurance companies: How marketing adds value. *International Journal of Bank Marketing*, 18(1), 6-14. <https://doi.org/1.1108/02652320010315316>

- Kao, J. J. (1989). *Entrepreneurship, creativity and organization: Text, cases and readings*. Prentice Hall, New Jersey.
- Klomp, L., & Van Leeuwen, G. (2001). Linking innovation and firm performance: A new approach. *International Journal of the Economics of Business*, 8(3), 343–364. <https://doi.org/1.1080/13571510110079612>
- Lim, S. E., Ok, C. M., & Yang, Y. (2024). A meta-analytic investigation of innovation predictors in tourism and hospitality organizations. *Tourism Management*, 105, 104965-104981. <https://doi.org/1.1016/j.tourman.2024.104965>
- Lumpkin, G. T., & Dess, G. G. (2001). Linking two dimensions of entrepreneurial orientation to firm performance: The moderating role of environment and industry life cycle. *Journal of Business Venturing*, 16(5), 429-451. [https://doi.org/1.1016/S0883-9026\(00\)00048-3](https://doi.org/1.1016/S0883-9026(00)00048-3)
- Martínez-Román, J. A., Tamayo, J. A., Gamero, J., & Romero, J. E. (2015). Innovativeness and business performances in tourism SMEs. *Annals of Tourism Research*, 54, 118-135. <https://doi.org/1.1016/j.annals.2015.07.004>
- Mattsson, J., & Orfila-Sintes, F. (2014). Hotel innovation and its effect on business performance. *International Journal of Tourism Research*, 16(4), 388-398. <https://doi.org/1.1002/jtr.1933>
- Molina-Castillo, F.C. & Meroño-Cerdán, A.L. & Lopez-Nicolas, C. & Fernandez-Espinar, E. (2023). Innovation and technology in hospitality sector: outcome and performance. *Businesses, MDPI*, 3(1), 198-219, <https://doi.org/1.3390/businesses3010014>
- Montañés-Del-Río M. Á., & Medina-Garrido, J. A. (2020). Determinants of the propensity for innovation among entrepreneurs in the tourism industry. *Sustainability*, 12(12), 5003-5021. <https://doi.org/1.3390/su12125003>
- OECD. (2005). *Oslo Manual: Guidelines for collecting and interpreting innovation data* (3rd ed.). Paris: OECD Publishing.
- Orfila-Sintes, F., & Mattsson, J. (2009). Innovation behavior in the hotel industry. *OMEGA The International Journal of Management Science*, 37(2), 380–394. <https://doi.org/1.1016/j.omega.2007.04.002>
- Otero-Neira, C., Lindman, M. T. & Fernández, M. J. (2009). Innovation and performance in SME furniture industries: An international comparative case study. *Marketing Intelligence & Planning*, 27(2), 216-232. <https://doi.org/1.1108/02634500910944995>
- Owino, G. A. (2018). *The effect of product and process innovation on financial performance of hotels and restaurants in Nairobi county* [Araştırma Projesi, University of Nairobi]. University of Nairobi Research Archive.
- Rennings, K. (2000). Redefining innovation - eco-innovation research and the contribution from ecological economics. *Ecological Economics*, 32(2), 319-332. [https://doi.org/1.1016/S0921-8009\(99\)00112-3](https://doi.org/1.1016/S0921-8009(99)00112-3)

- Rhee, J., Park, T., & Lee, D. H. (2010). Drivers of innovativeness and performance for innovative SMEs in South Korea: Mediation of learning orientation. *Technovation*, 30(1), 65–75. <https://doi.org/1.1016/j.technovation.2009.04.008>
- Roberts, P. W., & Amit, R. (2003). The dynamics of innovative activity and competitive advantage: The case of Australian retail banking, 1981 to 1995. *Organization Science*, 14(2), 107-122. <https://doi.org/1.1287/orsc.14.2.107.14990>
- Rosli, M. M., & Sidek, S. (2013). The impact of innovation on the performance of small and medium manufacturing enterprises: Evidence from Malaysia. *Journal of Innovation Management in Small and Medium Enterprise*, (2013), 1–16. <https://doi.org/1.5171/2013.885666>
- Sandvik, I. L., Duhan, D. F., & Sandvik, K. (2014). Innovativeness and profitability: An empirical investigation in the Norwegian hotel industry. *Cornell Hospitality Quarterly*, 55(2), 165–185. <https://doi.org/1.1177/1938965514520963>
- Sandvik, I. L. & Sandvik, K. (2003). The impact of market orientation on product innovativeness and business performance. *Journal of Product Innovation Management* 20(4), 355–376. <https://doi.org/1.1016/j.ijresmar.2003.02.00>
- Santarsiero, F., Carlucci, D., & Schiuma, G. (2024). Driving digital transformation and business model innovation in tourism through innovation labs: An empirical study. *Journal of Engineering and Technology Management*, 74, 101841 – 101855. <https://doi.org/1.1016/j.jengtecman.2024.101841>
- Schmidt, T., & Rammer, C. (2007). Non-Technological and technological innovation: Strange bedfellows? *ZEW - Centre for European Economic Research Discussion Paper No. 07-052*. <https://doi.org/1.2139/ssrn.1010301>
- Shan, S., Shi, D., & Xu, S. (2024). Do imprinting effects on CEOs affect tourism and hospitality enterprises' corporate innovation. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 36(10), 3517-3535. <https://doi.org/1.1108/IJCHM-05-2023-0707>
- Thornhill, S. (2006). Knowledge, innovation and firm performance in high and low- technology regimes. *Journal of Business Venturing*, 21, 687-703. <https://doi.org/1.1016/j.jbusvent.2005.06.001>
- Tugores, M. & Valle, E. (2016). Innovation, hotel occupancy, and regional growth. *Tourism Economics*, 22(4), 749–762. <https://doi.org/1.1177/1354816616654246>
- Vial, G. (2019). Understanding digital transformation: A review and a research agenda. *The Journal of Strategic Information Systems*, 28(2), 118-144. <https://doi.org/1.1016/j.jsis.2019.01.003>
- Wang, C. H. (2011). Clarifying the effects of R&D on performance: Evidence from the high technology industries. *Asia Pacific Management Review*, 16(1), 51–64. <https://doi.org/1.6126/APMR.2011.16.1.04>
- Wang, C. H., Chen, K. Y., & Chen, S. C. (2012). Total quality management, market orientation and hotel performance: The moderating effects of external environmental factors.

International Journal of Hospitality Management, 31(1), 119–129.
<https://doi.org/1.1016/j.ijhm.2011.03.013>

Yang, Y., & Yue, Y. (2024). Exploring digital economy influence towards tourism innovation: An empirical research based on Chinese tourism industry. *International Journal of Tourism Research*, 26(4), 2715-2728. <https://doi.org/1.1002/jtr.2715>