

Sınırları Aşan Deneyimler; Turizmde İnovasyonun Bilimsel ve Pratik Yansımaları

Experiences That Cross Borders; Scientific and Practical Reflections of Innovation in Tourism

Zennübe IŞIK 

Mehmet Fatih IŞIK 

Talha Emir YILDIZ 

¹Harran Üniversitesi, Turizm Fakültesi,

Turizm Rehberliği, Şanlıurfa, Türkiye

¹Harran University, Faculty of Tourism,

Tourism Guidance, Şanlıurfa, Türkiye

(Sorumlu Yazar-Corresponding Author)

zennubeyalcin@hotmail.com

ÖZ

Günümüzün hızla değişen ve dijitalleşen dünyasında hiçbir sektör inovasyonun dönüştürücü gücünden bağımsız kalmaz. Özellikle küresel dinamiklere son derece açık ve rekabetçi bir yapıya sahip olan turizm sektörü, inovasyonu sadece bir tercih değil aynı zamanda varoluşsal bir zorunluluk olarak benimsemiştir. Artık bir destinasyonun ya da turistik işletmenin başarısı, sunduğu hizmetlerin geleneksel çekiciliklerinin ötesinde ne denli yenilikçi, teknoloji odaklı ve kişiselleştirilmiş deneyimler sunabildiğiyle yakından ilişkilidir. Bu araştırma, dünyada sürekli dönüşen turizm sektörünün temel özelliklerini ve bu dönüşümün itici gücü olan inovasyon kavramını derinlemesine incelemektedir. Çalışmanın temel amacı, turizmde inovasyonun neden bir seçenekten ziyade bir zorunluluk haline geldiğini ortaya koymak ve çeşitli inovasyon türlerinin (ürün, süreç, pazarlama, organizasyonel) sektör üzerindeki etkilerini analiz etmektir. Yöntem olarak kapsamlı bir literatür taraması kullanılarak turizm ve inovasyon arasındaki karmaşık ilişki teorik bir çerçevede ele alınmıştır. Makale, bu ilişkinin sadece kavramsal düzeyde kalmayıp aynı zamanda turizm işletmelerinde hayata geçirilmiş somut inovasyon uygulama örnekleri üzerinden pratik yansımalarını da irdelemektedir. Özellikle dijitalleşme, sürdürülebilirlik ve deneyimsel kişiselleştirmenin ön plana çıktığı günümüz turizmde inovasyonun rekabet avantajı yaratma ve müşteri memnuniyetini artırmadaki kritik rolü vurgulanmaktadır. Bu araştırma, sektör paydaşlarına ve politika yapıcılara yol gösterici önemli içgörüler sunmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Turizm, İnovasyon, İnovasyon Örnekleri.

ABSTRACT

In today's rapidly changing and digitalizing world, no sector can remain independent of the transformative power of innovation. Especially the tourism sector, which is extremely open to global dynamics and has a competitive structure, has adopted innovation not only as a choice but also as an existential necessity. The success of a destination or touristic business is now closely related to how innovative, technology-focused and personalized experiences it can offer beyond the traditional appeal of the services it offers. This research deeply examines the basic characteristics of the constantly transforming tourism sector in the world and the concept of innovation, which is the driving force of this transformation. The main purpose of the study is to reveal why innovation in tourism has become a necessity rather than an option and to analyze the effects of various types of innovation (product, process, marketing, organizational) on the sector. Using a comprehensive literature review as a method, the complex relationship between tourism and innovation has been addressed within a theoretical framework. The article examines not only the conceptual level of this relationship but also its practical reflections through concrete examples of innovation applications implemented in tourism businesses. The critical role of innovation in creating competitive advantage and increasing customer satisfaction in today's tourism, where digitalization, sustainability and experiential personalization are at the forefront, is emphasized. This research provides important insights that will guide sector stakeholders and policy makers.

Keywords: Tourism, Innovation, Innovation Examples.



Geliş Tarihi/Received 22.05.2025
Kabul Tarihi/Accepted 25.06.2025
Yayın Tarihi/ 30.06.2025
Publication Date

Atf: Işık, Z., Işık, M. F., & Yıldız, T. E. (2025). Sınırları Aşan Deneyimler; Turizmde İnovasyonun Bilimsel ve Pratik Yansımaları. *Journal of Silk Road Tourism Research*, 5(1),43-55

Cite this article : Işık, Z., Işık, M. F., & Yıldız, T. E. (2025). Experiences That Cross Borders; Scientific And Practical Reflections Of Innovation In Tourism . *Journal of Silk Road Tourism Research*, 5(1),43-55



Content of this journal is licensed under a Creative Commons Attribution-Noncommercial 4.0 International License.

Giriş

Küresel salgınla birlikte köklü değişimler yaşayan turizm, kendini yeniden tanımlama ve ziyaretçi deneyimlerini zenginleştirme arayışında inovasyonu merkeze almıştır. Artık bir seyahat destinasyonunun cazibesi yalnızca doğal güzellikleri ya da tarihi dokusuyla sınırlı değil, aynı zamanda sunulan hizmetlerin yenilikçiliği, teknolojik altyapısı ve kişiselleştirilmiş deneyim olanaklarıyla da doğru orantılıdır. Dijitalleşmeden sürdürülebilirliğe, yapay zekadan sanal gerçekliğe uzanan geniş bir yelpazede turizmde uygulanan çarpıcı inovasyon örnekleri üzerinden geleceğin seyahat anlayışının nasıl şekillendiğini keşfetmek önemlidir. Inovasyonun sadece bir trend değil aynı zamanda turizmin yeniden dirilişi ve kalıcı başarısı için stratejik bir zorunluluk olduğunu vurgulamak gerekir.

Inovasyon, her sektörün rekabetçi kalabilmesi ve sürdürülebilir büyüme sağlayabilmesi için vazgeçilmez bir itici güç haline gelmiştir. Bu dönüşüm rüzgarının en hissedildiği alanlardan biri de dinamizmi ve sürekli yenilenme ihtiyacıyla bilinen turizm sektörüdür. Bu araştırma, inovasyonun temel özellikleri ve çeşitleri üzerine odaklanarak turizm sektöründeki yansımalarını çok boyutlu bir perspektifle ele almaktadır. Turizm ve inovasyon arasındaki karmaşık ilişkiyi açıklarken sadece teknolojik ilerlemelerin sektöre entegrasyonu değil aynı zamanda iş süreçlerindeki yenilikleri, hizmet tasarımındaki yaratıcılığı ve sürdürülebilirlik odaklı inovasyonları da derinlemesine incelemektedir. Makalenin en önemli katkılarından biri de turizmde inovasyon üzerine yapılmış akademik çalışmalara yer vermiş olmasıdır. Bu bilimsel araştırmalar ışığında sektördeki başarılı inovasyon uygulamaları analiz edilecek, karşılaşılan zorluklar ve gelecekteki potansiyeller değerlendirilecektir. Araştırmanın amacı, inovasyonun turizm sektörünü nasıl yeniden şekillendirdiğini, ziyaretçi beklentilerini nasıl yükselttiğini ve bu dinamik sektörün geleceğini nasıl aydınlatıldığını hem teorik hem pratik örneklerle ortaya koymaktır.

Kavramsal Çerçeve

Turizm Kavramı

Turizm kavramı, seyahat etmeyle doğrudan ilişkili bir kavram olduğu için, seyahat etmenin var olduğu Tarih öncesi çağlardan beri süre gelen bir faaliyettir. İlk insanlardan günümüze kadar seyahat etmenin çok çeşitli nedenleri bulunmaktadır. “Eski zamanlarda insanlar yiyecek ihtiyaçlarını karşılamak için seyahat ederlerdi. Ayrıca yeni yerleri ziyaret etme isteği, sağlık amacı ve dini amaç da insanların seyahat etme sebepleri olarak ifade edilebilir (Işık ve Başar, 2019). Zaman içinde meydana gelen gelişmeler sonucu seyahat etmek daha kolay bir hal alırken, insanlar artık zorunlu haller (savaş, doğal afetler, salgın hastalıklar vb.) dışında da farklı nedenlerle seyahat etmeye başlamıştır. Seyahat etme nedenlerinin değişmeye başlaması ve seyahat kavramı üzerinde meydana gelen değişiklikler turizm kavramının daha geniş ve farklı anlamlar kazanmasına yol açmıştır. Bu sebeple turizmle ilgili olarak pek çok tanım mevcuttur.

Türkçe karşılığı kısaca seyahat olan, dilimize kökü ve anlamı çerçevesinde batı dillerinden aynen aktarılmış olan “turizm” sözcüğünün etimolojik kökeni ve anlamı bakımından Latince “tornus” sözcüğünden türetildiği düşünülmektedir. Sözcük etrafında dönmek, dolaşmak anlamına gelen Yunanca “tornos” sözcüğüyle aynı kökene sahiptir. Yine İngilizce “tour” ve “touring” sözcükleri, Yunanca kökenlidir ve dönmek, hareket etmek, dönmek anlamlarına gelir. Başta İngiliz’ler tarafından kullanılan “tourism” kavramı 1811 yılından itibaren bir fenomen olarak batı dillerinde kendisine yer edinmiştir (Yalkın, 2020).

Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü’nün (UNWTO) 1993 yılındaki tanımına göre turizm, bir kişinin belirli bir süre için, belirli faaliyetler amacıyla olağan çevresi dışındaki yerlere seyahat etmek için gerçekleştirdiği faaliyetlerdir. Bu faaliyetlerden dolayı geliri saklıdır (Cansu, 2020). Dünya Turizm Örgütü’ne göre turizm; insanların sağlık, merak, din, spor, boş zaman, eğlence, tatil, kültür gibi nedenlerle ya da akraba ziyareti, konferans, seminerlere katılmak ve diğer amaçlar dışında bireysel veya grup halinde seyahat etmeleridir. Bir başka tanıma göre de turizm, insanların sürekli ikamet ettikleri yerler, gittikleri yer veya yurt içinde 24 saatlik süre içinde bir konaklama tesisinde en az bir gece kalışlarını aşan seyahatlerinden kaynaklanan seyahat ve geçici barınma faaliyetleridir (Manga, 2018). Türk Dil Kurumunun tanımına göre ise turizm dinlence, eğlence, görmek, tanımak gibi amaçlar ile yapılan gezi olarak tanımlanmıştır.

Ülkemiz, sahip olduğu sayısız doğal güzellikleri, yılın her döneminde turistlerin ilgisini çekebilecek iklimi, binlerce yıllık medeniyetlere ev sahipliği yapan tarihi ve kültürel değerleri, ulaşımı kolaylaştıran coğrafi konumu, sahip olduğu sayısız kaplıcaları, yer altı ve yer üstü zenginlikleriyle her dönem turistlerin ilgisini çekmektedir. Turizm açısından bize sunulan bu fırsatlar değerlendirilerek sahip olduğu turizm potansiyeli en iyi şekilde kullanılmalıdır. Bu noktada değişen ve gelişen turizmin potansiyel türlerine ağırlık verilmelidir (Tekin ve Durna, 2012).

Turizm, sosyo-kültürel yapıyı iyileştirmesi, ekonomik kalkınmayı hızlandırması, ülkeye döviz girdisi sağlaması, yarattığı istihdam olanakları ve kalkınmada önemli rol oynaması nedeniyle günümüzde önemli bir sektördür. Bu faktörlerin yanı sıra ulusal ve uluslararası düzeyde turizme katılım, boş zaman geçirme isteği gibi nedenlerle dil, din veya etnik köken gözetmeksizin insan-insan ilişkilerinin gelişmesine katkı sağlamaktadır (Özşeker vd., 2018).

İnovasyon Kavramı

İnovasyon, “yenilik yapmak” ve “değişik bir şey yapmak” anlamını taşıyan Fince “innovaatio”, Latince “innovatus”, İngilizce “innovation” ve İtalyanca “innovare” kelimelerinin kökünden türetilmiş bir kavramdır (Hijalager, 2002). Türkçe karşılığı olarak “yenilik”, “yenileşim”, “yenilik yapmak”, “yenilenmiş”, “yenilenme”, “yenilikçilik” kelimeleri kullanılmaktadır. Türkçede bu kelimelerle anlam bütünlüğü oluşturulmaya çalışılmış olsa da inovasyon tek bir kelime ile açıklanamayacak kadar geniş bir içeriğe sahiptir. Bu kavramlar inovasyon kelimesinin gerçek anlamını ifade etmekte yetersiz kalmaktadır (Kutanis ve Mesci, 2013). Drucker (2014), “21. Yüzyıl İçin Yönetim Tartışmaları” isimli çalışmasında, inovasyon kavramının sadece “yenilik” olmadığını, inovasyon ve yeniliğin birbiri ile karıştırılmasının bir yöneticinin düşebileceği en büyük tuzaklardan biri olacağını belirterek inovasyonu yenilikten ayıran en önemli olgunun “değer” olduğunu ifade etmektedir. Bu çerçevede inovasyonun hem “yenilik yapmayı” ve “yenilenme sürecini” hem de bu sürecin sonucunda ortaya çıkardığı “değer” kavramını kapsadığı ileri sürülebilir.

İnovasyona yönelik ilk teorik çalışmalar 19. yüzyılda Gabriel Tarde tarafından yapılsa da (Akin, 2020) inovasyon sürecinin ekonomik literatüre entegre edilmesi Schumpeter sayesinde gerçekleşmiştir (Arpacı, 2011). Tarde'nin inovasyon teorisi, daha çok toplumsal değişim (sosyal evrim), dilbilgisi, dil, din, hukuk, anayasa, ekonomik rejim, endüstri ve sanat alanları içerisinde yer alan konularla ilgilenmiştir. Tarde, inovasyon kavramını toplumsal değişimleri, yaratılışı, özgünlüğü, hayal gücünü, keşfi ve inisiyatifi tartışmak için yoğun olarak kullanmasına rağmen kesin bir tanımını yapmamıştır. Tarde'nin teorisine göre inovasyon, “icat-karşıtlık-taklit aşamalarından oluşmaktadır. Yeni icatlar, eski ile yeni icatların karşılaştırılması sonucu ortaya çıkarken icatların başarısı diğer icatlar ile sosyal faktörlere bağlıdır. Ancak Schumpeter, inovasyonların ekonomik dengeleri bozarak ve değişimi teşvik ederek gerçekleştiğini ve bu durumun kapitalizm için gerekli olduğunu savunmuştur (Aslan, 2019). İnovasyon temelde yeni fikirler üretmek ve bu fikirleri hayata geçirerek değer yaratmaktır. Bu değer, bir ürünün daha kullanışlı hale gelmesi, bir sürecin daha verimli işlemesi, yeni bir hizmetin ortaya çıkması veya toplumsal bir soruna çözüm bulunması şeklinde olabilir. İnovasyon, sadece yeni olmakla kalmaz, aynı zamanda faydalı ve uygulanabilir olmayı da gerektirir. İnovasyon sadece büyük ve çığır açan buluşlar olmak zorunda değildir. Önemli olan özgün bakış açısıyla problemlere yaklaşmak ve yeni değer yaratmaktır (Atakan, 2017).

İnovasyonun özellikleri, yenilikçilik, değer yaratma, uygulanabilirlik, özgünlük, sürdürülebilirlik ve etkidir. İnovasyon, daha önce var olmayan veya farklı bir şekilde ele alınmamış bir fikir, ürün, hizmet veya süreç ortaya koymayı gerektirir (Ayhün ve Külçü, 2018). Bu, mevcut bir şeyin kopyası veya taklidi olmamalıdır. İnovatif bir çözüm, bilinen yöntemlerden veya tasarımlardan belirgin şekilde ayrılan, kendine has bir bakış açısı gerektirir. İnovasyonun temelinde kullanıcılar, müşteriler veya toplum için somut bir fayda yaratma amacı yatar. Bu fayda bir problem çözmek, bir ihtiyacı karşılamak veya yaşam kalitesini artırmak şeklinde olabilir. Mevcut ürün, hizmet veya süreçlerde yapılan ve belirgin bir iyileşme sağlayan değişiklikler de inovasyon olarak kabul edilmektedir (Bozat, 2017). Bu iyileşmeler, verimlilik, etkinlik, maliyet düşürme veya kullanıcı deneyimini artırma odaklı olabilir. İnovatif bir fikrin başarılı olması için teorik olmaktan öteye geçip uygulanabilir olması gerekir. Bu, teknik, ekonomik ve sosyal açılarından mümkün olmayı içerir. İnovasyonun uzun vadeli etkisi ve başarısı için sürdürülebilir bir model üzerine inşa edilmesi önemlidir. İnovasyon, bir ürün, hizmet veya işletmeyi rakiplerinden farklılaştırarak rekabet avantajı elde etmesini sağlar. Bu farklılık benzersiz özellikler, üstün performans veya yeni bir iş modeli şeklinde olabilir (Bulut ve Akçacı, 2017).

Ürün inovasyonu, süreç inovasyonu, pazarlama inovasyonu, organizasyonel inovasyon ve hizmet inovasyonu olarak inovasyon çeşitleri mevcuttur (Cop ve Aksit, 2012).

Ürün inovasyonu; daha önce var olmayan, yepyeni bir ihtiyaca cevap veren veya yeni bir Pazar yaratan ürünlerin geliştirilmesini kapsar. Örnek olarak ilk akıllı telefonun piyasaya sürülmesi verilebilir. Mevcut bir ürünün radikal olarak değiştirilmesi de ürün inovasyonu içinde değerlendirilir. Ürünün performansında, işlevselliğinde veya tasarımında çığır açan, önemli ölçüde farklılık yaratan yenilikler yapılabilir. Örnek olarak geleneksel lambalardan LED aydınlatmaya geçilmesi verilebilir. Yine mevcut bir ürünün özelliklerinde, verimliliğinde veya kullanıcı deneyiminde yapılan küçük ancak zaman içinde birikerek önemli iyileşmeler sağlayan yenilikler de ürün inovasyonu olarak kabul edilir. Örnek olarak bir otomobilin her yeni modelinde yapılan yakıt verimliliği artışları verilebilir (Cetin ve Şahin, 2018).

Süreç inovasyonu; ürünlerin daha verimli, daha hızlı, daha ucuz veya daha çevreci bir şekilde üretilmesini sağlayan yeni tekniklerin ya da süreçlerin geliştirilmesidir. Süreç inovasyonu içinde ürünlerin müşterilere ulaştırılması için tamamen yeni yolların bulunması da dahil edilir. E-ticaretin ortaya çıkışı buna örnek olarak verilebilir. Ayrıca süreç inovasyonunda hammaddelerin ve bileşenlerin tedarik edilmesinde ve yönetilmesinde daha etkin ve verimli yöntemlerin uygulanması da yer alır (Eş ve Eren, 2021).

Pazarlama inovasyonu; ürünlerin tanıtımı, fiyatlandırılması ve satışı için tamamen yeni ve benzersiz yaklaşımların geliştirilmesidir. Bir ürünün veya şirketin imajını ve algısını oluşturmak için özgün ve etkili yöntemlerin kullanılması da

dahildir. Daha önce hedef alınmamış yeni müşteri gruplarına yönelik ürün veya hizmetlerin geliştirilmesi ve pazarlanması pazarlama inovasyonu olarak kabul edilir ([Gündüz ve Parlak, 2021](#)).

Organizasyonel inovasyon; bir şirketin değer yaratma, sunma ve yakalama biçiminde temel değişiklikler yapılmasıdır. Şirketlerin daha esnek, daha işbirlikçi veya daha hızlı karar almasını sağlayan yeni organizasyonel yapıların ve yönetim yaklaşımlarının uygulanması da organizasyonel inovasyon kapsamı içindedir. Yeni pazarlara girmek, yeni teknolojilere erişmek veya riskleri paylaşmak için farklı kuruluşlarla kurulan yenilikçi iş birlikleri de bu inovasyon türünde yer alır ([Hancıoğlu ve Atay, 2018](#)).

Hizmet **inovasyonu;** müşterilerin ihtiyaçlarını karşılamak için tamamen yeni türde hizmetlerin sunulmasıdır. Müşterilere daha hızlı, daha kolay, daha kişiselleştirilmiş hizmet sunmak için yeni teknolojilerin entegre edilmesi de bu inovasyon türünde yer alır. Örnek olarak yapay zekâ destekli müşteri hizmetlerinin sunulması verilebilir ([Kalay ve Kızıldere, 2015](#)).

İnovasyon ve Turizm

Günümüzde küresel rekabetin yoğunlaştığı turizm sektöründe, sürdürülebilir büyüme ve farklılaşma arayışı inovasyonu kritik bir başarı faktörü haline getirmiştir. İnovasyon, yalnızca teknolojik gelişmelerle sınırlı kalmayıp hizmet sunumu, pazarlama stratejileri, yönetim yaklaşımları ve destinasyon geliştirme gibi geniş bir yelpazede kendini göstermektedir. Bu bağlamda turizm ve inovasyon arasındaki dinamik ilişki sektörün geleceğini şekillendiren temel unsurlardan biri olarak öne çıkmaktadır ([Karagöz vd., 2020](#)).

Turizm sektörü, doğası gereği sürekli değişim ve gelişim gösteren tüketici beklentileri, teknolojik ilerlemeler ve küresel trendlerle yakından ilişkilidir. Bu dinamik ortamda geleneksel yaklaşımlarla rekabet avantajı sağlamak giderek zorlaşmaktadır. İşte tam bu noktada inovasyon devreye girerek turizm işletmelerine ve destinasyonlara yeni fırsatlar sunmaktadır. İnovasyon, turistlerin değişen ihtiyaçlarına ve beklentilerine cevap vererek özgün ve deneyim odaklı ürün ve hizmetlerin geliştirilmesini sağlar. Örneğin artırılmış gerçeklik uygulamalarıyla tarihi mekanların interaktif bir şekilde sunulması, kişiselleştirilmiş seyahat rotaları oluşturan yapay zekâ destekli platformlar veya sürdürülebilir turizm ilkelerine uygun konaklama alternatifleri bu kapsamda değerlendirilir ([Karakuş, 2021](#)).

İnovasyon, müşteri yolculuğunun her aşamasında deneyimi zenginleştirmeye odaklanır. Online rezervasyon sistemlerinin kullanıcı dostu ara yüzü, mobil uygulamalar aracılığıyla sunulan kişiselleştirilmiş öneriler, hızlı ve kolay check-in/check-out süreçleri gibi uygulamalar müşteri memnuniyetini artırmada önemli rol oynar. Teknolojik inovasyonlar, turizm işletmelerinin operasyonel süreçlerini optimize etmelerine, verimliliklerini artırmalarına ve maliyetlerini düşürmelerine olanak tanır. Örneğin otomasyon sistemleri, enerji verimliliği sağlayan teknolojiler veya büyük veri analitiği sayesinde kaynakların daha etkin kullanımı mümkün hale gelir ([Özdemir ve Sönmez, 2018](#)).

İnovasyon, çevresel ve sosyal sorumluluk bilincinin arttığı günümüzde sürdürülebilir turizm uygulamalarının geliştirilmesinde kritik rol oynar. Yenilenebilir enerji kaynaklarının kullanımı, atık yönetim sistemleri, yerel halkın ekonomik kalkınmasına katkı sağlayan projeler ve doğal kaynakların korunmasına yönelik çözümler, inovasyonun sürdürülebilir turizm için sunduğu potansiyeli göstermektedir ([Özdokur ve Ege, 2019](#)).

Dijitalleşme ile birlikte inovasyon, turizm destinasyonlarının ve işletmelerinin hedef kitlelerine ulaşmasında ve kendilerini farklılaştırmasında yeni yollar sunar. Sosyal medya pazarlaması, içerik üretimi, sanal turlar ve kişiselleştirilmiş reklam kampanyaları gibi yenilikçi yaklaşımlar turizmde rekabet avantajı yaratır ([Seçilmiş ve Konu, 2019](#)).

İnovasyon, destinasyonların planlanması, geliştirilmesi ve yönetimi süreçlerinde de önemli rol oynar. Akıllı şehir uygulamaları, ulaşım altyapısının iyileştirilmesi, kültürel mirasın korunması ve turistik ürün çeşitliliğinin artırılması gibi alanlarda yenilikçi çözümler, destinasyonların çekiciliğini ve sürdürülebilirliğini artırır ([Şahbaz ve Tanyeri, 2018](#)).

Turizm sektöründe oteller, restoranlar, seyahat acenteleri, araç kiralama şirketleri ve eğlence şirketleri farklı hizmetler sunmaktadır. Turizm sektörü talep odaklı ve büyümekte olan bir sektördür. Çalışanlar, turistlerin turizm faaliyetlerine katılmak ve hizmet talep etmelerindeki beklentilerini en iyi şekilde karşılamayı kendilerine görev olarak benimsemişlerdir. Turizmin soyutluğu nedeniyle ürünler, turistlerin psikolojileri ve alışkanlıkları yerel halkın sosyo-kültürel yapısını etkilemektedir. Bu nedenle sektördeki firmalar turistleri memnun etmek ve güvence altına almak için birbirleriyle rekabet ederler. Bu nedenle inovasyon rekabet avantajı elde etmek için gereklidir ([Uzun, 2020](#)).

Turizm ve inovasyon arasındaki ilişki, birbirini besleyen ve geliştiren dinamik bir süreçtir. İnovasyon, turizm sektörünün rekabet gücünü artırmasına, sürdürülebilir büyüme sağlamasına ve müşteri memnuniyetini en üst düzeye çıkarmasına olanak tanırken, turizm sektörünü kendine özgü ihtiyaçları ve zorlukları da inovasyonun yönünü ve odak noktasını belirlemektedir. Bu nedenle turizm sektöründeki tüm paydaşların inovasyonu stratejik bir öncelik olarak benimsemesi ve bu alandaki gelişmeleri yakından takip etmesi sektörün geleceği açısından hayati önem taşımaktadır ([Uygun ve Durmuş, 2020](#)).

Konaklama İşletmelerinde İnovasyon

Konaklama işletmeleri, rekabetçi pazarda ayakta kalmak ve sürdürülebilir büyümeyi sağlamak için inovasyona ihtiyaç duymaktadır. İnovasyon, sadece teknolojik gelişmelerle sınırlı kalmayıp, hizmet süreçlerinin iyileştirilmesi, müşteri deneyiminin zenginleştirilmesi ve sürdürülebilirlik odaklı çözümler sunulması gibi geniş bir yelpazeyi kapsar. İnovasyon aynı zamanda işletmelerin çevresel ve sosyal sorumluluklarını yerine getirme biçimlerini de etkiler. Enerji verimliliği sağlayan bina tasarımları, atık yönetimi stratejileri ve yerel topluluklarla işbirliği içinde geliştirilen programlar, konaklama sektöründe sürdürülebilir inovasyonun önemli örnekleridir.

Akıllı oda teknolojileri; dünya genelinde yaygınlaşan akıllı oda teknolojileri uygulamasında misafirler, mobil cihazları veya odadaki akıllı paneller aracılığıyla aydınlatmayı, sıcaklığı, perdeleri, televizyonu ve hatta oda servisini kontrol edebilirler. Türkiye’de de bazı büyük otel zincirleri bu teknolojilere yatırım yapmaktadır. Örneğin bazı otellerde misafirlerin odaya yaklaştıklarında ışıkların otomatik olarak yanması veya tercih ettikleri sıcaklığın ayarlanması gibi özellikler bulunmaktadır ([Uzun, 2020](#)).

Kişiselleştirilmiş konaklama deneyimleri; büyük veri analitiği ve yapay zeka sayesinde oteller misafirlerin önceki konaklamalarından elde edilen verileri kullanarak onlara özel teklifler sunmaktadır. Oda tercihlerini önceden ayarlayabilmekte ve ilgi alanlarına uygun aktivite önerilerinde bulunabilmektedirler ([Yıldız ve Sayın, 2020](#)).

Sürdürülebilir otelcilik uygulamaları; çevre bilincinin artmasıyla birlikte enerji verimliliği, su tasarrufu, atık yönetimi ve yenilenebilir enerji kaynaklarının kullanımı gibi sürdürülebilir uygulamalar önem kazanmıştır. Dünya genelinde birçok otel “yeşil sertifikalar” olarak bu konudaki çabalarını belgelemektedirler. Türkiye’de de bazı oteller güneş panelleri kullanmakta, yağmur suyunu geri dönüştürmekte ve organik ürünler sunarak çevresel etkilerini azaltmaya çalışmaktadır ([Yalkın, 2020](#)).

Temassız teknolojiler; özellikle pandemi sonrası dönemde check-in ve check-out işlemlerinin mobil uygulamalar üzerinden yapılması, dijital anahtarlar, QR kod ile menü ve bilgi erişimi gibi temassız teknolojiler yaygınlaşmıştır. Türkiye’deki birçok otel ve tesis de bu uygulamaları hayata geçirerek misafirlerin sağlığını ve güvenliğini ön planda tutmaktadır ([Manga, 2018](#)).

Günümüzde oteller, sadece konaklama ve temel hizmet sunmanın ötesine geçerek ziyaretçilere benzersiz deneyimler sunmayı da hedeflemektedir. Bu bağlamda mimari turizm önemli bir niş Pazar olarak yükselmekte ve mimari açıdan inovasyon yapan oteller, bu alanda kilit bir rol oynamaktadır. Bu tür oteller, sadece konaklama birimi olmanın ötesine geçerek kendi başlarına birer destinasyon haline gelmekte ve birçok açıdan turizm sektörüne değer katmaktadır. Mimari turizm, özellikle estetik, kültürel ve tarihi değeri olan binaları ve yapıları ziyaret etme motivasyonu ile hareket eden turistlere hitap etmektedir. Bu alanda inovasyon yapan oteller, sıradanlığın dışına çıkarak modern tasarım ilkelerini, sürdürülebilirlik yaklaşımlarını ve bölgenin kültürel dokusunu harmanlayan yapılar sunmaktadır. Bu oteller mimari ikonlar haline gelerek şehrin veya bölgenin tanıtımına katkıda bulunmaktadır ([Yalkın, 2020](#)). İnovatif mimariye sahip oteller, misafirlerine sıra dışı ambiyanslar, özgün mekanlar ve unutulmaz anlar sunarak konaklama deneyimini zenginleştirmektedir. Odaların tasarımı, ortak alanların düzeni, kullanılan malzemeler ve ışıklandırma gibi unsurlar, misafirlerin duysal algısını etkileyerek derinlemesine bir deneyim yaşatmaktadır. Birçok inovatif otel, mimarilerini sürdürülebilirlik prensipleri üzerine kurmaktadır. Enerji verimliliği, yerel ve geri dönüştürülmüş malzeme kullanımı, doğal havalandırma sistemleri ve yeşil çatılar gibi unsurlar çevreye duyarlı turistler için önemli bir çekim noktası haline gelmektedir ([Hjalager, 2002](#)).

Mimari açıdan inovatif girişimlerde bulunan otellere örnek vermek gerekirse;

Cappadocia Cave Resort & Spa; Kapadokya’da yer alan bu otel bölgenin doğal kaya oluşumlarına oyulmuş mağara odaları ve otantik mimarisiyle dikkat çekmektedir. İnovasyon olarak geleneksel Kapadokya yaşam tarzını lüks ve modern olanaklarla birleştirmektedir ([Tekin ve Durna, 2012](#)).

Museum Hotel; Nevşehir’de bulunan otel birbirine bitişik restore edilmiş tarihi taş evlerden oluşmaktadır. Eşsiz bir mimariye sahiptir. İnovasyon olarak bünyesinde barındırdığı arkeolojik eserlerle adeta bir müzeyi andırmaktadır ([Yalkın, 2020](#)).

Adam ve Eve (Belek-Antalya); Fütüristik ve minimalist tasarımı, uzun cam koridorları ve aynalı duvarlarıyla sıra dışı bir mimariye sahiptir. İnovasyon olarak tasarım oteli konseptini ön plana çıkarmaktadır (Manga, 2018).

Divan Çukurhan; Ankara’da restore edilmiş tarihi bir kervansaray olan otel Osmanlı mimarisinin izlerini taşımaktadır. İnovasyon olarak tarihi dokuyu koruyarak modern konforu bir araya getirmektedir ([Zengin ve Dursun, 2017](#)).

Whitepod Hotel; İsviçre'dedir. Dağların yamacında yer alan jeodezik kubbelerden oluşan otel, sürdürülebilir turizm anlayışıyla dikkat çekmektedir. İnovasyon olarak doğayla uyumlu konaklama deneyimi sunmaktadır ([Bağırın Özşeker vd., 2018](#)).

Hotel Palacio de Sal; Bolivya'dadır. Tamamen tuz bloklarından inşa edilmiş otel, sıra dışı mimarisiyle öne çıkmaktadır. İnovasyon olarak yerel malzemeleri kullanarak benzersiz bir konaklama deneyimi yaratmaktadır ([Hjalager, 2002](#)).

V8 Hotel; Almanya'dadır. Otomobil temalı odaları ve garaj konsepti tasarımı ile araba tutkunlarına özel bir deneyim sunmaktadır. İnovasyon olarak niş bir kitleye hitap eden özgün bir konsept geliştirmektedir.

Hotel de Glace; Kanada'dadır. Her kış buzdan yeniden inşa edilen otel geçici yapısıyla dikkat çekmektedir. Mevsimsel ve sıra dışı bir deneyim kazandırmaktadır.

Henn-na Hotel; Hizmet robotlarının ön saflarda kullanımının dikkate değer bir örneği konaklama endüstrisi Japonya'daki Henn-na Otelidir. Henn-na oteli 2015'in ortasında açılmış ve müşterilerin tüm hizmet deneyimi boyunca çalışan insanlarla hiçbir temasının olmadığı, tam otomatik, robot personelin bulunduğu ilk otel olduğu söylenmektedir ([Kutanis ve Mesci, 2013](#)).

Bu oteller, coğrafyanın özelliklerini yansıtan, sürdürülebilirliği ön planda tutan, teknoloji ile entegre edilmiş veya tamamen sıra dışı konseptlere sahip mimarileriyle öne çıkmaktadır. İnovasyon sadece tasarımlarında değil aynı zamanda sundukları benzersiz deneyimlerde de kendini göstermektedir.

Yiyecek-İçecek İşletmelerinde İnovasyon

Günümüz rekabetçi Pazar koşullarında yiyecek ve içecek sektörü, dinamik yapısı ve tüketici beklentilerinin sürekli değişmesiyle öne çıkmaktadır. Bu yoğun ortamda işletmelerin ayakta kalması, büyümesi ve sürdürülebilir başarı elde etmesi için inovasyon artık lüks değil stratejik bir zorunluluktur. İnovasyon sadece yeni ürünler sunmakla kalmaz aynı zamanda süreçleri iyileştirmeyi, hizmet kalitesini artırmayı ve müşteri deneyimini zenginleştirmeyi de kapsar. Yiyecek içecek sektöründe sayısız işletme faaliyet göstermektedir. Bu kalabalıkta fark yaratmanın en etkili yolu inovasyondur. Örneğin glutensiz ve vegan seçenekler sunan yeni bir kafe, geleneksel menülerle sınırlı rakiplerine karşı önemli bir avantaj elde edebilmektedir. Yiyecek ve içecek işletmeleri için inovasyon, sadece ayakta kalmanın değil aynı zamanda geleceği şekillendirmenin de anahtarıdır. Tüketici beklentilerini anlama, teknolojik gelişmeleri takip etme ve yaratıcı çözümler üretme yeteneği, bu dinamik sektörde başarıya ulaşmanın vazgeçilmez bir parçasıdır. İşletmelerin bu bilince sahip olarak sürekli yenilikçi adımlar atması, sürdürülebilir bir gelecek inşa etmelerini sağlayacaktır ([Çetin ve Şahin, 2018](#)).

Yiyecek içecek işletmelerinde yapılan inovasyon uygulamalarını şu şekilde sıralamak mümkündür;

Robot garsonlar ve otomatik sipariş sistemleri; özellikle yoğun restoranlarda ve otellerin büfelerinde sipariş alımını ve servis işlemlerini hızlandırmak için robot garsonlar veya tablet üzerinden sipariş sistemleri kullanılmaktadır. Dünya genelinde bazı restoranlar tamamen robotlar tarafından işletilmektedir. Türkiye'de henüz yaygınlaşmasa da bazı büyük otellerde ve turistik tesislerde bu tür uygulamaların denemeleri yapıldığı bilinmektedir ([Kalay ve Kızıldere, 2015](#)).

Artırılmış gerçeklik menüleri; müşterilerin sipariş vermeden önce yemeğin görselini veya hazırlanışını artırılmış gerçeklik uygulamaları sayesinde görmelerini sağlayan interaktif menüler geliştirilmektedir. Bu sayede müşteriler daha bilinçli seçimler yapabilmektedir ([Zengin ve Dursun, 2017](#)).

Sürdürülebilir gastronomi; yerel ve mevsimlik ürünlerin kullanımı, gıda atıklarının azaltılması, organik ve doğal ürünlere yönelim gibi sürdürülebilir gastronomi prensipleri önem kazanmaktadır.

Kişiselleştirilmiş beslenme seçenekleri; müşterilerin alerjileri, diyet tercihleri veya sağlık durumlarına göre kişiselleştirilmiş menüler ve tarifler sunulmaktadır. Yapay zeka destekli uygulamalar, müşterilerin beslenme ihtiyaçlarına uygun önerilerde bulunabilmektedir ([Çetin ve Şahin, 2018](#)).

Animasyon İşletmelerinde İnovasyon

Animasyon sektörü, sürekli gelişen teknoloji, değişen tüketici beklentileri ve küresel rekabet ile dinamik bir yapıya sahiptir. Animasyon işletmeleri için inovasyon sadece bir büyüme aracı değil aynı zamanda hayatta kalma sürdürülebilirlik için kritik bir zorunluluktur. İnovasyon, animasyon stüdyolarının mevcut iş yapış biçimlerini yeniden düşünmelerini, yeni teknolojileri benimsemelerini ve yaratıcı süreçlerini zenginleştirmesini sağlar. Küresel animasyon pazarı oldukça rekabetçi bir arenadır. Disney, Pixar, DreamWorks gibi köklü stüdyoların yanı sıra bağımsız ve butik stüdyolar da sürekli yeni içerikler ve görsel deneyimler sunmaktadır. Bu ortamda farklılaşmak ve öne çıkmak için yeni yaklaşımlar şarttır. Animasyon, teknolojiyle iç içe bir alandır. Sanal gerçeklik, artırılmış gerçeklik, yapay zekâ, makine öğrenimi ve gerçek zamanlı teknolojiler animasyon üretim süreçlerini değiştirmektedir.

Teknoloji destekli eğlence; sanal gerçeklik, artırılmış gerçeklik ve interaktif oyunlar gibi teknolojiler, animasyon programlarına entegre edilerek daha sürükleyici ve eğlenceli deneyimler sunulmaktadır.

Tematik ve hikaye tabanlı animasyonlar; misafirlerin katılımını teşvik eden, belirli temalar etrafında kurgulanmış ve hikaye anlatımına dayalı animasyon gösterileri ve aktiviteleri popülerleşmektedir. Bu sayede eğlence daha anlamlı ve akılda kalıcı hale gelmektedir (Zengin ve Dursun, 2017).

Yerel kültürü yansıtan animasyonlar; ziyaret edilen bölgenin kültürünü, geleneklerini, müziğini ve danslarını misafirlere deneyimleten animasyon gösterileri ve atölye çalışmaları ilgi görmektedir. Bu sayede turizm sadece eğlence değil aynı zamanda kültürel bir alışveriş dönüşümüdür.

Sürdürülebilir ve eğitici animasyonlar; çevre bilinci, geri dönüşüm, doğal yaşamın korunması gibi temaları içeren eğitici ve eğlenceli animasyon aktiviteleri özellikle çocuklu aileler için önem taşımaktadır.

Seyahat İşletmelerinde İnovasyon

Seyahat sektöründe inovasyon, sadece bir avantaj değil aynı zamanda hayatta kalmak ve başarılı olmak için bir zorunluluk haline gelmiştir. Teknolojinin gelişimi, küresel olaylar ve tüketici beklentilerindeki sürekli değişim seyahat işletmelerini sürekli olarak yenilikçi çözümler üretmeye itmektedir. Modern gezginler, kişiselleştirilmiş deneyimler, esneklik, sürdürülebilirlik ve teknoloji entegrasyonu gibi yeni beklentilere sahiptir. Geleneksel yaklaşımlar artık bu ihtiyaçları karşılamakta yetersiz kalmaktadır. İnovasyon, işletmelerin ve gezginlerin beklentilerine yönelik yeni ürünler, hizmetler ve deneyimler geliştirmesini sağlar. Örneğin yapay zekâ destekli seyahat planlayıcıları, sanal gerçeklik ile destinasyon tanıtımları veya esnek iptal politikaları gibi yenilikler tüketici memnuniyetini artırabilir. Seyahat sektörü, büyük şirketlerden butik işletmelere kadar geniş bir yelpazede yoğun rekabetin yaşandığı bir alandır. Farklılaşmak ve pazarda öne çıkmak için inovasyon şarttır (Yalkın, 2020). Rakip firmaların sunmadığı benzersiz hizmetler, operasyonel verimliliği artıran yeni teknolojiler veya niş pazarlara yönelik özel çözümler, işletmelerin rekabette öne çıkmasını sağlar. Seyahat işletmelerinde inovasyon, sadece teknolojik gelişmelerle sınırlı değildir aynı zamanda iş modellerinde, müşteri deneyimlerinde, pazarlama stratejilerinde ve organizasyonel kültürde sürekli bir yenilenmeyi ifade etmektedir. Ayakta kalmak, büyümek ve değişen dünyaya ayak uydurmak isteyen her seyahat işletmesinin inovasyonu stratejik önceliklerinin başına koyması gerekmektedir. İnovasyon, seyahat sektörünü geleceğe taşıyacak temel itici güçtür (Vardar, 2018).

Seyahat sektöründe yapılan inovasyon faaliyetleri şu şekilde sıralanabilir;

Yapay zekâ destekli seyahat planlama; yapay zeka algoritmaları, kullanıcıların tercihlerini, bütçelerini ve seyahat tarihlerini analiz ederek kişiselleştirilmiş seyahat rotaları ve önerileri sunmaktadır. Chatbotlar aracılığıyla 7/24 destek ve bilgi sağlanmaktadır.

Sanal gerçeklik ile destinasyon tanıtımı; potansiyel turistlere seyahat edecekleri yerleri sanal gerçeklik deneyimleri aracılığıyla önceden keşfetme olanağı sunulmaktadır. Bu sayede karar verme süreçleri kolaylaşmakta ve beklentiler daha netleşmektedir.

Blokchain teknolojisi ile güvenli ve şeffaf işlemler; Blokchain, biletleme, konaklama rezervasyonları ve diğer turizm hizmetlerinin daha güvenli, şeffaf ve verimli bir şekilde gerçekleştirilmesini sağlamaktadır. Akıllı sözleşmeler sayesinde araçlar ortadan kalkarak maliyetler düşmektedir (Manga, 2018).

Meet Sam; Meet Sam FCM Travel Solution Asia tarafından kullanılmakta olan bir yapay zekâ destekli sohbet robotudur. Müşteriler Meet Sam aracılığı ile seyahat öncesi bilgilendirilebilmektedir. Meet Sam misafirlere çeşitli öneriler sunabilmekte ve müşterilerin taleplerini karşılayabilmektedir. Meet Sam sayesinde yapılan QR kod kullanımıyla müşteriler restoran hizmetlerini puanlayabilmektedir. Bu durum restoranların kalitelerini arttırabilmelerini ve bazı düzeltici önlemler alabilmelerini sağlamaktadır (Yalkın, 2020).

Turizmde İnovasyon İle İlgili Yapılmış Akademik Çalışmalar

Turizm sektörü dinamik yapısı ve sürekli değişen tüketici beklentileriyle inovasyona en çok ihtiyaç duyan alanlardan biridir. Küresel rekabetin giderek arttığı günümüzde bir destinasyonun veya işletmenin ayakta kalabilmesi ve gelişebilmesi için yenilikçi yaklaşımlar benimsemesi kaçınılmazdır. Turizmde inovasyonun önemi oldukça yüksektir. Bu yüzden bu alanda yapılmış akademik çalışmalar da mevcuttur. Bunlardan bazıları aşağıda sıralanmıştır.

Zhang'in 2024 yılında yaptığı "Yenilikçi şehir inşaatı, turistik destinasyonların rekabet gücünü artırıyor mu?" başlıklı çalışmada yenilikçi şehir inşaatının turist destinasyonlarında rekabet gücünü önemli ölçüde etkilediğini tespit etmiştir.

Lai vd. 2024 yılında yaptıkları araştırmada yenilikçi şehir politikasının yerel inovasyonu teşvik ettiği, patent alma sayısını artırdığı sonucuna ulaşmışlardır.

[Burton vd. 2025](#) yılında yaptıkları çalışmada sosyal inovasyona odaklanılarak sürdürülebilir turizmin gelişimi incelenmiştir. Sosyal girişimcilik faktörleri ve inovasyon arasında güçlü bir ilişki olduğunu bulmuşlardır.

[Ku ve Chen'in 2024](#)'te yaptıkları çalışmada turizm işletmelerinde yapay zekâ inovasyonu ile müşterilere sunulan hizmetlerden aldıkları memnuniyet düzeyi incelenmiştir.

[Schuhbert vd.'nin 2023](#) yılında yaptıkları çalışmada turizm sektörünün yenilikçi kapasitesinin akıllı şehirler oluşturmadaki etkisi incelenmiştir. Dijital iş ekosistemlerinin kullanılmasıyla turizmin geleceğinin olumlu yönde ilerleyeceğini ifade etmişlerdir.

[Mahato vd.'nin 2021](#)'de yaptıkları "Sosyal inovasyon için tasarım düşüncesi: turizm sosyal girişimcileri için başarının sırları" başlıklı çalışmalarında turizm sektöründeki sosyal girişimcilerin eğitim eksikliklerinin olmasına rağmen yenilikçi yeteneklerinin teşvik edildiği belirtilmiştir.

[Tuyen'in 2025](#) yılında "Yenilik çağında sürdürülebilir turizm; ilerleme ve potansiyelin bibliyometrik bir araştırması" başlıklı çalışmasında Scopus veri tabanındaki konuyla ilgili araştırmalar incelenmiştir. Sürdürülebilirlik odaklı yenilikçi çalışmalar olduğunu ifade etmiştir. Turizm işletmeleri ve politika yapıcılar için önerilerde bulunmuştur.

[Elkhwesky vd.'nin 2024](#) yılında turizm sektöründe sürdürülebilir inovasyon çalışmalarını inceleyerek eleştirel bir bakış açısı geliştirmişlerdir.

[Marques vd.'in 2022](#)'de yaptıkları "Topluluk tabanlı turizmde yenilikler: Santo Elena Eyaleti'ndeki kırsal turizmde sosyal sorumluluk eylemleri" başlıklı çalışmalarında toplum temelli turizm uygulayan topluluklarda yapılan faaliyetler ve sosyal sorumluluk boyutları arasındaki ilişki incelenmiştir. Araştırma sonucunda kırsal toplulukların turist destinasyonu olarak sürdürülebilirliğini etkileyen yerel kalkınma göstergeleri tespit edilmiştir.

[Özkoç ve Kemer'in 2018](#) yılında yaptıkları çalışmada kurumsallaşma ve örgütte yapılan yenilikçi çalışmaların arasında pozitif doğrultulu bir ilişki olduğu ifade edilmiştir.

Karakuş'un 2018'de yapmış olduğu çalışmasında kriz anlarında yapılan inovasyon çalışmalarının kısmi de olsa etkisi olduğu sonucuna ulaşmıştır.

[Topsakal vd.'nin 2018](#) yılında yaptıkları çalışmada hizmet kalitesinin artması adına küçük ve orta büyüklükteki işletmelerin inovasyon çalışmaları yürüttüklerini belirtmişlerdir. Aynı zamanda inovasyon çalışmalarında maliyeti bir engel olarak dile getiren turizm işletmeleri olduğunu tespit etmişlerdir.

[Saçlı vd.'nin 2018](#)'de yaptıkları çalışmada turizm işletmelerinin sürdürülebilirlik ve sosyal sosyal sorumluluk kapsamında yaptıkları inovasyon çalışmalarının marka değerini artırdığı sonucuna ulaşmışlardır.

[Vardar'in 2018](#)'de yaptığı çalışmasında otel işletmelerinin yenilikçi faaliyetlere yönelik eğilimlerini incelemiştir. Çalışma sonucunda otel yöneticilerinin işletme performansında bireysel yenilikçilik faaliyetlerine ilişkin olumsuz bir algısı olduğunu tespit etmiştir.

[Türk ve Kara'nın 2018](#) yılında yaptıkları çalışmada turizm alanındaki genç yöneticilerin inovasyon anlayışları üzerinde durulmuştur. Yönetimde çağdaşlık anlayışını benimseyen genç yöneticilerin yenilikçi çalışmalarda oldukça istekli olduklarını dile getirmişlerdir.

[Yıldız vd.'nin 2018](#)'de lisans düzeyinde turizm eğitimi alan öğrencilerin bireysel yenilikçilik algısı ölçülmüştür. Çalışma sonucunda turizm meslek liselerinden mezun olan öğrencilerin inovatif çalışmalarda daha istekli ve gönüllü oldukları tespit edilmiştir.

[Işık ve Uzun'un 2018](#)'de yaptıkları çalışmada konaklama işletmesi yöneticilerinin iç girişimcilik algılarının yüksek olduğunu, ürün ve pazar yenilikçiliğine önem verdiklerini açıklamışlardır.

[Yavuz'un 2018](#) yılında yaptığı araştırmasında akıllı teknolojilerin kullanılmasının turizm sektörünü uzun bir süredir etkilediğini ifade etmiştir.

[Eşitti ve Erdem 2017](#) yılında yiyecek-icecek işletmelerine birey, örgüt ve inovasyon konularında bir araştırma yapmışlardır. Araştırma sonucunda örgüt ve birey uyumunun örgütsel düzeyde inovasyonu pozitif yönde etkilediğini belirtmişlerdir.

[Ceylanlar vd.'nin 2017](#)'de yaptıkları çalışmada turizm sektöründe sanal gerçeklik uygulamalarının kullanılmasının hizmet ve pazarlama açısından olumlu katkıları olduğunu açıklamışlardır.

[Çakmak ve Demirkol 2017](#) yılında turist rehberleri üzerine bir çalışma yapmışlardır. Çalışmada teknolojik gelişmelerin mesleği olumlu yönde etkilediği sonucuna ulaşmışlardır.

[Işık vd.'nin 2016](#) yılında potansiyel kadın turizmciilerin inovasyon eğilimlerinin ölçüldüğü çalışmada kadın girişimcilerin inovasyon algılarının yüksek olduğu tespit edilmiştir.

[Işık vd.'nin 2016](#) yılında yiyecek-içecek işletmesi müşterilerine yaptıkları çalışmada e-tablet menü gibi inovatif ürünlerin müşteri memnuniyeti üzerinde olumlu etkileri olduğunu, sipariş ve bekleme süresinin kıaldığını dile getirmişlerdir.

[Cengiz'in 2012](#)'de otel yöneticilerinin yenilik anlayışlarının ölçüldüğü çalışmada maliyet, müşteri talebi, personel niteliği gibi konuların yenilik faaliyetlerini etkilediği görülmüştür.

[Zerenler ve Karakuş'un 2017](#) yılında yaptıkları çalışmada çalışanların performansı üzerinde ürün ve süreç yeniliğinin pozitif bir katkısı olduğu belirtilmiştir.

[Zengin ve Dursun'un 2017](#)'de yaptıkları çalışmada otel işletmelerinin daha çok mimari yönde inovasyon çalışmaları yaptıklarını açıklamışlardır.

[Şen ve Çetinkaya'nın 2017](#) yılında yaptıkları araştırmada küçük ölçekli konaklama işletmelerinin yaptıkları inovasyon etkinliklerinin işletme performansını olumlu yönde etkilediği sonucuna ulaşmışlardır.

[Erdem vd.'nin 2013](#)'te otel işletmelerine yaptıkları çalışmada zincir otellerin Pazar yönlü inovasyon çalışmaları yaptıklarını, beş yıldızlı otellerin ise daha çok inovasyon yönlü olduklarını tespit etmişlerdir.

Sonuç

İnovasyon, turizm sektörü için vazgeçilmez bir itici güçtür. Sektörün sürekli değişen dinamikleri karşısında ayakta kalabilmesi, rekabetçi avantaj elde edebilmesi ve sürdürülebilir bir gelecek inşa edebilmesi için inovasyon kritik bir rol oynamaktadır. Turizm sadece bir seyahat faaliyeti olmaktan çıkıp deneyimlerin, duyguların ve keşiflerin bütüncül bir alanı haline gelirken bu dönüşümün merkezinde inovatif yaklaşımlar yer almaktadır. Konaklama işletmelerinden seyahat acentelerine, yiyecek-içecek sektöründen rekreasyonel tesislere kadar turizm ekosisteminin her bir bileşeni, inovasyonun somut faydalarını deneyimlemektedir. Dijital teknolojilerin entegrasyonu ile sunulan kişiselleştirilmiş hizmetler, sürdürülebilirlik odaklı uygulamalarla geliştirilen çevre dostu ürünleri, yapay zekâ destekli müşteri ilişkileri yönetimi ve sanal gerçeklik ile zenginleştirilmiş deneyimler turizmde uygulanan inovasyon örneklerinin bir kaçıdır. Bu uygulamalar hem misafir memnuniyetini artırarak sadakati pekiştirmekte hem de operasyonel verimliliği yükselterek maliyet avantajları sağlamaktadır. Özellikle turizm gibi insan odaklı bir sektörde misafirlerin değişen beklentilerini anlama, onlara özgün ve unutulmaz deneyimler sunma kapasitesi inovasyonun en değerli çıktılarından biridir. Bu bağlamda yerel kültürün turizmle entegrasyonu, toplumsal fayda sağlayan turizm girişimleri ve kapsayıcı turizm yaklaşımları da inovasyonun farklı boyutlarını yansıtmaktadır.

Bu araştırmada, turizm sektörünün günümüzdeki rekabetçi ve hızla değişen koşullarında inovasyonun vazgeçilmez rolünü kapsamlı bir şekilde ele alınmıştır. Turizm, sadece doğal ve kültürel güzellikleriyle değil aynı zamanda yenilikçi yaklaşımlarla sunulan hizmetler, yaratıcı deneyimler ve akıllı teknolojilerle de farklılaşma potansiyeli taşımaktadır. Çalışma, turizmde inovasyonun sadece teknolojik araçlarla sınırlı olmadığını aynı zamanda yeni iş modelleri, operasyonel süreç iyileştirmeleri, sürdürülebilirlik odaklı çözümler ve kişiselleştirilmiş müşteri deneyimleri yaratma gibi geniş bir yelpazeyi kapsadığını göstermiştir. Yapılan inovasyon uygulamaları analizleri, destinasyonların ve işletmelerin Pazar liderliğini sürdürmek, müşteri memnuniyetini artırmak ve yeni değer zincirleri oluşturmak adına inovasyona stratejik bir yatırım yapmalarının önemini ortaya koymuştur. Gelecekte turizm sektörünün daha dirençli, kapsayıcı ve çevreye duyarlı bir yapıya bürünmesi için inovasyonun itici gücü kritik rol oynamaya devam edecektir. İklim değişikliği, demografik değişimler, güvenlik endişeleri ve teknolojik devrimler gibi küresel eğilimler turizm işletmelerini sürekli olarak yenilikçi çözümler üretmeye teşvik edecektir. Bu nedenle sektördeki tüm paydaşların, inovasyonu bir zorunluluktan ziyade bir fırsat olarak görmesi, AR-GE faaliyetlerine yatırım yapması, üniversite-sanayi işbirliklerini güçlendirmesi ve esnek, öğrenen organizasyon yapıları oluşturması büyük önem taşımaktadır. Bu bağlamda turizm sektöründeki tüm paydaşların inovasyona açık bir zihniyet benimsemesi ve iş birliği içinde hareket etmesi sektörün sürdürülebilir başarısı için temel bir koşuldur.

İnovasyon ve turizm arasındaki simbiyotik ilişki, sektörün dinamik yapısının temelini oluşturmaktadır. İnovasyon, turizmi sadece mevcut talebi karşılayan bir sektör olmaktan çıkarıp geleceğin seyahat deneyimlerini şekillendiren, sınırları zorlayan ve sürdürülebilir kalkınmaya katkıda bulunan bir güce dönüştürmektedir. Bu dönüşümde başarılı olan işletmeler, hem kendi geleceklerini garanti altına alacak hem de küresel turizm sahnesinde Türkiye'nin rekabet gücünü artıracaktır.

Etik Kurul Onayı: 5237 sayılı Türk Ceza Kanunu Madde 90, Yükseköğretim Kurulu Başkanlığı TR Dizin Etik Kurul Kriterleri ve Türkiye'nin taraf olduğu anlaşmalar gereğince insandan anket, mülakat, odak grup çalışması, deney vb. yollarla veri toplanmasını içeren çalışmalarda Etik Kurul Onay Belgesi alınması zorunludur. 2020 yılı öncesinden tamamlanmış çalışmalardan Etik Kurul Onay Belgesi istenmemektedir.

Etik Onayı: Bu çalışmanın tüm aşamalarında etik kurallara riayet edildiğini yazar beyan eder. Aksi bir durumun *Journal of Tourism Research*'in hiçbir sorumluluğu olmayıp, tüm sorumluluk yazara aittir.

Yazar Katkıları: Fikir-Z.I.; Tasarım- Z.I ve M. F.I.; Denetleme- M.F.I.; Kaynaklar- T.E. Y.; Veri Toplanması ve/veya İşlemesi- Tüm yazarlar.; Analiz ve/ veya Yorum- Tüm yazarlar.; Literatür Taraması- Tüm Yazarlar; Yazıyı Yazan- Tüm yazarlar.; Eleştirel İnceleme- M..F.I.

Hakem Değerlendirmesi: Dış bağımsız.

Çıkar Çatışması: Yazarlar, çıkar çatışması olmadığını beyan etmiştir.

Finansal Destek: Yazarlar, bu çalışma için finansal destek almadığını beyan etmiştir.

Ethics Committee Approval: In accordance with Article 90 of the Turkish Penal Code No. 5237, TR Index Ethics Committee Criteria of the Council of Higher Education and the agreements to which Turkey is a party, it is mandatory to obtain an Ethics Committee Approval Certificate for studies involving data collection from humans through surveys, interviews, focus group studies, experiments, etc. For studies completed before 2020, an Ethics Committee Approval Document is not required.

Ethics Approval: The author confirm that ethical principles have been adhered to throughout the course of this study. In the event that this is not the case, the responsibility lies with the author and not with the *Journal of Tourism Research*.

Author Contributions: Concept - M.İ.; Design- M.İ.; Supervision M.İ.; Resources- M.İ.; Data Collection and/or Processing- M.İ.; Analysis and/or Interpretation- M.İ.; Literature Search- M.İ.; Writing Manuscript M.İ.; Critical Review- M.İ.

Peer-review: Externally peer-reviewed.

Conflict of Interest: The authors have no conflicts of interest to declare.

Financial Disclosure: The authors declared that this study has received no financial support.

KAYNAKÇA

- Akın, M. Ş. (2020). 'Açık İnovasyonun Kurgulanması ve Türkiye'deki Kısıtlı Gelişmeler. *Bilgi Ekonomisi ve Yönetimi Dergisi*, 15(1), 29-39.
- Arpacı, İ. (2011). Kamu Kuramlarında Teknolojik İnovasyon ve İnovasyon Politikası. *ODTÜ Gelişme Dergisi*, 7(2), 111-123.
- Aslan, İ. (2019). İşletme Yönetiminde Stratejik Rekabet Üstünlüğünün Sağlanmasında; Bir Aracı Olarak İnovasyon Stratejilerinin Önemi. *Uluslararası sosyal ve Beşerî Bilimler Araştırma Dergisi*, 6(32), 9-21.
- Atakan, S. C. (2017). Yenilik Stratejileri İle Yenilik Performansı Arasındaki İlişki. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Girişimcilik Dergisi*, 1(2), 29-42.
- Ayhün, S. E. & Külçü, M. F. (2018). Pazar Odaklılık, Marka Yönetim Yetenekleri ve Örgütsel Performans İlişkisi: Otomotiv Sektöründe Bir Alan Araştırması. *Karabük Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 8(2), 270287.
- Bağırhan Özşeker, D., Kurgun, H. & Kurgun O. A. (2018). Otel İşletmelerinde İş Modeli İnovasyonunda Stratejik Bir Yaklaşım Olarak İnovasyon Radarı: Swissotel Büyük Efes İzmir Örnek Olay Çalışması, *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 6(3), 133-170.
- Bozat, Z. A. (2017). Kadın Girişimciler ve İnovasyon; Topluluktan Faydalanma Yönteminin Getirebileceği Çözümler: Şişli Bölgesindeki Kadın Girişimciler. *AÇÜ Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi*, 3(1), 26-37.
- Bulut, E. & Akçacı, T. (2017). Endüstri 4.0 ve İnovasyon Göstergeleri Kapsamında Türkiye Analizi. *ASSAM Uluslararası Hakemli Dergi*, 4(7), 55-77.
- Burton, A., Pikkemaat, B. & Dickinger, A. (2025). Unlocking Sustainable Tourism: Exploring The Drivers And Barriers Of SocialInnovation In Community Model Destinations. *Journal of Destination Marketing & Management*, 36, 1-10.

- Cengiz, M. (2012). *Alanya Bölgesindeki Dört ve Beş Yıldızlı Otellerde Çalışan Yöneticilerin Yenilikçilik Anlayışı*. Antalya (Tez No: 312618). [Yüksek Lisans Tezi, Akdeniz Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü]. YÖK Tez Merkezi.
- Ceylanlar, A. N., Seçilmiş, C., & Arslan, O. (2017). Turizmde Pazarlama ve Hizmet İnovasyonu Açısından Sanal Gerçeklik Uygulamaları, *Mersin I. International Congress on Future of Tourism: Innovation, Entrepreneurship and Sustainability*, s. 1131-1138.
- Cop, R., Candaş, N. & Akşit, N. (2012). Stratejik Pazarlama Kararlarında Bölümlendirme, Hedef Pazar ve Konumlandırmanın Önemi: Bolu İlinde Bulunan Otel İşletmeleri Üzerine Nitel Bir Araştırma. *Abant İzzet Baysal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 1(24), 35-52.
- Çakmak, T. F. & Demirkol, Ş. (2017). Teknolojik Gelişmelerin Turist Rehberliği Mesleğine Etkileri Üzerine Bir Swot Analizi. *Bingöl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 7, 221-235.
- Çetin, S. A. & Şahin, B. (2018). Aşçıların Beş Faktör Kişilik Özeltikleri ile Bireysel İnovasyon Algısı İlişkisi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 6(4), 419-447.
- Drucker, P. F. (2014). *The Discipline of Innovation*, Harvard Business Rewiew, November– December, 6, 3-8.
- Elkhwesky, Z., Manzani, Y. & Salem, I. E. (2024). Driving Hospitality And Tourism To Foster Sustainable Innovation: A Systematic Review Of COVID-19-Related Studies And Practical Implications In The Digital Era. *Tourism and Hospitality Research*, 24(1), 115–133.
- Erdem, B., Gül, K., & Gül, M. (2013). Pazar Yönlülük, İnovasyon Yönlülük ve Firma Performansı İlişkisi: Ankara'da Faaliyet Gösteren Dört ve Beş Yıldızlı Otel İşletmelerinde Bir Araştırma. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 5(2), 74-104.
- Eş, A. & Eren, D. (2021). Mutfak Turizmi Hedef Pazarlarının Çok Kriterli Karar Verme Yöntemiyle Belirlenmesi. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 20(78), 1204-1224.
- Eşitti, B., & Erdem, S. H. (2017). Birey-Örgüt Uyumunun Örgütsel İnovasyon Üzerindeki Etkileri: Yiyecek-İçecek İşletmeleri Üzerine Bir Araştırma. *MANAS Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 6(4), 475-479.
- Gündüz, M. & Parlak, N. (2022). Ekonomik Kalkınma, Rekabet ve İnovasyon İlişkisinin Panel Veri Analizi ile İncelenmesi: G20 Ülkeler Örneği. *Uluslararası Sosyal Bilimler Akademik Araştırmalar Dergisi*, 6(12), 117-133.
- Hancıoğlu, Y. & Atay, Ö. (2018). Dünya İnovasyon Lideri İsviçre ve Türkiye Ulusal İnovasyon Sistemlerinin Karşılaştırmalı Bir Değerlendirmesi. *İşletme Fakültesi Dergisi*, 19(1), 51-88.
- Hjalager, A. M. (2002). Repairing Innovation Defectiveness in Tourism. *Tourism Management*, 5(23), 465-474.
- Işık, C., Işık, M. F. & Işık, Z. (2016). Yiyecek-İçecek İşletmeleri Müşterilerinin E-Tablet Menü Kullanımına Bakışı: Erzurum İli Örneği. *Atatürk İletişim Dergisi*, 11, 111-124.
- Işık, C., Tırak, L. & Işık, Z. (2016). Potansiyel Kadın Turizmcilerin Girişimcilik ve İnovasyon Eğilimlerinin Belirlenmesi. *Ekonomi, Yönetim ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 1(1), 31-44.
- Işık, M. F. & Başar, S. (2019). İş Yaşam Kalitesinin İşten Ayrılma Niyeti Üzerindeki Rolü: Erzurum İli Palandöken Kış Turizmi Merkezindeki Çalışanlar Üzerinde Bir Uygulama. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 12 (66), 1074-1085.
- Işık, N. & Uzun, C. (2018). *Alanya Otel İşletmelerinde İç Girişimcilik Algısı*. VII. Ulusal III. Uluslararası Doğu Akdeniz Turizm Sempozyumu Bildiri Kitabı, 20-21 Nisan 2018, Iskenderun, s. 14-26.
- Kalay, F. & Kızıldere, C. (2015). Türk İşletmelerinin İnovasyon Performansını Etkileyen Faktörler Üzerine Bir Araştırma. *ODÜ Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi*, 5(13), 36-63.
- Karagöz, M., Gökşen, Y. & Eminağaoğlu, M. (2020). Teknoparklar Odağında Açık İnovasyon Etkisi: Dokuz Eylül Teknoloji Geliştirme Bölgesi İncelemesi. *İzmir İktisat Dergisi*, 35(4), 677-695.
- Karakuş, G. (2021). Ar-Ge Tasarım Merkezi Nedir? Türkiye'de Ar-Ge ve Tasarım Merkez Kurulum Sürecine İlişkin Bir Araştırma. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 23(3), 1381-1404.
- Ku, E. & Chen, C. (2024). Artificial Intelligence Innovation Of Tourism Businesses: From Satisfied Tourists To Continued Service Usage Intention. *International Journal of Information Management*, 76, 1-15.

- Kutanis, R. & Mesci, M. (2013). A Research Aimed at Determining the Mediating Effect of Intra- Organizational Dynamics in The Relationship Between Information Management and Innovation. *Ege Academic Review*, 13 (3), 367-381.
- Lai, M., Fang, J., & Xie, R. (2024). Does Regional Innovation Policy Encourage Firm Indigenous Innovation? Evidence From A Quasi-Natural Experiment of the Pilot Project of Innovative Cities In China. *Applied Economics*, 56(15), 1817-1833.
- Mahato, S. S., Phi, G. T. & Prats, L. (2021). Design Thinking for Social Innovation: Secrets To Success For Tourism Social Entrepreneurs. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 49, 396-406.
- Manga, M. (2018). *İnovasyon ve Turizm İlişkisi, Makroekonomik Göstergelerle Turizm Ekonomisi*, (Işık, N. ve Dineri, E.), Nobel Yayıncılık.
- Marques, C.G., Pedro, J.P. & Araújo, I. A. (2023). Systematic Literature Review of Gamification in/for Cultural Heritage: Leveling up, Going Beyond. *Heritage*, 6, 5935-5951.
- Özdemir, L. & Sönmez, R. V. (2018). Örgütsel Kültürün Ürün İnovasyonu Üzerinde Etkisine Yönelik Bir Araştırma. *Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi*, 9(21), 14-26.
- Özdokur, S. & Ege, Z. (2019). İstanbul Bölgesindeki Restoran Yöneticilerinin İnovasyon Anlayışı. *Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 16(1), 279-303.
- Özkoç, A. G. & Kemer, E. (2017). Konaklama İşletmelerinde Kurumsallaşmanın Örgütsel Yenilik Açısından Stratejik Rolü. *Gaziantep University Journal of Social Sciences*, 16 (2), 568-578.
- Saçlı, Ç., Ersöz, B. & Kahraman, C. Ö. (2018). *Turizm İşletmelerinin İnovatif Uygulamalarının Turizmde Sürdürülebilirlik Çerçevesinde İncelenmesi*. II. International Congress on Future of Tourism: Innovation, Entrepreneurship and Sustainability Bildiriler Kitabı, Mersin / Türkiye, s. 757-760.
- Seçilmiş, N. & Konu, A. (2019). OECD Ülkelerinde Ar-Ge Teşvikleri ve İnovasyon İlişkisi Üzerine Ampirik Bir İnceleme. *Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 16(2), 686-702.
- Seçilmiş, A., Thees, H., & Pechlaner, H. (2023). Deep And Organizational Learning As Innovation Catalyzer In Digital Business Ecosystems- A Scenario Analysis On The Tourism Destination Berlin. *European Journal of Innovation Management*, 27(8), 2419-2456.
- Şahbaz, A. & Tanyeri, M. (2018). Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmelerde İnovasyona Yönelik Tutumlar ve İnovasyon Engelleri: Çanakkale İlinde Kobiler Üzerine Bir Araştırma. *Çanakkale On sekiz Mart Üniversitesi Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi*, 3(2), 233-263.
- Şen, L. M. & Çetinkaya, Ç. (2017). İnovasyonun Küçük Ölçekli Otel İşletmelerinin Performansına Etkisi: İstanbul Örneği. *International Journal of Academic Value Studies*, 3(11), 235-243.
- Tekin, Y. & Durna, U. (2012). Otel İşletmelerinde Yenilik Yönetimi Uygulamaları Alanya'da Beş ve Dört Yıldızlı Otel İşletmelerinde Bir Araştırma. *Journal of Alanya Faculty of Business/Alanya İisletme Fakültesi Dergisi*, 4(3).
- Topsakal, Y., Çelik, P. & Yüzbaşıoğlu, N. (2018). Küçük ve Orta Boy Turizm İşletmelerinde (Kobti) İnovasyon: Kaleiçi, Antalya Örneği. *Turkish Studies*, 13(3), 737-752.
- Tuyen, T. (2025). Sustainable Tourism In The Age Of Innovation: A Bibliometric Exploration Ofprogress and Potential. *Journal of Tourism, Sustainability and Well-being*, 13, 55-71.
- Türk, M., & Kara, E. (2018). Genç Lider Yöneticilerin İnovasyon Anlayışı: Turizm Sektörü Üzerine Bir Alan Araştırması. *Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, 8(8), 110-124.
- Uygun, U. & Durmuş, M. E. (2020). Türkiye'deki Ar-Ge Harcamaları ve Ekonomik Büyüme İlişkisinin Ekonometrik Analizi. *Uluslararası Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 6(2), 31-41.
- Uzun, C. (2020). Turizm İşletmelerinde İnovasyon Stratejileri. *Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi Turizm Fakültesi Dergisi*, 23(2), 271-294.
- Vardar, S. (2018). *İşletme Yenilikçiliği ve Yöneticilerin Bireysel Yenilikçi Davranış Eğilimlerinin Finansal Olmayan Performans Üzerine Etkisi: Ankara Beş Yıldızlı Otel İşletmelerinde Bir Uygulama*. [Yüksek Lisans Tezi, Batman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü].

- Yalkın, H. (2020). Experimental And Numerical Behaviors Of GFRP Laminates Under Low Velocity Impact. *Journal of Composite Materials*, 54 (21), 2999-3007.
- Yavuz, M. C. (2018). *Akıllı Destinasyon: Turizm, İnovasyon, Girişimcilik ve Çözüm Bekleyen Konular*. 2. Uluslararası Turizmin Geleceği Kongresi: İnovasyon, Girişimcilik ve Sürdürülebilirlik Kongresi (Futourism 2018) Bildiriler Kitabı, Mersin / Türkiye, s.733-737.
- Yıldız, B. & Sayın, B. (2020). Tedarik Zinciri Müşteri Entegrasyonunun Firma Performansı Üzerindeki Etkisinde Ürün İnovasyon Kapasitesinin Aracı Rolü. *Çankırı Karatekin Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 10(1), 319-348.
- Yıldız, R. Ö., Bal, E. T., Akın, M. & Ateş, A. (2018). *Lisans Düzeyinde Turizm Eğitimi Alan Öğrencilerin Bireysel Yenilikçilik Eğilimlerinin Ölçülmesi*. III Uluslararası Doğu Akdeniz Turizm Sempozyumu Bildiri Kitabı, 1605-1612.
- Zengin, B. & Dursun, C. (2017). Otel İşletmelerinde Uygulanan İnovatif Faaliyetlerin Rekabet Avantajı Üzerine Etkileri: Doğu Marmara Örneği. *Turizm ve Araştırma Dergisi*, 6(2), 38-58.
- Zerenler, M. & Karakuş, G. (2017). Ürün ve Süreç Yeniliğinin İşletme Performansına Etkisi: Bir Vaka Çalışması. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 19(2), 305-331.
- Zhang, J. (2024). Does Innovative City Construction Promote Tourist Destination Competitiveness? An Analysis Of A Quasi-Natural Experiment. *Journal of Destination Marketing & Management*, 33, 1