

Antalya’da Faaliyet Gösteren Dört ve Beş Yıldızlı Otel İşletmelerinde İnovasyon ve İşletme Performansı Arasındaki İlişkinin İncelenmesine Yönelik Bir Araştırma

A Research on Investatigation of Relationship Between İnnovation and Business Performance in Four and Five-Star Hotels in Antalya

H. Mustafa PAKSOY¹
Kilis 7 Aralık Üniversitesi
Nazlı ERSOY²
Kilis 7 Aralık Üniversitesi

Özet

Bu araştırmanın amacı otel işletmelerinde gerçekleştirilen inovasyonlar ile işletme performansı arasındaki ilişkinin incelenmesidir. İnovasyon ve işletme performansı arasındaki ilişkiyi inceleyen birçok araştırma bulunmasına karşın, çalışmaların farklı sektörlerde devam etmesi, sonuçların doğrulanabilirliği ve genellenebilirliği açısından önem arz etmektedir. Bu araştırmada verilerin toplanmasında anket yöntemi kullanılmıştır. Anket uygulamasının ana kitlesini Antalya Belek, Konyaaltı ve Lara bölgesinde faaliyet gösteren dört ve beş yıldızlı otel işletmelerinin genel müdürleri ve departman müdürleri oluşturmuştur. Çalışma sonucunda 100 adet anket formuna ulaşılmış ve inovasyon faaliyetleri ile işletme performansı arasındaki ilişki incelenmiştir.

Anahtar Sözcük: İnovasyon, İnovasyon Kültürü, İşletme Performansı.

Abstract

The aim of the study is to examine the relationship between business performance and innovations carried out in the hotel business. There are many studies examining the relationship between business performance and innovation. it is important the continuation of work in different sectors in terms of verifiability and generalizability of the results. In collecting the data required in the research was used survey method. Main mass of the survey application has established general manager and department managers of the four and five star hotels which operates in Konyaalti, Lara and Belek. 100 questionnaires were reached as a result and was determined the relationship between innovation activities and business performance.

Keywords: İnnovation, İnnovation Culture, Business Performance

¹ Prof. Dr., Kilis 7 Aralık Üniversitesi, İİBF, İşletme Bölümü,
E-mail: hmpaksoy@yahoo.com

² Arş. Gör., Kilis 7 Aralık Üniversitesi, İİBF, İşletme Bölümü,
E-mail: ersoynazli3@gmail.com

Giriş

Günümüzde yaşanan teknolojik gelişmeler ve artan rekabet sonucu, inovasyon yapmak işletmelerin hayatta kalması için zorunluluk haline gelmiştir (Durna, 2003: 125). Bu gelişmeler ulusal ve uluslararası pazarlarda faaliyet gösteren işletmeleri yakından ilgilendirmekte ve etkilemektedir. İşletmeler arasında yaşanan rekabet ve rekabet üstünlüğünü elde etme çabaları bu değişimlerden dolayı daha farklı boyutlar kazanmış, gittikçe artmıştır. Günümüzde maliyet ve kaliteye ihtiyaç duyulduğu fakat sürdürülebilir rekabet gücü için yeterli olmadığı genel olarak kabul edilmekte ve yenilikçi yaklaşımlar taşıyan küresel ölçekte daha fazla inovasyon yapabilmek önemli hale gelmektedir.

İnovasyon yeni bir olgu değildir. Buna rağmen inovasyon, küresel yarışta sürekli rekabet üstünlüğü elde etmek ve karşılaşılan çevresel problemlerin üstesinden gelmek amacıyla firmalara stratejik avantaj sağladığından beri, yani özellikle son yirmi yıldır, akademik ve sınıflar çevreinde tanınan bir alan haline gelmiştir (Drucker, 1985; Hitt vd., 2001; Kuratko vd., 2005).

İnovasyonun gerekliliği günümüz toplumları ve işletmeleri tarafından anlaşıldığından, iş görenlerin ve örgütün inovasyon sürecine etkin katılımını ve yaratıcı düşüncelerini sağlayacak faktörlerin işletmelerde uygulanmasına önem verilmektedir. Bunlardan en önemlisi, işletme performansını artırmaya yönelik uygulamaların işletmede yaratılacak inovasyon kültürü ile bütünleştirilmesidir. İşletmelerin nihai hedefi olan kar elde etme, sürdürülebilir rekabet üstünlüğü yakalama ve itibar sahibi olma konusunda başarılı olmalarının sağlanmasında çalışanların işe karşı duydukları istek ve belli bir çaba sonrasında oluşan performans düzeyleri belirlenen hedeflere ulaşmak bakımından önemlidir. Bu nedenle, işletme performansını artırmaya yönelik uygulamalara ağırlık verilirken işletme performansı ile doğrudan ilişkili olan inovasyon kültürünü oluşturmak ve bu kültürü kurum kültürü haline getirilerek başarılı bir şekilde uygulamak gerekli hale gelmiştir. İnovasyon kültürünü işletme tabanına yayma konusunda ise en önemli görev genel müdüre düşmektedir. İnovasyon kültürünü yaymak ve bir amaç haline getirmek için şirket içi yardımlaşma kültürünün gelişmiş olması, yöneticilerin çalışanlarıyla kurdukları iletişim kalitesi, bireysel olarak ön plana çıkma durumundan çok takım çalışması ve başarısı önemlidir. Üst yönetimin örgütsel bağlılık ve yenilik-yaratıcılık noktasında çalışanlar açısından önemli derecede söz sahibi olduğu böyle bir ortamda yönetim tarafından alınan kararlar ve amaç olarak belirlenmiş hedefler, örgütlerin uzun dönemde sürdürülebilir başarı yakalamasında önemli sayılmaktadır.

Bu çalışmanın amacı otel işletmelerinde inovasyonun işletme performansı üzerindeki etkisini ortaya koymaktır. Çalışmada; inovasyon ile işletme performansı ilişkisi, Antalya Belek, Konyaaltı ve Lara bölgesinde faaliyet gösteren dört ve beş yıldızlı otel işletmeleri tabanında incelenmiştir. Araştırmanın ilk bölümünde inovasyon – işletme performansı kavramlarına değinilmiştir, araştırma kısmında ise inovasyon- işletme performansı ve alt boyutları arasındaki ilişkiyi açıklamak amacıyla oluşturulan araştırma modeli çerçevesinde türetilen hipotezler ışığında inovasyon- işletme performansı ilişkisi ortaya konulmuştur.

İnovasyon

İnovasyon literatüründe, farklı inovasyon tanımları yer almaktadır. Uluslararası düzeyde kabul gören kaynakların başında gelen OECD ile Eurostat'ın birlikte yayınladığı Oslo Manual Kılavuzunda (2005: 46) inovasyon; yeni veya önemli ölçüde geliştirilmiş mal ve hizmet veya sürecin, yeni pazarlama yönteminin veya yeni örgütsel yöntemin işletme içi uygulamalarında, işyeri organizasyonunda veya dış ilişkilerde uygulanması" şeklinde ifade edilmiştir. Genel geçer bir ifade halini almış bu tanıma bakıldığında inovasyon kavramının; ürün veya süreç ile yeni pazarlama yöntemi veya örgütsel yöntemle bağlantılı olduğu anlaşılmaktadır. Dolayısıyla yaygın kanının aksine inovasyon, salt teknoloji ile veya buna dayalı ürünlerle yahut süreçlerle ilişkili olarak görülemez (Yavuz, 2010:5). Birçok disiplinin içerisinde yer alan inovasyon kavramı farklı perspektiflere göre değişik şekillerde tanımlanabilmektedir (Damanpour ve Schneider, 2006: 216). Bu nedenle kavramın tanımlanması noktasında literatürde oluşmuş bir konsensüsten bahsetmenin mümkün olmadığı söylenebilir (Bolton, 1993: 58; Armbruster vd., 2008: 645). Bu bağlamda Flynn ve diğerleri (2003: 418) kavramı, elde edilen fırsatları yeni fikirlere dönüştürme ve bu yeni fikirlerden kullanımı yaygın pratiklere ulaşma süreci şeklinde tanımlamışlardır. İnovasyonun sözlük anlamı, rakipler üzerinde avantaj sağlamak veya yenilikçi olmak için tasarımda, üretimde veya ürün pazarlamada yeni yaklaşımlar geliştirmek olarak tanımlanmaktadır (Dictionary of Business, 2002: 266). Rekabet üstünlüğü yakalamak için farklılık, yenilik, yaratıcılık ve inovasyon gibi kavramlardan bahsedilmesine rağmen inovasyon kavramının tam olarak anlaşılmadığı görülmektedir (Kavrakoğlu, 2006: 166). Yenilik denildiğinde ticari başarıya sahip olsun veya olmasın, her türlü yeni eylem anlaşılmaktadır. İnovasyon, kavram olarak, hem bir süreci hem de yenilikle noktalan bir sonucu anlatır. "Innovation" sözcüğünün teknik bir sözcük olarak kabul edilip, Türkçe literatürde "inovasyon" şeklinde kullanılması gerekir ve tıpkı motivasyon sözcüğü gibi yaygınlaşması ve dilimize yerleşmesi gerekmektedir (Eraslan vd., 2008: 9-10). Bilindiği gibi, 1950'ler ve 1960'lardaki "verimlilik", 1970'ler ve 1980'lerdeki "kalite" ve 1980'ler ve 1990'lardaki "esneklik" kavramlarından sonra günümüzde küresel rekabetin odak noktasına "inovasyon (yenilik)" kavramı oturmuştur (Janszen, 2000: 3).

İnovasyon Türleri

İnovasyonun yapılış şekline, büyüklüğüne ve pazarda yaratacağı etkilere göre farklı sınıflandırmalar yapılmıştır. OECD ve Eurostat (2005)'nin inovasyon sınıflamasına göre; firma düzeyinde inovasyon, ürün, süreç, organizasyonel ve pazarlama olmak üzere dört türe ayrılmaktadır. Turizm sektöründe ise Abernathy ve Clark (1985) turizm sektörüne uyarladıkları bir model geliştirmişlerdir. Yaptıkları çalışmada dört tür inovasyondan bahsetmektedirler.

Düzenli İnovasyon; En az radikal inovasyon bu başlık altında toplanmaktadır. Etkileri uzun zaman içerisinde fark edilebileceği gibi aynı zamanda fark edilmeyebilir. Bu grup için örnek olabilecek olaylar:

- Daha geniş yapılara yatırım yapmak,
- Teknolojik değişiklikler veya iş programları ile engelleri ortadan kaldırmak,

- Hizmet içi eğitim,
- İyi şekilde tanımlamak koşulu ile hizmet kalitesini yükseltmek,
- Aynı metot ve ürünlerle yeni pazarlara girmek.

Niş İnovasyon; Genelde temel yeterlilik veya bilgiye değil yapısal işbirliklerine işaret eder. Turizmde inovasyona yönelen kişi veya araştırmacılar genelde bu kategorideki fırsatlara yönelmektedir. Turizm sektörüne girmek için yeni işletme türlerinin kurulmasının yanı sıra, faaliyet gösteren işletmelere destek olmak amaçlı yeni destinasyonlar geliştirilip hayata geçirilebilir. *Devrimsel İnovasyon;* Tüm sektörlerin etkilenebileceği inovasyon türüdür. Yapılan inovasyonla sektörde ihtiyaç duyulan yetiler uzun zaman sonra değişmek zorunda kalabilir. Devrimsel inovasyon kapsamına işletmeye yeni bir teknolojinin getirilmesi girebilir. *Mimari İnovasyon;* Bu tür inovasyon tüm yapıyı değiştirmekle beraber turizm konseptini tekrar şekillendirecek kuralları oluşturmayı hedefler. Yeni kaynakların kullanılması ve altyapının tekrardan tanımlanması örnek verilebilir.

Turizmde sektörde inovasyon faaliyetleri diğer sektörlerle nazaran daha alt düzeydedir. Son yıllarda meydana gelen gelişmeler sonucunda inovasyon faaliyetleri turizm sektöründe de kabul görür hale gelmiştir (John Stanley Metcalfe ve Ian Miles, 1999). Turizm alanında yoğun şekilde inovasyon faaliyetlerinin gerçekleşmemesini araştırmacılar bilgi transferinde yaşanan bozukluklara bağlamaktadır. Bilginin aktarımında yapısal unsurlar önemli role sahiptir. Sektörde bulunan irili ufaklı işletme sayısı ve bu işletmelerin kurulması ve piyasadan yok olması diğer sektörlerle oranla daha fazladır. Verinin toplanması, işlenmesi ve bilgiye dönüştürülerek yaratıcı inovasyon alt başlıklarına dönüştürülmesi yapısal değişiklikler tarafından engellenebilir (Lafferty, G. ve Fossen A., 2001).

İşletme Performansı

Organizasyonlar değişen rekabet koşullarında varlıklarını sürdürebilmek için günümüzde performans ve performansın gelişimi konusuna daha fazla önem vermeye başlamışlardır (Çalışkan vd., 2011:364). Performans, bir örgütün kaynaklarını etkin ve verimli biçimde kullanarak amaçlarına ulaşabilme yeteneği olarak ifade edilmektedir (Daft, 2000; Boyne, 2003). Performans, bir örgütün misyonunu, vizyonunu ve stratejisini gerçekleştirmede önemli bir parametredir. Örgüte ortak bir dil sunan performans iletişimi artırmaktadır. Performans örgütleri daha esnek bir yapıya dönüştürdüğü için bu tür örgütlerde değişiklikleri ve yenilikleri uygulamak daha kolay olmaktadır. Ayrıca performans örgüt içerisinde takım çalışmasını teşvik etmekte ve örgütün potansiyel gelişme alanlarını tanımlamaktadır. Performans örgütsel sonuçları olumlu yönde etkilemektedir. Performans personelin eğitilmesine imkân verdiği için dolayı örgütsel öğrenmeyi teşvik etmektedir. Performans güvenli ve kaliteli gelişim girişimlerine de odaklanmaktadır (Jeffcott ve Mackenzie, 2008:190-191).

İşletme performansı ile ilgili araştırmalarda çoğunlukla kullanılan performans değişkeni finansal performans ölçüleridir. Finansal performans değişkeni olarak genellikle işletmenin kârlılığı veya büyümesi temel alınmaktadır. Ancak, günümüz rekabetçi ortamında ve değişen çevre şartlarında işletme performansını değerlendirmek için finansal ölçüler yeterli olmamaktadır. İşletme performansını

değerlendirmek için finansal performansı doğrudan etkileyen, işletmenin başarılı ve başarısız yapan finansal olmayan boyutların da ölçümü gerekmektedir (Avcı 2005; Chin; Pun 2003).

Otel işletmelerinin, kendisinden, müşterisinden, sektördeki değişim hızından kaynaklanan birçok neden finansal göstergeler dışında finansal olmayan göstergelerin de dikkate alınmasını zorunlu hale getirmiştir. Bu durumun bir sonucu olarak otel işletmelerinde performans kavramını finansal olmayan performans boyutları olan, yenilik, çalışma yaşam kalitesi, kalite, verimlilik, sosyal kabul boyutları ile birlikte düşünmek gerekir.

Genel olarak, işletme performansını ele alan çalışmalara bakıldığında farklı performans boyutlarının kullanıldığı görülmektedir. Kueng ve Krahn (1999), çalışmalarında temel işletme performansını yenilik boyutu, finansal boyut, müşterilerle ilgili boyut, çalışanlarla ilgili boyut ve toplumsal boyut olmak üzere beş boyutta incelemişlerdir. Akal (2003) işletme performansının boyutlarını etkinlik, verim, verimlilik, kalite, yenilik, çalışma yaşamının kalitesi, kârlılık ve ekonomiklik olarak belirtmiştir. Avcı (2005) ise işletme performansını, finansal boyut, hizmet kalitesi boyutu, çalışma yaşamının kalitesi boyutu, yenilik boyutu, verimlilik boyutu ve toplumsal boyut olarak incelemiştir.

Benzer biçimde, iş gören motivasyonu, pazar performansı, verimlilik performansı ve toplumsal performans işletme performans boyutları olarak kullanılmıştır (Lai; 2003; Lai ve Cheng; 2005). Robinson, Anumba, Carrillo et Al (2005) işletme performansını finansal boyut, müşteriler boyutu, çalışanlar boyutu ve toplumsal boyut ve süreçler ve ürün boyutu olmak üzere beş boyutta incelemiştir.

İnovasyon ve İşletme Performansı İlişkisi

İnovasyonların işletme performansına etkisi satışlardan, pazar payı ve üretimin karlılığına ve verimliliğe kadar geniş bir alanda olabilir (OECD-Oslo Manual, 2005). Yazında inovasyon ve işletme performansı arasındaki ilişkiye yönelik birçok çalışma bulmak mümkündür. İnovasyon faaliyetlerinin işletme performansını artırdığını ortaya koyan (Zehir ve Özşahin 2006: 141; Erdil ve Kitapçı 2007: 237; Hoq ve Ha 2009: 105) ve yenilik yeteneğinin işletme performansı ile anlamlı ve olumlu yönde bağlantılı olduğunu ortaya çıkaran çalışmalara rastlanmaktadır (Jong ve Vermeulen 2003: 846; Vincent vd. 2004; Cheveerug ve Ussahawanitchakit 2008; Eren vd. 2010: 3102-3116). Karakılıç (2009: 204) ise yenilikleri yakından takip edebilen örgütlerin, rekabetçi üstünlük sağlamanın yanında örgüt performanslarında da iyileşmeler sağlayabildiklerini ifade etmektedir.

Oslo Kılavuzu'nda işletme düzeyinde yenilikler yapılmasının amacının işletme performansını artırmak olduğu belirtilmiştir (OECD ve Eurostat, 2005, s.101). Alan yazında pozitif yönlü inovasyon ve işletme performansı ilişkisini içeren çalışmalar bulunmaktadır (Bkz. Han vd., 1998; Roberts, 1999; Vasquez vd., 2001; Calantone vd., 2002; Cho ve Pucik, 2005; Crossan ve Apaydin, 2010; Artz vd., 2010; Gunday vd., 2011). Yenilik yapan işletmeler yeni pazarlar geliştirme yoluyla karlılıklarını artırmakta (Cabello-Medina vd., 2011, s.814) ve yenilik

işletmelere rekabet avantajı sağladığı için yüksek gelir elde etmektedirler (Roberts, 1999; Roberts ve Amit, 2003).

İşletme için yenilikler, karşılaşılan problemlere çözüm üretme, çevresel değişiklikler sonucunda ortaya çıkan fırsatları değerlendirme ve tehditlerden korunma aracıdır. Yani yenilikler, çevresel değişikliklere uyum sağlayarak işletmenin sürdürülebilir olması ve ayakta kalmasını sağlamaktadır (Uzkurt, 2010: 16).

Turizm işletmelerindeki inovasyon faaliyetlerini değerlendirmeye yönelik yapılan çalışmalara bakıldığında; Sundbo, OrfilaSintes ve Sørensen (2007); turizm işletmelerindeki yenilikçi davranışlar ve sistemler için teorik bir çerçeve oluşturmuşlardır. Durna ve Babur (2011), tarafından yapılan Müşteri çalışmada otel işletmelerindeki yenilik uygulamaları incelenmiş işletmeler için fayda sağlayabilecek teorik bilgiler sunmuştur. Tekin ve Durna (2012) ise otel işletmelerindeki yenilik yönetimi uygulamalarında üst kademe yöneticilerinin bakış açılarıyla ortaya koymayı amaçlamıştır. Çalışmanın sonunda otel işletmelerinde yenilik kararlarının oluşmasında çoğunlukla otel işletmesi sahibi ve yönetim kurulu başta olmak üzere işletme yöneticilerinin etkili olduğu sonucuna ulaşılmıştır (Küçük ve Kocaman, 2014: 38).

Turizm sektörünün gelişimi ile inovasyon düzeyi arasında bir korelasyon bulunduğuna ilişkin, literatürde çeşitli deliller bulunmaktadır (Nordin, 2003). Turizm sektöründe inovasyon faaliyetleri son derece yeni olsa da, bu alandaki inovasyon faaliyetlerinin önemi gün geçtikçe fark edilmekte ve bu alanda çalışmalar yoğunlaşmaktadır. Özellikle OECD ülkeleri bu alanda önemli çalışmalar yapmakta ve turizm sektöründe inovasyon merkezli politikalar geliştirme çalışmalarını sürdürmektedir. OECD ülkelerinin haricinde pek çok turizm alanında önde olan ve öne çıkmak isteyen ülkeler de kalkınma politikalarının içerisine inovasyon merkezli turizm kalkınma politikalarını da dâhil etmeye başlamışlardır. Pivcevic ve Petric (2011: 144) yaptıkları literatür derlemesinde, inovasyonların otel kategorisine bağlı olarak arttığı, otelin imajı ve müşteri memnuniyeti üzerinde olumlu bir etkiye sahip olduğu, zincir otellerde daha yüksek olduğu, en fazla bilgi teknolojilerinde görüldüğü, işletmeler ve turizm örgütleri arasındaki işbirliğinin otel inovasyonu üzerinde pozitif etkiye sahip olduğu, personel eğitimi, kalifiye personel ve liderliğin otel inovasyon faaliyetlerini etkilediği ve otelleri inovasyona yönelten en önemli nedenlerin de kalite ve müşteri memnuniyeti olduğu sonucuna varmışlardır. Bunun yanında otelcilik sektöründe en fazla inovasyonun, sırasıyla hizmet, pazarlama, süreç ve örgütsel inovasyon alanında gerçekleştiğini ortaya koymuşlardır (Erdem vd., 2013: 81).

Metodoloji

Araştırmanın temel amacı otel işletmelerinde gerçekleştirilen inovasyonların işletme performansına etkisini veya katkısını ortaya koymaktır. Başka bir ifadeyle, otel işletmelerindeki inovasyon yönlülüğün işletme performansı ve işletme performansının alt boyutlarından olan tüketicilerle ilgili boyut, finansal boyut, örgütsel boyut, toplumsal boyut, çalışanlarla ilgili boyut ile ilişkisini

incelemek ve oluşturulan hipotezler ışığında karşılıklı etkileşimlerin yön ve niteliğini belirlemektir.

Araştırma Antalya Belek, Konyaaltı ve Lara bölgesinde faaliyet gösteren dört ve beş yıldızlı olmak üzere toplam 40 otel işletmesi bünyesinde gerçekleştirilmiştir. Araştırma kapsamındaki otel işletmelerinin bazılarıyla randevu alınarak bazılarıyla ise randevu alınmadan görüşülmüş ve anket formları kendilerine ulaştırılmıştır. İşletme performansı objektif ve subjektif performans değişkenleri kullanılarak ölçülebilmektedir. İşletme performansı subjektif ve objektif olmak üzere iki yöneme göre ölçülmektedir. İşletme performansını belirlemenin en uygun yöntemi objektif ölçütler kullanılmaktadır. Fakat; örgütlerden gerçek ya da mutlak performans verilerini elde edebilmek oldukça zordur. Bu nedenle araştırmacılar, işletme performansının ölçülmesinde subjektif değerlendirmeleri güvenilir bir araç olarak görmektedirler. Diğer bir ifadeyle, örgütsel performansın algılanan ölçümünün, objektif performans ölçümünün uygun bir ikamesi olduğu öne sürülmektedir (Naktiyok ve Küçük 2003: 53).

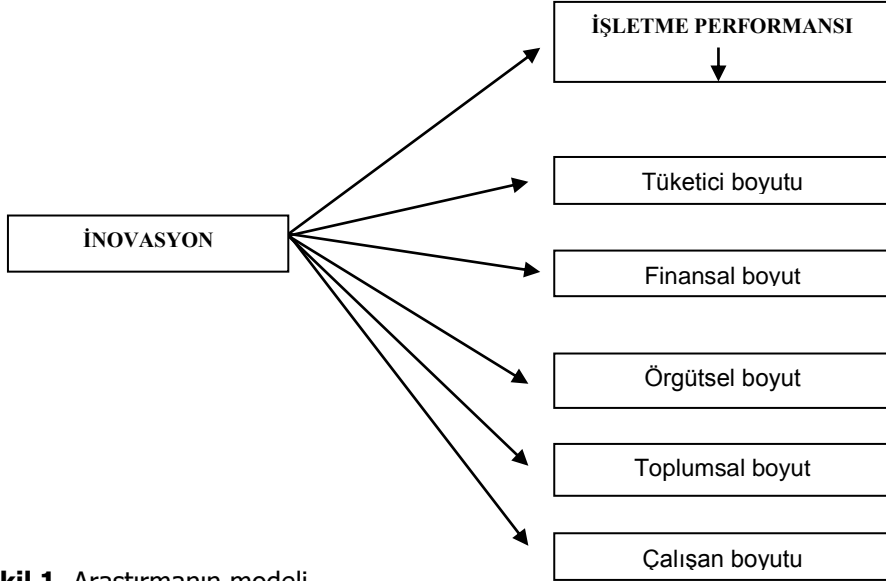
Bu çalışmada işletme performansı subjektif performans değişkenleri kullanılarak ölçülmüştür. İşletme yöneticilerinden subjektif performans boyutlarında yer alan her bir değişkenle ilgili olarak işletmelerini son üç yıl baz alınarak değerlendirmeleri istenmiştir. Saha çalışması Kasım-Aralık 2014 tarihleri arasında gerçekleştirilmiştir. Turizm faaliyetlerinin yoğun olarak yapıldığı bir yer olmasından dolayı araştırma için Antalya'da faaliyet gösteren otel işletmeleri seçilmiştir.

Araştırma ile ilgili verilerin toplanmasında anket tekniğinden yararlanılmıştır. Yüz yüze görüşülerek doldurulan anket formunda derecelendirme yapılırken 5 noktalı Likert ölçeği kullanılmıştır. İşletme performansı ölçeğindeki ifadeler için "Çok düşük (1) – Çok yüksek (5)" derecelendirmesi yapılırken, inovasyon ölçeğinde ise, "Kesinlikle katılmıyorum(1)- Kesinlikle katılıyorum (5)" derecelendirmesi yapılmıştır. Anket, üç kısımdan oluşmaktadır. Birinci bölümde, benzer araştırma konuları belirlenerek ve (Özşahin vd.2005: 149; Eren vd. 2005: 212; Alpkan vd. 2005: 180; Erdil ve Kitapçı 2007: 240; Apaydın 2008: 135) gibi araştırmacıların yenilikçilik ile ilgili geliştirdikleri ölçeklerden faydalanılarak (Erdem vd., 2011: 94) tarafından oluşturulan 10 önermeli bir inovasyon ölçeği bulunmaktadır. Anketin ikinci bölümünde katılımcıların rakiplerle kendilerini kıyaslayarak ve işletmenin son 3 yılını göz önünde bulundurarak cevaplandırmaları istenen işletme performansı ölçeği yer almaktadır. Konaklama işletmelerinin performansını ölçmek için Kuşluvan ve Eren (2008: 181) tarafından geliştirilen işletme performansı ölçeği kullanılmıştır. İşletme performansı ölçeği beş boyuttan (çalışanlarla ilgili boyut, finansal boyut, örgütsel boyut, tüketicilerle ilgili boyut, toplumsal boyut) ve 27 önermeden oluşmaktadır. Son bölümde ise işletmelerin ve anketi dolduran yöneticilerin demografik özelliklerini belirlemeye yönelik sorular bulunmaktadır.

Verilerin Analizi

Araştırmada elde edilen verilerin değerlendirilmesinde SPSS 20 paket programı kullanılmıştır. Araştırma kapsamında oluşturulan ve yanıtlanarak elimize ulaşan 100 geçerli anket formu değerlendirmeye alınmıştır. Değerlendirmeye alınan anket formundaki tüm yanıtlar nümerik sisteme dönüştürülerek SPSS istatistik programına yüklenerek istatistiki değerlendirmeleri yapılmıştır. Verilerin normal dağılmaması ve varyanslarının eşit olmaması nedeniyle verilerin değerlendirilmesinde Non Parametrik testlerden Kruskal Wallis- H testi ve Spearman Korelasyon analizi kullanılmıştır. Bağımsız değişken (inovasyon) ile bağımlı değişken (işletme performansı- alt boyutları) arasındaki ilişkileri test etmek için Spearman Korelasyon analizinden yararlanılmıştır. Araştırma grubunun ölçeğe verdikleri puanların öğrenim durumuna göre değişip değişmediğini belirlemek için Kruskal Wallis-H testi yapılmıştır. Katılımcıların demografik özelliklerini belirleyebilmek için betimleyici istatistiklerden ve frekans analizinden faydalanılmıştır. Araştırmada değişkenlerin güvenilirliği Cronbach Alfa değerleri ile incelenmiştir. Anket uygulaması sonucu elde edilen değişkenlerden inovasyon ölçeğinin güvenilirliği (0.90) olarak işletme performans ölçeğinin güvenilirliği (0.89) bulunmuştur. Bu oranlar çalışmaya devam edebilmek için yüksek bir değer olarak kabul edilmiştir.

Araştırmaya konu olacak modelin teorik yapısı aşağıdaki şekilde gösterilmiştir;



Şekil 1. Araştırmanın modeli

Araştırmanın bağımsız değişkenini inovasyon, bağımlı değişkenini ise işletme performansı (tüketicilerle ilgili boyut, finansal boyut, örgütsel boyut, toplumsal boyut, çalışanlarla ilgili boyut) oluşturmaktadır.

Tüm bu görüşler ışığında tarafımızdan şu hipotezler türetilmiştir:

- H1: İnovasyon ile işletme performansı arasında anlamlı bir ilişki vardır.
 H2: İnovasyon ile tüketicilerle ilgili boyut arasında anlamlı bir ilişki vardır.
 H3: İnovasyon ile finansal boyut arasında anlamlı bir ilişki vardır.
 H4: İnovasyon ile örgütsel boyut arasında anlamlı bir ilişki vardır.
 H5: İnovasyon ile toplumsal boyut arasında anlamlı bir ilişki vardır.
 H6: İnovasyon ile çalışanlarla ilgili boyut arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Güvenirlilik Analizi

Güvenirlilik kavramı, yapılan her ölçüm için gereklidir, çünkü güvenirlilik bir ankette yer alan soruların birbirleri ile olan tutarlılığını ve kullanılan ölçeğin ilgilenilen sorunu ne derece yansıttığını ifade eder (Kalaycı, 2008). Araştırmada güvenirliliği ölçmek için alfa yöntemi kullanılmıştır. Cronbach Alpha (α) yöntemi, likert ölçekli sorularda kullanılır (Nakip, 2006: 145). Kalaycı (2006: 405), 0 ile 1 arasında değer alan alfa katsayısına bağlı olarak ölçeğin güvenirliliğinin şu şekilde yorumlanabileceğini belirtmektedir: $0,00 \leq \alpha < 0,40$ ise ölçek güvenilir değildir; $0,40 \leq \alpha < 0,60$ ise ölçeğin güvenirliliği düşük; $0,60 \leq \alpha < 0,80$ ise ölçek oldukça güvenilir ve $0,80 \leq \alpha < 1,00$ ise ölçek yüksek derecede güvenilirdir. Ankette kullanılan ölçeklerin, güvenirlilik analizi sonucu tespit edilen Cronbach Alpha (α) katsayıları Tablo-1.'de gösterilmiştir.

Tablo 1. Kullanılan ölçeklerin güvenirlilik analizi sonuçları

Ölçekler	Madde sayısı	Cronbach Alpha (α)
İnovasyon	10	0.900
İşletme Performansı	27	0.896
Tüketicilerle İlgili Boyut	5	0.553
Finansal Boyut	4	0.765
Örgütsel Boyut	5	0.778
Toplumsal Boyut	4	0.611
Çalışanlarla İlgili Boyut	9	0.770

Araştırmamızda, inovasyon ölçeği ($\alpha=0.90$) ve genel işletme performans boyutunun güvenirlilik değeri ise ($\alpha=0.89$) olarak bulunmuştur. Tablodaki ölçeklerin güvenirlilik katsayılarını gösteren Alpha katsayılarının 0,60'ın üzerinde ve araştırma için kabul edilebilir bir değere sahip olduğu görülebilmektedir (Durmuş vd., 2011:89). Tablo 1.'de gösterilen işletme performansı ölçeğinin alt boyutlarından olan tüketicilerle ilgili boyut toplam 5 sorudan oluşmaktadır ve elde edilen düşük bir değerdir (0,55). İşletme performans ölçeğinin diğer boyutlarından olan finansal boyut 4 sorudan oluşmaktadır ve güvenirlilik değeri ise (0.76) olarak bulunmuştur. Örgütsel boyut 5 sorudan oluşmaktadır ve Cronbach Alpha değeri (0.77)' dir. Toplumsal boyut 4 sorudan oluşmaktadır ve güvenirlilik değeri kabul edilebilir bir değer olan (0.61) olarak bulunmuştur. Çalışanlarla ilgili boyut 9 sorudan oluşmaktadır ve güvenirlilik değeri ise (0.77) olarak bulunmuştur. Araştırmamızda kullanılan her iki ölçeğin güvenirlilik

değerinin yüksek olduğu fakat alt boyutlardan tüketicilerle ilgili boyutun güvenilirlik değerinin düşük, toplumsal boyut güvenilirlik değerinin ise kabul edilebilir bir değer olduğu görülmektedir.

Araştırmanın Bulguları

Katılımcıların Demografik Özellikleri ve İşletme bilgilerine ilişkin Bulgular

Katılımcıların demografik özellikleri incelendiğinde; anketi cevaplayanların %69'unun erkek, %31'inin kadın olduğu görülmektedir. Medeni durum açısından bakıldığında ise %55'inin evli, %45'inin ise bekâr olduğu tespit edilmiştir. Yaş aralığı açısından baktığımızda; %3'ünün 18- 25 yaş arası, %43'ünün 26-33 yaş arası, %39'unun 34-41 yaş arası ve %12'sinin ise 42-49 yaş arası ve %3'ünün ise 50-57 yaş aralığında yer aldıkları anlaşılmaktadır. Katılımcıların %2'sinin ilköğretim, %16'sının lise, %19'unun ön lisans, %58'inin lisans ve %5'inin lisansüstü ve doktora düzeyinde eğitime sahip oldukları tespit edilmiştir. Kurumda çalışma süreleri incelendiğinde ise, %14'ünün 1 yıldan az, %27'sinin 1-5 yıl arası ve %36'sının 6-10 yıl, %20'si 11-15 yıl ve %3'ünün 16 yıl ve daha fazla deneyime sahip olduğu görülmektedir. Çalışılan işletmedeki pozisyonları ile ilgili araştırma sonuçları incelendiğinde %7'sinin genel müdür, %93'ünün departman müdürü olduğu anlaşılmaktadır. Araştırma kapsamındaki otellerin yıldız sayısına bakıldığında %67'si 4 yıldız, %33'ü 5 yıldızlıdır, sahiplik türü açısından bakıldığında ise % 38'i aile işletmesi, %31'i yerli bağımsız işletme, %7'si yabancı bağımsız işletme, %21'i yerli zincir işletme ve %3'ü yabancı zincir işletmedir.

İnovasyon Ölçeğine İlişkin Tanımlayıcı Bulgular

İnovasyon ölçeğine ait ifadelerinin standart sapma değerleri ve aritmetik ortalamaları Tablo-2'de sunulmuştur.

Tablo 2. İnovasyon ölçeğine ilişkin standart sapma ve aritmetik ortalama değerleri

İnovasyon İfadeleri	Standart Sapma	Aritmetik Ortalama
İşletmemiz, işlerin yürütülmesinde sürekli yeni yöntemler arayışındadır.	0.975	3.91
İşletmemiz, yeni yöntemlerin bulunmasında oldukça yaratıcıdır	0.872	3.84
İşletmemizde yenilik çok riskli görülmez ve yeniliğe karşı konulmaz.	0.967	3.75
İşletmemiz, yeni ürünleri/hizmetleri rakiplerinden daha önce pazara sunmaktadır.	0.847	3.78
İşletmemizin son 5 yılda pazara yeni ürün/hizmet sunumu artmıştır.	0.821	3.82
İşletmemizde yeni ürün/hizmetlere dair proje ve fikirler sayıca çoktur.	0.872	3.84

İşletmemiz, yeni ürün/hizmet geliştirmeye yeterli bütçe ayırmaktadır.	0.914	3.95
İşletmemiz, sektörde yenilik geliştirmede liderdir.	1.038	2.95
İşletmemizde üst yönetim, yenilik geliştirme çabalarını teşvik eder	0.957	3.75
İşletmemizde üst yönetim, yenilik geliştirme çabalarını ödüllendirir.	1.001	3.08

Tablo-2'de işletmedeki yeniliğe bakış açısının değerlendirildiği ve inovasyon kültürünün hangi oranda işletme tabanına yayıldığını belirlemek amacıyla hazırlanmış olan 10 önermeli inovasyon ölçeğine verilen yanıtların standart sapma ve aritmetik ortalama değerleri incelendiğinde en yüksek değere sahip ifadenin "İşletmemiz, yeni ürün/hizmet geliştirmeye yeterli bütçe ayırmaktadır" ifadesi olduğu görülmektedir. Buradan araştırma kapsamındaki otel işletmelerinin yönetim sürecinde ar-ge'ye önem verdiklerini ve inovasyon faaliyetlerinin işletmenin hedeflerine ulaşması ve sürdürülebilir rekabet üstünlüğü yalması bakımından önemli olduğu görülmektedir. Bu ifadeyi "İşletmemiz, işlerin yürütülmesinde sürekli yeni yöntemler arayışındadır" ifadesi takip etmiştir. Otel işletmelerinin inovasyon yaklaşımlarında toplam kaliteye önem verdiklerini söyleyebiliriz. Bu ifadeyi takip eden "İşletmemiz, yeni yöntemlerin bulunmasında oldukça yaratıcıdır", "İşletmemizde yeni ürün/hizmetlere dair proje ve fikirler sayıca çoktur" ve "İşletmemizin son 5 yılda pazara yeni ürün/hizmet sunumu artmıştır." ifadeleri olmuştur. Genel olarak ifadelere verilen yanıtların ortalamalarının yüksek olduğu görülmektedir. Buradan işletmenin hedeflediği noktaya ulaşmasında inovasyonun ne kadar önemli olduğunu ve araştırma kapsamındaki otel işletmelerinin çok daha az kaynak, emek ve çaba sarf ederek çok daha fazlasını edinebilmenin en önemli yolu olan inovasyona önem verdiklerini sonucunu çıkarabiliriz. En düşük ortalamaya sahip ifadelerin sırasıyla "İşletmemiz, sektörde yenilik geliştirmede liderdir" ve "İşletmemizde üst yönetim, yenilik geliştirme çabalarını ödüllendirir" olduğu görülmektedir. Beş yıldızlı otel işletmelerinin büyük çoğunluğu sektörde kendi işletmelerini yenilik geliştirme konusunda en ön sıralarda görürken, dört yıldızlı otel işletme yöneticileri bu ifade karşısında rakiplerine kıyasla çok ileride olmadıkları görüşünü belirtmişlerdir. En düşük ortalamaya sahip ifadenin ise İşletmemizde üst yönetim, yenilik geliştirme çabalarını ödüllendirir" olduğu görülmektedir. Buradan işletmelerin inovasyona önem verdiğini fakat ödüllendirmeler konusunda aynı bakış açısına sahip olmadıkları sonucunu çıkarabiliriz. Bu açıdan ödüllendirme önemlidir; çünkü inovasyonun başarılı olma şartlarından birisi de üst yönetimce sahipleniyor ve ödüllendiriliyor olmasıdır.

İşletme Performansı Alt Boyutlarına İlişkin Tanımlayıcı Bulgular

İşletme performansı alt boyutlarından tüketicilerle ilgili boyut, finansal boyut, örgütsel boyut, toplumsal boyut, çalışanlarla ilgili boyuta ilişkin standart sapma ve aritmetik ortalama değerleri aşağıdaki tabloda sunulmuştur.

Tablo 3. İşletme performans ölçeğine ilişkin standart sapma ve aritmetik ortalama değerleri

İşletme Performansı Boyutu	Standart Sapma	Aritmetik Ortalama
Tüketicilerle İlgili Boyut	0,425	3,72
Müşterilerin memnuniyet düzeyi	0.646	4.16
Müşteriye verilen hizmet kalitesi	0.673	4.03
Müşteri sadakati (tekrar müşteri oranı)	0.734	4.19
İşletmenin tüketiciler gözündeki imaj ve itibarı	0.776	4.23
Konuk şikâyetleri	0.710	2.02
Finansal Boyut:	0,560	3,81
Genel olarak finansal performans	0.675	3.78
İşletme kârındaki son üç yıldır artış	0.672	3.95
İşletme gelirlerindeki son üç yıldır artış	0.800	3.81
Net kâr marjı (net kâr/net satışlar x 100)	0.771	3.70
Örgütsel Boyut:	0,535	3,81
Başarılı yeni mal ve hizmet geliştirme	0.784	3.70
Son üç yıldır pazar payındaki artış	0.627	3.52
Son üç yıldır satışlardaki artış	0.777	3.89
Son üç yıldır doluluk oranındaki artış	0.688	3.97
Son üç yıldır geceleme sayısındaki artış	0.784	3.97
Toplumsal Boyut:	0,475	3,92
İşletmemizin çevreye duyarlılık seviyesi (çevreyi koruma bilinci)	0.717	4.10
İşletmemizde tüketicilere sağlanan haklar	0.643	4.01
İşletmemizde yaratılan istihdam seviyesi (istihdam edilen personel sayısı)	0.771	3.70
Sunulan hizmet ve hitap edilen pazar çeşitliliği	0.655	3.88
Çalışanlarla İlgili Boyut	0,489	3,35
Personelin iş tatmini (memnuniyeti)	0.917	3.63
Nitelikli iş görenleri işletmeye çekme becerisi	0.926	3.70
Nitelikli iş görenleri işletmede tutabilme becerisi	0.941	3.68
Yönetim ile iş görenler arasındaki ilişkiler	0.862	3.73
İş görenlerin kendi arasındaki genel ilişkiler	0.740	3.76
İş gören verimliliği	0.765	3.80
Personelin işe devamsızlığı	0.731	1.64
İş gücü devir oranı	0.757	2.25
İş görenlerin işletmeye bağlılığı	0.7645	3.99

Tablo-3'te işletmelerin rakiplerine göre kendilerini kıyaslamaları sonucu verdikleri cevaplar neticesinde araştırma kapsamındaki işletmelerde tüketici boyutuyla ilgili ifadeler verilen cevaplar incelendiğinde genel müşteri memnuniyet düzeyinin (4,16) ve müşteriye verilen hizmet kalitesinin (4,03) yüksek olduğu, müşteri sadakatinin (4,19) ve işletmenin tüketiciler gözündeki imajının (4,23) genel olarak yüksek olduğu ve konuk şikâyetlerinin (2,02) oldukça düşük olduğu görülmüştür. İşletmelerin inovatif yapı kazanmalarında müşteri memnuniyeti ve bunun da ötesinde misafir sadakati kazanmak işletmenin sürekliliği ve karlılığını sağlamak için gereklidir ve otel işletmelerinin de bahsi geçen konulara önem verdikleri sonucuna varılmıştır. Finansal boyut önermelerinin ortalamalarına bakıldığında son üç yıldır işletmenin karındaki (3,95) ve gelirlerindeki artış (3,81) diğer işletmelerden daha yüksektir. Konaklama işletmelerinin genel olarak finansal performansı (3,81) olarak bulunmuştur. Örgütsel boyut önermeleriyle ilgili yöneticilerin verdikleri cevapların ortalamalarına göre konaklama işletmelerinin son üç yıldır geceleme sayısındaki artış (3,97), doluluk oranındaki artış (3,97), pazar payındaki artış (3,52) rakip işletmelerden daha yüksektir. Son üç yıldır satışlardaki artış ise (3, 89) olarak bulunmuştur. Konaklama işletmeleri yeni mal ve hizmet geliştirme konusunda (3,70) rakiplerine göre başarılıdırlar. Müşteri istek ve ihtiyaçlarına cevap verebilecek yeni ürün ve hizmetler sunarak misafir memnuniyetini artırmak bakımından otel işletmelerinin Ar-Ge faaliyetlerine önem verdikleri sonucunu çıkarabiliriz.

Toplumsal boyutla ilgili önermelere verilen cevapların ortalamalarına göre konaklama işletmelerinin çevreye duyarlılık seviyesi (4,10) rakiplerine göre daha yüksektir. İstihdam edilen personel sayısı (3,70), tüketicilere sağlanan haklar (4,01) ve sunulan hizmet ve hitap edilen pazar çeşitliliği (3,88) açısından da konaklama işletmeleri rakiplerine kıyasla daha iyi durumdadır. Çalışanlarla ilgili boyutta yer alan önermelerin cevaplarının ortalamalarına göre konaklama işletmelerinde özellikle İş görenlerin işletmeye bağlılığı (3,99) rakip işletmelerden daha iyi olduğu belirtilmiştir. Ayrıca konaklama işletmelerinde iş görenlerin iş tatmini(3,63), nitelikli iş görenleri işletmede tutabilme becerisi (3,68), nitelikli iş görenleri işletmeye çekme becerisi (3,70), iş görenlerin kendi arasındaki genel ilişkiler (3,76), iş gören verimliliği (3,80) rakiplere kıyasla iyidir/yüksektir. Personelin işe devamsızlığı (1,64) ve iş gücü devir oranı (2,25) olarak bulunmuş ve iş görenlerin işletmeye bağlılığı yönünde olumlu bir sonuç ortaya çıkmıştır.

Tablo-3'teki verilere göre konaklama işletmeleri yöneticileri kendi performanslarını rakip işletmelerden daha yüksek/iyi olarak değerlendirdikleri görülmektedir. Özellikle toplumsal performans göstergeleri (3,92), finansal performans (3,81) ve örgütsel performans (3,81) göstergeleri yöneticiler tarafından rakiplere göre daha iyi/yüksek olarak değerlendirilmiştir. Tüketicilerle ilgili boyut (3,72) ve çalışanlarla ilgili boyut (3,35) önermelerine verilen yanıtların ortalamalarına göre konaklama işletmeleri yöneticileri kendi işletmelerinin rakiplerinden daha iyi performansa sahip olduğunu düşünmektedirler.

Spearman Korelasyon Analizi Sonuçları

Veriler normal dağılım göstermediği için ve varyanslar eşit olmadığı için inovasyon ile işletme performans/alt boyutların kendi aralarındaki ilişkilerin derecesini bulmak amacıyla Spearman Korelasyon analizi yapılmış ve sonuçlar Tablo 5'te verilmiştir. Korelasyon katsayısının 1 olması mükemmel bir pozitif ilişkiyi, -1 olması mükemmel negatif bir ilişkiyi, 0 olması ise ilişkinin olmadığını göstermektedir. Korelasyon katsayısının, mutlak değer olarak 0,70-1,00 arasında olması yüksek, 0,70-0,30 arasında olması orta ve 0,30-0,00 arasında olması ise düşük düzeyde bir ilişki olarak tanımlanmaktadır (Büyüköztürk, 2003: 32).

Tablo 4. İnovasyon ve işletme performansı arasındaki ilişkiye yönelik spearman korelasyon analizi bulguları

No.	Değişken	1	2	3	4	5	6	7
1	İzolasyon	1,00						
2	İşletme Performansı	,563**	1,00					
3	Tüketicilerle İlgili Boyut	,503**	,636**	1,00				
4	Çalışanlarla İlgili Boyut	,440**	,756**	,289**	1,00			
5	Finansal Boyut	,406**	,732**	,433**	,349**	1,00		
6	Örgütsel Boyut	,538**	,794**	,405**	,457**	,719**	1,00	
7	Toplumsal Boyut	,329**	,696**	,475**	,423**	,515**	,501**	1,00

* Korelasyon 0,05 düzeyinde istatistiksel olarak anlamlıdır.

** Korelasyon 0,01 düzeyinde istatistiksel olarak anlamlıdır.

*** Spearman korelasyon analizi uygulanmıştır.

Tablo 4'te görüldüğü gibi otel işletmelerinde gerçekleştirilen inovasyonlar ile işletme performansı ve işletme performansı alt boyutları arasında bir ilişki olup olmadığını ortaya koymak amacıyla yapılan Spearman Korelasyon analizi sonuçlarına göre; inovasyon ve işletme performansı arasında 0.01 anlamlılık düzeyinde pozitif yönlü orta düzeyde ($r=0,563$; $p<0,01$) ilişki bulunduğu tespit edilmiştir. Bu bulgulara göre de H1 kabul edilmiştir. Yani otellerde inovasyon kültürü işletme tabanına yayıldıkça ve inovasyon sayısı arttıkça işletme performans düzeyleri yükselmektedir. İşletme performansı alt boyutları ile inovasyon arasındaki ilişki düzeylerini gösteren spearman korelasyon analizi sonuçları incelendiğinde ise; işletme performansının tüketici boyutu ile inovasyon arasında ($r=0,503$; $p<0,01$), çalışanlarla ilgili boyut ile inovasyon arasında ($r=0,440$; $p<0,01$), finansal boyut ile inovasyon arasında ($r=0,406$; $p<0,01$), örgütsel boyut ile inovasyon arasında ($r=0,538$; $p<0,01$) orta düzeyde pozitif yönlü ve anlamlı ilişki bulunmuştur. Toplumsal boyut ile inovasyon arasında ise

pozitif yönlü, anlamlı ancak zayıf bir ilişki bulunmuştur ($r=0,329$; $p<0,01$). Bu çerçevede H2, H3, H4 ve H5 desteklenmiştir. Yani inovasyon sayısı arttıkça işletme performansının alt boyutlarından tüketicilerle ilgili boyut, çalışanlarla ilgili boyut, finansal boyut, örgütsel ve toplumsal boyut performanslarının da artacağı ifade edilebilir. Bu doğrultuda çalışma kapsamında geliştirilen hipotezler kabul edilmiştir.

Kruskal- Wallis-H Testi Sonuçları

Araştırmaya katılan yöneticilerin inovasyon ifadelerine verdiği puanların eğitim durumlarına göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla Kruskal Wallis-H testi yapılmış ve sonuçlar Tablo-5'te verilmiştir.

Tablo 5. İnovasyon ölçeği puanlarının eğitim durumuna göre farklılaşım farklılaşmadığını belirlemek üzere yapılan kruskal wallis-H sonuçları

Grup	N	Sıra Ort.	X	sd	p
İlkokul	2	75,50	4,421	4	0,352
Lise	16	43,47			
Ön Lisans	19	59,29			
Lisans	58	48,94			
Y. Lisans/Doktora	5	47,70			
Total	100				

Tablo-5'te görüldüğü gibi, araştırma grubunu oluşturan yönetici ve departman müdürlerinin inovasyon ifadelerine verdikleri puanların eğitim durumuna göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan Kruskal Wallis-H sonucunda, grup ortalamaları arasındaki fark istatistiksel açıdan anlamlı bulunmamıştır. "Kruskal Wallis Tek Yönlü Varyans Analizi" sonuçlarına göre inovasyon ölçeği ifadelerine katılımcılar tarafından verilen puanlar eğitim düzeylerine göre gruplar arasında gözlenen farklılıkların istatistiksel açıdan önemli olmadığı saptanmıştır ($p>0,05$). Buna göre, yöneticilerin işletmenin inovasyon stratejileri konusundaki değerlendirmeleri eğitim durumlarına göre bir farklılık göstermemektedir.

Sonuç

Bu çalışma, konaklama işletmelerinde gerçekleştirilen inovasyon ile işletme performansı arasındaki ilişkiyi belirlemek amacıyla yapılmıştır. Bu bölümde anket verileri doğrultusunda elde edilen bulgulardan yola çıkılarak varılan sonuçlara yer verilmiştir. Araştırmada kullanılan İnovasyon ve İşletme Performans ölçeğinin geçerlik ve güvenilirliğinin yüksek düzeyde olduğu söylenebilir. Otel yöneticilerinden alınan bilgiler kapsamında, çalışma kapsamındaki genel müdürlerin ve departman müdürlerinin inovasyon konusuna yönelik olumlu bir bakış açısına sahip oldukları söylenebilmektedir. Araştırma sonuçlarına göre konaklama işletmeleri yöneticileri işletmelerinin inovasyon düzeylerinin genel olarak yüksek olduğunu belirtmişlerdir fakat yeni fikirlerin yeterli desteği bulması

bakımından üst yönetim yenilik geliştirme çabalarını teşvik etmeli, yaratıcı fikirlere olumlu yaklaşmalı ve uygun ödüllendirme sistemi ile desteklemelidir.

İşletme performansı ölçeği, nesnel ve öznel işletme performansı olarak iki kısımdan oluşmaktadır. Nesnel işletme performansı boyutları doluluk oranı, gelir düzeyi ve personel devir oranıdır. Öznel işletme performansı boyutları ise tüketicilerle ilgili, finansal, örgütsel, toplumsal ve çalışanlarla ilgili boyutlardır. Bu çalışmada öznel işletme performans boyutları kullanılmış, nesnel işletme performans boyutları çalışmaya dâhil edilmemiştir. Performansla ilgili analiz sonuçlarına bakıldığında ise konaklama işletmeleri yöneticileri kendi işletmelerinin performansının rakip işletmelerden daha iyi/yüksek olduğunu düşünmektedirler. Özellikle toplumsal performans, finansal performans ve örgütsel performans göstergelerinin ortalamaları daha yüksektir, tüketicilerle ilgili ve çalışanlarla ilgili performans göstergeleriyle ilgili verilen cevapların ortalamaları ise biraz daha düşüktür.

Konaklama işletmelerinde yapılan inovasyon faaliyetleri ile işletme performansı arasındaki ilişkiyi ölçmek amacıyla yapılan Spearman Korelasyon analizi sonucunda konaklama işletmelerinin inovasyon düzeyleri ile öznel işletme performansı arasında pozitif ve anlamlı ilişkiler saptanmıştır. İnovasyon ile öznel işletme performansı alt boyutları arasında daha düşük fakat pozitif ve anlamlı yönde bir ilişki bulunmuştur. Yapılan korelasyon analizi sonucunda elde edilen bulgular, alan yazında entelektüel sermaye faktörleri ve yenilikçilik faktörleri arasındaki pozitif yönde bir ilişkinin bulunduğunu vurgulayan çalışmaların bulguları (Leitner, 2011; Delgado-Verde vd., 2011; Cabello-Medina vd., 2011; Ngah ve İbrahim, 2009; Wu vd., 2008; Chen vd., 2008; Subramaniam ve Youndt, 2005) ve yenilikçilik faktörleri ile işletme performansı arasında pozitif yönde bir ilişkinin bulunduğunu vurgulayan çalışmaların bulgularıyla (Bkz. Gunday vd. 2011; Artz vd., 2010; Cho ve Pucik, 2005; Calantone vd., 2002; Roberts; 1999; Han vd., 1998) uyumludur.

Bununla birlikte otel yöneticilerinin inovasyon ifadelerine verdiği puanlar üzerinde eğitim durumunun etkisini ölçmek amacıyla Kruskal Wallis-H analizi yapılmış ve yöneticiler tarafından inovasyon ifadelerine verilen puanların grupların eğitim düzeylerine göre gözlenen farklılıkların istatistiksel açıdan önemli olmadığı saptanmıştır. Yapılan çalışmada sınırlı sayıda konaklama işletmesi ve sadece Antalya ili baz alınmıştır bu nedenle Türkiye'deki tüm konaklama işletmeleri için bir genelleme yapılamaz; fakat tesadüfi olarak seçilen daha geniş bir örnek hacmiyle daha genel sonuçlar elde edilebilir.

Araştırmanın Kısıtları

Verilerin sadece Antalya Bölgesi ile sınırlı olması araştırmanın en önemli kısıtını oluşturmaktadır. Cevapların kişisel algılara dayanıyor olması, gerçek durumla kişisel algılar arasında farklılık bulunabilme olasılığı ve sezon sonu olması nedeniyle anket sayısının çok yüksek olmayışı da araştırmanın diğer kısıtlarını oluşturmaktadır.

Kaynakça

- Abernathy, W. J., and Clark, K. B. (1985), Innovation: Mapping the winds of creative destruction. *Research Policy*, 14, 3–22.
- Akal, Z. (2003). Performans Kavramları ve Performans Yönetimi. Ankara: MPM Yayınları, http://www.ydk.gov.tr/seminerler/performans_yonetimi/performans_yonetimi.htm, (Erişim: 12.11.2014)
- Alpkan, L., Ergün, E., Bulut, Ç. ve Yılmaz, C. (2005) Şirket Girişimciliğinin Şirket Performansına Etkileri. *Doğuş Üniversitesi Dergisi* 6 (2): 175-189.
- Apaydın, F. (2008). Kurumsallaşmanın Küçük ve Orta Ölçekli İşletmelerin Performansına Etkileri. *Zonguldak Karaelmas Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi* 4 (7): 121–145.
- Armbruster, Heidi; Andrea BIKFALVI; Steffen KINKEL ve Gunter LAY; (2008), "Organizational Innovation: The Challenge of Measuring Non Technical Innovation in Large-Scale Surveys", *Technovation*, (28), pp. 644–657.
- Bolton, Michele Kremen; (1993), "Organizational Innovation and Substantive Performance: When Is Necessity the Mother of Innovation?", *Organization Science*, 4(1), pp. 57–75.
- Artz, K.W., P.M. Norman, D.E. Hatfield ve L.B. Cardinal (2010) A longitudinal study of the impact of R&D, patents, and product innovation on firm performance, *Journal of Product Innovation Management*, Vol.27, No.5, 725-740.
- Boyne, G. A. (2003), "Sources Of Public Service Improvement: A Critical Review And Research Agenda", *Journal of Public Administration Research and Theory*. 13, 3, 367–394.
- Büyüköztürk, Ş.(2003). Sosyal Bilimler İçin Veri Analizi El Kitabı. Ankara: Pegem A Yayıncılık.
- Cabello-Medina, C., A. Lopez-Cabrales ve R. Valle-Cabrera (2011) Leveraging the innovative performance of human capital through HRM and social capital in Spanish firms, *The International Journal of Human Resource Management*, Vol.22, No.4, 807- 828.
- Calantone, R. J., Çavuşgil, S. T. ve Zhao, Y. (2002). "Learning orientation, firm innovation capability, and firm performance", *Industrial Marketing Management*, (31): 515 – 524.
- Çalışkan, A., Akkoç, İ., Turunç, Ö. (2011). Örgütsel Performansın Araştırılmasında Motivasyonel Davranışların Rolü: Yenilikçilik ve Girişimciliğin Aracılık Rolü, *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi* Y.2011, C.16, S.3, s.363-401.
- Chen, C., Y. Lee, C. Tung, K. Kao (2008) The influences of innovative activities, intellectual capital towards corporate development: Evidence and insights from Taiwanese publicly listed it corporations, *The Business Review*, Vol.10, No.1, 236-245.
- Cheveerug, A. ve Ussahawanitchakit, P. (2008). Learning Orientation, Innovation Capability, and Organizational Performance in Thai Audit Firms: Moderating Effects of Organization Climate and Uncertainty Environment. *Review of Business Research*, March,

- http://findarticles.com/p/articles/mi_6776/is_2_8/ai_n28552109/ (Erişim Tarihi: 03.11.2014)
- Chin, K.; Pun, K. ve Lau, H. (2003). Development of A Knowledge-Based Self-Assessment System for Measuring Organizational Performance, *Expert Systems with Applications*, 24: 443–455.
- Cho H. ve V. Pucik (2005) Relationship between innovativeness, quality, growth, profitability, and market value, *Strategic Management Journal*, Vol.26, No.6, 555-570.
- Daft, R.L. (2000), *Organization Theory And Design*, 7 thEdition, Mason: South-Western College Publishing,.
- Damanpour, Fariborz and Marguerite SCHNEIDER; (2006), "Phases of the Adoption of Innovation in Organizations: Effects of Environment, Organization and Top Managers", *British Journal of Management*, (17), pp. 215–236.
- Delgado-Verde, M., G. Martin-de Castro, J.E. Navas-Lopez ve J. Cruz-Gonzales (2011) Capital social, capital relacional e innovacion tecnologica: una aplicacion al sector manicaturero espanol de alto y media-alta tecnologia, *Cuadernos de Economia y Direccion de la Empresa*, Vol.14, No.4, 207-221.
- Dictionary of Business* (2002). 3.rd, New York: Oxford University Pres.
- Drucker, P.F., 1985. *Innovation and Entrepreneurship*. Butterworth-Heinemann, Oxford.
- Durmuş, B., Yurtkoru, S. ve Çinko, M. (2011). *Sosyal Bilimlerde SPSS'le Veri Analizi*. Beta Yayıncılık, İstanbul.
- Durna, U. (2003), *Yenilik Yönetimi*, Nobel, Ankara, Ekim, s. 125.
- Durna, U., ve Babür, S. (2011). "Otel işletmelerinde yenilik uygulamaları". *Journal of Alanya Faculty of Business/Alanya İşletme Fakültesi Dergisi*, 3(1).
- Eraslan, H., Bulu, M. ve Bakan, İ. (2008), "Kümelenmeler ve İnovasyona Etkisi: Türk Turizm Sektöründe Uygulamalar", *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 5(3), ss. 1–35.
- Eren, M. Ş., Yücel, R. ve Eren, S. S. (2010) Firma Performansına Etkileri Kapsamında Çevresel Olumsuzluk, Pazar Dinamizmi, Müşteri Odaklılık ve Yenilikçilik Arasındaki İlişkilerin İncelenmesi. *Yaşar Üniversitesi Dergisi*, 18 (5): 3102-3116.
- Eren, E., Alpkın, L. ve Erol, Y. (2005). Temel Fonksiyonel Yeteneklerin Firmanın Yenilik ve Finansal Performansına Etkileri. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi Bahar 2005/1*, 4 (7): 201-224.
- Erdem, B. vd., (2011). Yenilikçilik ve İşletme Performansı İlişkisi: Antalya'da Etkinlik Gösteren 5 Yıldızlı Otel İşletmeleri Örneği. *Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, Cilt:26, Sayı:2, Yıl:2011, ss.77-112
- Erdil, O ve Kitapçı, H. (2007). TKY Araçlarının Kullanımı ve Firma Yenilikçiliğinin Yeni Ürün Geliştirme Hızı ve İşletme Performansına Etkisi. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 21 (1): 233–245.
- Flynn, M.; L. Dooley; D. O'sullivan ve K. Cormican; (2003) "Idea Management for Organisational Innovation", *International Journal of Innovation Management*, 7(4), pp. 417–442.

- George Lafferty ve Anthony van Fossen, (2001), Integrating the Tourism Industry. Problems and Strategies. *Tourism Management* 22(1), ss. 11-19.
- Gunday, G., G. Ulusoy, K. Kılıç ve L. Alpan (2011) Effects of innovation types on firm performance, *International Journal of Production Economics*, Vol.133, No.2, 662-676.
- Han, J. K., Kim, N. ve Srivastava, R. K. (1998). "Market orientation and organizational performance: is innovation a missing link", *Journal of Marketing*, 62 (4): 30 –45.
- Hjalager, A.-M. (2002), Repairing innovation defectiveness in tourism. *Tourism Management*, 23, 465-474.
- Hitt, M.A., Ireland, R.D., Camp, S.M., Sexton, D.L. 2001. Guest editors' introduction to the special issue strategic entrepreneurship: entrepreneurial strategies for wealth creation. *Strategic Management Journal* 22, 479–491.
- Hoq, Z ve Ha, N. C. (2009). Innovativeness: Its Antecedents and Impact on SME Business Performance. *International Journal of Business and Management* 4 (11): 100–110.
- Janszen, F., (2000), *The Age of Innovation*, Prentice Hall, Inc., London.
- Jeffcott, A. Shelly ve Colin F. Mackenzie (2008); "Measuring Team Performance in Healthcare: Review of Research and Implications for Patient Safety," *Journal of Critical Care*, Cilt 23, s. 188-196.
- John Stanley Metcalfe ve Ian Miles, (1999), (Ed.) *Innovation Systems in the Service Economy, Measurement and Case Study Analysis*, Kluwer Academic Publisher, Boston.
- Jong, P. J. D. ve Vermeulen, P. A. M. (2003). Organizing Successful New Service Development: A Literature Review. *Management Decision* 41 (9): 844–858.
- Kalaycı, Ş. (2006), *SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri*, 2.Baskı, Asil Yayın Dağıtım Ltd., Ankara
- Kalaycı, Ş. (2008). *SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri*. Asil Yayın Dağıtım, Ankara.
- Karakılıç, N. Y. (2009). Stratejik İttifak Oluşumunda Temel Yeteneklerin Önemi: Tariş Opet Stratejik İttifakı Balanced Scorecard Örneği. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi* 12 (21): 200–214.
- Kavrakoğlu, İ. (2006). *Yönetimde Devrimin Rehberi, İnovasyon*. Altedo Yayıncılık, İstanbul.
- Kueng, P. ve Krahn, A. J. W. (March- April 1999). Building a Process Performance Measurement System: Some Early Experiences, *Journal of Scientific & Industrial Research*, 58(3-4): 149-159.
- Kuşlivan, S. ve Eren, D., *Örgütsel Hizmet Odaklılığın İşletme Performansı Üzerindeki Etkisi: Konaklama İşletmelerinde Bir Uygulama*, *Anatolia, Turizm araştırmaları dergisi*, 2008.
- Kuratko, D.F., Ireland, R.D., Covin, J.G., Hornsby, J.S. 2005. A model of middle-level managers' entrepreneurial behaviour. *Entrepreneurship Theory and Practice* 29 (6), 699-716.
- Küçük, O., Kocaman, G. (2014), "Müşteri Yönlülük İnovasyon Yönlülük ve İşletme Performans İlişkisi: Bir Uygulama", *International Journal of Social Science*, Vol. 29 , p. 37-52, Autumn III 2014.

- Lai, K. (2003). Market Orientation in Quality-Oriented Organization and its Impact on Their Performance, *International Journal of Production Economics*, 84: 17-34.
- Lai, K. ve Cheng, E. (2005). Effects of Quality Management and Marketing on Organizational Performance, *Journal of Business Research*, 58: 446-456.
- Leitner, K. H. (2011), The effect of intellectual capital on product innovativeness in SMEs, *International Journal of Technology Management*, Vol.53, No.1, 1-18.
- Nakip, M. (2006). Pazarlama Araştırmaları, Teknikler ve (SPSS Destekli) Uygulamalar. 2. Baskı, Ankara, Seçkin Yayıncılık.
- Naktiyok, A. ve Küçük, O. (2003). Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmeler'de (KOBİ) Toplam Kalite Yönetimi (TKY) Kritik Faktörlerinin Örgütsel Performans Üzerine Etkileri. *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi* (21): 43-65."
- Ngah, R. ve A.R. Ibrahim (2009) The Relationship of intellectual capital, innovation and organizational performance: A preliminary study in Malaysian SMEs, *International Journal of Management Innovation Systems*, Vol.1, No.1, 1-13.
- Nordin, S. (2003), *Tourism Clustering and Innovation (Paths to Economic Growth and Development)*. European Tourism Research Institute, Mid-Sweden University, Sweden.
- OECD - Oslo Manual (2005). Proposed Guidelines for Collecting and Interpreting Technological Innovation Data, Paris.
- Özer, G. ve Akça, Y. (2007). Yenilikçi Özelliklerin, Kurumsal Kaynak Planlaması Uygulama Başarısına ve Algılanan Organizasyonel Performans Üzerine Etkisi. *Zonguldak Karaelmas Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi* 3 (5): 53-70.
- Özşahin, M., Ciğirim, E. ve Gök, M. Ş. (2005). Rekabet Edebilirlik ve Firma Performansı İlişkisi Üzerine Bir Saha Araştırması. *Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi* 7 (1): 143-155.
- Pivcevic, S. ve Petric, L. (2011). "Empirical Evidence on Innovation Activity in Tourism: The Hotel Sector Perspective", *The Business Review*, 17(1): 142 - 148.
- Roberts, W. Peter and Amit, Raphael (2003). "The Dynamics of Innovative Activity and Competitive Advantage: The Case of Australian Retail Banking, 1981 to 1995", *Organization Science*, Vol. 14, No. 2, 107-122
- Robinson, H. S.; Anumba, C. J.; Carrillo, P. M. et al (2005). Business Performance Measurement Practices in Construction Engineering Organizations, *Measuring Business Excellence*, 9(1):13- 22.
- Roberts, W., Peter (1999). "Product Innovation, Product-Market Competition and Persistent Profitability in the U.S. Pharmaceutical Industry". *Strategic Management Journal*, 20(7), 655-670.
- Subramaniam, M. ve M.A. Youndt (2005) The influence of intellectual capital on the types of innovative capabilities, *Academy of Management Journal*, Vol.48, No.3, 450-463.
- Sundbo, J., Orfila-Sintes, F. & Sørensen, F. (2007). "The innovative behaviour of tourism firms—Comparative studies of Denmark and Spain". *Research Policy*, 36(1), 88-106.

- Tekin, Y.,ve 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 İşletme Fakültesi Dergisi*, 4(3).
- Uzkurt, C. (2010)."İnovasyon Yönetimi: İnovasyon Nedir, Nasıl Yapılır ve NasılPazarlanır?". Ankara Sanayi Odası Yayın Organı, 39.
- Vincent, L., Bharadway, S. ve Challagalla, G. (2004). Does Innovation Mediate Firm Performance?: A Meta-Analysis of Determinants and Consequences of Organizational Innovation. Working Paper, http://www.smartech.gatech.edu/bitstream/1853/10731/.../gt_tiger_does_innovation.pdf (Erişim: 01.12.2014).
- Yavuz, Ç. (2010). İşletmelerde İnovasyon (Yenilikçilik) Stratejileri ve Örgütsel Performans İlişisinin Çanakkale Seramik A.Ş. İşletmesi Örneğinde Boylam Analizi Yöntemiyle İncelenmesine Dönük Bir Araştırma, Yüksek Lisans Tezi, Çanakkale On Sekiz Mart Üniversitesi, Çanakkale, 2010.
- Zehir, C. ve Özşahin, M. (2006). Stratejik Karar Verme Hızını Etkileyen Örgütsel, Çevresel Faktörler ve Firma Performansı İlişkisi: İmalat Sektöründe Bir Saha Çalışması. *Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi* 9 (1): 137–157.
- Wu, W.Y., M.L. Chang ve C.W. Chen (2008) Promoting innovation through the accumulation of intellectual capital, social capital, and entrepreneurial orientation, *R&D Management*, Vol.38, No.3, 265-277.