

Sürdürülebilir Kalkınma Açısından Doğu Karadeniz Bölgesindeki Kırsal Turizm İşletmelerinin Yenilikçilik Kapasitelerinin Değerlendirilmesine Yönelik Bir Araştırma

Mehmet KASAP^{1*} Eyyüp YILDIRIM²

¹Gaziantep Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği, Gaziantep

²Gaziantep Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği, Gaziantep

*Sorumlu yazar:

E-posta:m.kasap8461@gmail.com

Geliş Tarihi: 05 Mart 2017

Kabul Tarihi: 20 Mayıs 2017

Özet

Dünyadaki yeni turizm eğilimleri, değişen ve artan talebe bağlı olarak, tarih, sağlık, doğa, kültür ve kırsal turizm yönünde gelişmektedir. Bu tarz turistik arz potansiyeline sahip ülkeler turizm talebine bağlı olarak geliştirdikleri yeni turizm politikalarıyla kırsal kalkınmayı gerçekleştirmektedirler. Kalkınma yolundaki Türkiye de, kırsal kalkınma sürecini planlı olarak ve sistematik bir yapıda gerçekleştirmiş ve kırsal kalkınma projelerini tarımla uğraşan kesime yönelik en önemli politikalarından biri yapmaya başlamıştır. Yerel kalkınma anlayışının ön plana çıkmasıyla birlikte, turizm sektörü içerisinde yer alan “kırsal turizm” tüm kalkınmaya çalışan ve kalkınmalarını sürdürülebilir kılmaya yarışmaya girmiş ülkeler için daha fazla önem kazanmaya başlamıştır. İşletmelerin dünya çapında üretilen bir malda ve hizmette diğer işletmelerden bir adım ileride olmaları ve katma değer oluşturmaları için yenilikçi bir yapıya sahip olmaları gerekir. İşletmeler, Yenilikleri sürekli hale getirerek kendilerini buldukları sektörde farklı bir yere sahip olmalarını sağlamaya çalışmaktadır. Bu çalışmanın amacı, sürdürülebilir kırsal kalkınma açısından Doğu Karadeniz Bölgesindeki kırsal turizm İşletmelerinin yenilikçilik kapasitelerini tespit ederek uyguladıkları yenilikçilik faaliyetleri hakkında bilgiler elde etmektir. Bu çalışmanın gerçekleştirilebilmesi için geliştirilen anket formu, Doğu Karadeniz Bölgesindeki Kırsal Turizm işletmesi olarak faaliyet gösteren ve her işletmeden bir üst düzey yönetici olmak üzere 301 Kırsal Turizm İşletmesinde görev yapan yöneticiler ile gerçekleştirilmiştir. Yapılan çalışmanın sonucunda Türkiye’de faaliyet gösteren Kırsal Turizm İşletmelerinin sürdürülebilirlik ve yenilikçilik faaliyetleri arasındaki farklılıklar saptanmaya çalışılmıştır.

Anahtar Kelimeler: sürdürülebilir turizm, kalkınma, kırsal turizm, yenilikçilik

A Study on the Evaluation of Innovative Capacities of Rural Tourism Companies in Eastern Black Sea Region in Terms of Sustainable Development

Abstract

New tourism trends in the world are developing in the direction of history, health, nature, culture and rural tourism, depending on the changing and increasing demand. Countries with this kind of tourist supply potential are carrying out rural development with new tourism policies developed due to tourism demand. Turkey, on its way to development, has also undertaken the rural development process in a planned and systematic structure and has started to make rural development projects one of the most important policies for agriculture. With the preoccupation of local development concept, “rural tourism” in the tourism sector has started to gain more importance for the countries that have been trying to develop all and have entered into a sustainable competition for their development. Businesses must be one step ahead of other businesses in a world-wide product and service and have an innovative structure to create added value. Businesses are trying to make Innovations permanent so that they have a different place in the sector they are in. The aim of this study is to obtain information on the innovation activities that the rural tourism companies in the Eastern Black Sea Region have identified through innovation capacities in terms of sustainable rural development. The survey developed for the purpose of carrying out this study was conducted with the managers who acted as Rural Tourism Companies in the Eastern Black Sea Region and 301 managers from each companies. As a result of the work done, the differences between the sustainability and innovation activities of the Rural Tourism Companies operating in Turkey were tried to be determined.

Keywords: Sustainable tourism, development, rural tourism, innovation

GİRİŞ

Turizm ürünleri üretim ve pazarlama açısından endüstriyel ürünlerden farklıdır. Turizm ürünü maddi ve manevi unsurların bütünüdür; konaklama, ulaşım, yiyecek ve içecek, rekreasyon, dinlenme ve eğlence hizmetlerini kapsar [1]. Turizm endüstrisi, dünyada artarak gelişen ve hızlı şekilde ivme kazanarak büyüyen sektörlerin başında gelmektedir. Küreselleşen dünyada ülkeler arasında mesafeler kısalmış ve sınırlar ortadan kalkmış bunun sonucunda bireylere uzak mesafeleri kısa zamanda gezip görme imkânları doğmuştur. Bu imkânların artması ile bireyler daha farklı ülkelere seyahat etmeye başlamış ve turizm potansiyeline sahip olan ülkeler ise dünya turizminden daha çok pay almak için çalışmalar yapmıştır. Yapmış oldukları çalışmaların sonucunda turizm gelirlerinden aldıkları paylar da artmıştır. Ülkelerin aldıkları turizm paylarının artmasıyla birlikte; alt

ve üst yapı çalışmaları artmış, sağlık ve güvenlik alanlarında gelişmeler yaşanmış ve bu değişimler de turizmin ilerlemesine önemli katkılar sağlamıştır [2]. Turizm sektörü, yapısı gereği insan ilişkilerine dayalı bir iş koludur. Bundan dolayı turizm, birbirinden farklı etnik ve sosyokültürel yapılarda olan toplumların birbirleriyle etkileşimini sağlamakta, toplumun sosyal yapısını ve toplumun kalıplaşmış davranışsal olaylarını etkilemekte ve bunun sonucu bazı değişimlere neden olabilmektedir. Bundan dolayı sosyal olay olarak bilinen turizme, yalnızca gelir-gider dengesini sağlayan bir sektör olarak değil, baskın bir şekilde bireylerin etkileşimli ilişkilerinin yaşandığı, sunduğu hizmet ve ürün neticesiyle insan ve toplum merkezli kaynaklara ihtiyaç duyan bir sektör olarak bakılmalıdır [3] .

Dünyada yaşanan ekonomik, teknolojik ve sosyal alanlardaki gelişmeler turizm kavramının anlaşılmasının

yanı sıra, turizm olayının oluşmasında önemli değişimlerin olmasına neden olmuştur. Yaşanan değişimler turistlerin seyahat etme amaçları ve turist sayılarında görülmektedir. Turistlerin deniz-kum-güneş turizm üçlüsünden farklı olarak yeni ve alternatif turizm alanlarına yönelmeleri de bu değişimlerin en önemli göstergesidir [4] Bireyler tatil yaparken sadece dinlenme, eğlenme, yeme-içme yanında tercih ettikleri ülkenin, bölgenin veya farklı kültürel yapılarını öğrenebilecekleri turizm faaliyetlerinin içinde yer almak istemektedirler. Ekonomik açıdan gelişim gösteren dünya ülkeleri, bireyler arasında yoksulluğun azaltılmasında, yeni iş imkânlarının ve alanlarının oluşturulmasında turizm sektörünün çok önemli rolü olduğunu görmüştür ve gelişen ve gelişmekte olan ülkeler ekonomilerini turizm sektöründe farklı alanlar oluşturulması ve çeşitlendirilmesini sağlayan politik ve yasal kanunların oluşturulmasını sağlamıştır [5].

İnsanların yaşadığı şehirlerin dışında olan alanlar genel anlamda kırsal alan olarak bilinir. Kırsal alan insanlarda, dinlenme, saflığı, doğallığı, tabiatı, otantikliği kısacası doğayla gelen doyum verici huzuru ve güveni anımsatır. Toplumda yaşayan insanlar farklı turizm ve kalabalık olmayan turizm alanlarına yönelerek, özgür, sağlıklı, huzurlu ve tabiatla baş başa kalabilecekleri farklı turizm alanlarına ve aktivitelerine doğru yönelmektedirler. Kırsal turizm çeşidi kültürel ve doğal zenginliklerin inşaları teşvik etmesinden dolayı meydana gelen bir alternatif turizm olarak görülmektedir [6].

Kırsal kalkınma; kırsal bölgelerin sosyal, kültürel ve ekonomik unsurların, doğal çevreyi muhafaza ve sürdürülebilir kaideler çerçevesinde bu bölgelerde yaşamlarını devamlı sürdüren insanların yaşam standartlarını arttırmak ve maddi gelir elde etmelerine dönük projeler, politikalar ve uygulamaların geneli olarak açıklanmaktadır [7]. Sürdürülebilir kalkınma kavramı son yıllarda küreselleşen dünyada çokça üstünde durulan ve çalışma yapılan konular arasında yer almaktadır [8].

Yapılan birçok araştırmada günümüz iş piyasasının farklılaşan isteklerin işletmeler tarafından cevap verilmesi sadece; esnek yapıda, atılgan, uyumlu ve yenilikçilikle sağlanabildiğini açıklamaktadır. Küreselleşen dünyada yaşanan yoğun rekabet, belirsizlik ve teknolojik ilerlemeler örgütleri, eski işlevsel çalışmalarından farklı olarak gelecekte daha güçlü ve istikrarlı büyüme için değişik, yeni şeyler üretken ve yenilikçi bir yapıda çalışmalar yapmalarını gerekli kılmaktadır. Yaşanan yoğun rekabet piyasasında, yenilikçi çalışmalarına destek veren ve işletmelerinde yenilikçilik faaliyetleri gerçekleştirirken işletmeler rekabette oldukları işletmelerden farklı olarak piyasaya yön veren işletmeler durumunda olabileceklerini belirtmişlerdir [9]. Çalışmanın amacı, son yıllarda yaşanan turist beklentilerinin değişmesi ve bu beklentileri karşılamak amacıyla ortaya çıkan kırsal turizm ve Doğu Karadeniz’de bulunan kırsal turizm işletmelerinin sürdürülebilir kalkınma açısından yapmış oldukları yenilikçilik yaklaşımlarını tespit etmek amacıyla yapılmıştır. Bu çalışma ile Doğu Karadeniz Bölgesi’nde bulunan kırsal turizm işletmelerinde görev yapan yöneticilere ulaşılmış ve çalışmış oldukları işletmelerin yenilikçilik kapasitelerine yönelik anket uygulanarak işletmelerine yönelik yenilikçilik verileri elde edilmiştir.

LİTERATÜR

Sürdürülebilir Kalkınma Kavramı

Sürdürülebilirlik, devamlılığı olan veya kısa süreden farklı daha geniş bir zaman içinde desteklenmeyi kapsayan değerlerin korunması manasına gelen Latince “sustinere”

kelimesinden meydana gelmiş olup en kısa anlamıyla bir varlığın devamlılığının sağlanması anlamına gelir [10]. Sürdürülebilir kalkınma görüşü, 1970’lerde dünya genelinde gündemde olan çevre hassasiyeti ve ekonomik büyümeyi bir araya getirerek bunların birleşmesine etken olmuştur. Sürdürülebilir kalkınmanın ülke ekonomilerinin kalkınmasında bir araç olabileceği gözlemlenmiştir ve bu yolda çalışmalar yapılması gerektiği saptanmıştır [11]. Sürdürülebilirlik kavramı ekonomi alanı içinde değişik alanlarda istikrarı sürdürülebilir kabiliyetini açıklamak amacıyla borçların sürdürülebilirliği, sürdürülebilir büyüme gibi makroekonomik tarifler kapsamında çokça kullanılmaktadır. Fakat önemli derecede sürdürülebilirlik kavramının bütün alanlarda bilhassa ekonomi dalında Dünya Çevre ve Kalkınma Komisyonunca 1987 yılında duyurulan Ortak Geleceğimiz veya diğer adıyla Brundtland Raporunda sürdürülebilir kalkınma kavramının tanımlaması yapılmış ve geniş bir anlam kazanmış olmasıdır [12].

Sürdürülebilir kalkınmayı yazarlar tarafından farklı şekilde ele alarak açıklasalar da, son zamanlarda en çok bilinen sürdürülebilir kalkınma tanımı Dünya Çevre ve Kalkınma Komisyonu’nun 1987 yılında yayınladığı “Ortak Geleceğimiz” raporunda yaptıkları tanımdır. Dünya Çevre ve Kalkınma Komisyonu’nun bu raporda yaptığı tanıma göre şu şekildedir: Sürdürülebilir kalkınma günümüzde oluşan insan gereksinimlerini karşılarken gelecek nesillerin gereksinimlerini tehdit etmeden devam ettirilmesini ve korumasını sağlayan kalkınmadır [8,13]. Sürdürülebilir kalkınma kavramını Brundtland Raporu açıklarken gelecek kuşakların ihtiyaçlarına zarar ve tehlikeye sokmadan günümüzde yaşayan kuşağın beklenti ve isteklerine cevap veren kalkınma anlayışı olarak tanımlanmaktadır. Diğer bir ifadeyle, elde olan doğal zenginliğine zarar vermeden ve yok etmeden gelecek kuşaklarında günümüz kuşaklar gibi aynı düzeyde refah yaşam sürdürmeleri ve sahip olmaları manasına gelmektedir. Brundtland Raporu, sürdürülebilir kalkınmayı, günümüz dünyasında farklı bir değişim süreci olarak vurgulamaktadır [14]. Sürdürülebilir kalkınmanın dünyada global bir boyut kazanması ve ülkeler tarafında bir politika olarak görülmesi 1992 yılında, 178 dünyadevlet başkanlarının birlikte Rio’da yapmış oldukları Rio Konferansı ile olmuştur. Rio Konferansından kısa bir süre sonra Birleşmiş Milletler Sürdürülebilir Kalkınma Komisyonu kurulması sağlanılmıştır. Rio da yapılan bu konferansdan sonra yapılan 2002 Johannesburg Dünya Sürdürülebilir Kalkınma Zirvesi’nin temel amacı ise Rio Konferansı’ndan aldıkları hükümleri tatbik etmek ve uzlaşılan amaçların uygulanmasında meydana gelen sıkıntılara çözüm getirmektir [15,16].

Kalkınma, ülkelerin gelişmişliklerini gösteren ve gelişmişlik düzeyi ile doğrudan ilişkilidir. Dünya ülkeleri arasında gelişmekte olan ülkeler ve az gelişen ülkeler kalkınmayı daha çok ekonomik açıdan çalışmalar yaparken, gelişmiş ekonomiye sahip ülkeler ise genellikle ekonomik, sosyal, çevresel ve politik kalkınma çalışmalarına önem verdikleri görülmektedir [17].

Kalkınmanın sürdürülebilir olması ve devamlılık sağlayabilmesi için, çevre, yoksulluk ve nüfus ilişkisi önem kazanmaktadır. Dünya ülkelerinde yoksulluk ve artan fazla insan nüfusu doğal çevre tahribatı ve bozulmasını sağlayan önemli etmenlerin başındadır. Artan nüfus ve yoksulluk doğal çevre hassasiyetinin azalmasına neden olmaktadır [18,19].

Kırsal Turizm Kavramı ve İçeriği: Kırsal Turizm

Bireyler günümüzde artan nüfusun etkisiyle kalabalık ve alışılmış turizm destinasyonlarından farklı olarak daha rahat, özgür, sağlıklı ve doğal bir ortamda doğa ile pozitif bir tatil yapmalarına olanak sağlayacak farklı turizm alanlarına ve etkinliklerine tercih etmektedirler. Kırsal turizm doğal çevre ve farklı kültürel cazibelerin olması nedeniyle oluşan bir alternatif turizm çeşidi olarak bilinmektedir. Kırsal alanının tanımının yapılması kırsal turizm kavramının oluşması için önemli bir önceliktir. Çünkü kırsal alanlar hayvancılığın ve tarımın esas ekonomik etken olduğu; bunun yanında turizm ise, küçük ve orta ölçekli turizm işletmeleri ve el sanatları dükkânları gibi farklı ekonomik etkinliklerinin gerçekleştiği, üstünde köy pazarı gibi sosyal ve ekonomik oluşumları olan, ekolojik yönden kıymetli ve kentlerle sürekli olarak alanlarla devamlı bağlantısı olan işletmeler olarak tanımlanmaktadır [20]. Kırsal turizm günümüzde, kırsal alanların ve kültürel çevrenin korunmasına yönelik çabalarıdır. Turizm, kırsal ekonomik rejenerasyonun bir aracı ve koruma değerlerinin bir yolu olarak görülmektedir [21].

Kırsal alanlar; doğal çevre ve farklı kültürel yapılarıyla, başta şehirde yaşayan insanların artan tatil yapma ihtiyaçlarına eskiden bu yana günümüzde de karşılama çalışmaktadır. Şehirlerde yaşayan bireyler, kırsal alanlara genellikle; eş-dost ziyareti ve kısa gününbirlik tatiller nedeniyle gitmektedirler. Kırsal alanlarda stres olması, zorunluluk ve baskı oluşturacak sınırların olmaması bireylerin özgür hissetmelerine ve rahat davranmalarını sağlamaktadır [22]. Kırsal turizm, insanların doğal çevre alanlarında yorgunluklarını gidermek ve farklı yapıdaki kültürlerle aynı yerde bulunmak nedeniyle kırsal bir alana gidip kısa süreli yaşamları, konaklama yapmaları ve o yöreye ait kültürel etkinlikleri seyretmeleri ve bu etkinliklere bireysel olarak katılmaları oluşan turizm türüdür [23].

Kırsal turizm, tarih öncesi miraslara, günümüzün modern yapısına sahip, içerisinde kendine has yöresel hususiyetleri içeren, bisiklet sürme, balık avlama, at sürme, av yapma ve yürüyüş yapma gibi faaliyetlerin uygun kırsal alanlarda gerçekleştirilen turizm etkinliğidir [24]. Avrupa Birliğince yapılan kırsal turizm tanımı (EC,1999:151); "Kırsal turizm; tarımsal faaliyetlerin ve yöresel değerlerle içinde güzel vakit harcamayı amaçlayan yerli ve yabancı turistlere, istekleri üzerine küçük yapıdaki turizm işletmelerinde, dinlenme, konaklama, yeme-içme ve diğer tamamlayıcı hizmetlerin verildiği ve küçük yerleşimlerde yapılan turizm faaliyetlerin tamamıdır [25]. Kırsal turizmin amacı tarımsal faaliyetlerin de içinde olduğu, yerel değerlerin içi içe olduğu, doğal çevre içinde turistlerin hoşça ve vakit geçirerek dinlenmelerini sağlamaktır [26].

Ülkemizde Kırsal turizm kavramı doğrudan "kırsal alanlar" olarak idrak edildiğinden, yayla turizmi, av turizmi, mağara turizmi, macera turizmi, argo ve eko turizm gibi faaliyetlerin tümü kırsal turizmden farklı tutulmamaktadır. Son zamanlarda Türkiye'de turistik kıyı destinasyonlarının ve büyük şehirlerin etrafındaki kasaba, antik kentlerin etrafında bulunan kırsal yerleşmeler, yol güzergâhı üzerindeki köyler, kasabalar ve ilçeler turizmle tanışmışlar ve yabancı olmaktan çıkmışlardır. Kırsal alanda bulunan kır restoranları, alışveriş yerleri, balık çiftlikleri ve kırsal yollardaki işletmeler yerli yabancı turistlerle veya gününbirlikçi turistlerle tanışmışlardır [27]. Kırsal bölgelerde turizm gelişiminde yaşanan temel problemler; talep edenlerdeki bilgi yetersizliği, ürün sunumuyla ilgili beceri eksikliği, çalışılan pazar hakkında fazla bilgi sahibi olunmaması, işbirliği ve pazarlama ağlarının yetersizliği olarak ifade edilmektedir. Sorunların

asgari düzeye indirilmesi ve kırsal bölgelerde turizmin geliştirilmesinin ön şartı ise geniş katılımlı kamuoyu desteği sağlanması olarak değerlendirilmektedir [5]. Kırsal turizmin yapılabilmesi ve bu turizmden bahsetmek için kırsal alanlardaki bölge ve yörede bazı unsurların olması gereklidir. Bu unsurlar [4];

- Su yönünden zengin olan
- Gezi yapılabilecek ve organize edilecek yerlerin olması,
- Spor aktivitelerin yapmaya uygun (av, tırmanma, bisiklet sürme, tenis, yüzme, balık avlama) olan
- Millî parklara yakın olan,
- Tarihsel yapıları ve değerleri bulunduran,
- Kolay ve doğrudan rezervasyon yapılabilen,
- Ulaşılması zor olmayan ve bütçeye uygun olan,
- Özgün mimari yapısına sahip olan,
- Yörede yaşayan bireylerin sıcak, samimi ve iletişime açık yapıda kişiliklere sahip olması, gibi etmenler bölgeler ve yöreler kırsal turizme en uygun yerlerdir.

Yenilikçilik Kavramı ve İşletmeler Açısından Önemi

İnovasyon, yeni ve farklı şeyler meydana getirmek anlamındaki Latince *innovare* kökünden türetilmiş olan bir sözcüktür [28]. İngilizcede "innovation" olarak bilinen ve Türkçe karşılığı "inovasyon" olarak bilinen kavramın bir diğer Türkçe karşılığı ise "yenilik ve yenileşim" anlamındadır. Tarihte İnovasyon kavramını ilk ortaya çıkmasını sağlayan ve inovasyon teorisini bütün şekilde önemli derecede etkilenmesini sağlayan ekonomist Schumpeter (1934) ekonomik kalkınmanın, eskilerden vazgeçerek yeni teknolojileri de içine alan etkin bir süreç yoluyla; inovasyonla yapılabileceğine değinmiştir [29]. Yenilikçilik, piyasada olmayan bir ürünle sürecin ya da ekipmanın farklılaştırıp pazarda pazarlama amacıyla yapılan teknik tasarım, üretim, yönetim ve maddi kazancın yanında ticari etkinliklerdir [30].

OECD Raporuna (2007) göre, dünya ülkelerinin inovasyon yapabilme kapasitesi ve yapılan inovasyonların rekabetçi pazar piyasasında muvaffakiyetli bir durumda takdim edilmesi ülkelerin küresel alanda diğer ülkelere rekabetçiliğini ortaya çıkaran mühim etmelere biri olarak açıklanmıştır [9]. Yenilikçilik çalışmaları genelde işletmelerin ve örgütlerin meydana getirdikleri inovasyon çalışmalarının girdisi ve çıktısı durumunda olan değişkenleri ölçmeyi amaçlamaktadır. Bunu oluştururken inovasyon için meydana getirilen mamuller, bu mamullerin satış ve dış satım potansiyelleri, inovasyon yapabilmek için ayrılan kaynaklar, bu konu alanında sınırlanmış hedefler, kullanılan bilgi kaynakları ve çeşitleriyle inovasyonu oluşmasına mani olan unsurlar üstünde durulmaktadır [31]. İşletmeler ve örgütler uzun zamanda işleyişlerini devam ettirebilmek amacıyla inovasyona gereksinim duyarlar. Girişimciliğin ana bileşeni olarak bilinen inovasyon, işletmeler ve örgütler için sürdürülebilir rekabetçi üstünlük elde edilmesinin ve rekabet üstünlüğünün devamlı şekilde korunmasının en değerli yöntemi olarak belirtilmektedir [32]. İnovasyon tüketici bireylerde piyasaya çıkan yeni ürünlerin alınmasını ve bunların kullanılması hazzını oluşturmasının yanında tüketim ihtiyacının, mecburiyetinin getirdiği ana gereksinimlerin tedarik edilmesi değil, bir statü, başarı, eğlence, zevke dönüşmüştür [33].

İşletmelerin yenilikçilik seviyelerine yönelik yapılan araştırmalar, yenilikçiliğin işletme başarısı ve rekabet üzerindeki etkisi, tüketici işletmelerin yenilikçilik seviyel-

erini algılamaları ve bunun tesirlerini değerlendirmiştir. İşletmenin yenilik kapasitesinin; öğrenme odaklılık ve işletme performansının tesirini araştırıldığı çalışmada, işletme performansı ve rekabet üstünlüğü sağlamada, işletmenin yenilikçi olarak hareket etmesi mevcut durumunun etkisi belirlemişlerdir [34]. Peter ve Ataman'ın çalışmasından aktaran Çavuş ve Akgemci'ye (2008) göre, yenilikçi örgütler, kendi ürün ve hizmetlerini alan alıcılara yakın olan örgütlerdir. Başka örgütler tartışırken zaman harcarken yenilikçi işletmeler zaman kayıp etmeden yapılacak olan şeyleri uygulamaya koymaktadır [35].

MATERYAL ve YÖNTEM

Araştırmanın Amacı ve Önemi

Yapılan bu araştırmanın amacını, Doğu Karadeniz Bölgesi'ndeki kırsal turizm işletmelerinin yenilikçilik kapasitelerini tespit etmek ve kırsal turizm yapan turizm işletmelerinin ne düzeyde yeniliğe açık bir yönetime sahip olduklarını saptamaktır. Kırsal turizm alanında faaliyet gösteren turizm işletmelerinin yapıları ve sahip oldukları değerlere göre farklılık gösterip göstermediğinin tespit edilmesi araştırmanın diğer bir amacını oluşturmaktadır.

Araştırmanın önemi; Doğu Karadeniz sınırları içerisinde faaliyette bulunan kırsal turizm işletmelerinin yöneticilerinin yenilikçilik düzeylerini ve yeniliğe karşı gösterdikleri tutumu ölçen alanındaki ilk çalışma olmasıdır.

Araştırmanın Metodolojisi

Araştırma nicel bir çalışma olup, nicel veri toplama yöntemlerinden "anket" tekniği kullanılarak veriler toplanmıştır. Anketlerin hepsi Doğu Karadeniz sınırları içerisinde faaliyette bulunan kırsal turizm işletmelerine gidilerek bu işletmelerin yöneticilerine uygulanmıştır. Çalışmaya toplamda 301 yönetici katılmıştır.

Anket formu iki bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde kırsal turizm işletmelerini işletenlerin ve yöneticilerin demografik özellikleri ile bu işletmelerin niteliklerine ilişkin toplam 7 soru bulunmaktadır. Anketin ikinci kısmında ise; Kırsal turizm alanında faaliyet gösteren işletmelerin yenilikçilik çalışmaları ve yenilikçilik potansiyellerinin öğrenilmesi amacıyla hazırlanan 22 soru bulunmaktadır. Doğu Karadeniz sınırları içerisinde faaliyette bulunan kırsal turizm işletmelerinin yenilikçilik için neler yaptıklarını ve potansiyellerinin öğrenilmesi amacıyla kendilerine sunulan yenilikçilik sorularına katılım düzeyleri (1. Kesinlikle katılmıyorum; 2. Katılmıyorum; 3. Kararsızım; 4. Katılıyorum ve 5. Kesinlikle katılıyorum şeklinde) 5'li Likert tipi ölçek şeklinde uygulanmıştır. Ankette yer alan soruların elde edilmesinde İşletmelerde Yenilik Yönetimi ve Otellerde Çalışan Yöneticilerin Yenilikçilik üzerine yapılan araştırmalardan [36, 37] yararlanılmıştır. Araştırma sonucunda elde edilen veriler SPSS 21 paket programında çözümlenerek verilerin analizi yapılmıştır.

Araştırmanın Evreni

Yapılan araştırmanın evrenini Türkiye'nin Doğu Karadeniz sınırları içerisinde faaliyette bulunan kırsal turizm işletmelerinin yöneticileri oluşturmaktadır. Türkiye'de Doğu Karadeniz bölgesi iklimi ve doğası nedeniyle elinde bulundurduğu bu özelliklerden dolayı kırsal turizm açısından önemli bir potansiyele sahip olan bölgelerin başında gelmektedir. Yapılan araştırmada Doğu Karadeniz sınırları içinde araştırmaya katılan kırsal turizm işletmelerinde görev yapan toplam 301 işletme yöneticisine ulaşılmıştır.

BULGULAR

Tablo 1. Katılımcıların Demografik Özellikleri

Çalışılan İşletmenin faaliyet alanı	n	%
Konaklama Hizmetleri	64	21,3
Yiyecek-İçecek İşletmeleri	88	29,2
Hediyelik Eşya İşletmeleri	49	16,3
Eğlence Hizmetleri	47	15,6
Seyahat Hizmetleri	52	17,3
Diğer	1	0,3
Toplam	301	100
Cinsiyet		
Kadın	92	30,6
Erkek	209	69,4
Toplam	301	100
Yaş		
18-29	73	24,3
30-49	155	51,5
50-69	64	21,3
70 ve üzeri	9	3,0
Toplam	301	100
Eğitim Düzeyi		
İlköğretim	39	13,0
Lise	118	39,2
Ön lisans	66	21,9
Lisans	56	18,6
Yüksek Lisans	12	4,0
Doktora	10	3,3
Toplam	301	100
Şuan bulunulan işletmede çalışılan süre		
0-3 yıl	54	17,9
4-6 yıl	54	17,9
7-9 yıl	36	12,0
10-14 yıl	81	26,9
15 yıl ve üzeri	76	25,2
Toplam	301	100
Mesleki Tecrübe		
0-3 yıl	25	8,3
4-6 yıl	38	12,6
7-9 yıl	34	11,3
10-14 yıl	50	16,6
15 yıl ve üzeri	154	51,2
Toplam	301	100

Araştırmaya katılan yöneticilerin % 30,6'sı (92 kişi) kadın, % 69,4'ü (209 kişi) erkek olup, % 24,3'ü 18-29 yaş aralığı (73 kişi), % 51,5'i 30- 49 yaş aralığı (155 kişi), %21,3'ü 50-69 yaş aralığı (64 kişi) ve %3'ü (9 kişi) 70 ve üzeri yaş aralığındadır. Yöneticilerin % 13' ü ilköğretim (39 kişi) , % 39 , 2'si lise (118), % 21,9'u ön lisans (66 kişi), % 18,6'sı lisans (56 kişi), % 4'ü yüksek lisans (12 kişi) ve % 3,3'ü doktora (10 kişi) mezundur ve % 8,3'ünün mesleki

tecrübesi 0-3 yıl, % 12,6'sının 4-6 yıl, % 11,3'ünün 7-9 yıl, % 16,6'sının 10-14 yıl ve % 51,2'sinin ise 15 yıl ve üzeridir.

Yöneticilerin % 21,3'ü (64 kişi) konaklama hizmetlerinde, % 29,2'si (88 kişi) yiyecek içecek işletmesinde, % 16,3'ü (49 kişi) hediyelik eşya işletmelerinde, % 15,6'sı (47

kişi) eğlence hizmetlerinde ve % 17,3'ü (52 kişi) seyahat hizmetlerinde çalışmakta olup, % 17,9'u (54 kişi) 0-3 yıldır, % 17,9'u (54 kişi) 4-6 yıldır, % 12'si (36 kişi) 7-9 yıldır, % 26,9'u (81 kişi) 10-14 yıldır ve % 25,2'si (76 kişi) 15 yıl ve daha fazla yıldır bu işletmelerde çalışmaktadır.

Tablo 2. İşletmelerin Yenilikçilik Uygulama Düzeyini Oluşturan Boyutlara Yönelik Bulgular

Faktör Boyutu	İfade No	Yenilikçilik Düzeyinin Boyutları	FAKTÖRLER					
			1	2	3	4	5	6
Dinamizm ve Dikkate Alma	8	İşletmemizde müşterilerin beklenti ve tercihleri dikkate alınır.	,851					
	10	Fırsatlar karşısında girişimci ve atılgan bir işletmeyiz.	,818					
	9	Motive edici, güdüleyici çalışma ortamına sahip bir işletmeyiz.	,807					
	11	İşletmemiz yenilikleri cesurca uygular.	,612					
	7	İşletmemizdeki bütün bölüm ve birimlerin ortak amaçları işletmenin amaçları ile aynı doğrultudadır.	,557					
	12	İşletmemiz teknolojiyi yakından takip eder ve teknolojik yeniliklere önem verir.	,461					
Yetki ve Sorumluluk	5	İşletmemizde yenilik yapmak isteyen grup ya da bireylere yetki, kaynak ve bilgi gibi araçlar sağlanmaktadır.		,835				
	1	İşletmemizde sık sık yeni fikirler denenir.		,807				
	3	İşletmemizde personelin her birine işletmenin geleceğine katkıda bulunma olanağı verilmektedir.		,769				
	2	İşletmemizde karar alınırken ilgili bütün personelin fikir ve görüşlerinden yararlanma yoluna gidilir.		,756				
Direnc	21	İşletmemizde yapılan bir yenilik riskli olarak düşünülür ve direnc görülür.			,883			
	22	İşletmemizdeki personel yıllardır aynı işi aynı yöntemle yapmaktadır.			,837			
	20	İşletmemizde yenilik çok fazla riskli olarak görülür ve karşı çıkılır.			,546			
Rekabet	15	Düzenli olarak çeşitli forumlarda (ticari fuarlar, endüstri sözleşmeleri, veri tabanları, yayınlar ve internet vb.) muhtemel ortaklarla ilgili bilgi toplarız.				,800		
	6	İşletmemiz pazara yeni ürünler ve hizmetler sunmada çoğu kez ilktir.				,608		
	13	İşletmemiz yeni fikirlere açıktır ve hayata geçirmeye çaba sarf eder.				,546		
	14	Rakip işletmeleri yakından takip edip yenilikçi fikirlerini uygularız.				,443		
Çevre takibi ve İşbirliği	17	İşletmemizde diğer işletmelerle yeni örgütler arası ilişkiler geliştirilir.					,951	
	18	İşletmemiz yenilik alanında diğer işletmelerle iş birliğine açıktır.					,891	
	16	İşletmemizde personel eğitimine önem veririz.					,422	
Araştırma ve Hazırlaş	4	İşletmemizde işleri yürütmek için yeni yollar bulunmaya çalışılır.						,737
	19	İşletmemizde yaşanan olumsuz bir duruma anında reaksiyon gösterebilecek bir kapasiteye sahibiz.						,569
		Boyutlara göre açıklanan varyans (%)	29,395	13,336	8,611	7,663	6,907	4,946
		Toplam varyans açıklama oranı%	70,857					
		Ölçeğin tamamının Cronbach's Alpha katsayısı	,844					

Kırsal turizm işletmelerinin yenilikçilik uygulama düzeyini oluşturan boyutların neler olduğunun ortaya konulabilmesi için 22 önermeye faktör analizi yapılmıştır. Faktör analizi Varimax eksen döndürmesi uygulanarak gerçekleştirilmiştir. Gösterilen faktör analizi sonucunda kırsal turizm işletmelerinin yenilikçilik uygulama düzeyinin altı boyut ve bu boyutlara bağlı 22 önermeye sahip olduğu tespit edilmiştir. Faktör analizinde ortaya konulan boyutların toplam varyansı açıklama oranı %70,857 olduğu ve önermelerin faktör yük değerlerinin ise, 0,422 ile 0,951 arasında değer aldığı görülmüştür.

İlgili faktör analizi sonucunda yenilikçilik uygulama düzeyinin birinci boyutu 'dinamizm ve dikkate alma' olarak isimlendirilmiş olup bu boyutun 6 önermeye sahip olduğu görülmüştür. Yenilikçilik uygulama düzeyinin ikinci boyutu 'yetki ve sorumluluk' olarak isimlendirilmiş olup bu boyut 4 önermeden oluşmaktadır. Yenilikçilik uygulama düzeyinin üçüncü boyutu 'direnc' olarak isimlendirilmiş ve bu boyut 3 önermeden oluşmaktadır.

Yenilikçilik uygulama düzeyinin dördüncü boyutu 'rekabet' boyutu olarak isimlendirilerek bu boyut da 4 önermeden oluşmaktadır. Yenilikçilik uygulama düzeyinin beşinci boyutu 'çevre takibi ve işbirliği', olup 3 önermeden oluşmaktadır. Altıncı Boyut ise 'araştırma ve hazıroluş' olarak isimlendirilmiş olup 2 önermeden oluşmaktadır.

Ayrıca uygulanan faktör analizi sonucunda KMO (Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy) değeri 0,764 düzeylerinde tatmin edici bir değer olarak hesaplanmıştır.

Tablo 3. İşletmelerin Yenilikçilik kapasitelerinin Düzeyine Yönelik Genel Bulgular

Kırsal Turizm İşletmelerinin Yenilikçilik Alt Boyutları	Aritmetik Ortalama (x)	Standart sapma (σ)
Dinamizm Ve Dikkate Alma	4,6877	,36757
Yetki Ve Sorumluluk	4,7118	,40285
Direnc	1,3511	,51177
Rekabet	4,2899	,52882
Çevre Takibi Ve İş Birliği	4,5293	,49024
Araştırma Ve Hazıroluş	4,6279	,54567

Kırsal turizm işletmelerinin yenilikçilik düzeyinin tespit edilmesine yönelik boyutlar üzerinde gerçekleştirilen aritmetik ortalama ve standart sapma analiz değerleri tablo 3'de verilmiştir. İlgili tabloya göre, "yetki ve sorumluluk"(x=4,7118) boyutu en yüksek uygulamaya sahip olan yenilikçilik boyutu olurken bunu "dinamizm ve dikkate alma"boyutunun (x=4,6877) takip ettiği görülmektedir. Kırsal turizm işletmelerinde işletmelerinde en düşük düzeyde uygulanan yenilikçilik boyutunun ise "direnc"boyutu (x=1,3511) olduğu görülmektedir.

Hipotez Testleri

Çalışma kapsamında demografik değişkenler ile yenilikçilik düzeyi faktörleri arasındaki farklılıkları ölçmek amacıyla oluşturulan hipotezler test edilmiştir. Bu hipotezleri test etmek için Kruskal Wallis ve Mann Witney U testi uygulanmıştır.

Mann Witney U testinin sonucuna göre cinsiyet ile yetki ve sorumluluk faktörü arasında $p < 0,005$ düzeyinde anlamlı farklılık saptanmıştır ($p = 0,14; Z = -2,467$) ve kadınların yeni-

likçilik puanları daha yüksek saptanmıştır.

Kruskal Wallis testinin sonucuna göre yaş ile dinamizm ve dikkate alma ($p = 0,001; x^2 = 16,397$), direnc ($p = 0,043; x^2 = 8,160$) ve araştırma ve hazıroluş ($p = 0,001; x^2 = 17,640$) faktörleri arasında anlamlı düzeyde farklılık saptanmıştır. 18-29 yaş arası yöneticilerin daha yenilikçi olduğu saptanmıştır.

Kruskal Wallis testinin sonucuna göre eğitim durumu ile dinamizm ve dikkate alma ($p = 0,001; x^2 = 19,938$), yetki ve sorumluluk ($p = 0,000; x^2 = 32,190$), direnc ($p = 0,000; x^2 = 30,398$), rekabet ($p = 0,000; x^2 = 22,737$), çevre takibi ve iş birliği ($p = 0,003; x^2 = 18,170$) ve araştırma ve hazıroluş ($p = 0,000; x^2 = 25,067$) faktörleri arasında anlamlı düzeyde farklılık saptanmıştır. Yüksek lisans yapan yöneticilerin yenilikçilik puanları daha yüksek bulunmuştur.

Kruskal Wallis testinin sonucuna göre işletmenin faaliyet alanı ve ile dinamizm ve dikkate alma ($p = 0,020; x^2 = 13,445$), yetki ve sorumluluk ($p = 0,000; x^2 = 26,189$), direnc ($p = 0,000; x^2 = 28,202$), çevre takibi ve iş birliği ($p = 0,034; x^2 = 12,092$) ve araştırma ve hazıroluş ($p = 0,040; x^2 = 11,625$) faktörleri arasında anlamlı düzeyde farklılık saptanmıştır. Hediyeleşme işlemleri yöneticilerinin yenilikçilik düzeyleri daha yüksek bulunmuştur.

SONUÇ ve ÖNERİLER

Turizm tüm dünyada ve ülkemizde önemli bir ekonomik getirisi olan dinamik bir sektördür. Bu getiriden pay alabilmek ve büyüyen rekabet ortamı içerisinde işletmeler ayakta kalabilmek için yenilikçiliğe önem vermeleri gerekmektedir. Yapılan bu çalışmada sürdürülebilir kırsal kalkınma bakımından Doğu Karadeniz Bölgesi'ndeki kırsal turizm işletmelerinin yenilikçilik düzeylerine ait bulgular incelenmiştir. Çalışma 301 kırsal turizm işletmesi yöneticisine uygulanmıştır. Çalışmanın önemi sürdürülebilir kalkınma açısından kırsal turizm işletmelerinde yenilikçilik düzeyi açısından alanında yapılan ilk çalışma olmasıdır.

Çalışma bulgularına göre kırsal turizm işletmelerinin hepsinin yenilikçilik faaliyetlerini yüksek düzeyde uyguladıkları görülmüştür. Özellikle çevre takibi ve iş birliği alanında faktör yükleri en yüksek düzeyde bulunmuştur. Bunu takiben dinamizm ve dikkate alma, yetki ve sorumluluk faktörleri yer almaktadır.

Çalışmanın sonucunda elde edilen bilgiler ışığında yüksek lisans mezunu olanların yenilikçilik düzeyleri daha yüksek bulunduğundan işletmelerin yenilikçilik düzeylerini artırabilmek için eğitime önem vermeleri gerektiği söylenebilir. Ayrıca 18-29 yaş aralığında olan yöneticilerin de yenilikçilik düzeyleri daha yüksek bulunduğundan, gençlere de yöneticilik konusunda fırsat verilmelidir. Kadınlarında erkeklere göre yetki ve sorumluluk düzeyinde daha yenilikçi saptanmaları nedeniyle, işletmelerde yönetici kadrolarında kadınların sayısının artırılması da yenilikçilik düzeyini artırmak için önemli bir adımdır.

Tüm bu verilerin ışığında doğu Karadeniz bölgesindeki kırsal turizm işletmelerinin kalkınmalarının sürdürülebilirliğini sağlamaları yenilikçilik çalışmalarına önem vermeleriyle mümkün olacağını göstermektedir.

Konuyla ilgili yapılacak daha sonraki araştırmalar için ilgili çalışma tüm bölgelerdeki kırsal turizm işletmelerini kapsayacak şekilde genişletilebilir sürdürülebilir kırsal kalkınma ve yenilikçilik konuları ayrı ayrı ele alınarak da incelenebilir.

KAYNAKLAR

- [1] Cosma, S., Paun, D., Bota, M., ve Fleseriu, C. (2014). Innovation – a useful tool in the rural tourism in Romania, Smaranda Cosma et al. / Procedia - Social and Behavioral Sciences Volume,148 Pages,507 – 515.
- [2] Pamukçu, H. ve Arpacı, Ö. (2016). Helal Konseptli Otel İşletmelerinin Web Sitelerinin Analizi Çatalhöyük Uluslararası Turizm ve Sosyal Araştırmalar Dergisi, 1, 147-160.
- [3] Duran, E. (2011). Turizm, Kültür ve Kimlik İlişkisi; Turizmde Toplumsal ve Kültürel Kimliğin Sürdürülebilirliği. İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi Yıl:10 Sayı:19 Bahar 2011 s.291-313
- [4] Çelik, S., Coşkun, E. ve Öztürk, E. (2013).12” Şehri Nuh’un (Şırnak) Kırsal Turizm Açısından Değerlendirilmesi. Uluslararası Sosyal ve Ekonomik Bilimler Dergisi, 3(2), 21-28.
- [5] Ayaz, Nurettin. (2015). Kırsal Turizm Geliştirme Sürecinde Belediye Başkanlarının Görüşleri Üzerine Bir Araştırma. Gazi Üniversitesi Turizm Fakültesi Dergisi, 1(1), 1-26.
- [6] Uca, A.(2012). Karaman’da Kırsal Turizmin Örneği: Sertavul. Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal Ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi, 2012(2), 71-75.
- [7] Çakır, A. ve Çakır, G. (2012).Kırsal Kalkınmayı Sağlayıcı Bir Unsur Olarak Şarköy ve Çevresinde Kırsal Turizm Potansiyelinin Değerlendirilmesi. KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi 14 (22): 53-60, 2012.
- [8] Gürlük, S. (2010). Sürdürülebilir Kalkınma Gelişmekte Olan Ülkelerde Uygulanabilir Mi?. Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İİBF Dergisi, 5(2), 85-99.
- [9] Yeşil, S. (2012). Türkiye’nin Ulusal Kültürel Özellikleri ve Yenilikçilik Potansiyeli Arasındaki İlişki Açısından Bir Değerlendirme, Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 9(17), 33-62.
- [10] Kanberoğlu, Z. ve Mollavelioğlu, M. Ş. (2013). Sürdürülebilir Kalkınmada Doğrudan Yabancı Yatırımların Rolünün Teorik Analizi. Atatürk Üniversitesi İktisadi Ve İdari Bilimler Dergisi, 27(3).
- [11] Toprak, D. (2005). Sürdürülebilir Kalkınma Çevresinde Çevre Politikaları Ve Mali Araçlar. Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 2(4).
- [12] Sarıkaya, M. ve Kara, F. Z. (2007). Sürdürülebilir Kalkınmada İşletmenin Rolü: Kurumsal Vatandaşlık. Yönetim ve Ekonomi, Cilt:14 Sayı:2 Celal Bayar Üniversitesi İ.İ.B.F. Manisa.
- [13] Kılıç, S. (2012). Sürdürülebilir Kalkınma Anlayışının Ekonomik Boyutuna Ekolojik Bir Yaklaşım. İstanbul Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi, (47).
- [14] Çetin, M. (2006). Teori ve Uygulamada Bölgesel Sürdürülebilir Kalkınma. C.Ü iktisadi ve idari Bilimler Dergisi, 7(1), 1-20.
- [15] Engin, E. ve Akgöz, B. E. (2013). Sürdürülebilir Kalkınma Ve Kurumsal Sürdürülebilirlik Çerçevesinde Kurumsal Sosyal Sorumluluk Kavramının Değerlendirilmesi. Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi, 8(1), 85-94.
- [16] Seydioğulları, H. S. (2013). Sürdürülebilir Kalkınma için Yenilenebilir Enerji. Planlama, 23(1), 19-25.
- [17] Özmete, E. ve Akgül Gök, F. (2015). Sürdürülebilir Kalkınma İçin Sosyal İnovasyon ve Sosyal Hizmet İlişkisinin Değerlendirilmesi. Toplum ve Sosyal Hizmet, 26(2).
- [18] Özmete, E. (2010). Sosyal Hizmette Sürdürülebilir Kalkınma Anlayışı: Kavramsal Analiz. Sosyal Politika Çalışmaları Dergisi, 22(22).
- [19] Ukav, İsmail (2014). Adıyaman İlinde Kırsal Turizm Potansiyeli ve Geliştirme Fırsatları. Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi, 13(51).
- [20] Kodaş, D. ve Sü Eröz, S. (2012). Kırsal Turizm İle Kültürel Turizmin Bütünleşmesi. KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi 14 (22): 169-174, 2012
- [21] Titin, Fatimah(2015) The Impacts Of Rural Tourism Initiatives on Cultural Landscape Sustainability İn Borobudur Area, Procedia Environmental Sciences, Volume,28, Pages, 567 – 577.
- [22] Aydın, O. (2012). AB’de Kırsal Turizmde İlk 5 Ülke Ve Türkiye’de Kırsal Turizm. KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi 14 (23): 39-46
- [23] Yılmaz, G. Ö. ve Ateşşaçar, D.(2012) Kırsal Turizmde Yerel Sivil Toplum Kuruluşlarının Rolü: Balıkesir İli Örneği,Uluslararası Sosyal ve Ekonomik Bilimler Dergisi,,2 (2): 145-155,
- [24] Cengiz, G. ve Akkuş, Ç. (2012).Kırsal Turizm Kapsamında Yöre Halkının Kalkındırılması: Erzurum Örneği.KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi 14 (22): 61-74.
- [25] Kuşat, N. (2014). Sürdürülebilir Kırsal Kalkınma İçin Bir Alternatif Olarak Kırsal Turizm ve Türkiye’de Uygulanabilirliği. AİBÜ-İİBF Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi.
- [26] Akyol, C., Güner, S., Oğan, Y., Aydın, E., Yüce, R., ve Uluyurt, T. (2014).Kırsal Alanların Turizm Potansiyelinin Belirlenmesi; Artvin İli Arhavi İlçesi Örneği. Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 18(1), 249-271
- [27] Karakaş, A. (2012). Eğil İlçesi Kırsal Turizm Potansiyelinin Değerlendirilmesi. KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi 14 (23): 5-18.
- [28] Eraslan, H., Bulu, M. ve Bakan, İ. 2014. Kümelenmeler ve İnovasyona Etkisi: Türk Turizm Sektöründe Uygulamalar, s.9. , Erişim Tar:20.03.2017
- [29] Çakıcı, C., Çalhan,H. ve Karamustafa, K. (2016). Yiyecek Ve İçecek İşletmelerinde İnovasyon ve Sürdürülebilir Rekabet Üstünlüğü İlişkisi, Kırıkkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Cilt: 6, Sayı: 2. 11-39
- [30] Çetinkaya, M. ve İter, B. (2014). Ticari Fuarlara Katılımın Yenilikçi Değer Zinciri İle Yenilik Yönelimli Yönelim Ve Finansal Uygulamalar Üzerindeki Etkisi. Türk Dünyası Araştırmaları, (208).
- [31] Kılıç, A., Eren, H., ve Gürsoy, A.(2014). Yenilikçilik Faktörlerinin Örgütlerin Vizyon Ve Misyon İfadelerindeki Varlığı; Fortune Türkiye İlk 100 Firma Örneği. İşletme Araştırmaları Dergisi, vol6issue4/vol.6_issue.4.
- [32] Alan, H., ve Yeloğlu, O. (2013). Markalaşma ve yenilikçilik. Siirt Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi İktisadi Yenilik Dergisi, 1(1), 13-26.
- [33] Demirel, Y. ve Seçkin, Ö. G. Z. (2008). Bilgi Ve Bilgi Paylaşımının Yenilikçilik Üzerine Etkileri, Ç.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 17(1).
- [34] Çifci, S. (2015). Tüketicilerin Yeni Ürünlere Yönelik Adaptasyon Tutumları Üzerinde Tüketicilerin Ve Firmaların Yenilikçilik Düzeylerinin Etkisi Sertaç Çifci. Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 34(34).
- [35] Çavuş, M. F. ve Akgemci, T. (2008). İşletmelerde Personel Güçlendirmenin Örgütsel Yaratıcılık Ve Yenilikçiliğe Etkisi: İmalat Sanayiinde Bir Araştırma. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, (20), 229-244.
- [36] 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 İşletme Fakültesi Dergisi*, 4(3).

[37] Giritliođlu, İ., İpar, Ö. G. M. S., Yıldırım, E., & Abd, T. İ. (2017). Türkiye'de Helâl Konsept Uygulayan Otel İşletmelerinin Yenilikçilik Kapasitelerinin Değerlendirilmesine Yönelik Bir Araştırma. *Proceedings Books*, 378.