

TURİZM ENDÜSTRİSİ VE İNOVASYON

Şule Tuzlukaya

Turizm günümüzde en hızlı büyüyen sektörler arasında yer almaktadır. İnovasyon, turizm endüstrisinin gelişimi ve sürekliliği açısından artan bir öneme sahiptir. Gelişmekte olan ülkelerin karşılaştıkları darboğazların aşılmasında, inovasyonu ön planda tutarak gelişmeyi hedefleyen turizm endüstrisi aktörlerinin katkısı son derece önemlidir.¹

Turizm Sektörü'nün yapısal özellikleri ve faaliyetleri gözönüne alındığında, sözkonusu özelliklerin ve faaliyetlerin birbirinden kopuk olmadığı, aksine işlevsel olarak birbiriyle ilişkili olduğu söylenebilir. Son yıllarda, turizm sektöründe yer alan hizmet çeşitleri ile hizmet süreçleri, hızlı değişimlere sahne olmakta ve mikrodan makroya kadar farklı analiz düzeylerinde incelenmektedir. Özellikle pazar ve tüketiciler açısından turizm endüstrisinde hızlı bir dönüşüm yaşanmaktadır. Teknolojik değişimin, rekabetin ve üretim faktörlerinin ise söz konusu değişim ve dönüşümleri tetikleyen öğeler arasında öne çıktığı görülmektedir.² Yeni turizm deneyimlerinin yaratılması ve üretilmesi, turizm sektöründe gerçekleşen önemli inovasyonlar arasında yer almaktadır. Örneğin, tüketicinin çevre konusuna artan ilgisi, turizm işletmelerini, çevresel performanslarını geliştirebilecekleri ve yenileyebilecekleri bir sürece yöneltmiş ve niş pazarlar olarak da adlandırılan eko-turizm ve macera turizmi çeşitlerinin yenilik olarak sektörde yer almasına neden olmuştur.³

İnovasyon kavramına ilişkin yazın genel olarak üretim sektörü odaklıdır. Ancak son yıllarda hizmet sektöründe de inovasyon konusu ele alınır olmuştur. Turizm sektöründe inovasyon olgusu da geçmişe kıyasla daha sık rastlanan araştırma konuları içerisinde yer almaktadır.⁴ Ancak, turizm sektöründe teknolojik yeniliklere bağlı olarak ürün/hizmetler konusunda gerçekleşen inovasyonlara sıklıkla rastlanmakla birlikte, hizmetin sunum sürecinin yenilenmesi ve/veya değiştirilmesine yönelik inovasyonlara çok sık rastlanmamaktadır.⁵ Oysa ki, hizmet sektöründe önemli olan, yeniliklerin sadece taklit şeklinde değil aynı zamanda her bir işletmenin veya bölgenin kendine özgü özelliklerini yenilemesi ve güçlendirmesi şeklinde gerçekleşmesidir.

Ulaşım sektöründeki teknolojik gelişmeler, turizm sektöründe gerçekleşen önemli ilerlemelerin ve değişimlerin temelini oluşturmaktadır. Weiermair'e göre⁶ turizm sektöründe en önemli inovasyonların neler olduğuna bakıldığında belli markalar akla gelmektedir. Bunlar arasında, Thomas Cook gibi bireysel girişimciler ve Southwest Airlines veya American Express gibi

şirketler yer almaktadır. Hizmet sektöründe farklı alanlarda yer alan faaliyetler işlevsel olarak ilişki içindedir. Bunun anlamı, turistin turizm deneyiminin bütünsel kalite algısına bağlı olarak şekillendiğidir. Turizm endüstrisinin bileşenlerinin iç içe geçmiş bu ilişkileri göz önünde bulundurulduğunda ise, inovasyonun iki etkisi ön plana çıkmaktadır: Olumlu etkisi, sektörde gerçekleşen bir inovasyonun sıklıkla bir alt sektörde yansımaları bulması ve burada da yeniliğe yönelimi hızlandırmasıdır. Olumsuz etkisi ise, sektörel anlamda yaşanan inovasyona yerel halkın veya hizmet sunanların olumsuz tepki vermesi ve bunu benimsememesidir.⁷

Üretim sektörlerinde olduğu gibi turizm sektöründe de inovasyon, yeni fikir ve ürünlerin, hizmet sunum süreçlerinde ortaya çıkmasıyla mümkündür. Bununla birlikte, turizm endüstrisinde öncelikli olan, sadece yeni pazarlama stratejileri ile değişen turizm akımlarına ayak uydurmak değil; yenilikçi hizmet, ürün ve süreçleri de desteklemektir. Uzmanların⁸ da vurguladığı gibi, turizm endüstrisinde inovasyon, sürekli ve dinamik bir süreç olarak hak ettiği yeri almalıdır.

¹ Hall,M.C.,Williams,A.M.2008. *Tourism and Innovation*. <http://books.google.com.tr/books>;

Weiermair,K.2004. *Product Improvement or Innovation: What is the key to success in tourism?*

² Decelle,X.2004. *A conceptual and dynamic approach to innovation in tourism*.

<http://www.oecd.org/dataoecd/55/28/34267921.pdf> ; Hall,M.C.,Williams,A.M.2008. *Tourism and Innovation*. <http://books.google.com.tr/books>;

Rosenberg,N.2004. *Innovation and Economic Growth*. <http://www.oecd.org/dataoecd/55/49/34267902.pdf>.

³ <http://www.oecd.org/dataoecd/44/50/34268411.pdf>

⁴ Decelle,X.2004. *A conceptual and dynamic approach to innovation in tourism*.

<http://www.oecd.org/dataoecd/55/28/34267921.pdf> ; Hall,M.C.,Williams,A.M.2008. *Tourism and Innovation*. <http://books.google.com.tr/books>;

Weiermair,K.2004. *Product Improvement or Innovation: What is the key to success in tourism?*

⁵ Hall,M.C.,Williams,A.M.2008. *Tourism and Innovation*. <http://books.google.com.tr/books>.

⁶ Weiermair,K.2004. *Product Improvement or Innovation: What is the key to success in tourism?*

⁷ Weiermair,K.2004. *Product Improvement or Innovation: What is the key to success in tourism?*

⁸ Decelle,X.2004. *A conceptual and dynamic approach to innovation in tourism*.

<http://www.oecd.org/dataoecd/55/28/34267921.pdf> ; Hall,M.C.,Williams,A.M.2008. *Tourism and Innovation*. <http://books.google.com.tr/books>;

Weiermair,K.2004. *Product Improvement or Innovation: What is the key to success in tourism?*