



TURİZM DESTİNASYONLARINDA GİRİŞİMCİLİK: AMASYA ÖRNEĞİ

Ahmet ŞEKEROĞLU

YÜKSEK LİSANS TEZİ
ŞEHİR VE BÖLGE PLANLAMA ANA BİLİM DALI

GAZİ ÜNİVERSİTESİ
FEN BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ

KASIM 2019

Ahmet ŞEKEROĞLU tarafından hazırlanan “TURİZM DESTİNASYONLARINDA GİRİŞİMCİLİK: AMASYA ÖRNEĞİ” adlı tez çalışması aşağıdaki jüri tarafından OY BİRLİĞİ ile Gazi Üniversitesi Şehir Ve Bölge Planlama Ana Bilim Dalında YÜKSEK LİSANS TEZİ olarak kabul edilmiştir.

Danışman: Dr. Öğr. Üyesi Demet EROL

Şehir ve Bölge Planlama Ana Bilim Dalı, Gazi Üniversitesi

.....

Bu tezin, kapsam ve kalite olarak YÜKSEK LİSANS Tezi olduğunu onaylıyorum.

Başkan: Prof. Dr. Emine YETİŞKUL ŞENBİL

Şehir ve Bölge Planlama Ana Bilim Dalı, Orta Doğu Teknik Üniversitesi

.....

Bu tezin, kapsam ve kalite olarak YÜKSEK LİSANS Tezi olduğunu onaylıyorum.

Üye: Doç. Dr. Burcu Halide ÖZÜDURU

Şehir ve Bölge Planlama Ana Bilim Dalı, Gazi Üniversitesi

.....

Bu tezin, kapsam ve kalite olarak YÜKSEK LİSANS Tezi olduğunu onaylıyorum.

Tez Savunma Tarihi: 06/11/2019

Jüri tarafından kabul edilen bu çalışmanın Yüksek Lisans Tezi olması için gerekli şartları yerine getirdiğini onaylıyorum

.....

Prof. Dr. Sena YAŞYERLİ

Fen Bilimleri Enstitüsü Müdürü

ETİK BEYAN

Gazi Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Tez Yazım Kurallarına uygun olarak hazırladığım bu tez çalışmada;

- Tez içinde sunduğum verileri, bilgileri ve dokümanları akademik ve etik kurallar çerçevesinde elde ettiğimi,
- Tüm bilgi, belge, değerlendirme ve sonuçları bilimsel etik ve ahlak kurallarına uygun olarak sunduğumu,
- Tez çalışmada yararlandığım eserlerin tümüne uygun atıfta bulunarak kaynak gösterdiğimi,
- Kullanılan verilerde herhangi bir değişiklik yapmadığımı,
- Bu tezde sunduğum çalışmanın özgün olduğunu,

bildirir, aksi bir durumda aleyhime doğabilecek tüm hak kayıplarını kabullendiğimi beyan ederim.

Ahmet ŞEKEROĞLU
06/11/2019

TURİZM DESTİNASYONLARINDA GİRİŞİMCİLİK: AMASYA ÖRNEĞİ

(Yüksek Lisans Tezi)

Ahmet ŞEKEROĞLU

GAZİ ÜNİVERSİTESİ

FEN BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ

Kasım 2019

ÖZET

Turizm dünyanın en hızlı gelişen sektörlerinden birisidir. Yerel, ulusal ve küresel faaliyetlerin yanı sıra hızlı uluslararası pazar büyümesi nedeniyle girişimcilik sektöründen büyük oranda katılım gerektirmekte ve sürdürülebilirliğinin sağlanmasında girişimcilik önemli olmaktadır. Turizm sektöründe sürdürülebilirlik, özünde sürdürülebilir girişimcilik ile daha bütünsel bir çerçeveye gerektirmektedir. Bu yüzden sürdürülebilir turizm girişimciliğinde ekonomik, çevresel ve sosyal hedefler bütüncül olarak ele alınmalıdır. Bölgesel kalkınmada önemli role sahip olan turizm hareketleri yerel halkın gerçekleştireceği girişimcilik faaliyetleri aracılığıyla bölge ekonomisine önemli katkılar sağlayabilmektedir. Turizm ekonomisi üzerine yoğunlaşan değişimler, yeni destinasyonların ortaya çıkışı, turizm ürün ve hizmetlerinde talep farklılıklarının artması turizm işletmelerinin rekabet ortamında ayakta kalabilmeleri için yeni stratejiler geliştirmesini zorunlu kılmıştır. Bu çalışma tarihi, doğal ve kültürel özelliklerine bağlı olarak turizmin geliştiği Amasya turizm destinasyonunda etkili olan girişimcilik faktörlerinin belirlenmesi amacını taşımaktadır. Araştırmada konaklama, yiyecek-içecek, seyahat acenteleri, yöresel ürünler ve hediyelik eşya işletmeleriyle toplam 78 adet anket çalışması yapılmıştır. Yapılan çalışmanın ölçüm kısmında SPSS programında çeşitli istatistiksel yöntemler kullanılarak, etkili olan faktörler ve performans etkisi üzerine değerlendirmeler yapılmıştır. Yapılan çalışma sonucunda turizm işletmelerinin başarısında ve sürdürülebilirliğinin sağlanmasında en önemli faktörlerin "finansal desteklerden yararlanma" ve "danışmanlık desteklerinden yararlanmak" şeklinde olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca gelir ve karlılık açısından performans değerlendirildiğinde; finansal desteklerden yararlanmak doğrusal yönlü olarak etkilerken, ekonomik çevre algısının ters yönlü etkilediği sonucuna ulaşılmıştır. Bu çalışmayla turizm işletmelerinin sürdürülebilirliğin sağlanmasında faktörlerin birbiri üzerine etkisi de olduğu ortaya koyulmuştur.

Bilim Kodu	: 80208
Anahtar Kelimeler	: Turizm, Turizm Girişimciliği, Sürdürülebilir Turizm Girişimciliği, Amasya
Sayfa Adedi	: 146
Danışman	: Dr. Öğr. Üyesi Demet EROL

ENTREPRENEURSHIP IN TOURISM DESTINATIONS: CASE OF AMASYA

(M. Sc. Thesis)

Ahmet ŞEKEROĞLU

GAZİ UNIVERSITY

GRADUATE SCHOOL OF NATURAL AND APPLIED SCIENCES

November 2019

ABSTRACT

Tourism is one of the fastest developing sectors in the world. Local, national and global activities, as well as rapid international market growth requires a great deal of participation from the entrepreneurship sector and entrepreneurship is important in ensuring its sustainability. Sustainability in the tourism sector requires a more holistic framework with sustainable entrepreneurship. Therefore, in sustainable tourism entrepreneurship, economic, environmental and social objectives should be handled holistically. Tourism movements, which have an important role in regional development, can make significant contributions to the regional economy through the entrepreneurship activities of local people. Changes focusing on tourism economy, emergence of new destinations, increasing demand differences in tourism products and services have made it compulsory for tourism enterprises to develop new strategies to survive in the competitive environment. This study aims to determine the entrepreneurship factors that are effective in tourism destination of Amasya, where tourism develops depending on its history, natural and cultural characteristics. A total of 78 surveys were conducted with accommodation, food and beverage, travel agencies, local products and souvenir businesses. In the measurement part of the study, various statistical methods were used in the SPSS program to evaluate the factors that are effective and their effect on performance. As a result of the study, it has been determined that the most important factors in the success and sustainability of tourism enterprises are "benefiting from financial supports" and "benefiting from consulting supports". In addition, when performance is evaluated in terms of income and profitability; While benefiting from financial supports affected linearly, perceptions of economic environment adversely affected. In this study, it has been shown that factors have an effect on each other in ensuring the sustainability of tourism enterprises.

Science Code : 80208

Key Words : Tourism, Tourism Entrepreneurship, Sustainable Tourism Entrepreneurship, Amasya

Page Number : 146

Supervisor : Assist. Prof. Dr. Demet EROL

TEŞEKKÜR

Bu çalışmanın hazırlanmasında destek ve yardımlarını esirgemeyen değerli aileme, bilgi ve birikimi ile katkı sağlayan danışmanım Dr. Öğr. Üyesi Demet EROL'a , desteklerinin yanı sıra bütün aşamalarda yanımda olup gerekli anlayışı gösteren Dr. Öğr. Üyesi Okan Murat DEDE ve Dr. Öğr. Üyesi Aslı ALTANLAR'a, bir abla gibi her daim yanımda olan Öğr. Gör. Ayşe YEŞİLYURT ALKAN'a, sorunsalların çözümünde anında yardıma koşan Arş. Gör. Ahmet BAŞKAN'a, öğrencilik döneminin kazandırdığı ve hep desteklerini yanımda hissettiğim arkadaşlarım; Melek KARAHASAN, Merve KAHRIMAN, Fatma CAN ve Arif TULUK'a en içten teşekkürlerimi sunarım. Ayrıca jüri üyelerinden Prof. Dr. Emine YETİŞKUL ŞENBİL ve Doç. Dr. Burcu Halide ÖZÜDURU hocalarıma değerli katkılarından dolayı teşekkür ederim.

İÇİNDEKİLER

	Sayfa
ÖZET	iv
ABSTRACT	v
TEŞEKKÜR	vi
ÇİZELGELERİN LİSTESİ	x
ŞEKİLLERİN LİSTESİ.....	xiv
HARİTALARIN LİSTESİ	xv
SİMGELER VE KISALTMALAR	xvi
1. GİRİŞ	1
2. TURİZM VE GİRİŞİMCİLİK.....	5
2.1. Turizm Sektörünün Hedef ve İçeriğindeki Dönüşüm	5
2.2. Girişimcilik Kavramına Farklı Yaklaşımlar	6
2.3. Sürdürülebilir Turizm Girişimciliği	8
2.4. Küçük Ölçekli Turizm Girişimciliği	17
2.4.1. Küçük ölçekli turizm işletmelerin katkıları ve yaşanan zorluklar	22
2.4.2. Küçük ölçekli turizm girişimciliğini etkileyen özellikler	23
2.4.3. Küçük ölçekli turizm işletmelerinde girişimcilik performansı	34
2.5. Bölüm Değerlendirmesi	36
3. TÜRKİYE'DE TURİZM VE GİRİŞİMCİLİK.....	39
3.1. Turizm ve Girişimcilik Gelişimi	39
3.2. Ulusal Planlarda Turizm ve Girişimcilik	43
3.3. Bölüm Değerlendirmesi	48
4. KAVRAMSAL ÇERÇEVE VE METOT	49

Sayfa

4.1. Araştırmanın Amacı.....	49
4.2. Araştırma Sorusu ve Hipotezleri.....	49
4.3. Önerilen Kavramsal Çerçeve	50
4.4. Önerilen Metot.....	51
4.5. Araştırma Alanı ve Örneklem Seçimi	53
5. AMASYA'DA TURİZM SEKTÖRÜNÜN GELİŞİMİ	57
5.1. Amasya'nın Yapısal Özellikleri ve Potansiyeli	57
5.2. Amasya'da Turizm Sektörünün Gelişimi	59
5.3. Bölüm Değerlendirmesi	66
6. AMASYA TURİZM DESTİNASYONUNDA ETKİLİ OLAN GİRİŞİMCİLİK FAKTÖRLERİNİN DEĞERLENDİRİLMESİ.....	69
6.1. Betimleyici Analizlerle Turizm Girişimciliğindeki Faktörlerin Değerlendirilmesi	69
6.1.1. Çevreye bağlı özellikler	69
6.1.2. Kurumsal yapıya yönelik özellikler	73
6.1.3. İşletmeye bağlı özellikler.....	77
6.1.4. Girişimciye bağlı özellikler	82
6.2. Faktör Analizi Yöntemiyle Etkili Olan Faktörlerin Yön ve Düzeylerinin Belirlenmesi.....	85
6.2.1. Girişimciye yönelik özelliklerin faktör analizi	85
6.2.2. İşletmeye yönelik özelliklerin faktör analizi.....	90
6.2.3. Kurumsal yapıya yönelik özelliklerin faktör analizi	92
6.2.4. Çevreye yönelik özelliklerin faktör analizi	95
6.3. Korelasyon Testi İle Faktörlerin Performans İlişkisinin Ölçülmesi.....	99

Sayfa

6.4. İşletme Türüne Göre Faktörler Arasındaki Anlamlılık Farklılığının Tek Yönlü Varyans Analizi İle Belirlenmesi.....	104
6.4.1. Girişimci özellikleri ile işletme türü arasındaki tek yönlü varyans analizi	104
6.4.2. İşletmeye bağlı özellikler ile işletme türü arasındaki tek yönlü varyans analizi	106
6.4.3. Kurumsal yapıya bağlı özellikler ile işletme türü arasındaki tek yönlü varyans analizi.....	109
6.4.4. Çevreye bağlı özellikler ile işletme türü arasındaki tek yönlü varyans analizi	110
7. SONUÇ VE ÖNERİLER.....	113
KAYNAKLAR.....	119
EKLER.....	131
EK-1. Anket soruları	132
EK-2. Girişimciye yönelik özellikler toplam varyans	139
EK-3. Girişimciye yönelik özellikler yamaç birikinti grafiği	140
EK-4. İşletmeye yönelik özellikler toplam varyans	141
EK-5. İşletmeye yönelik özellikler yamaç birikinti grafiği	142
EK-6. Kurumsal yapıya yönelik özellikler toplam varyans.....	143
EK-7. Çevreye yönelik özellikler toplam varyans	144
EK-8. Çevreye yönelik özellikler yamaç birikinti grafiği	145
ÖZGEÇMİŞ	146

ÇİZELGELERİN LİSTESİ

Çizelge	Sayfa
Çizelge 2.1. Sürdürülebilir girişimciliğe farklı yaklaşımlar	16
Çizelge 2.2. Sürdürülebilir girişimciliğin sınıflandırılması	17
Çizelge 2.3. Küçük turizm işletmelerine yönelik araştırma konuları	19
Çizelge 2.4. Ülkelere göre küçük ve orta ölçekli işletme göstergeleri	20
Çizelge 2.5. Ülkelere göre küçük ve orta ölçekli işletme tanımı göstergeleri	21
Çizelge 2.6. İşletme tipine göre itici ve çekici faktörler	22
Çizelge 2.7. Avrupa Birliği'ne üye bazı ülkelerde yatırım teşvikleri	28
Çizelge 2.8. Çeşitli araştırmalarda işletmelerin performansının ölçümünde kullanılan göstergeler	35
Çizelge 3.1. Yıllara göre Türkiye'nin turizm geliri ve GSYİH içindeki payı	41
Çizelge 3.2. Küçük ve Orta Ölçekli İşletmelerin (KOBİ) sınıflandırılması	43
Çizelge 4.1. Örneklem özeti	55
Çizelge 5.1. Amasya kültür envanteri	61
Çizelge 5.2. Yıllara göre Amasya'yı ziyarete gelen yerli ve yabancı turist sayıları.....	64
Çizelge 5.3. Toplam konaklama sayıları ve ortalama geceleme oranı	64
Çizelge 5.4. Amasya ili konaklama tesislerinin dağılımı	65
Çizelge 5.5. İl geneli turizm işletmelerinin türlerine göre dağılımı	65
Çizelge 6.1. Fiziksel planlar (çevre düzeni planı, nazım imar planı, uygulama imar planı vb.) yer seçiminde sınırlamalara neden oldu mu?	70
Çizelge 6.2. İmar planının turizm işletmelerine etkisi	70
Çizelge 6.3. İşletmenize erişim ne ile sağlanıyor?	71
Çizelge 6.4. İşletmenin yakın çevresinde otopark varlığı.....	71
Çizelge 6.5. İşletme konumunu belirlerken etkili olan faktörler	72

Çizelge	Sayfa
Çizelge 6.6. Turizmin kente gelişiminin etkisi	73
Çizelge 6.7. İşletmelerin finansal destek programları hakkındaki farkındalığına dair sonuçlar.....	74
Çizelge 6.8. İşletmelerin finansal destek alıp almadıklarına dair sonuçlar.....	74
Çizelge 6.9. İşletmelerin danışmanlık destek programları hakkındaki farkındalığına dair sonuçlar	75
Çizelge 6.10. Danışmanlık desteğinden yararlanma düzeyi	75
Çizelge 6.11. Danışmanlık destekleri ve finansal destek algısı	76
Çizelge 6.12. İşe başlamak için kullanılan sermaye kaynağı.....	76
Çizelge 6.13.İşletmelerin kuruluş yılları	77
Çizelge 6.14. İşletme sahipliği	77
Çizelge 6.15. İşletme ortaklığı.....	77
Çizelge 6.16. İşletmenin faaliyet alanına göre türü	78
Çizelge 6.17. İşyerinizin (pazarlama) planı var mı?	78
Çizelge 6.18. İş planının başarıya etkisi	79
Çizelge 6.19. İşletmenin bağlantılı çalıştığı tamamlayıcı şirketler	79
Çizelge 6.20. İşletmelerin geliştirdiği farklı fikir ve yeniliklere dair frekans sonuçları	79
Çizelge 6.21. Son iki yıl içerisinde işletmenizin gelir durumu aşağıdakilerden hangisine uygundur?	80
Çizelge 6.22. Son iki yıl içerisinde işletmenizin kar durumu aşağıdakilerden hangisine uygundur?	80
Çizelge 6.23. Çalışan sayıları ve doğum yerleri ilişkisi	80
Çizelge 6.24. İşletmenin tanıtımında kullanılan pazarlama teknikleri.....	81
Çizelge 6.25. İşletmenin başarısını etkileyen olumsuz etmenler	82
Çizelge 6.26. Yaşa göre dağılım.....	83

Çizelge	Sayfa
Çizelge 6.27. Girişimciliğe başlama yaşına göre dağılım	83
Çizelge 6.28. Doğum yeri.....	83
Çizelge 6.29. Eğitim düzeyi	83
Çizelge 6.30. Önceden turizm sektöründe çalıştınız mı?.....	84
Çizelge 6.31. Ailenizde geçmişte bu işle uğraşan oldu mu?.....	84
Çizelge 6.32. Yetenek ve risk alma özelliklerinin işletmenin başarısına etkisi	84
Çizelge 6.33. Motivasyon faktörlerinin etkisi	85
Çizelge 6.34. Girişimciye yönelik özelliklerin KMO ve Bartlett Testi sonuçları.....	86
Çizelge 6.35. Temel Bileşenler Analizi (TBA) ve kabul koşullarını sağlamayan değişkenler.....	86
Çizelge 6.36. Girişimciye yönelik özelliklerin güvenilirlik analizi sonucu.....	87
Çizelge 6.37. Girişimciye yönelik özellikleri belirleyen faktörler.....	89
Çizelge 6.38. İşletmeye yönelik özelliklerin KMO ve Bartlett testi sonuçları	90
Çizelge 6.39. Temel Bileşenler Analizi (TBA) ve kabul koşullarını sağlamayan değişkenler.....	90
Çizelge 6.40. İşletmeye yönelik özelliklerin güvenilirlik analizi sonucu	91
Çizelge 6.41. İşletmeye yönelik özellikleri belirleyen faktörler.....	92
Çizelge 6.42. Kurumsal yapıya yönelik özelliklerin KMO ve Bartlett Testi sonuçları	93
Çizelge 6.43. Kurumsal yapıya yönelik özelliklerin güvenilirlik analizi sonucu	93
Çizelge 6.44. Kurumsal yapıya bağlı özellikleri belirleyen faktörler	94
Çizelge 6.45. Çevreye yönelik özelliklerin KMO ve Bartlett testi sonuçları.....	95
Çizelge 6.46. Çevreye yönelik özelliklerin güvenilirlik analizi sonucu	95
Çizelge 6.47. Temel Bileşenler Analizi (TBA) ve kabul koşullarını sağlamayan değişkenler.....	95
Çizelge 6.48. Çevreye yönelik özelliklerin faktör grupları.....	97

Çizelge	Sayfa
Çizelge 6.49. Turizm girişimciliğini etkileyen faktörler ve varyans oranları	98
Çizelge 6.50. Başarı değerlendirmesindeki bağımlı değişkenlerin normallik testi sonuçları	99
Çizelge 6.51. Faktörler arasındaki korelasyon analizi	102
Çizelge 6.52. İşletme türü ile girişimciye yönelik özellikler arasında anlamlı bir farkın olup-olmadığını belirlemek için yapılan tek yönlü varyans analizi sonuçları.....	105
Çizelge 6.53. İşletme türü ile yetenek ve risk alma faktörü arasındaki çoklu karşılaştırma testi (Tukey Testi) sonuçları.....	106
Çizelge 6.54. İşletme türü ile göre işletmeye yönelik özellikleri belirleyen faktörler arasında anlamlı bir farkın olup-olmadığını belirlemek için yapılan tek yönlü varyans analizi sonuçları	107
Çizelge 6.55. Tamamlayıcı şirketler faktörü ile işletme türü arasındaki çoklu karşılaştırma (Tukey Testi) sonuçları	108
Çizelge 6.56. Tanıtım ve pazarlama faaliyetleri faktörü ile işletme türü arasındaki çoklu karşılaştırma (Tukey Testi) sonuçları	109
Çizelge 6.57. İşletme türü ile kurumsal yapıya yönelik özellikleri belirleyen faktörler arasında anlamlı bir farkın olup olmadığını belirlemek için yapılan tek yönlü varyans analizi sonuçları	110
Çizelge 6.58. İşletme türü ile çevreye yönelik özellikleri belirleyen faktörler arasında anlamlı bir farkın olup olmadığını belirlemek için yapılan tek yönlü varyans analizi sonuçları.....	111

ŞEKİLLERİN LİSTESİ

Şekil	Sayfa
Şekil 2.3. Girişim faktörlerinin süreci ve performansa etkisi .	35
Şekil 2.4. Lerner ve Haber 'in turizm işletmelerinin performansını ölçmede kullandıkları model	36
Şekil 3.1. Yıllara göre ülkelere gelen turist sayıları	40
Şekil 3.2. Yıllara göre Bakanlık+ Belediye belgeli tesis sayıları	41
Şekil 3.3. Yıllara göre Bakanlık+ Belediye belgeli konaklamalarda yatak sayıları	42
Şekil 3.4. Yıllara göre acenta sayıları	42
Şekil 4.2. Önerilen metot.....	53
Şekil 4.3. Çalışma alanının "Amasya turizm destinasyonu" seçilmesinin gerekçeleri	54
Şekil 6.1. Sürdürülebilir turizm girişimciliğini belirleyen faktörler ile performans göstergelerinin ilişkisi	103
Şekil 6.2. İşletme türü ile faktörler arasındaki anlamsal farklılığın tek yönlü varyans analizi ile belirlenmesi	104

HARİTALARIN LİSTESİ

Harita	Sayfa
Harita 5.1. Amasya ve ilçeleri	58
Harita 5.2. Türkiye Turizm Stratejisi-2023 kavramsal eylem planı	60
Harita 5.3. Amasya ve ilçelerinin kültürel değerleri	62
Harita 5.4. Turizm destinasyonunda yer alan önemli tarihi, kültürel yapılar ve müzeler	63
Harita 5.5. Çalışma alanı ve işletmelerin kümelenmesi.....	66

SİMGELER VE KISALTMALAR

Bu çalışmada kullanılmış simgeler ve kısaltmalar, açıklamaları ile birlikte aşağıda sunulmuştur.

Simgeler

Açıklamalar

N

Örneklem sayısı

$\bar{X}$

Ortalama

Kısaltmalar

Açıklamalar

DPT

Devlet Planlama Teşkilatı

KOSGEB

Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeleri Geliştirme ve Destekleme

SPSS

Statistical Package for the Social Sciences

TÜRSAB

Türkiye Seyahat Acenteleri Birliği

TÜİK

Türkiye İstatistik Kurumu

TÜROFED

Türkiye Otelciler Federasyonu

TÜSİAD

Türkiye Sanayici ve İş Adamları Derneği

1. GİRİŞ

Turizm ulusal ve küresel alanda sürekli gelişen ve dünyanın en hızlı büyüyen sektörlerinden birisidir. Ülkelerin büyüme ve kalkınmasında önemli etkenlerden biri olarak görülmektedir. 2017 yılında küresel turist sayısı 1 milyar 322 milyon düzeyinde iken bu rakam 2018 yılında %6 artışla 1.4 milyar kişiye yükselmiştir. Bu büyümenin devam ederek 2030 yılında 1.8 milyar küresel turist olacağı tahmin edilmiştir. Ayrıca turizm gayri safi yurt içi harcamanın %9'una katkıda bulunmakta ve dünyadaki on bir işten birini sağlamaktadır (Dünya Turizm Örgütü, 2018).

Turizm gelişimi farklı aşamalardan geçmiştir. 1950 ve 1960'lı yıllarda kitle turizmi ile başlayan gelişim, günümüze doğru sürdürülebilir turizm gelişimine odaklanmıştır. Başlangıçta ekonomik amacı ön planda tutan yaklaşımlar, turizme katkı sağlayan doğal, kültürel ve tarihi özelliklere verilen zararın artmasıyla, sürdürülebilir yönelimler ağırlık kazanmıştır. Birçok ülke kaynakların korunup, sürdürülebilir anlayışla hareket edildiğinde turizmin; ekonomik, sosyal ve toplumsal boyutlara önemli katkı yapacağını düşünmektedir.

Küreselleşen eğilimlerle birlikte turizm sektörü girişimcilikle değer kazanmaktadır. Turizm sektörü girişimcilik ve sürdürülebilirlikten beslenmesi gerekmektedir. Turizm ve girişimcilik arasında yeni iş fırsatları oluşturma ve yerel kalkınmayı sağlamak açısından anlamlı bir ilişki bulunmaktadır (Ateljevic ve Page, 2009; Crnogaj vd., 2014).

Turizm sektörünün birçok hizmeti içerisinde barındırmasından dolayı net bir ayrımın olmaması gibi, girişimcilik kavramının da birçok disiplin ve anlayışa sahip olmasından net bir tanımdan bahsetmek mümkün değildir. Girişimcilikle ilgili 18. yüzyıl başlarında "risk alma" kavramıyla başlayan süreç günümüze doğru üretici, tüketici, yenilik, finansal destek, çevresel özellikler gibi çeşitli bileşenleri içerisinde toplamaya başlamıştır.

Yapılan birçok araştırmada girişimciliğin turizmdeki sürdürülebilirliği sağlamada önemli bir araç olduğuna vurgu yapılmıştır. Turizmdeki sürdürülebilirlik anlayışının girişimcilik faaliyetleriyle çevrenin, doğal ve kültürel kaynakların korunmasının yanı sıra toplumsal bütünleşmede de etkili olabileceği belirtilmiştir. Araştırmalar arttıkça sürdürülebilir turizmde, girişimcilik üzerine çeşitli göstergeler ve modeller geliştirilmiştir. Son zamanlarda yapılan araştırmalarda daha çok imalat sektöründe kullanılan küçük ölçekli girişimcilik

kavramının, turizm alanında da kendine yer bularak küçük ölçekli turizm girişimciliği olarak kavramsallaşma süreci başlamıştır. İşletmelerin büyüklüğü belirlenirken oluşturulmuş net bir tanım olmamakla birlikte, göstergelerin ülkeden ülkeye değişiklik gösterebildiği, genel olarak çalışan sayısı ve net gelir ölçüt alınmıştır. Küreselleşen dünyada ülkeler turizmden en yüksek payı almak için çeşitli yatırımlar ve planlar oluşturmaktadır. Değişim ve gelişimle birlikte turizm endüstrisindeki işletmelerin birbirleriyle olan rekabetleri daha yoğun bir şekilde artmaktadır. Turizm işletmelerinin uygulamaları ve yönetimi özellikle de küçük ölçekli işletmelerin turizm endüstrisinde hayatta kalabilmesi için önemli olmaktadır (Morrison, Carlsen ve Weber, 2010; Wanhill, 2000; Morrison ve Teixeira, 2004; Thomas vd., 2011).

Dünyada olduğu gibi Türkiye'de turizm endüstrisinde sürekli gelişim gösteren ülkelerden birisidir. Kültür ve Turizm Bakanlığı verileri incelendiğinde 1990'lı yıllarda gelen ziyaretçi sayısı 5.3 milyon iken 2000'li yıllarda bu rakam 10 milyonu aşmış ve 2010'lu yıllarda 30 milyonu aşarak Türkiye dünya pazarında önemli bir yer elde etmiştir. Son gelinen noktada Türkiye turizm destinasyonu olarak tercih edilen ülkeler arasında altıncı sırada yer almıştır (TÜROFED, 2019).

Ziyaretçi sayısının artmasına rağmen turizmden elde edilen gelirin fazla artış göstermemesi önemli bir sorun olarak görülmektedir. Hazırlanan 2023 Turizm Stratejisiyle ziyaretçi sayısının artırılması ve turizm geliri bakımından ilk beş ülke arasına girilmesi, yerel ve küresel alanda turizmin en önemli sektörlerden birisi haline gelmesi hedeflenmiştir. Bu kapsamda öncelikli turizm alanları belirlenip yatırımların sadece oraya yapılması anlayışından vazgeçilerek ülke geneline yayılan turizm gelişimi esas alınmıştır.

Turizm gelirini arttırmak amacıyla farklı bölgelerde turizm gelişme bölgeleri ve koridorları oluşturularak farklı turist profilinin çekilmesi hedeflenmiştir. Belirlenen alanlardan biriside kültür turizmi açısından marka kentlerden biri olarak gösterilen Amasya kentidir. Doğal, kültürel, tarihi ve mimari özellikleri bakımından günümüze kadar korunabilmiş ender kentlerden olan Amasya'da, kültür turizmi önemli bir potansiyel olarak görülmektedir. Gelen ziyaretçi sayısının artmasına rağmen, turizm gelirinin fazla artmaması, ziyaretçi sayılarında yabancı ziyaretçi sayılarının giderek azalması önemli sorunlardandır. Özellikle tanıtım faaliyetlerinin eksikliği yabancı turist varışlarının azalmasındaki nedenlerden biri olarak görülmektedir.

Turizmden elde edilen geliri arttırmak için kentte turizme yönelik planlar hazırlanarak, işletmelerin kalite ve niteliklerinin artırılması, turizm altyapısı ve üstyapısına yönelik yatırımların artırılması öncelikli hedefler olarak belirlenmiştir. Yapılan çalışmalar turizm ve girişimcilik açısını genellikle tek bir açıdan ele almaktadır. Bu da etkili olan faktörlerin belirlenmesi ve etkisi konusunda yetersiz olmaktadır. Bu araştırma çalışması turizm destinasyonu üzerindeki işletmelerin sürdürülebilirliğinin sağlanmasında çevresel, kurumsal, girişimci ve işletmeye bağlı özellikleri bir bütün olarak ele alarak etkili olan faktörlerin belirlenmesi ve performansa etkisini ölçmeye yöneliktir. Bu kapsamda Amasya'daki turizm girişimciliğine yönelik işletme özelliklerinin belirlenmesi, işletmeleri etkileyen faktörler ve performansa etkisinin test edilmesi ve işletme türüne göre faktörlerin farklılık gösterip göstermediği çalışmanın amaçlarını oluşturmaktadır.

Turizm sektörü, içerisinde birçok işletmeyi içerdiğinden dolayı çalışma alanında bazı sınırlılıklar getirilmiştir. Bunlar;

- İşletmenin hizmet türüne göre; konaklama, yiyecek içecek, seyahat acenteleri, yöresel ürünler ve hediyelik eşya işletmeleri,
- İşletmenin yeri bakımından; turist varış noktalarının güçlü olduğu turizm destinasyonu,
- İşletme büyüklüğü bakımından çalışan sayısı 50 ve daha az olan,
- En az iki yıllık işletme sürecinin olması şeklindedir.

Çalışma sürdürülebilir turizm girişimciliğinde etkili olan faktörlere yönelik olarak "Sürdürülebilir turizm gelişiminde işletmenin performansını etkileyen faktörler nelerdir?", "İşletmenin performansı ile sürdürülebilir turizm gelişiminin sağlayan faktörler arasında anlamlı bir ilişki var mıdır? Varsa ilişkinin yönü ve düzeyi nedir?", "İşletmenin verdiği hizmetlere göre sürdürülebilir turizm gelişimini sağlayan faktörler arasında anlamlı bir farklılık var mıdır?" sorularına çeşitli analiz ve değerlendirme yöntemleriyle yanıt aranmaya çalışılmıştır.

Bu kapsamda iki ana hipotez ve dört alt hipotez oluşturulmuştur. Bunlar şu şekildedir;

Ana Hipotez 1. Turizme yönelik işletmelerin sürdürülebilir başarısında çevresel faktörler, kurumsal yapıya bağlı faktörler, girişimciye bağlı faktörler ve işletmeye dayalı faktörler etkili olmaktadır.

Alt Hipotez 1.1. Tarihi ve kültürel çevreyle uyumlu ve erişilebilirliği yüksek olan işletmeler daha başarılı olmaktadır.

Alt Hipotez 1.2. Kurumsal yapıya bağı özelliklerden finansal destek ve danışmanlık desteğı alan turizm işletmelerinin başarısı artmaktadır.

Alt Hipotez 1.3. İşletmelerin tanıtım ve pazarlama faaliyetlerindeki yenilik anlayışı performansı olumlu etkilemektedir.

Alt Hipotez 1.4. İşletmenin açılmasında ve başarısının artmasında girişimcilik özelliklerinden yetenek ve risk alma faktörü önemli rol oynamaktadır.

Ana Hipotez 2. İşletmenin verdiği hizmetlere göre turizm girişimciliğı faktörleri farklılaşmaktadır.

Bu değerlendirmeler kapsamında ikinci bölümde turizm gelişimi, girişimcilik gelişimi, turizm ve girişimcilik ilişkisi bağlamında sürdürülebilir turizm girişimciliğı, etkili olan faktörler ve performansının ölçülmesine yönelik yapılan araştırmaları ve kuramsal değerlendirmeleri kapsamaktadır. Üçüncü bölümde Türkiye'de turizm ve girişimcilik ilişkisi istatistiki göstergeler ve hazırlanan ulusal planlar çerçevesinde değerlendirilerek çeşitli sonuçlar çıkarılmıştır. Dördüncü bölüm ise çalışmanın tasarımını içermektedir. Bu bağlamda kavramsal çerçeve oluşturularak, ölçümün gerçekleşmesinde kullanılacak yöntem detaylarıyla ele alınmıştır. Çalışmanın beşinci bölümü önerilen kavramsal çerçeve doğrultusunda Amasya'ya yönelik tarihsel gelişim, mekansal, sosyal, fiziksel ve ekonomik yapılar tartışılarak turizm ve girişimcilik ilişkisi ortaya konulmaktadır. Altıncı bölüm Amasya turizm destinasyonunda yer alan işletmelere yönelik betimsel analizlerin yanı sıra etkili olan faktörler ve etkileri, işletme türüne göre faktörler arasındaki farklılık ele alınmış ve araştırma sorularına yanıt aranarak çalışmanın hipotezleri test edilmiştir. Son bölümde ise yapılan çalışma değerlendirilerek çeşitli öneriler getirilmiştir.

2. TURİZM VE GİRİŞİMCİLİK

Bu bölümde turizm gelişimi, girişimcilik kavramı, tarihsel gelişimi ve üzerine yapılan araştırmalar, turizmde sürdürülebilirlik ve girişimcilik ilişkisi, turizm girişimciliğinde işletmeleri etkileyen faktörler ve bu faktörlerin performansa etkisinin değerlendirilmesi ele alınacaktır.

2.1. Turizm Sektörünün Hedef ve İçeriğindeki Dönüşüm

Turizm endüstrisi 1960'lardan itibaren uluslararası düzeyde önem kazanmaya başlamıştır. Ancak turizm sektörü bir dizi turizm hizmetini kapsadığından tek ve bağımsız bir endüstri olarak düşünülememektedir (Cornelissen,2005). Bu sebeple turizm gelişimi; kültürel, politik ve sosyo-ekonomik yapı ile ele alınmalıdır. Son 50 yıldır yapılan çalışmalar tüketim, üretim ve kurumsal yapı gibi çeşitli faktörlerin turizm ve gelişim arasında güçlü bir bağ kurduğunu vurgulamaktadır (Ateljevic ve Li, 2009).

Yerli ve uluslararası seyahatlerin sonucu olarak ekonomik faydanın ölçüsünün ciddi derecede artmasıyla birlikte turizm önemli bir ekonomik aktivite haline dönüşmektedir. Dünyadaki turizm gelişiminin farklı aşamalardan geçtiği görülmektedir. 1950'lerin sonu ve 1960'ların başlarında kitle turizmi ile başlayan gelişim, ekonomik kazanç odaklı planlara, 1980'lerin sonuna doğru turizmin etkilerinin değerlendirildiği canlılık aşamasına ve günümüzde ise yenilikçi model ve yaklaşımların arttığı sürdürülebilir turizm gelişimine yoğunlaştığı görülmektedir (Ateljevic ve Li, 2009).

1960 ve 1970'lerde ki turizm anlayışı özellikle ulaşımın gelişmesiyle küresel ölçeğe doğru yönelmeye başlamıştır. O dönemki ilişkilerde turizm gelişiminin doğal kaynakları olumsuz etkileyeceği sürekli tartışılmış ve bu gelişimin sürdürülebilir olamayacağı fikri daha çok kabul görmüştür. Artan problemleri çözmek için çeşitli modeller önerilmesine rağmen akademik çalışmaların uygulanması yeterli olmamıştır (Gardner ve Lewis,1996).

1970'lerin ortasından itibaren kitle turizmi giderek artmış ve hızlı gelişmesiyle birlikte özellikle de doğa üzerine olan olumsuz etkileri gözle görülür bir şekilde artmaya başlamıştır.

Bu etkileri azaltmak için turizm planları uygulanmaya başlansa da bu planlar turizm gelişiminde sadece ekonomik yaklaşımlara odaklanmıştır (Pearce, 1996).

1980'lerin sonuna doğru neo liberal gelişmelerin etkilerinin gözlenmesi ile hükümetler kendilerini yenileyerek yerel ekonomilere önem vermeye ve birçok gelişmiş ve gelişmekte olan ülke ise turizm endüstrisinin büyümesinde girişimcilik fırsatları oluşturmaya başlamıştır (Ateljevic ve Doorne, 2002). 1970'lerin sonu 1980 ve 1990'lı yıllarda özel kamu ortaklık hızlı bir şekilde artmıştır.

Günümüze doğru sürdürülebilir turizm gelişimi ön plandadır. Dünya Turizm Örgütü (UNWTO) sürdürülebilir turizmi şu şekilde tanımlamaktadır: Gelecekteki fırsatları göz önüne alarak, ziyaretçi ve yerel halka katkılar sağlayacak şekilde; kaynakların kullanılması ve yönetimi, kültürel, ekolojik, toplumsal, ekonomik ve estetik unsurların bir bütün halinde ele alınmasıdır. (Arat ve Summak, 2017). Günümüzdeki turizm gelişimi ve planlarında hükümet destek ve yatırımları hayati öneme sahiptir. Yerli ve uluslararası turizmden faydalanmak için yenilikçi politika ve yatırımlara önem verilmelidir (Ateljevic ve Li, 2009).

2.2. Girişimcilik Kavramına Farklı Yaklaşımlar

Turizm endüstrisi turistlere çeşitli turizm deneyimi ve aktiviteleri sunmaktadır (Uriely, 1997). Bu çeşitlilikler konaklama alanı, ilgi alanı ve aktif rekreasyon alanı olarak sınıflandırılabilir. İlgi alanı küçük müzeler ve miras alanı gibi girişimleri içerebilir. Aktif rekreasyon alanı ise turistlere doğal yürüyüşler, kamp yapma, tırmanma vb. fiziksel deneyimleri sunmaktadır (Haber ve Reichell, 2007).

Uluslararası pazarın hızla büyümesinin yanında yerel ve küresel aktivitelerin yaygınlığından dolayı turizm sektörü girişimci çabalarını gerektirmektedir. Turistlerin demografik özellikleri, beklentileri ve tatil anlayışlarının değişebilmesinden dolayı girişimciler yeniliklere açık olmalıdır (Crnogaj, Rebernik, Hojnik ve Gomezelj, 2014).

Girişimcilik araştırmaları son dönemde gelişme gösteren bir alandır. Girişimcilik düşüncesi genellikle yeni ve yenilikçi ekonomik aktiviteler ile ilişkilendirilmektedir. Bu düşünce; yeni ürünlerde yenilikçi uygulamalar, yeni hizmetler, yeni süreçler, yeni kaynaklar, yeni

uygulama formları ve yeni pazarlar gibi birçok girişimcilik ilkesini kapsamaktadır (Schumpter, 1934).

Turizm sektörü yoğun bir şekilde girişimciliğe dayanmaktadır ve hem sürdürülebilirlikten uzak hem de girişimciden yoksun olduğunda uzun vadede ayakta kalamamaktadır. (Crnogaj vd., 2014). Planlama ve gelişim sürecinde girişimcilik sektörü, turizm destinasyonları için yerel karakter olarak düşünülmektedir. Ateljevic ve Page (2009) göre turizm ve girişimcilik arasındaki en önemli bağ, turizm sektörüne yönelik yeni iş fırsatları ve yerli kapasiteye yönelik politikalar geliştirmesidir.

Girişimcilik kavramı birçok disiplini içerisinde barındırdığından girişimcilikte tek bir tanımdan bahsetmek mümkün değildir. Kavramla ilgili farklı dönemlerde araştırmacılar tarafından farklı tanımlar geliştirilmiştir. Girişimcilik kavramıyla ilgili ilk tanım 18.yüzyılın başlarında ekonomist Richard Cantillon tarafından yapılmış ve tanımda risk alabilme kavramı üzerinde durulmuştur. Jean Baptise Say'a göre risk almanın yanı sıra üretme faktörlerini örgütleme ve yönetme niteliklerini de kapsamaktadır (Pişkinsüt, 2011). Joseph Schumpter'e göre ise girişimci değişim yaratan kişi veya kurumlar olarak tanımlanmıştır.

Alsos (2007) ise girişimciliği üç açıdan tanımlamıştır; yenilik odaklı girişimcilik perspektifi, iş imkanı oluşturma perspektifi ve son olarak da fırsatlara dayalı perspektif olarak sınıflandırmıştır. Bu açıdan bakılacak olursa girişimcilikte yenilik, iş imkanı oluşturma ve fırsatları değerlendirmenin önemli olduğu anlaşılmaktadır. Girişimciliğin bir başka yönü de büyüme çabasıdır (Kyrö, 2001; Gartner, 1990). Girişimciler işletmeleri büyüten ve genişleten aktörler olarak görülerek, yenilikçilik yapma ve rekabet avantajı yaratma yetenekleri nedeniyle geleneksel şirketlerden ayrılmışlardır (Schumpeter, 1934; Staber, 1997; Wiklund, 1999). Birçok araştırmacı yenilik anlayışı olarak girişimciliği, fikirlerin başlaması ve uygulanmasındaki rol alan grup veya organizasyonlar olarak tanımlamaktadır (King ve Levine, 1993). Girişimcilik ve yenilik yerel ekonominin gelişimine katkı sağlayarak yerel girişimcilerinin cesaretlendirilmesine ve toplumda yeni iş fırsatlarının oluşturulmasına öncülük etmektedir (Carlisle, Kunc, Jones ve Tiffin, 2013).

Girişimcilik mikro seviyedeki aktiviteler olarak başlamasına rağmen daha sonra endüstrileri, coğrafik bölgeleri, toplumları ve ülkeleri içeren makro seviyelere ulaşmıştır (Crnogaj vd., 2014). Günümüze doğru ise küreselleşme ve ileri teknolojiyle birlikte girişimcilik tanımları

ölçeğe göre değişiklik göstermektedir. Mikro ölçekte bağımsızlık ve risk alma, makro ölçekte ise ulusal ekonominin tabana yayılması ve küresel rekabette ulusal direnç faktörü olarak tanımlanmaktadır (Pişkinsüt, 2011).

Girişimcilikte sosyal sorumluluk, kültürel çevrenin korunması, kirliliğin en aza indirilmesi, tehlike ve riskleri azaltmak, etkili kaynak kullanımının geliştirilmesi önemli rol oynamaktadır. Bireylerin kararlarını politik, ekonomik, sosyo-kültürel, teknolojik, çevresel ve yasal faktörlerin tümü etkilemektedir (Crnogaj vd., 2014).

Küçük işletmelerle ilgili yapılan çalışmalar daha çok konaklamaya yönelik girişimcilik konusuna yoğunlaşmıştır. Araştırmacılar iş oluşturma ve bölgesel ekonomik gelişme için küçük işletmelerin önemine vurgu yapmışlardır (Wanhill,2000; Dahles ve Bras, 1999). Ayrıca küçük işletmelere yönelik hükümet desteklerinin önemli bir etkisi olduğu da ortaya koyulmuştur (Wanhill, 2000).

2.3. Sürdürülebilir Turizm Girişimciliği

Girişimcilik kavramı, literatürde her boyutuyla tartışılmasına rağmen turizm girişimciliği konusu henüz literatürde yeterince ilgi görmemiştir. Turizm girişimciliği üzerine yapılan çalışmalar ise, etkili olan faktörleri bütüncül bir bakış açısıyla ele almamıştır. Girişimcilik sektörü turizm endüstrisinde anahtar yürütücü görevindedir. Turizm girişimciliği disiplinler arası bir kavram olarak sadece turizm aktiviteleriyle bağlantılı olmayıp aynı zamanda turizm ekonomisini direkt olmasa da etkileyen girişimleri de kapsamaktadır (Hussain ve Ismail, 2016).

Sürdürülebilir turizm, korumaya sürekli katkı sağlayan bir turizm olarak adlandırılmaktadır. Çevrenin, doğal, kültürel ve diğer kaynakların tanıtımını içermesinin yanı sıra yerel toplulukların bütünleşmesine de katkı sağlamaktadır (Angelkova, Koteski, Jakovlev ve Mitrevska, 2012).

Turizm ayrıca hızlı uluslararası pazar büyümesinin yanı sıra, ulusal ve küresel aktivitelerden dolayı girişimcilik sektöründen katılım gerektiren bir sektördür (Crnogaj vd., 2014). Turizmde sürdürülebilirlik, odağında sürdürülebilir girişimcilikle bütüncül bir çerçeve gerektirmektedir. Sürdürülebilir girişimcilik, girişimci eylemlerinin başlıca özellikleriyle

tanımlanmıştır. Ayrıca çevresel ve sosyal amaçları göz önüne alarak pazarlama başarısı, iş fırsatlarını keşfetme ve oluşturma, kişisel yetenek ve yönetim kabiliyeti gibi konulara odaklanmaktadır (Cohen ve Winn, 2007).

Sürdürülebilir girişimcilikte olduğu gibi turizmde çevresel, ekonomik ve sosyal konulara dayalıdır. Turizm destinasyonlarında rekabet edilebilmesi ve sürdürülebilirliğin sağlanması için sürdürülebilir eylemler gerçekleştirilmelidir (Crnogaj vd., 2014). Sürdürülebilir turizmin odağındaki temel göstergeler estetik, sosyal ve ekonomik amaçlardaki başarı, kültürel değerlerin korunması, sosyal bütünlük, ekolojik ve biyolojik çeşitliliğin korunmasıdır (Crnogaj vd., 2014). Sürdürülebilir girişimcilik yerel, toplumsal ve çevresel şartların gelişimine katkıda bulunmaktadır (Cohen ve Winn, 2007).

Turizmde sürdürülebilirliği geliştirmede girişimciler önemli role sahiptir. Ancak ekonomik istikrar, sosyal eşitlik ve sürdürülebilir uygulamalar eş zamanlı olursa başarılı bir girişimcilik sağlanabilir. Sürdürülebilir girişimcilik, sürdürülebilir gelişmenin ilkelerine bağlı olan turizm çeşididir. Günümüzde ve gelecekteki ekonomik, sosyal ve çevresel etkileri göz önüne alınması gereken hususlardır. Sürdürülebilir girişimcilik çok kapsamlı bir kavram olduğundan sadece işletmelerin finansal performansının hesaplanmasını değil aynı zamanda yeni girişimin sosyal, çevresel, ekonomik etkileri de göz önüne alınarak çevresel ve sosyal varlığında ölçümü önemli rol oynamaktadır (Crnogaj vd., 2014).

Sürdürülebilir girişimcilik devam eden deneyimler ve sürekli değişimlerden dolayı net olarak tanımlanamamaktadır. Yapılan çalışmalarda ekonomik, sosyo-kültürel ve ekolojik/çevresel yönelimlerin ağırlıkta olduğu görülmektedir (Mowforth ve Munt, 1998). Thompson ve diğerleri (2011) sürdürülebilir girişimciliği, ekonomik istikrar, sosyal eşitlik ve sürdürülebilir uygulamalar olarak tanımlamıştır. Sürdürülebilir girişimcilikte işletmeyle ilgili kararlar alındığı zaman sosyal, çevresel ve ekonomik sorumluluk ilkeleri eş zamanlı olarak göz önüne alınmalıdır.

Turizm sektöründeki uygulamalar küçük ve orta ölçekli işletmeler için daha baskındır (Crnogaj vd., 2014). Turizm işletmelerinin spesifik ve farklı koşullarından dolayı, Kernel (2005) sürdürülebilir gelişme için dört aşamalı bir gelişim modeli önermiştir. Bu modele göre ilk aşamada işletmelerin çevresel etkileri göz önüne alınmalıdır. Daha sonra ise stratejik çevre yönetimi, ekolojik koruma, yeşile yönelik politikalar gibi çevresel yönetimin oluşumu

gereklidir. Üçüncü aşama doğa dostu yapıların oluşturulmasına izin verilmesi ve bunların denetiminin sağlanmasıdır. Son aşama ise işletmelerin plan ve vizyonlarını tüketiciye göre oluşturmasını sağlamaktır.

Schaltegger ve Wagner (2011) yaptıkları çalışmada sürdürülebilir turizm girişimciliğinin sağladığı faydaları şu şekilde belirtmiştir:

- İş imkanlarının arttırılması,
- Yerel turizm girişimciliği sayısının arttırılması,
- Risk ve tehlikeleri azaltmak
- Etkin kaynak kullanımını geliştirmek,
- Turizm üretim ve hizmetlerinde yerel kaynak kullanımı ve dönüşümlerinin sağlanması,
- Çevresel ve kültürel kalitenin korunması,
- Turizm ürünlerinde sürdürülebilir gelişimin desteklenmesi
- Yaşam kalitesini artırmak,
- Yerel kültürü yaymak,
- Kimliği ve mirası korumak (Schaltegger ve Wagner, 2011).

Sürdürülebilir girişimciliğin sağlanmasında yerel ve merkezi yönetimlere çeşitli görevler düşmektedir. Hall (2000) merkezi ve yerel yönetimlerin görevlerini şu şekilde sıralamıştır:

- Ekonomik iklimin sağlanması,
- Turizm için fiziksel ve ticari altyapının sağlanmasının yanı sıra eğitim ihtiyaçlarının sağlanması,
- Tanıtım ve pazarlamada işletmelere düzenli çevrenin oluşturulması (Hall,2000).

Bunların yanı sıra hükümetler doğal ve kültürel mirasın korunmasında turizm sektörüne yönelik uygulamalarda çevresel kalitenin oluşturulması ve yükseltilmesinde sorumludur (Crnogaj vd., 2014).

Sürdürülebilir gelişmenin odağı olarak girişimcilik üzerine yapılan çalışmalar, girişimciliğin kişilik ve karakteristik özelliklere daha fazla bağlı olduğunu ortaya koymuştur. Bu özelliklerden yaş, cinsiyet, çalışma durumu, eğitim durumu, hane halkı geliri, sosyal pozisyonu ve kariyer deneyimi gibi özellikler gösterge olarak kullanılmıştır (Shane, 2004).

Turizm destinasyonlarında sürdürülebilirliğin temel esaslarından birisi de rekabetçi koşullarda ayakta kalabilmektir. Rekabetçiliğin sağlanmasında yönetim, sosyo-ekonomik

özellikler ve kaynaklar oldukça önemlidir. Dwyer ve Kim (2003) geliştirdikleri bütünleşik modelde, rekabet gücünün en önemli belirleyicisinin talep koşulları olduğunu ve bölgesel gelişimde bir araç olduğunu belirtmiştir. Buna bağlı olarak rekabet gücünün kaynaklar, destinasyon yönetimi, durumsal koşullar ve talep koşulları olarak ayırmış (Sert ve Şahbaz, 2017) ve bu faktörlerin birbirleriyle etkileşimi sonucunda "sosyo ekonomik zenginlik" meydana geldiğini belirtmiştir. Sürdürülebilir rekabeti kültürel sosyal ve ekolojik kaynakların yönetimi belirlemektedir (Dwyer ve Kim, 2003). Sürdürülebilir turizm gelişimi politikalara bağlıdır ve bu politikalar yerel toplulukla turistler arasındaki ilişkileri destekleyen, ekonomik büyüme ve istikrar için kültürel, doğal ve yapılaşmış çevre arasında denge sağlayan politikalardan oluşmaktadır (WTTC, 2001). Destinasyonların çekiciliği ve rekabeti çevresel kalitenin uygun bir şekilde yönetimiyle arttırılabilir (Mihalic, 2000).

Turizm destinasyonlarının genel altyapısı ulaşım ağları, iletişim, atık su arıtma, sağlık bakımı tesisleri, finansal hizmetler gibi özelliklerden oluşmaktadır. Dwyer ve Kim (2003) turizm destinasyonlarında rekabeti arttıran avantajları şöyle sıralamıştır:

- İklim, manzara, flora ve fauna gibi doğal özellikler,
- Turizm altyapısıyla ilgili özellikler,
- Festival ve organizasyonlar,
- Yönetim yeteneği, çalışanların yeteneği, hükümet politikaları (Dwyer ve Kim, 2013).

Turizm destinasyonlarındaki kalitenin arttırılması için turizm tesislerine yönelik standartların oluşturulması, personele yönelik performans geliştirme ölçütlerinin belirlenmesi, sağlanan deneyimlerin kalitesinin gözlemlenmesi, ziyaretçilere karşı tutumların izlenmesi gibi birçok faktör ele alınmaktadır (Dwyer ve Kim, 2003)

Angelevska ve Rakıcevik (2012) turizmde sürdürülebilir gelişme için planlama, çevrenin ve kaynakların korunmasını esas almalıdır. Turizm planlaması; yerleşim yeri, destinasyonlar, bölgesel, ulusal ve uluslararası olmak üzere birçok ölçekte yapılabilir. Ekonomik sistemi ve ekosistemi korumak için turizm geliştirilmeli ve kontrol mekanizmaları oluşturularak, yerelden bölgeye veya ulusala hatta uluslararası düzeye kadar planlar oluşturulmalıdır. Turizm planlaması, sürdürülebilir turizmi destekleyen değerleri savunan ve sürdürülebilir gelişimin anlamını kavramayı gerektirmektedir (Dwyer ve Kim, 2003).

Kaynaklar yok edilme ve bozulmalara karşı uygun yöntemlerle korunmalı ve sürdürülebilirliği kolaylaştırılmalıdır. Ekonomik yaşama gücünü korumak için turizm endüstrisi ile çevre birbirine uyumlu bir şekilde planlanmalıdır (Hassan, 2000). Sürdürülebilir turizm endüstrisi sürdürülebilir gelişmenin tüm ilkelerini içermelidir. Sosyal, çevresel ve ekonomik amaçların uzun dönemde sürdürülebilir olması açısından bu amaçlar bütüncül olarak ele alınmalıdır. Sürdürülebilir gelişmenin sonuçları turizm işletmeleri, hükümetler, yerel topluluklar ve ilgili kuruluşlar tarafından takip edilmelidir. Sosyal ve çevresel, ekonomik yarar ve gelişim arasında denge kurulmalıdır (Hassan, 2000). İşletmelerin ekonomik performansı çevre ile ilişkilidir (Lerner ve Haber, 2000). Ulaşım ilişkileri, otel ilişkileri, tur operatör ilişkileri, restaurant ilişkileri gibi çeşitli endüstriyel ilişkiler turizm kaynaklarının yayılmasını etkilemektedir. Başlıca destinasyon yerlerine yakın olan işletmeler ziyaretçileri daha çok cezbetmektedir (Dwyer ve Kim, 2003). İşletmeler üretkenlik, risk alma, yatırım, yenilik ve ihtisaslaşma aracılığıyla rekabeti arttırabilirler (Ritchie ve Crouch, 2000). Yerel işletmeler üretimlerini geliştirmek için yeni teknolojilere uyum sağlamalıdır (Parter vd., 2001).

Dwyer ve Kim (2003) yaptıkları araştırmalarda destinasyonlardaki sürdürülebilirliğin sağlanmasında doğal, sosyal, kültürel ve yapılaşmış çevre gibi özellikleri göz önüne alarak çeşitli göstergeler oluşturmuşlardır. Bunlar;

Doğal ve Kültürel Kaynaklar Bakımından Zenginlik-Çeşitlilik

- Manzara
- Flora ve fauna
- Bozulmamış/tahrip edilmemiş doğa
- Doğal rezervler
- Tarihi ve kültürel alanlar-müzeler
- Mimari özellikler
- Geleneksel sanatlar
- Yemek kültürü çeşitliliği
- Kültürel bölgeler

Turizm Altyapısı Göstergeleri

- Konaklama hizmetlerinin sayısı, kalitesi ve çeşitliliği

- Çeşitli ulaşım ağlarının kullanımı ve birbirleriyle ilişkisi (havaalanı, demir yolu, kara yolu vb.)
- Turist bilgilendirme merkezlerinin varlığı
- Ziyaretçilerin doğal alanlara erişilebilirliği
- Destinasyonlara yönelik politikalar ve planlar

Kurumsal Şartlar

- Destinasyonlarda yerli işletmelere dayalı çevreler
- Turizm işletmelerinin yönetim kapasitesi
- Yerli turizm endüstrisinde işletmeler arasındaki rekabet
- Turizm endüstrisi destinasyonlarında firmalar arasındaki iş birliği seviyesi
- Yerel turizm paydaşlarının girişimcilik kalitesi
- Girişim sermayesine erişim
- İşletmelerin teknolojiye ayak uydurması

Destinasyon Yeri

- Yerin çekicilik algısı
- Diğer destinasyonlara yakınlık
- Başlıca merkezi pazarlara yakınlık
- Başlıca merkezi pazarlara yolculuk yapabilme

Ziyaretçi Harcamaları

- Yabancı ziyaretçi sayısı
- Toplam turizm harcamalarında bölgesel ve dünya çapında destinasyonun payı
- Turizmden elde edilen kazanç

Turizmin Ekonomiye Katkısı

- Katma değer turizme katkısı
- Yerli turizm
- Uluslararası turizm
- Turizmin çalışanlara katkısı (büyüme oranı, toplam çalışan sayısı ve yüzdesi)
- Turizm endüstrisi sektörü verimliliği

Ekonomik Refah Göstergeleri

- Çalışanların birikim düzeyleri
- Ekonomik büyümenin oranı
- Kişi başı milli gelir

Turizm Yatırımı

- Yerli kaynaklardan turizm endüstrisine yatırım
- Turizm endüstrisine doğrudan yabancı yatırımlar
- Endüstriyel yatırımlar içinde turizm yatırımlarının yüzdesi

Turizm İçin Hükümet Destekleri

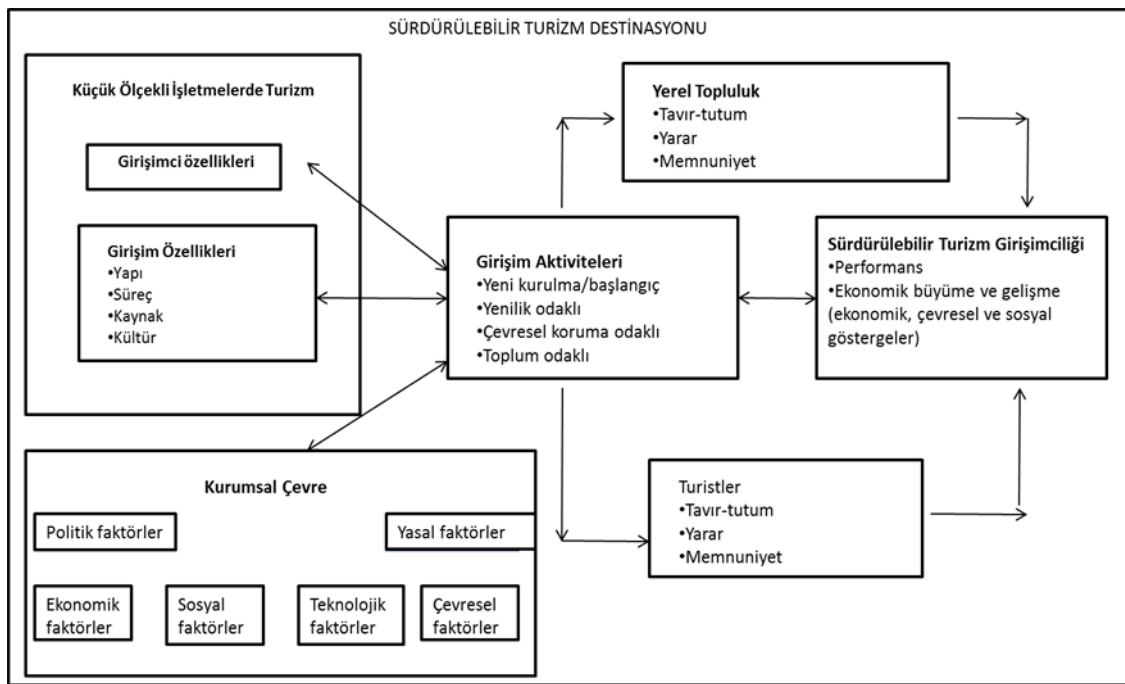
- Turizm Bakanlığı bütçesi
- Ulusal turizm organizasyonları için bütçe
- Destinasyon pazarlarına yönelik harcamalar
- Ulaşım altyapısının desteklenmesi
- Turizm endüstrisi tarafından erişilebilen endüstri programları
- Vergi kolaylığı
- Endüstriye yönelik yardımlar
- Turizm endüstrisi için mesleki eğitim

Crnogaj ve diğerleri (2014) turizm sektöründe girişimcilikle ilgili önerdikleri modelde, girişimcilik oranları ve seviyelerine etki eden faktörleri belirlemiş ve sonuç olarak işletmelerin performansı, ekonomik büyümesi ve gelişimiyle bağlantılı olan faktörleri bütüncül bir şekilde ele almıştır. Sürdürülebilir girişimcilikle ilgili model önerirken bazı çıkarımlardan hareket etmişlerdir. Bunlar;

- Sürdürülebilirliğin tek bir konsept olarak ölçmenin zor olduğu
- Sürdürülebilirliğin evrensel bir kavram olmadığı, yerel çevrenin sosyal ve ekonomik bağlamda dikkate alınması gerektiği,
- Yasaya uygun sürdürülebilir bir gelişme modeli tanımlamanın birçok durumda zor olduğudur.

Önerdikleri modelde mikro ölçekte girişimci ve küçük ölçekli girişimciliği içeren, makro ölçekte turizm destinasyonları ve turizm işletmelerini içeren, turizm sektöründeki önemli

paydaşlar olan turistleri ve yerel insanları ölçüt olarak almıştır. Yenilik, sosyal ve çevresel eksenli girişimcilik formları yeni iş fırsatları sunma, tüketici ihtiyaçlarını karşılamak, sosyal uyum, kültürel uygunluk, politik eşitlik, teknolojik destek yollarından dolayı sürdürülebilirlik gelişimde önemli olmaktadır. Kültürel kaynaklar, doğal kaynaklar ve paydaşlar arasındaki karşılıklı ilişkilerden dolayı sürdürülebilirlik göstergeleri, geleneksel gelişme göstergelerinden farklıdır. Gayri Safi Yurtiçi Hasıla gibi geleneksel ekonomi göstergeleri sürdürülebilir ekonomik büyümenin amaçlarını tam olarak yansıtamayabilir (Crnogaj vd., 2014).



Şekil 2.1. Sürdürülebilir turizm destinasyonu modeli (Crnogaj vd., 2014)

Girişimcilikle ilgili, araştırmacılar tarafından çeşitli dönemlerde çalışmalar yapılmıştır. Çalışmaların başlangıçta ekonomik yarar öncelikli olduğu, zamanla çevre ve kaynakların yok edilmesiyle araştırmacılar farklı kavramlara yönelmiştir. Sürdürülebilirlik ve girişimcilik birbirine bağlı ve geniş bir şekilde çevresel odaklıdır. Eko- girişimcilik olarak adlandırılan bu girişimcilik türü, çevresel problemleri azaltarak ekonomik kazanç sağlamayı ön plana almaktadır. Kaynak oluşturma ve sosyal hedefleri gerçekleştirme odaklı, yenilikçiliğin ön planda olduğu sosyal girişimcilik anlayışında 2000'li yılların önde gelen girişimcilik konularından olmuştur. Girişimcilik sürecinde yasal, yönetsel, altyapı ve üstyapı gibi faktörlerin ele alındığı kurumsal girişimcilik süreci geçmişteki sınırlı çalışmaların yanı sıra günümüze doğru önemin fark edilmesiyle araştırmacıları bu alana yöneltmiştir. Son

dönemde önem kazanan diğer konu ise koruma-kullanma-yaşatma ilkesinin benimsendiği sürdürülebilirliğin ön plana çıktığı anlayıştır. Buna bağlı olarak toplumsal, sosyal ve kültürel çevrenin göz önüne alındığı girişimcilik anlayışı yaygınlaşmaya başlamıştır (Schaltegger ve Wagner,2011).

Çizelge 2.1. Sürdürülebilir girişimciliğe farklı yaklaşımlar (Schaltegger ve Wagner, 2011)

Araştırmacılar	Konular
Blue (1990), Bennett (1991)	Eko Girişimcilik
Berle (1991), Anderson ve Leal (1997)	
Staber (1997), Keogh ve Polensky (1998)	
Isaak (1999), Schaltegger (2002), Cohen (2006)	
Brinckerhoff (2000), Borzoga ve Solari (2001)	Sosyal Girişimcilik
Prohalad ve Hammand (2002)	
Mair ve diğerleri (2005), Bright ve diğerleri (2006)	
Nicolls (2006), Bull (2008)	
DiMaggio (1988), Ostrom (1990)	Kurumsal Girişimcilik
Holm (1995), Dacin (2002)	
Seave Creed (2002), Battilana (2009)	
Larson (2000), Kyrö (2001)	Sürdürülebilir Girişimcilik
Strothotte ve Wüstenhagen (2005)	
Cohen ve Wino (2007)	
Cohen ve diğerleri (2008)	

Daha geniş bir şekilde ifade edilecek olursa sürdürülebilir girişimcilik, çevresel ve sosyal açıdan fayda sağlayan pazar veya kurumsal yenilikler yoluyla ekonomik, toplumsal değer yaratma konusunda yenilikçi, pazar odaklı ve kişilik odaklı bir biçim olarak tanımlanabilir (Pinchot, 1988; Gapp ve Fisher, 2007). Sürdürülebilir girişimciliğin bu geniş tanımı, girişimcileri sürdürülebilir girişimciliğin önemli bir alt grubu olarak dikkate alır ve girişimciler; kuruluş, çevresel ve ticari büyüme gelişimini önemli ölçüde değiştiren ve şekillendiren aktörleri temsil ederler (Jorna, 2006; Zhao, 2005).

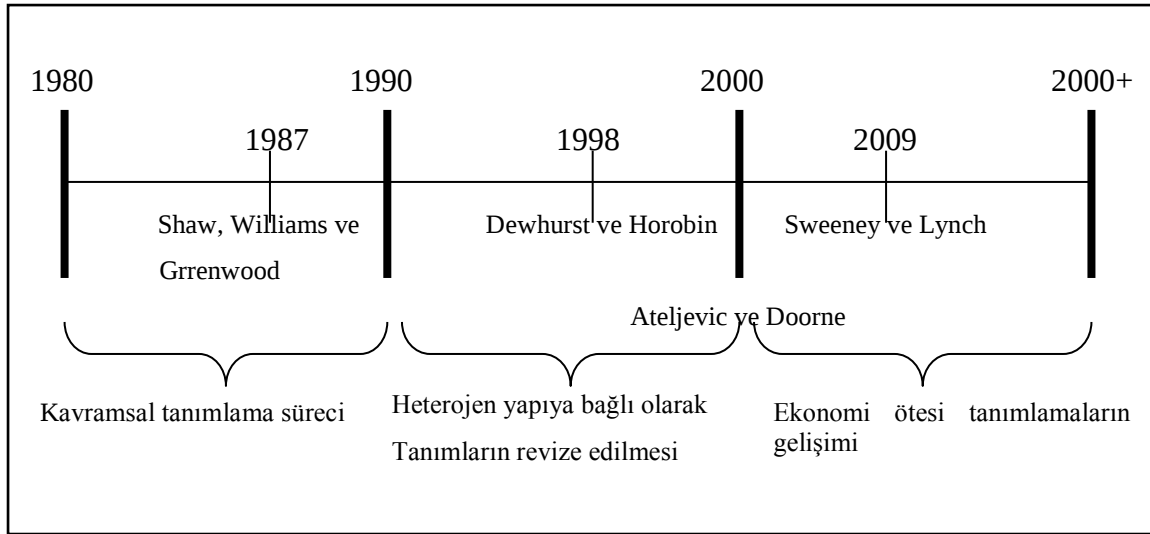
Schaltegger ve Wagner (2011) girişimciliğin farklı türlerini gruplandırırken temel odaklarının çevre, toplum ve kurumlar olduğu belirtmektedir. Sürdürülebilirliği sağlamada tüm bu faktörlerin bir arada olmasına vurgu yapmakta ve ancak bu şekilde ülkelerin yerelden küresel piyasalara açılmasında girişimciliğin katkısının olacağını belirtmiştir. Başarılı bir girişimciliğin girişimde farkındalığın artırılması, çevresel ve sosyal problemlere çözüm oluşturan girişimcilik aktiviteleri ile olacağına işaret etmiştir (Bkz. Çizelge 2.2).

Çizelge 2.2. Sürdürülebilir girişimciliğin sınıflandırılması (Schaltegger ve Wagner, 2011)

	Eko girişimcilik	Sosyal girişimcilik	Kurumsal girişimcilik	Sürdürülebilir girişimcilik
Odak Noktası	Çevresel problemlerin çözümüne katkı sunmak ve ekonomik değer oluşturmak	Sosyal değeri oluşturmak ve sosyal problemlerin çözümüne katkı sağlamak	Yasal, sosyal ve işletmeler açısından sürece katkı sağlama	Başarılı bir girişim farkındalığı sağlanması, çevresel ve sosyal problemlere çözüm oluşturmak
Temel Amaç	Çevresel problemlerin çözülmesi yoluyla ekonomik kazanç elde etmek	Sosyal amaçları başarmak ve ekonomik kaynak oluşturmak	Yönlendirmek	Girişimcilik aktiviteleriyle sürdürülebilir gelişim sağlanması
Ekonomik Rolü	Araç	Araç	Araç ve ekonomik kazanç	Araç ve ekonomik kazanç
Uygulama	Çevresel ve ekonomik konularda bütünleştiriciliğin sağlanması	Sosyal ve ekonomik konularda bütünleştiriciliğinin sağlanması	Kurumsallık ve sürdürülebilirlik arasındaki bütünlüğün sağlanması	Sürdürülebilir gelişmeye yerelden küresel katkı sağlanması

2.4. Küçük Ölçekli Turizm Girişimciliği

Turizm politikasında son yirmi yılda uluslararası alanda en göze çarpan gelişmelerden biri de küçük işletmelere olan ilginin artmasıdır. Turizmde küçük işletmeler üzerine yapılan akademik çalışmalarda bu süreçte hızla artmaya başlamıştır (Thomas ve Shaw, 2011). Küçük ölçekli işletmeler üzerine yapılan araştırmaların başlangıç ve sürecine bakacak olursak; 1980'lerde kavramsal çerçevenin ön planda olduğu, 1990'larda heterojen yapının fark edilmesiyle tanımlamaların revize edilmesi ve 2000'li yıllarda da ekonomik birimler dışında ele alındığı görülmektedir (Bkz. Şekil 2.2)



Şekil 2.2. Araştırma konularında küçük işletmelere yönelik tanımlamalar (Thomas ve Shaw, 2011).

1970'lerin sonundan itibaren küçük işletmeler endüstriyel dünyanın tamamına yakınında gelişmenin bir özelliği olarak görülmüştür. Uluslar arası ajans olan Ekonomik Kalkınma ve İşbirliği Örgütü (OECD) küçük işletmelerin önemli bir iş yaratma aracı olduğunu belirtmiştir. 1980'ler boyunca küçük ölçekli işletmeler; üretim süreci ve ürünlerin değişimi, yoğun iş gücünden bilgiye dayalı endüstriye geçiş gibi çeşitli süreçlerden bağımsız olarak görülmemiştir.

Genelde dünyadaki turizm işletmelerinin çoğu küçük turizm işletmeleridir (Brownlie, 1994). Küçük turizm işletmeleri diğer endüstrilere göre çevreye daha az zarar vermekte ve topluluğun istikrarını arttırmanın yanı sıra yeni iş fırsatları da sunmaktadır (Oppermann,1996).

Küçük turizm işletmeleri yoğun bir sermaye gerektirmemekte ve bu yüzden bağımlılığı daha azdır. Bu riskin az olması girişimcileri cesaretlendirmekte ve kendi işini kurmasına izin vermektedir (Lerner ve Haber, 2000). Küçük ölçekli işletmelerin yer aldığı fiziksel ve sosyal çevre, gelişimin süreklilik göstermesinde önemli rol oynamaktadır. Girişim yerinin önemi bilinmesine rağmen onun özelliklerinin ve performans etkisinin özellikle küçük işletmeler arasında anlamlandırılmasına ihtiyaç vardır (Smith,1995).

Küçük ölçekli işletmeler kırsal ve kentsel alanlarda turizm destinasyonlarının sosyo-ekonomik kalitesini arttırmanın yanı sıra iş fırsatları ürettiği için rekabetçi bir sektör olarak görülmüştür (Page, Brunt, Busby ve Connell, 2001). Küçük turizm işletmeleri, turizm

sektörünün yanı sıra destinasyonun gelişimine, yeni iş imkanlarına ve yerel sosyo-ekonomik gelişmeye katkı sağlamaktadır (Hussain ve Ismail, 2016).

Hükümetler; sosyal ve ekonomik pazarlama mekanizmaları ve standartları, yasal ve yönetsel çerçeve, politik gelişim açısından yerel veya merkezi olarak önemli rol oynamaktadır. Küçük ölçekli turizm işletmelerinin büyümesini ve başarısını etkileyen birçok sınırlayıcı bulunmaktadır. Özellikle küçük işletmelerin diğer işletmelerle rekabet edememesi, işçi maliyetleri, talep eksikliği, finansal kaynaklara sınırlı erişim, uygulama maliyetleri, yüksek faiz oranları, yetenekli işçi eksikliği sınırlayıcı faktörlerdendir.

Turizm gelişiminde küçük ölçekli işletmeler üzerine yapılan araştırmalar 1980'lere dayanmaktadır. Buna ek olarak Thomas ve Shaw (2011) küçük ölçekli işletmeler üzerine yaptıkları çalışmada kuramsallaştırma ve araştırmalar bakımından sınıflandırmalar yapmıştır. Küçük ölçekli turizm işletmeleri üzerine yapılan araştırmalarda girişimci, girişim yeri, sürdürülebilirliğin sağlanması, firma performansı, yönetim gibi başlıklar ön plandadır (Bkz. Çizelge 3.3).

Çizelge 2.3. Küçük turizm işletmelerine yönelik araştırma konuları (Hussain ve Ismail, 2016)

Araştırmacılar	Tema
Saxena (2015), Thomas (2007)	Küçük turizm işletmelerinde iş birliği ve ilişki
Hall (2004), Tinley ve Lynch (2001)	
Font, Garay ve Jones (2014)	
Roberts ve Tribe (2008)	Küçük turizm işletmelerinde sürdürülebilir gelişim ve yöntemi
Morpeth (2004), Schaper ve Carlsen (2004)	
Honggang ve Shaoyin (2014)	
Gartner (2004), Keen (2004)	Küçük turizm işletmelerinde iş çevresi
El-Gohary (2012), Matlay (2004)	
Rogerson (2004)	
Page, Forer ve Lawton (1999)	Küçük turizm işletmelerinde iş gelişimi
Carlsen, Morrison ve Weber(2008)	
Hall ve Rusher (2004)	Küçük turizm işletmelerinde girişimci karakterleri
Shaw ve Williams (2004)	
Komppula (2004)	

Çizelge 2.3(devam). Küçük turizm işletmelerine yönelik araştırma konuları (Hussain ve Ismail, 2016)

Araştırmacılar	Tema
Reijonen ve Komppula (2007)	
Reichel ve Haber (2001)	Küçük turizm işletmelerinde performans
Morrison ve Teixeira (2004)	
Lerner ve Haber (2000)	
Kelliher, Foley ve Frampton (2009)	
Ateljevic (2007)	
Davies ve Downward (2007)	Küçük turizm işletmelerinde yönetim
Irvine ve Anderson (2004)	boyutları
Lynch ve Tucker (2004)	
Scott ve Laws (2004)	

Küçük turizm işletmeleri, küçük ve orta ölçekli işletme adı altında sınıflandırılmaktadır. Ancak onların diğer işletmelere oranla benzersiz ve karmaşık yapıda olması tanımı konusunda yeniden değerlendirme yapılmasına ihtiyaç duyulmaktadır (Hussain ve Ismail, 2016).

Birçok ülkede işletmelerin büyüklüğü belirlenirken çalışan işçi sayısı, yıllık gelir veya sabit sermaye gibi göstergeler baz alınmaktadır (Set, 2013). Avrupa ve birçok Asya ülkesinde (Çin, Malezya ve Singapur) işletmelerin büyüklüğü belirlenirken gösterge olarak işçi sayısı ve yıllık satış baz alınmıştır. Geri kalan Asya ülkelerinde ise (Filipinler, Endonezya ve Tayland) çalışan sayısı ve sabit sermaye göstergesi kullanılmıştır. Ayrıca Avustralya, Yeni Zelanda ve Japonya gibi ülkeler çalışan sayısını, firmanın büyüklüğünün belirlenmesinde kullanmışlardır (Thomas, 2000).

Çizelge 2.4. Ülkelere göre küçük ve orta ölçekli işletme göstergeleri (Set, 2013)

Gösterge	Ülke
İşçi Sayısı	Avustralya, Yeni Zelanda, Japonya
İşçi Sayısı ve Yıllık Satış	Avrupa Ülkeleri, Singapur, Malezya
İşçi Sayısı ve Sabit Sermaye	Filipinler, Endonezya, Tayland

Küçük ölçekli işletmelerin sınıflandırılmasında göstergeler ülkeler arasında farklılık gösterebilmektedir. Çin, Endonezya, Malezya, Singapur, Filipinler gibi birçok ülkede çalışan sayısı faktörü ve varlık göstergesi kullanılırken, Avusturya, Yeni Zelanda, Hong-Kong gibi ülkelerde ise sadece çalışan sayısı göstergesi ele alınmaktadır. Bu göstergelerin değer aralığı da ülkeden ülkeye değişebilmektedir (Bkz. Çizelge 2.5).

Çizelge 2.5. Ükelere göre küçük ve orta ölçekli işletme tanımı göstergeleri (Schaper vd. (2011); Hall (2011)' den aktaran Set, 2013)

Ülke	Küçük ve Orta Ölçekli İşletme Tanımı	
	Çalışan Sayısı (kişi)	Varlık
Avusturya	5-199 arası	—
Yeni Zelanda	20 kişiden daha az	—
Çin	500-2000 arası	Yıllık satışı aralığı 30-300 milyon dolar Çin Yuanı
Singapur	200 kişiden daha az	Yıllık satış cirosu 100 milyon dolardan daha az
Hong Kong	Üretim sektöründe 100 kişiden daha az diğer sektörlerde 50 kişiden daha az çalışan	—
Endonezya	100 kişiden daha az	Sabit geliri 5 milyar dolar Endonezya Rupisi
Malezya	Tarım:5-50 kişi Hizmetler:5-50 kişi	Yıllık satış cirosu 200 milyon dolar Malezya Ringgiti
Tayland	200 kişiden daha az	Sabit geliri 200 milyon dolar Tayland Bahtı

— Tanım göstergesi olarak kullanılmamaktadır.

Küçük ölçekli turizm işletmeleri sosyal ve ekonomik gelişmede önemli bir rol oynamaktadır. Bu yüzden hükümet destekleri küçük ölçekli turizm işletmelerinin performansında hayati bir rol oynamaktadır. Yerele dayalı turizm gelişimini arttırmak için turizm girişimcilerine yönelik, yönetim eğitimi ve yeterli bölgesel iş imkanlarının sağlanması gerekliliği vardır. Birçok turizm aktiviteleri için özel sektör ve kamu sektörü küçük turizm girişimlerinin kırılgan yapısına karşı hayati bir rol oynamaktadır (Lerner ve Haber , 2000).

Küçük ölçekli turizm sektörü geniş bir sosyo-ekonomik bağlamı oluşturmaktadır. Geniş bir şekilde ele alınacak olursa ailenin sosyal bağlamı, eğitimi ve sosyo-ekonomik özellikleri küçük ölçekli girişimciyi güçlü bir şekilde etkileyen motivasyon faktörlerindendir (Bkz. Çizelge 2.6).

Çizelge 2.6. İşletme tipine göre itici ve çekici faktörler (Ateljevic ve Li, 2009)

İşletme Tipi	İtici Faktörler	Çekici Faktörler
Eve Dayalı Konaklama Tesisleri (Pansiyon, çiftlik evleri)	Ekonomik üretkenliği sağlamada parasal gereksinimin artması, uygun mesleğe sahip olmama, kendini gerçekleştirme eksikliği	Daha az alan kullanımı, geliri kolay bir şekilde artırma, doğal çevrenin varlığı
Ticari Konaklama Tesisleri (Motel, pansiyon)	Girişimsel zorluklar, eğitim eksikliği, kariyer beklentisi eksikliği	Aile üyelerine iş fırsatı oluşturma, doğal çevrenin varlığı
Yiyecek-İçecek İşletmeleri (Restaurant, kafe)	Meslekteki dil engelleri, düşük ücret, kişisel veya aile birikimindeki eksiklik	Kültürel altyapı ve deneyim oluşturmada uygulama fırsatı sunması, aile üyelerine iş fırsatı
Turizm Merkezleri	İş güvenliğinin düşük seviyede olması, kariyer beklentisi ve hedefin düşük olması	Sermaye gereksiniminin düşük seviyede olması

2.4.1. Küçük ölçekli turizm işletmelerin katkıları ve yaşanan zorluklar

Küçük ölçekli işletmeler ülkelerin yerelden küresele açılmada en önemli araçlarından biridir. Genel olarak iş imkanı yaratması, ekonomik büyüme ve gelişmeyi sağlaması, turizm ürünlerinde çeşitliliğin sağlanması, doğal ve yapısal çevrenin korunarak yaşatılmasında bir araç görevi görmesi başlıca katkılarındanır. Günümüze doğru ülkelerin politikalarını turizm endüstrisine yönlendirmesi sonucunda küçük ölçekli işletmelerin önemi artmıştır ve turizm politikaları da bu yöne doğru evrilmeye başlamıştır. Ekonomik katkının yanı sıra kentlerin kimliklerinin önemli parçası olan doğal ve yapılaşmış çevrenin unsurlarını dikkate alarak korumayı ön planda tutan, kaynaklara yönelik girişimciliği benimseyen toplumların ekonomik ve toplumsal gelişiminin daha hızlı olduğu görülmektedir. Bu büyümelere paralel

olarak birçok ülke girişimciliğe yönelik eylem planları hazırlayarak katkının en üst düzeyde olmasını sağlamaya çalışmaktadır (Set, 2013)

Küçük ölçekli işletmeler konaklama hizmetleri, yiyecek ve içecek hizmetleri, rehber hizmetler, rekreasyon ve eğlence hizmetleri gibi etkinliklerde yoğun bir şekilde iş gücü gerektiren alanlardan oluşmaktadır. Bu yüzden özellikle de turist destinasyonlarında küçük ölçekli turizm işletmeleri yerel ekonomi için iş fırsatları sunmaktadır (Scheyvens ve Russell, 2012). Küçük ölçekli turizm işletmeleri sayısız ekonomik ve sosyal yarar sağlamaktadır. Scheyvens ve Russell (2012) Fiji'de yaptıkları araştırmalarda küçük ölçekli turizm girişimlerinin gelir elde etme, iş imkanı oluşturma ve toplumun gelişiminde önemli katkılar sağladığını ifade etmiştir.

Küçük ölçekli turizm işletmeleri turistlerin ihtiyaçlarına ve isteklerine yanıt verme bakımından büyük ölçekli işletmelere göre daha hızlı ve esnektir (Sampaio, Thomas ve Font, 2012). Bu işletmeler yerel tarih, kültür, folklor ve manzaranın yanı sıra topluluğun turistlere yansıtılmasında önemli rol oynamaktadır (Thomas vd., 2011). Küçük ölçekli turizm işletmeleri ulusal ekonomi ve turizm endüstrisinin gelişmesine katkı sağlarken önemli sınır ve engeller, işletmelerin zorluklarla karşılaşmasına neden olabilmektedir. Turizm endüstrisindeki iş gücü devri diğer endüstrilere göre daha yüksek olduğundan yöneticiler tarafından en büyük problemlerden görülmektedir (Cho, Woods, Jang ve Erdem, 2006). Set (2013)'e göre küçük ölçekli işletmelerin karşılaştığı zorluklar; yüksek iş gücü devri, finansal kaynakların yetersizliği, ticari başarısızlık oranı, işletme yeteneklerinin yetersizliği ve girişimci özellikleridir.

2.4.2. Küçük ölçekli turizm girişimciliğini etkileyen özellikler

Turizmle ilgili akademik çalışmaların çoğu turistle ilgili talep yönelimidir. Turistle alakalı; ne yapmaktan hoşlanırlar, ne kadar harcarlar, ne yerler, ne düşündükleri vs. hemen hemen tüm profesyonel turizm dergilerinde bulabileceğimiz ortak temalardır. Yaygın olmayan ise turistik mal ve hizmetler sağlayan arz tarafındaki mikro odaklanmadır (Gartner, 1990).

Bu bölümde küçük ölçekli turizm girişimciliğini etkileyen faktörler;

- Çevreye bağlı özellikler,
- Kurumsal ortama bağlı özellikler,
- İşletmeye yönelik özellikler ve

-Girişimciye yönelik özellikler olarak ele alınacaktır.

Çevreye Yönelik Özellikler

Turizm endüstrisinde ampirik araştırmaların çizgisi tam anlamıyla tutarlı değildir. Birçok turizm girişiminin çevresel kaynak ve faktörlere bağlı olduğu göz önüne alınırsa yere bağlı olarak geliştirilen hipotezlerin ampirik olarak eksikliği göze çarpmaktadır (Lerner ve Haber, 2000).

Turizm fiziksel ve sosyal çevreden ayrı olarak ele alınamamaktadır. Araştırmalarda yeni girişim yerine karar verilirken, işçi (ucuz, yetenekli işçi), yer (elverişli ve güzel olan), arazi (düşük ücret, su ve diğer kaynaklara erişim), iklim, destek ve rekabet (tüketicilere yakınlık) gibi özellikler dikkate alınmıştır (Banks, 1991).

Birçok durumda turizm doğal alanların ve biyolojik çeşitliliğin korunmasının itici güçlerinden biri olarak gösterilmektedir. Örneğin eko turizm sürdürülebilir kalkınmanın nasıl uygulanabileceğini göstermek için sıklıkla kullanılır. Turizmin eko turizmin çok ötesine geçen ve bağlı başına bir sanayi olarak kaynakların önemli bir tüketicisi olarak çevresel etkileri de vardır (Schaper ve Carlsen, 2004).

Küçük işletmelerin kümülatif performansının çevre üzerinde potansiyel olarak yararlı ve zararlı etkileri olabilir. Bu bağlamda dünyadaki küçük işletmelerin genel çerçevesini ölçmek zor olmuştur (Hillary, 2000). Son zamanlarda yapılan araştırmalara göre sağlıklı üretken turizm girişimleri ve ekonomik faaliyetlerinin yerel çevre sistemleri ile ilişkilendirilmesinin yanında etkili iletişim stratejilerinin geliştirilmesi turizm destinasyonları için başarı faktörü haline gelmiştir (Schaper ve Carlsen, 2004).

Çevre; iş çevresi olarak ilişkilendirilebilir, turizmde ise çevre; fiziksel ve sosyal çevre olarak ayrılmaz bir şekilde planlanmalıdır (Lerner ve Haber, 2000). Çevrenin turistik, coğrafik özelliklerinin belirlenmesi (manzara ve onun bileşenleri) problematiktir (Smith, 1983). Bu yüzden turizmin girişim performansı ile ilişkilerini değerlendirmek için, bu çevresel faktörlerin işlevselleştirilmesi gereklidir.

Turist destinasyonlarının güçlü olduğu çevreler, tarih, kültür, etnik yapı, erişilebilirlik ve manzara gibi bileşenlerden oluştuğu görülmektedir (Mill ve Morrison, 1992).

Turizm özelliği ön plana çıkan alana yakın bir yer seçimi, sosyal ve kültürel özelliklerle beslenerek girişimin başarısına katkı sağlayacaktır. Altyapı gelişimi, alana ve alışveriş merkezlerine yakınlık, karayolu erişimi, havaalanı ve başlıca turizm destinasyonlarına yakınlık, iklim ve manzara özellikleri girişim yerini etkileyen çevresel faktörlerdendir (Dj Benedetto ve Bojanic, 1993; Getz, 1993). Girişimler için özel yerler kritik kararları oluşturur ve bu da girişimin performansının yanı sıra işletmenin tipi ve konseptinin etkileyebilir. Lerner ve Haber (2000) yaptıkları araştırmada çevresel özellikleri etkileyen faktörleri politik, doğal, ekonomik ve kültürel kaynaklar olarak sınıflandırmıştır. Girişim yerinin seçimi girişimin hayatta kalmasını yani sürdürülebilirliğini direkt olarak etkilemektedir. Turistlere deneyim ve ürün sunan fiziksel ve sosyal çevre girişimin başarısını önemli derecede etkilemektedir (Haber ve Reichel, 2007).

Fridgen (1984)'e göre tatil yapmak boş zaman aktivitesidir ve bu aktiviteler de çevre ve onun bileşenlerini içermektedir. Bu yüzden çevrenin coğrafik, fiziksel ve manzara gibi bileşenleri iyi bir şekilde ele alınmalıdır. Mihalic (2000) doğru şekilde algılandığında destinasyon yerinin, çevresel yönetimin başarısı ve çekiciliği için belirleyici bir faktör olduğunu vurgulamaktadır. Conti (2006) gereksinimler sağlandıktan sonra karşılıklı memnuniyet ilkesine bağlı kalarak doğal ve çevresel yönlerin güvence altına alınmasına işaret etmiştir. Karşılıklı memnuniyet ilkesi müşteri memnuniyetini, doğal çevre yaklaşımının güvenceye alınmasıyla özellikle de doğal çevrenin korunmasına karşı hassasiyetin eko turistler tarafından büyük önem kazandığı turizm endüstrisi müşterileri için bağdaştırılarak genişletilebilir.

Nejati ve Amram (2013) işletmelerin doğal çevreye etkileri üzerine, işletmelerin doğal kaynakları kullandıkları ve bu kaynaklarla aynı pazarda rekabet edebilme potansiyelleri olduklarını belirtmiştir. Ayrıca işletmelerin çeşitli faaliyetlerinin de iklim değişikliğine katkıda bulunabileceğini belirtmiştir. Bununla birlikte girişimciler doğal ortamları yönetmek için yenilikçi stratejiler oluşturarak sürdürülebilirlik girişimlerine katkıda bulunabilirler (Oxborrow ve Brindley, 2013; Waite, 2014). Lerner ve Haber (2000) küçük ölçekli turizm girişimciliğini etkileyen çevreye bağlı faktörleri erişilebilirlik, turizmle ilgili altyapı, tarihi, kültürel ve doğal yapı olarak ayırmış ve girişim yerinin çekiciliği ile gelir arasında pozitif bir ilişki olduğunu bulmuştur.

Kurumsal Ortama Bağlı Özellikler

Turizmde devlet girişimciler için; devlet kredisi, yatırım fonları, belirli bölgelerde girişimcilere destek, altyapının sağlanması, danışma ve yol gösterme gibi imkanlar sunmaktadır. Bu unsurların oluşturulması girişimin gelişme performansını önemli ölçüde etkilemektedir (Wilken, 1979).

Yapılan çalışmalar (Lerner ve Haber, 2000; Birley ve Westhead, 1992; Q'Farell, 1986; Sarder vd., 1977; Ballantine vd., 1992) turizm girişim performansında iki türlü destek etkisini karşılaştırmaktadır:

- Dış finansal kaynak kullanımı
- Danışma hizmetlerinin sağlanması

Hükümet tarafından veya ilgili kuruluşlar tarafından sağlanan finansal desteklerin küçük işletmelere olan performans ilişkisiyle ilgili çeşitli sonuçlar ortaya çıkmıştır. Sarder, Ghosh ve Rosa (1977) hizmetlerin etkisiyle ülkeden ülkeye, kentten kente bir çalışmadan diğer bir çalışmaya farklı sonuçlar elde edilebilir. Q'Farell (1986) İrlanda'da yaptığı bir çalışmada dış kaynaklardan destek alan girişimlerin daha yüksek gelirler elde ettiğini görmüştür. Lerner(1989) İsrail'de ki işletmelerle ilgili yaptığı çalışmada destek alan girişimci ile destek almayan girişimci arasında anlamlı bir ilişki olduğu bulmuştur. Birley ve Westhead (1992) 'de İngiltere'de desteklenen ve desteklenmeyen işletmeleri karşılaştırdığında gelirler açısından önemli bir farklılık görememiştir. Lerner ve Haber (2000) İrlanda üzerinde yaptıkları çalışmalarda dış finansal kaynaklardan yararlanan turizm girişimleri, tamamen kendi başına finansman desteği sağlayanlardan daha iyi performans gösterdiğini görmüşlerdir. Aynı alan üzerindeki çalışmada hükümet tarafından kurumsal danışma desteği alan turizm işletmeleri bu desteği almayanlardan daha az başarılıdırlar. Udell (1990) Amerika'da yaptığı çalışmada finansal destek almanın iş yerinin başarısına garanti vermediğini görmüştür. Bunun aksine Ballantine ve diğerleri (1992) finansal destek alan küçük firmaların kazançlarının pozitif etkilendiğini görmüştür. Wanhill (2002) çevresel ve kültürel açıdan sürdürülebilir bir gelişmenin sağlanması için eylem programlarının gerekliliğine vurgu yapmıştır. Wanhill (2004) küçük ölçekli işletmeler üzerine yaptığı çalışmalarda finansal yapı, eğitim standartları, iletişim kanallarındaki gelişim ve ticari anlayışın eksikliği gibi sayısız problemlerle işletmelerin karşılaştığını belirtmiştir. Küçük ölçekli işletmelerin, kalitesini, çeşitliliğini, rekabetini ve kararlılığını arttırmak için eylem

programlarının yapılması gereklidir. Fleischer ve Felsenstein (2000) yaptıkları çalışmada kamu desteğinin küçük işletmelerin sermaye arttırmalarına olanak sağladığını ve turizm sektöründeki istihdam düzeyinin diğer sektörlere göre daha yüksek artış gösterdiğini belirtmiştir.

Küçük ölçekli işletmeler yönetimler tarafından yapılan yatırımlarda büyük ölçekli işletmelere göre daha çok etkilenirler. Bu özellikle küçük işletmelerin sahip oldukları sınırlı kaynaklardan dolayıdır. Küçük ölçekli işletmelerin sayısı azalırsa çevredeki turizmin gelişmesi de azalır ve sorunlar yönetimler tarafından çözülmedikçe işletmeler gelir getirici faaliyetlerden uzaklaşmaya başlayabilmektedir (Gartner, 2004).

Bir ülkenin turizm yatırımı konusundaki duruşunun kesin niteliği hükümetin aradığı gelişme türü ve özel girişimci için ne gibi rol oynadığı ile belirlenir. Kural olarak politik katılımın ekonomik faaliyet olarak turizme verdiği önemle doğrudan ilişkili olduğu için bir turizm gelişim planının hedeflerini gerçekleştirmek için hükümetler, geliştiricilere ve yatırımcılara elverişli bir yatırım politikası ortaya koymak zorundadır. Örneğin İngiltere hükümetinin turizme verdiği desteğin genel hedefi, turizmin ekonomik faydalarını ulusa en yüksek çıktı ve istihdam yaratma açısından maksimize etmektir (Wanhill, 2004).

Avrupa Komisyonu (EC) 1995 yılında turizm alanında hükümetlerin amaçlarına ilişkin olarak;

-Hükümetler, turizm talebindeki eğilimleri dikkate alarak turizm kalitesindeki gelişmeleri desteklemelidir.

-Hükümetler, sektörün rekabet edebilirliğini ve karlılığını arttıracak turizm faaliyetlerinin ve ürünlerin çeşitlendirilmesini teşvik etmelidir.

-Hükümetler, turizmin kültürel ve çevresel boyutlarına saygı göstererek, sürdürülebilir ve dengeli büyüme kavramını turizme dahil edici planlar oluşturmalıdır (Wanhill, 2004).

Wanhill (1999) hükümetlerin desteklerine ilişkin yaptığı çalışmada mali teşvik, sermaye maliyetini azaltma, işletme maliyetini azaltma, yatırım güvenliği gibi konularda hükümetlere önemli görevler düştüğünü belirtmiştir.

Dünyada az sayıda bulunan merkezi planlı ekonomiler yerel halk katılımını benimsemektedir. Farklı bakış açılarına önem veren toplumlarda süreci adil ve şeffaf hale getirmek oldukça zor olmaktadır (Gartner, 2004). Dünyanın birçok yerinde hükümetler

turizme müdahale etmektedir. Bunun gerekçesi olarak ulusal ve uluslararası turizm politikalarında ki amaçlara ulaşmanın aksine üretim sürecindeki karmaşıklık yer almaktadır. Yatırım teşvikleri piyasa başarısızlığını düzeltmek ve kamu ile özel sektör arasındaki bir kalkınma ortaklığı sağlamak için kullanılabilecek politika aracıdır. Küçük ölçekli işletmeler kalitelerini, çeşitliliklerini, rekabet edebilirliklerini ve karlılıklarının arttırılmasında doğru iş ortamını yaratmaya yönelik eylem programları girişimciler için önem teşkil etmektedir (Wanhill, 2004).

Küçük işletmelere sermaye yardımı kısa vadede işletmenin geliri ve istihdamı üzerinde olumlu etkiler sağlayabilmektedir (Fleischer ve Felsenstein, 2004). Küçük işletmelere yardımcı olmak için arz tarafına yönelik sermaye yardımı (hibeler ve krediler), vergi imtiyazları, işletme ve yönetim danışmanlıkları işletmelerin performansını etkilemektedir (Fleischer, 1999; Wanhill, 2000).

Çizelge 2.7. Avrupa Birliği'ne üye bazı ülkelerde yatırım teşvikleri (Wanhill, 2004)

Ülke	Konaklama ve Turizme		Finansal Yatırımlar	
	Özel	Sermaye	Uygulama	
Belçika	+	Hibeler ve esnek kredi	Dolaylı ve doğrudan vergi indirimleri	
Fransa	+	Hibeler ve esnek kredi	Vergiden muafiyet amortisman ödeneği	
Almanya	—	—	—	
Yunanistan	+	Hibeler, esnek krediler sübvansiyonlar	Dolaylı ve doğrudan vergi muafiyet, özel amortisman	
İrlanda	+	Hibeler	Özel amortisman ödeneği	
İtalya	+	Hibe ve esnek kredi	Dolaylı ve doğrudan vergi muafiyet, özel amortisman	
Portekiz	+	Esnek kredi ve faiz	Dolaylı ve doğrudan vergi muafiyet, özel amortisman	
İspanya	+	Esnek kredi ve hibe	Doğrudan vergi muafiyeti	
İngiltere	+	Esnek krediler	—	

+: destek veya uygulama bulunmaktadır.

—: destek veya uygulama bulunmamaktadır

İşletmeye Yönelik Özellikler

İşletmelerin ayakta kalmasını çeşitli faktörler etkileyebilmektedir. Bu faktörler aynı zamanda işletmenin performansına da etki ederek gelir ve karlılık durumlarında farklılıklara neden olabilir. Turizmde ki işletmeler için küresel boyut önemli olmaktadır. Özellikle son dönemde değişen ve gelişen koşullar, girişimcilere ait işletmelerin farklılıklarını ortaya koyabilmesi için çeşitli faktörlerde yetkinlik aramalarına neden olmuştur.

Yerli kalkınmaya ilişkin küçük turizm işletmelerinin ileriye dönük planlama ve yatırım konusunda zorluklar yaşadığı göz önüne alınırsa işletmeler için finansman yapılandırmaları, yükseltme standartları, iletişim kanallarının geliştirilmesi, işletmenin yönetim seviyesinin artırılması önemli olmaktadır (Wanhill, 2004).

Küçük ölçekli işletmelerin piyasaya giriş engelleri düşüktür ve faaliyetler genellikle niş pazarlara odaklanır. Girişimci küçük işletmenin merkezidir ve kişisel sermaye ilk kaynağını oluşturmaktadır. Küçük ölçekli işletmelerin yerel kaynakları kullanmaları ve büyük işletmelerden daha büyük yerel çarpanları üretmeleri muhtemeldir. Küçük ölçekli turizm işletmeleri döngüsel işsizlikle başa çıkmak, ekonomik fırsatları çeşitlendirmek ve üretmek, iş olanakları yaratma konusunda sık sık kullanılmaktadır (Wanhill, 2004).

İşletmelerin turizm pazarında yer edinebilmesinde teknolojik imkanların kullanılması önemli olmaktadır. Anckar ve Walden (2001) küçük ölçekli işletmelerin çok azı teknolojik imkanlara uyum sağlamak ve yararlanmaktadır. Turizmde internet, tüketicilerin seyahat seçeneklerinde, araştırma, karşılaştırma, tanıtım ve ücret gibi konularda bilgi verdiği için dolayı girişim için önemli olan faktörlerdendir (Chen ve Piccoli, 2002). Teknoloji ziyaretçinin ürünü özelleştirmesini, rezervasyonu ve fiyatlandırmayı takip etmesini kolaylaştırmaktadır. Teknolojinin hızla büyümesine rağmen küçük ölçekli işletmeler e-pazarlama ve e-ticaret teknolojilerinde zayıf kalmaktadırlar (Wanhill, 2004).

Küçük işletmelere yönelik yapılan araştırmalar, plan ile performans arasında bir ilişki olduğunu göstermiştir. İşletmeler bir iş girişimine başlarken formel veya enformel plan oluşturabilir. Bermon, Gordon ve Sussman (1997) plan yapan işletmelerin, yapmayanlara göre finansal başarısının daha iyi olduğunu belirtmişlerdir. Lerner ve Almor (2002) yüksek performans için stratejik yeterlilik planlarının yapılmasındaki gerekliliğe işaret etmişlerdir.

Aynı şekilde Li (1998) Tayvan'da ki küçük işletmeler üzerinde yaptığı çalışmada iş planı oluşturma'nın ekonomik büyüme ve gelişim üzerine katkısı olduğunu belirtmiştir. Bir endüstri olarak turizm, seyahat tur hizmetleri, restoran, eğlence, konaklama, yöresel ürünler ve hediyelik eşya gibi çeşitli hizmetler sunmaktadır (Echtner, 1995; Lundberg vd., 1995). Turizm endüstrisinde girişim performansını etkileyebilecek en önemli özelliklerden birisi de sağlanan hizmetlerin sayısıdır. Bazı işletmeler birden fazla hizmet sağlamaktadırlar ve aynı zaman diliminde birçok turist bunları talep etmektedir. Lerner ve Haber (2000) İsrail'de yaptıkları çalışmada daha fazla hizmet sunan turizm işletmelerinin daha başarılı olduğunu belirtmiştir.

Müşterilerin ihtiyaç ve profilini iyi anlayan, pazarlama etkinliklerini takip eden, müşteri memnuniyetini ön planda tutan, kaynak ve rezervasyon zamanlarını izleyen, talep konumlarını geniş açıdan ele alan küçük ölçekli işletmelerin daha başarılı oldukları görülmektedir (Wanhill, 2004).

İşletmenin sahipliliği de girişimciliği etkileyen faktörlerdendir. İşletme sahibinin yerel olup olmaması, işletmenin tek bir kişiye veya ortaklı olması durumu gibi koşullar girişimde önemli faktörlerdendir.

Yerel Sahiplik: Girişimcilik turizm destinasyonlarının gelişimi ve planlamasında yerel bir karakter olarak ele alınmaktadır (Dredge ve Jenkins, 2007). Yerel katılım ve yerel sahiplilik turizm girişimciliğinde küçük işletmelerin kimliğini yansıtmaktadır (Correia ve Brito, 2014).

Aile Sahipliği: Birçok küçük turizm işletmesi aile üyelerinin katılımını içermektedir. Sahiplilik ve insan kaynakları, işletmelerin kimliğini oluşturan kaynaklardır (Reichel ve Haber, 2005).

Tek Malik veya Ortaklık: Sahiplik eğilimi işletmenin kimliğiyle ilişkilendirilmektedir. İşletme büyüklüğünü etkileyen sahiplik; ortaklık, özel mülkiyet veya sınırlı malik özelliklerine bağlıdır (Hussain ve Ismail, 2016). İşletmelerin sürdürülebilirliğini etkileyen bir diğer faktör de yenilik faaliyetleridir. Yenilik işletmelerin performans ve aktivitelerinde önemli etkiye sahip olan ayrıca rekabet edebilmek için etkili yollardan biri olarak görülen süreçtir. Latince kökenli olan inovasyon "yeni bir şeyler üretmek" olarak tanımlanmıştır. Uluslararası birçok çalışmada yenilik ve turizmin birbirini destekleyen önemli kavramlar

olduğu vurgulanmıştır. Destinasyonlarda rekabet edebilmek için yenilikçi düşüncelere ihtiyaç vardır (Peters ve Pikkemaat, 2005).

Girişimciye Yönelik Özellikler

Günümüzdeki ekonomik politikalar yeni bir endüstrinin gelişimi olarak girişimcilik ve yeniliğin önemine vurgu yapmaktadır. Chell (2008) önerdiği modelde girişimciliği etkileyen kişilik özelliklerini şu şekilde sınıflandırmıştır:

- Deneyim ve inançları içeren bilgi
- Girişimcilik süreciyle ilgili olan eğitimleri içeren beceriler
- Yenilik ve fırsatları kullanarak geliştirilen yetenekler
- Strateji ve taktikleri içeren planlar

Girişimciliğin yeniliklere açık olması günümüze doğru girişimciliği etkileyen faktörlerinde çeşitlilik göstermesine neden olmuştur. Lumpkin ve Dess (1996) girişimcilikte kişisel faktörleri şu şekilde sınıflandırmıştır:

- İşletme oluşturmada bağımsızlık
- Süreçlerin çözümünde yenilikçi olma
- Karşılaşılan durumlarda risk alma
- Rekabet edebilme

Yapılan çalışmalarda girişimciye bağlı faktörler çeşitlilik gösterse de genel olarak; yaş, cinsiyet, eğitim seviyesi, çalışma deneyimi, işletme geçmişi, motivasyon, iş yeteneği, yenilikçilik ve risk alma girişimciliği etkileyen faktörler olarak sıkça vurgulanmaktadır.

Girişimcinin Yaşı: Girişimcilik üzerine çeşitli araştırmalarda yaş faktörünün işletmeye etkisi araştırılmıştır. Bununla ilgili yapılan çalışmalarda Reynolds ve diğerleri (2000) 25-44 yaş arasındaki girişimcilerin daha aktif ve başarılı olduklarını belirtmiştir. Sinha (1996) tarafından Hindistan'da yapılan bir araştırmada başarılı girişimcilerin nispeten daha genç olduğunu görmüştür. Kristiansen ve diğerleri (2003) girişimcilik ile işletme başarısı arasında önemli bir ilişkinin olduğunu, 25 yaşından büyük olan girişimcilerin daha başarılı olduğu sonucunu ortaya koymuşlardır. Valdez (2009) Vigan şehrinde yaptığı çalışmada orta yaş insanların tecrübelerinden dolayı turizm işletmelerinde daha başarılı olduğunu ortaya koymuşlardır.

Cinsiyet: Cinsiyet farklılığının işletmenin performansı üzerine etkisi özellikle Batı ülkelerinde birçok çalışmada karşılaştırılmıştır. Genel olarak girişimcilikte erkeklerin kadınlara göre daha cesaretli olduğu görülmüştür (de Bruin, Brush ve Welter, 2007; Diaz-Garcio ve Jimenos-Moreno, 2010). Chell ve Baines (1998) İngiltere'de yaptıkları araştırma sonucunda (104 küçük ölçekli işletme) işletme sahibinin kadın veya erkek olmasının performansta anlamlı bir fark yaratmadığını belirtmiştir. Ancak toplumların sahip olduğu kültürel değerlerin toplumsal cinsiyette rolleri biçimlendirdiği ve iş girişime niyetlendirmede önemli olduğu bilinmektedir. Cinsiyet, girişimcilik tutumlarını, niyetlerini ve motivasyonlarını şekillendirebilir.

Eğitim Seviyesi: Girişimcilikle ilgili yapılan birçok araştırma sonuçlarına göre girişimcilik aktiviteleriyle eğitim arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır (Bosma ve Harding, 2007). Girişimcinin eğitim geçmişi başarıda önemli rol oynamaktadır. Walker (1988) Sidney'de yaptığı araştırmada üniversite eğitimi alan kişilerin işletmelerin genişlemesinde önemli katkısı olduğu sonucuna ulaşmıştır. Eğitimin etkisiyle ilgili olarak tutarsız bilgiler olmasına rağmen birçok çalışmada eğitim ve performans arasında pozitif bir ilişki olduğu ortaya çıkmıştır. Eğitim, girişimcilik performansı ile ilişkilidir ve girişimcilikte iyi düzeyde gelişmiş eğitimlere ihtiyaç duyulmaktadır (Bird, 1989).

Çalışma Deneyimi: Araştırmalar başarılı girişimlerde endüstriyel deneyimin rolünü desteklemiştir (Bird, 1995; Vesper, 1980). Benzer işlerde deneyimin olması girişimcinin büyümesine ve hayata kalmasına destek sağlamaktadır (Cooper, Gascon ve Woo, 1994). Yapılan çalışmalarda ki sonuçlara bakılacak olursa; Vesper (1980) bir çalışmasında; iş deneyiminin yüksek iş rekabetinde daha önemli olduğunu belirtmiştir. Diğer çalışmalarda da girişimcinin yönetim becerisinin iş performansı ve büyüme ile bağlantılı olduğu görülmüştür (Cooper, Gascon ve Woo, 1994; Ronstadt, 1984; Bird, 1995). Kolvereied (1996) girişimcilikteki önceki deneyimin girişim performansında önemli bir etkiye sahip olduğunu belirtmiştir. Brochaus (1980)'e göre önceki iş deneyimi; risk alma ve girişimcilik faaliyetlerine pozitif katkı sağlayabilmektedir.

İş deneyimi olan insanlar riskleri en aza indirerek daha fazla fırsat oluştururlar. Ayrıca önceki deneyimler girişimcilik aktivitelerinde personel ve tüketici ilişkilerini daha da güçlendirmektedir (Basu ve Gosmawi, 1999; Ibeh, 2004).

Ailenin İşletme Geçmişi: Ailenin işletme geçmişi bireylerin girişimcilik davranışlarını etkilemektedir (Duscesnau ve Gartner, 1990). Ailesindeki üyelerden kendi işletmelerini alan bireylerin girişimcilik kariyeri üzerinden devam edeceği muhtemel olmaktadır (Derman vd., 2005). Girişimci aile geçmişine sahip olmak girişimcilik başlangıcındaki karşılaşılan sorunları azaltmaktadır (Grev ve Saleff, 2003). Birçok çalışmada iş başarısında girişimci aile geçmişinin önemli bir etken olduğu açıklanmıştır. Oysa ki bir çalışmada böyle bir ilişkinin bulunmadığı ortaya çıkmasına rağmen (Cooper, Dunkelberg ve Woo, 1988) diğer çalışmalarda girişimci ebeveyne sahip olmanın, kurucuların daha fazla gelir elde etmesiyle ilişkili olduğunu ortaya çıkarmıştır (Duchesneau ve Gartner, 1990).

Motivasyon: Bir girişimciliğin başlangıcında itici ve çekici motivasyon faktörleri önemli etkiye sahiptir. Çekici motivasyon faktörleri işletme girişimin başlamasında ki iç arzuların daha baskın olmasıdır. Buna karşılık itici motivasyon faktöründe ise olumsuz nedenlerden dolayı girişim başlayamamaktadır. Fielden ve diğerleri (2000) tarafından yapılan bir araştırmada iş fırsatları oluşturma, bağımsız olma, satış tatmini gibi özelliklerin çekici motivasyon faktörleri olduğunu belirtmiştir. Glancey ve Pettigrew (1997) itici motivasyon faktörlerini kaynak yetersizliği, mesleki deneyimsizlik, kar düzeyinin düşüklüğü gibi faktörler olarak belirlemiştir.

İş Yeteneği: İş yeteneği; yönetim becerisi ve girişimcinin bilgi düzeyidir. Mckercher ve Robins (1998)'e göre yeteneği eksik olan girişimcilerin başarısı da düşük olmaktadır. Yeni bir turizm girişimcisi işletme yeteneği, yönetim yeteneği ve önceki endüstri deneyimi gibi özelliklere sahip değildir (Robins, 1998). Girişimcinin yönetim yeteneği, girişimin performansı ve büyümesine önemli katkılar sağlamaktadır (Lerner ve Almor, 2002). Brush (1993) kadın girişimciler finansal yetenekler bakımından erkeklere göre daha az başarılıdır. Hunger ve Wheelen (1996) başarılı bir girişimcinin farklı yeteneksel özelliklere sahip olduğunu belirtmişlerdir. Hood ve Young (1993) finansal yönetim, satış muhasebesi ve pazarlama yeteneği başarılı girişimcinin yetenek alanlarındandır.

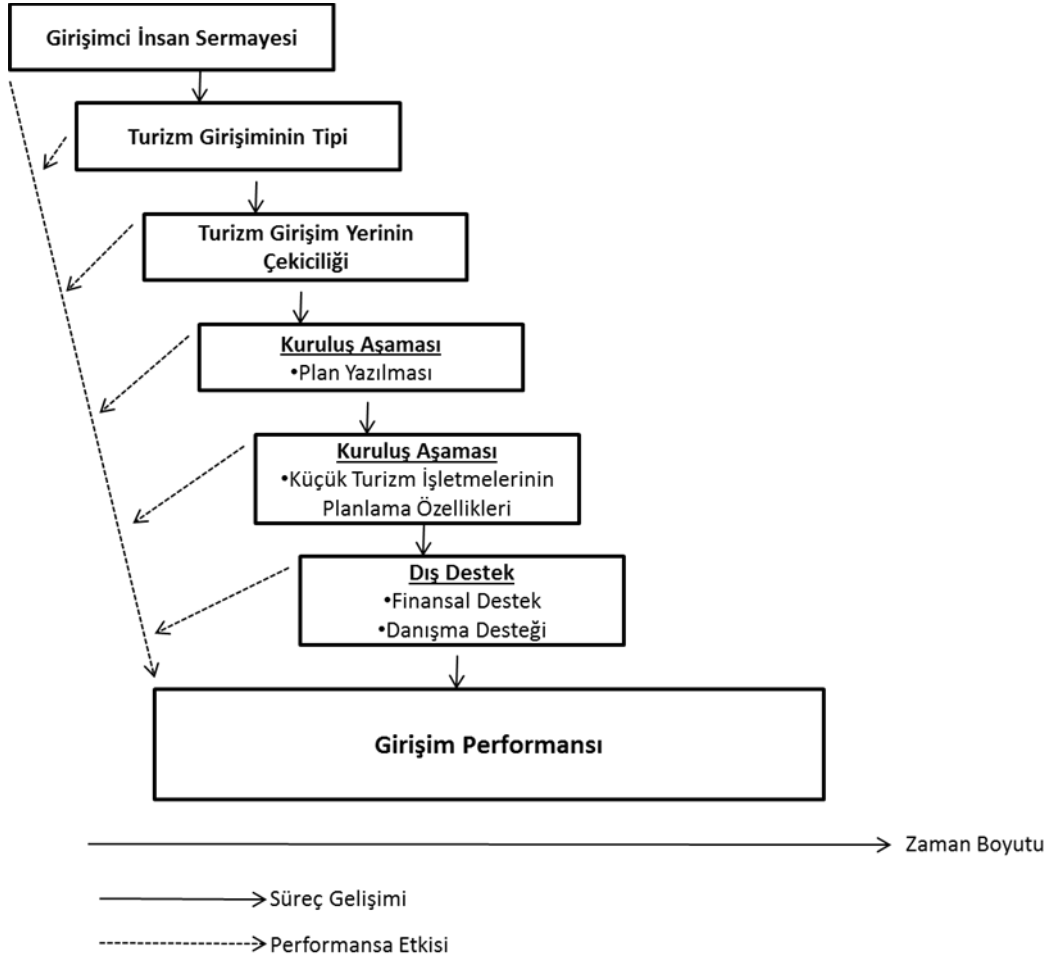
Risk Alma: Özellikle işletmenin kurulması aşamasında girişimcilerin risk alması işletmenin başarısını etkileyebilmektedir. Ahoroni, Maimon ve Segev (1978) yönetici yetenekleri ve kişisel karakterlerin (risk alma ve karar verme) iş performansını etkilediğini ifade etmişlerdir. Litzinger (1965) Arizona'nın otel endüstrisinin, girişimciler ve yöneticilerin

karakteristik özellikleri bakımından karşılaştırıldığında hem yenilikçi hem de risk alan kişilerden oluştuğunu görmüştür.

2.4.3. Küçük ölçekli turizm işletmelerinde girişimcilik performansı

Yeni işletme yerlerinin açılmasında hükümetlerin potansiyel olarak katkısının önemi yadsınamaz. Hükümetlerin veya kurumların küçük turizm girişimleri için uyguladığı eğitim programları, danışma destekleri, alt yapı, üst yapı ve mali politikalar gibi faktörler girişim işletmelerini etkilemektedir (Lerner ve Haber, 2000).

Girişimcilik süreci üzerine literatürde çok az çalışma bulunmaktadır. Haber ve Reichell (2007) araştırmalarında küçük ölçekli girişimlerin sürdürülebilirliğini etkileyen üç ana faktörlü bir model geliştirmiştir. Bu modele göre bu süreçler, fiziksel sermaye kaynakları, insan sermayesi kaynakları ve organizasyon sermayesi kaynakları olarak belirtmişlerdir. Ayrıca küçük girişimlerin sürdürülebilirliğinde yer alan her bir aşamanın, önceki aşamanın tamamlanmasıyla gerçekleşebileceği belirtilmiştir (Bkz. Şekil 2.3).



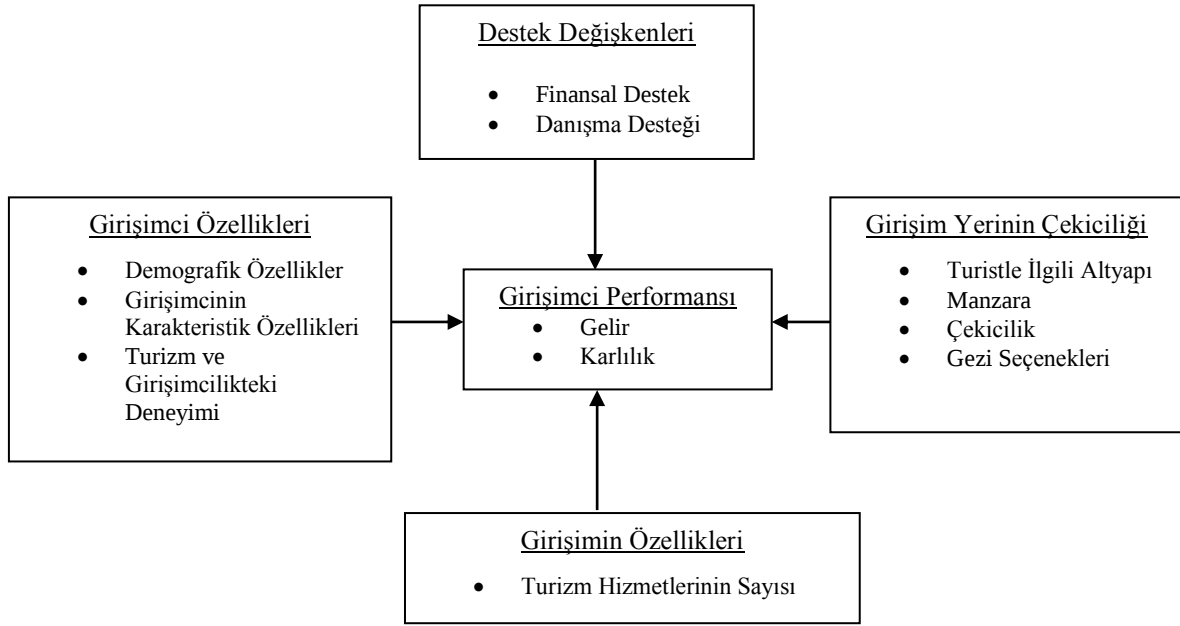
Şekil 2.3. Girişim faktörlerinin süreci ve performansa etkisi (Haber ve Reichell, 2007).

Çok boyutlu girişim performansı algısı son zamanlarda ortaya çıkmıştır (Lumpkin ve Dess, 1996). Çeşitli endüstrilerde işletmelerin performansını ölçmeye yönelik göstergeler oluşturulmuştur. Performans genellikle işin büyüklüğü, gelir ve çalışan sayısı bakımından ölçülmektedir (Robinson ve Sexton, 1994; Davidson, 1991).

Çizelge 2.8. Çeşitli araştırmalarda işletmelerin performansının ölçümünde kullanılan göstergeler (Set, 2013)

Yazar	Yıl	Performans Göstergeleri
Haber ve Reichell	2007	Gelir, karlılık, çalışan sayısı
Lerner ve Haber	2000	Gelir ve karlılık
Kirchhoff	1977	
Merz ve Sauber	1995	
Robinson ve Sexton	1994	Gelir ve çalışan sayısı
Davidsson	1991	
Srinivasan, Woo ve Cooper	1994	
Q'Farrell	1986	
Johannison	1993	İşçi Başına Düşen Gelir, Net Gelir
Miller, Wilson ve Adams	1988	

İşletmenin performansına bağlı olarak girişiminin başarısı da ortaya çıkabilmektedir. Bu konuda kapsamlı bir çalışma yapan Lerner ve Haber (2000) İsrail'de yaptıkları çalışmada küçük ölçekli girişimciliği etkileyen faktörleri bütüncül olarak ele almış, gelir ve karlılığı performans ölçütü olarak belirlemiştir. Bu şekilde faktörler ve performans ilişkisini ön plana çıkarmış ve aynı zamanda faktörler arasında ki önem sırasını belirlemiştir (Bkz. Şekil 2.4)



Şekil 2.4. Lerner ve Haber (2000) 'in turizm işletmelerinin performansını ölçmede kullandıkları model (Lerner ve Haber ,2000)

2.5. Bölüm Değerlendirmesi

Turizm endüstrisinin gelişimi çeşitli dönemlerde anlayış farklılaşmalarıyla karşı karşıya kalmıştır. 1980'lere kadar daha çok ekonomik ağırlıklı turizm anlayışının yaygın olduğu ve yerel, bölgesel gelişimin ön plana çıktığı görülmektedir. 1980'den sonra özellikle turizmin kaynağı olan toplum ve çevre faktörleri de dikkate alınmaya başlamıştır. Toplum, çevre ve ekonomi üçgeninde ülkeler turizm politikalarını küresel ölçeğe doğru yönlendirmişlerdir. Bu gelişimi sağlamada ülkeler turizme yönelik politikalar da oluşturmuşlardır. Günümüze doğru ise kavramsal açıdan sürdürülebilirlik ilkesinin göz önüne alınmaya başlamıştır. Fakat ne kadar sürdürülebilirlik ilkesini içerse de turizmin temelinde ekonomik beklentinin en büyük pay olarak karşımıza çıktığı yadsınamaz bir gerçektir.

Turizm endüstrisindeki gelişimler hükümetleri çeşitli politikalar üretmeye yöneltmiştir. Özellikle kalkınmayı ön planda tutarak yerele yönelik girişimci çabalarla önce yerel daha sonra küresel ölçekte gelişimler hedeflenmiştir. Girişimciliğe verilen önemin artmasıyla birlikte de girişimsel aktiviteler artmaya başlamıştır. Başlangıçta girişimcilik risk alma ile ilişkilendirilirken günümüze doğru değişen koşullar ile girişimciliğin nitelendirilmesinde birçok tanım ortaya çıkmıştır. Süreç içerisindeki tanımlamalarda ortak vurgu risk alma ve yenilik kavramları üzerine yoğunlaşmıştır.

Son dönemlere sürdürülebilirlik kavramı önem kazanmaya başlamıştır. Sürdürülebilirlik özünde toplum, çevre ve ekonomik unsurları bütüncül olarak gözetken koruma-kullanma-yaşatma ilkelerini içeren bir kavramdır. Turizm endüstrisinde de çevre önemli bir belirleyici olduğundan ve bu çevrenin de korunarak diğer kuşaklara aktarılmasında sürdürülebilirlik önemli bir ölçüt olmaktadır.

Sürdürülebilir turizm girişimciliği de temelinde çevresel, sosyal ve ekonomik açıdan fayda sağlayarak, yenilikçi, pazar ve talep odaklı olmaktadır. Sürdürülebilir turizm girişimciliği hareketinde ekolojik özellikler, sosyal özellikler ve kurumsal özellikler önemli rol oynamaktadır. Ancak bu özelliklerin bütüncül bir şekilde ele alınmasıyla sürdürülebilir turizm girişimciliği sağlanmış olabilir.

Çeşitli araştırmalarda sürdürülebilir turizm girişimciliği denildiğinde akla küçük ölçekli turizm işletmeleri gelmektedir. Küçük ölçekli turizm işletmeleri yerel kalkınmanın en aktif hızlı araçlarından biri olarak görülmektedir. İşletmelerin ölçekleriyle ilgili çeşitli göstergeler bulunmaktadır ve bu göstergeler ülkeden ülkeye farklılık gösterebilmektedir. Genellikle bu büyüklük belirlenirken işçi sayısı ve yıllık gelir ölçütü kullanılmıştır. Ancak günümüzde artan önemlerine karşılık küçük ölçekli işletmelerin karşılaştığı zorluklar sürdürülebilir olmalarını engelleyebilmektedir.

Turizme yönelik olan işletmelerin sürdürülebilir olmalarını çeşitli faktörler etkilemektedir. Lerner ve Haber (2000) yılında İsrail'de yaptıkları kapsamlı çalışmada model geliştirerek bu faktörlerin performansa etkisini incelemişlerdir. Çeşitli araştırmacılar da farklı ülkeler de çalışmalar gerçekleştirmiştir. Yapılan çalışmalardan hareketle bu faktörlerin ülkeden ülkeye farklılık gösterebileceği hatta ülkenin farklı şehirlerinde farklı faktörlerin de etkili

olabileceği de görülmüştür. Bu yüzden turizm destinasyonlarının karakteristik özellikleri de bu faktörlerin çeşitlenmesinde etken olarak görülebilmektedir.

Literatürdeki araştırmalardan hareketle turizm destinasyonlarındaki işletmeleri etkileyebilecek faktörler genel olarak açıklanmaya çalışılmıştır. Bu faktörlerden bazıları bir işletme için çok önemli olabilirken, farklı ülkede ki bir işletme için o kadar da önemli olmayabilir. Sürdürülebilirliğin sağlanmasında çevre, kurumsal yapı, girişimci ve işletme bütün olarak ele alınmalıdır. Bu bağlamda turizm destinasyonlarının çevresel özellikleri, ülkelerin merkezi ve yerel yönetimlerinin rolünün bulunduğu kurumsal yapı, işletmeye kurmaya karar veren veya işletmekte olan girişimcinin özellikleri ve sürekliliğini sağlamada önemli etken olan işletmenin özellikleri olmak üzere dört ana başlıkta toplanarak bunları etkileyen faktörler oluşturulmuştur. Bu faktörler hem turizm destinasyonun sürdürülebilirliği hem de işletmenin uzun vadede ayakta kalabilmesi için önemli olabilmektedir.

İşletmelerin sürdürülebilir olmasındaki asıl etkenin performansları olduğu açıktır. Araştırmalarda işletmelerin performansını ölçmeye yönelik çok az çalışma bulunmaktadır. Yapılan çalışmalarda da ölçüt olarak genellikle gelir ve karlılık kavramları üzerinde durulmuştur.

3. TÜRKİYE'DE TURİZM VE GİRİŞİMCİLİK

Bu bölümde Türkiye'deki turizm ve girişimciliğin gelişim süreci, turizme yönelik çeşitli istatistikler, kalkınma planları, turizm eylem planı ve girişimciliğe yönelik stratejik eylem planlarının turizm ve girişimcilik sürecine yansımaları ele alınacaktır.

3.1. Turizm ve Girişimcilik Gelişimi

Türkiye'de turizmin gelişmesinin ilk izleri Osmanlı döneminin son dönemine dayansa da kurumsallaşmaya başlaması 1920'lerden sonradır. 1923 yılında "Türkiye Seyyahin Cemiyeti" turizme yönelik kurulan ilk sivil örgüttür. Turizm sektörüne yönelik ilk düzenleme ise 1950 yılında kabul edilen 5647 sayılı "Turizm Müesseseleri Teşvik Kanunu" dur. Turizm hedeflerini gerçekleştirmek için 1955 yılında Turizm Bankası kurulmuştur. 1972 yılında ise sektörün en önemli sivil toplum örgütü olan Türkiye Seyahat Acentaları Birliği (TÜRSAB) kurulmuştur (Enlil, Dinçer, Evren ve Seçkin, 2011).

Türkiye'de turizmin gelişmesinde birinci dönem olarak 1963 yılından sonraki dönem kabul edilmektedir. Devletin turizm de öncü olduğu birinci dönem 1963'ten 1980 yılına kadar uzanmaktadır. Bu dönemde kalkınma planlarının hedeflerine göre kitle turizmine yönelik hedeflerin ön planda olduğu dönemlerdir (Enlil vd., 2011).

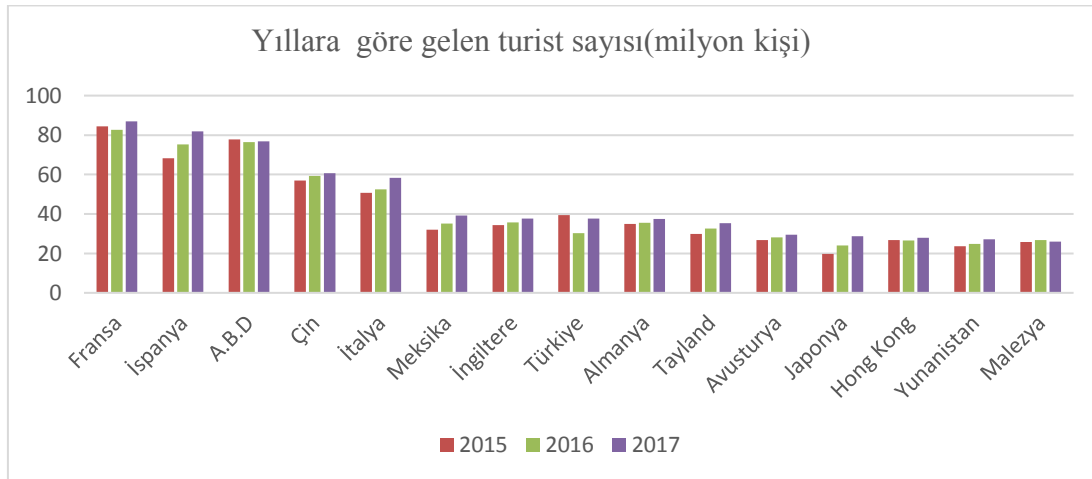
1980'li yıllar ise liberal dönemin etkilerinin turizmde görüldüğü yıllardır. 1982 yılında yürürlüğe giren 2834 sayılı Turizmi Teşvik Kanunu'yla birlikte devlet, özel sektörü teşvik amacıyla kamu arazisi tahsisi, vergi muafiyeti, düşük faizli, uzun dönemli teşvik kredileri gibi kolaylıklar sağladığı görülmektedir (Enlil vd., 2011).

1980'lerden sonra yerli ve yabancı yatırımcının en çok turisti çeken Akdeniz kıyılarına yatırımda ağırlık verdiği görülmektedir. Günümüze doğru ise kitle turizmi anlayışından uzaklaşarak turizmi tüm ülke bütününe yayma düşüncesinden hareketle 2023 hedefleri doğrultusunda eylem planları hazırlanmış ve planlı turizm gelişimi için adımlar atılmıştır. Birçok ülkede olduğu gibi Türkiye'de turizm, ekonominin motor güçlerinden birini teşkil etmekte ve istihdam yaratmak, döviz girişi sağlamak ve yabancı sermaye yatırımlarını çekmek açısından en önemli sektörlerden biri olarak görülmektedir (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2018).

Türkiye'de ki turizm sektörü ile ilgili istatistiklere bakıldığında büyümenin süreklilik gösterdiği görülmektedir. Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın 2018 yılı sonu itibarıyla yaptığı değerlendirmelere göre ;

39.488.401 yabancı ziyaretçi, 6.624.191 yurtdışı ikametli vatandaş olmak üzere Türkiye'yi toplamda 46.112.592 turist ziyaret etmiştir. Bir önceki yıl ile karşılaştırıldığında turist sayısındaki artış %21.45 olmuştur (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2018).

Gelen turist sayısı bakımından 2017 yılı itibarıyla Türkiye dünyada 8. sırada yer almaktadır. Şekil 3.1'e göre 2016 yılında dış faktörlerden kaynaklı gelen turist sayısında bir düşüş olsa da gelen turist sayısının 2017 yılında tekrar yükselişe geçtiği görülmektedir (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2018)



Şekil 3.1. Yıllara göre ülkelere gelen turist sayıları (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2018)

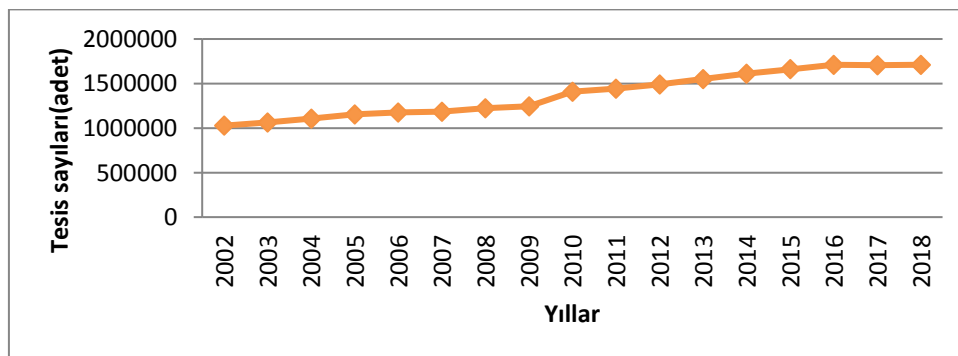
Çizelge 3.1'e göre 2014 yılından beri turizm gelirleri ve turizm gelirlerinin Gayri Safi Yurt İçi Hasıla (GSYİH) içindeki payı 2016 yılında azalsa da 2017 yılında tekrar artışa geçmiştir .Özellikle 2015 yılının son çeyreği ve 2016 yılında yansımaları tüm turizm sektöründe görülen sorunlar (TÜROFED, 2019) turizm gelirlerinin 2016 yılında ciddi bir şekilde azalmasına neden olmuştur (Bkz. Çizelge 3.1).

Çizelge 3.1. Yıllara göre Türkiye'nin turizm geliri ve GSYİH içindeki payı ((Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2018)

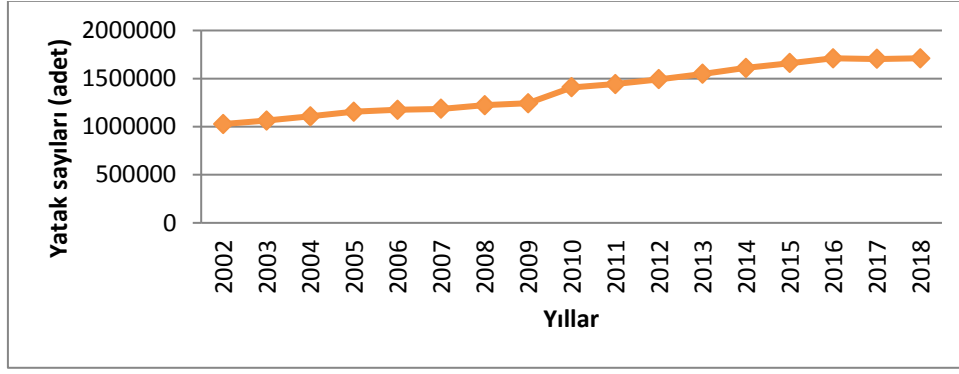
Yıllar	Turizm Geliri (1000 dolar)	GSYİH içindeki payı(%)
2014	34 305 903	3,7
2015	31 464 777	3,7
2016	22 107 440	2,6
2017	26 283 656	3,1
2018	29 512 926	3,8

Şekil 3.2 tesis sayıları ve Şekil 3.3 yatak sayıları grafikleri incelendiğinde tesis sayılarının ve yatak sayılarının artış gösterdiği görülmektedir. 2017 ile 2018 yılları arasında tesis sayılarının önemli bir artış göstermemesine karşılık yatak sayılarında ki artış devam etmiştir. 2002 yılında belediye belgeli tesis sayısı 3262 adet iken 2018 yılında yaklaşık %50 artışla 4906 adet olmuştur. Turizm yatırım ve işletme belgeli tesis sayısı 2002 yılında 7762 iken yaklaşık %1 azalışla 7671 adet olmuştur (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2018).

Yatak sayıları karşılaştırıldığında 2002 yılında belediye belgeli tesislerde yatak sayısı 408005 iken 2018 yılında yaklaşık %25 artışla 511076 olmuştur. Turizm işletme ve yatırım belgeli tesislerde 2002 yılında 619024 olan yatak kapasitesi yaklaşık %93 artışla 1 milyon 199 bin 995'e çıkmıştır (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2018).

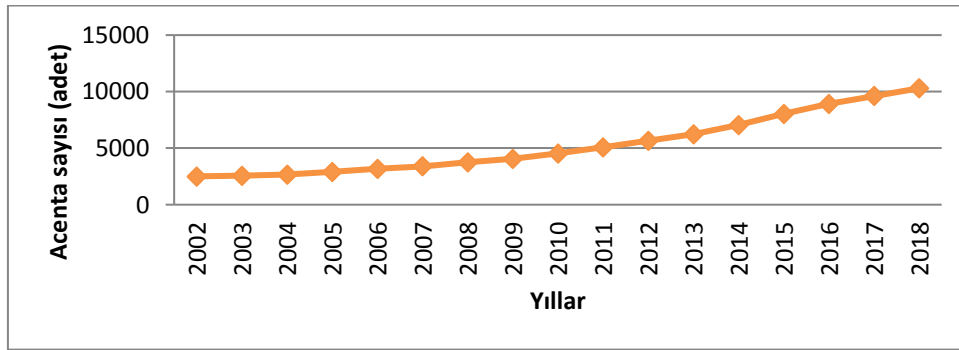


Şekil 3.2. Yıllara göre Bakanlık+ Belediye belgeli tesis sayıları (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2018)



Şekil 3.3. Yıllara göre Bakanlık+ Belediye belgeli konaklamalarda yatak sayıları (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2018)

Turizm'de ki önemli araçlardan birisi de seyahat acentalarıdır. Seyahat acentaları, kâr amacı ile turistlere turizm ile ilgili bilgiler vermeye, paket turları ve turları oluşturmaya, turizm amaçlı konaklama, ulaştırma, gezi, spor ve eğlence hizmetlerini görmeye yetkili olan, oluşturduğu ürünü kendi veya diğer seyahat acentaları vasıtası ile pazarlayabilen ticarî kuruluşlardır (Futourism, 2017) Şekil 3.4'e bakıldığında Türkiye'de ki seyahat acentaları sayısının sürekli artış gösterdiği görülmüştür (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2018).



Şekil 3.4. Yıllara göre acenta sayıları (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2018)

Türkiye'de işletmelere yönelik çeşitli destek ve danışmanlık çalışmaları yürüten kurumlardan Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeleri Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı (KOSGEB) 1990 yılında kurulmuştur. KOSGEB işletmelere yönelik bilgilendirme ve eğitim hizmetleri, paydaş analizi, GZFT analizi (Güçlü yönler-Zayıf yönler-Fırsatlar- Tehditler), çevre analizi ve stratejik planlar hazırlayarak çeşitli faaliyetler yürütmektedir (KOSGEB, 2015)

İşletmelerle ilgili tanım, nitelik ve sınıflandırılması konusunda 2012 yılında değişiklik yapılmış ve yürürlükte olan hali Çizelge 3.2'de yer almaktadır. Çizelge 3.2'ye göre; çalışan sayısı, net satış ve mali bilanço kriterlerine göre sınıflandırma yapılmıştır (KOSGEB, 2015)

Çizelge 3.2. Küçük ve Orta Ölçekli İşletmelerin (KOBİ) sınıflandırılması (KOSGEB, 2015)

Tanım kriteri	Mikro işletme	Küçük işletme	Orta büyüklükte işletme
Yıllık çalışan sayısı	≤ 9	10-49	50-249
Yıllık net satış (milyon tl)	≤ 1	≤ 8	≤ 40
Yıllık mali bilanço (milyon tl)	≤ 1	≤ 8	≤ 40

3.2. Ulusal Planlarda Turizm ve Girişimcilik

Kalkınma Planlarında Turizm ve Girişimcilik

Türkiye'de devletin özel sektör için yol gösterici, kamu kesimi için bağlayıcı nitelikte olan Kalkınma Planlarında çeşitli dönemlerde turizm endüstrisine yönelik amaçların ve yatırımların olduğu görülmektedir. Girişimcilik alanında ise 1980'lere kadar sanayiye yönelik girişimler ön plandadır. 1982 yılında yürürlüğe giren "Turizm Teşvik Kanunu" ile birlikte turizm endüstrisine yönelik politikalar da oluşmaya başlamıştır. Kısaca değinmek gerekirse;

Birinci Beş Yıllık Plan'da (1963-1967) kaynakların sınırlı olması nedeniyle turizm yatırımlarının turist çekme potansiyeli yüksek olan yerlerde ele alınacağı belirtilmiştir. Plan döneminin hedefleri arasında turizm personeli eğitimi ve turist eğilimleri araştırması yapılması gerekliliğine işaret edilmiştir. Ayrıca turizm tesislerine yönelik yatırımların özel sektör tarafından, altyapı yatırımlarının ise kamu sektörü tarafından yapılacağı ve özellikle Marmara, Ege ve Akdeniz Bölgelerine öncelik tanınmıştır (DPT, 1963). Plan sonucunda turizm gelirleri beklenenin yarısı kadar gerçekleşmiş ve hedefler tutturulamamıştır (Enlil vd., 2011). Turizme yönelik eğitim ve öğretim çalışmaları, turizme yönelik kredi politikaları, turizmi teşvik edici unsurlar sağlanamamıştır (DPT, 1968).

İkinci Beş Yıllık Plan'da (1968-1972) birinci kalkınma planında olduğu gibi turistik yönden zengin bölgelere yönelik yatırımlar yer almakta ve bu yatırımların odağında kitle turizmi ön plandadır. Ayrıca tanıtımın sağlanması rolü Bakanlığa verilmesi, turizme yönelik verilen

kredilerinin arttırılması, turistik öncelikli bölgeler arasında farklı kredi faiz oranlarının uygulanması planın hedeflerindendir (DPT, 1968).

Üçüncü Beş Yıllık Plan'da (1973-1977) birinci ve ikinci kalkınma planlarında olduğu gibi yatırımların öncelikli bölgelere yoğunlaştığı ve kitle turizmi anlayışı devam etmiştir. Turizm sektöründeki kredi ihtiyacının turizm bankasının yanında genel banka sistemlerinden de sağlanması planın hedeflerinden olmuştur (DPT, 1973). 1973 yılında başlayan ekonomik durgunluk ve petrol bunalımlarından dolayı dünyada olduğu gibi Türkiye'de de turizm hareketleri sınırlanmış ve turizm gelirleri azalmıştır (DPT, 1979).

Dördüncü Beş Yıllık Plan'da (1979-1983) konaklama tesislerine yönelik altyapı ve üstyapı ihtiyaçlarının sağlanmasında kamu ve özel kesim ortak hareket edeceği ifadesi yer almıştır. Önceki Kalkınma Plan'larında olduğu gibi yatırımlar turizmde öncelikli bölgelere yoğunlaşmış ve "Organize Turizm Bölgeleri " oluşturulması hedeflenmiştir (DPT, 1979). Ayrıca plan döneminde 2654 sayılı Turizmi Teşvik Kanunu (1982) yürürlüğe girmiştir.

Beşinci Beş Yıllık Plan'da (1985-1989) bölgesel kalkınma projelerinin ön planda olduğu küçük sanayi geliştirme çalışmalarına ağırlık verilmiştir. Ucuz tesis ve imkanlarının arttırılacağı, KOBİ'lerin önemli sorunlarından olan eğitim, yetişmiş insan gücü, teknoloji konularında destek yer almaktadır. Kitle turizminin yanı sıra bireysel turizme de önem verilmiş ve doğal, kültürel çevrenin turizm amaçlı kullanımında koruma stratejilerine göre hareket edilmesi planın hedeflerindendir (DPT, 1985).

Altıncı Beş Yıllık Plan' da (1990-1994) diğer planlardan farklı olarak; kış, av ve su sporları, festival, sağlık, gençlik, kongre, termal, golf ve 3.yaş turizminin geliştirilmesine yönelik teşvikler yer almıştır. Koruma ilkesine vurgu yapılarak çevre ile kültür peyzajı ilkelerine göre faaliyet, yatırım ve planların oluşturulması, yerli seyahat acentalarına yönelik tur operatörlüğünün teşvik edilmesi, turistik tesis işletmeciliği ve küçük ölçekli aile işletmeciliğinin özendirilmesi hedeflerden olmuştur (DPT, 1990). Plan sonucunda belgeli yatak sayıları ve turizm gelirleri artmıştır (DPT, 1996).

Yedinci Beş Yıllık Plan'da (1996-2000) doğal ve kültürel değerlerin sürekliliğinin sağlanması, rekabet gücü yüksek turizm ekonomisinin geliştirilmesi, turizm planlamalarına

yerel yönetim ve halkın katılımının sağlanması, sektörde küçük ölçekli işletmelerin gelişmesine öncelik verilmesi hedefler arasındadır (DPT, 1996).

Küçük ve orta ölçekli işletmelere yönelik proje, finansman, organizasyon ve teknoloji desteklenmesi girişimcilik eğitimi verilmesi gibi konular bu planda yer almıştır. Rekabet gücünün artırılmasına yönelik olarak küçük ve orta ölçekli işletmelerde teknolojiye uyum, kalite ve artış gibi kavramlar yer almaktadır (Özdemir, Ersöz ve Sarıoğlu, 2011).

Yedinci Kalkınma Planı'nda ulusal ve uluslararası pazar rekabetini arttırmak için Seyahat Acentaları Birliği Yasası, Turistik Otel ve İşletmecileri Birliği Yasası, deniz turizmine yönelik Deniz Turizmi Birliği Yasası, Pansiyon İşletmecileri Birliği Yasası, turist rehberliğini meslek disiplini altına almak amacıyla Rehberler Birliği Yasası çıkarılması öngörülmüştür (DPT, 1996)

Sekizinci Beş Yıllık Plan'da (2001-2005) fiziksel çevrenin, standartlarının ve tarihi mekanlarının korunması, turizm çeşitlendirilmesi ve küçük orta ölçekli kuruluşların desteklenmesi konularına yoğunlaştığı gözlenmektedir (Kozak, 2009). İşletmelerin sadece sanayi işletmeleri değil hizmetler sektöründeki işletmelerin de KOBİ kapsamına alınması öngörülmüştür. Nitekim yeni düzenlemelerde bunu teyit eder niteliktedir (Özdemir, Ersöz ve Sarıoğlu, 2011).

Dokuzuncu Beş Yıllık Plan'da (2007-2013) turizm potansiyeli olan ancak değerlendirilmemiş alanlarda turizmin geliştirilmesi, sektörel yatırımlarda; doğal, tarihsel ve sosyal çevrenin korunması ana hedeflerden olmuştur. Ayrıca turizme yönelik "Turizm Eylem Planı" yapılması gerekliliğine işaret edilmiştir (DPT, 2007). Sürdürülebilir turizmin özendirilmesi amacıyla 2008 yılında çevreye duyarlı konaklama tesisleri standartları belirlenmiş ve belgelendirme çalışmaları yapılmıştır (Büyükşalvarcı, Şapıcılar ve Bayrakçı, 2016).

Onuncu Beş Yıllık Kalkınma Planında (2014-2018) turizm ürün ve hizmetlerinin çeşitlendirilmesi, iyileştirilmesi, sürdürülebilirlik ilkesi çerçevesinde bölgesel kalkınma da öncü bir sektör haline gelmesi temel amaçtır. Sektörde doğal ve kültürel değerlerini koruma-kullanma dengesinin gözetilmesi ve nitelikten ödün vermeden sürdürülebilir bir büyümenin gerçekleştirilmesi konuları yer almaktadır. Ayrıca pazardaki ve müşteri

profilindeki değişimlerin izlenmesi dış tanıtım faaliyetlerinin gerçekleştirilmesi konuları da yer almaktadır (Büyükşalvarcı, şapcılar ve Bayrakcı, 2016).

Turizm Eylem Planında Turizm ve Girişimcilik

Dokuzuncu Kalkınma Planında yer alan ve Türkiye'nin turizm anlayışının ve politikalarının da yer aldığı Turizm Eylem Planı'nda da sürdürülebilir turizm yaklaşımlarını benimseyerek, istihdamın arttırılmasında ve bölgesel gelişimde turizmin  nc  bir sektör haline getirilmesi, 2023 yılına kadar Türkiye'nin uluslararası pazarda turist sayısı ve geliri bakımından ilk beş ülke arasına gelmesi planın ana hedefidir. Planda kültür kentleri, turizm gelişim bölgeleri, turizm koridorları gibi çeşitli göstergeler oluşturulmuştur. Kültür kentleri; Adıyaman, Amasya, Bursa, Edirne, Gaziantep, Hatay, Konya, Manisa, Nevşehir, Kars, Mardin, Sivas, şanlıurfa ve Trabzon illerini kapsamaktadır. Turizm gelişme bölgeleri olarak ise Frigya Kültür ve Termal Turizm Gelişim Bölgesi, Troya Kültür ve Termal Turizm Gelişim Bölgesi, Aphrodisya Kültür ve Termal Turizm Gelişim Bölgesi, Söğüt Kültür Turizm Gelişim Bölgesi, Kapadokya Kültür Turizm Gelişim Bölgesi, G ller Bölgesi Eko Turizm Gelişim Bölgesi, Hitit Kültür ve Turizm Gelişim Bölgesi, Urartu Kültür ve Turizm Gelişim Bölgesi, GAP Kültür ve Turizm Gelişim Bölgesi olmak üzere 9 adet tematik bölge önerilmiştir. Ayrıca kentin ön plana çıkan özelliğine göre kış turizmi, şehir turizmi, yayla turizmi, eko turizm gibi fonksiyonlar yüklenmiştir (T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2007).

Türkiye Turizm Stratejisi 2023 Eylem Planı'nda turizm ve girişimcilik üzerine çeşitli hedefler ve araçlar belirlenmiştir. Bunlar;

- Turizm işletmeciliği standartlarının belirlenmesi hedefine yönelik olarak turizm ve otel işletmeciliği faaliyetlerinin hukuki çerçevesinin tanımlanması ve meslek kademeleri için gereken asgari niteliklerin belirlenmesi ve mesleki unvanların korunmasını sağlayacak olan yasal düzenlemelerin getirilmesi,

- Turizm merkezi, kültür ve turizm koruma gelişim bölgelerinde fiziksel planların hazırlanmasına yönelik altyapı ve üstyapı yatırımlarının fiziksel planlara uygun olarak gerçekleştirilmesi ve turizm gelişiminin gerçekleşeceği alanlarda öncelikle fiziksel planlama çalışmalarının tamamlanarak yürürlüğe konulmasının sağlanması,

- Turizmle doğrudan bağlantılı konularda “koruma-kullanma” dengesi kapsamında yasal düzenlemeler yapılmasına yönelik evre Kanunu, Turizmi Teşvik Kanunu ve Kültür ve

Tabiat Kanunu, Milli Parklar Kanunu uygulamalarında ve bağılı yönetmeliklerde bu amaçla gerekli düzeltmelerin yapılması,

-Tarihsel çekim noktalarının çevresinde yeme-içme ve günübirlik ticari merkezlerin gelişimine yönelik restore edilen yada çevre düzenlemesi yapılan tarihi ve kültürel çekim noktalarının ziyaretçiler tarafından izlenebilirliğini kolaylaştıracak ticari ünitelerin oluşturulması,

-Turistik işletmelere destek sağlanmasına yönelik olarak turizm tesislerinin hizmet kalitesini yükseltip, gerektiği durumlarda kapasite artırımına imkân verilebilmesi için, konaklama işletmelerinin yanı sıra seyahat acentalarının da KOBİ statüsüne kavuşturularak, KOBİ'lere sağlanan destek unsurlarından faydalanmasıdır (T.C.Turizm Eylem Planı, 2007).

Girişimcilik Stratejisi ve Eylem Planı

Son dönemlerde ülkelerin yerel gelişmenin yanı sıra küresel gelişmede de aktif rol oynayabilmek için turizm girişimciliğine daha fazla önem vermeye başladığı görülmektedir. Girişimcilik diğer birçok politika alanıyla doğrudan veya dolaylı etkileşim içinde olan oldukça geniş bir politika alanıdır. Geçmişte KOBİ politikasının bir eklentisi olarak ele alınan girişimcilik politikası, günümüzde giderek artan bir şekilde ayrı bir politika alanı olarak değerlendirilmeye başlanmıştır (GİSEP, 2014).

10.Kalkınma Planıyla birlikte girişimcilik konusunu KOBİ'lerden ayrı bir ihtisas komisyonunda ele alınarak, planda ayrı bir başlık açıldığı görülmektedir. İhtiyaçlar ve gelişmenin sonucu olarak 2012 yılında hazırlığına başlanılan ve 2015-2018 yılları arasını kapsayan Türkiye Girişimcilik Stratejisi ve Eylem Planı hazırlanmıştır. Plan'da genel amaç girişimcilik kültürünü yaygınlaştırmak ve girişimciliğin gelişimini sağlamaktır (GİSEP, 2014).

GİSEP (2014)' e göre hedefler doğrultusunda eylemler hazırlandığı görülmektedir. Bu hedeflere bakılacak olursa;

- Girişimci dostu düzenleyici çevrenin geliştirilmesi
- Yenilikçi girişimciliğin desteklenmesi
- Kadın girişimciliği, genç girişimciliği, eko girişimcilik, sosyal girişimcilik gibi tematik alanlarda ve genel alanlarda sürdürülebilir bir destek sisteminin sağlanması
- Girişimcilik kültürünün geliştirilmesi

- Girişimcilik eğitimlerinin ve danışmanlık sisteminin geliştirilmesi
- Girişimcilerin finansman erişiminin kolaylaştırılmasıdır (GİSEP, 2014).

3.3. Bölüm Değerlendirmesi

Türkiye birçok ülkede olduğu gibi son dönemde politikalarını turizm endüstrisi üzerine şekillendirmiştir. Turizm endüstrisine yönelik politikalar yatırımcıya uygun alanlar sağlamak ve özellikle turizme yönelik eylem planları da bu durumu desteklemektedir. Kitle turizminden uzaklaşarak turizmin tüm unsurlarını kullanmayı ön plana alan yaklaşımlar günümüzde daha yaygın duruma getirilmiştir. Türkiye'ye gelen turist sayılarının artış göstermesine rağmen, turizmden elde edilen gelirin gelen turist sayısı ile orantılı olmaması, eylemlerin bu alana yoğunlaşması gerektiğine işaret etmektedir.

Önemli bir turizm potansiyeline sahip olan Türkiye bu potansiyeli değerlendirmek üzere turizme yönelik politikaları araç olarak kullanmaya başlamıştır. Bu politikalarda turizme yönelik rotaların oluşmasının yanı sıra illere turizmle ilgili fonksiyonlar yüklenerek gelişmeleri öngörülmüştür. Oluşturulan turizm eylem planında illerin turizm potansiyellerinin ülkeye katkı sağlamasında önemli bir araç olduğuna işaret edilerek uzun vadede ki gelişimin çevresel unsurların korunarak, toplumsal faydanın da sağlanmasıyla mümkün olabileceği ve politikalarında buna yönelik olduğu görülmektedir.

Son zamanlarda turizmde önemli yer edinen girişimcilik faaliyetleri Türkiye'de de önemli görülmeye başlamıştır. Girişimciliğe yönelik kurumsal mekanizmaların yanı sıra sivil toplum örgütlerinin de oluştuğu görülmektedir. Türkiye de özellikle finansal destek danışmanlık ve eğitim konularında çeşitli teşvikler bulunmaktadır. Turizm altyapısı ve üst yapısının geliştirilmesine yönelik destekler, finansal projelerde girişimcilere destek, küçük ve orta ölçekli işletmelere yönelik finansal destekler, düşük faizli kredi desteği, genç girişimcilere destek gibi çeşitli finansal destekler bulunmaktadır. Nitelikli Ar Ge ve inovasyon çalışmalarına uyumlu, girişimci geliştirme programları, turist rehber kursları, pazarlama ve tanıtım kursları, yetenek geliştirme programları gibi danışmanlık destekleri de sağlanmaktadır. Özellikle son dönemlerde Türkiye'de girişimcilik kültürü yaygınlaşmaya başlamıştır. 10.Kalkınma Planından önce KOSGEB bünyesinde değerlendirilen girişimcilik, günümüzde özel komisyon kurularak daha detaylı çalışmalar yapılmaktadır.

4. KAVRAMSAL ÇERÇEVE VE METOT

4.1. Araştırmanın Amacı

Bu araştırma çalışması Amasya kentinde turizm destinasyonu üzerinde yer alan işletmelerin sürdürülebilirliğinin sağlanmasında etkili olan faktörlerin belirlenmesi ve performansla olan ilişkisini ölçmeye yöneliktir. Bu bağlamda çalışmadaki üç ana amaç:

- Amasya'da ki turizm girişimciliğine yönelik işletmelerin özelliklerinin ortaya koyulması,
- İşletmeleri etkileyen faktörler ve performans arasındaki ilişkinin deneysel olarak analiz edilmesi,
- Amasya'da ki turizm girişimciliğinde etkili olan anahtar başarı faktörlerin belirlenmesi,
- Başarı faktörlerinin işletmenin verdiği hizmete göre farklılık gösterip göstermediğinin ortaya koyulması şeklindedir.

4.2. Araştırma Sorusu ve Hipotezleri

Bu çalışmanın araştırma soruları Amasya'da ki turizm işletmelerinin başarı faktörlerini ortaya koymaktır. Özel olarak bu çalışma aşağıdaki araştırma sorularını ölçmeyi amaçlamaktadır:

- Sürdürülebilir turizm gelişiminde işletmenin performansını etkileyen faktörler nelerdir?
- İşletmenin performansı ile sürdürülebilir turizm gelişiminin sağlayan faktörler arasında anlamlı bir ilişki var mıdır? Varsa ilişkinin yönü ve düzeyi nedir?
- İşletmenin verdiği hizmetlere göre sürdürülebilir turizm gelişimini sağlayan faktörler arasında anlamlı bir farklılık var mıdır? sorularına çeşitli analiz ve değerlendirme yöntemleriyle yanıt aranmaya çalışılmıştır.

Bu çalışmayla ilgili hipotezler ve alt hipotezler şu şekildedir:

Ana Hipotez 1. Turizme yönelik işletmelerin sürdürülebilir başarısında çevresel faktörler, kurumsal yapıya bağlı faktörler, girişimciye bağlı faktörler ve işletmeye dayalı faktörler etkili olmaktadır.

Alt Hipotez 1.1. Tarihi ve kültürel çevreyle uyumlu ve erişilebilirliği yüksek olan işletmeler daha başarılı olmaktadır.

Alt Hipotez 1.2. Kurumsal yapıya bağlı özelliklerden finansal destek ve danışmanlık desteği alan turizm işletmelerinin başarısı artmaktadır.

Alt Hipotez 1.3. İşlemelerin tanıtım ve pazarlama faaliyetlerindeki yenilik anlayışı performansı olumlu etkilemektedir.

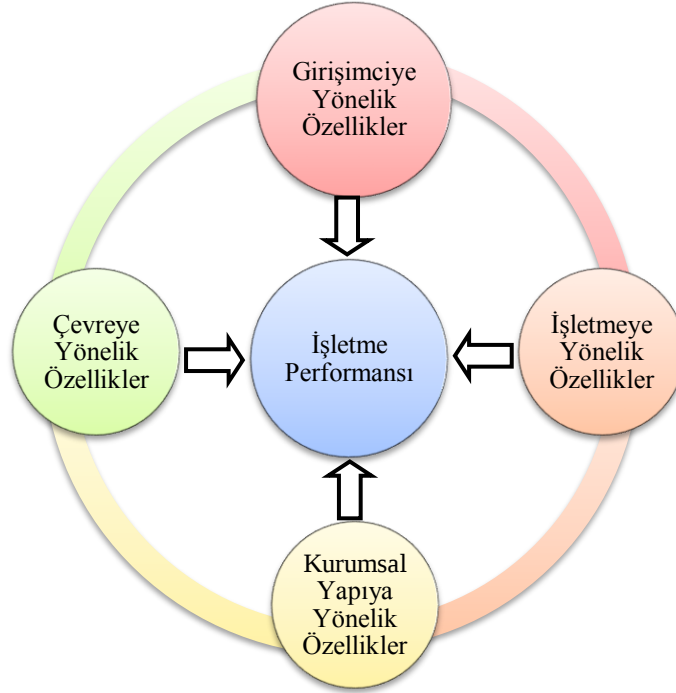
Alt Hipotez 1.4. İşletmenin açılmasında ve başarısının artmasında girişimcilik özelliklerinden yetenek ve risk alma faktörü önemli rol oynamaktadır.

Ana Hipotez 2. İşletmenin verdiği hizmetlere göre turizm girişimciliği faktörleri farklılaşmaktadır.

4.3. Önerilen Kavramsal Çerçeve

Günümüzdeki ekonomik politikalar yeni bir endüstrinin gelişimi olarak girişimciliğin önemine vurgu yapmaktadır. Ancak literatürdeki mevcut araştırmalar sadece girişimciliğin üretim ve hizmet endüstrisi kısmına odaklanmıştır. Bu eksikliklerden dolayı ve son yıllardaki turizm gelişimi de göz önüne alınırsa sürdürülebilir turizm girişimciliğinin önemi artmaktadır. Bu bağlamda turizm girişimciliğinde sürdürülebilirliğin sağlanmasında etkili olan faktörlerin bütüncül bakış açısıyla ele alınması gerekliliği ortaya çıkmaktadır. Sürdürülebilir turizm girişimciliğinde etkili olan faktörler işletmenin performansını etkilerken sürdürülebilir turizm gelişiminin sağlanmasında önemli bir rol oynamaktadır. Bu faktörler girişimciye yönelik özellikler, işletmeye yönelik özellikler, kurumsal yapıya yönelik özellikler ve çevreye yönelik özellikler olarak gruplandırılmış olup faktörlerin işletmeye ve aynı zamanda faktörlerin birbirine de etkisinin olduğundan hareketle kavramsal çerçeve oluşturulmuştur (Bkz. Şekil 4.1)

SÜRDÜRÜLEBİLİR TURİZM GİRİŞİMCİLİĞİ GELİŞİMİ



Şekil 4.1. Önerilen kavramsal çerçeve

4.4. Önerilen Metot

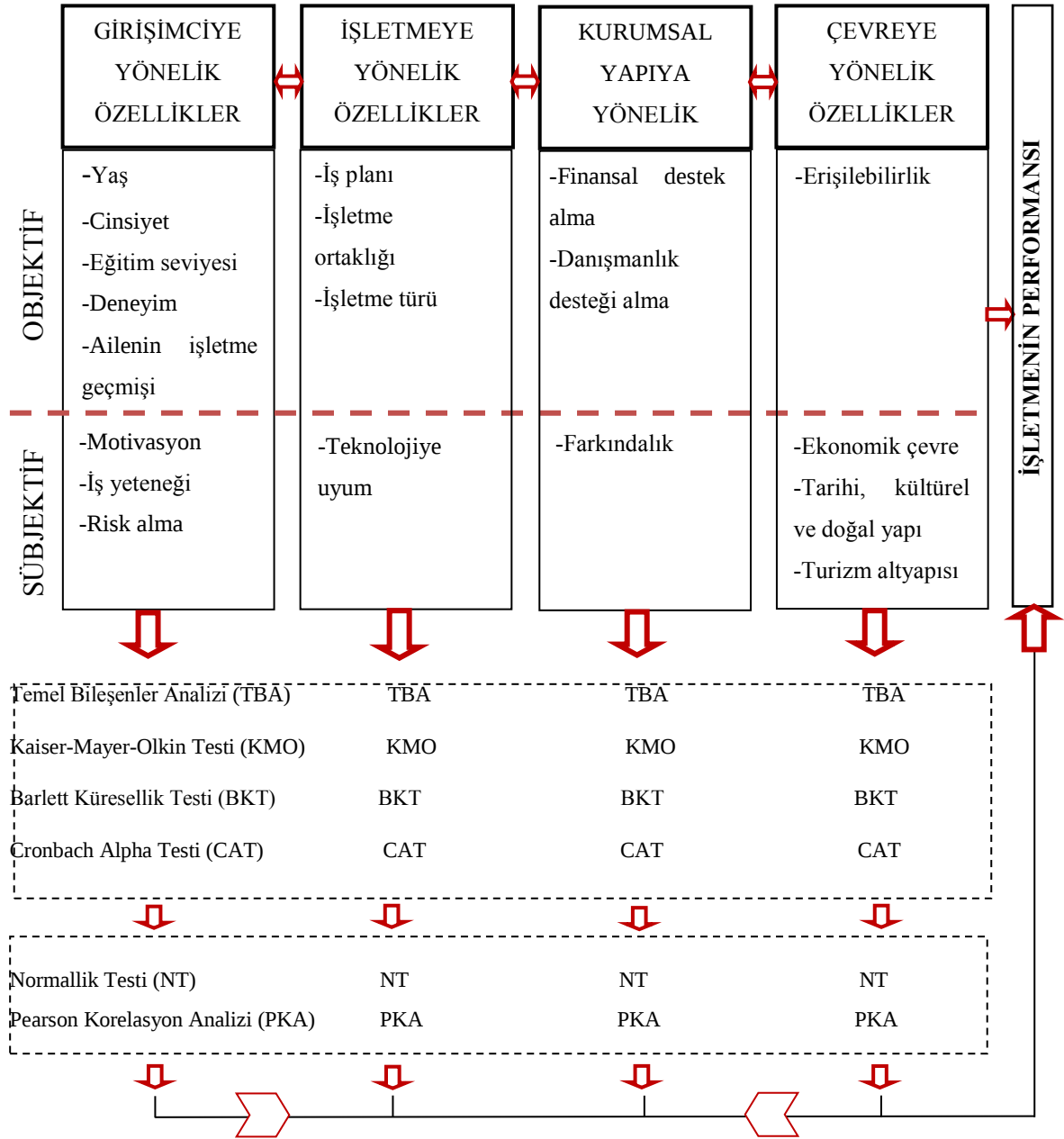
Araştırmada önerilen yöntem çeşitli aşamalardan oluşmaktadır. Kavramsal çerçevede girişimci özellikleri, işletme özellikleri, kurumsal çevre ve çevreye yönelik özellikler kapsamında anket soruları oluşturulmuştur. Anket sorularının hazırlanması süreci çalışmanın en önemli aşamalarından birisidir. Başlangıçta Lerner ve Haber'in (2000) İsrail'de küçük turizm işletmeleri üzerine yaptıkları çalışma gözden geçirilmiştir. Bazı soruların içeriğinin ve anlaşılmasının zor olmasından dolayı Set (2013), Quesada (2005), Kim ve Dwyer (2003), Altanlar (2015) çalışmalarından yararlanılarak anket soruları oluşturulmuştur. Anket objektif ve sübjektif algıyı ölçmeye yönelik olarak kapalı, açık uçlu ve 5'li likert ölçeğine dayanan toplam 42 sorudan oluşmaktadır. Anketin ilk bölümünde girişimciye yönelik özelliklerden yaş, cinsiyet, eğitim seviyesi, turizm sektöründeki deneyimi, ailenin işletme geçmişi, motivasyon, iş yeteneği ve risk almanın sorgulandığı 13 soru, ikinci bölümünde işletmeye yönelik özelliklerden işletmenin iş planı varlığı, işletme sahipliği ve ortaklığı, işletme türü, işletmenin teknolojiye ve yeniliklere uyumunun sorgulandığı 17 soru, üçüncü bölümde kurumsal yapıya yönelik özelliklerden finansal desteklerden yararlanma, danışmanlık desteklerinden yararlanma ve farkındalığın yer aldığı

6 soru ve son bölümde ise çevreye yönelik özelliklerden erişilebilirlik, ekonomik çevre, turizm altyapısı, tarihi, kültürel ve doğal yapının sorgulandığı 6 soru yer almaktadır (Bkz. Ek 1.)

Çalışmanın ikinci aşamasında değişken sayısının fazla olması ve değişkenlerin faktör gruplarının ağırlıklarını belirlemek amacıyla Temel Bileşenler Analizi (TBA) uygulanmıştır. Temel bileşenler analizi gerçekleştirebilmek için Kaiser-Meyer- Olkin (KMO) ve Barlett testi sonuçlarının Field (2002)'in belirttiği gibi KMO değerinin 0,500 'e eşit veya büyük olması, Barlett anlamlılık değerinin ise 0,05'den küçük olması gerektiğine dikkat edilerek anlamlılık olup olmadığına karar verilmiştir. Ayrıca yapılan çalışmanın güvenilirliği için Cronbach Alpha Testi uygulanmıştır. Ural ve Kılıç (2006) güvenilirlik katsayısı 0 ile 1 arasında değer aldığını ve bu değer 1'e yaklaştıkça güvenilirliğinin arttığını belirtmiştir. Özdamar (2004) Cronbach Alpha değerinin 0,5'den küçük olmaması gerektiği, α değerinin; $0,5 \leq \alpha < 0,6$ zayıf, $0,6 \leq \alpha < 0,7$ kabul edilebilir, $0,7 \leq \alpha < 0,9$ iyi, $\geq 0,9$ olduğunda ise mükemmel olduğunu belirtmiştir.

Çalışmanın üçüncü aşamasında ise korelasyon testi yapılarak faktör gruplarının performansa etkisinin yanı sıra faktörlerin birbirine olan etkisinin düzeyi ve yönü tespit edilmiştir. Ayrıca sürdürülebilirlik ilkesi kapsamında öncelikle uygulanacak en uygun istatistiksel yöntemi belirlemek için "normallik testi" uygulanmıştır. Normal dağılıma sahip testlerde parametrik testler uygulanırken, normal dağılım göstermeyen testlerde ise parametrik olmayan testler kullanılır (Ural ve Kılıç, 2006).

Çalışmanın son aşamasında ise işletmenin verdiği hizmet türüne göre faktörler arasında anlamlı bir farklılığın olup olmadığını belirlemek için "tek yönlü varyans analizi (One-Way ANOVA)" gerçekleştirilmiştir. Faktörler arasında işletmenin türüne göre anlamlı bir farklılık olması durumunda ($p < 0,05$; $p < 0,005$; $p < 0,001$) "Tukey testi" uygulanarak anlamlı farklılığın hangi ikili grup veya gruplar arasında olduğu test edilmiştir.



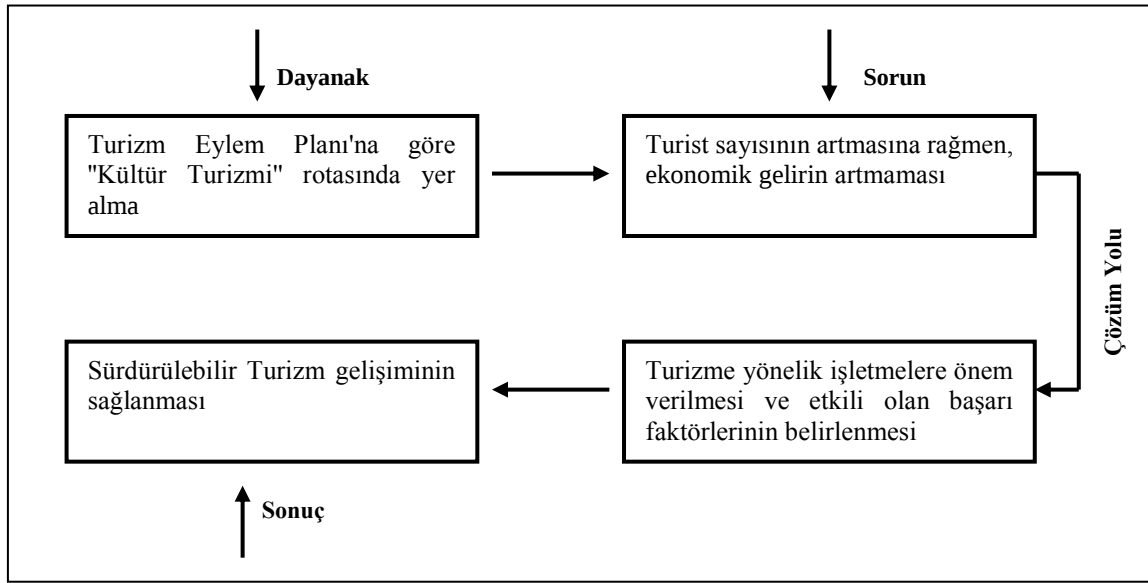
Şekil 4.2. Önerilen metot

4.5. Araştırma Alanı ve Örneklem Seçimi

Dünyada ve Türkiye'de son yıllarda turizm sektörünün önemi artmaktadır. Ayrıca son yıllarda Türkiye'yi ziyaret eden turist sayısı ve turizmden elde edilen gelir artmıştır. Artan turizm gelirlerinin dağılımında yiyecek-içecek ve konaklama sektörünün önemli bir paya sahip olduğu görülmektedir (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2018).

Turizme yönelik stratejilerin belirlendiği turizm eylem planında (2007-2013 Turizm Eylem Planı) çeşitli turizm gelişme bölgeleri oluşturularak turizm gelirlerini arttırmak

hedeflenmiştir. Bu bağlamda çalışma alanı olarak seçilen Amasya kenti kültür turizmi koridorunda yer almaktadır. Tarihi, doğal ve kültürel özelliklerin ön planda olduğu Amasya'da turizme bağlı ekonomik gelirin artırılması hedeflenmektedir. Turizme yönelik hizmet veren işletmelerin önemi de bu hedefle artmaktadır. Ancak son yıllarda gelen turist sayısının artmasıyla ekonomik gelirin beklenen düzeyde artmamasına neden olan faktörlerin belirlenmesi adına turizm işletmelerinin başarı ölçütleri ve etkileyen faktörlerinin belirlenmesi önemli olacaktır (Bkz. Şekil. 4.3)



Şekil 4.3. Çalışma alanının "Amasya turizm destinasyonu" seçilmesinin gerekçeleri

Çalışma alanı turist varış sayısının fazla olduğu turizm destinasyonu üzerinde yer almaktadır. Örneklem seçiminde bu destinasyon üzerinde bulunan işletmelerin sayısı ile ilgili kurumlarda Amasya kent merkezi geneline yönelik işletme sayıları yer aldığından dolayı alan çalışmasıyla destinasyon üzerinde yer alan işletme sayıları belirlenmiştir. Bu bağlamda turizm destinasyonu olarak adlandırılan bölgede toplam 103 işletme bulunmaktadır. Çalışmanın turizme yönelik işletmeleri içermesinden dolayı bazı sınırlılıklar getirilmiştir. Bunlar;

- İşletmenin verdiği hizmet türü; konaklama, yiyecek-içecek, seyahat acentesi, yöresel ürün ve hediyelik eşya işletmeleri olarak sınırlandırılmıştır.
- İşletmenin yeri; turist varış noktası üzerinde ve etkileşiminde yer alan turizm destinasyonu olarak belirlenmiştir.
- İşletmenin büyüklüğü; çalışan sayısı bakımından 50 ve daha az çalışanı

- Başarı ölçütünün değerlendirilebilmesi için en az 2 yıllık işletme sürecinin olması gibi sınırlılıklar getirilmiştir.

Anket çalışması kapsamında 103 işletmenin 83 tanesi ile rastgele örneklem yöntemi ile anket gerçekleştirilmiş olup soruları eksiksiz cevaplayan 78 adet işletmenin cevapları değerlendirmeye alınmıştır (Bkz. Çizelge 4.1).

Çizelge 4.1. Örneklem özeti

	Adet	Yüzde(%)
Turizm İşletmesi	103	%100
Anket Gerçekleştirilen	83	%80.5
Değerlendirmeye Alınan	78	%75.7

5. AMASYA'DA TURİZM SEKTÖRÜNÜN GELİŞİMİ

Bu bölümde Amasya'nın yapısal özellikleri ve potansiyelleri, turizm gelişimi ve bunlara bağlı olarak turizm girişimciliği gelişimi ele alınacaktır.

5.1. Amasya'nın Yapısal Özellikleri ve Potansiyeli

Tarihsel gelişim

Amasya'da ilk yerleşmeler Kalkolitik Çağa (M.Ö. 5500-3000) kadar uzanmaktadır. Amasya adı Hitit belgelerinde "Hakmiş", Pontus döneminde "Amasseia", Danişmendliler zamanında ise Amasiyye, bazen de Şehr-i Haraşna olarak yer almaktadır (T.C. Amasya Valiliği, 2007).

Yeşilırmak havzasında bulunan Amasya'nın tarih sahnesine çıkışı yaklaşık olarak günümüzden 15000 yıl öncesine kadar uzanmaktadır. Önemli coğrafi konuma ve verimli topraklara sahip olmasından dolayı farklı medeniyetler için yerleşim yeri olarak seçilmiştir. Aynı nedenlerle, tarih boyunca Haçlı seferleri, Mitridat savaşları gibi pek çok savaş ve yıkımdan etkilenmiştir. Bölge; Neolitik, Kalkolitik dönemlerden başlamak üzere Erken Tunç Çağı, Hatti ve Hitit Medeniyetleri, Asur Ticaret Kolonileri Çağı, Frigler, İskitler, Kimmerler, Medler, Persler, Mitridat Krallığı, Roma İmparatorluğu, Doğu Roma (Bizans), Danişmendliler, Anadolu Selçuklu, İlhanlılar, Osmanlı Devleti ve Türkiye Cumhuriyeti'ne kadar sürekli önemli bir yerleşim merkezi konumunda olmuştur. (OKA, 2015).

Mekansal ve fiziksel yapısı

Amasya ili; Orta Karadeniz Bölümünün iç kısmında yer almakta ve doğudan Tokat, güneyden Tokat ve Yozgat, batıdan Çorum, kuzeyden Samsun illeri ile çevrilidir. İlin yüzölçümü 5.701 km² dir. Toplam sınır uzunluğu 492 km olan ilin Samsun'la 169 km. Tokat'la 165 km. Yozgat'la 6 km. Çorum'la 152 km. sınır uzunluğu bulunmaktadır. Ankara'ya 336 km. İstanbul'a 671 km. uzaklıkta olan Amasya'nın komşu illere uzaklıklara ise Çorum'a 92 km. Samsun'a 131 km. Tokat'a 114 km. Yozgat'a ise 196 km. dir. İl merkezinin ilçelere uzaklıkları; Göynücek 46 km. Gümüşhacıköy 68 km. Hamamözü 90 km. Merzifon 46 km. Suluova 27 km. ve Taşova 48 km.dir. Amasya, coğrafi konumu itibariyle dağlarla çevrili ve şehrin ortasından Yeşilırmak uzanmaktadır. Anadolu coğrafyasının

ortasında bir vadide yer alan kent, ulaşım özelliği bakımından yüzlerce yıldır birçok krallığa ve şehzadelere ev sahipliği yapmıştır (OKA, 2015).

Amasya, coğrafi konumu itibari ile birçok turizm kenti ile destinasyon oluşturma özelliğine sahiptir. Kapadokya- Hattuşaş- Amasya turizm güzergâhı, Konya- Kapadokya, -Amasya üzerinden Çarşamba- Ünye- Fatsa turizm destinasyonu ve Samsun'dan özellikle Lâdik'e gelen turistlerin çekim merkezi olabilecek potansiyele sahiptir. Ayrıca Amasya'dan doğuya İran'a kadar günlük araçlar geçmektedir. Amasya'daki ulaşımın bu özelliği doğudaki komşu ülkeler ve şehirler için çekim merkezi ve destinasyon oluşturma potansiyeline sahiptir (OKA, 2015)



Harita 5.1. Amasya ve ilçeleri (OKA, 2015)

Sosyal ve ekonomik yapısı

Türkiye'nin az nüfuslu illerinden biri olan Amasya, 1985 yılına kadar nüfusunda artış gözlenirken 2012 yılından itibaren ise nüfusunda azalma görülmektedir. Kadın nüfusunun fazla olduğu ilde 65 yaş üzeri nüfusta önemli bir paya sahiptir. Göç veren illerden biri olan Amasya sürekli nüfus kaybetmektedir. TÜİK tarafından 2023 yılı için illerin nüfus tahmin

projeksiyonlarına bakıldığında Amasya nüfusunun 2023 yılına gelindiğinde 308438 kişiye düşeceği görülmektedir (OKA, 2015).

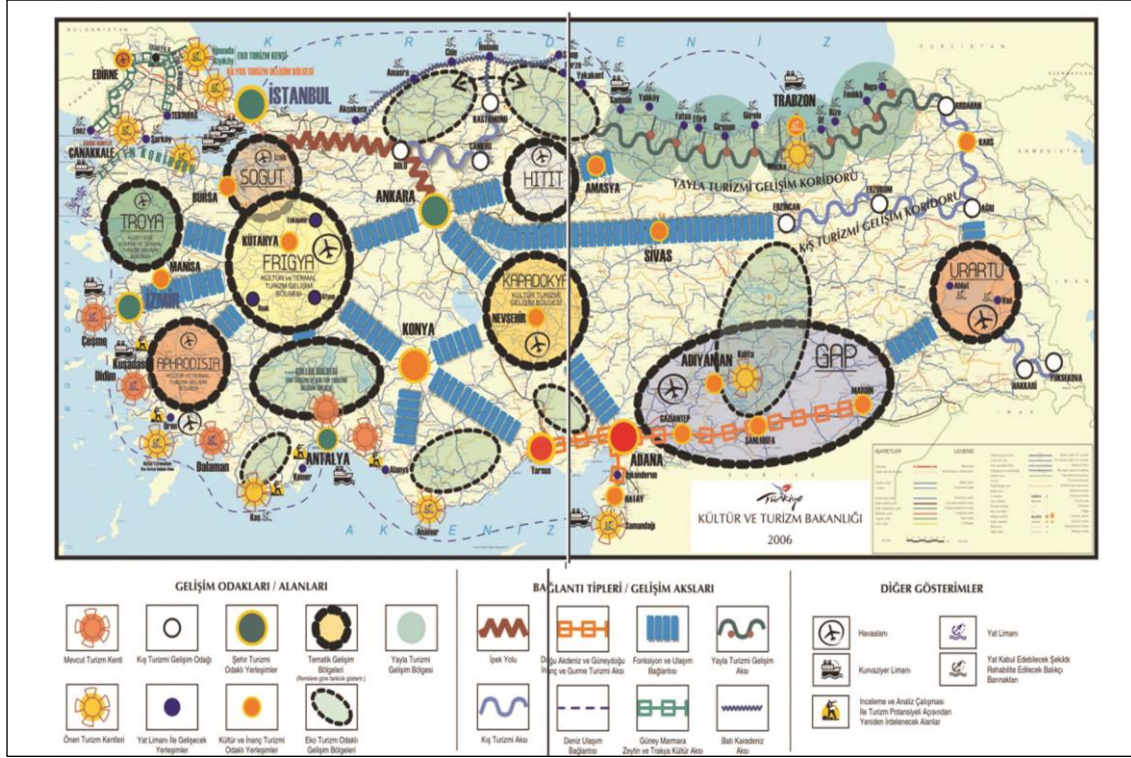
Amasya nüfusunun eğitim düzeyine göre dağılımına bakıldığında nüfusun büyük çoğunluğunun ilkokul mezunu olduğu görülmektedir. Son yıllarda ise okullaşma oranı bakımından Türkiye'nin en başarılı illerinden birisidir (OKA, 2015).

Tarımdaki çözülmenin artmasıyla birlikte iş gücüne katılım oranları 1980 yılından günümüze önemli bir düşüş göstermektedir. Amasya ili Türkiye ortalamasından daha yüksek tarım istihdamı sağlamaktadır. Mesleklere göre istihdam değerlendirildiğinde en büyük payı tarım, hayvancılık, ormancılık ve su ürünlerinde çalışanlar olmaktadır. İlin istihdam koşullarını etkileyen önemli yapısal etmenler bulunmaktadır. Tarım ağırlıklı yapı, sanayi ve hizmetlerin kısıtlı olması iş gücünde sorun yaşanmasının en önemli nedenlerindendir (OKA, 2015)

5.2. Amasya'da Turizm Sektörünün Gelişimi

Amasya ili tarihi ve doğal güzellikler açısından oldukça önemli bir potansiyele sahiptir. Birçok medeniyete ev sahipliği yapmış olan il, tarihi ve kültürel miras açısından da bir müze niteliği taşımaktadır. Son yıllarda turizme yönelik beklentilerin artmasıyla birlikte 9. Kalkınma Planı'nda da yer alan Türkiye Turizm Stratejisi Eylem Planı (2007-2013) bu beklentilerin karşılanması ve turizmde gelişiminin sürdürülebilir olması hedefiyle hazırlanmıştır Planda yer alan kültürel ve tarihi geçmişi kıstas alınarak kültür turizmi geliştirilecek 15 marka kent seçilmiştir. Bu iller; Adıyaman, Amasya, Bursa, Edirne, Gaziantep, Hatay, Kars, Konya, Kütahya, Manisa, Mardin, Nevşehir, Sivas, Şanlıurfa ve Trabzon'dur (T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2007).

Amasya ilinin kültür turizmi alanında "marka bir kent" olması için 2015 yılında "Marka Kent Eylem Planı" hazırlanmıştır. Hazırlanan bu planda uluslararası standartlara uygun şehir müzeleri kurulması, tarihi, kültürel ve mimari değerlerin korunması, turizm destinasyonlarının genişletilip işletmelere yönelik kapasite ve ürün çeşitliliğinin artırılarak turizmden elde edilen gelirin yükseltilmesi hedeflenmiştir (OKA, 2015).

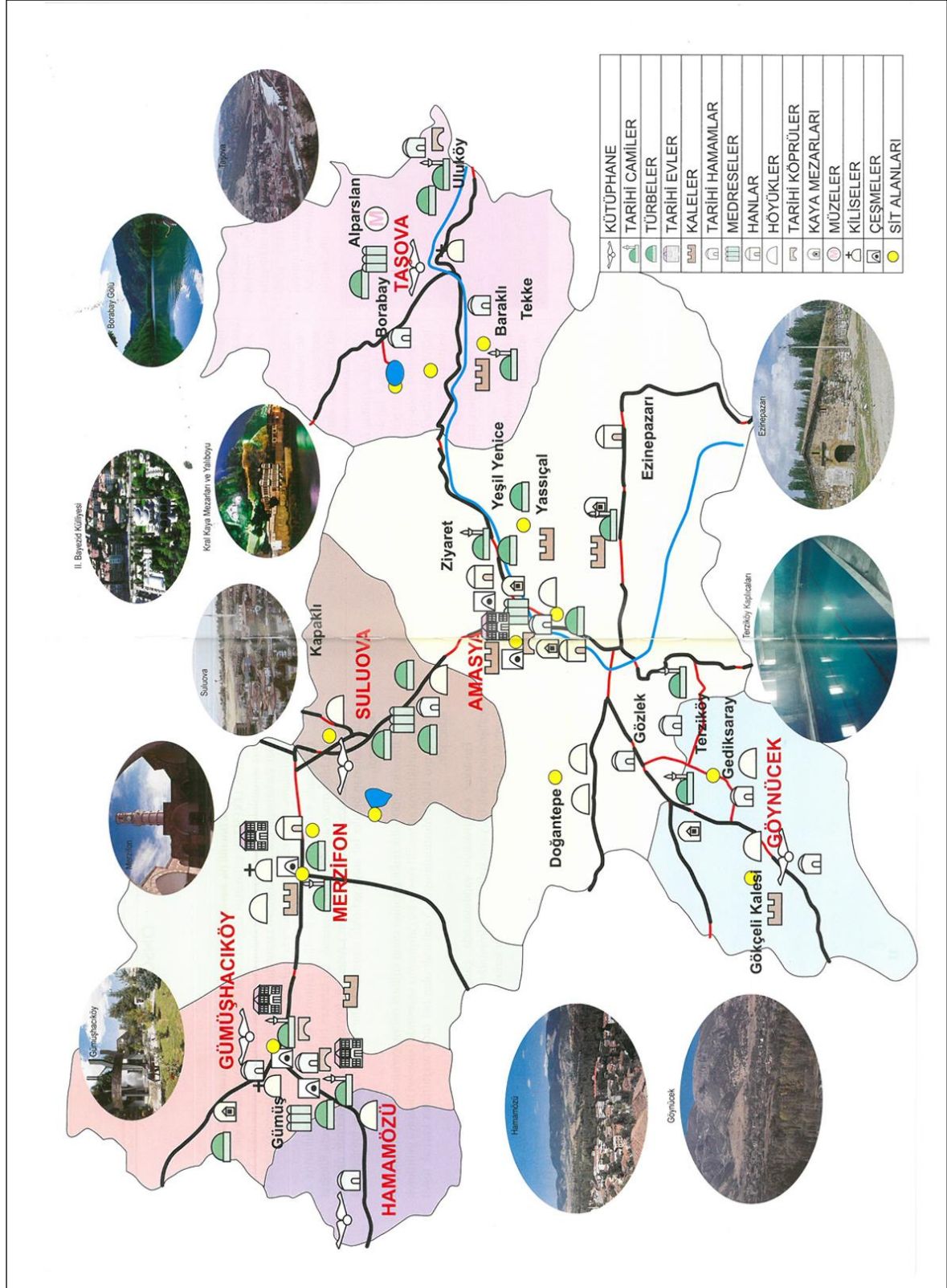


Harita 5.2. Türkiye Turizm Stratejisi-2023 kavramsal eylem planı (T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2007)

M.Ö. 5500 yıllarına uzanan tarihi, kültürel mirası ve sahip olduğu topografyası ile Amasya iki tepe arasında konumlanmıştır. Yeşılırmak ile ikiye bölünen, tarihi köprülerle birbirine bağlanan kent, turizm için önemli potansiyellere sahiptir (OKA, 2015). Geçmişi antik çağlara uzanan ve izlerini kültürel miras olarak günümüze taşıyan Amasya'daki bu yansımalar kentin kültür mirasının da temelini oluşturmaktadır. Merkez ve ilçelerde geçmiş dönemlere uzanan birçok tarihi cami, tarihi ev, tarihi hamam, medreseler, tarihi köprüler, kiliseler bulunmaktadır. Merkezde 4 doğal sit alanı ve 34 arkeolojik sit alanı başta olmak üzere çok sayıda tescilli kültür ve tabiat varlıkları yer almaktadır (Amasya Valiliği, 2007) (Bkz. Çizelge 5.1 ve Harita 5.3).

Çizelge 5.1. Amasya kültür envanteri (Amasya Valiliği, 2007)

Amasya Kültür Envanteri		Merkez	Diğer İlçeler
Tescilli Sit Alanları	Doğal Sit Alanı	4	5
	Arkeolojik Sit Alanı	34	38
Tescilli Kültür ve Tabiat Varlıkları	Camiler-Mescitler	29	26
	Şadırvan ve Çeşmeler	17	16
	Köprüler	6	4
	Bedesten ve Hanlar	3	3
	Medrese ve Okullar	6	6
	Bimarhane	1	-
	Hamamlar	11	14
	Mezar ve Türbeler	35	27
	Kilise	1	4
	Yazılı kaya	1	-
	Anıt Binalar	5	3
	Konutlar	136	45



Harita 5.3. Amasya ve ilçelerinin kültürel değerleri (Amasya Valiliği, 2007)

Amasya merkez turizm destinasyonu içerisinde de birçok tarihi, kültürel, mimari yapının yanı sıra o dönemin izlerini yansıtan müzeler bulunmaktadır. Özellikle Helenistik Çağda Amasya'yı başkent yapmış olan Pontus krallarına ait olduğu belirtilen Kral Kaya Mezarları, Harşena Dağı üzerine inşa edilmiş olan ve Helenistik çağdan Osmanlı dönemine kadar uzanan sürece ait olan Amasya Kalesi, 1485 yılında II.Bayezid tarafından yaptırılan ve içerisinde medrese, imaret, türbe ve şadırvan bulunan II.Bayezid Külliyesi önemli miraslardandır (Amasya Valiliği, 2007) (Bkz. Harita 5.4).



Harita 5.4. Turizm destinasyonunda yer alan önemli tarihi, kültürel yapılar ve müzeler

Turizm sektörünün ekonomik etkisini daha fazla arttırmak amacıyla 2017 yılında tamamlanan ve 2018-2023 yılları arasını kapsayan "Kültür ve Turizm Sektörel Eylem Planı" hazırlanmıştır. Bu planda ilin ekonomik ve sosyal kalkınmasına katkı sağlaması hedefleri arasında yer almaktadır. Potansiyeli oldukça yüksek olan Amasya ilinde gelen turist sayısının artırılması da en önemli hedefler arasındadır. Çizelge 5.1 incelendiğinde son yıllarda toplam ziyaretçi sayısı artarken, ziyaret eden yabancı turist sayısında bir azalma söz konusudur. Bu azalma, uluslararası platformda tanıtım eksikliğinin bir göstergesi olarak görülebilir. Destinasyon alanının genişlemesi ve tanıtımının artması ile gelen turist sayısının da artacağı düşünülmektedir (OKA, 2018).

Çizelge 5.2. Yıllara göre Amasya'yı ziyaret eden yerli ve yabancı turist sayıları (OKA, 2018)

Yıllar	Yerli	Yabancı	Toplam
2014	472947	14869	487816
2015	457431	21100	478531
2016	466052	19394	485466
2017	607478	8429	615907

Gelen ziyaretçilerin konaklaması açısından yıllara göre artış olmasına rağmen istenilen düzeye ulaşamamıştır. Ziyaretçilerden gerektiği kadar fayda sağlanması için konaklama sürelerinin arttırılması gerekmektedir (OKA, 2018). Çizelge 5.3'de yıllara göre konaklama sayıları ve ortalama geceleme oranı incelendiğinde; konaklama sayısı ve geceleme sayısı artış göstermiştir. Ancak bu artış beklenen hedefin altında olduğu görülmektedir.

Çizelge 5.3. Toplam konaklama sayıları ve ortalama geceleme oranı (OKA, 2018; Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2018)

Yıllar	Yerli	Yabancı	Toplam	Ortalama konaklama sayısı
2014	188900	10430	199330	
2015	210556	9475	220031	1,4
2016	231340	8740	240080	1,3
2017	301209	10592	311801	1,9
2018	351987	11581	363568	1.4

Amasya ili Karadeniz'e tur düzenleyen operatör ve acentaların tur başlangıcı veya tur sonuna dahil ettikleri konumdadır. Durumun böyle olması turizmden istenilen payı almasına engel teşkil etmektedir. Gününbirlik gelen ziyaretçiler belirli yerleri ziyaret etmekte ve ilde çok kısa süre kalmaktadır. Bu nedenle konaklama süresinin arttırılması için çeşitli etkinlikler yapmak gerekmektedir (OKA, 2018).

Mevcut işletmelerin doluluk oranları artış göstermektedir. Ancak üst yapı yatırımları ve yeni yatırımların hizmete açılması kolay gerçekleşmemektedir. Çizelge 5.4 incelendiğinde Amasya genelinde 67 adet konaklama tesisi bulunmaktadır. Konaklama tesislerinin 19'u turizm işletme belgeli, 48 adeti ise belediye işletme belgeli oteller olduğu görülmektedir. Ayrıca bu işletmelerin 16'sı turizm işletme belgeli, 34 adeti belediye işletme belgeli olmak

üzere 50 adet konaklama tesisi merkez ve yakın çevresinde bulunmaktadır (Bkz. Çizelge 5.4).

Çizelge 5.4. Amasya ili konaklama tesislerinin dağılımı (OKA, 2018)

İl ve İlçelerde Bulunan Turizm İşletme Belgeli Konaklama Tesisleri			
Merkezdeki konaklama tesisleri	Otel sayısı	Oda sayısı	Yatak sayısı
Bakanlık işletme belgeli konaklama tesisler	16	477	1016
İlçelerdeki konaklama tesisleri			
Bakanlık işletme belgeli konaklama tesisler	3	126	239
Toplam	19	603	1255
İl ve İlçelerde Bulunan Belediye İşletme Belgeli Konaklama Tesisleri			
Merkezdeki konaklama tesisleri			
Belediye işletme belgeli konaklama tesisler	34	428	918
İlçelerdeki konaklama tesisleri			
Belediye işletme belgeli konaklama tesisler	14	256	582
Toplam	48	684	1500
Genel Toplam	67	1287	2755

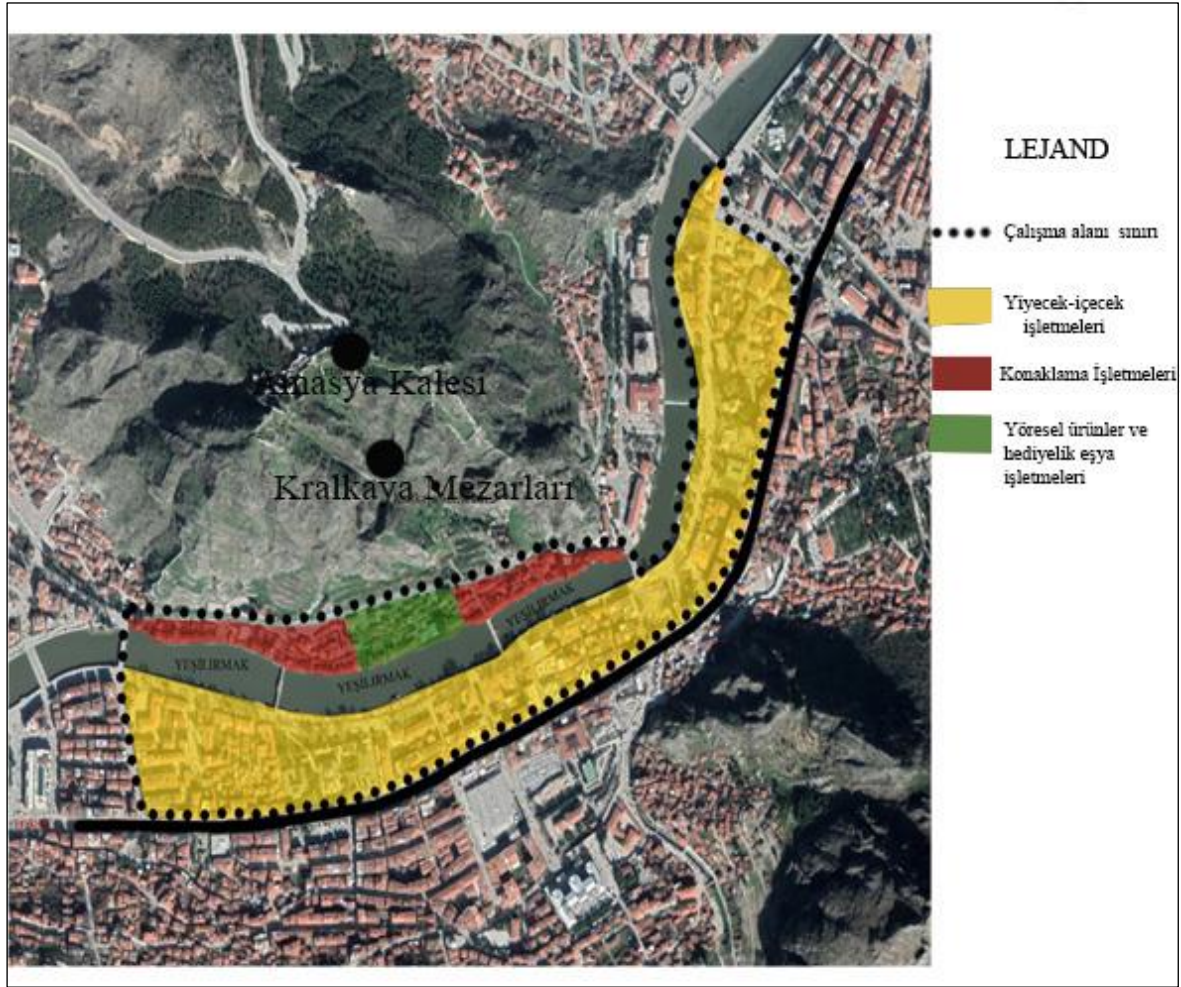
Turizm sektöründen beslenen diğer işletme türleri ise yiyecek içecek işletmeleri, seyahat acenteleri, yöresel ürünler ve hediyelik eşya işletmeleridir. Çizelge 5.5 incelendiğinde; Amasya il genelinde 39 adet Bakanlık işletme belgeli tesis, 550 adet belediye işletme belgeli tesis bulunmaktadır. Bakanlık işletme belgeli yiyecek içecek işletmeleri 4 adet, seyahat acenteleri 16 adet olduğu görülmektedir. Belediye işletme belgeli ise 484 adet yiyecek içecek işletmesi ve 18 adet yöresel ürünler ve hediyelik eşya işletmesi yer almaktadır (Bkz. Çizelge 5.5).

Çizelge 5.5. İl geneli turizm işletmelerinin türlerine göre dağılımı (OKA, 2018)

İşletme türü	Bakanlık işletme belgeli	Belediye işletme belgeli	Toplam
Konaklama	19	48	67
Yiyecek içecek	4	484	488
Seyahat acentesi	16		16
Yöresel ürünler ve hediyelik eşya*		18	18
Toplam	39	550	589

* İlgili veri alan çalışmasında elde edilmiştir.

İşletmeler ekonomik kazancını arttırmak için yer seçiminde turist varış noktalarında veya yakın çevresinde yer edinmeye çalışmaktadırlar. Çalışma alanını içeren ve turist varışlarının en fazla olduğu alanda kümelenmelerin olduğu görülmektedir. Özellikle Kral Kaya Mezarları, Yalı Boyu Evleri ve Amasya Kalesi güzergahında konaklamanın yanı sıra yöresel ürünler ve hediyelik eşya işletmelerinin yoğunlaştığı gözlenirken, destinasyonun diğer kısımlarında yiyecek içecek işletmelerinin kümелendiği görülmektedir (Bkz. Harita 5.5).



Harita 5.5. Çalışma alanı ve işletmelerin kümelenmesi

5.3. Bölüm Değerlendirmesi

Dünyada olduğu gibi Türkiye'de de turizm endüstrisine yönelik hedefler ve yatırımların arttığı görülmektedir. Bu hedefler doğrultusunda turizme yönelik stratejik eylem planlarının hazırlanmasının yanı sıra yerel yönetimlerin, illerin sahip olduğu tarihi, doğal, kültürel ve mimari değerlerin potansiyellerini turizme katmak amacıyla hazırladıkları planlarda bunu destekler niteliktedir.

Türkiye Turizm Stratejisi Eylem Planı doğrultusunda kültür turizmi geliştirilecek marka kentlerden biri olarak görülen Amasya ili bu konuda çeşitli çalışmalar yaparak turizm yoluyla ekonomik, kültürel ve sosyal bütünleşmenin sağlanmasında kentsel ölçekte markalaşma stratejileri belirleyerek "Amasya Marka Kent Stratejik Kalkınma Planı" hazırlanmıştır. Bu planda özellikle turizm destinasyonunun dar bir alanda kalmasından hareketle; destinasyonun genişletilmesi, turizm türleri arasındaki ilişki ve çeşitliliğin arttırılması, ekonomik kazancın yükselmesi en önemli hedeflerden olduğu görülmektedir.

Amasya; tarihi, kültürel, doğal ve mimari açıdan birçok unsuru bir arada barındıran bir kettir. Son yıllarda ziyaretçi sayısının artışı gözlenmektedir. Bu artışa rağmen turizmden elde edilen gelir ve payın artmaması önemli bir sorun olarak belirlenmektedir. Gelen ziyaretçilerin çoğunluğunun yerli olması ve son zamanlarda yabancı ziyaretçi sayısının azalması da diğer bir sorunsal olarak karşımıza çıkmaktadır.

Turizm destinasyonu üzerinde bulunan işletmeler belirli bölgelerde kümelenmeler oluşturmuştur. Bu kümelenmeler turist varış sayısının yoğun olduğu alanlarda daha belirgin olmaktadır. İşletmeler arasında kalite ve rekabetin arttırılması için turizm altyapısına yönelik yatırımların artması gerekmektedir. Ziyaretçi sayısının ve ortalama geceleme süresinin beklenen hedeflere ulaşması durumunda yeni konaklama alanlarına ihtiyaç artacaktır.

Özellikle ziyaretçi sayısının arttırılması, konaklama süresinin uzaması, destinasyonun genişlemesi, birbirini destekleyen turizm türlerinin birbirine entegre edilmesi, hizmet çeşitliliğinin arttırılması, işletmelerin yeniliklere açık olup tanıtım ve pazarlama faaliyetlerini sadece ulusal değil uluslararası konumda da etkin hale getirilmesi gereklilik olarak ortaya çıkmaktadır.

6. AMASYA TURİZM DESTİNASYONUNDA ETKİLİ OLAN GİRİŞİMCİLİK FAKTÖRLERİNİN DEĞERLENDİRİLMESİ

Turizm destinasyonlarında sunulan hizmetler ve imkanlar kentlerin yapısına ve gelişimine etki edebilmektedir. Bu çalışma Amasya turizm destinasyonunun, sürdürülebilir turizm girişimciliği ekseninde etkili olan veya olabilecek girişimcilik faktörlerinin belirlenmesi ve kente olan etkisini ele almaktadır. Amasya'da turizm destinasyonu içerisinde yapılan çalışmada, turizm işletmelerinden verdikleri hizmetlere göre konaklama, seyahat acenteleri, yiyecek-içecek işletmeleri, yöresel ürünler ve hediyelik eşya işletmeleriyle anket çalışmaları gerçekleştirilmiştir.

Bu kapsamda belirlenen araştırma soruları aşağıda maddeler halinde verilmiştir;

- Amasya'da etkili olan girişimcilik faktörleri nelerdir? sorusuna betimleyici analizler ve faktör analizi yoluyla,
- Sürdürülebilir turizm; girişimcilik ve işletme performansını belirleyen göstergelerinin hangi özelliklerinden etkilenir? Bu özellikler arasında ilişki var mıdır? Önem derecesi nedir? sorularına korelasyon testi yöntemi ile,
- İşletme türü ile sürdürülebilir turizm gelişimini sağlayan faktörler arasında anlamlı bir farklılık var mıdır? sorusuna tek yönlü varyans analizi (One-Way ANOVA) ile yanıt aranmaya çalışılmıştır.

6.1. Betimleyici Analizlerle Turizm Girişimciliğindeki Faktörlerin Değerlendirilmesi

6.1.1. Çevreye bağlı özellikler

Çevreye bağlı faktörler kısmında fiziki planlar, erişilebilirlik, doğal ve kültürel yapı, işletmenin konumu gibi özellikler objektif ve sübjektif algı ile ölçülmeye çalışılmıştır. Toplam 78 adet turizm işletmesiyle gerçekleştirilen anketle ilgili betimleyici özelliklere bakmak gerekirse ilk olarak fiziki planların yer seçiminde sınırlamalara neden olup olmadığının sorgulandığı ve %57,7'lik kısım "fiziki planlar işletmelerin yer seçiminde sınırlamalara neden olmamıştır" görüşünde bulunmuştur. Bu sonucun çıkmasında etkili olan ise Amasya'da ki turizm destinasyonunda yer alan işletmelerin alan olarak aynı yerde kaldığı ve yeni işletmelerin açılmadığından dolayı fiziki planlarının etkisi konusunda da etkilenmediği sonucu ortaya çıkmıştır (Bkz. Çizelge 6.1).

Çizelge 6.1. Fiziksel planlar (çevre düzeni planı, nazım imar planı, uygulama imar planı vb.) yer seçiminde sınırlamalara neden oldu mu?

Fiziksel planların yer seçimine etkisi	Frekans	Yüzde (%)	Geçerli Yüzde (%)
Evet	33	42,3	42,3
Hayır	45	57,7	57,7
Toplam	78	100,0	100,0

İşletmelerin subjektif algısının ölçüldüğü bir diğer soruda imar planlarının işletmelere etkisi değerlendirilmiş ve "işletmelerin genişlemesini engellediği, tadilatları engellediği ve turizm girişimciliğini engellediği" sonuçları ortaya çıkmıştır. Ancak bunun tam aksine imar planlarının, işletmenin kalitesine katkı sağladığını ortaya koymuştur (Bkz. Çizelge 6.2).

Çizelge 6.2. İmar planının turizm işletmelerine etkisi

İfade	N	Minimum	Maximum	Ortalama ($\bar{X}$)	Standart Sapma
İmar planı işyerinin genişlemesini kapasitesinin artmasını engelliyor	78	1,00	5,00	3,307	1,096
İmar planı, tadilatları engelliyor	78	1,00	5,00	3,500	1,090
İmar planları girişimciliği engelliyor	78	1,00	5,00	3,294	1,217
İmar planları işletmenin kalitesine katkı sağlıyor	78	1,00	5,00	3,025	1,139
5' li likert ölçeğine göre (1=kesinlikle katılmıyorum; 5=kesinlikle katılıyorum) değerlendirilmiştir.					

Turizm işletmeleri için bir diğer önemli konuda işletmeye erişiminin ne ile sağlandığıdır. Anket sonucunda işletmelerin %50'sine hem toplu taşıma hem de özel araçla erişim sağlandığı bilgisine ulaşılmıştır. Elde edilen verinin turizm destinasyonunun dar bir bölgede , yürüme mesafesinde olmasından kaynaklandığı düşünülmektedir (Çizelge 6.3).

Çizelge 6.3.İşletmenize erişim ne ile sağlanıyor?

Ulaşım türü	Frekans	Yüzde (%)	Geçerli Yüzde (%)
Sadece özel araç	38	48,7	48,7
Sadece toplu taşıma	1	1,3	1,3
Hem toplu taşıma hem de özel araç	39	50,0	50,0
Toplam	78	100,0	100,0

İşletmenin yakınında otopark alanı varlığının sorgulandığı soruda ise; işletmelerin %59'u " yeterli otopark alanı vardır" cevabını verirken %41'lik kısmı "yeterli otopark alanı olmadığı" cevabını vermiştir. İşletmelerin kendilerine ait otopark alanlarının olması ve turist dolaşım güzergahının yakın çevresinde ziyaretçilerin geldiği araçlar için otopark alanlarının olması bu sonucun oluşmasında etkili olduğu düşünülmektedir (Bkz. Çizelge 6.4).

Çizelge 6.4. İşletmenin yakın çevresinde otopark varlığı

Otopark varlığı	Frekans	Yüzde (%)	Geçerli Yüzde (%)
Evet	46	59,0	59,0
Hayır	32	41,0	41,0
Toplam	78	100,0	100,0

İşletmenizin yer seçimini belirlerken etkili olan faktörler nelerdir? sorusu ile işletmelerin bu konu hakkındaki subjektif algısı belirlenmeye çalışılmıştır. Analiz sonucunda başlıca önemli görülen etkenler sırasıyla; turist dolaşım güzergahı içerisinde yer almak ($\bar{X}$: 4,70), erişilebilir olması ($\bar{X}$: 4,58), tarihi, doğal güzelliklere yakınlık ($\bar{X}$: 4,39), turizm destinasyonu içerisinde yer alması ($\bar{X}$: 4,21) olarak tespit edilmektedir (Bkz. Çizelge 6.5).

Çizelge 6.5. İşletme konumunu belirlerken etkili olan faktörler

İfadeler	N	Minimum	Maximum	Ortalama ($\bar{X}$)	Standart Sapma
Erişilebilir olması,	78	3,00	5,00	4,589	0,520
Manzara noktasına yakınlık,	78	1,00	5,00	4,141	0,817
Turizm destinasyonu içerisinde yer alması,	78	1,00	5,00	4,217	0,877
Benzer faaliyetler ile aynı - yakın çevrede olması,	78	1,00	5,00	3,435	1,373
Tarihi, doğal güzelliklere yakınlık,	78	3,00	5,00	4,397	0,690
Turizm işletmelerine yakınlık,	78	1,00	5,00	3,666	1,383
Turist dolaşım güzergahı içerisinde yer almak,	78	3,00	5,00	4,705	0,537
5' li likert ölçeğine göre (1=kesinlikle katılmıyorum; 5=kesinlikle katılıyorum) değerlendirilmiştir.					

Turizmin gelişmesi, kentlere olumlu ve olumsuz etkiler oluşturabilmektedir. Turizm işletmelerinin bu konuya bakış açısının belirlenmeye çalışıldığı ve 5'li likert ölçeğine göre yapılan değerlendirme sonucunda; doğal ve kültürel miras alanlarının korunduğu, küçük ölçekli işletmeler sayesinde çevrenin gelişiminin arttığı ve buna bağlı olarak yeni turizm alanlarına ihtiyacın arttığı, yerel kimliğin güçlendiği ve iş fırsatlarının arttığı düşüncesine katıldıkları belirlenirken göç almadığı, dışa göç verdiği ve yabancı yatırımlar için cezbedici ortamın olmadığını düşündükleri ortaya konulmuştur (Bkz. Çizelge 6.6).

Çizelge 6.6. Turizmin kente gelişiminin etkisi

İfadeler	N	Minimum	Maximum	Ortalama (X̄)	Standart Sapma
Doğal ve kültürel miras alanları korundu.	78	1,00	5,00	3,602	1,154
Küçük ölçekli turizm işletmeleri çevrenin gelişmesini sağladı.	78	1,00	5,00	3,576	1,075
Turizm gelişimiyle yeni turizm alanlarına ihtiyaç arttı.	78	1,00	5,00	3,602	1,097
Yerel kimlik ve kültür güçlendi.	78	1,00	5,00	3,461	1,158
Dışa göç azaldı.	78	1,00	5,00	2,564	1,088
İş fırsatları oluştu.	78	1,00	5,00	3,076	1,316
Yaşam kalitesi arttı.	78	1,00	5,00	2,910	1,229
Yabancı yatırımlar arttı.	78	1,00	5,00	2,397	1,132
Göç almaya başladı.	78	1,00	5,00	2,461	1,113
Yerel ürün çeşitliliği arttı.	78	1,00	5,00	3,038	1,210
Eğitimli işgücü için yeni iş olanakları ortaya çıktı.	78	1,00	5,00	2,782	1,345
Özellikle yerel halk turizmin farklı alanlarında yeni faaliyetlere yöneldi.	78	1,00	5,00	3,115	1,205

6.1.2. Kurumsal yapıya yönelik özellikler

Turizm girişimciliğinde etkili olan bir diğer özellik ise kurumsal yapıyı belirleyen etmenlerdir. Bu etmenleri tespit edebilmek amacıyla katılımcıların finansal destek ve danışmanlık desteği alıp almadığı ve bunun yanı sıra kamu kurum ve kuruluşları tarafından işletmelere verilen desteklerden haberdar olup olmadıkları sorgulanmıştır. Bu amaçla yapılan değerlendirme sonucunda; katılımcıların genel olarak hem finansal hem de danışmanlık konusunda verilen desteklerden haberdar olmadıkları belirlenmiştir.

Finansal destek farkındalığını ölçmek için katılımcılara verilen ifadeleri 5'li likert ölçeğine göre değerlendirmeleri istenmiştir. Yapılan değerlendirme sonucunda finansal destek programlarına yönelik finansal farkındalık düzeyinin oldukça düşük olduğu görülmüştür. Buna bağlı olarak verilen finansal desteği kullanıp kullanmadığı 5'li likert ölçeğine göre sorgulandığında ise doğru yönlü olarak finansal desteklerden yararlanan işletmelerin oranının oldukça düşük olduğu tespit edilmiştir (Bkz. Çizelge 6.7 ve Çizelge 6.8).

Çizelge 6.7. İşletmelerin finansal destek programları hakkındaki farkındalığına dair sonuçlar

Finansal destekler	N	Minimum	Maximum	Ortalama ($\bar{X}$)	Standart Sapma
Turizm endüstrisine yönelik finansal destek,	78	1,00	5,00	1,910	1,270
Turizm altyapısına yönelik destek,	78	1,00	5,00	1,897	1,334
Finansal projelerde girişimci desteği,	78	1,00	5,00	2,115	1,423
Küçük ve orta ölçekli işletmelere yönelik finansal destek,	78	1,00	5,00	2,628	1,521
Yeni girişimciye yönelik finansal destek,	78	1,00	5,00	2,359	1,528
Düşük faizli kredi desteği,	78	1,00	5,00	2,410	1,524
Genç girişimcilere yönelik finansal destek,	78	1,00	5,00	2,346	1,527
Kadın girişimcilere finansal destek,	78	1,00	5,00	2,051	1,553
5' li likert ölçeğine göre (1= habersizim; 5= çok farkındayım) değerlendirilmiştir.					

Çizelge 6.8. İşletmelerin finansal destek alıp almadıklarına dair sonuçlar

İfadeler	N	Minimum	Maximum	Ortalama ($\bar{X}$)	Standart Sapma
Turizm endüstrisine yönelik finansal destek,	78	1,00	4,00	1,102	0,444
Turizm altyapısına yönelik destek,	78	1,00	4,00	1,102	0,499
Finansal projelerde girişimci desteği,	78	1,00	5,00	1,448	1,052
Küçük ve orta ölçekli işletmelere yönelik finansal destek,	78	1,00	5,00	1,692	1,230
Yeni girişimciye yönelik finansal destek,	78	1,00	5,00	1,538	1,180
Düşük faizli kredi desteği,	78	1,00	5,00	1,769	1,205
Genç girişimcilere yönelik finansal destek,	78	1,00	5,00	1,448	1,112
Kadın girişimcilere finansal destek,	78	1,00	5,00	1,320	1,012
5' li likert ölçeğine göre (1= hiç kullanmadım; 5= daima kullandım) değerlendirilmiştir.					

İşletmelerin danışmanlık desteği konusundaki farkındalığı ve bu desteklerden yararlanma düzeyleri üzerine yapılan araştırmada danışmanlık desteği farkındalığı 5'li likert ölçeğinde değerlendirilmiş olup, elde edilen bulgulara göre farkındalığın çok düşük olduğu tespit edilmiştir. Buna bağlı olarak danışmanlık desteğinden faydalanma düzeyi sorgulandığında

ise işletmelerin söz konusu destek programlarından yararlanma oranlarının çok düşük olduğu tespit edilmiştir (Bkz. Çizelge 6.9 ve Çizelge 6.10).

Çizelge 6.9. İşletmelerin danışmanlık destek programları hakkındaki farkındalığına dair sonuçlar

Danışmanlık desteği	N	Minimum	Maximum	Ortalama ($\bar{X}$)	Standart Sapma
Girişimci geliştirme programları,	78	1,00	5,00	2,243	1,415
Turist rehber kursları,	78	1,00	5,00	1,820	1,266
Pazarlama ve tanıtım kursları,	78	1,00	5,00	1,961	1,371
Yetenek geliştirme programları,	78	1,00	5,00	2,064	1,426
5' li likert ölçeğine göre (1= habersizim; 5= çok farkındayım) değerlendirilmiştir.					

Çizelge 6.10. Danışmanlık desteğinden yararlanma düzeyi

Danışmanlık desteği	N	Minimum	Maximum	Ortalama ($\bar{X}$)	Standart Sapma
Girişimci geliştirme programları,	78	1,00	5,00	1,794	1,417
Turist rehber kursları,	78	1,00	5,00	1,192	,684
Pazarlama ve tanıtım kursları,	78	1,00	5,00	1,500	1,101
Yetenek geliştirme programları,	78	1,00	5,00	1,602	1,262
5' li likert ölçeğine göre (1= hiç kullanmadım; 5= daima kullandım) değerlendirilmiştir.					

Destek programları ile ilgili işletmelerin sübjektif algısının belirlenmesinde 5'li likert ölçeği kullanılarak yapılan çalışmada, elde edilen bulgular işletmelerin rekabet ve performansını olumlu etkilediğini düşündüklerini ortaya koyarken, bu bağlamda verilen destek ve programları ise yetersiz bulduklarını ortaya koymaktadır (Bkz. Çizelge 6.11)

Çizelge 6.11. Danışmanlık destekleri ve finansal destek algısı

İfade	N	Minimum	Maximum	Ortalama ($\bar{X}$)	Standart Sapma
Hükümet tarafından oluşturulan destek programları küçük ölçekli turizm işletmelerinin performansını ve rekabet edebilmesini etkilemektedir.	78	1,00	5,00	3,525	1,192
Turizmle ilgili işletme aktivitelerini gerçekleştirebilmek için Türkiye'de yeterli finansal destek vardır.	78	1,00	5,00	2,423	1,232
Turizmle ilgili işletme aktivitelerini gerçekleştirebilmek için Türkiye'de yeterli danışmanlık hizmetleri vardır.	78	1,00	5,00	2,551	1,169
Hükümet, küçük ölçekli turizm işletmelerinin gelişimi ve büyümesinde yeterli teşvikleri sağlamaktadır.	78	1,00	5,00	2,461	1,286

İşletmenin kuruluş aşamasında etkili olan bir diğer özellikte işe başlamak için kullanılan sermaye kaynağıdır. Girişimcilerin işe başlamak için kullandıkları sermaye kaynakları sorgulandığında ise girişimcilerin işletmeyi kurmak için %52 oranında kendi birikiminden yararlandıkları, %9'luk bir kısmın ise banka desteği kullandığını ifade etmişlerdir. Diğer kısmında yer alan %29,5 lik oranda ise birden fazla destek kullandıkları belirtmişlerdir. Bu destekler aile kendi birikimi ve devlet desteği, bankadan kredi desteği ve aile arkadaşlardan alınan para şeklinde olduğunu belirtmişlerdir (Bkz. Çizelge 6.12).

Çizelge 6.12. İşe başlamak için kullanılan sermaye kaynağı

Sermaye kaynağı	Frekans	Yüzde (%)	Geçerli Yüzde (%)
Kendi birikimim,	41	52,6	52,6
Devlet desteği,	3	3,8	3,8
Bankadan kredi desteği,	7	9,0	9,0
Aile ve arkadaşlardan alınan para,	4	5,1	7,3
Diğer	23	29,5	29,5
Toplam	78	100,0	100,0

6.1.3. İşletmeye bağlı özellikler

İşletme özelliklerinin turizm girişimciliğinde etkisini belirlemeye yönelik objektif ve sübjektif düşünceyi ortaya koyan anket soruları hazırlanarak değerlendirilmesi yapılmıştır. İşletmelerin kuruluş yılları incelendiğinde; Amasya'da bulunan turizm işletmelerinin 2011-2016 yılları arasında kurulan işletmelerin %60,3 olduğu tespit edilmiştir. 2000'li yıllarda işletme sayısının artması özellikle KOSGEB bünyesinde verilen desteklerin artmasının bunda etkili olduğu düşünülmektedir. (Bkz. Çizelge 6.13).

Çizelge 6.13. İşletmelerin kuruluş yılları

Kuruluş yılları	Frekans	Yüzde (%)	Geçerli Yüzde (%)
1971 ile 1980 arası	2	2,6	2,6
1981 ile 1990 arası	1	1,3	1,3
1991 ile 2000 arası	14	17,9	17,9
2001 ile 2010 arası	14	17,9	17,9
2011 ile 2016 arası	47	60,3	60,3
Toplam	78	100,0	100,0

İşletmenin sahipliği ve ortaklığının belirlendiği sorularda ise işletmelerin %80,8'inin kira %19,2'sinin ise kendi mülkinde hizmet verdikleri belirlenmektedir (Bkz. Çizelge 6.14). Ayrıca işletmelerin %66,7'sinin şahıs şirketi olduğu tespit edilirken %25,6'sının ise ortaklı şahıs şirketi olduğu görülmektedir (Bkz. Çizelge 6.15)

Çizelge 6.14. İşletme sahipliği

Mülk sahipliği	Frekans	Yüzde (%)	Geçerli Yüzde (%)
Kira	63	80,8	80,8
Mülk Sahibi	15	19,2	19,2
Toplam	78	100,0	100,0

Çizelge 6.15. İşletme ortaklığı

İşletme sahipliği	Frekans	Yüzde (%)	Geçerli Yüzde (%)
Tek sahiplik	52	66,7	66,7
Özel şirket	6	7,7	7,7
Ortaklık	20	25,6	25,6
Toplam	78	100,0	100,0

İşletmelerin verdikleri hizmetlere göre yapılan değerlendirme sonuçlarına göre; yiyecek-içecek hizmeti veren işletmelerinin %57,7 olduğu, yöresel ürünler ve hediyelik eşya işletmelerinin %16,7, seyahat acentelerinin %9, konaklama hizmeti veren işletmelerin %7,7 oranında olduğu, hem konaklama hem de yiyecek-içecek hizmeti veren işletmelerin oranının ise %9 olduğu görülmüştür (Bkz. Çizelge 6.16).

Çizelge 6.16. İşletmenin faaliyet alanına göre türü

İşletme türü	Frekans	Yüzde (%)	Geçerli Yüzde (%)
Konaklama,	6	7,7	7,7
Seyahat Acentesi,	7	9,0	9,0
Yiyecek-İçecek,	45	57,7	57,7
Yöresel Ürünler ve Hediyelik Eşya,	13	16,7	16,7
Konaklama ve Yiyecek-İçecek İşletmesi,	7	9,0	9,0
Toplam	78	100,0	100,0

İşletmelerin iş planının olup olmaması ve iş planı yazılmasına yönelik algının ölçüldüğü sorularda ise %82'sinin formel bir planı olmadığı görülürken, sübjektif algının belirlenmeye çalışıldığı "iş planının başarıya etkisi var mıdır?" sorusunda ise katılımcıların iş planının amaç ve hedeflere ulaşmada, başarıyı arttırmada önemli bir özellik olduğu belirtilmiştir (Bkz. Çizelge 6.17 ve Çizelge 6.18).

Çizelge 6.17. İşyerinizin (pazarlama) planı var mı?

Plan varlığı	Frekans	Yüzde (%)	Geçerli Yüzde (%)
Yazılı bir planı var,	14	17,9	17,9
Yazılı olmayan bir planı var,	32	41,0	41,0
Planı yoktur,	32	41,0	41,0
Toplam	78	100,0	100,0

Çizelge 6.18. İş planının başarıya etkisi

İfade	N	Minimum	Maximum	Ortalama (X̄)	Standart Sapma
İş planı yazmak; işletmenin amaç ve hedeflerine ulaşmada etkili bir yoldur.	78	1,00	5,00	3,435	1,285
İş planı, işletmenin gelir ve karlılık bakımından başarısını etkilemektedir.	78	1,00	5,00	3,807	1,128

İşletmelerin bağlantılı çalıştığı tamamlayıcı şirketlerin olup olmaması 5'li likert ölçeğinde değerlendirilmiş olup işletmelerin tamamlayıcı ve tedarikçi işletmelerle ilgili işbirliği kurmadıkları tespit edilmiştir (Bkz. Çizelge 6.19).

Çizelge 6.19. İşletmenin bağlantılı çalıştığı tamamlayıcı şirketler

İlişkili firmalar	N	Minimum	Maximum	Ortalama (X̄)	Standart Sapma
Tur şirketleri	78	1,00	5,00	1,871	1,302
Oteller(turist yönlendirme)	78	1,00	5,00	1,769	1,278
Lokanta/restoran (turist yönlendirme)	78	1,00	5,00	1,705	1,349
Hediyelik eşya (turist yönlendirme)	78	1,00	5,00	1,435	0,988

İşletmenin aynı faaliyette bulunan işletmelerle rekabet edebilmek ve hizmet kalitesini iyileştirmek için öncelikle "işletmenin fiziki durumunu arttırmayı" ve ürün çeşitliliğini arttırmayı tercih ettikleri görülmektedir (Bkz. Çizelge 6.20).

Çizelge 6.20. İşletmelerin geliştirdiği farklı fikir ve yeniliklere dair frekans sonuçları

İfadeler	N	Frekans
İşletmenin fiziki durumuna eklentiler yaptım.	78	59
Ek faaliyetler ekledim.	78	47
Ürün çeşitliliğini arttırdım.	78	59
Reklam için promosyon yaptım.	78	46
Çevre duyarlı uygulamalar yaptım.	78	47
Toplumsal sorumluluk projeleri geliştirdim.	78	32

İşletmelerin ekonomik olarak ayakta kalmasını sağlayan ve çalışmada da performans ölçütü olarak görülen gelir ve karlılık etmenleri karşılaştırıldığında son iki yıl içerisinde gelir oranının arttığını belirtenlerin %41 oranında olduğu belirlenirken %20 'sinin ise kar oranının azaldığını belirtmiştir (Bkz.Çizelge 6.21 ve Çizelge 6.22).

Çizelge 6.21. Son iki yıl içerisinde işletmenizin gelir durumu aşağıdakilerden hangisine uygundur?

Gelir durumu	Frekans	Yüzde (%)	Geçerli Yüzde (%)
Arttı	32	41,0	41,0
Değişmedi	26	33,3	33,3
Azaldı	20	25,6	25,6
Toplam	78	100,0	100,0

Çizelge 6.22. Son iki yıl içerisinde işletmenizin kar durumu aşağıdakilerden hangisine uygundur?

Kar durumu	Frekans	Yüzde (%)	Geçerli Yüzde (%)
Kar ettim	39	50,0	50,0
Ne kar ne zarar	31	39,7	39,7
Zarar ettim	8	10,3	10,3
Toplam	78	100,0	100,0

İşletmelerin gelişiminde yerel iş gücünün harekete geçirilip geçirilmemesinin sorgulandığı bir diğer anket sorusunda; çalışanların kaç tanesinin Amasya doğumlu olduğu belirlenmeye çalışılmıştır. Toplam 78 adet işletmede çalışan sayısı 550 kişi olup bu işletmelerde çalışan Amasya doğumlu çalışanların 393 kişi (%71,4) olduğu tespit edilmiştir (Bkz. Çizelge 6.23)

Çizelge 6.23. Çalışan sayıları ve doğum yerleri ilişkisi

	N	Çalışan Sayısı	Amasya Doğumlu	Yüzde (%)
Tam zamanlı çalışan sayısı	78	550 kişi	393kişi	71,4

İşletmeyi tanıtmak ve yeni fırsatlar oluşturmak için kullanılan pazarlama teknikleri 5'li likert ölçeğinde değerlendirilmiştir. Katılımcıların tercih ettiği başlıca pazarlama tekniklerinin tabela kullanımı ($\bar{X}$:4,07) ve internet kullanımı ($\bar{X}$:3.96) üzerine odaklandığı görülmektedir (Bkz. Çizelge 6.24)

Çizelge 6.24. İşletmenin tanıtımında kullanılan pazarlama teknikleri

Pazarlama teknikleri	N	Minimum	Maximum	Ortalama ($\bar{X}$)	Standart Sapma
Afişler	78	1,00	5,00	2,589	1,532
Kulaktan duyma	78	1,00	5,00	3,384	1,547
Broşür	78	1,00	5,00	2,538	1,625
Turizm rehber kitabı	78	1,00	5,00	1,576	1,167
Seyahat acentası	78	1,00	5,00	1,730	1,354
Tabela	78	1,00	5,00	4,076	1,421
İnternet	78	1,00	5,00	3,961	1,454

İşletmenin çeşitli dış ve iç etkilere karşı yaşadığı olumsuz etmenler işletmenin başarısında veya işletmeyi açmaya karar verecek girişimci için önemli olmaktadır. Bu nedenle katılımcıların işletmenin başarısını etkilediğini düşündüğü etmenleri belirleyebilmek için verilen ifadeleri 5'li likert ölçeğine göre değerlendirmeleri istenmiştir. Elde edilen bulgulara göre işletmenin başarısını olumsuz etkileyen etmenlerin öncelikle enflasyon ($\bar{X}$: 4,41), yüksek kiralar ($\bar{X}$: 4,08), iş gücü maliyeti ($\bar{X}$: 3,71), faiz oranları ($\bar{X}$: 3,58) gibi finansal konuları içerdiği anlaşılmaktadır (Bkz. Çizelge 6.25).

Çizelge 6.25. İşletmenin başarısını etkileyen olumsuz etmenler

Etmenler	N	Minimum	Maximum	Ortalama ($\bar{X}$)	Standart Sapma
Enflasyon,	78	1,00	5,00	4,410	1,012
İşgücü verimsizliği,	78	1,00	5,00	3,333	1,383
İşgücü maliyeti,	78	1,00	5,00	3,717	1,257
Faiz oranları,	78	1,00	5,00	3,589	1,454
Rekabet eksikliği,	78	1,00	5,00	3,000	1,405
Devlet düzenlemeleri,	78	1,00	5,00	3,384	1,360
Turizm yönetimi konusunda bilgi ve beceri eksikliği	78	1,00	5,00	3,038	1,463
Sermaye erişiminde sınırlılık,	78	1,00	5,00	3,320	1,362
Turizm eğitim ve fırsatları konusunda bilgi sahibi olmama,	78	1,00	5,00	2,820	1,560
Yerel/merkezi yönetimlerin girişimcilik eğitimi konusundaki yetersizliği,	78	1,00	5,00	3,153	1,468
Küçük ölçekli işletmelere devlet tarafından verilen finansal destek eksikliği,	78	1,00	5,00	3,3846	1,530
Yüksek kiralar veya oranları	78	1,00	5,00	4,0897	1,461
5'li likert ölçeğine göre (1=hiç önemli değil; 5= çok önemli) değerlendirilmiştir.					

6.1.4. Girişimciye bağlı özellikler

Turizm girişimciliğinde etkili olan bir diğer faktör ise girişimciye yönelik özelliklerden oluşmaktadır. Yapılan anket çalışmasında girişimciye ait özellikler sorgulanmıştır. Elde edilen bulgulara göre işletmelerin %85,9 'unun erkek işletmecilerden oluştuğu belirlenmektedir. Ayrıca girişimcilerin %55,2'sinin 22-44 yaş arası bireylerden oluştuğu görülmektedir. Girişimciliğe başlama yaşlarının ise 15-24 yaş arası %62,8, 25-44 yaş arası %25,6 ve 45-60 yaş arası %11,5'lik oranı kapsadığı belirlenmektedir. Girişimciler doğum yerine göre sınıflandırıldığında ise %73,1'lik kısmının Amasya doğumlu olduğu görülmektedir. Girişimcilerin eğitim düzeyleri incelendiğinde ise %32,1 'inin üniversite mezunu , %32,1 inin de lise mezunu olduğu tespit edilmektedir (Bkz. Çizelge 6.26, Çizelge 6.27, Çizelge 6.28, Çizelge 6.29).

Çizelge 6.26. Yaşa göre dağılım

Yaş aralığı	Frekans	Yüzde (%)	Geçerli Yüzde (%)
22-29 yaş	19	24,4	24,4
30-44 yaş	24	30,8	30,8
45-64 yaş	32	41,0	41,0
65 yaş ve üzeri	3	3,8	3,8
Toplam	78	100,0	100,0

Çizelge 6.27. Girişimcilğe başlama yaşına göre dağılım

Yaş aralığı	Frekans	Yüzde (%)	Geçerli Yüzde (%)
15-24 yaş	49	62,8	62,8
25-44 yaş	20	25,6	25,6
45-60 yaş	9	11,5	11,5
Toplam	78	100,0	100,0

Çizelge 6.28. Doğum yeri

Doğum yeri	Frekans	Yüzde (%)	Geçerli Yüzde (%)
Doğum yeri Amasya	57	73,1	73,1
Doğum yeri Amasya olmayan	21	26,9	26,9
Toplam	78	100,0	100,0

Çizelge 6.29. Eğitim düzeyi

Eğitim Düzeyi	Frekans	Yüzde (%)	Geçerli Yüzde (%)
İlkokul-ilköğretim	9	11,5	11,5
Ortaokul	6	7,7	7,7
Lise	25	32,1	32,1
Yüksekokul	13	16,7	16,7
Üniversite	25	32,1	32,1
Toplam	78	100,0	100,0

Girişimcinin önceden turizm sektöründe çalışma deneyiminin olup olmadığı ve ailenin işletme geçmişinin sorgulandığı sorularda ise %64,1'lik oran herhangi bir deneyimi olmadığı belirlenmektedir. Benzer bir şekilde katılımcıların ailelerinde geçmişte turizm sektöründe faaliyet göstermedikleri tespit edilmektedir (Bkz. Çizelge 6.30, Çizelge 6.31).

Çizelge 6.30. Önceden turizm sektöründe çalıştınız mı?

	Frekans	Yüzde (%)	Geçerli Yüzde (%)
Evet	28	35,9	35,9
Hayır	50	64,1	64,1
Toplam	78	100,0	100,0

Çizelge 6.31. Ailenizde geçmişte bu işle uğraşan oldu mu?

	Frekans	Yüzde (%)	Geçerli Yüzde (%)
Evet	29	37,2	37,2
Hayır	49	62,8	62,8
Toplam	78	100,0	100,0

Katılımcıların iş yeteneği ve risk alma faktörlerini belirleyen ifadeleri nasıl değerlendirdiklerini tespit edebilmek için yapılan analiz sonuçlarına göre; girişimcilerin yönetim becerisi, yeniliklere açık olmak ve risk alma becerisi gibi özelliklere sahip olabilmesinin işletmenin başarı performansını ortaya koyan öncelikli etmenler olduğunu düşündükleri ortaya konulmaktadır (Bkz. Çizelge 6.32).

Çizelge 6.32. Yetenek ve risk alma özelliklerinin işletmenin başarısına etkisi

İfadeler	N	Minimum	Maximum	Ortalama (X̄)	Standart Sapma
Yönetim becerisi, yenilikleri uygulamada ki başarısı gibi iş yetenekleri, girişimcinin performansını olumlu etkilemektedir.	78	1,00	5,00	4,294	0,954
İşletmeyi açmaya karar vermek, işletmeyi büyütmek gibi risk alma faktörleri işletmenin performansını olumlu etkilemektedir.	78	1,00	5,00	4,038	1,200

Girişimcilerin işletmeyi kurmaya karar vermesi ve başarı performansında etkili olan bir diğer özellik ise motivasyonu sağlayan etmenlerdir. 5'li likert ölçeğinde yapılan değerlendirme sonucunda girişimcinin motivasyonunu sağlayan etmenlerin sırasıyla; deneyim ve bilgileri kullanmada fırsat ($\bar{X}$:3,71), kişisel ihtiyaçları sağlamak ($\bar{X}$:3,60) olduğu tespit edilmektedir (Bkz. Çizelge 6.33).

Çizelge 6.33. Motivasyon faktörlerinin etkisi

	N	Minimum	Maximum	Ortalama ($\bar{X}$)	Standart Sapma
Kişisel ihtiyaçlarını sağlamak,	78	1,00	5,00	3,602	1,060
Deneyim ve bilgileri kullanmada fırsat,	78	1,00	5,00	3,717	1,236
Turizm endüstrisi fırsatları,	78	1,00	5,00	2,961	1,303
Ailemle birlikte işletmek,	78	1,00	5,00	2,730	1,286
Hükümet desteklerini kullanmak,	78	1,00	5,00	2,346	1,214
Aile veya arkadaşlarının etkisi,	78	1,00	5,00	2,666	1,325
Prestij elde etmek,	78	1,00	5,00	2,846	1,358
Mesleğimin olmaması/iş bulamamak,	78	1,00	5,00	2,166	1,210
5'likert ölçeğinde (1=güçlü bir şekilde katılmıyorum; 5= güçlü bir şekilde katılıyorum) değerlendirilmiştir.					

6.2. Faktör Analizi Yöntemiyle Etkili Olan Faktörlerin Yön ve Düzeylerinin Belirlenmesi

6.2.1. Girişimciye yönelik özelliklerin faktör analizi

Turizm girişimciliği faktörlerinin yapısal geçerliliğini sınamak için faktör analizi uygulanmıştır. Yapılan faktör analizinde Temel Bileşenler Analizi (TBA) ve Varimax Döndürme Yöntemi (Varimax Rotation) yaklaşımları benimsenmiştir. TBA yönteminin seçilmesinin temel sebebi ise çok değişkenli yapıyı temel faktörler aracılığıyla istatistiksel olarak daha anlamlı ve az sayıda veri ile değerlendirme olanağı sağlamasıdır. Faktör analizi gerçekleştirilmenin ön koşulu küresellik testinin yapılmasıdır. Eğer küresellik testi istatistiksel olarak anlamlı bulunursa bu durumda faktör analizine geçilir (Tatlıdil, 2002).

Field (2000) Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) için alt sınırın 0,50 olması gerektiğini ve KMO değerinin 0,50'den küçük olması durumunda faktör analizine devam edilemeyeceğini ifade etmiştir.

Çizelge 6.34'te görüldüğü üzere 78 işletmeden oluşan örneklemin büyüklük açısından faktör analizi için veri yapısının uygunluğunu değerlendirmek amacıyla KMO sonuçları verilmiştir. Bu değer 0,616 olması nedeniyle verilerin faktör analizi yapmak için uygun olduğu ve Barlett testi sonuçları da incelendiğinde, elde edilen ki-kare (χ^2) değeri de 0,01 düzeyinde anlamlılık göstermektedir. Böylelikle KMO ve Barlett testi sonuçları açısından, faktör analizinin tüm koşulları sağlanmaktadır (Bkz. Çizelge 6.34)

Çizelge 6.34. Girişimciye yönelik özelliklerin KMO ve Bartlett Testi sonuçları

Kaiser-Meyer-Olkin Örneklem Ölçüm Değer Yeterliliği		0,616
	Ki-Kare	319,384
Bartlett Küresellik Testi	Sd.	105
	Sig.	0,000

KMO ve Bartlett testi sonucunda ölçek faktör analizine uygun görülerek TBA uygulanmıştır. TBA sonucunda faktör sayısına karar verilirken faktör yükü 0,30'un altında olan ve binişik yapı ($F2-F1 \leq 0,100$) gösteren değişkenler ölçekten çıkarılmış ve ölçek yeniden TBA işlemine tabi tutulmuştur (Çokluk ve diğerleri, 2012) (Bkz. Çizelge 6.35).

Çizelge 6.35. Temel Bileşenler Analizi (TBA) ve kabul koşullarını sağlamayan değişkenler

TBA işlemlerini ve kabul koşullarını sağlamayan değişkenler	Faktör yükü*	Faktör sayısı	Değişken
Girişimciye yönelik özellikler			
• Cinsiyet	0,133 < 0,300		
• Doğum yeri	0,272 < 0,300	3	15
• Aileden çalışanın olup-olmaması	0,177 < 0,300		

*Faktör yükü kabul koşulları; faktör yükü $\geq 0,300$ ve $F2-F1 \geq 0,100$

Yapılan analiz sonucunda; analize temel olarak alınan 18 madde için öz değeri 1,00 'in üzerinde yedi bileşen olduğu görülmüştür. Bu bileşenlerin toplam varyansa yaptıkları katkı %68,074'tür. Söz konusu yedi bileşen, gerek açıklanan toplam varyans tablosu ve gerekse yamaç birikinti grafiği incelendiğinde üç bileşenin varyansa önemli katkı yaptığı, dördüncü bileşenden sonra katkının hem küçük hem de yaklaşık olarak aynı olduğu görülmüştür. Bu çerçevede analizin üç faktör için tekrarlanmasına karar verilmiştir. Ayrıca bu karar ölçeğin geliştirilmesi sürecinde belirlenen teorik yapıda beklenen faktör sayısı ile uyumlu olması açısından da anlamlı görülmektedir (Bkz. Ek 2 ve Ek 3).

Sonuç olarak yapılan son Temel Bileşenler Analizinde analize alınan 15 maddenin toplam varyansa yaptıkları katkının %47,363 olduğu görülmüştür. Çizelge 6.36'da ölçeğin genel güvenilirliğine bakıldığında $\alpha=0,700$ olduğu görülmektedir. Bu durumda ölçeğin kabul edilebilir derecede güvenilir bir ölçek olduğunu göstermektedir.

Çizelge 6.36. Girişimciye yönelik özelliklerin güvenilirlik analizi sonucu

	Değişkenlere Dayalı	
Cronbach's Alpha Değeri	Cronbach's Alpha Değeri	Değişken sayısı
0,700	0,660	15

Turizm girişimciliğinde etkili olan alt faktörlerin dağılımı belirlendikten sonra bu faktörler kavramsallaştırılmıştır. İlk faktör; yönetim becerisi, işletmeyi açmaya karar vermek, eğitim düzeyi, kişisel ihtiyaçlar, deneyim ve bilgileri kullanmada fırsat ve turizm endüstrisi fırsatları gibi değişkenleri içerdiği için "*Yetenek ve Risk Alma*" olarak kavramsallaştırılmıştır. Bu ilk faktör toplam varyansın %18,766 'sını oluşturarak faktör grupları arasında en yüksek değere sahiptir. Ayrıca yetenek ve risk alma faktörünü belirleyen maddeler arasında "yönetim becerisinin" faktöre katkı sağlayan en önemli madde olduğu ortaya konulmaktadır.

İkinci faktör; hükümet desteklerini kullanmak, aile ve arkadaşların etkisi, prestij elde etmek, aile ile birlikte işletmek, turizm sektöründeki deneyimi ve mesleğimin olmaması/iş bulamamak gibi değişkenleri içerdiği için "*Motivasyon*" olarak kavramsallaştırılmıştır. Motivasyon faktörü toplam varyansın %14,952'sini oluşturmakta ve değişkenler arasından

hükümet destekleri ve aile-arkadaş etkisi maddelerinin faktöre koyduğu katkının görece diğer değişkenlerden daha fazla olduğu belirlenmektedir.

Üçüncü faktör; girişimcinin yaşı, girişimciliğe başlama yaşı ve ailenin işletme geçmişi değişkenlerini içerdiğinden "*Girişimcinin Özelliği*" olarak kavramsallaştırılmıştır. Girişimci özelliklerini belirleyen değişkenlerden oluşan faktör toplam varyansın '%13,645' ini oluşturmaktadır. Değişkenler arasında girişimcinin yaşı ve girişimciliğe başlama yaşının faktör yükü açısından katkı sağlayan en önemli etmenler olduğu görülmektedir.

Girişimciye yönelik özellikleri belirleyen her üç faktörün birbirleri ile olan ilişki incelendiğinde ise Amasya'daki işletmeler bakımından ölçeği belirleyen en önemli faktörün "yetenek ve risk alma" faktörü olduğu (%18,766) tespit edilmektedir. Bunu sırasıyla motivasyon (%14,952) ve girişimcinin özelliği (%13,645) takip etmektedir (Bkz. Çizelge 6.37).

Çizelge 6.37. Girişimciye yönelik özellikleri belirleyen faktörler

Faktörler	İfadeler	Faktör Yüğü*	Özdeğer	Varyans (%)
Yetenek ve Risk Alma	Yönetim becerisi, yenilikleri uygulamada ki başarısı gibi iş yetenekleri, girişimcinin performansını olumlu etkilemektedir.	0,865	2,815	18,766
	İşletmeyi açmaya karar vermek, işletmeyi büyütmek gibi risk alma faktörleri işletmenin performansını olumlu etkilemektedir	0,678		
	Kişisel ihtiyaçlarını sağlamak	0,653		
	Deneyim ve bilgileri kullanmada fırsat	0,640		
	Eğitim Düzeyinin yüksek olması	0,423		
	Turizm endüstrisi fırsatlarını değerlendirmek	0,405		
Motivasyon	Hükümet desteklerini kullanmak	0,692	2,243	14,952
	Aile veya arkadaşlarının etkisi	0,640		
	Prestij elde etmek	0,590		
	Ailemle birlikte işletmek	0,563		
	Turizm sektörü deneyimi	0,500		
	Mesleğimin olmaması/iş bulamamak	0,485		
Girişimcinin Özelliğı	Yaş	0,888	2,047	13,645
	Girişimciliğe başlama Yaşı	0,872		
	Ailenin işletme geçmişı	0,526		
Toplam varyans				47,363
Cronbach's Alpha :0.700				
*Faktör yük değeri (Fyd); Fyd ≥ 0,300 ise zayıf; Fyd ≥ 0,450 vasat; Fyd ≥ 0,550 iyi; Fyd ≥ 0,630 çok iyi; Fyd ≥ 0,710 ise mükemmel				

6.2.2. İşletmeye yönelik özelliklerin faktör analizi

78 işletmeden oluşan örneklemin büyüklük açısından faktör analizi için veri yapısının uygunluğunu değerlendirmek amacıyla KMO sonuçları verilmiştir. Bu değerin 0,720 olması nedeniyle veriler faktör analizi yapmanın ilk koşulunu sağlamaktadır. Barlett testi sonuçları da incelendiğinde, elde edilen ki-kare (χ^2) değeri 0,01 düzeyinde anlamlılık göstermektedir. Böylelikle KMO ve Barlett testi sonuçları açısından, faktör analizinin tüm koşulları sağlanmaktadır (Bkz. Çizelge 6.38)

Çizelge 6.38. İşletmeye yönelik özelliklerin KMO ve Barlett testi sonuçları

Kaiser-Meyer-Olkin Örneklem Ölçüm Değer Yeterliliği		0,720
Ki-Kare		926,580
Bartlett Küresellik Testi	Sd.	325
	Sig.	0,000

Daha önceki bölümde de belirtildiği üzere kabul koşullarını sağlamayan değişkenler ölçekten çıkarılmış ve ölçek yeniden TBA işlemine tabi tutulmuştur (Bkz. Çizelge 6.39)

Çizelge 6.39. Temel Bileşenler Analizi (TBA) ve kabul koşullarını sağlamayan değişkenler

TBA işlemlerini ve kabul koşullarını sağlamayan değişkenler	Faktör yükü*	Faktör sayısı	Değişken
İşletmeye yönelik özellikler			
• Yüksek kiralar ve oranları	0,424-0,465 < 0,100	3	26
• İş planı, işletmenin işletmenin gelir ve karlılık bakımından başarısını etkilemektedir	0,297-0,367 < 0,100		

*Faktör yükü kabul koşulları; faktör yükü $\geq 0,300$ ve $F2-F1 \geq 0,100$

Yapılan analiz sonucunda; analize temel olarak alınan 28 madde için öz değeri 1,00 'in üzerinde dokuz bileşen olduğu görülmüştür. Söz konusu dokuz bileşen, gerek açıklanan toplam varyans tablosu ve gerekse yamaç birikinti grafiği incelendiğinde üç bileşenin varyansa önemli katkı yaptığı, dördüncü bileşenden sonra katkının hem küçük hem de yaklaşık olarak aynı olduğu görülmüştür. Bu çerçevede analizin üç faktör için tekrarlanmasına karar verilmiştir (Bkz. Ek 4 ve Ek 5).

Çizelge 6.40'da ölçeğin genel güvenilirliğine bakıldığında $\alpha=0,857$ olduğu görülmektedir. Bu durumda ölçeğin iyi derecede güvenilir bir ölçek olduğunu göstermektedir.

Çizelge 6.40. İşletmeye yönelik özelliklerin güvenilirlik analizi sonucu

Cronbach's Alpha Değeri	Değişkenlere Dayalı Cronbach's Alpha Değeri	Değişken Sayısı
0,857	0,839	26

İlk faktör; sermaye erişimi, girişimcilik eğitimi konusu, işgücü verimsizliği, rekabet eksikliği, faiz oranları, devlet düzenlemeleri, enflasyon, finansal destek eksikliği, işgücü maliyeti gibi değişkenleri içerdiği için "*İşletmenin Başarısını Belirleyen Ekonomik Etkenler*" olarak kavramsallaştırılmıştır. İşletmenin başarısını belirleyen ekonomik etkenler faktörü toplam varyansın %16,479'unu oluşturarak işletmeye yönelik özellikleri belirleyen en önemli faktör olarak tespit edilmiştir. Ayrıca bu faktör içerisinde "sermayeye erişimde sınırlılık" maddesi 0,725 faktör yükü ile ilk sırada yer almaktadır.

İkinci faktör; otellerle iş birliği, yöresel ürünler ve hediyelik eşya işletmeleriyle iş birliği, tur şirketleriyle işbirliği, lokanta/restoranlarla işbirliği, seyahat acenteleriyle işbirliği, turizm eğitim, yönetim konularındaki eksiklik, turizm rehber kitaplarında yer alma, işletme türü gibi ağırlıklı olarak farklı faaliyet türlerine ve tedarikçilere vurgu yaptığı için "*Tamamlayıcı ve Tedarikçi Şirketler*" olarak kavramsallaştırılmıştır. Bu faktör %16,290 varyans oranına sahip ve bu faktörü oluşturan değişkenler içerisinde otellerle yapılan iş birliği maddesinin faktör yükü en fazla olduğu görülmektedir. Bu durum turizm sektöründe önemli bir kısmı temsil eden otel işletmelerinin paydaşları ile iyi ilişkiler kurmasının giderek önem kazandığının bir göstergesidir. İkinci sırada ise yöresel ürünler ve hediyelik eşya işletmeleri ile iş birliği maddesi yer almaktadır. Bu durum turizm işletmelerinin sürdürülebilirliği açısından farklı faaliyet türlerinin önemini ortaya koymaktadır.

Üçüncü faktör; broşür kullanımı, kulaktan duyma, internet kullanımı, afiş kullanımı, tabela kullanımı, tam zamanlı çalışan sayısı, işletme sahipliliği, pazarlama planı gibi maddeleri içerdiğinden dolayı "*Tanıtım ve Pazarlama*" olarak kavramsallaştırılmıştır. Bu faktör toplam varyansın %12,977'ini oluşturmaktadır. Faktörü oluşturan maddeler incelendiğinde elde edilen bulgular üretici ve tüketici açısından görsel-işitsel medya ve internetin aracılığıyla

reklam vermenin yani destinasyonların tanıtılması ve pazarlanmasına katkı koyduğunu ortaya koymaktadır. Bu durum Amasya'da turizm işletmelerini müşterileri ile bir araya getiren araç firmalara ihtiyaç duyulduğunu göstermektedir (Bkz. Çizelge 6.41).

Çizelge 6.41. İşletmeye yönelik özellikleri belirleyen faktörler

Faktörler	İfadeler	Faktör Yüğü*	Özdeğer	Varyans (%)
İşletmenin Başarısını Belirleyen Ekonomik Etkenler	Sermaye erişiminde sınırlılık	0,725	4,285	16,479
	Yerel/merkezi yönetimlerin girişimcilik eğitimi konusundaki yetersizliği	0,676		
	İşgücü verimsizliği	0,667		
	Rekabet eksikliği	0,658		
	Faiz oranları	0,657		
	Devlet düzenlemeleri	0,610		
	Enflasyon oranı	0,564		
	Küçük ölçekli işletmelere devlet tarafından verilen finansal destek eksikliği	0,564		
	İşgücü maliyeti	0,499		
Tamamlayıcı ve Tedarikçi Şirketler	Oteller(turist yönlendirme) ile işbirliği	0,869	4,235	16,290
	Hediyelik eşya (turist yönlendirme) ile işbirliği	0,823		
	Tur şirketleri ile işbirliği	0,787		
	Lokanta/restoran (turist yönlendirme) ile işbirliği	0,666		
	Seyahat acentası ile işbirliği	0,596		
	Turizm eğitim ve fırsatları konusunda bilgi sahibi olmama	0,561		
	Turizm yönetimi konusunda bilgi ve beceri eksikliği	0,501		
	Turizm rehber kitabında yer alma	0,459		
	İşletmenin türü	-0,341		
Tanıtım ve Pazarlama Faaliyetleri	Broşür kullanımı	0,689	3,374	12,977
	Kulaktan duyma	0,608		
	İşletmede tam zamanlı çalışan sayısı	0,580		
	İnternet kullanımı	0,554		
	Afiş kullanımı	0,526		
	Tabela kullanımı	0,498		
	İşletmenin sahipliği	0,477		
	İşletmenin Pazarlama planı varlığı	-0,476		
Toplam varyans				45,746
Cronbach's Alpha :0.857				
*Faktör yük değeri (Fyd); Fyd ≥ 0,300 ise zayıf; Fyd ≥ 0,450 vasat; Fyd ≥ 0,550 iyi; Fyd ≥ 0,630 çok iyi; Fyd ≥ 0,710 ise mükemmel				

6.2.3. Kurumsal yapıya yönelik özelliklerin faktör analizi

Faktör analizi için veri yapısının uygunluğunu değerlendirmek amacıyla KMO sonuçları verilmiştir. Bu değerin 0,882 olması nedeniyle verilerin faktör analizi yapmak için uygun olduğu ve Barlett testi sonuçları da incelendiğinde, elde edilen ki-kare (x^2) değeri de 0,01

düzeyinde anlamlılık göstermektedir. Böylelikle KMO ve Barlett testi sonuçları açısından, faktör analizinin tüm koşulları sağlanmaktadır (Bkz. Çizelge 6.42)

Çizelge 6.42. Kurumsal yapıya yönelik özelliklerin KMO ve Bartlett Testi sonuçları

Kaiser-Meyer-Olkin Örneklem Ölçüm Değer Yeterliliği	0,882
Bartlett Küresellik Testi	Ki-Kare
	740,491
	Sd.
	66
	Sig.
	0,000

Yapılan analiz sonucunda; analize temel olarak alınan 12 madde için öz değeri 1,00 'in üzerinde iki bileşen olduğu görülmüştür. Söz konusu iki bileşen toplam varyansın %70,197'sini oluşturduğu görülmektedir (Bkz. Ek 6). Çizelge 6.43'te ölçeğin genel güvenilirliğine bakıldığında $\alpha=0,936$ olduğu görülmektedir. Bu durumda ölçeğin mükemmel derecede güvenilir bir ölçek olduğunu göstermektedir.

Çizelge 6.43. Kurumsal yapıya yönelik özelliklerin güvenilirlik analizi sonucu

	Değişkenlere Dayalı	
Cronbach's Alpha Değeri	Cronbach's Alpha Değeri	Değişken Sayısı
0,936	0,936	12

TBA sonucunda faktör sayısına karar verilirken faktör yükü ve binişik yapı bakımından tüm değişkenler şartları sağlamıştır. Birinci faktör; turizm endüstrisine yönelik finansal destek, turizm altyapısına yönelik destek, finansal projelerde girişimci desteği, küçük ve orta ölçekli işletmelere yönelik finansal destek, yeni girişimciye yönelik finansal destek, düşük faizli kredi desteği, genç girişimcilere yönelik finansal destek, kadın girişimcilere finansal destek gibi değişkenleri içerdiğinden dolayı "*Finansal Desteklerden Yararlanma*" olarak kavramsallaştırılmıştır. Finansal desteklerden yararlanma faktörü toplam varyansın %41,361'ini oluşturmaktadır. Maddeler içerisinde "düşük faizli kredi desteği" 0,807 faktör yükü ile en önemli değişken olarak görülmektedir.

İkinci faktör; girişimci geliştirme programları, turist rehber kursları, pazarlama ve tanıtım kursları ve yetenek geliştirme programları gibi değişkenleri içerdiğinden "*Danışmanlık Desteklerinden Yararlanma*" olarak kavramsallaştırılmıştır. Varyans değeri %28,836 olup, faktörü oluşturan maddeler arasından pazarlama ve tanıtım kursları 0,923 faktör yükü ile ilk sırada yer almaktadır (Bkz. Çizelge 6.44). Çünkü tur ve seyahat satışlarını geliştirme, pazarlamanın uzmanlık isteyen bir dalıdır. Özellikle promosyon faaliyetlerini yürütecek turizm çalışanlarının, insan ilişkilerinin ve sosyal yönünün güçlü olması gerekmektedir. Bu bağlamda turizmde hizmet kalitesini arttırabilmek için insan kaynaklarının geliştirilmesi gerekmektedir. Bu araştırmada elde edilen bulgularda verilen danışmanlık hizmetleri ile insan kaynaklarının geliştirilmesine yönelik eğitimlerin öncelikli olarak ele alınması gerektiğini göstermektedir.

Çizelge 6.44. Kurumsal yapıya bağlı özellikleri belirleyen faktörler

Faktörler	İfadeler	Faktör Yükü*	Özdeğer	Varyans (%)
Finansal Desteklerden Faydalanma	Turizm endüstrisine yönelik finansal destek	0,737	4,963	41,361
	Turizm altyapısına yönelik destek	0,721		
	Finansal projelerde girişimci desteği	0,791		
	Küçük ve orta ölçekli işletmelere yönelik finansal destek	0,745		
	Yeni girişimciye yönelik finansal destek	0,789		
	Düşük faizli kredi desteği	0,807		
	Genç girişimcilere yönelik finansal destek	0,734		
	Kadın girişimcilere finansal destek	0,727		
Danışma Desteklerinden Faydalanma	Girişimci geliştirme programları	0,646	3,460	28,836
	Turist rehber kursları	0,840		
	Pazarlama ve tanıtım kursları	0,923		
	Yetenek geliştirme programları	0,808		
Toplam varyans				70,197
Cronbach's Alpha :0.936 *Faktör yük değeri (Fyd); Fyd ≥ 0,300 ise zayıf; Fyd ≥ 0,450 vasat; Fyd ≥ 0,550 iyi; Fyd ≥ 0,630 çok iyi; Fyd ≥ 0,710 ise mükemmel				

6.2.4. Çevreye yönelik özelliklerin faktör analizi

Faktör analizi için veri yapısının uygunluğunu değerlendirmek amacıyla KMO sonuçları verilmiştir. Bu değer 0,761 olması nedeniyle veriler aktör analizi yapmanın ilk koşulunu sağlamaktadır. Barlett testi sonuçları da incelendiğinde, elde edilen ki-kare (x^2) değeri 0,01 düzeyinde anlamlılık göstermektedir. Böylelikle KMO ve Barlett testi sonuçları açısından, faktör analizinin tüm koşulları sağlanmaktadır (Bkz. Çizelge 6.45)

Çizelge 6.45. Çevreye yönelik özelliklerin KMO ve Barlett testi sonuçları

Kaiser-Meyer-Olkin Örneklem Ölçüm Değer Yeterliliği	0,761
Ki-Kare	608,911
Bartlett Küresellik Testi	Sd.
	190
	Sig.
	0,000

Çizelge 6.46'da ölçeğin genel güvenilirliğine bakıldığında $\alpha=0,848$ olduğu görülmektedir. Bu durumda ölçeğin iyi derecede güvenilir bir ölçek olduğunu göstermektedir.

Çizelge 6.46. Çevreye yönelik özelliklerin güvenilirlik analizi sonucu

	Değişkenlere Dayalı	
Cronbach's Alpha Değeri	Cronbach's Alpha Değeri	Değişken Sayısı
0,848	0,824	20

Daha önceki bölümde de belirtildiği üzere kabul koşullarını sağlamayan değişkenler ölçekten çıkarılmış ve ölçek yeniden TBA işlemine tabi tutulmuştur (Bkz. Çizelge 6.47)

Çizelge 6.47. Temel Bileşenler Analizi (TBA) ve kabul koşullarını sağlamayan değişkenler

TBA işlemlerini ve kabul koşullarını sağlamayan değişkenler	Faktör yükü*	Faktör sayısı	Değişken
Çevreye yönelik özellikler			
• Fiziki planlar	0,253 < 0,300	4	20
• Erişimin ne ile sağlanacağı	0,299-0,338 < 0,100		

*Faktör yükü kabul koşulları; faktör yükü $\geq 0,300$ ve $F2-F1 \geq 0,100$

Yapılan analiz sonucunda; analize temel olarak alınan 20 madde için öz değeri 1,00 'in üzerinde yedi bileşen olduğu görülmüştür. Bu bileşenlerin toplam varyansa yaptıkları katkı %67,1558'dir. Söz konusu yedi bileşen, gerek açıklanan toplam varyans tablosu ve gerekse yamaç birikinti grafiği incelendiğinde dört bileşenin varyansa önemli katkı yaptığı, beşinci bileşenden sonra katkının hem küçük hem de yaklaşık olarak aynı olduğu görülmüştür. Bu çerçevede analizin dört faktör için tekrarlanmasına karar verilmiştir. (Bkz. Ek 7 ve Ek 8).

İlk faktör; eğitimli işgücü için iş olanakları, yeni faaliyetlere yönelim, yerel ürün çeşitliliği, iş fırsatları, yaşam kalitesi, yabancı yatırımlar, göç alması, otopark alanı varlığı gibi değişkenlerden oluştuğu için "*Ekonomik Çevre Algısı*" olarak kavramsallaştırılmıştır. Çevreye yönelik özellikler içerisinde %22,403 varyans oranıyla ekonomik çevre algısı ilk sırada yer almaktadır. Ayrıca eğitimli işgücü için yeni iş olanakları oluşturmaları (0,790) faktör yükü ve yerel halkın turizmin farklı alanlarına da yönelmesi (0,761) faktör yükü bakımından ilk sıralarda yer almaktadır.

İkinci faktör; turizm alanlarına ihtiyacın artması, küçük ölçekli işletmelerin çevrenin gelişmesini sağlaması, yerel kimlik ve kültürün güçlenmesi, turizm destinasyonu içerisinde yer alması gibi değişkenlerden oluştuğu için "*Tarihi ve Kültürel Çevre İlişkisi*" olarak kavramsallaştırılmıştır. Bu faktör %15,664 varyans oranıyla çevreye yönelik özellikler ölçeğinde ikinci sırada yer almaktadır. Ayrıca tarihi ve kültürel çevre ilişkisi faktörünü oluşturan maddeler arasından "yeni turizm alanlarına ihtiyacın artması" değişkeni 0,827 faktör yükü ile ilk sırada yer aldığı görülmektedir.

Üçüncü faktör; manzara noktasına yakınlık, erişilebilir olması, tarihi, doğal güzelliklere yakınlık, turist dolaşım güzergahı içerisinde yer almak değişkenlerinden oluşması nedeniyle "*Erişilebilirlik*" olarak kavramsallaştırılmıştır. Bu faktör %9,189 varyans oranına sahip iken faktörü oluşturan değişkenler arasında ilk sırayı 0,749 faktör yükü ile "manzara noktasına yakınlık" almaktadır.

Dördüncü ve son faktör ise; turizm işletmelerine yakınlık, benzer faaliyetlerle yakın çevrede olması değişkenlerini içerdiğinden "*Hizmet Sağlayıcılarına Yakınlık*" olarak kavramsallaştırılmıştır. Bu faktörün varyans değeri %8,229 olup değişkenleri arasından turizm işletmelerine yakınlık 0,844 faktör yükü ile ilk sırada yer almaktadır (Bkz. Çizelge 6.48)

Çizelge 6.48. Çevreye yönelik özelliklerin faktör grupları

Faktörler	İfadeler	Faktör Yüğü	Özdeğer	Varyans (%)
Ekonomik Çevre Algısı	Eğitimli işgücü için yeni iş olanaklarının oluşması	0,790	4,481	22,403
	Özellikle yerel halkın turizmin farklı alanlarında yeni faaliyetlere yönelmesi	0,761		
	Yerel ürün çeşitliliğinin artması	0,748		
	İş fırsatlarının oluşması	0,744		
	Yaşam kalitesinin artması	0,700		
	Yabancı yatırımların artması	0,619		
	Göç almaya başlaması	0,615		
	Dışa göçün azalması	0,570		
	Otopark alanı varlığı	-0,426		
Tarihi ve Kültürel Çevre İlişkisi	Turizm gelişimiyle yeni turizm alanlarına ihtiyacın artması	0,827	3,133	15,664
	Küçük ölçekli turizm işletmeleri aracılığıyla çevrenin gelişmesi	0,796		
	Doğal ve kültürel miras alanlarının korunması	0,718		
	Yerel kimlik ve kültür güçlenmesi	0,715		
	Turizm destinasyonu içerisinde yer alması	0,444		
Erişilebilirlik	Manzara noktasına yakınlık	0,749	1,838	9,189
	Erişilebilir olması	0,657		
	Tarihi, doğal güzelliklere yakınlık	0,583		
	Turist dolaşım güzergahı içerisinde yer almak	0,500		
Hizmet Sağlayıcılarına Yakınlık	Turizm işletmelerine yakınlık	0,844	1,646	8,229
	Benzer faaliyetler ile aynı -yakın çevrede olması	0,739		
Toplam varyans				55,485
Cronbach's Alpha :0.848				
*Faktör yük değeri (Fyd); Fyd ≥ 0,300 ise zayıf; Fyd ≥ 0,450 vasat; Fyd ≥ 0,550 iyi; Fyd ≥ 0,630 çok iyi; Fyd ≥ 0,710 ise mükemmel				

Amasya turizm destinasyonu içerisinde yer alan işletmelere uygulanan Temel Bileşenler Analizi (TBA) sonucunda;

Faktör varyans oranları göz önüne alınırsa girişimciye yönelik özellikleri içeren ölçeği oluşturan faktörlerin toplam varyansa göre sıralaması;

- Yetenek ve risk alma (%18,766)
- Motivasyon (%14,952)
- Girişimci özelliği (%13,645)

İşletmeye yönelik özellikleri içeren ölçeği oluşturan faktörlerin toplam varyansa göre sıralaması;

- İşletmenin başarısını belirleyen ekonomik etmenler (%16,479)
- Tamamlayıcı ve tedarikçi şirketler (%16,290)
- Tanıtım ve pazarlama (%12,977)

Kurumsal yapıya yönelik özellikleri içeren ölçeği oluşturan faktörlerin toplam varyansa göre sıralaması;

- Finansal desteklerden yararlanma (%41,361)
- Danışmanlık desteklerinden yararlanma (%28,836)

Çevreye yönelik özellikleri içeren ölçeği oluşturan faktörlerin toplam varyansa göre sıralaması;

- Ekonomik çevre algısı (%22,403)
- Tarihi ve kültürel çevre algısı (%15,664)
- Erişilebilirlik (%9,189)
- Hizmet sağlayıcılarına yakınlık (8,229) olarak tespit edilmiştir (Bkz. Çizelge 6.49)

Çizelge 6.49. Turizm girişimciliğini etkileyen faktörler ve varyans oranları

Faktörler	Özdeğerler	Varyans(%)	Değişken sayısı	Faktör yükleri
Yetenek ve risk alma	2,815	18,766	6	0,405-0,865
Motivasyon	2,243	14,952	6	0,495-0,692
Girişimcinin özelliği	2,047	13,645	3	0,526-0,888
İşletmenin başarısını belirleyen etmenler	4,285	16,479	9	0,499-0,725
Tamamlayıcı şirketler	4,235	16,290	9	0,341-0,869
Tanıtım ve pazarlama	3,374	12,977	8	0,476-0,689
Finansal desteklerden yararlanma	4,963	41,361	7	0,721-0,807
Danışmanlık desteklerinden yararlanma	3,460	28,836	5	0,646-0,923
Ekonomik çevre	4,481	22,403	9	0,426-0,790
Kültürel çevre	3,133	15,664	5	0,444-0,827
Erişilebilirlik	1,838	9,189	4	0,500-0,749
Hizmet sağlayıcılarına yakınlık	1,646	8,229	2	0,739-0,844

6.3. Korelasyon Testi İle Faktörlerin Performans İlişkisinin Ölçülmesi

Veri analiz sürecinde önemlilik testlerinde uygulanacak en uygun istatistiksel tekniği saptayabilmek için verilerin normal dağılıma sahip olup olmadığı test edilmelidir. Normal dağılıma sahip testlerde parametrik testler uygulanırken, normal dağılım göstermeyen testlerde ise parametrik olmayan ölçüm teknikleri kullanılır (Ural ve Kılıç, 2006).

Faktörler ile turizm işletmelerinin performans durumunu ölçen “Son iki yıl içerisinde işletmenizin gelir durumu aşağıdakilerden hangisine uygundur?” ve “Son iki yıl içerisinde işletmenizin kar durumu aşağıdakilerden hangisine uygundur?” sorularının ilişkisini belirleyebilmek için öncelikle her iki sorunun normal bir dağılıma sahip olup olmadığını belirleyebilmek amacıyla " normallik testi " yapılmıştır. Yapılan normallik testine göre her iki değişkenin basıklık (Skewness) ve çarpıklık (Kurtosis) değerleri -1,5 ile +1,5 arasında oldukları için normal bir dağılım gösterdiği tespit edilmiştir (Tabachnick ve Fidell, 2013) (Çizelge 6.51).

Çizelge 6.50. Başarı değerlendirmesindeki bağımlı değişkenlerin normallik testi sonuçları

	Skewness (Basıklık değeri)	Kurtosis (Çarpıklık değeri)
Gelir Durumu	0,290	-1,404
Kar Durumu	0,672	-0,600

Yapılan normallik testi sonuçları dikkate alınarak sürdürülebilir turizm gelişmesini belirleyen faktörler ile gelir durumu ve karlılık durumunu sorgulayan sorular arasındaki ilişkinin yönü ve düzeyini belirleyebilmek için "basit korelasyon testi" uygulanmıştır. Korelasyon katsayısı "r" harfiyle ifade edilir ve -1 ile +1 arasında bir değer almaktadır. Korelasyon katsayısının pozitif olması değişkenler arasındaki ilişkinin doğru yönlü olduğunu, negatif olması ise değişkenler arasında ters yönlü ilişki olduğunu göstermektedir. Korelasyonun ilişkisinin değerlendirilmesinde korelasyon katsayısının negatif veya pozitif olması ilişki düzeyinde önemli değildir. Değişkenler arasındaki korelasyon katsayısının 0,00 ile 0,290 arasında olması durumunda ilişki zayıf ve düşük, 0,30 ile 0,64 arasında olması durumunda orta, 0,65 ile 0,84 arasında olması kuvvetli ve yüksek,

0,85 ile 1,00 arasında olması durumunda ise çok kuvvetli ve çok yüksek şeklinde yorumlanmaktadır (Ural ve Kılıç, 2006).

Amasya'da turizm girişimciliğini etkileyen faktörler ile gelir durumu ve karlılık durumu arasındaki ilişki incelendiğinde şu sonuçlara ulaşılmıştır (Çizelge 6.52)

İşletmenin kar durumu ile gelir durumu arasında anlamlı bir ilişki vardır ($p<0,01$). Değişkenler arasında doğru yönlü (pozitif) kuvvetli bir ilişki (korelasyon) vardır. Başka bir ifadeyle işletmenin kar durumu arttıkça geliri de artmaktadır ($r=0,677$)

İşletmenin başarısını etkileyen ekonomik etmenlerle motivasyon faktörü arasındaki anlamlı bir ilişki bulunmaktadır ($p<0,05$). Çizelge 6.52'de görüldüğü üzere faktörler arasında doğru yönlü zayıf bir ilişki bulunmaktadır. Elde edilen bu bulgu çevre koşulları iyileştikçe girişimcinin motivasyonunun da arttığının bir göstergesidir ($r=0,242$).

Tamamlayıcı ve tedarikçi şirketler ile "yetenek ve risk alma" faktörü arasında anlamlı bir ilişki vardır ($p<0,05$). Faktörler arasında doğru yönlü zayıf bir ilişki olduğu anlaşılmaktadır. Bu durum; tamamlayıcı ve tedarikçi şirketlerle yapılan iş birliği arttıkça girişimcilerin risk alma eğilimlerinin de arttığını ortaya koymaktadır ($r=0,228$).

Tanıtım ve pazarlama faaliyetleriyle, girişimcinin özelliği faktörleri arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır ($p<0,05$). Her iki faktör arasında doğru yönlü zayıf bir ilişkinin bulunduğu tespit edilmektedir. Girişimcinin özelliğinin artması tanıtım ve pazarlama faaliyetlerini arttırmaktadır ($r=0,243$). Elde edilen bulgu girişimcinin bilgi, yetenek ve donanımının arttığında tanıtım ve pazarlama faaliyetlerine verdiği öneminde arttığını göstermektedir.

Finansal desteklerden yararlanma ile işletmenin kar durumu arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır ($p<0,05$). Her iki faktör arasında pozitif yönlü zayıf bir ilişki bulunduğu belirlenmektedir. Finansal desteklerden yararlanma arttıkça, işletmenin kar durumunun da arttığı ortaya koymaktadır ($r=0,241$).

Finansal desteklerden yararlanma ile işletmenin başarısını etkileyen ekonomik etmenlerle anlamlı bir ilişki vardır ($p<0,01$). Faktörler arasında pozitif yönlü orta kuvvette bir ilişki

bulunmaktadır. Finansal desteklerden yararlanma arttıkça işletmenin başarısını etkileyen ekonomik çevre koşullarının da iyileştiği görülmektedir ($r=0,338$).

Danışmanlık desteklerinden yararlanmak ile tanıtım ve pazarlama faaliyetleri arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır ($p<0,05$). Faktörler arasında pozitif yönlü zayıf bir ilişki bulunmaktadır. Elde edilen bu bulgu danışmanlık desteklerinden yararlanan girişimcilerin aldıkları eğitimler ile birlikte tanıtım ve pazarlama faaliyetlerine daha fazla önem verdiklerini ortaya koymaktadır ($r=0,278$).

Ekonomik çevre algısı ile kar arasında anlamlı bir ilişki bulunduğu ve bu ilişkinin negatif yönlü zayıf bir ilişki olduğu tespit edilmiştir ($p<0,05$). Başka bir ifadeyle ekonomik çevre algısı arttıkça kar azalmaktadır ($r=-0,249$). Elde edilen bulgular işletmelerin ekonomik çevre koşullarının iyileşmesi ile birlikte ulusal ve uluslararası girişimcilerin destinasyona yatırım yapması ile oluşacak rekabet ortamında pazardaki paylarının azalacağından endişe duyduklarını göstermektedir.

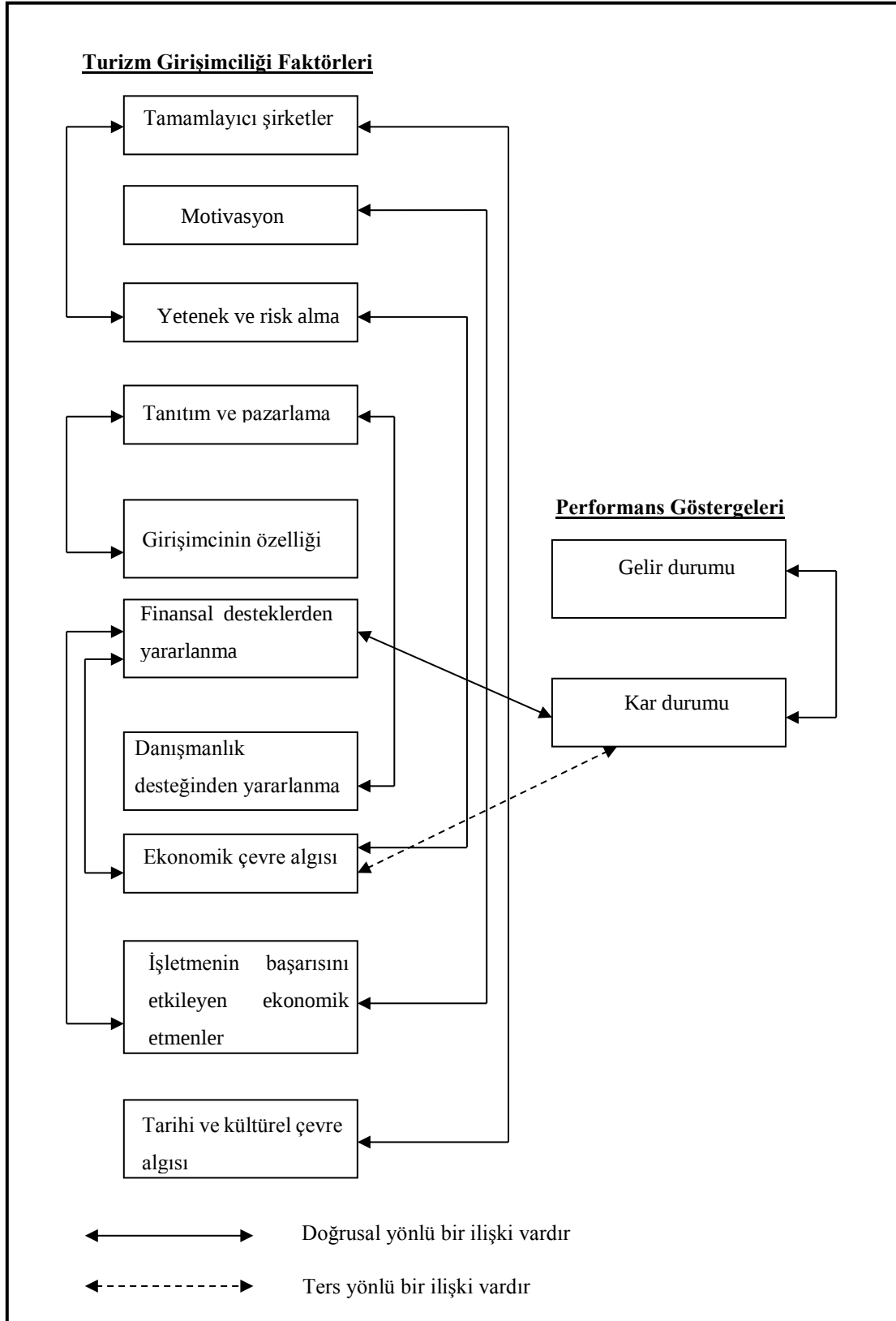
Ekonomik çevre algısı ile yetenek ve risk alma arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır ($p<0,05$). Faktörler arasında pozitif yönlü zayıf bir ilişki olduğu belirlenmektedir. Ekonomik çevre algısı arttıkça yetenek ve risk alma da artmaktadır ($r=0,278$). Elde edilen bu veri koşulların iyileşmesi durumunda girişimcilerin işletmeyi açmaya karar vermek ve işletmeyi büyütme karar vermek gibi riskli yatırımlara da eğilim gösterdiklerini ortaya koymaktadır.

Ekonomik çevre algısı ile finansal desteklerden yararlanma arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır ($p<0,01$). Faktörler arasında pozitif yönlü orta kuvvette bir ilişki bulunmaktadır. Ekonomik çevre algısı arttıkça finansal desteklerden yararlanmada artmaktadır ($r=0,303$). Elde edilen bu bulgu ekonomik koşullar geliştikçe girişimcilerin finansal desteklerden yararlanma oranlarının da arttığının göstergesidir.

Tarihi ve kültürel çevre algısı ile tamamlayıcı ve tedarikçi şirketler arasında anlamlı bir ilişki bulunduğu belirlenmektedir ($p<0,01$). Her iki faktör arasında pozitif yönlü orta kuvvette bir ilişki bulunmaktadır. Tarihi ve kültürel çevre algısı arttıkça tamamlayıcı şirketler arasındaki iş birliği de artmaktadır. Elde edilen bu veri tarihi ve kültürel miras alanları korunup, yerel kimlik güçlendikçe tamamlayıcı ve tedarikçi şirketlerinde kümelenme oranının artacağını ifade etmektedir.

Çizelge 6.51. Faktörler arasındaki korelasyon analizi

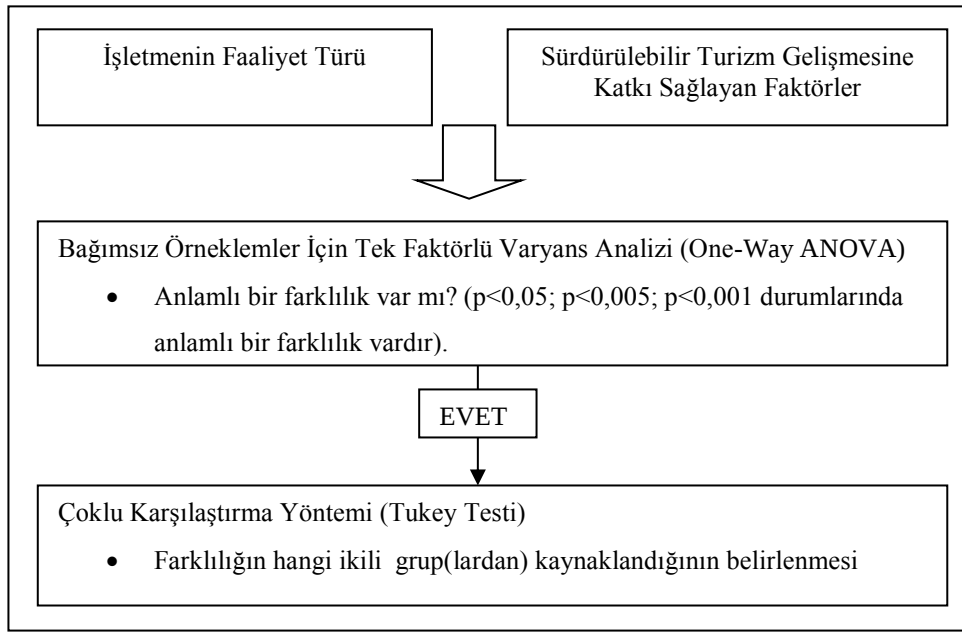
Değişkenler	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
1.İşletmenin gelir durumu	1,000													
2.İşletmenin kar durumu	0,677**	1,000												
3.Yetenek ve risk alma	-0,021	-0,134	1,000											
4.Motivasyon	0,126	0,050	0,000	1,000										
5.Girişimcinin özelliği	0,111	0,093	0,000	0,000	1,000									
6.İşletmenin başarısını etkileyen ekonomik etmenler	0,034	0,118	0,208	0,242*	0,090	1,000								
7.Tamamlayıcı şirketler	-0,032	0,046	0,228*	-0,133	0,080	0,000	1,000							
8.Tanıtım ve pazarlama faaliyetleri	-0,148	0,023	0,038	0,067	0,243*	0,000	0,000	1,000						
9.Finansal desteklerden yararlanma	-0,175	0,241*	0,149	0,196	-0,202	0,338**	0,110	0,066	1,000					
10.Danışmanlık desteklerinden yararlanma	0,086	0,072	-0,021	0,139	-0,171	0,021	0,102	0,278*	0,00	1,000				
11.Ekonomik çevre algısı	-0,175	-0,249*	0,278*	0,035	0,115	0,020	0,171	0,023	0,303**	0,004	1,000			
12.Tarihi ve kültürel çevre algısı	0,072	0,045	-0,077	0,099	0,217	0,113	0,291**	-0,037	-0,120	0,102	0,000	1,000		
13.Erişilebilirlik	-0,181	-0,215	0,004	0,035	0,027	0,102	-0,035	0,146	0,113	-0,167	0,000	0,000	1,000	
14.Turizm altyapısı	0,059	0,101	0,074	-0,022	-0,026	0,044	0,184	0,016	-0,055	0,178	0,000	0,000	0,000	1,000



Şekil 6.1. Sürdürülebilir turizm girişimciliğini belirleyen faktörler ile performans göstergelerinin ilişkisi

6.4. İşletme Türüne Göre Faktörler Arasındaki Anlamlılık Farklılığının Tek Yönlü Varyans Analizi İle Belirlenmesi

Bu çalışmada işletmelerin faaliyet alanları ile sürdürülebilir turizm gelişmesine katkı sağlayan faktörler arasında anlamlı bir farklılığın olup olmadığını ve farklılık varsa düzeyinin ne olduğunu tespit etmek için tek yönlü varyans analizi kullanılmıştır (Şekil 6.2)



Şekil 6.2. İşletme türü ile faktörler arasındaki anlamsal farklılığın tek yönlü varyans analizi ile belirlenmesi

6.4.1. Girişimci özellikleri ile işletme türü arasındaki tek yönlü varyans analizi

İşletmenin türü ile girişimciye yönelik özellikleri belirleyen faktörler arasında farklılık olup olmadığını ortaya koymak için yapılan tek faktörlü varyans analizi sonuçları Çizelge 6.53'te gösterilmiş ve farklılık var ise bu farklılığın hangi işletme türleri arasında gerçekleştiğini ortaya koymak için yapılan Tukey testi (Çoklu karşılaştırma testi) sonuçları ise Çizelge 6.54'te verilmiştir.

Turizm girişimciliğini etkileyen bileşenlerden girişimciye bağlı özelliklerin faktör grupları değerlendirilerek yapılan varyans analizi sonucunda "yetenek ve risk alma ($F=2,788$; $p=0,033 < 0,05$)" faktörü açısından anlamlı bir farklılık bulunurken, "motivasyon ($F=2,062$; $p=0,095 > 0,05$)" ve "girişimcinin özelliği ($F=1,655$; $p=0,170 > 0,05$)" faktörlerinin işletmelere

göre anlamlı bir farklılık göstermediği görülmektedir. Farklılığın hangi ikili gruptan kaynaklandığını gösteren çoklu karşılaştırma testi (Tukey testi) sonuçlarına ilişkin çizelge incelendiğinde farklılığın görüldüğü "yetenek ve risk alma" faktöründe, yiyecek-içecek işletmeleri ($\bar{X}$:-0,282) ile konaklama ve yiyecek-içecek işletmeleri ($\bar{X}$:0,811) arasında anlamlı bir farklılık olduğu görülmektedir.

Çizelge 6.52. İşletme türü ile girişimciye yönelik özellikler arasında anlamlı bir farkın olup-olmadığını belirlemek için yapılan tek yönlü varyans analizi sonuçları

Faktör	İşletme türü	N	Ortalama	Standart sapma	F	P
Yetenek ve Risk Alma	Konaklama	6	0,389	0,660	2,788	0,033*
	Seyahat acentesi	7	0,202	1,310		
	Yiyecek-içecek	45	-0,282	1,022		
	Yöresel ürünler ve hediyelik eşya	13	0,250	0,759		
	Konaklama ve yiyecek-içecek	7	0,811	0,480		
	Toplam	78	0,000	1,000		
Motivasyon	Konaklama	6	-0,012	1,192	2,062	0,095
	Seyahat acentesi	7	-0,329	0,764		
	Yiyecek-içecek	45	0,251	0,922		
	Yöresel ürünler ve hediyelik eşya	13	-0,521	1,134		
	Konaklama ve yiyecek-içecek	7	-0,309	0,971		
	Toplam	78	0,000	1,000		
Girişimcinin Özelliği	Konaklama	6	0,003	1,663	1,655	0,170
	Seyahat acentesi	7	-0,074	0,991		
	Yiyecek-içecek	45	-0,190	0,807		
	Yöresel ürünler ve hediyelik eşya	13	0,581	1,165		
	Konaklama ve yiyecek-içecek	7	0,215	0,988		
	Toplam	78	0,000	1,000		

*p<0,05; **p<0,005; ***p<0,001

Çizelge 6.53. İşletme türü ile yetenek ve risk alma faktörü arasındaki çoklu karşılaştırma testi (Tukey Testi) sonuçları

İşletme türü	Konaklama	Seyahat acentesi	Yiyecek-içecek	Yöresel ürünler ve hediyelik eşya	Konaklama ve yiyecek-içecek
Konaklama	—	—	—	—	—
Seyahat acentesi	—	—	—	—	—
Yiyecek-içecek	—	—	—	—	*
Yöresel ürünler ve hediyelik eşya	—	—	—	—	—
Konaklama ve yiyecek-içecek	—	—	*	—	—

* anlamlı bir fark bulunmaktadır.

— anlamlı bir fark bulunmamaktadır.

6.4.2. İşletmeye bağlı özellikler ile işletme türü arasındaki tek yönlü varyans analizi

Turizm girişimciliğini etkileyen bileşenlerden işletmeye bağlı özellikleri belirleyen faktörler ile işletme türleri arasında anlamlı bir farklılık olup olmadığına dair yapılan varyans analizi sonucunda; "tamamlayıcı ve tedarikçi şirketler" ($F=31,287$; $p=0,000<0,001$) ve "tanıtım ve pazarlama faaliyetleri" ($F=5,470$; $p=0,001<0,005$) faktörlerinin işletmelere göre anlamlı bir farklılık gösterdiği, "işletmenin başarısını etkileyen ekonomik etmenler" ($F=1,526$; $p=0,203>0,05$) faktörünün ise işletme türlerine göre anlamlı bir farklılık göstermediği belirlenmektedir (Çizelge 6.55)

Çizelge 6.54. İşletme türü ile göre işletmeye yönelik özellikleri belirleyen faktörler arasında anlamlı bir farkın olup-olmadığını belirlemek için yapılan tek yönlü varyans analizi sonuçları

Faktör	İşletme türü	N	Ortalama	Standart sapma	F	P
İşletmenin Başarısını Belirleyen Ekonomik Etmenler	Konaklama	6	0,619	0,676	1,526	0,203
	Seyahat acentesi	7	-0,475	1,068		
	Yiyecek-içecek	45	-0,048	0,996		
	Yöresel ürünler ve hediyelik eşya	13	-0,337	1,192		
	Konaklama ve yiyecek-içecek	7	0,260	0,440		
	Toplam	78	0,000	1,000		
Tamamlayıcı ve Tedarikçi Şirketler	Konaklama	6	1,548	1,130	31,287	0,000***
	Seyahat acentesi	7	1,661	0,966		
	Yiyecek-içecek	45	-0,466	0,306		
	Yöresel ürünler ve hediyelik eşya	13	-0,367	0,306		
	Konaklama ve yiyecek-içecek	7	0,693	0,804		
	Toplam	78	0,000	1,000		
Tanıtım ve Pazarlama Faaliyetleri	Konaklama	6	1,113	1,105	5,470	0,001**
	Seyahat acentesi	7	0,569	0,810		
	Yiyecek-içecek	45	0,120	0,836		
	Yöresel ürünler ve hediyelik eşya	13	-0,571	1,036		
	Konaklama ve yiyecek-içecek	7	0,670	0,958		
	Toplam	78	0,000	1,000		

*p<0,05; **p<0,005; ***p<0,001

Tamamlayıcı ve tedarikçi şirketler faktörü ile işletme türleri arasındaki hangi ikili gruplardan kaynaklandığını gösteren çoklu karşılaştırma testi (Tukey testi) sonuçlarına ilişkin Çizelge 6.56 incelendiğinde konaklama ile yiyecek-içecek işletmeleri, konaklama ile yöresel ürünler ve hediyelik eşya işletmeleri, seyahat acentesi ile yiyecek-içecek işletmeleri, seyahat acentesi ile yöresel ürünler ve hediyelik eşya işletmeleri, seyahat acentesi ile konaklama ve yiyecek-içecek işletmeleri, yiyecek-içecek işletmeleri ile konaklama ve yiyecek-içecek işletmeleri, yöresel ürünler ve hediyelik eşya ile konaklama ve yiyecek-içecek işletmeleri ikili grupları arasında anlamlı bir farklılık olduğu görülmektedir.

Çizelge 6.55. Tamamlayıcı şirketler faktörü ile işletme türü arasındaki çoklu karşılaştırma (Tukey Testi) sonuçları

İşletme türü	Konaklama	Seyahat acentesi	Yiyecek-içecek	Yöresel ürünler ve hediyelik eşya	Konaklama ve yiyecek-içecek
Konaklama	—	—	*	*	—
Seyahat acentesi	—	—	*	*	*
Yiyecek-içecek	*	*	—	—	*
Yöresel ürünler ve hediyelik eşya	*	*	—	—	*
Konaklama ve yiyecek-içecek	—	*	*	*	—

* anlamlı bir fark bulunmaktadır.

— anlamlı bir fark bulunmamaktadır.

Tanıtım ve pazarlama faaliyetleri ile işletme türleri arasındaki farklılığın hangi ikili gruplardan kaynaklandığını gösteren çoklu karşılaştırma testi (Tukey testi) sonuçlarına ilişkin çizelge incelendiğinde konaklama ile seyahat acentesi, konaklama ile yiyecek-içecek işletmesi, konaklama ile konaklama ve yiyecek-içecek işletmesi, seyahat acentesi ile konaklama, yöresel ürünler ve hediyelik eşya ile konaklama ve yiyecek-içecek işletmeleri ikili grupları arasında anlamlı bir farklılık olduğu tespit edilmektedir (Bkz. Çizelge 6.57)

Çizelge 6.56. Tanıtım ve pazarlama faaliyetleri faktörü ile işletme türü arasındaki çoklu karşılaştırma (Tukey Testi) sonuçları

İşletme türü	Konaklama	Seyahat acentesi	Yiyecek-içecek	Yöresel ürünler ve hediyelik eşya	Konaklama ve yiyecek-içecek
Konaklama	—	*	*	—	*
Seyahat acentesi	*	—	—	—	—
Yiyecek-içecek	*	—	—	—	—
Yöresel ürünler ve hediyelik eşya	—	—	—	—	*
Konaklama ve yiyecek-içecek	*	—	—	*	—

* anlamlı bir fark bulunmaktadır.

— anlamlı bir fark bulunmamaktadır.

6.4.3. Kurumsal yapıya bağlı özellikler ile işletme türü arasındaki tek yönlü varyans analizi

Turizm girişimciliğini etkileyen bileşenlerden işletmeye bağlı özellikleri oluşturan faktörler ile işletme türleri arasında anlamlı bir farklılık olup olmadığını belirlemek için yapılan varyans analizi sonucunda " finansal desteklerden faydalanma ($F=1,255$; $p=0,295>0,05$)" ve " danışmanlık desteklerinden yararlanma ($F=0,744$; $p=0,565>0,05$)" faktörlerin her ikisinde işletmenin türüne göre anlamlı bir farklılık göstermediği anlaşılmaktadır (Bkz. Çizelge 6.58).

Çizelge 6.57. İşletme türü ile kurumsal yapıya yönelik özellikleri belirleyen faktörler arasında anlamlı bir farkın olup olmadığını belirlemek için yapılan tek yönlü varyans analizi sonuçları

Faktör	İşletme türü	N	Ortalama	Standart sapma	F	P
Finansal Desteklerden Yararlanma	Konaklama	6	0,376	1,145	1,255	0,295
	Seyahat acentesi	7	0,347	1,265		
	Yiyecek-içecek	45	0,068	1,022		
	Yöresel ürünler ve hediyelik eşya	13	-0,374	1,265		
	Konaklama ve yiyecek-içecek	7	-0,417	0,302		
	Toplam	78	0,000	1,000		
Danışmanlık Desteklerinden Yararlanma	Konaklama	6	-0,297	0,528	0,744	0,565
	Seyahat acentesi	7	0,348	1,293		
	Yiyecek-içecek	45	-0,148	0,817		
	Yöresel ürünler ve hediyelik eşya	13	0,290	1,587		
	Konaklama ve yiyecek-içecek	7	0,094	0,698		
	Toplam	78	0,000	1,000		

*p<0,05; **p<0,005; ***p<0,001

6.4.4. Çevreye bağlı özellikler ile işletme türü arasındaki tek yönlü varyans analizi

Turizm girişimciliğini etkileyen bileşenlerden çevreye bağlı özellikleri belirleyen faktörler ile işletme türleri arasında farklılık olup olmadığını tespit edebilmek için yapılan varyans analizi sonucunda "ekonomik çevre algısı (F=0,163; p=0,565>0,05)", "tarihi ve kültürel çevre algısı (F=1,306; p=0,956>0,05)", "erişilebilirlik (F=0,316; p=0,866>0,05)" ve "turizm altyapısı (F=1,891; p=0,121>0,05)" faktörleri ile işletme türü arasında anlamlı farklılık olmadığı belirlenmektedir (Bkz. Çizelge 6.59)

Çizelge 6.58. İşletme türü ile çevreye yönelik özellikleri belirleyen faktörler arasında anlamlı bir farkın olup olmadığını belirlemek için yapılan tek yönlü varyans analizi sonuçları

Faktör	İşletme türü	N	Ortalama	Standart sapma	F	P
Ekonomik Çevre Algısı	Konaklama	6	0,214	0,658	0,163	0,956
	Seyahat acentesi	7	0,136	0,879		
	Yiyecek-içecek	45	-0,069	1,104		
	Yöresel ürünler ve hediyelik eşya	13	0,017	1,065		
	Konaklama ve yiyecek-içecek	7	0,090	0,606		
	Toplam	78	0,000	1,000		
Tarihi ve Kültürel Çevre Algısı	Konaklama	6	0,179	1,052	1,306	0,276
	Seyahat acentesi	7	0,740	0,574		
	Yiyecek-içecek	45	-0,153	1,104		
	Yöresel ürünler ve hediyelik eşya	13	0,004	0,887		
	Konaklama ve yiyecek-içecek	7	0,084	0,442		
	Toplam	78	0,000	1,000		
Erişilebilirlik	Konaklama	6	-0,367	0,749	0,316	0,866
	Seyahat acentesi	7	-0,137	0,579		
	Yiyecek-içecek	45	0,069	0,957		
	Yöresel ürünler ve hediyelik eşya	13	-0,061	1,124		
	Konaklama ve yiyecek-içecek	7	0,119	1,601		
	Toplam	78	0,000	1,000		

*p<0,05; **p<0,005; ***p<0,001

Çizelge 6.58 (devam). İşletme türüne göre çevreye yönelik özellikler arasında anlamlı bir farkın olup-olmadığını belirlemek için yapılan tek yönlü varyans analizi sonuçları

Faktör	İşletme türü	N	Ortalama	Standart sapma	F	P
Hizmet Sağlayıcılarına Yakınlık	Konaklama	6	0,651	0,824	1,891	0,121
	Seyahat acentesi	7	0,214	0,683		
	Yiyecek-içecek	45	-0,238	0,933		
	Yöresel ürünler ve hediyelik eşya	13	0,164	1,388		
	Konaklama ve yiyecek-içecek	7	0,455	0,585		
	Toplam	78	0,000	1,000		

*p<0,05; **p<0,005; ***p<0,001

7. SONUÇ VE ÖNERİLER

Dünyada olduğu gibi Türkiye'de de turizm endüstrisine yönelik hedefler ve yatırımların arttığı görülmektedir. Bu hedefler doğrultusunda turizme yönelik stratejik eylem planlarının hazırlanması ve kentlerin sahip olduğu doğal, kültürel, tarihi miras alanlarına yönelik olarak hazırlanan turizm gelişim planları da bunu destekler niteliktedir. Türkiye Turizm Stratejisi Eylem Planı doğrultusunda kültür turizmi geliştirilecek marka kentlerden biri olarak görülen Amasya kenti bu konuda çeşitli çalışmalar yaparak turizm yoluyla ekonomik, kültürel ve sosyal bütünleşmenin sağlanmasında kentsel ölçekte markalaşma stratejileri belirleyerek "Amasya Marka Kent Stratejik Kalkınma Planı" hazırlanmıştır. Planda özellikle turizm destinasyonunun dar bir alanda kalmasından hareketle destinasyonun genişletilmesi, turizm türlerinin çeşitliliğinin ve ekonomik gelirin arttırılması önemli hedefler olarak belirlenmiştir.

Sürdürülebilir turizm girişimciliğinin gelişiminde birçok araştırma küçük ölçekli işletmelerin iş imkanı oluşturma ve yerel kalkınmanın en önemli unsurlarından biri olduğuna işaret etmiştir. Farklı ülkelerde yapılan birçok çalışmada küçük ölçekli turizm işletmelerinin yerel iş gücünü harekete geçirdiği sonucuna ulaşılmıştır. Amasya turizm destinasyonunda çalışanların %71.4'ü ve işletme sahiplerinin %73.1'inin Amasyalı olması küçük ölçekli işletmelerin yerel iş gücüne önemli katkı sağladığını ortaya koymaktadır.

Çalışmanın ilk kısmında Amasya turizm destinasyonunda etkili olan girişimcilik faktörleri ve performansa olan etkisi test edilmiştir. Bu kapsamda çalışmayla ilgili ana hipotez "*Turizme yönelik işletmelerin başarısında; çevresel faktörler, kurumsal yapıya bağlı faktörler, işletmeye bağlı faktörler ve girişimciye bağlı faktörler etkili olmaktadır*" Hipotezi test edebilmek amacıyla dört alt hipotez oluşturulmuştur. Bunlardan ilki çevreye yönelik özelliklerle ilişkilidir.

Alt Hipotez: Tarihi ve kültürel çevreyle uyumlu ve erişilebilirliği yüksek olan işletmeler daha başarılı olmaktadır.

Yapılan çalışmalarda girişimciliğe çevrenin etkisi üzerine fazla ampirik çalışma bulunmamaktadır. Mill ve Morrison (1992) turizm destinasyonlarının güçlü olduğu çevrelerin; tarih, kültür, erişilebilirlik ve manzara bileşenlerinden oluştuğunu belirtirken, Smith (1983) çevrenin özelliklerinin sınıflandırılması ve performansa etkisinin belirlenmesi

zor olmaktadır. Bu konuda kapsamlı çalışma yapan Lerner ve Haber (2000) girişim yerinin çekiciliği ile gelir arasında pozitif bir ilişki olduğunu tespit etmiştir.

Alt hipotezi test etmek amacıyla faktör analizi ve korelasyon testi uygulanması sonucunda girişimcilerin çevreye bağlı özelliklerden; ilk sırada ekonomik çevre algısının olduğu bunu sırasıyla tarihi ve kültürel çevre algısı, erişilebilirlik ve hizmet sağlayıcılarına yakınlık takip etmektedir. Özellikle tarihi ve kültürel çevre ilişkisi bakımından girişimcilerin algısı; yeni turizm alanlarına ihtiyacın arttığını, doğal ve kültürel miras alanlarının korunduğunu, yerel kimlik ve kültürün güçlendiği belirtilirken, erişilebilirlik kapsamında da manzara noktalarına yakınlık, tarihi, doğal güzelliklere yakınlık, turist dolaşım güzergahı üzerinde yer alması önemli faktörler olarak görülmüştür.

Gelir ve karlılık bakımından tarihi ve kültürel çevre algısı ile erişilebilirlik faktörlerinin performansa etkisi incelendiğinde; tarihi ve kültürel çevre algısının gelir ve karlılığa direkt olarak etkisi olmadığı tespit edilmiştir. Ancak tarihi ve kültürel çevrenin işletmelerin tanıtım ve pazarlamalarına önemli derecede etkilediği belirlenmiştir. Bu da işletmelerin sürdürülebilirliğinde faktörlerin birbirine etkisi olabileceğini göstermektedir. Erişilebilirliğin performansa etkisi test edildiğinde gelir ve karlılık üzerinde direkt olarak bir etkisi olmamaktadır. Bu kapsamda tarihi ve kültürel çevre algısı ile erişilebilirlik turizm işletmeleri için etkili faktörlerden olmasına rağmen gelir ve karlılık açısından işletmelerin performansını direkt olarak etkilememektedir.

İkinci alt hipotez kurumsal yapıya bağlı özelliklerle ilişkilidir.

Alt Hipotez: Kurumsal yapıya bağlı özelliklerden finansal destek ve danışmanlık desteği alan turizm işletmelerinin başarısı artmaktadır.

Turizm girişimciliği performansı üzerine finansal kaynak kullanımı ve danışmanlık desteği etkisi üzerine yapılan çalışmalarda ; Q'Farrell (1986), Lerner (1989), Lerner ve Haber (2000) dış destek almanın performansı olumlu etkilediğini belirtirken, Westhead (1992) gelir açısından önemli bir farklılık olmadığını tespit etmiştir.

Alt hipotezi test etmek amacıyla yapılan değerlendirme sonucunda Amasya'daki turizm işletmelerinin %74,5'inin kendi birikimi ile işletmelerini açtıkları belirtilirken sadece %5,5'inin devlet desteğinden yararlandığı gözlenmektedir. Yapılan betimleyici analizler

finansal destek ve danışmanlık desteği farkındalığının çok düşük olduğunu göstermektedir. Sürdürülebilir turizm girişimciliğini etkileyen faktörler arasında %41 varyans oranıyla finansal desteklerden yararlanma birinci sırada, danışmanlık desteğinden yararlanma %28'lik varyans oranıyla ikinci sırada etkili olmaktadır. Bu göstergelerde her iki faktörün sürdürülebilir turizm girişimciliğinde önemli olduğunu ortaya koymaktadır.

Gelir ve karlılık bakımından finansal destek ve danışmanlık desteği faktörlerinin performansa etkisi incelendiğinde finansal desteklerden yararlanmanın karlılığı pozitif etkilediği sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca finansal destek kullanımının işletmelerin başarısını etkileyen ekonomik etmenler üzerinde de etkisi bulunmaktadır. Finansal desteklerin sağlanması durumunda ekonomik zorlukların ortadan kalkabileceği korelasyon testi sonucunda belirlenmektedir. Danışmanlık desteklerinden yararlanmanın ise direkt olarak performansa etkisi olmamaktadır. Ancak danışmanlık desteği alan işletmelerin tanıtım ve pazarlama faktörü üzerinde önemli bir etkisi olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bu da çeşitli eğitimler aracılığıyla tanıtım ve pazarlama faaliyetlerinin daha iyi yapılabileceğini göstermektedir.

Üçüncü alt hipotez işletmeye yönelik özelliklerle ilgilidir.

Alt Hipotez: İşletmelerin tanıtım ve pazarlama faaliyetlerindeki yenilik anlayışı performansı olumlu etkilemektedir.

Günümüzde yapılan birçok çalışma yenilik kavramı üzerinde durmaktadır. Turizm girişimciliğinde yenilik kavramı değişen ve gelişen koşullara karşı ayak uydurma, yenilikçi fikirler ve farklılık oluşturma olarak ele alınmıştır. İşletmelerin tanıtım ve pazarlamada kullandıkları araçlar ve işbirlikleri önemli olmaktadır. Lerner ve Haber (2000) hizmet çeşitliliğinin başarıyı olumlu etkilediğini belirtirken , Chenk ve Piccoli (2002) , Anckar ve Walden (2001) ise teknolojiye ayak uydurmanın performansı ve talebi arttırdığını belirtmişlerdir.

Hipotezi test etmek amacıyla yapılan faktör analizi sonucunda; tanıtım ve pazarlama faaliyetlerinin işletmeyi etkileyen faktörlerden olduğu tespit edilmiştir. Ancak gelir ve karlılık bakımından tanıtım ve pazarlama faaliyetleri direkt olarak performansı etkilememektedir. Tanıtım ve pazarlama faaliyetlerindeki etkinlik, girişimci özelliğinin gelişmesine katkıda bulunmaktadır.

Dördüncü alt hipotez girişimciye yönelik özelliklerle ilgilidir.

Alt Hipotez: İşletmenin açılmasında ve başarısının artmasında yetenek ve risk alma faktörü önemli rol oynamaktadır.

Günümüzdeki çalışmaların birçoğu girişimciliği, girişimcinin sosyo-demografik özellikleri, ailenin işletme geçmişi, motivasyon, yetenek ve risk alma faktörleri üzerinden değerlendirmektedir. Mckercher ve Robins (1998) iş yeteneğinin yönetim becerisi ve girişimcinin bilgi düzeyi olarak tanımlarken, eksik olması durumunda başarının da düşük olacağını belirtmiştir. Aynı şekilde Lerner ve Almor (2002), Hood ve Young (1993), Ahoroni ve diğerleri (1978), Litzinger (1965) risk almanın girişimciliğin başlamasında ve sürdürülebilirliğinde önemli bir faktör olduğunu belirtmişlerdir. Yetenek ve risk alma faktörü girişimciye yönelik özellikler arasında varyans oranı bakımından ilk sırada yer alırken, gelir ve karlılık açısından performansa direkt olarak etkisi bulunmamaktadır.

Test sonuçları ışığında sürdürülebilir turizm girişimciliğinde; turizm girişimciliği çevresel özellikler, kurumsal yapı özellikleri, işletmeye yönelik özellikler ve girişimciye yönelik özellikler etkilemektedir. Bu sonuçla ana hipotez doğrulanmaktadır. Ancak gelir ve karlılık bakımından sadece finansal desteklerden yararlanma faktörünün etkilediği görülmüştür. Çıkan sonuç itibarıyla sürdürülebilirliği sağlamada performans ölçütü olarak gelir ve karlığın tek bir ölçüt olarak değerlendirmenin mümkün olmadığını göstermiştir. Sürdürülebilir turizm girişimciliğinin sağlanmasında faktörlerinde birbirine etkisi olduğu sonucu ortaya çıkmıştır.

Çalışmanın ikinci kısmı ise işletmelerin verdikleri hizmetlerin türüne göre faktörlerin anlamlı bir farklılık olup olmadığının belirlenmesine yöneliktir. Bu kapsamda ikinci ana hipotez şu şekildedir;

İşletmenin verdiği hizmetlere göre turizm girişimciliği faktörleri farklılaşmaktadır.

Yapılan tek yönlü varyans analizi sonucunda girişimciye yönelik özelliklerden yetenek ve risk alma faktörünün; konaklama ve yiyecek içecek hizmetini birlikte veren işletmelerle sadece yiyecek içecek hizmeti veren işletmeler arasında anlamlı bir farklılığın olduğu, işletmeye bağlı faktörlerden; tanıtım ve pazarlama faaliyetleri, tamamlayıcı ve tedarikçi şirketler faktörleri için işletmeler arasında anlamlı bir farklılık olduğu tespit edilirken, kurumsal yapı ve çevreye yönelik özellikler bakımından işletmeler arasında anlamlı bir

farklılık göstergesinin olmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Bu bağlamda işletmenin türü; girişimci ve işletme özelliklerinden (yetenek ve risk alma, tanıtım ve pazarlama, tamamlayıcı ve tedarikçi şirketler) farklı düzeylerde etkilenirken, çevreye ve kurumsal yapıya bağlı özelliklerden işletmelerin etkilenme düzeyleri aynı olmaktadır.

Yapılan testler ve değerlendirmeler sonucunda çeşitli öneriler geliştirilmiştir;

Sürdürülebilir turizm girişimciliğinin sağlanmasında tek bir açıdan ele alınan faktörler gerçeği tam olarak yansıtmamaktadır. Bütüncül bir çerçevede çevre, kurumsal yapı, işletme özelliği ve girişimci özelliği bütün olarak ele alınmalıdır. Yapılan bu araştırma ve önceki çalışmalar, turizm girişimciliğinde etki olan faktörlerin mekana göre farklılaşabileceği gibi, faktörlerin etki düzey ve yönlerinin de çalışma yapılan alanın özelliğine göre değişebileceğini göstermiştir.

Bütüncül değerlendirmeler de sorunun çözümünde veya tespit edilmesinde zorluklar gösterebilmektedir. Ancak yapılan bu çalışmada istatistiki açıdan testlerin uygunluğu test edilip önem dereceleri de ortaya konulmuştur. Bu bağlamda Amasya turizm destinasyonunda öncelikli olarak kurumsal olarak oluşturulan veya oluşturulacak olan desteklerin tanıtımının sağlanarak; girişimciliğe yönelecek veya işletmenin ihtiyaçlarını karşılamak amacıyla başvuracak kişilerin farkındalığının sağlanması esas olmalıdır. Burada da öncelikle danışmanlık desteklerinin eğitim amacının yanı sıra finansal desteklerin tanıtımının yapılmasında da kullanılması farkındalığı arttıracaktır. Ayrıca bu tür hizmetler sadece işletmeyi açmaya karar veren girişimcilere yönelik değil, toplumun tüm kesimlerine tanıtımı yapılarak bilgilendirilmelidir.

Turizm endüstrisinin beslendiği çevre ve onun bileşenleri girişimcilikte etkili olmaktadır. Bu bağlamda turizm altyapısı ve üstyapısına yönelik gerekli yatırımların yerel ve merkezi yönetimler tarafından sağlanması gereklidir. Yapılan yatırımların tarihi, kültürel, doğal ve mimari özelliklerin dikkate alınarak gerçekleştirilmesi esas olmalıdır.

Yapılan çalışma işletmeyi açmaya karar veren girişimcilerin çoğunun turizm dışındaki farklı meslek disiplininden geldiğini göstermektedir. Bu kapsamda girişimciler yeniliklere ayak uydurarak rekabet ortamında kendini ve işletmeyi geliştirmeyi ön planda tutmalıdır.

İşletmeye yönelik olarak vizyon ve hedefleri belirleyerek gerekli planları işletmenin kuruluş aşamasında hazırlamalıdır.

Turizm girişimciliğinin önemi ve literatürde yeterli çalışma bulunmamasından dolayı; önerilen kavramsal ve metodolojik ereve doğrultusunda turizm türleri farklı kentlerin ve aynı turizm türünden beslenen farklı yerler üzerinde yapılan karşılaştırmalı analizlerle girişimcilik faktörlerinin değişiklik gösterip göstermediği incelenebilir.

KAYNAKLAR

- Aharoni, Y., Maimon, Z., and Segev, E. (1978). Performance and autonomy in organizations determining dominant environmental components. *Management Science* , 24(9), 949-959.
- Alsos, G. A., Ljunggren, E., Borch, O. J., and Madsen, E. L. (2007). *Dynamic Capabilities – Conceptualization and Operationalization* . The Academy of Management Conference, USA, Anaheim
- Altanlar, A.(2015). *Kültür turizmini geliştirme kapasitesinin ölçülmesinde kavramsal bir model ve yöntem denemesi; İstanbul Boğaziçi örneği*. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Yıldız Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul
- Amasya Valiliği (2007). *Amasya Kültür Envanteri*, Ankara: Uyum Ajans
- Ankar, B., and Walden, P. (2001). Introducing Web technology in a small peripheral hospitality organization. *International Journal of Contemporary Hospitality Management* , 13(5), 241-250.
- Angelevska-Najdeska, K., and Rakicevik, G. (2012). Planning of Sustainable Tourism Development. *Procedia* ,(44), 210-220.
- Angelkova, T., Koteski, C., Jakovlev, Z., and Mitrevska, E. (2012). Sustainability and Competitiveness of Tourism. *Social and Behavioral Sciences* , (44), 221-227.
- Arat, T., ve Summak, M.E., (2017). Sürdürülebilir turizm'de konaklama işletmeleri çalışanlarının iletişim becerilerinin değerlendirilmesi, *Selçuk Üniversitesi Sosyal ve Teknik Araştırmalar Dergisi*, (14), 219-231
- Ateljevic, J., and Li, L. (2009). Tourism Entrepreneurship – Concepts and Issues. In J. Ateljevic, and S. J. Page (Eds.), *Tourism and Entrepreneurship: International Perspective*. Oxford: Butterworth-Heinemann, 9-32
- Ateljevic, J., and Page, S. (2009). Introduction. In J. Ateljevic, and S. Page (Eds.), *Tourism and Entrepreneurship:International Perspectives*. Oxford: Butterworth-Heinemann, 1-6
- Ballantine, J. W., Cleveland, F. W., and Koeller, C. T. (1992). Characterizing profitable and unprofitable strategies in small and large businesses. *Journal of Small Business Management* , 5(2), 13-24.
- Banks, M. C. (1991). Location decisions of rural new ventures. *Frontiers of entrepreneurship research* , 1(1), 363-377.
- Basu, A., and Goswami, A. (1999). Determinants of South Asian Entrepreneurial Growth in Britain: A Multivariate Analysis. *Small Business Economics* ,13(1), 57-70.

- Berman, J. A., Gordon, D. D., and Sussmann, G. (1997). A study to determine the benefits small business firms derive from sophisticated planning versus less sophisticated types of planning. *Journal of Business and Economic Studies* , 3(3), 1-11.
- Bird, B. (1995). Toward a Theory of Entrepreneurial Competency. In J. A. Katz, and R. H. Brockhaus (Eds.), *Advances in Entrepreneurship, Firm Emergence and Growth*. Greenwich: JAI Press, 51-72
- Birley, S., and Westhead, P. (1992). A comparison of new firms in assisted and non-assisted areas in Great Britain. *Entrepreneurship and Regional Development*, 4(4), 299-338.
- Bosma, N., and Harding, R. (2007). *Global entrepreneurship monitor: GEM 2006 results*. UK: Babson College , 1-32
- Brockhaus, R. H. (1980). Risk Taking Propensity of Entrepreneurs. *Academy of Management* , 23(3), 509-520.
- Brownlie, D. (1994). Market opportunity analysis: A Diy approach for small tourism enterprises. *Tourism Management* (15), 37-45.
- Brush, E. G. (1993). Human resources for agricultural research: Issues for the 1990s. *Public Administration and Development* , (13), 295-305.
- Büyükşalvarcı, A., Şapcılar, M. C., ve Bayrakçı, S. (2016). Kalkınma Planları Kapsamında Turizm Endüstrisinin Değerlendirilmesi. *Sosyal ve Teknik Araştırmalar Dergisi* , 186-201.
- Carlisle, S., Kunc, M., Jones, E., and Tiffin, S. (2013). Supporting innovation for tourism development through multi-stakeholder approaches: Experiences from Africa. *Tourism Management* (35), 59-69.
- Chell, E. (2008). *The entrepreneurial personality: a social construction*. USA: Routledge, 1-313
- Chell, E., and Baines, S. (1998). Does gender affect business 'performance'? A study of microbusinesses in business services in the UK. *Entrepreneurship and Regional Development* , 10(2), 117-135.
- Chen, L., and Wallace, M. (2011). Multiskilling of Frontline Managers in the Five Star Hotel Industry in Taiwan. *Research and Practice in Human Resource Management*, 19(1), 25-37.
- Cheng, C., and Piccoli, G. (2002). Web-Based Training In The Hospitality Industry: A Conceptual Definition, Taxonomy, And Preliminary Investigation. *International Journal of Hospitality Information Technology* , 21(1), 19-33.
- Cohen, B., and Winn, M. I. (2007). Market imperfections, opportunity and sustainable entrepreneurship. *Journal of Business Venturing* (22), 29-49.
- Conti, T. (2006). Quality thinking and systems thinking. *The TQM Magazine* , 297-308.

- Cooper, A. C., Gimeno-Gascon, J. F., and Woo, C. Y. (1994). Initial human and financial capital as predictors of new venture performance. *Journal of Business Venturing* , 9(5), 371-395.
- Cooper, A. C., Woo, C. Y., and Dunkelberg, W. C. (1988). Entrepreneurs' perceived chances for success. *Journal of Business Venturing* , 3(2), 97-108.
- Cornelissen, S. (2005). Producing and imaging 'place' and 'people': the political economy of South African international tourist representation. *Review of International Political Economy* , 12(4), 674-699.
- Correia, R., and Brito, C. (2014). Mutual influence between firms and tourist destination: a case in the Douro Valley. *International Review on Public and Nonprofit Marketing* , 1 (17), 38-43.
- Cressy, R. (2006). Why do Most Firms Die Young? *Small Business Economics* , 26(2), 103-116.
- Crnogaj, K., Rebernik, M., Hojnik, B. B., and Gomezelj, D. O. (2014). Building a Model Of Researching The Sustainable Entrepreneurship in The Tourism Sector. *Emerald Insight* (43), 377-394.
- Dahles, H., and Bras, K. (1999). Entrepreneurs in Romance. *Annals of Tourism Research* , 26(2), 267-293.
- Davidson, D. (1991). Three varieties of knowledge. In A. P. Griffiths (Ed.), *Memorial essays*. Cambridge: Cambridge University Press, 153-166
- De Bruin, A., Brush, C. G., and Welter, F. W. (2007). Advancing a Framework for Coherent Research on Women's Entrepreneurship . *Entrepreneurship Theory and Practice* , 31(3), 323-339.
- Di Benedetto, C. A., and Bojanic, D. C. (1993). Tourism area life cycle extensions. *Annals of Tourism Research* , 20(3), 557-570.
- Diaz-Garcia, M. C., and Jimenez-Moreno, J. (2010). Entrepreneurial intention:The role of gender. *International Entrepreneurship and Management Journal* , 6(3), 261-283.
- Dredge, D., and Jenkins, J. (2007). *Tourism Planning and Policy*. Brisbane: John Wiley and Sons, 40-45
- Duchesneau, D. A., and Gartner, W. B. (1990). A profile of new venture success and failure in an emerging industry. *Journal of Business Venturing* , 5 (5), 297-312.
- Dwyer, L., and Kim, C. (2003). Destination Competitiveness: Determinants and Indicators. *Current Issues in Tourism* , 6(5), 369-414.
- Echtner, C. M. (1995). Entrepreneurial Training in Developing Countries. *Annals of Tourism Research* , 22(1), 119-134.

- Elliott, R. K. (1977). Education and Justification. *Journal of Philosophy of Education* , 11(1), 7-27.
- Enlil, Z., Dinçer, İ., Evren, Y., ve Seçkin, E. (2011). *İstanbul'da Kültür Turizmi İçin Yenilikçi Stratejiler*. İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Field, A. (2002). *Discovering Statistics Using SPSS*. London: Sage Publications Ltd.
- Fielden, S. L., Davidson, M. J., and Makin, P. J. (2000). Barriers encountered during micro and small business start-up in North-West England. *Journal of Small Business and Enterprise Development* , 7(4), 295-304.
- Fleischer, A. (1999). Incentive programs for rural tourism in Israel: A tool for promoting rural development. In D. Shefer, and P. Rietveld (Eds.), *Regional development in an age of structural economic change*. Aldershot: Ashgate, 97-110
- Fleischer, A., and Felsenstein, D. (2004). Short-Run Output and Employment Effects Arising from Assistance to Tourism SMEs:Evidence from Israel. In R. Thomas (Ed.), *Small Firms in Tourism International Perspectives*. Oxxford: Lane Kidlington, 71-81
- Fleischer, A., and Felsenstein, D. (2000). Support for small-scale rural tourism: Does it make a difference? *Annals of Tourism Research* , 27(4), 1007-1024.
- Fridgen, D.J. (1984). Environmental psychology and tourism . *Annals of Tourism Research*, 11(1), 19-39.
- Gapp, R., and Fisher, R. (2007). Developing an intrapreneur-led three-phase model of innovation. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research* , 13(6), 330-348.
- Gardner, K., and Lewis, D. (1996). *Anthropology, Development and the Post-Modern Challenge*. London: Pluto.
- Gartner, W. B. (1990). What are we talking about when we talk about entrepreneurship? *Journal of Business venturing* , 5(1), 15-28.
- Gartner, W. C. (2004). Factors Affecting Small Firms in Tourism. In R. Thomas (Ed.), *Small Firms in Tourism International Perspectives*. Oxford: Lane Kidlington, 35-51
- Getz, D. (1993). Planning for tourism business districts. *Annals of Tourism Research* , 20(3), 583-600.
- Glancey, K., and Pettigrew, M. (1997). Entrepreneurship in the small hotel sector. *International Journal of Contemporary Hospitality Management* , 9(1), 21-24.
- Greve, A., and Saleff, J. V. (2003). Social Networks and Entrepreneurship. *Entrepreneurship* , 28(1), 1-22.
- Haber, S., and Reichel, A. (2005). Identifying Performance Measures of Small Ventures-The Case of the Tourism Industry. *Journal of Small Business Management* ,43(3), 257-286.

- Haber, S., and Reichel, A. (2007). The cumulative nature of the entrepreneurial process: The contribution of human capital, planning and environment resources to small venture performance. *Journal of Business Venturing* (22), 119-145.
- Hall, C. M. (1996). *Tourism and Politics: Policy, Power and Place*. England: Wiley.
- Hall, C. M. (2000). *Tourism Planning: Policies, Processes and Relationships*. Sao Paulo: Editora Contexto.
- Hassan, S. (2000). Determinants of Market Competitiveness in an Environmentally Sustainable Tourism Industry. *Journal of Travel Research* , 38(3), 239-245.
- Hillary, R. (2000). *Small and Medium Sized Enterprises and The Environment*. Sheffield: Greenleaf.
- Hood, J. N., and Young, J. E. (1993). Entrepreneurship's Requisite Areas of Development: A Survey of Top Executives in Successful Entrepreneurial Firms. *Journal of Business Venturing* , 8(2), 115-135.
- Hunger, J. D., and Wheelen, T. L. (1996). *Strategic Management*. Reading: Addison-Wesley.
- Hussain, M. H., and Ismail, H. N. (2016). *Different Perspectives on Small Tourism Firms in Malaysia*. International Social Science and Tourism Research Conference (ISSTRC 2016) . Malaysia Faculty of Built Environment Universiti Teknologi, Malaysia.
- Ibeh, K. I. (2004). Furthering export participation in less performing developing countries: The effects of entrepreneurial orientation and managerial capacity factors. *International Journal of Social Economics* , 31(1), 94-110.
- İnternet: Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü (2018). URL: <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/>, Son Erişim Tarihi: 22.07.2019
- İnternet: Devlet Planlama Teşkilatı (1963). Birinci Beş Yıllık Kalkınma Planı 1963-1967, URL: [Birinci-Beş-Yıllık-Kalkınma-Planı-1963-1967.pdf](#), Son Erişim Tarihi: 13.06.2019
- İnternet: Devlet Planlama Teşkilatı (1968). İkinci Beş Yıllık Kalkınma Planı 1968-1972, URL: [İkinci-Beş-Yıllık-Kalkınma-Planı-1968-1972.pdf](#), Son Erişim Tarihi: 13.06.2019
- İnternet: Devlet Planlama Teşkilatı (1973). Üçüncü Beş Yıllık Kalkınma Planı 1973-1977, URL: [Üçüncü -Beş-Yıllık-Kalkınma-Planı-1973-1977.pdf](#), Son Erişim Tarihi: 13.06.2019
- İnternet: Devlet Planlama Teşkilatı (1979). Dördüncü Beş Yıllık Kalkınma Planı 1979-1983, URL: [Dördüncü -Beş-Yıllık-Kalkınma-Planı-1979-1983.pdf](#), Son Erişim Tarihi: 13.06.2019

İnternet: Devlet Planlama Teşkilatı (1985). Beşinci Beş Yıllık Kalkınma Planı 1985-1989, URL: [Beşinci -Beş-Yıllık-Kalkınma-Planı-1985-1989.pdf](#), Son Erişim Tarihi:13.06.2019

İnternet: Devlet Planlama Teşkilatı (1990). Altıncı Beş Yıllık Kalkınma Planı 1990-1994, URL: [Altıncı -Beş-Yıllık-Kalkınma-Planı-1990-1994.pdf](#), Son Erişim Tarihi:13.06.2019

İnternet: Devlet Planlama Teşkilatı (1996). Yedinci Beş Yıllık Kalkınma Planı 1996-2000, URL: [Yedinci -Beş-Yıllık-Kalkınma-Planı-1996-2000.pdf](#), Son Erişim Tarihi:13.06.2019

İnternet: Devlet Planlama Teşkilatı (2000). Sekizinci Beş Yıllık Kalkınma Planı 2001-2005, URL: [Sekizinci -Beş-Yıllık-Kalkınma-Planı-2001-2005.pdf](#), Son Erişim Tarihi:13.06.2019

İnternet: Devlet Planlama Teşkilatı (2007). Dokuzuncu Beş Yıllık Kalkınma Planı 2007-2013, URL:[Dokuzuncu-Beş-Yıllık-Kalkınma-Planı-2007-2013.pdf](#), Son Erişim Tarihi:13.06.2019

İnternet: Futourism(2017). URL: [fuourismcongress.com/ftp/dosyalar/Futourism2017.pdf](#), Son Erişim Tarihi: 03.05.2019

İnternet: GİSEP (2014). Türkiye Girişimcilik Stratejisi ve Eylem Planı 2015-2018, URL:<https://www.kosgeb.gov.tr/> , Son Erişim Tarihi: 06.05.2019

İnternet: Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeleri Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı (2015). URL: [2015YılıFaaliyetRaporu,B1_Faaliyet_Raporu.pdf](#), Son Erişim Tarihi: 10.06.2019

İnternet: Orta Karadeniz Kalkınma Ajansı (2015). Amasya Marka Kent Stratejik Kalkınma Planı, URL: <https://www.oka.org.tr/>, Son Erişim Tarihi:15.06.2019

İnternet: Orta Karadeniz Kalkınma Ajansı (2018). Amasya Kültür ve Turizm Sektörel Eylem Planı,URL:https://www.oka.org.tr/Documents/Amasya_Kultur_ve_Turizm_Eylem_Planı.pdf, Son Erişim Tarihi:08.05.2019

İnternet: Kültür ve Turizm Bakanlığı (2018). Turizm İstatistikleri-Haziran 2019 Sınır Bülteni, URL: <https://yigm.ktb.gov.tr/TR-9851/turizm-istatistikleri.html>, Son Erişim Tarihi: 10.06.2019

İnternet: Kültür ve Turizm Bakanlığı (2007) Türkiye Turizm Stratejisi 2023 Eylem Planı 2007-2013, URL:<https://www.ktb.gov.tr/Eklenti/906,ttstratejisi2023pdf.pdf?0>, Son Erişim Tarihi:10.06.2019

İnternet: World Travel and Tourism Council (2001).The Comparative Economic Impact of Travel Tourism, URL: <https://www.wttc.org/>, Son Erişim Tarihi:06.05.2019

Jorna, R. (2006). *Sustainable Innovation – the Organisational, Human and Knowledge Dimension*. Greenleaf: Sheffield.

- Karabulut, A. T. (2009). Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Özelliklerini ve Eğilimlerini Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma. *Marmara Üniversitesi, İ.İ.B.F. Dergisi* , 331-356.
- Keogh, P. D., and Polonsky, M. (1998). Environmental Commitment: A Basis for Environmental Entrepreneurship? *Journal of Organizational Change Management* , 11(1), 38-49.
- Kernel, P. (2005). Creating and Implementing a Model for Sustainable Development in Tourism and Enterprises. *Journal of Cleaner Production* , 13(2), 151-164.
- King, R. G., and Levine, R. (1993). Finance, entrepreneurship and growth theory and evidence. *Journal of Monetary Economics* , 32(3), 513-542.
- Kolvereid, L. (1996). Prediction of Employment Status Choice Intentions. *Entrepreneurship Theory and Practice* , 21(1), 47-58.
- Kristiansen, S., Furuholt, B., and Wahid, F. (2003). Internet cafe entrepreneurs: pioneers in information dissemination in Indonesia. *The International Journal of Entrepreneurship and Innovation* , 4(4), 251-263.
- Kyrö, P. (2001). To grow or not to grow? Entrepreneurship and sustainable development. *The International Journal of Sustainable Development and World Ecology* , 8(1), 15-28.
- Lerner, M., and Almor, T. (2002). Relationships among Strategic Capabilities and the Performance of Women-Owned Small Ventures. *Journal of Small Business Management* , 40(2), 109-125.
- Lerner, R. M. (1989). Developmental contextualism and the life-span view of person-context interaction. In M. H. Bornstein, and J. S. Bruner (Eds.), *rosscurrents in contemporary psychology. Interaction in human development*. US: Lawrence Erlbaum Associates, 217-239
- Lerner, M., and Haber, S. (2000). Performance factors of small tourism ventures: The interface of tourism, entrepreneurship and the environment. *Journal of Business Venturing* , 16(1), 77-100.
- Litzinger, W. D. (1965). Interpersonal values and leadership attitudes of branch bank managers. *Personnel Psychology* , 18(2), 193-198.
- Lumpkin, G. T., and Gregory, G. D. (1996). Clarifying the Entrepreneurial Orientation Construct and Linking It to Performance. *The Academy of Management Review* , 21(1), 135-172.
- Lundberg, D. E., Krishnamoorthy, M., and Stavenga, M. H. (1995). *Tourism*. USA: John Wiley and Sons.
- Mair, J., and Martí, I. (2006). Social entrepreneurship research: A source of explanation, prediction, and delight. *Journal of World Business* , 41(1), 36-44.

- Mckercher, B., and Robbins, B. (1998). Business Development Issues Affecting Nature-based Tourism Operators in Australia. *Journal of Sustainable Tourism*, 6(2), 173-188.
- Mihalic, T. (2000). Environmental management of a tourist destination : a factor of tourism competitiveness. *Tourism Management* (21) , 65-78.
- Mill, R. C., and Morrison, A. M. (1992). *The Tourism System: An Introductory Text* . New Jersey.
- Morrison, A., and Teixeira, R. (2004). Small business performance: A tourism sector focus. *Journal of Small Business and Enterprise Development* , 11(2), 166–173.
- Morrison, A., Carlsen, J., and Weber, P. (2010). Small tourism business research: Change and evolution. *International Journal of Tourism Research* , 12(6), 739–749.
- Mowforth, M., and Munt, I. (1998). *Tourism and Sustainability*. London: Routledge.
- Nejati, M., and Amram, A. (2013). Corporate social responsibility terminologies in small businesses: Insights from Malaysia. *Business Strategy Series* , 14(1), 11-14.
- O'Farrell, P. (1986). The nature of new firms in Ireland: Empirical evidence and policy implications. In D. Keele, and E. Wever (Eds.), *New firms and Regional Development in Europe*. London : Croom Helm, 151-183
- Quesada, L.L (2005). *The role of provincial government support in the development of black-owned small tourism businesses in the city of Cape Town*. Unpublished Master's Thesis, University of the Western Cape, Faculty of Economic and Management Sciences, South Africa
- Oppermann, M. (1996). Visitation of tourism attractions and tourist expenditure patterns: Repeat versus first-time visitors. *Asia Pacific Journal of Tourism Research* , 1(1), 61-68.
- Oxborrow, L., and Brindley, C. (2013). Adoption of "eco-advantage" by SMEs: Emerging opportunities and constraints. *European Journal of Innovation Management* , 16(3), 355-375.
- Özdamar, K. (2004). *Paket Programlar İle Veri Analizi*. Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.
- Özdemir, S., Ersöz, H., ve Sarioğlu, H. (2011). Küçük Girişimciliğin Artan Önemi Ve Kobi'lerin Türkiye Ekonomisindeki Yeri. *Sosyal Siyaset Konferansları Dergisi* , (53), 173-230.
- Page, S. B. (2001). *Tourism: A Modern Synthesis*. London: Thomson Learning.
- Page, S., Brunt, P., Busby, G., and Connell, J. (2001). *Tourism: A Modern Synthesis*. UK:Cengage Learning Business Press; 1 edition.
- Pastakia, A. (1998). Grassroots ecopreneurs: change agents for a sustainable society. *Journal of Organizational Change Management* , 11(2), 157-173.

- Pearce, P. L. (1996). Recent research in tourist behaviour. *Asia Pacific Journal of Tourism Research* , 1(1), 7-17.
- Peters, M., and Pikkemaat, B. (2006). Innovation in Tourism. *Journal of Quality Assurance in Hospitality and Tourism* , 6(3), 1-6.
- Pinchot, G. (1985). *Intrapreneuring*. New York: Harper and Row.
- Pişkinsüt, E., (2011). Girişimciliğin Türkiye'deki Ekonomik Kalkınmaya Etkileri: Kobi Örneği, *Sosyoloji Araştırmaları Dergisi*, 14(2), 95-116
- Porter, M. E. (2001). Strategy and the Internet. *Harvard business review* , 79(3), 62-78.
- Porter, M. E., and Linde, C. V. (1995). Toward a New Conception of the Environment-Competitiveness Relationship. *Journal of Economic Perspectives* , 9(4), 97-118.
- Prahalad, C. K. (2005). Learning to Lead. *The Journal for Decision Makers* , 30(2), 1-10.
- Reichel, A., and Haber, S. (2005). A three-sector comparison of the business performance of small tourism enterprises: An exploratory study. *Tourism Management* , 5 (26), 681-690.
- Reynolds, P., Miller, B., and Maki, W. (1993). Regional characteristics affecting business volatility in the United States. In C. Karlsson, B. Johannisson, and D. Storey (Eds.) *Small Business International, National and Regional Perspective Dynamics*. London: Routledge.
- Ritchie, B., and Crouch, G. I. (2000). The competitive destination: A sustainability perspective. *Tourism Management* , 21(1), 1-7.
- Robins, P. (1998, October). Potential Research into Wine Tourism." Wine Tourism -Perfect Partners. *Proceedings of the First Australian Wine Tourism Conference*. Bureau of Tourism Research.
- Robinson, P. B., and Sexton, E. A. (1994). The effect of education and experience on self-employment success. *Journal of Business Venturing* , 9(2), 141-156.
- Ronstadt, R. (1984). *Entrepreneurship: Text, Cases & Notes*. Virginia: Lord Publications.
- Sampaio, A., Font, X., and Thomas, R. (2012). Why Are Some Engaged and Not Others? Explaining Environmental Engagement among Small Firms in Tourism. *International Journal of Tourism Research* , 14(3), 235-249.
- Sarder, J. H., Ghosh, D., and Rosa, P. (1997). The importance of support services to small enterprise in Bangladesh. *Journal of Small Business Management* , 7(1), 26-56.
- Schaltegger, S., and Wagner, M. (2011). Sustainable Entrepreneurship and Sustainability Innovation: Categories and Interactions. *Business Strategy and the Environment* (20), 222-237.

- Schaper, M., and Carlsen, J. (2004). Overcoming the Green Gap: Improving the Environmental Performance of Small Tourism Firms in Western Australia. In R. Thomas (Ed.), *Small Firms in Tourism International Perspectives*. Oxford: Lane Kidlington, 197-214
- Scheyvens, R., and Russell, M. (2012). Tourism and poverty alleviation in Fiji: comparing the impacts of small- and large-scale tourism enterprises. *Journal of Sustainable Tourism* , 20(3), 417-436.
- Schumpeter, J. A. (1934). *The theory of economic development*. Cambridge: Harvard University Press, 1-255
- Seonghee, C., Woods, R. H., Jang, S., and Erdem, M. (2006). Measuring the impact of human resource management practices on hospitality firms' performances. *International Journal of Hospitality Management* , 25(2), 262-277.
- Sert, A.N., ve Şahbaz, R.P. (2017). Turist bakış açısıyla destinasyon rekabet gücünün belirlenmesinde sosyo-demografik özelliklerin etkisine yönelik bir araştırma, *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 5(3), 74-92
- Set, K. (2013). *Determining The Key Success Factors of Tourism Small and Medium-Sized Enterprises*. Unpublished Doctoral Thesis, Newcastle Business School, University of Newcastle, Australia
- Shane, S. (2004). A General Theory of Entrepreneurship:The Individual–Opportunity Nexus. *International Small Business Journal* , 22(2), 206-216.
- Sinha, T. N. (1996). Human Factors in Entrepreneurship Effectiveness. *The Journal of Entrepreneurship* , 5(1), 23-39.
- Smith, S. (1995). *Tourism Analysis : A Handbook*. New York: Routledge.
- Staber, U. (1997). An ecological perspective on entrepreneurship in industrial districts. *Entrepreneurship and Regional Development* , 9(1), 45-64.
- Tatlıdil, H. (2002). *Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistiksel Analiz*. Ankara: Hacettepe Üniversitesi Yayınları.
- Thomas, R. (2000). Small firms in the tourism industry: Some conceptual issues. *International Journal of Tourism Research*, 2(5), 345-353.
- Thomas, R., and Shaw, G. (2011). Understanding Small Firms in Tourism: A Perspective on Research Trends and Challenges. *Tourism Management* , 32(5), 963-976.
- Thompson, N., Kiefer, K., and York, J. G. (2011). Distinctions not Dichotomies: Exploring Social, Sustainable, and Environmental Entrepreneurship. *Advances in Entrepreneurship, Firm Emergence and Growth* , 201-229.

- Udell, G. G. (1990). Are Business Incubators Really Creating New Jobs by Creating New Businesses and New Products. *The Journal of Product Innovation Management* , 13(2), 108-122.
- Ural, A., ve Kılıç, İ. (2006). *Bilimsel Araştırma Süreci ve Spss İle Veri Analizi*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Uriely, N. (1997). Theories of modern and postmodern tourism. *Annals of Tourism Research* , 4 (24), 982-985.
- Valdez, E. B. (2009). The Socio – Economic Impact Of Tourism . *E-International Scientific Research Journal International Scientific Research Journal International Scientific Research Journal* , 2(11), 25-33.
- Vesper, K. M. (1980). New Venture Planning. *Journal of Business Strategy* , 1(2), 73-75.
- Waite, A. M. (2014). Leadership's influence on innovation and sustainability: A review of the literature and implications for HRD. *European Journal of Training and Development* , 38(1), 15-39.
- Walker, B. (1988). Tourism and conservation: facilitation or competition. In B. Faulkner, and M. Fagence (Eds.), *Frontiers of Australian tourism: The search for new perspective's in policy development research*. Canberra: Bureau of Tourism Research.
- Wanhill, S. (2000). *Creative innovations in attraction development*. 9th Nordic Tourism Research Conference. Denmark.
- Wanhill, S. (2004). Government Assistance for Tourism SMEs: From Theory to Practice. In R. Thomas (Ed.), *Small Firms in Tourism International Perspectives*. Oxford: Lane Kidlington, 53-70
- Wanhill, S. (1999). The economic aspects of location marketing. In T. Baum, and R. Mudambi (Eds.), *Economic and management methods for tourism and hospitality research*. Wiley: Chichester, 148-163
- Wiklund, J. (1999). The Sustainability of the Entrepreneurial Orientation-Performance Relationship. *Entrepreneurship Theory and Practice* , 24(1), 37-48.
- Wilken, P. H. (1979). *Entrepreneurship: A Comparative and Historical Study*. New Jersey: Ablex.
- Zhao, F. (2005). Exploring the synergy between entrepreneurship and innovation. *International Journal of Entrepreneurial Behavior and Research* , 11(1), 25-41.

EKLER

EK-1. Anket soruları

Bu çalışmanın amacı Gazi Üniversitesi Yüksek Lisans tezi kapsamında; Amasya'da ki küçük ölçekli turizm işletmeleri hakkında bilgi sağlamaktır. Anket sonuçları Amasya'da etkili olan girişimcilik faktörlerinin belirlenmesi ve işletmelerin performansına etkisini belirlemeye yardımcı olacaktır. Bilgiler sadece tez kapsamında olup başka amaçlar için kullanılmayacaktır. Katılım sağlayarak değerli vaktinizi ayırdığınız için teşekkür ederim.

A. Girişimciye Yönelik Özellikler

1. Cinsiyet:

☐ Erkek ☐ Kadın

2. Yaşınız:.....

2.1. Girişimciliğe başlama yaşıınız:.....

2.2. Doğum yeriniz neresidir?

3. Eğitim Düzeyi:

	Lütfen işaretleyiniz	Bölümü
İlkokul/İlköğretim		
Ortaokul		
Lise		
Meslek Lisesi		
Yüksekokul		
Üniversite		
Diğer(belirtiniz)		

4. Çalışma Deneyimi

4.1. Önceden turizm sektöründe çalıştınız mı?

☐ Evet ☐ Hayır

4.2. Cevabınız evet ise hangi konumda yer aldığınızı yazınız(konaklama, yiyecek-içecek vb.).....

5. Ailenin İşletme Geçmişi

5.1. Ailenizde geçmişte bu işle uğraşan oldu mu?

☐ Evet ☐ Hayır

5.1.1. Cevabınız evet ise hangi işletme türü? (Konaklama, yiyecek içecek, eğlence vb.).....

5.2. Şu anki işyerinizde ailenizden çalışan var mı?

☐ Evet ☐ Hayır

5.2.1. Cevabınız evet ise kaç kişi olduğunu belirtiniz.....

EK-1.(devam) Anket soruları

6.İş Yeteneği ve Risk Alma: Aşağıdaki tabloda iş yeteneği ve risk alma faktörlerini önem derecesine göre işaretleyiniz.

İfadeler	Güçlü bir şekilde katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Güçlü bir şekilde katılıyorum
Yönetim becerisi, yenilikleri uygulamada ki başarısı gibi iş yetenekleri , girişimcinin performansını olumlu etkilemektedir.					
İşletmeyi açmaya karar vermek, işletmeyi büyütmek gibi risk alma faktörleri işletmenin performansını olumlu etkilemektedir					

7.Motivasyon:

Bu işletmeyi kurmaya karar verdiğinizde motivasyonuzu etkileyen önemli faktörleri önem derecesine göre işaretleyiniz.

	Güçlü bir şekilde katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Güçlü bir şekilde katılıyorum
Kişisel ihtiyaçlarını sağlamak					
Deneyim ve bilgileri kullanmada fırsat					
Turizm endüstrisi fırsatları					
Ailemle birlikte işletmek					
Hükümet desteklerini kullanmak					
Aile veya arkadaşlarının etkisi					
Prestij elde etmek					
Mesleğimin olmaması/iş bulamamak					

EK-1.(devam) Anket soruları

8. İşletmenizin aynı faaliyette bulunan işletmelere karşı geliştirdiği farklı fikirler/yenilikler var mıdır?

İşaretleyiniz

- ☐ İşletmenin fiziki durumuna eklentiler yaptım
- ☐ Ek faaliyetler ekledim
- ☐ Ürün çeşitliliğini arttırdım
- ☐ Reklam için promosyon yaptım
- ☐ Çevre duyarlı uygulamalar yaptım
- ☐ Toplumsal sorumluluk projeleri geliştirdim

9. İşletmenizi uzun dönemde düşündüğünüzde aşağıdakilerin hangisini söyleyebilirsiniz

- ☐ Uzun süre aynı faaliyeti sürdüremem, başka bir faaliyet alanına geçerim; örneğin.....
- ☐ Tüm gelecek nesiller devam ettirebilir
- ☐ Belirsizlik dönemleri çok yaşandığı için belirtmek zor
- ☐ Aynı faaliyet alanında, çok daha fazla kapasiteye ulaşırım

10. Son iki yıl içerisinde işletmenizin gelir durumu aşağıdakilerden hangisine uygundur?

- ☐ Arttı ☐ Değişmedi ☐ Azaldı

11. Son iki yıl içerisinde işletmenizin kar durumu aşağıdakilerden hangisine uygundur?

- ☐ Kar ettim ☐ Ne kar ne zarar ☐ Zarar ettim

12. İşletmede tam zamanlı çalışan sayısı kaçtır?.....

12.1. Çalışanlardan aile bireyleri var mı?

- ☐ Evet ☐ Hayır

12.2. İşletmenizde çalışanların kaç tanesi Amasya doğumlu?.....

13. İşletmenizi tanıtmak ve yeni fırsatlar oluşturmak için kullandığınız pazarlama tekniklerinin sıklığını belirtiniz.

	Hiç Kullanmadım	Nadiren Kullandım	Genellikle Kullandım	Çoğu zaman Kullandım	Daima Kullandım
Afişler					
Kulaktan duyma					
Broşür					
Turizm rehber kitabı					
Seyahat acentası					
Tabela					
İnternet					

EK-1.(devam) Anket soruları

14.İşletmenizin başarısını olumsuz etkileyen faktörler hakkındaki görüşlerinizi belirtiniz.

	Önemli Değil	Az Önemli	Kararsızım	Önemli	Çok Önemli
Enflasyon					
İşgücü verimsizliği					
İşgücü maliyeti					
Faiz oranları					
Rekabet eksikliği					
Devlet düzenlemeleri					
Turizm yönetimi konusunda bilgi ve beceri eksikliği					
Sermaye erişiminde sınırlılık					
Turizm eğitim ve fırsatları konusunda bilgi sahibi olmama					
Yerel/merkezi yönetimlerin girişimcilik eğitimi konusundaki yetersizliği					
Küçük ölçekli işletmelere devlet tarafından verilen finansal destek eksikliği					
Yüksek kiralar veya oranları					

C.Kurumsal Yapıya Yönelik Özellikler

1.Finansal Destek ve Danışmanlık Desteği

1.1. Hükümet finansal destek programları içinde en yakından bildiğiniz olanakları işaretleyiniz

	Habersizim	Farkında değilim	Kısmen Farkındayım	Farkındayım	Çok Farkındayım
Turizm endüstrisine yönelik finansal destek					
Turizm altyapısına yönelik destek					
Finansal projelerde girişimci desteği					
Küçük ve orta ölçekli işletmelere yönelik finansal destek					
Yeni girişimciye yönelik finansal destek					
Düşük faizli kredi desteği					
Genç girişimcilere yönelik finansal destek					
Kadın girişimcilere finansal destek					

EK-1.(devam) Anket soruları

1.2. Hükümet danışmanlık destek programları içinde en yakından bildiğiniz olanakları işaretleyiniz

	Habersizim	Farkında değilim	Kısmen Farkındayım	Farkındayım	Çok Farkındayım
Girişimci geliştirme programları					
Turist rehber kursları					
Pazarlama ve tanıtım kursları					
Yetenek geliştirme programları					
Diğer...					

1.3.Aldığınız danışma destek(leri), göstergelere göre belirtiniz

	Hiç Kullanmadım	Nadiren Kullandım	Genellikle Kullandım	Çoğu zaman Kullandım	Daima Kullandım
Girişimci geliştirme programları					
Turist rehber kursları					
Pazarlama ve tanıtım kursları					
Yetenek geliştirme programları					

Diğer(lütfen belirtiniz).....

1.4.Aldığınız finansal destek(leri), göstergelere göre belirtiniz.

	Hiç Kullanmadım	Nadiren Kullandım	Genellikle Kullandım	Çoğu zaman Kullandım	Daima Kullandım
Turizm endüstrisine yönelik finansal destek					
Turizm altyapısına yönelik destek					
Finansal projelerde girişimci desteği					
Küçük ve orta ölçekli işletmelere yönelik finansal destek					
Yeni girişimciye yönelik finansal destek					
Düşük faizli kredi desteği					
Genç girişimcilere yönelik finansal destek					
Kadın girişimcilere finansal destek					

EK-1.(devam) Anket soruları

1.5. Aşağıdaki ifadelere ne ölçüde katıldığınızı belirtiniz.

Hükümet Destek Programları	Güçlü bir şekilde katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Güçlü bir şekilde katılıyorum
Hükümet tarafından oluşturulan destek programları küçük ölçekli turizm işletmelerinin performansını ve rekabet edebilmesini etkilemektedir.					
Turizmle ilgili işletme aktivitelerini gerçekleştirebilmek için Türkiye'de yeterli finansal destek vardır.					
Turizmle ilgili işletme aktivitelerini gerçekleştirebilmek için Türkiye'de yeterli danışmanlık hizmetleri vardır.					
Hükümet, küçük ölçekli turizm işletmelerinin gelişimi ve büyümesinde yeterli teşvikleri sağlamaktadır.					

1.6.İşe başlamak için kullandığınız sermaye kaynağı nedir?

- ☐ Kendi birikimim
 ☐ Devlet desteği
 ☐ Bankadan kredi desteği
 ☐ Aile ve arkadaşlardan alınan para
 ☐ Diğer(lütfen belirtiniz).....

D. Çevreye Bağlı Özellikler

1.Fiziksel Planlar:

1.1.Fiziksel planlar (Çevre düzeni planı, nazım imar planı, uygulama imar planı vb.) yer seçiminde sınırlamalara neden oldu mu?

- ☐ Evet
 ☐ Hayır

1.2.Kentin imar planı işletme faaliyetlerini nasıl etkilediğini işaretleyiniz.

	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
İmar planı işyerinin genişlemesini kapasitesinin artmasını engelliyor					
İmar planı tadilatları engelliyor					
İmar planları girişimciliği engelliyor					
İmar planları işletmenin kalitesine katkı sağlıyor					

EK-1.(devam) Anket soruları

2.Erişilebilirlik:

2.1.İşletmenize erişim ne ile sağlanıyor?

☐ Sadece özel araç ☐ Toplu taşıma ☐ Hem toplu taşıma hem de özel araç

2.2.İşletmenizin yakın çevresinde yeterli otopark alanı bulunmakta mıdır?

☐ Evet ☐ Hayır

3.İşletmenizin konumunu belirlerken etkili olan faktörleri önem sırasına göre belirleyiniz.

	Önemli Değil	Az Önemli	Kararsızım	Önemli	Çok önemli
Erişilebilir olması					
Manzara noktasına yakınlık					
Turizm destinasyonu içerisinde yer alması					
Benzer faaliyetler ile aynı -yakın çevrede olması					
Tarihi, doğal güzelliklere yakınlık					
Turizm işletmelerine yakınlık					
Turist dolaşım güzergahı içerisinde yer almak					

4.Turizm gelişmesinin kentte etkisini değerlendiriniz.

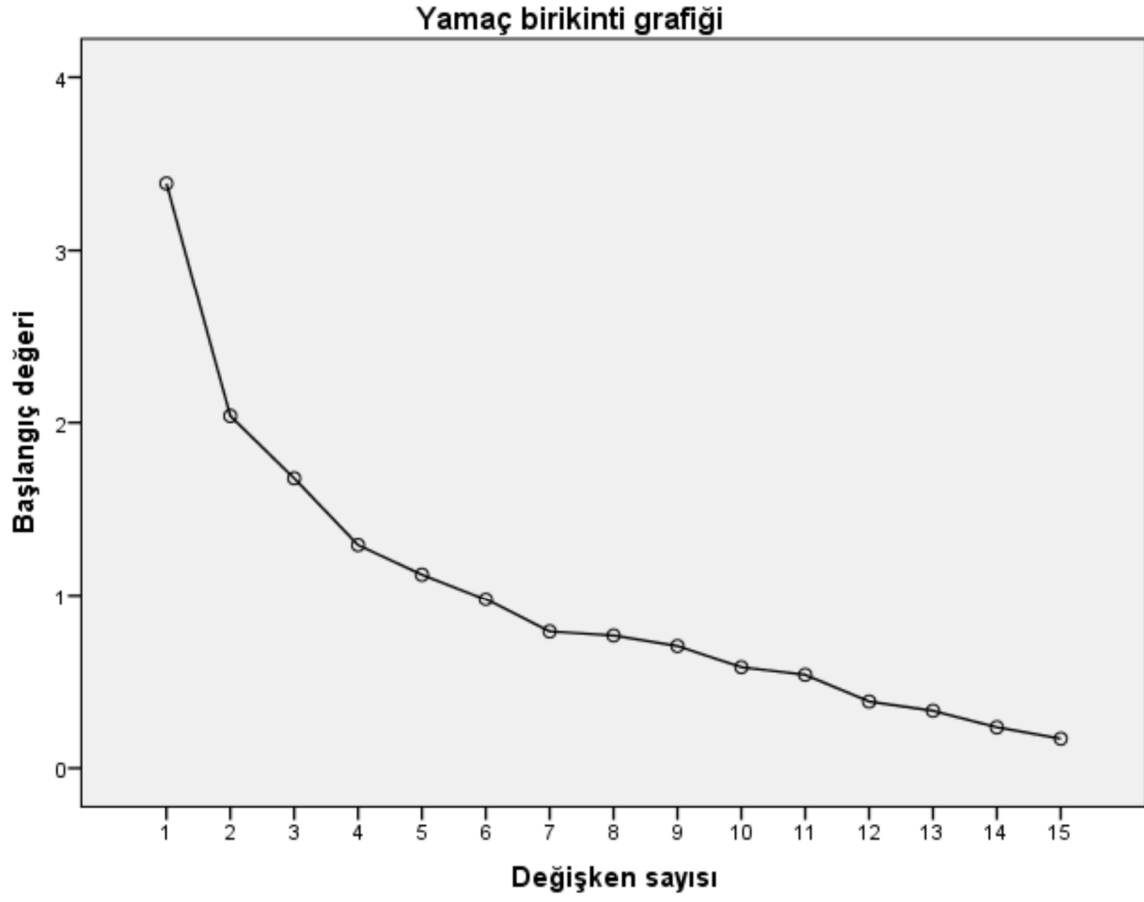
	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
Doğal ve kültürel miras alanları korundu					
Küçük ölçekli turizm işletmeleri çevrenin gelişmesini sağladı					
Turizm gelişimiyle yeni turizm alanlarına ihtiyaç arttı					
Yerel kimlik ve kültür güçlendi.					
Dışa göç azaldı					
İş fırsatları oluştu					
Yaşam kalitesi arttı					
Yabancı yatırımlar arttı					
Göç almaya başladı					
Yerel ürün çeşitliliği arttı					
Eğitimli işgücü için yeni iş olanakları ortaya çıktı					
Özellikle yerel halk turizmin farklı alanlarında yeni faaliyetlere yöneldi.					

EK-2. Girişimciye yönelik özellikler toplam varyans

Değişken	Başlangıç özdeğerleri			Yüklenen Faktörlerin Karelerinin Dağılımı			Yüklenen Faktörlerin Karelerinin Dağılımı		
	Toplam	Varyans (%)	Kümülatif (%)	Toplam	Varyans (%)	Kümülatif (%)	Toplam	Varyans (%)	Kümülatif (%)
1	3,445	19,141	19,141	3,445	19,141	19,141	2,583	14,348	14,348
2	2,058	11,433	30,575	2,058	11,433	30,575	2,302	12,788	27,136
3	1,699	9,437	40,011	1,699	9,437	40,011	1,975	10,970	38,106
4	1,435	7,972	47,984	1,435	7,972	47,984	1,515	8,419	46,525
5	1,319	7,327	55,311	1,319	7,327	55,311	1,372	7,623	54,148
6	1,168	6,491	61,801	1,168	6,491	61,801	1,295	7,194	61,341
7	1,129	6,273	68,074	1,129	6,273	68,074	1,212	6,733	68,074
8	0,946	5,253	73,327						
9	0,840	4,668	77,996						
10	0,777	4,315	82,311						
11	0,685	3,808	86,119						
12	0,561	3,115	89,234						
13	0,471	2,618	91,852						
14	0,410	2,275	94,128						
15	0,354	1,965	96,093						
16	0,317	1,759	97,851						
17	0,220	1,221	99,072						
18	,167	0,928	100,000						

Metot : Temel Bileşenler Analizi

EK-3. Girişimciye yönelik özellikler yamaç birikinti grafiği

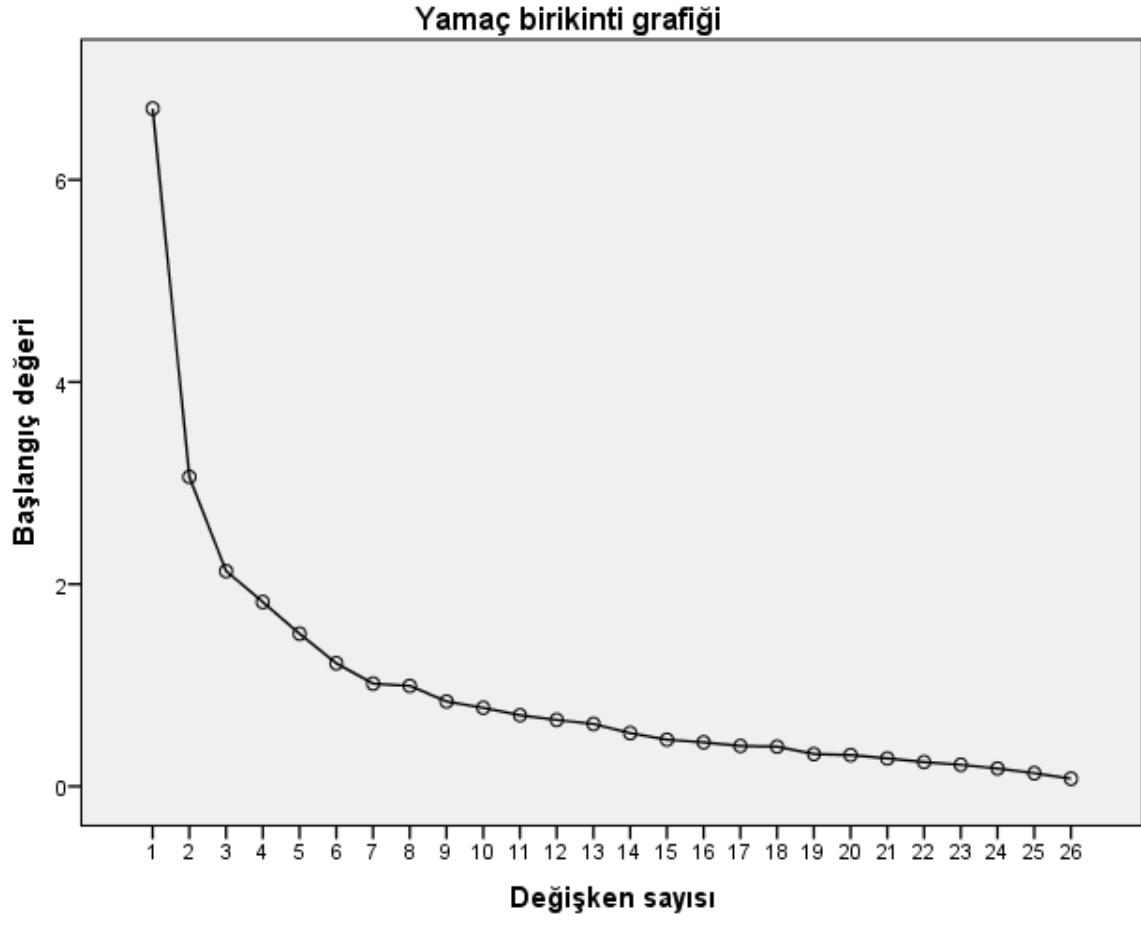


EK-4. İşletmeye yönelik özellikler toplam varyans

Değişken	Başlangıç özdeğerleri			Yüklenen Faktörlerin Karelerinin			Yüklenen Faktörlerin Karelerinin		
				Dağılımı			Dağılımı		
	Toplam	Varyans (%)	Kümülatif (%)	Toplam	Varyans (%)	Kümülatif (%)	Toplam	Varyans (%)	Kümülatif (%)
1	7,124	22,982	22,982	7,124	22,982	22,982	4,615	14,886	14,886
2	3,349	10,804	33,786	3,349	10,804	33,786	4,278	13,799	28,685
3	2,186	7,052	40,838	2,186	7,052	40,838	3,767	12,153	40,838
4	1,899	6,127	46,965						
5	1,833	5,914	52,878						
6	1,813	5,849	58,728						
7	1,336	4,308	63,036						
8	1,252	4,038	67,074						
9	1,121	3,617	70,691						
10	0,914	2,947	73,638						
11	0,870	2,806	76,444						
12	0,780	2,516	78,960						
13	0,738	2,381	81,341						
14	0,665	2,144	83,485						
15	0,579	1,867	85,352						
16	0,564	1,818	87,170						
17	0,507	1,635	88,806						
18	0,429	1,385	90,190						
19	0,418	1,349	91,539						
20	0,390	1,258	92,797						
21	0,348	1,123	93,921						
22	0,301	0,970	94,891						
23	0,289	0,931	95,822						
24	0,268	0,865	96,687						
25	0,228	0,735	97,422						
26	0,195	0,629	98,051						
27	0,166	0,536	98,587						
28	0,146	0,472	99,059						
29	0,133	0,430	99,489						
30	0,090	0,289	99,778						
31	0,069	0,222	100,000						

Metot : Temel Bileşenler Analizi

EK-5. İşletmeye yönelik özellikler yamaç birikinti grafiği



EK-6. Kurumsal yapıya yönelik özellikler toplam varyans

Değişken	Başlangıç özdeğerleri			Yüklenen Faktörlerin Karelerinin			Yüklenen Faktörlerin Karelerinin		
				Dağılımı			Dağılımı		
	Toplam	Varyans (%)	Kümülatif (%)	Toplam	Varyans (%)	Kümülatif (%)	Toplam	Varyans (%)	Kümülatif (%)
1	7,108	59,235	59,235	7,108	59,235	59,235	4,963	41,361	41,361
2	1,315	10,962	70,197	1,315	10,962	70,197	3,460	28,836	70,197
3	0,849	7,073	77,269						
4	0,573	4,772	82,041						
5	0,488	4,065	86,106						
6	0,466	3,882	89,988						
7	0,367	3,058	93,046						
8	0,264	2,196	95,242						
9	0,210	1,750	96,992						
10	0,145	1,209	98,201						
11	0,120	1,002	99,203						
12	0,096	0,797	100,000						

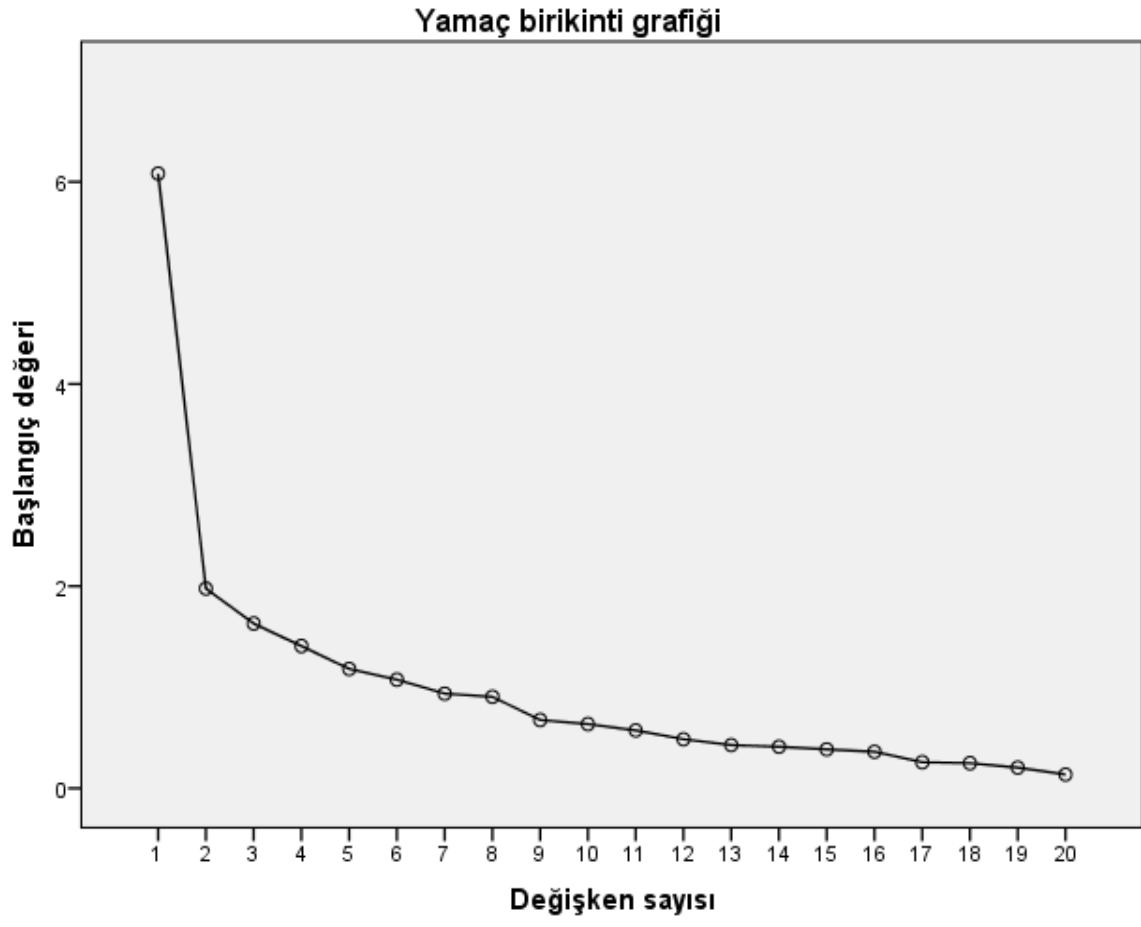
Metot : Temel Bileşenler Analizi

EK-7. Çevreye yönelik özellikler toplam varyans

Değişken	Başlangıç özdeğerleri			Yüklenen Faktörlerin Karelerinin			Yüklenen Faktörlerin Karelerinin		
				Dağılımı			Dağılımı		
	Toplam	Varyans (%)	Kümülatif (%)	Topla m	Varyans (%)	Kümülati f (%)	Toplam	Varyans (%)	Kümülatif (%)
1	6,090	27,683	27,683	6,090	27,683	27,683	4,294	19,519	19,519
2	2,011	9,140	36,823	2,011	9,140	36,823	3,295	14,979	34,499
3	1,743	7,921	44,744	1,743	7,921	44,744	1,622	7,374	41,873
4	1,408	6,400	51,144	1,408	6,400	51,144	1,530	6,953	48,826
5	1,271	5,775	56,919	1,271	5,775	56,919	1,500	6,820	55,646
6	1,206	5,482	62,401	1,206	5,482	62,401	1,366	6,208	61,855
7	1,135	5,157	67,558	1,135	5,157	67,558	1,255	5,704	67,558
8	0,966	4,392	71,950						
9	0,866	3,935	75,885						
10	0,800	3,637	79,523						
11	0,671	3,049	82,572						
12	0,539	2,452	85,023						
13	0,511	2,323	87,346						
14	0,485	2,204	89,550						
15	0,408	1,854	91,405						
16	0,389	1,769	93,173						
17	0,371	1,686	94,859						
18	0,327	1,486	96,345						
19	0,248	1,128	97,473						
20	0,228	1,038	98,511						
21	0,195	0,887	99,398						
22	0,132	0,602	100,000						

Metot : Temel Bileşenler Analizi

EK-8. Çevreye yönelik özellikler yamaç birikinti grafiği



ÖZGEÇMİŞ

Kişisel Bilgiler

Soyadı, Adı : ŞEKEROĞLU Ahmet
 Uyruğu : T.C.
 Doğum tarihi ve yeri : 12.01.1993, Samsun
 Medeni hali : Bekar
 Telefon : 0531 4201832
 e-mail : sekerogluahmet0@gmail.com



Eğitim

Derece	Eğitim Birimi	Mezuniyet Tarihi
Yüksek lisans	Gazi Üniversitesi / Şehir ve Bölge Planlama	Devam ediyor
Lisans	Amasya Üniversitesi / Şehir ve Bölge Planlama	2017
Lise	Tekkeköy Anadolu Lisesi	2011

İş Deneyimi

Yıl	Yer	Görev
2017-Halen	Amasya Üniversitesi	Araştırma Görevlisi

Yabancı Dil

İngilizce

Yayınlar

Şekeroğlu, A. ve Erol, D. (2019) *Sürdürülebilir Turizmde Küçük Ölçekli Turizm Girişimciliği Performansını Etkileyen Faktörler*. 19. Ulusal Bölge Bilimi ve Bölge Planlama Kongresi, Giresun, Türkiye

Hobiler

Voleybol, Atletizm, Futbol



GAZİ GELECEKTİR..