



YEREL GİRİŞİMCİLİK VE TURİZM İLİŐİKSİNE DAİR ÇIKARIMLAR: MUDURNU ÖRNEĞİ

Yrd. Doç. Dr. Serkan ŐENGÜL 

ÖZ

Yerel halkın girişimcilik faaliyetleri bölge turizminin gelişiminde ve bölge ekonomisinin büyümesinde kilit bir öneme sahiptir. Bu çalışmanın amacı turizm destinasyonlarında yerel girişimcilik faaliyetlerinin değerlendirilmesi ve paydaşların yerel girişimcilere yönelik düşüncelerinin tespit edilmeye çalışılmasıdır. Çalışmanın turizm faaliyetlerinin gerçekleştiği destinasyonlarda paydaşların, yerel girişimcilere bakış açısını tespit etmesinin yanı sıra yerel girişimcilik ile turizmin ilişkisini ortaya koyması bakımından yazına katkılar sağlayacağı düşünülmektedir. Araştırma kapsamında kültür turizmi, inanç turizmi ve termal turizmi gibi alanlarda turizm faaliyetlerinin gerçekleştirildiği Bolu'nun Mudurnu ilçesinde yerel turizm paydaşlarının konu ile ilgili görüşleri alınmıştır. Nitel araştırma modelinin kullanıldığı çalışmada veriler görüşme tekniği ile toplanmıştır. Araştırmada yerel girişimcilerin gerçekleştirdikleri girişimlerin bölgesel kalkınmada oldukça önemli olduğu, teşvik ve desteklerle yerel girişimcilere destek olunması gerektiği ve yerel halkın yeni girişimlerde bulunması için farkındalık yaratacak eğitimler verilmesi gerektiği sonuçlarına ulaşılmıştır. Elde edilen sonuçlar doğrultusunda destinasyon politika planlayıcılarına ve turizm işletmelerine öneriler sunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Yerel Girişimcilik, Turizm, Mudurnu

JEL Sınıflandırması: L83, L26, Z32

INFERENCES RELATED TO LOCAL ENTREPRENEURSHIP AND TOURISM: THE CASE OF MUDURNU

ABSTRACT

The entrepreneurial activities of local people have a key role in the development of regional tourism and the growth of the regional economy. The aim of this study is to evaluate local entrepreneurial activities in tourism destinations and to try to identify stakeholders' thoughts towards

* Abant İzzet Baysal Üniversitesi, Bolu Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu, Turizm İşletmeciliği, info@serkansengul.net

local entrepreneurs. It is thought that the stakeholders in the tourism activities of the workshop will provide contributions to the literature in terms of determining the thought of the local entrepreneurs as well as revealing the relationship between local entrepreneurship and tourism. Within the scope of the research, the opinions of the local tourism stakeholders were taken in Mudurnu district of Bolu where tourism activities were carried out in areas such as cultural tourism, religious tourism and thermal tourism. In the study using the qualitative research model data were collected via interview technique. The survey found that initiatives undertaken by local entrepreneurs are very important in regional development, that local entrepreneurs should be supported with encouragement and support, and that local people should be given training to raise awareness about new initiatives. Suggestions to destination policy planners and tourism enterprises are presented in line with the results obtained.

Keywords: *Local Entrepreneurship, Tourism, Mudurnu*

JEL Classification: *L83, L26, Z32*

1. GİRİŞ

Turizm, toplumların karşılıklı olarak sosyal, ekonomik ve çevresel ilişkiler içerisine girmesine neden olan dinamik bir sektördür. Turizm hareketlerinin ortaya çıkardığı ekonomik faaliyetler birçok bireyin bu endüstriden kazanç sağlamasına neden olmaktadır. İnsanları turizm amaçlı seyahat etmeye iten farklı motivasyon kaynaklarının, yeni ihtiyaçlar oluşturmasıyla yeni iş fikirleri ve girişimler de ortaya çıkmaktadır. Bu durumda özellikle turizm destinasyonlarında turist ihtiyaçlarını karşılayacak girişimlerde bulunulması yoluyla ekonomik kazanç elde edilmesine neden olmaktadır. Ateljevic ve Doorne (2000: 378) bu değişimin farklılaştırılmış ve özel hazırlanmış ürünlere olan talebi karşılamada küçük ölçekli işletmelerin önemini yaygınlaştırdığını vurgulamıştır.

Bölgesel kalkınmada oldukça önemli bir role sahip olan turizm hareketleri, yerel halkın gerçekleştireceği girişimcilik faaliyetleri aracılığı ile bölge ekonomisine önemli katkılar sağlayabilmektedir. Turizm sektörünün sahip olduğu potansiyel sayesinde, gerçekleştirilebilecek girişimcilik faaliyetleri ile işsizlik sorunu ve özellikle büyük şehirlere yapılan göçlerin önüne geçilmeside mümkündür.

Girişimcilik özelliği ile kişinin var olduğu sosyal yapı arasında yakın bir ilişki bulunmaktadır. Bireyler ait oldukları toplumun, eğitim düzeyi, sosyal çevresi ve ekonomik durumundan etkilenmekte ve zihin dünyası bu ortamda şekillenmektedir (Ersoy, 2010: 73). Bu durumda sadece kalkınma ve ekonomik büyüme kavramlarının değil sosyal ve kültürel değerlerinde girişimcilikte başarı faktörleri içerisinde yer aldığı da göstergesidir (Ateljevic ve Doorne, 2003: 126).

Yerel halkın girişimcilik faaliyetlerinde bulunması, turizm girişimleri konusunda destinasyon yöneticileri ve turizm paydaşları tarafından desteklenmesi ile de doğrudan ilişkilidir. Birçok turizm destinasyonunda yöneticilerin cesaretlendirmesi ve yol göstermesi ile girişimcilik faaliyetlerinde bulunan bireylere rastlamak mümkündür. Bölgesel kalkınmanın sağlanması amacıyla yerel girişimcileri teşvik etmeye yönelik eğitim ve desteklerin sağlandığı projelerde yerel girişimcilik faaliyetlerinin başarıya ulaşmasında önemli rol oynamaktadır. Yerel girişimcilerin desteklenmediği ve karşılarına engeller çıkartıldığı durumlarda ise bölge halkı yerine dışarıdan gelen girişimciler ticari faaliyetlerde bulunabilmektedir. Bu girişimcilerin elde ettikleri kazançları bölge dışına çıkartması ise bölge ekonomisine olumsuz yansımaktadır.

Bu çalışmanın amacı turizm destinasyonlarında yerel girişimcilik faaliyetlerinin değerlendirilmesi ve paydaşların yerel girişimcilere yönelik düşüncelerinin tespit edilmeye çalışılmasıdır. Bu bağlamda turizm destinasyonlarında yerel girişimcilik faaliyetleri konusunda fikir edinebilmek ve bu doğrultuda yerel girişimcilik konusunda turizm paydaşlarının düşünceleri hakkında değerlendirme yapmak mümkün olabilecektir. Çalışmanın turizm faaliyetlerinin gerçekleştiği destinasyonlarda paydaşların, yerel girişimcilere bakış açısını tespit etmesinin yanı sıra yerel girişimcilik ile turizmin ilişkisini ortaya koyması bakımından yazına katkılar sağlayacağı düşünülmektedir.

2. LİTERATÜR TARAMASI

Girişimcilik kelimesinin kökeni, Fransızca taahhüt etmek, üstlenmek anlamına gelen “entreprendre” kelimesinden gelmektedir. Girişimcilik kelimesini tanımlama konusunda ortak bir kavram ortaya çıkmasada literatürde girişimcinin özellikleri dikkate alınarak gerçekleştirilen birçok farklı tanımlamaya rastlamak mümkündür. Bu tanımlar içerisinde girişimcinin risk alma, yenilikçi, sermaye sahibi olma ve ekonomik kazanç sağlamak için çaba gösterme gibi özelliklerine değinilmektedir (Lordkipanidze vd. 2005: 788). Bu özelliklerden hareketle girişimci yeni bir iş fikri ile hareket eden, piyasadaki fırsatları fark edebilen, hedeflerine ulaşmak için risk alan ve bu riskleri karşılayabilecek sermaye kaynaklarına sahip olan ya da bu kaynakları finanse edebilecek imkânlarla ulaşabilen kişidir.

Turizm sektörü, küçük ve orta ölçekli işletmelerin birbirlerine bir değer zinciri ile bağlantılı olduğu gelişmekte olan ülkelerde, çevresel alanlarda yerel ve bölgesel gelişme için bir araç olarak görülmektedir (Adiyia vd., 2017: 105). Ayrıca girişimciler için oldukça önemli fırsatlara sahip bir sektör konumundadır. Turizm destinasyonlarının sahip oldukları cazibe unsurları bölgeye farklı motivasyonlarla gelen turistlerin ihtiyaçlarının karşılanabilmesi için girişimcilere yeni iş fikirleri ve fırsatlar ortaya çıkarmaktadır. Bu fırsatlar da yerel girişimciler ya da büyük profesyonel şirketler

tarafından girişime dönüştürülebilmektedir. Yerel girişimcilik faaliyetlerinin ortaya çıkması bölge ekonomisine önemli katkı sağlayabileceği gibi işsizlik ve istihdam konusunda faydalar da sağlayabilecektir.

Girişimcilik ve turizm ilişkisi konusunda gerçekleştirilen araştırmalar 1970’li yılların sonlarında başlamış ve 1990’lı yıllarda yaygın hale gelmiştir (Kibedi, 1979; Kaspar, 1989; Din, 1992; Sofield, 1993; Koh, 1996; McKercher, 1999). 2000’li yıllarla birlikte yerel girişimcilik ve turizm ilişkisine odaklanan çalışmalar da ortaya çıkmaya başlamıştır. Yerel girişimcilik ve turizm konusunda gerçekleştirilen çalışmalardan oluşan literatür incelendiğinde yerel girişimcilerin bölge turizmine olumlu ve olumsuz katkıları, yerel girişimcilerin bölge ekonomisine katkıları ve yerel girişimcilerin yapıları üzerinde durulduğu görülmektedir (Dewhurst ve Horobin, 1998; Kokkranikal ve Morrison 2002; Russell ve Faulkner, 2004; Jaafar vd., 2014; Adiyia vd., 2017).

Dewhurst ve Horobin’in (1998: 25) turizmde faaliyet gösteren küçük işletme sahiplerinin yapılarını ortaya çıkarmak için gerçekleştirdikleri araştırmalarında bu işletmelerin genellikle düşük istihdam gücüne sahip olan, ekonomik kazanç motivasyonu çok yüksek olmayan ve yönetim kararları genellikle kişisel kriterlere dayanan girişimci tiplerinden oluştuğunu belirtmişlerdir.

Gartner’ın (1999: 171) ise kültürün yerel girişimciliğin ekonomik dinamikleri üzerindeki etkisini incelemeye yönelik çalışmasında küçük ölçekli işletmelerin iş kararlarını verirken ekonomik faktörlerden ziyade sosya-kültürel yükümlülüklerden etkilenerek hareket ettiklerini vurgulamıştır.

Williams vd.’de (1989: 1651) turizm alanında faaliyet gösteren küçük işletmelerin çoğunlukla ekonomik olmayan hedefler nedeniyle bölgede profesyonel turizm hizmeti veren işletmelerle rekabet ederek bölge turizm gelişimini kısıtladığını belirtmişlerdir.

Russell ve Faulkner (2004: 556) hem küresel hem de bölgesel olarak turizmin gelişiminde girişimciliğin kritik bir faktör olduğuna değinmişlerdir. Tetzschner ve Herlau (2003:3) ise yerel iş geliştirme faaliyetlerinin teşvik edilebilmesi için yarı kamusal turizm örgütlenmelerine odaklanılması gerektiğini ortaya koymuşlardır.

Malebana (2017: 74) Güney Afrika’nın kırsal bölgelerinde, devlet girişimci destekleri ile girişimci destek kuruluşlarının sağladığı destekler hakkındaki bilgi sahibi olmanın, girişimcilik niyeti üzerindeki etkisini incelemek amacıyla gerçekleştirdiği araştırmasında katılımcıların bu bilgilere erişemediği ve bu konuda çok az bilgi sahibi oldukları sonucuna ulaşmıştır.

Geçmişteki araştırmalar incelendiğinde yerel girişimcilik ve turizm ilişkisi konusunda değerlendirmelerin yapıldığı kısıtlı çalışmalara rastlanılmaktadır. Bu araştırma ile literatürde eksik olduğu düşünülen yerel girişimciler ve turizm ilişkisi hakkında, yerel turizm paydaşlarının yaptıkları değerlendirmeler aracılığıyla literatüre katkı sağlanması hedeflenmektedir.

3. YÖNTEM

Bu çalışmanın amacı turizm destinasyonlarında yerel girişimcilik faaliyetlerinin değerlendirilmesi ve paydaşların yerel girişimcilere yönelik düşüncelerinin tespit edilmeye çalışılmasıdır. Çalışmanın turizm faaliyetlerinin gerçekleştiği destinasyonlarda paydaşların, yerel girişimcilere bakış açısını tespit etmesinin yanı sıra yerel girişimcilik ile turizmin ilişkisini ortaya koyması bakımından yazına katkılar sağlayacağı düşünülmektedir.

Çalışmanın amaçlarına ulaşabilmek için nitel araştırma yöntemi tercih edilmiştir. Nitel araştırma “*tanımlamaya, çözmeye, yorumlamaya ve anlamla alakalı terimlere ulaşmaya çalışan teknikleri kapsayan süreçler bütünü*” olarak (Van Maanen, 1979: 520) tanımlanmaktadır. Bir başka tanımda ise Denzin ve Lincoln (2011: 3) “*araştırmacılar tarafından, insanların doğal ortamlarındaki konular ve olaylara yükledikleri anlamların değerlendirmeye çalışılması ve yorumlanması*” şeklinde nitel araştırmayı tanımlamışlardır.

Araştırmada verilerin elde edilebilmesi için nitel araştırma yöntemlerinden biri olan görüşme tekniği kullanılmıştır. Amacı, görüşme gerçekleştirilen katılımcının bakış açısının ölçülmesi olan görüşme tekniği, doğrudan gözlemlenemeyen durumlar için kullanılmaktadır (Patton, 2002: 340-3417). Oldukça kuvvetli bir yöntem olan görüşme tekniği “*önceden belirlenmiş ve ciddi bir amaç doğrultusunda yapılan karşılıklı ve etkileşimli bir iletişim süreci*” olarak tanımlanmaktadır (Stewart ve Cash, 1985: 7).

3.1. Örneklem

Örneklem seçimi araştırmanın hedefine ulaşabilmesi için oldukça önemli bir konudur. Nitel araştırmada tercih edilen örneklem yöntemleri içerisinde çok kullanılanlarından biri de amaçlı örnekleme yöntemidir. Yıldırım ve Şimşek’e (2016: 118) göre tam anlamıyla nitel araştırma geleneği içerisinde ortaya çıkan amaçlı örnekleme yöntemleri arasında, en çok tercih edilenlerinden biri “*görel olarak küçük bir örnek oluşturmak ve bu örnekleme çalışmada çözümlenecek bireylerin çeşitliliği maksimum derecede yansıtmak*” olan maksimum çeşitlilik örnekleme yöntemi ve Creswell’e göre (2016: 158) “*kişiden kişiye, kişiden de olaylara ulaşılarak durumların tanımlanmasıyla bilgilerin zenginleştirilmesi*” anlamına gelen kartopu örnekleme yöntemi de yer almaktadır.

Amaçlı örnekleme yöntemlerinden maksimum çeşitlilik örnekleme yöntemi ve kartopu örnekleme yönteminin bir arada kullanıldığı çalışmanın evrenini Bolu İli’nin Mudurnu İlçe merkezinde bulunan turizm paydaşları oluşturmaktadır. Çalışma alanı olarak tercih edilen

Mudurnu tarihi İpek Yolu güzergâhında bulunan, Osmanlı mimari özelliklerinin konutlarına yansıdığı, kültür turizmi, termal turizm ve inanç turizmi gibi motivasyonlarla ziyaret edilen bir destinasyondur. Araştırmada Mudurnu'nun çalışma evreni olarak seçilmesinde bu özellikleri önemli bir rol oynamaktadır. Bunun yanı sıra turizm faaliyetleri açısından gelişen bir yer olması, turizm faaliyetleri için yeni girişimlere ihtiyaç duyulması, araştırmacının ilçede çalışmış olması ve çalışmada yer alabilecek katılımcılar ile kolay iletişim kurma olanaklarının bulunmasında yer almaktadır.

Örneklem seçimi aşamasında maksimum çeşitliliğin sağlanabilmesi amacıyla yerel yöneticiler, sivil toplum kuruluşu temsilcileri, turizm alanında faaliyet gösteren paydaşlar ve yerel halktan oluşan bir örneklem oluşturulmuştur. Oluşturulan örneklem içerisinde yer alan katılımcıların tavsiye ettikleri ve bu konuda katkıları olacağını düşündükleri katılımcılar ile de görüşmeler sağlanmıştır. Araştırma örneklemini oluşturan Mudurnu İlçe merkezinde turizm alanında faaliyet gösteren ve bu konuda çalışmaya katkısı olacağı düşünülen dokuz paydaşla iletişime geçilmiş ve görüşme yapılabilmesi amacıyla randevu talep edilerek bireysel, katılımcı görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Araştırmada yer alan paydaşlar hakkında tanımlayıcı bilgilere Tablo 1'de yer verilmiştir. Paydaşlarla gerçekleştirilen bireysel katılımcı görüşmelerde görüşlerin tekrar edilmesi ve doygunluğa ulaşılması sebebiyle (Miles ve Huberman, 1994) katılımcı paydaş sayısı yeterli görülmüş ve görüşmelere son verilmiştir.

3.2. Veri Toplama Aracı

Verilerin elde edilmesi için görüşme tekniğinin kullanıldığı araştırmada, veri toplama aracı olarak ise yarı yapılandırılmış mülakat formu tercih edilmiştir. Nitel araştırmalarda en yaygın veri toplama yöntemlerinden biri olan görüşme tekniği katılımcıların görüşlerini, deneyimlerini ve duygularını ortaya çıkarmada en güçlü iletişim kaynaklarından biri olan konuşmaya temel almaktadır (Yıldırım ve Şimşek, 2016: 136). Katılımcıların algıladıkları dünyayı kendi düşünceleri ile anlatmasını sağlayan yarı yapılandırılmış mülakat formunda ise hazırlanan sorular esnek cümlelerden oluşmalı ve görüşme süresince farklı sorularla konunun açılmasına ve yeni fikirlere ulaşılmasına olanak sağlanmalıdır (Merriam, 2013: 88).

Yarı yapılandırılmış mülakat formunda katılımcılara yönetilmesi düşünülen sorular, ilgili literatürden yararlanılarak oluşturulmuştur. Hazırlanan taslak görüşme formu, yapı geçerliliğinin sağlanabilmesi amacıyla turizm ve girişimcilik konularında çalışmaları olan üç uzman akademisyenin görüşüne sunulmuştur. Uzmanlar tarafından belirsizlik, anlaşılabilirlik ve bütünlük gibi konularda yapılan eleştiriler dikkate alınarak ölçek örneklem üzerinde uygulanmıştır. 1 Mayıs 2016 - 25 Mayıs 2016 tarihleri arasında 35-60 dakika arasında değişen sürelerde bireysel, katılımcı görüşmeler şeklinde gerçekleştirilen mülakat görüşmeleri, görüntü ve ses kayıt cihazları ile kayıt

altına alınarak raporlanmıştır.

3.3. Verilerin Analizi

Verilerin anlamlarını dışarıya aktarma süreci olan veri analizi, aynı zamanda anlam verme süreci olarak da tanımlanabilmektedir. Katılımcıların ne söylediğini, araştırmayı gerçekleştirenlerin ise ne gördüğünü ve okuduğunu, birleştirme, indirgeme ve yorumlamasını içeren süreç verilerin anlamının dışa aktarılmasıdır (Merriam, 2013: 167). Yıldırım ve Şimşek'e (2016: 48) göre araştırma sonuçlarının geçerliliği ve güvenilirliğinin önemli bir göstergesi de elde edilen verilerin ayrıntılı ve derinlemesini olmasıdır.

Veri analizi aşamasında toplanan verilerin özgün kalması amacıyla çalışmaya katılan kişilerin söylemlerine doğrudan alıntı yapılması oldukça önemlidir. Bunun yanı sıra araştırma sorularına verilen yanıtların sistematik olarak kategorilere ayrılması ve araştırmacının yorumlarına veri analizinde yer verilmesi de gerekmektedir (Walcott, 1994) Bu çalışmada verilerinin analizinde bu üç yol bir arada kullanılmıştır. Veri analizi için ilk olarak araştırmacı tarafından ön okuması gerçekleştirilen raporların kategorileri çıkartılarak değerlendirilmiş kod ve temalar oluşturulmuştur.

Bu araştırmanın tasarlanmasında betimsel analiz kullanılmıştır. Bu yaklaşım çerçevesinde elde edilen veriler daha önceden belirlenen kategorilere göre özetlenir ve yorumlanır. Bu tür analizde amaç bulguların düzenlenmiş ve yorumlanmış bir şekilde sunulmasıdır. Bu amaca ulaşabilmek için dört aşama gerçekleştirilir. Bunlar; betimsel analiz için bir çerçeve oluşturma, tematik çerçeveye göre verilerin işlenmesi, bulguların tanımlanması ve bulguların yorumlanması şeklinde gerçekleştirilir (Yıldırım ve Şimşek, 2016: 239-240).

4. BULGULAR VE TARTIŞMA

Bu bölümde, Mudurnu destinasyonunda yerel girişimcilik faaliyetlerinin değerlendirilmesi ve paydaşların yerel girişimcilere yönelik düşüncelerinin belirlenebilmesi için gerçekleştirilen araştırmanın bulgularına yer verilmiştir. Bu doğrultuda ilk olarak katılımcılar hakkında tanımlayıcı bilgilere değinilmiştir. Daha sonra araştırma sorularına verilerin cevaplardan bazı alıntılara ve bu kapsamda oluşturulan tema ve kodlara yer verilmiştir.

Tablo 1. Katılımcılara Ait Tanımlayıcı Bilgiler

| Kodlama | Cinsiyet | Yaş | Eğitim | Kurum | Memleket |
|---------|----------|-------|------------|---|-----------------|
| M1 | Erkek | 25-34 | Lisans | Mudurnu Kaymakamlığı | Mudurnulu Değil |
| M2 | Erkek | 55-64 | Ön Lisans | Mudurnu Belediyesi | Mudurnulu |
| M3 | Erkek | 55-64 | Ortaokul | Mudurnu Esnaf ve Sanatkârlar Odası | Mudurnulu |
| M4 | Erkek | 25-34 | Lisansüstü | Abant İzzet Baysal Üniversitesi Mudurnu SA MYO | Mudurnulu |
| M5 | Erkek | 55-64 | Ön Lisans | Mudurnu Kültür Turizm ve Dayanışma Derneği | Mudurnulu |
| M6 | Erkek | 45-54 | Lisans | Turizm İşletmesi | Mudurnulu |
| M7 | Erkek | 55-64 | Ön Lisans | Turizm İşletmesi | Mudurnulu |
| M8 | Erkek | 35-44 | Lise | Yerel Halk | Mudurnulu |
| M9 | Erkek | 35-44 | Ortaokul | Yerel Halk | Mudurnulu |

Tablo 1 incelendiğinde araştırmaya katılanların yaş aralıklarının 25-34 ve 55-64 yaş arasında değiştiği ve katılımcıların yarısının 55-64 yaş aralığında yer aldığı görülmektedir. Bu durumda katılımcıların bir kişi dışında tamamının Mudurnulu olduğu sonucu ile birleştirildiğinde bölgenin turizm konusunda gelişimine tanıklık etmeleri ve ihtiyaçları bilmeleri açısından oldukça önemlidir. Ayrıca katılımcıların kurumları incelendiğinde destinasyonun turizm konusunda söz sahibi olan paydaşları olmasının yanı sıra kurumların üst düzey yetkililer ile görüşmeler gerçekleştirilmiş olması da çalışmanın geçerliliği konusunda belirleyici bir unsur olarak düşünülmektedir. Katılımcıların tamamının erkek olduğu ve eğitim seviyelerinin yükseköğretim düzeyinde olduğu da araştırma elde edilen bulgular içerisinde yer almaktadır.

Girişimcilere yönelik olarak paydaşların eğilimlerini belirlemek amacıyla oluşturulan sorulara verilen yanıtlar Tablo 2’de gösterilmektedir. “Yerel girişimci” teması altında “bölgeyi tanımak”, “bölgesel kalkınma” ve “uygun fiyat sunma” kodlarının ön plana çıktığı tespit edilmiştir.

Tablo 2. Girişimcilere Yönelik Paydaşların Değerlendirmeleri ile İlgili Bulgular

| Soru | Tema | Kod | Alıntı |
|---|-----------------|--|---|
| Bölgesel turizm gelişimi için yerel girişimciler mi yoksa bölge dışından gelen girişimciler mi daha önemlidir? | Yerel Girişimci | Bölgeyi tanımak | M9: “Yerel girişimciler, çünkü bölgeyi daha iyi tanıdıkları için yerel girişimciler daha önemlidir.” |
| | | Bölgesel Kalkınma | M2: “Öncelikle yerel girişimciler daha önemlidir. En azından bu bölgeyi daha iyi tanıdıkları, insanları tanıdıkları ellerindeki materyalleri bildiği için daha iyi başarılı olurlar diye düşünüyorum. Ancak ilçe içerisinde ki insanlarımız o gelişmeyi göremezlerse buradaki eksikliği gören dışardan bir yabancı gelir burada ve hazır müşteriyi burada icraatını yapar, hizmetini yapar parayı da ilçede kalmaz ilçenin varlıkları ile ilçede kazandığı parayı ilçe dışına çıkarmış olur. Biz de ondan sonra bakarız. Onun için yerel girişimcilerin ilçede para dolaşabilmesi için olmasında büyük fayda var diye düşünüyorum.” |
| Uygun Fiyat Sunma | | M8: “Öncelikle yerel girişimciler çünkü yerel girişimciler ürün bulma yani tedarik etme yönünde yerini bildiklerinden ve ucuza alıp gelen misafirlerimize ucuza sunabilmeleri için yerel girişimciler daha önemlidir.” | |
| Bölgesel Kalkınma | | M7: “Şimdi bölge dışından gelen de olabilir ama yerel de olursa buranın geçim kaynağı daha buraya yönelik olur buranın insanı buradan ekmek parası kazanmış olur bence yerelden desteklenmeli diye düşünüyorum.” | |
| Bölgesel turizm gelişimi için yerel girişimcilere mi bölge dışından gelen girişimcilere mi daha fazla destek sağlanmalıdır? | | | |

Tablo 2’ye göre; yerel girişimcilerin bölgesel turizmin gelişimi için çok önemli olduğu ve desteklenmesi gerektiği verilen cevaplar neticesinde ortaya çıkmıştır. Katılımcıların iki soru için verdiği cevaplar incelendiğinde “yerel girişimci” ifadesinin 17 kez tekrarlandığı tespit edilmiştir. Ayrıca “bölgesel kalkınma” kodunun iki soru içinde ortaya çıkması turizm faaliyetlerinde bulunan yerel girişimcilerin bölgesel kalkınma konusunda katılımcılar nezninde oldukça önemli olduğu sonucunda ortaya çıkarmaktadır. Yerel girişimcilik eğilimleri ile ilgili bulgular Tablo 3’te gösterilmektedir.

Tablo 3. Yerel Girişimcilik Eğilimleri ile İlgili Bulgular

| Soru | Tema | Kod | Alıntı |
|---|------------------|-----------------|---|
| Mudurnu’da turizm alanında yerel girişimcilerin yeterli oranda girişimde bulunduğunu düşünüyor musunuz? | Yetersiz Girişim | İnanç Kaybı | M4: “O noktada senelerdir yıllardır süren bir kısır döngüden bahsetmek mümkün. Çünkü: 2000 yılından sonra Mudurnu da yaşanan olaylar işte Mudurnu tavukçuluğunun batmasıyla yaşanan olaylar birçok kişinin farklı arayışlara girmesine sebep oldu. Fakat turizm noktasında bu arayışlar bir olgunluğa ulaşmış değil. Çünkü bölge halkının bu noktadaki inancı tam gündemde olması fakat sonuca varılmaması buradaki inancın kaybolmaya sebep olduğundan bölge girişimcilerin yerel girişimcilerin bu konuda sıkıntıları var diyebilirim” |
| | | Ekonomik Zorluk | M6: “Valla tabii bu iş biraz para işi. Devletin biraz daha yerli girişimcilere hibe şeklinde kredi veya uzun vadede sonradan geri dönüşümlü krediler sağlarsa buradaki özellikle turizm sektöründeki yatırımlara faydalı olabileceğini düşünüyorum.” |
| Bölgesel turizm gelişimi için yerel halkın girişimcilik eğilimleri nasıl artırılabilir? | | Eğitim | M5: “Şimdi yerel yönetim ve idari yönetimler birlikte olup sivil toplum örgütleriyle birlikte uzun soluklu eğitim çalışmaları yapmalıdır. Yani muhtarlar toplamalıdır, önce kendi yörelerindeki değerlerin kıymetini bilirse onu paylaşır herkesle. İmamlar her köyde imam var doğru mu? İmamlara yaşadığı yeri öğretmeliyiz. Öğrencilerimize yaşadığı yerin ne olduğunu öğretmeliyiz. Esnafımıza öğretmeliyiz. Hediyelik eşya satanlara öğretmeliyiz. Yani kitlesel konuda bir eğitim seferberliği yapmalıyız ki sonra içimizden yatırım yapanlar, kesesi uygun olanlar çıksın.” |
| | | Devlet Teşviği | M9: “Eğitim ile artırılabilir, teşvik ile artırılabilir ve yapmak isteyenlere mali destek verilerek artırılabilir.” |

Tablo 3 incelendiğinde araştırma bulgularında ikinci elde edilen temanın “yetersiz girişim” teması olduğu görülmektedir. Bu tema altında katılımcıların verdikleri cevaplar doğrultusunda dört kod ortaya çıkartılmıştır. Bunlar; “inanç kaybı”, “ekonomik zorluklar”, “eğitim” ve “devlet teşviği” kodlarıdır. Elde edilen bulgular incelendiğinde yerel girişimcilerin yeterli oranda girişimde bulunmadıkları bunun nedenleri arasında da inanç kaybı ve ekonomik zorluklar içerisinde bulunmalarının etkili olduğu tespit edilmiştir.

Bölgesel turizm gelişimi için yerel halkın girişimcilik eğilimlerinin artırılabilmesinde farkındalık yaratılabilecek eğitimler verilmesi katılımcıların çoğunluğu tarafından vurgulanmıştır. Bunun yanı sıra devlet teşvikleri ile girişimcilerin harekete geçirilmesi de paydaşlar tarafından ortaya koyulan bir başka bulgu konumundadır. Yerel girişimcilik ve turizm ilişkisine yönelik bulgular Tablo 4’te yer almaktadır.

Tablo 4. Yerel Girişimcilik ve Turizm İlişkisi ile İlgili Bulgular

| Soru | Tema | Kod | Alıntı | |
|---|--------------------|--|---|--|
| Mudurnu’da yerel halkın turizm alanında girişimlerde bulunması bölge turizmini nasıl etkiler? | Turizm Girişimleri | İstikrar | M1: “Bölge Turizm şöyle; işyeri açmak bir marifet değil, açılan işi devam ettirmek önemli tabi ki önemli katkısı olur ama dediğim gibi şimdi yerel halka verdiğimiz hizmetle dışarıdan gelen Turistlere verdikleri hizmet çok farklı yani.” | |
| | | Özgünlük | M5: “Ya olumlu etkiler. Turist buraya geldiğinde buraya özgü bir şey görürse bir dahaki seferde arkadaşına tavsiye eder. Hadi gidelim bak orda bilmem ne var der. Tabi ki çok önemli özel kendinize özgü değerleriniz olmazsa niye gelsin ki bir sefer gelir, bir daha gelmez. Yani ben bırakın ekonomik anlamda, bu kültür evini görmek için gelenler tanyorum artık.” | |
| Farkındalık | | M5: “Kasabada hediyelik eşya satan yer iki taneydi. İki müteşebbis vardı, hediyelik eşya satan. Bugün 23 mü, 24 mü, 25 mi, 26 mı sayamıyorum hatta hiç alakasız dükkânlar bile önlerine hediyelik eşya koymaya başladı. Parfümerici bir bakıyorsun hediyelik eşya koyuyor, demirci hediyelik eşya koyuyor. Demek ki bak turistler geziyor bizde onlara bişeyler satalım diye he srf hediyelik eşya satan yerlerde çoğaldı. Bu şeyi gösteriyor yani demek ki müteşebbislerimiz küçük ölçekli müteşebbislerimiz büyük ölçekli demiyorum. Bakıyor turist geliyor ben buna hitap etmeliyim diyor, turist gelsin bizde zaten turist getirmek için uğraşıyoruz. Demek ki biz turist getiriyoruz onlarda aaa turistlere hitap etmeliyiz diye küçük küçük girişimler başladı.” | | |
| Yerel Halkın Katılımı | | M7: “Tabi bakın eskiden bu yoktu turizm başladı. Konaklar turizme açıldı. Burada o şekil de hiç konak yoktu. Turizm başladığın da konaklar turizme açıldı hediyelik eşya satan yerler kafeler devreye girdi. Bunun gibi gelişmeler var ama yeterli mi yeterli değil dediğim gibi buranın gelenek göreneklerini, örf ve adetlerini gösteren animasyonların yapılması lazım, yemek kültürü daha bir artması lazım, bu yemek kültürünün olduğu lokantaların daha çok olması lazım, bunun gibi etkinlikler yapılması lazım.” | | |
| Turizm, Mudurnu’da yerel halkın girişimcilik eğilimlerini nasıl etkilemiştir? | | | | |
| | | | | |

Tablo 4. Yerel Girişimcilik ve Turizm İlişkisi ile İlgili Bulgular (Devam)

| Soru | Tema | Kod | Alıntı |
|--|--------------------|--|---|
| Yerel girişimcilerin bölge turizmde faaliyet göstermesi bölgenin rakip turizm bölgeleri ile rekabetini nasıl etkiler? | Turizm Girişimleri | Bölge İhtiyaçlarını Bilme | M4: “Olumlu yönde etkiler. Çünkü sonuçta burada yaşayan bir insan buranın özelliklerini buranın geçmişini tarihi dokusunu çok daha iyi bildiğinden burdaki yapabileceği şeylerin sayısını daha iyi noktalara getirebilir. Haliyle burdaki kişinin dışında gelen kişiye göre yapabileceği daha fazla şey vardır. Bunuda değerlendirmek gerekiyor.” |
| | | Destek ve Teşvik | M6: “Yerelde yaşayan insanların Mudurnu’ya turizm açısından yatırım yapması rekabeti daha olumlu yönde etkiler. Yakın bölgemizde hemen bir örnek vereyim aklıma gelmişken, Beypazarı sanyorum Dünya Bankası’ndan destek alarak ve çevredeki büyük firmalara da görev vererek belirledikleri Eski Beypazarı mahallesini, orada yoğunlaştılar çünkü oradaki tüm evleri restorasyondan geçirerek hafta sonlarında şu anda bana göre inanılmaz bir turist potansiyeline sahip oldular.” |
| Fark Yaratması | | M5: “Şimdi yerel girişimciler turizm üzerinde tabi ki gelen turistler üzerinde olumlu etki yaratır. Neden olumu etki yaratabilir birincisi benim yerel şivemi görür. İstanbul’dan geldi şivesini zaten her gün görüyor İkincisi konaklarımız butik otel hizmeti veren zaten beş altı yıldızlı otellerde zaten kalıyorlar beton yağının içinde 150 yıllık mis gibi ahşap kokan bir yerde kaldığı zaman fark yaratır.” | |
| Çeşitlilik ve Kalite | | M2: Yani bu işte çeşitliliğe bağlı ve insanların kaliteli ürün üretmesine bağlı. Yani insanlar burada kendini geliştirerek bunları yapmaları gerekir yapıyorlar da. İnsanların elindeki poşetlere bakıyorum her gün eve tarhana da götürüyorlar makarna da götürüyorlar organik yumurta da götürüyorlar, insanlar alışveriş yapıyor ve sonuçta o para Mudurnu da kalmış oluyor. | |
| Alt ve Üst Yapı | | M7: “Valla dediğim gibi işte altyapının yapılması lazım burada ev pansiyonculuğu gelişebilir, yöresel ürünler daha fazla ön plana çıkartılabilir, yani alt yapının yapılması gerekiyor burada turizme yönelik.” | |
| Tanıtım | | M3: “Eksiklerimiz daha önce dediğim gibi var. Bunlarda önem verilirse diyelim ki rehberinden tanıtıcı arkadaşlara kadar olan kesimden mutlaka katkısı olacağını düşünüyorum.” | |
| Yerel girişimcilerin turizm alanında faaliyet göstermesi bölgeyi ziyaret eden turistler üzerinde sizce nasıl bir etki yaratmaktadır? | | | |
| Yerel girişimciler Mudurnu’da turizm amaçlı ne gibi girişimlerde bulunabilirler? | | | |

Tablo 4 incelendiğinde araştırma bulgularında üçüncü elde edilen temanın “turizm girişimleri” teması olduğu görülmektedir. Bu tema altında katılımcıların verdikleri cevaplar doğrultusunda on kod ortaya çıkartılmıştır. Bunlar; “istikrar”, “özgünlük”, “farkındalık”, “yerel halkın katılımı”, “bölge ihtiyaçlarını bilme”, “destek ve teşvik”, “fark yaratması”, çeşitlilik ve kalite”, “alt ve üst yapı” ve “tanıtım” kodlarıdır. Elde edilen bulgular incelendiğinde yerel

girişimlerde bulunulduğunda istikrarlı bir yol izlenmesi gerektiği, girişimlerin sadece yapılması değil özgün ürünler sunularak devamlılığın sağlanması gerektiği katılımcıların büyük çoğunluğu tarafından vurgulanmıştır. Bunun yanı sıra turizm hareketlerinin yerel halk üzerinde farkındalık yaratarak yeni girişimlere yönelmesini sağlandığı da bulgulanmıştır. Yerel girişimcilerin bölge turizminde faaliyet göstermesinin rakip turizm bölgeleri ile rekabet edebilme konusunda olumlu etkilerinin olacağı katılımcıların tamamı tarafından vurgulanmıştır. Yerel girişimcilerin bölge ihtiyaçlarını iyi bilmesi ve bu konuda sağlanacak olan destek ve teşvikler ile yerel girişimcilerin rekabet de daha etkin rol oynayabileceği de elde edilen bulgular arasında yer almaktadır.

Yerel girişimcilerin turizm alanında faaliyet göstermesinin bölgeyi ziyaret eden turistler nezdinde fark yaratıcı bir etkiye sahip olduğu yöresel özelliklerin ortaya koyulması açısından oldukça önemli olduğunda araştırmaya katılan paydaşlar tarafından ortaya koyulmuştur. Yerel girişimcilerin sundukları ürünlerin çeşitliliği ve kalitesi de bölgeyi ziyaret eden turistler nezdinde oldukça önemli olduğu da paydaşlar tarafından vurgulanmaktadır. Yerel girişimcilerin bölgedeki turizm amaçlı girişimlerinin, paydaşlar tarafından başlangıç safhasında olduğu vurgulanırken özellikle alt ve üst yapı olanaklarına yoğunlaşılması gerektiği ve bölgenin tanıtımı konusunda faaliyetlerde bulunulması gerektiği elde edilen bulgular arasında yer almaktadır.

5. SONUÇ

Destinasyonlarda yerel girişimcilik faaliyetlerinin değerlendirilmesi ve paydaşların yerel girişimcilere yönelik düşüncelerinin tespit edilmesi amacıyla gerçekleştirilen bu çalışmada Mudurnu yerel turizm paydaşları ile görüşmeler gerçekleştirilmiş ve araştırma bulguları değerlendirilmiştir.

Çalışmada Mudurnu yerel turizm paydaşlarının girişimcilere yönelik değerlendirmelerinde, yerel girişimcilere öncelik verilmesi gerektiği vurgusunun oldukça baskın olduğu görülmektedir. Çalışmada elde edilen bulgulara göre; yerel girişimcilerin bölgeyi daha iyi tanıdıkları düşüncesi ve yerel girişimlerle bölgenin ekonomik kazanç sağlayacağı düşünceside bu sonuçta önemli rol oynamaktadır. Araştırmaya katılan paydaşların büyük çoğunluğunun yerel halktan oluşuyor olmasının bu sonuç ile ilişkili olduğunu söylemek mümkündür. Bu sonuç Mascardo'nun (2014: 354) turizm gelişiminde girişimcilerin rolü ve yabancılarla yerel halkın öneminin belirlenmesi amacıyla gerçekleştirdiği araştırma sonucundaki yerel-yabancı ayrımcılığın turizmin gelişiminde aktörleri sınıflandırmak için yararlı bir yol olmadığı ve topluluk girişimcilerinin hem turizm hemde destinasyonda yaşayanlar için olumlu sonuçlar doğurduğu bununla birlikte sosyal ve beşeri sermayenin mali açıdan önemli olduğunu sonucu ile çelişmektedir.

Paydaşların bölgedeki girişim faaliyetlerinin yetersiz kaldığı konusunda fikir birliği

içerisinde olduğu öne çıkan bir başka sonuçtur. Bunun nedenleri arasında bölgenin zaman içerisinde turizm konusunda beklenen atılımı gerçekleştirememiş olması nedeniyle bir inanç kaybının ortaya çıkması ve bölgede yerel girişimcilerin yatırım yapacak yeterli maddi imkânlarla sahip olmaması da yer almaktadır. Bu sonuçta Gartner'ın (1999: 171) küçük ölçekli işletmelerin yatırım kararı sürecinde sosyo-kültürel faktörlerden etkilenerek hareket ettikleri sonucu ile doğru orantılıdır.

Bölgesel turizm gelişimi için yerel halkın girişimcilik eğilimlerinin artırılabilmesinde farkındalık yaratılabilecek eğitimler verilmesi katılımcıların çoğunluğu tarafından vurgulanmıştır. Bunun yanı sıra devlet teşvikleri ile girişimcilerin harekete geçirilmesi de paydaşlar tarafından ortaya koyulan bir başka bulgu konumundadır. Bu sonuç aslında yerel girişimcilik faaliyetlerinin artırılabilmesi için önemli bir yol gösterici olabilecektir. Yerel yöneticilerin bu konuda gerçekleştirecekleri eğitim ve teşvik çalışmaları bölge halkının turizmden kazanç sağlayabilmesi noktasında kilit bir öneme sahiptir. Bu sonuç Jaafar vd.'nin (2014: 226) araştırmalarında ortaya çıkan yerel halkın katılımlarını artırma stratejileri, yenilikçi programlar, bilinçlilik, hazırlık ve gelecek girişimcilere yönelik eğitim faaliyetlerinin gerçekleştirilebilmesi için devlet desteği oluşturulması gerektiği sonucu ile de örtüşmektedir.

Yerel halkın turizm faaliyetlerinde bulunarak yerel girişimler ortaya çıkartması paydaşların üzerinde durduğu bir konu olmakla beraber bu girişimlerde istikrar ve sürdürülebilirliğin sağlanabilmesi de paydaşların önem verdiği bir başka konudur. Özgün ürünler sunularak bölge kimliğinin ziyaretçilere doğru yansıtılması gerekliliği de yerel girişimcilerden beklenenler içerisinde yer almaktadır. Bölgenin turizm açısından önemli bir yer olması ve ekonomik kazanç sağlaması ile beraber yerel girişimler konusunda bir farkındalığın ortaya çıkmaya başladığında katılımcılar tarafından belirtilmektedir. Bu durumda yerel halkın girişimcilik konusunda daha etkin bir rol almaya başlamasında önemli bir çekiçlik oluşturmuştur. Bu sonuç da Crnogaj vd.'nin (2014: 377) turizm sektöründe sürdürülebilir girişimciliğin araştırılması amacıyla gerçekleştirdiği çalışmasındaki turizm sektörünün ağırlıklı olarak girişimciliğe bağımlı olduğu ve aynı anda hem sürdürülebilir hem de girişimci olmayanların uzun vadede hayatta kalamayacağı sonucunu da destekler niteliktedir.

Yerel girişimcilerin bölge turizminde faaliyet göstermesinin turizm destinasyonları arasındaki rekabette önemli bir avantaj olabileceğini belirten paydaşlar bölgeyi iyi tanıyan ve ihtiyaçlarını bilen yerel girişimcilere destek ve teşvikler sağlanmasının oldukça önemli olduğunu ortaya koymuşlardır. Bölgeyi ziyaret eden turistler nezdinde de yerel girişimcilerin fark yaratabilecek özellikleri olabileceği ve bu girişimcilerin sundukları kaliteli ve bol çeşitli ürünlerle de bölge turizmine katkı sağlayabilecekleri paydaşlar tarafından vurgulanmaktadır. Bölgede yerel girişimlerin başlangıç safhasında olduğunu belirten turizm paydaşları, temel turizm gereksinimi

olan konaklama ve alt yapı imkânları konusundaki girişim eksiklerinin yerel girişimcilerce yeni girişimlerle giderilebileceğini ortaya koymuşlardır. Tanıtım konusunda da bölgenin eksikleri olduğunu belirten paydaşlar, yerel girişimcilerin bu konulara öncelik vererek hareket etmesinin bölge turizmi için oldukça önemli olduğu belirtmişlerdir. Bu sonuç Adiyia vd.'nin (2017: 105) Uganda'da gerçekleştirdikleri araştırmada elde edilen turizmin insanların yeteneklerini, farkındalıklarını, varlıklarını ve kendi refahlarını kontrol altına alabileceği bunun yanı sıra turizmin, yerel ekonomideki küçük işletmelerin gelişimi için bir katalizör görevi görebileceği sonucu ile benzerlik göstermektedir.

Çalışmanın teorik ve yönetsel olarak yazına bazı katkılar sağlayacağı düşünülmektedir. Araştırmanın teorik katkısı girişimcilik ve turizm ilişkisi ile ilgili tanımlamaların ortaya koyulması ve bunların turizm faaliyetlerine başlangıç safhasındaki bir destinasyondaki paydaşların bakış açısı ile sunulması iken çalışmanın yönetsel katkısı ise derinlemesine görüşmeler gerçekleştirilerek nitel bir çalışmanın bu konuda uygulanmasıdır.

Araştırma kapsamında destinasyonlarda turizm planlamasını yapan kurum ve kuruluşlara, destek ve teşvikleri sağlayan birimlere ve yerel turizm işletmecilerine bazı öneriler sunmak mümkündür. Bunlar: Yerel girişimcilerin turizm faaliyetleri içerisinde bulunmasının teşvik edilmesi, yerel halkta yerel girişimler konusunda farkındalık yaratacak eğitimler düzenlenmesi, bölge kültürünü yansıtabilecek özgün girişimlere kamu kurum ve kuruluşlarınca destek sağlanması ve konuda bireylerin teşvik edilmesi, yerel girişimler konusunda bir koordinasyon merkezi kurularak yerel halkın bu konuda bilgilendirilmesinin sağlanması, bölgede yaşayan özellikle gençlerin yeni turizm girişimleri konusunda cesaretlendirilerek büyük şehirlere göç etmesinin önlenmesi için çaba gösterilmesi, turizm işletmelerinin yeni girişimlere ve yeni iş fikirlerine açık olması ve bu konuda maddi destek sağlaması şeklinde sıralanabilir.

Çalışma örneklem olarak seçilen katılımcıların görüş ve düşünceleri ile sınırlıdır. Katılımcılar yanıltıcı bilgi verebilecekleri gibi görüşlerini de gizleyebilirler. Uygulama konusundaki zaman ve maliyet kısıtları sebebiyle bir turizm destinasyonunda gerçekleştirilen çalışma, bulguların genellenebilmesi için farklı destinasyonlarda yapılarak karşılaştırmalarla bulgular genellenebilir.

KAYNAKÇA

Adiyia, B., De Rademaeker, S., Vanneste, D., ve Ahebwa, W. M. (2017) "Understanding Local Entrepreneurship and Small Enterprises in The Tourism–Development Nexus: The Case of Western Uganda", *Development Southern Africa*, 34(1): 105-120.

Ateljevic, I., ve Doorne, S. (2000) "Staying Within the Fence': Lifestyle Entrepreneurship in



- Tourism”, *Journal of Sustainable Tourism*, 8(5): 378-392.
- Ateljevic, I., ve Doorne, S. (2003) “Unpacking the Local: A Cultural Analysis of Tourism Entrepreneurship in Murter, Croatia”, *Tourism Geographies*: 5(2): 123-150.
- Creswell, J. W. (2016) “Nitel Araştırma Yöntemleri Beş Yaklaşımına Göre Nitel Araştırma ve Araştırma Deseni”, 3. Baskı, Çev. T. Özsevgenç, Ankara: Siyasal Kitapevi.
- Crnogaj, K., Rebernik, M., Bradac Hojnik, B. ve Omerzel Gomezelj, D. (2014) “Building A Model of Researching the Sustainable Entrepreneurship in the Tourism Sector”, *Kybernetes*, 43(3/4): 377-393.
- Denzin, N. K. ve Lincoln, Y. S. (2011) “Introduction: The Discipline and Practice of Quantative Research. *The Sage Handbook of Qualitative Research*, 4th Edition, Thousand Oaks, CA: Sage.
- Dewhurst, P. ve Horobin, H. (1998) “Small Business Owners”, R. Thomas (eds.) *The Management of Small Tourism and Hospitality Firms*, London: Cassell.
- Din, K. (1992) “The ‘Involvement Stage’ in the Evolution of a Tourist Destination”, *Tourism Recreation Research*, 17: 10–20.
- Ersoy, H. (2010) “Kültürel Çevrenin Girişimcilik Tercihine Etkisi”, *Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, 2(1): 71-77.
- Gartner, W. (1999) “Small Scale Enterprises in The Tourism Industry in Ghana’s Central Region”. D. G. Pearce and R. W. Butler (Eds.), *Contemporary Issues in Tourism Development*, London: Routledge.
- Jaafar, M., Dahalan, N. ve Rosdi, S. A. M. (2014) “Local Community Entrepreneurship: A Case Study of the Lenggong Valley”, *Asian Social Science*, 10(10): 226-235.
- Kaspar, C. (1989) “The Significance of Enterprise Culture for Tourism Enterprises”, *The Tourist Review* 44(3): 2-4.
- Kibedi, G. (1979) “Development of Tourism Entrepreneurs in Canada”, *The Tourist Review* 34(2): 9-11.
- Koh, K. (1996) “The Tourism Entrepreneurial Process: A Conceptualisation and Implications for Research and Development”, *The Tourist Review*, 51(4): 24-41.
- Kokkranikal, J. ve Morrison A. (2002) “Entrepreneurship and Sustainable Tourism: The Houseboats of Kerala”, *Tourism and Hospitality Research*, 4: 7-20.
- Lordkipanidze, M., Brezet, H. ve Backman, M. (2005) “The Entrepreneurship Factor in Sustainable



- Tourism Development”, *Journal of Cleaner Production*, 13(8): 787-798.
- Malebana, M. J. (2017) “Knowledge of Entrepreneurial Support and Entrepreneurial Intention in the Rural Provinces of South Africa”, *Development Southern Africa*, 34(1): 74-89.
- McKercher, B. (1999) “A Chaos Approach to Tourism”, *Tourism Management*, 20: 425-434.
- Merriam, S. B. (2015). “Nitel Araştırma Desen ve Uygulama İçeren Bir Rehber”, Çev. S. Turan, 3. Baskıdan Çeviri, Ankara: Nobel Yayınları.
- Miles, B. M. ve Huberman, A. M. (1994) “Qualitative Data Analysis: An Expanded Source Book”, California: Sage.
- Moscardo, G. (2014) “Tourism and Community Leadership in Rural Regions: Linking Mobility, Entrepreneurship, Tourism Development and Community Well-Being”, *Tourism Planning & Development*, 11(3): 354-370.
- Patton, M. Q. (2002) “Chialitative Research and Evaluation Methods”, 3rd Edition, Thousand Oaks, CA: Sage.
- Russell, R. ve Faulkner, B. (2004) “Entrepreneurship, Chaos and the Tourism Area Lifecycle”, *Annals of Tourism Research*, 31(3): 556-579.
- Stewart, C. J. ve Cash, W. B. (1985) “Interviewing: Principles and Practices”, 4th Edition Dubuque, IO. Wm. C. Brown Pub.
- Sofield, T. (1993) “Indigenous Tourism Development”, *Annals of Tourism Research*, 20: 729-750.
- Tetzschner, H., ve Herlau, H. (2003) “Innovation and Social Entrepreneurship in Tourism A Potential for Local Business Development”, (No. 49). Working Paper, Department of Environmental and Business Economics, University of Southern Denmark.
- Van Maanen, J. (1979) “Reclaiming Qualitative Methods for Organizational Research: A Preface”, *Administrative Science Chiarterly*, 24(4): 520-526.
- Williams, A. M., Shaw, G. ve Greenwood, J. (1989) “From Tourist to Tourism Entrepreneur, from Consumption to Production: Evidence from Cornwall, England”, *Environment and Planning A* (21): 1639-1653.
- Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2016) “Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri”, 10. Baskı, Ankara: Seçkin Yayıncılık.