



## Turizm Sektöründe Girişimcilik Eğilimini Etkileyen Faktörlerin Belirlenmesi: Konya Örneği\*

*Determination of Factors Affecting Entrepreneurship Tendency in Tourism Sector: The Case of Konya*

Ceyhun Can ÖZCAN<sup>1</sup>

Selman BAYRAKCI<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Doç. Dr., Necmettin Erbakan Üniversitesi, Turizm Fakültesi, ORCID: 0000-0002-1951-5894,  
[ccoocan@erbakan.edu.tr](mailto:ccoocan@erbakan.edu.tr)

<sup>2</sup>Dr., Necmettin Erbakan Üniversitesi, Turizm Fakültesi, ORCID: 0000-0003-4012-0907,  
[sbayrakci@erbakan.edu.tr](mailto:sbayrakci@erbakan.edu.tr) - Sorumlu Yazar (Corresponding Author)

### Özet

Turizm sektöründe yer alan girişimciler ve girişimci işletmeler, turizmde nitelikli büyümeyi teşvik eden en önemli unsurlardan biridir. Bilimsel yazında yer alan çalışmalar göstermektedir ki; girişimcilik eğilimlerinin artması, pek çok sektörde olduğu gibi turizm sektöründe de sektörel gelişime katkı sağlamaktadır. Bu nedenle turizm sektöründe hizmet eden girişimcilerin performanslarının artırılması sektörel açıdan önem teşkil etmektedir. Bu doğrultuda çalışmanın amacı, Konya turizm sektöründe girişimciliği ve girişimcilik eğilimini belirleyen faktörlerin araştırılarak, turizmciler bireylerin girişimcilik eğilimleri ve düzeyleri ile ilgili bilgileri öğrenmeleri ve kurum bünyesinde paydaşlar ile bilgi alışverişi sağlayarak turizm çalışanlarının ekonomik entegrasyonunu sağlamaktır. Nicel araştırma yaklaşımı ile hazırlanan çalışmada genel tarama modellerinden betimleyici tarama modeli kullanılmıştır. Çalışma kapsamında detaylı bir literatür taraması yapılmış ve bu doğrultuda veri toplama aracı olarak anket formu oluşturulmuştur. Belirlenen örneklem doğrultusunda veriler, Konya'da (Merkez ve Merkez ilçeler dahil) turizm sektöründe çalışan kişilerle yüz yüze anket tekniği kullanılarak toplanmıştır. Bu doğrultuda çalışmada analiz edilmesi için 407 anket toplanmış ve toplanan veriler analize tabi tutulmuştur. Analiz sonuçlarına göre Konya turizm sektöründe girişimciliği belirleyen faktörler, *yönetsel yetkinlikler*, *psikolojik*

\* Bu çalışma, "TR52/18/TD/0082 proje kodu ile T. C. Mevlana Kalkınma Ajansı tarafından desteklenmiştir.

*yetkinlikler, girişimci motivasyon, sosyal yetkinlikler* olarak boyutlandırılmıştır. Bu boyutlar kapsamında katılımcıların yaşa, medeni duruma, işletmelerdeki çalışma pozisyonuna ve girişimcilik eğitimi alma durumlarına göre farklılaştıkları görülmektedir.

**Anahtar kelimeler:** Turizm Sektörü Çalışanları, Girişimcilik Eğilimi, Girişimcilik Potansiyeli, Girişimcilik Faktörleri.

### Abstract

Entrepreneurs and entrepreneurial enterprises in the tourism sector are one of the most important factors that encourage qualified growth in tourism. Literature show that increasing entrepreneurial tendencies contribute to sectoral development in the tourism sector as well as in many other sectors. For this reason, increasing the performance of entrepreneurs serving in the tourism sector is of importance in terms of the sector. The aim of the study is to investigate the factors that determine entrepreneurship and entrepreneurship tendency in Konya tourism sector, to learn about the entrepreneurship tendencies and levels of tourism individuals and to provide economic integration of tourism employees by providing information exchange with stakeholders within the institution. The descriptive survey model was used in the study prepared with a quantitative research approach. The literature was scanned for the study and a questionnaire form was used as a data collection tool. In line with the determined sample, the data were collected using face-to-face questionnaire technique with people working in the tourism sector in Konya (including central and central districts). 407 questionnaires were collected for analysis in the study and the collected data were analyzed. According to the results of the analysis, the factors determining entrepreneurship in Konya's tourism sector are dimensioned as *managerial competencies, psychological competencies, entrepreneurial motivation, and social competencies*. Within the scope of these dimensions, it is seen that the participants differ according to their age, marital status, working position in the enterprises, and their status of entrepreneurship training.

**Key words:** Tourism Sector Employees, Entrepreneurship Tendency, Entrepreneurial Potential, Entrepreneurship Factors.

## GİRİŞ

Hizmet sektörünün ana unsurlarından biri olan turizm sektörü, her geçen gün ekonomideki etkinliğini artırmaktadır. Turizm sektöründe yer alan girişimciler ve girişimci işletmeler, turizmde nitelikli büyümeyi teşvik eden en önemli unsurlardan biridir. Destinasyonların oluşumunda ve gelişiminde girişimciler önemli bir rol oynamaktadır. Girişimciler tarafından destinasyona yapılan otel, restoran, seyahat acentesi, hediyelik eşyalar, antikacılar gibi turistik mal ve hizmetler, turistik destinasyonun oluşumuna ve gelişimine katkı sağlamaktadır. Turizm girişimcilerinin kararları ve faaliyetleri sayesinde ülkenin turizm endüstrisi önemli derecede hareketlenebilmektedir. Dolayısıyla bu durum, ekonominin canlanmasına ve de bu bölgede yaşayan halkın refahının artmasına katkı sağlamaktadır. Bir ülkede ekonomik büyümenin bir anahtarı olarak turizm endüstrisi görülüyorsa o ülke, turizmdeki girişimciliğe ve onun sürecine önem vermelidir.

Tarihsel perspektiften bakıldığı zaman girişimcilik, en eski faaliyetlerden biri olarak dikkat çekmektedir. Yeni iş imkanlarını keşfetmek ya da tanımlamak ve bu imkânları ekonomik kazanç elde etmek için yeni girişimlerde kullanmak, insan yaşamında daima önemli bir yer tutmuştur. Geçmişten günümüze kadar tarihin her döneminde girişimsel aktivitelerin ne kadar önemli olduğu ile ilgili örnekleri görmek mümkündür (Gurel, Altınay ve Daniele, 2010; Kautonen, Luoto ve Tornikoski, 2010; Murphy, Liao ve Welsch, 2006; Özkul ve Dulupçu, 2007). Gelir elde etme amacı güdülmeyen yapılan faaliyetler, girişimciliğin tanımı içerisinde yer almamakla beraber bir girişimcilik faaliyeti olarak da sayılmamaktadır. Bu nedenle belirli bir gelir elde etmek için yapılan faaliyetler, girişimcilik kavramının içerisinde girerek, girişimciliğin piyasada etkinliğinin ne kadar fazla olduğunu gözler önüne sermektedir.

Girişimcilik, son yıllarda sıklıkla gündeme gelen ve bütün ülkelerin üzerine politikalar ürettiği bir kavramdır. İlk defa Fransız düşünür ve yazarlarından J. B. Say tarafından kullanılan ve alan yazına onun vasıtasıyla giren “Girişimcilik” kavramı, Fransızca “entreprendre” ve Almanca’da “unternehmen” sözcüklerinden türetilen ve Türkçe’de “üstlenmek” anlamına gelen bir fiili ifade etmektedir. Bu ifadeye göre girişimci, bir işletmeyi organize eden, yöneten ve risk alabilen ve bunun sorumluluklarını üstlenen kişidir (Arıkan, 2004: 45). Bir başka tanıma göre de girişimcilik, mevcut

durumun dışına çıkmayı zorunlu kılan, değişim, yaratıcılık ve yenilikçilik gibi kavramlarla ilgilidir. Dolayısıyla girişimcilik, ortaya çıkan fırsatlardan yararlanma ya da yeni fırsatlar yaratma amacı taşımaktadır. Bu anlamda girişimcilik, kaynakların kontrol edilip edilmemesinden bağımsız olarak, fırsatların yaratılması ve takip edilmesine dönük bir süreçtir (Başar, 2008: 4).

Bilimsel yazında yer alan çalışmalar göstermektedir ki; girişimcilik eğilimlerinin artması, pek çok sektörde olduğu gibi turizm sektöründe de sektörel gelişime katkı sağlamaktadır. Bu nedenle turizm sektöründe hizmet eden girişimcilerin performanslarının artırılması sektörel açıdan önem teşkil etmektedir. Ayrıca turizmin çarpan etkisi özellikleri de dikkate alınırsa girişimcilik eğilimi, sadece turizmi değil turizm paydaşlarını da doğrudan ya da dolaylı olarak etkileyebilmektedir. Bu doğrultuda çalışmanın amacı, Konya turizm sektöründe bireylerin girişimcilik eğilimini ve düzeylerini belirleyen faktörleri araştırmaktır. Söz konusu çalışmanın turizm sektöründe çalışanlara, hâlihazırdaki girişimcilere, ilgili paydaşlara ve politika yapıcılara katkı sağlaması beklenmektedir. Çalışmada Giriş bölümünü takiben, 2. bölümde Literatür Taraması, 3. bölümde Yöntem, 4. bölümde Bulgular son olarak 5. bölümde Sonuç ve Öneriler kısmına yer verilmiştir.

## LİTERATÜR TARAMASI

Girişimcilik konusunda yapılan çalışmalarda oldukça geniş bir literatür bulunmaktadır. Özellikle farklı örneklem, farklı sektörler, girişimciliğin farklı türleri üzerine yoğunlaşan çalışmalar mevcuttur. Tablo 1’de literatürdeki önemli çalışmalar ve bulguları özetlenmektedir. Yapılan çalışmalarda Alanya’daki 4-5 yıldızlı otellerde iç girişimcilik algılarının yüksek olduğu (Uzun, 2018: 105); İstanbul’daki beş yıldızlı konaklama işletmeleri çalışanlarının iç girişimcilik algılarının alt boyutları (risk alma, özerklik, proaktiflik ve yenilik) ile birey örgüt uyumu arasında anlamlı bir ilişkiye sahip olduğu (Eşitti, 2017: 350); stratejik insan kaynakları yönetimi, inovasyon ve iç girişimcilik arasında anlamlı bir ilişkinin bulunduğu (Atar ve Konaklıoğlu, 2016: 115); turizm işletmelerinde iç girişimcilik ve ürün-süreç yeniliği, kaynak ve yeteneklerin gelişimi ve yeni ürün üretmeyi sağladığı (Kaplan, 2010: 96); Frigya otel yöneticilerinin iç girişimcilik ile yenilik yapma ve stratejik yenilenme konuları arasında anlamlı bir ilişki

olduğu aynı zamanda rakiplerin takip edilmesinin de önemli bir faktör olduğu (Kozak ve Yılmaz, 2010: 94-95) sonucuna ulaşmak mümkündür.

Diğer taraftan, turizm çalışanlarının proaktif çalışma davranışı, girişimcilik eğilimleri ile demografik özellikleri (yaş, cinsiyet ve eğitim durumu) arasında anlamlı ilişkiye sahip olduğu (Işık ve Akan, 2017: 432-437); otel çalışanlarının girişimcilik eğilimleri ile toplumsal cinsiyet algıları arasında anlamlı ilişki olduğu (Kavak ve Kaygın, 2017: 448); otel çalışanlarının girişimcilik yönelimlerinin bazı sosyo-demografik özelliklere (cinsiyet, eğitim, medeni durum, sektörde çalışma süresi) göre anlamlı farklılık gösterdiği (Artuğer, Ayazlar ve Bahar, 2016: 46) bulgularına ulaşılmıştır.

Finansal performans ile girişimcilik eğilimini ele alan çalışmalarda ise girişimci yönetim biçiminin alt boyutlarının finansal performans ölçütleri ile pozitif yönlü ilişki içerisinde olduğu (Dönmez, Altuntaş ve Birgören, 2011: 293-294); kurumsal girişimcilik boyutlarından, proaktiflik, yenilikçilik ve rekabetçi agresiflik boyutlarının konaklama işletmelerinin finansal performans ve finansal olmayan performansları üzerinde anlamlı ve pozitif etkisi olduğu, örgütsel yenilenme ve risk alma boyutlarının ise anlamlı bir etkiye sahip olmadığı (Özer, 2011: 113) sonuçlarına ulaşıldığı görülmektedir.

**Tablo 1.** Literatür taraması

Yazar	Uygulama /Araştırma Alanı	Değişkenler	Yöntem	Sonuç
Altuntaş ve Dönmez (2010)	Çanakkale otel işletmeleri	Girişimcilik yönelimi, örgütsel performans	Pearson, spearman korelasyon, çoklu doğrusal regresyon analizleri	Girişimcilik yöneliminin boyutları olarak yenilikçiliğin, finansal açıdan çeşitli büyüme ve karlılık; proaktifliğin, büyüme, karlılık ve büyüklük/likidite ve saldırgan rekabetçiliğin büyüme, karlılık ve likidite ile pozitif bir ilişki içerisinde olduğu belirlenmiştir. Yenilikçilik ile çalışan performansı; proaktiflik ile çalışan ve müşteri performansları arasında pozitif bir ilişki olduğu saptanmıştır.
Artuğer, Ayazlar ve Bahar (2016)	Marmaris beş yıldızlı otel çalışanları	Girişimci yönelimi, otel çalışanları	Faktör analizi, T testi, varyans analizi	Otel çalışanlarının girişimcilik yönelimlerinin bazı sosyo-demografik özelliklere göre (cinsiyet, eğitim, medeni durum, sektörde çalışma süresi) anlamlı farklılık gösterdiği tespit edilmiştir.
Atar ve Konaklıoğlu (2016)	Ankara'da farklı merkezlerde faaliyet gösteren 4 ve 5 yıldızlı 58 konaklama işletmesi	Stratejik insan kaynakları yönetimi, inovasyon, iç girişimcilik	Açıklayıcı faktör analizi korelasyon analizi, regresyon analizi	Stratejik insan kaynakları yönetimi ile iç girişimcilik ve inovasyon arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki bulunmuştur.

Yazar	Uygulama /Araştırma Alanı	Değişkenler	Yöntem	Sonuç
Aydemir, Uzun ve Göçmen (2016)	Ödemiş-Tire-Kemalpaşa yöresindeki konaklama işletmeleri yöneticileri	Kırsal turizm, kırsal turizm girişimciliği	Betimsel analizler	Ödemiş-Tire-Kemalpaşa yöresinin kırsal turizm girişimciliğinin geliştirilebilmesine uygun niteliklere sahip olduğu belirlenmiştir.
Cihangir Çamur ve Cihangir (2017)	Göreme'deki yerel turizm girişimcileri ve otel temsilcileri	Turizm girişimciliği yerel turizm dinamikleri	Betimsel Analizler	Turizm temelli yerel girişimciliğin desteklenmesi ve geliştirilmesinde merkezi yerel hükümetlerin ve mevzuatın önem arz ettiği tespit edilmiştir.
Dönmez, Altuntaş ve Birgören (2011)	Çanakkale otel işletmeleri	Girişimci yönetim, finansal performans	Pearson ve spearman korelasyon analizi, çoklu doğrusal regresyon regresyon analizi	Girişimci yönetim biçiminin alt boyutlarının finansal performans ölçütleri ile pozitif yönlü ilişki içerisinde olduğu belirlenmiştir.
Eşitti (2017)	İstanbul İlinde bulunan beş yıldızlı konaklama işletmeleri çalışanları	İç girişimcilik, yenilik, birey örgüt uyumu, konaklama işletmeleri	Açıklayıcı faktör analizi, Yapısal eşitlik modellemesi	İç girişimciliğin alt boyutları olan risk alma, özerklik, proaktiflik ve yenilik ile birey örgüt uyumu arasında anlamlı ilişkiler olduğu tespit edilmiştir.
Işık ve Akan (2017)	Erzurum İl merkezindeki turizm işletmeleri çalışanları	Turizm çalışanları, proaktif çalışma davranışı, girişimcilik eğilimi	Mann Whitney U testi, Kruskall Wallis testi	Turizm çalışanlarının proaktif çalışma davranışı, girişimcilik eğilimleri ile demografik özellikleri (yaş, cinsiyet ve eğitim durumu) arasında anlamlı ilişki olduğu saptanmıştır.
Kaplan (2010)	Turizm işletmeleri	Girişimcilik, küreselleşme, küresel rekabet, girişimci işletme modeli	İkincil kaynak kullanımı derleme	Turizm işletmeleri açısından iç girişimcilik yeni kaynaklar yaratma, fırsatları tanımlama ve değerlendirme, yeni ürün/pazar bileşenleri yaratarak üstünlük sağlama yönlü temel bir bileşendir. Bu açıdan iç girişimcilik turizm işletmelerinde ürün ve süreç yeniliği, kaynak ve yeteneklerin gelişimi ve yeni ürün ve hizmetleri üretmenin gerçekleşmesini sağlayıcı unsurdur.
Kaplan (2013)	Nevşehir İlindeki turizm işletme belgeli (4 ve 5 yıldızlı) ve özel belgeli otel işletmelerinde üst ve orta kademe yönetici	Bireysel hizmet, odaklılık, algılanan çevresel belirsizlik, iç girişimcilik, otel işletmeleri	Korelasyon analizi, regresyon analizi	Bireysel hizmet odaklılığın iç girişimcilik üzerinde pozitif bir etkiye sahip olduğu; vicdanlılık, duygusal tutarlılık ve uyumluluk boyutlarının iç girişimciliği pozitif yönlü etkilediği tespit edilmiştir.
Karacaoğlu ve Sözbilen (2013)	Nevşehir İlindeki konaklama işletmeleri	Kurumsallaşma, girişimcilik, kurumsal girişimcilik, konaklama işletmeleri	Faktör analizi, regresyon analizi	Konaklama işletmelerinin kurumsallaşmalarının onların kurumsal girişimciliklerini önemli ölçüde etkilediği sonucuna ulaşılmıştır.

Yazar	Uygulama / Araştırma Alanı	Değişkenler	Yöntem	Sonuç
Kavak ve Kaygın (2017)	Kars İli ve Sarıkamış İlçesindeki dört yıldızlı otel çalışanları	Toplumsal cinsiyet, girişimcilik	Faktör analizi, farklılık testleri, korelasyon, regresyon	Otel çalışanlarının girişimcilik eğilimleri ile toplumsal cinsiyet algıları arasında anlamlı ilişki olduğu ortaya konmuştur.
Kıvılcım (2016)	Erzurum İlindeki turizm işletme belgeli konaklama işletmeleri çalışanları	Girişimcilik, turizm	Faktör analizi, farklılık analizleri	Turizm eğitimi alan öğrencilerin girişimcilik eğilimlerinin yüksek olduğu ve genellikle olumlu kişilik özelliklerine sahip oldukları belirlenmiştir.
Kızılırmak ve Oktay (2006)	Kırgızistan, Kırgızistan tur operatörleri birliğine üye seyahat işletmeleri	Faaliyet alanı, en çok turist gönderilen ve getirilen ülkeler, yatırımdan duyulan memnuniyet, kuruluş esnasında karşılaşılan zorluklar, pazarlamada karşılaşılan zorluklar	Frekans analizi	Seyahat acente sektörüne yatırım yapan girişimcilerin kuruluş aşamasında sorunlarla karşılaştıkları ve bu sektöre yatırım yapmaktan memnun olmadıkları ortaya konmuştur.
Kozak ve Yılmaz (2010)	Frigya bölgesi 4 ve 5 yıldızlı oteller	İç girişimcilik, otel yöneticilerinin iç girişimcilik algısı ve demografik özellikleri	Faktör analizi, Mann Whitney U testi, Kruskal Wallis testi	Otel yöneticileri yenilik yapma ve stratejik yenilenme konularını iç girişimcilik kapsamında önemli bulurken, yeni iş girişi başlatma ve sektöre öncülük etme konularında rakiplerini takip etmeyi tercih ettikleri saptanmıştır.
Özer (2011)	4 ve 5 yıldızlı otel işletmeleri	Kurumsal girişimcilik, finansal performans, finansal olmayan performans	Çoklu regresyon analizi	Kurumsal girişimcilik boyutlarından, girişimcilik proaktiflik, yenilikçilik ve rekabetçi agresiflik boyutlarının konaklama işletmelerinin finansal performans ve finansal olmayan performansları üzerinde anlamlı ve pozitif etkisi olduğu, örgütsel yenilenme ve risk alma boyutlarının ise anlamlı bir etkiye sahip olmadığı belirlenmiştir.
Şengül (2017)	Bolu/Mudurnu'daki yerel turizm paydaşları	Yerel girişimcilik, turizm	İçerik analizi	Girişimciliğe teşvik ve desteklerde yerel girişimcilere destek olunması gerektiği ve yerel halka yeni girişimlerde bulunabilmesi için farkındalık eğitimlerinin verilmesi gerektiği saptanmıştır.
Uzun (2018)	Alanya destinasyonun daki dört ve beş yıldızlı otel yöneticileri	Otel işletmesi, iç girişimcilik	Açıklayıcı faktör analizi, Korelasyon, Regresyon, Farklılık analizleri	Yöneticilerin iç girişimciliği yüksek düzeyde algıladıkları ortaya konmuştur.
Yüksel ve Bekar (2017)	Muğla'da faaliyet gösteren küçük ve orta ölçekli yiyecek- içecek işletme sahipleri	Yiyecek-içecek işletmesi, girişimcilik	Faktör analizi, farklılık analizleri	Küçük ve orta ölçekli yiyecek-içecek işletme sahiplerini girişimciliğe iten en önemli unsurun fırsat yaratma odağı; en düşük unsurun yaşam tarzı odağı olduğu belirlenmiştir.



## YÖNTEM

Konya turizm sektöründe girişimciliği ve girişimcilik eğilimini belirlemeyi amaçlayan bu çalışma, nicel araştırma yaklaşımı ile hazırlanmıştır. Araştırmada genel tarama modellerinden betimleyici tarama modeli kullanılmıştır. Betimleyici tarama, bir gruptaki bireylerin bir olguya veya olaya ilişkin görüşlerini almak, tutumlarını gözlemek ve bu olgu ve olayları betimlemek amacıyla geniş gruplar halinde yapılan araştırmalardan oluşmaktadır (Karakaya, 2012). Çalışma kapsamında detaylı bir literatür taraması yapılmış ve bu doğrultuda veri toplama aracı olarak anket formu oluşturulmuştur. Veriler, yüz yüze anket tekniği kullanılarak toplanmıştır. Veri toplama aracı, üç bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde, demografik özellikleri belirlemeye yönelik sorular, ikinci bölümde ise girişimcilik düzeyini belirlemeye yönelik ifadeler yer almaktadır. İkinci bölümde yer alan Girişimcilik Potansiyeli Belirleme Envanteri Ölçeği (EPAI), Santos, Caetano ve Curral (2014) tarafından geliştirilmiştir. Söz konusu ölçeğin Türkçe diline kazandırılması ise Orhan (2017) tarafından olmuştur. Orhan (2017) bu doğrultuda EPAI ölçeğini Türkçeye çevirip, yapı, içerik geçerlilik analizi yapmış, güvenilirliğini analiz etmiştir. Geçerliliği ve güvenilirliği sağlanmış olan ölçeğin orijinaline bağlı kalınarak araştırmanın amacı doğrultusunda adı geçen ölçek, Konya turizm sektörü için kullanıma hazır hale getirilmiştir. Ölçeğin bu çalışmada kullanımı için araştırmacılardan gerekli izinler alınarak uygulamaya geçilmiştir.

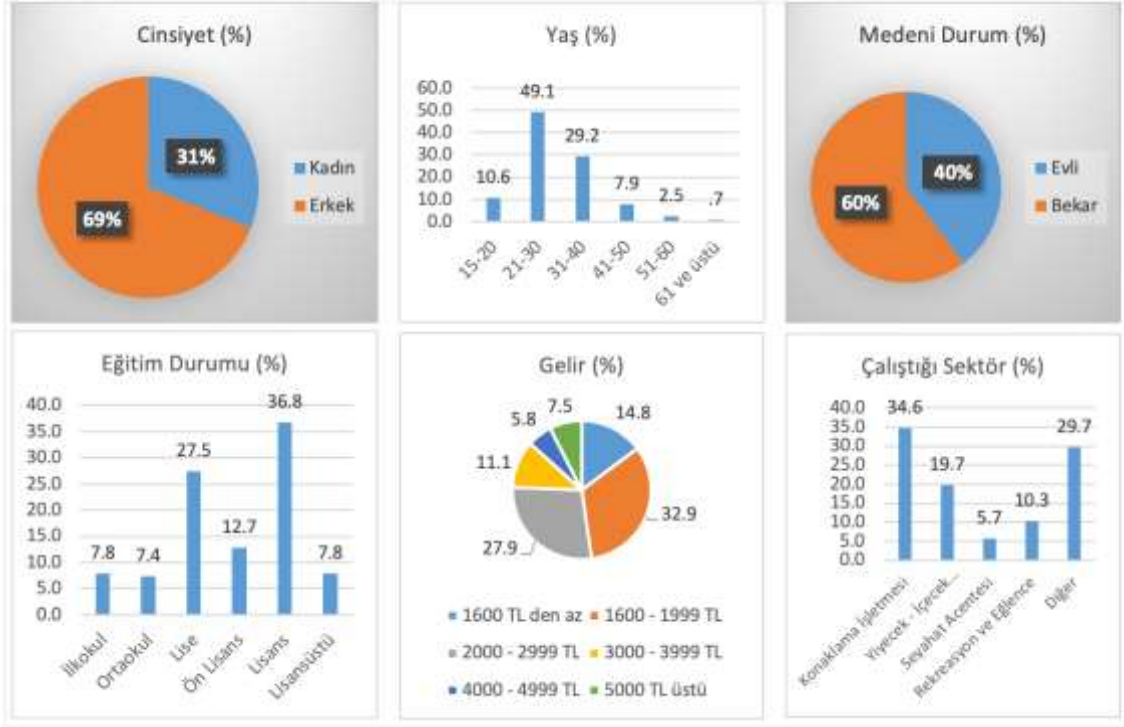
Araştırma tasarımının önemli aşamalarından biri de incelenen konuya uygun olarak veri toplama kaynağının belirlenmesidir. Bu doğrultuda araştırmanın evrenini Konya'da turizm sektöründe çalışan kişiler oluşturmaktadır. Söz konusu araştırmada evrenin tamamına ulaşmanın hem zaman hem de maliyet açısından zor olması sebebiyle örnekleme yöntemine gidilmiştir. Evrene ait özellikler dikkate alındığında araştırmada, olasılıklı olmayan örnekleme yöntemlerinden kolayda örnekleme yönteminin kullanılması uygun görülmüştür. Örneklem hacminin belirlenmesinde “Kabul edilebilir hata düzeyini esas alan yöntem” kullanılmıştır (Ural ve İbrahim, 2006). Belirlenen örneklem doğrultusunda veriler, Konya'da (Merkez ve Merkez ilçeler dahil) turizm sektöründe çalışan kişilerle yüz yüze anket tekniği kullanılarak toplanmıştır. Bu doğrultuda çalışmada analiz edilmesi için 407 anket toplanmış ve toplanan veriler analize tabi tutulmuştur.



İstatiksel testlerin uygulanabilmesi için veri setinin normal ya da normale yakın dağılım göstermesi gerekmektedir (Çiçek, 2010). Verilerin normal dağılım gösterip göstermediğini belirlemek için veri setinde bulunan maddelerin aritmetik ortalama, medyan ve mod değerlerinin birbirlerine yakınlığı, sonrasında ise çarpıklık (*skewness*) ve basıklık (*kurtosis*) değerleri incelenmiştir. Verilerin %95 güvenirlilik düzeyinde normal dağıldığını varsayabilmek için çarpıklık ve basıklık değerlerinin  $\pm 1,5$  aralığında olması gerektiği belirtilmektedir (Tabachnick ve Fidell, 2013). Girişimcilik eğilimini belirleyen ölçeğin her bir ifadesinin çarpıklık ve basıklık değerlerine bakılmış ve değerlerin  $\pm 1,5$  aralığında olduğu gözlemlenmiştir. Böylelikle ölçeğin çok değişkenli analizler için ön kabullerden biri olan normal dağılıma sahip olduğu sonucuna ulaşılmıştır. EPAI ölçeğinin güvenilirliğini belirlemek için Cronbach'ın Alfa katsayıları dikkate alınmıştır. Bu doğrultuda ölçeğin Cronbach Alfa katsayısı ,935 olarak bulgulanmıştır. Cronbach'ın Alfa katsayısı, ölçeğin homojen dağılım gösterip göstermediğini belirleyen bir modeldir. Hair, Black, Babin ve Anderson (2010) yeniden test (Test-Retest) yönteminden sonra en çok başvurulan güvenirlilik formlarından birisi olan iç tutarlılık (internal consistency) biriminin, ölçeğin bir bütün halinde tutarlılığını gösterdiğini ve ,70 Cronbach'ın Alfa istatistiğinin alt sınır olduğunu ifade etmektedir.

## **BULGULAR**

Yapılan analizlerden elde edilen demografik bulgular, Şekil 1'de sunulmaktadır. Elde edilen bulgular, çalışma kapsamında yer alan turizm sektörü çalışanlarının %31'inin kadın, %69'unun ise erkek olduğunu göstermektedir. Ankete katılan turizm çalışanlarının %78,3'ünün 21-30 ve 31-40 yaş aralığında orta yaş ve üzeri kişiler olduğu görülmektedir. Bu durum emek yoğun bir sektör olan turizm sektöründe ileri yaşlarda çalışma oranının düşmekte olduğu şeklinde yorumlanabilmektedir. Medeni durum açısından da sektörde çalışanların %40'ının evli olduğu, %60'ının ise bekar olduğu görülmektedir. Lisans ve ön lisans mezunlarının toplamının %49,5 olduğu, bununla birlikte hayli yüksek bir oranda (%27,5) ise lise mezunlarının var olduğu dikkat çekmektedir.

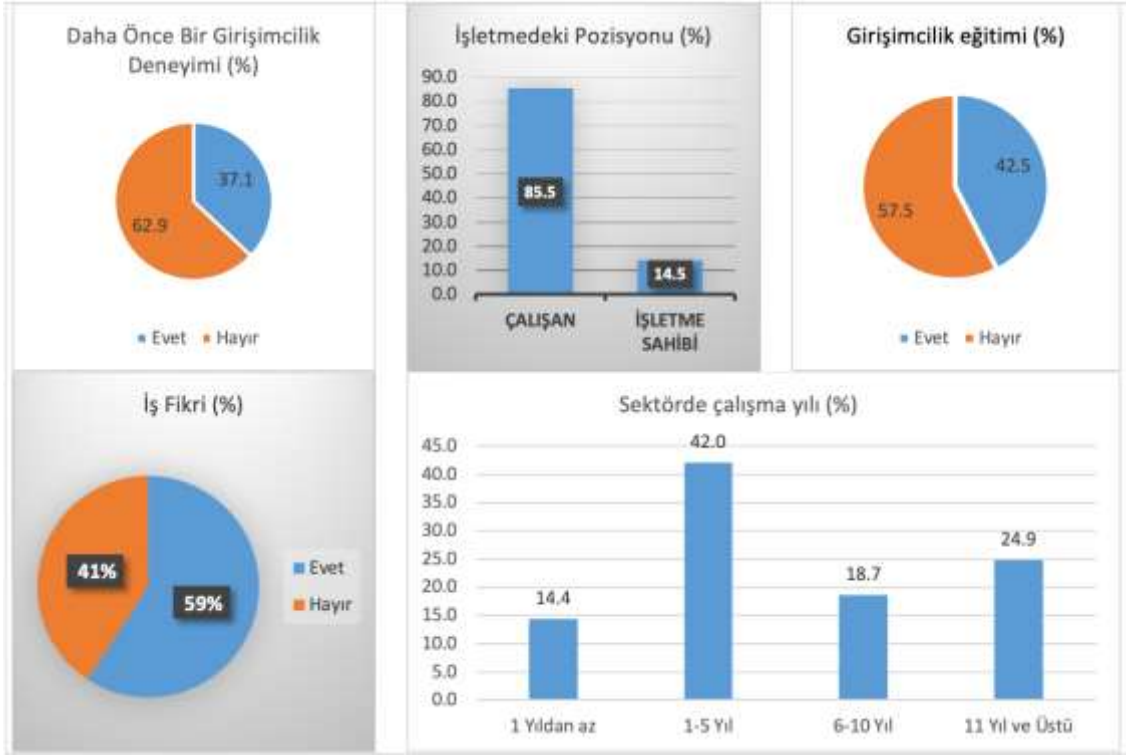


Şekil 1. Demografik Bulgular

Ekonomik gelir açısından sektörde çalışanlar değerlendirildiğinde 1600-2000 TL gelir elde edenlerin oranlarının %32,9 olduğu; 2000-2999 TL arası gelir elde edenlerin ise %27,9 olduğu görülmektedir. Bununla birlikte sektörde asgari ücretin altında çalışanların oranının hiç azımsanmayacak oranda (%14,8) olduğu dikkat çekmektedir. Çalışanların büyük bir kısmının konaklama sektöründe istihdam edildiğini (%34,6) ikinci sırada ise yiyecek-içecek işletmelerinin (%19,7), üçüncü sırada ise turizm sektöründe faaliyet gösteren diğer işletmelerin (%29,7) (turizm bölgesindeki AVM'ler, araç kiralama, kafeler, antikacılar ve halıcılar vs.) yer aldığı görülmektedir. Yine ankete katılanların %85,5'inin çalışan olduğu, %14,5'inin ise işletme sahibi olduğu görülmektedir.

Katılımcıların büyük bir çoğunluğu (%62,9) daha önce bir girişimcilik deneyimi olduğunu beyan etmiştir. Ancak ankete katılanların %57,5'inin girişimcilik eğitimi almadığı; %42,5'inin ise aldığı sonuçlar arasında yer almaktadır. Bununla birlikte katılımcıların %59'unun yeni bir iş fikrine sahip olduğu dikkat çekmektedir. Sektördeki tecrübe dağılımı açısından da kısa süreli çalışanların oranın çok yüksek olmadığı söylenebilir. Buna rağmen %42 oranında 1-5 yıl arası çalışma süresine sahip olan bir

kesim olduğu görülmektedir. Bu bulgular bize turizm sektöründe işgücü devir oranının yüksek olduğu izlenimini vermektedir.



Şekil 2. Girişimcilik ve İş Deneyimi Bulguları

Turizm sektöründe çalışan bireylerin girişimcilik eğilimi boyutları kapsamında kadın ve erkekler arasında anlamlı bir fark olup olmadığını belirlemek amacı ile t-testi yapılmıştır. Girişimcilik boyutlarının (Girişimcilik Potansiyeli, Yönetsel Yetkinlikler, Psikolojik Yetkinlikler, Girişimci Motivasyon, Sosyal yetkinlikler) cinsiyete göre anlamlı bir fark olmadığı görülmektedir. Özellikle turizm sektöründe kadınların ve erkeklerin birlikte işgücü arzı oluşturduğu dikkate alındığında, sektörel açıdan kadın ve erkeğin girişimcilik yetenekleri bakımından eşit olduğu ön plana çıkarmaktadır.

Girişimcilik boyutlarının yaşa göre farklılık gösterme durumunu ortaya koyan t-testi sonuçları Tablo 2’de gösterilmektedir. *Girişimci Motivasyon* boyutunun yaşa göre anlamlı bir fark gösterdiği görülmektedir. Bu sonuca göre 30 ve altı yaş grubundaki katılımcıların 31 ve üstü yaş grubundaki katılımcılara göre girişimcilik motivasyonunun daha yüksek olduğu gözlemlenmektedir. Yaşa bağlı olarak girişimcilik düzeyinin farklılaşması genç nüfusun erken yaşlarda risk alabilme düzeylerinin yüksek olduğunu bununla birlikte erken yaştaki nüfusa yönelik eğitim, teşvik vb. motivasyon unsurlarının

artırılması gerektiği gerçeğini ortaya koymaktadır. Diğer boyutlar ile yaş grupları arasında anlamlı bir fark bulunmamıştır.

**Tablo 2.** Yaşlara göre girişimcilik eğilimi

	Yaş	Sayı	Ortalama	Std. Sapma	F-değeri	p-değeri
Girişimcilik Potansiyeli	30 yaş ve altı	243	3,7347	,58380	1,665	,198
	31 yaş ve üstü	164	3,6414	,63295		
Yönetmel Yetkinlikler	30 yaş ve altı	243	3,6820	,63425	,586	,444
	31 yaş ve üstü	164	3,6566	,66042		
Psikolojik Yetkinlikler	30 yaş ve altı	243	3,6980	,67528	,402	,526
	31 yaş ve üstü	163	3,6530	,68961		
Girişimci Motivasyon	30 yaş ve altı	243	3,7830	,61991	9,234	<b>,003</b>
	31 yaş ve üstü	164	3,5715	,74533		
Sosyal Yetkinlikler	30 yaş ve altı	243	3,7758	,71208	3,302	,070
	31 yaş ve üstü	163	3,6683	,80588		

Girişimcilik boyutlarının medeni duruma göre farklılık gösterme durumunu ortaya koyan t-testi sonuçları da Tablo 3'te gösterilmektedir. Burada da *Girişimci Motivasyon* boyutunun medeni duruma göre anlamlı bir fark gösterdiği görülmektedir. Buna göre bekar katılımcıların evli katılımcılara göre girişimcilik motivasyonunun daha yüksek olduğu dikkat çekmektedir. Diğer boyutlar ile medeni duruma göre anlamlı bir fark bulunmamıştır. Bu durum da bekar olan katılımcıların girişimde bulunmak için daha motive olduğunu göstermektedir.

**Tablo 3.** Medeni duruma göre girişimcilik eğilimi

	Medeni Durumu	Sayı	Ortalama	Std. sapma	F-değeri	p-değeri
Girişimcilik Potansiyeli	Evli	159	3,6287	,63547	1,417	,235
	Bekar	242	3,7453	,57888		
Yönetmel Yetkinlikler	Evli	159	3,6467	,66580	,838	,360
	Bekar	242	3,6901	,62940		
Psikolojik Yetkinlikler	Evli	159	3,6221	,69733	1,718	,191
	Bekar	241	3,7259	,65948		
Girişimci Motivasyon	Evli	159	3,5588	,75293	8,884	<b>,003</b>
	Bekar	242	3,7873	,62189		
Sosyal Yetkinlikler	Evli	159	3,6872	,80797	2,984	,085
	Bekar	241	3,7677	,70662		

Girişimcilik boyutlarının çalıştığı işletmedeki pozisyonuna göre farklılık gösterme durumunu ortaya koyan t-testi sonuçları Tablo 4'te gösterilmektedir. *Girişimcilik Potansiyelinin ve Girişimci Motivasyon* boyutunun çalıştığı işletmedeki pozisyonuna göre anlamlı bir fark gösterdiği görülmektedir. Buna göre işletme sahibi katılımcıların çalışan katılımcılara göre daha fazla girişimcilik eğiliminde olduğunu

söylemek mümkündür. Aynı şekilde işletme sahibi katılımcıların çalışan katılımcılara göre girişimcilik motivasyonunun daha yüksek olduğunu da söyleyebiliriz. Bu durum, işletme sahiplerinin risk alma kabiliyetlerinin ya da becerilerinin çalışanlara göre gelişmiş olması ile açıklanabilmektedir. Diğer boyutlar ile çalıştığı işletmedeki pozisyonuna göre anlamlı bir fark bulunmamıştır.

**Tablo 4.** Çalıştığı işletmedeki pozisyonuna göre girişimcilik eğilimi

	İşletme Pozisyonu	Sayı	Ortalama	Std. sapma	F-değeri	p-değeri
Girişimcilik Potansiyeli	Çalışan	343	3,6793	,62334	3,923	<b>,048</b>
	İşletme Sahibi	58	3,8368	,46803		
Yönetmel Yetkinlikler	Çalışan	343	3,6488	,64485	,011	,916
	İşletme Sahibi	58	3,8584	,61360		
Psikolojik Yetkinlikler	Çalışan	342	3,6787	,69502	2,414	,121
	İşletme Sahibi	58	3,6988	,61243		
Girişimci Motivasyon	Çalışan	343	3,6635	,69464	5,215	<b>,023</b>
	İşletme Sahibi	58	3,9502	,52607		
Sosyal Yetkinlikler	Çalışan	342	3,7186	,77833	3,112	,078
	İşletme Sahibi	58	3,8397	,58354		

Girişimcilik boyutlarının girişimcilik eğitimi alma durumuna göre farklılık gösterme durumunu ortaya koyan t-testi sonuçları Tablo 5'te gösterilmektedir. *Yönetmel Yetkinlikler* boyutunun girişimcilik eğitimi alma durumuna göre anlamlı bir fark gösterdiği görülmektedir. Bu sonuca göre girişimcilik eğitimi alan katılımcıların girişimcilik eğitimi almayan katılımcılara göre yönetmel yetkinliklerinin daha yüksek olduğunu söylemek mümkündür. KOSGEB (Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeleri Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı) ve diğer kuruluşlar tarafından verilen uygulamalı girişimcilik eğitimlerinin etkili olduğu bu sonuçla örtüşmektedir. Ancak diğer beceriler açısından bir farklılık yaratmamış olması müfredatın tekrar düşünülmesi gerektiğini gündeme getirebilir. Diğer boyutlar ile girişimcilik eğitimi alma durumuna göre anlamlı bir fark bulunmamıştır. Bunun yanı sıra girişimcilik boyutlarının girişimcilik fikrine göre farklılık gösterme durumunu ortaya koyan t-testi sonuçları ise girişimcilik Potansiyeli ve boyutlarının girişimcilik fikrine göre anlamlı bir fark olmadığı görülmektedir.

**Tablo 5.** Girişimcilik eğitimi alma durumuna göre girişimcilik eğilimi

	Girişimcilik Eğitimi	Sayı	Ortalama	Std. sapma	F-değeri	p-değeri
Girişimcilik Potansiyeli	Evet	173	3,7976	,58485	1,558	,213
	Hayır	234	3,6269	,61440		
Yönetmel Yetkinlikler	Evet	173	3,7886	,59381	5,475	<b>,020</b>
	Hayır	234	3,5893	,67042		
Psikolojik Yetkinlikler	Evet	173	3,7503	,72018	,797	,373
	Hayır	233	3,6329	,65238		
Girişimci Motivasyon	Evet	173	3,8245	,64059	2,307	,130
	Hayır	234	3,6100	,70086		
Sosyal Yetkinlikler	Evet	173	3,8271	,72481	1,841	,176
	Hayır	233	3,6639	,76658		

Girişimcilik boyutlarının girişimcilik deneyimine göre farklılık gösterme durumunu ortaya koyan t-testi sonuçları Tablo 6’da gösterilmektedir. *Sosyal yetkinlikler* boyutunun girişimcilik deneyimine göre anlamlı bir fark gösterdiği görülmektedir. Bu sonuca göre girişimcilik deneyimi olan katılımcıların girişimcilik deneyimi olmayan katılımcılara göre sosyal yetkinliklerinin daha yüksek olduğunu söylemek mümkündür. Buradan yola çıkarak girişimcilik üzerinde *sosyal sermayenin* etkili olduğu söylenebilir. Fukuyama (2005)’ya göre "*sosyal sermaye, bir toplumda veya onun bazı bölümlerinde güven duygusunun hâkim olmasından ileri gelen bir yetidir*" şeklinde tanımlanmaktadır. OECD’ye göre ise sosyal sermaye, gruplar arasındaki ya da içerisindeki iş birliğini hızlandıran değerler ve anlayışlar, ortak normlar ve ağlardır şeklinde ifade edilmektedir. Diğer boyutlar ile girişimcilik deneyimine göre anlamlı bir fark bulunmamıştır.

**Tablo 6.** Girişimcilik deneyimine göre girişimcilik eğilimi

	Girişimcilik Deneyimi	Sayı	Ortalama	Std. sapma	F-değeri	p-değeri
Girişimcilik Potansiyeli	Evet	151	3,8761	,58234	,904	,342
	Hayır	256	3,5953	,59846		
Yönetmel Yetkinlikler	Evet	151	3,8727	,62972	,134	,715
	Hayır	256	3,5568	,62737		
Psikolojik Yetkinlikler	Evet	151	3,8020	,69956	,097	,756
	Hayır	255	3,6124	,66552		
Girişimci Motivasyon	Evet	151	3,8593	,67166	,433	,511
	Hayır	256	3,6079	,67428		
Sosyal Yetkinlikler	Evet	151	3,9704	,66704	6,023	<b>,015</b>
	Hayır	255	3,5931	,76615		

Girişimcilik boyutlarının eğitim durumuna göre farklılık gösterme durumunu ortaya koyan ANOVA sonuçlarına göre girişimcilik potansiyeli ve boyutlarının eğitim durumları arasında anlamlı bir fark olmadığı görülmektedir. Girişimcilik boyutlarının aylık gelir durumuna göre farklılık gösterme durumunu ortaya koyan ANOVA sonuçları

ise Tablo 7’de gösterilmektedir. *Psikolojik Yetkinlikler* boyutunun aylık gelir durumuna göre anlamlı bir fark gösterdiği görülmektedir. Bu sonuca göre 3000-3999 TL aylık geliri olan katılımcıların 1600 TL’den az aylık geliri olan katılımcılara göre psikolojik yetkinliklerinin daha yüksek olduğunu söyleyebiliriz. Bu durum geliri yüksek olanların kendilerini psikolojik olarak daha iyi hissettikleri bunun da girişimcilik üzerinde olumlu sonuçlar doğurduğu söylenebilir. Diğer boyutlar ile aylık gelir durumuna göre anlamlı bir fark bulunmamıştır.

**Tablo 7.** Aylık gelir durumuna göre girişimcilik eğilimi

	Aylık Gelir	Sayı	Ortalama	Std. sapma	F-değeri	p-değeri	Sonuç
<b>Girişimcilik Potansiyeli</b>	1600 TL’den az	59	3,6667	,47625	1,775	,117	Anlamlı Bir Fark Yoktur
	1600-1999 TL	131	3,6522	,65267			
	2000-2999 TL	111	3,6392	,66000			
	3000-3999 TL	44	3,9040	,50764			
	4000-4999 TL	23	3,7861	,52433			
	5000 TL ve üstü	30	3,8232	,56167			
<b>Yönetmelik Yetkinlikler</b>	1600 TL’den az	59	3,6483	,53178	1,386	,228	Anlamlı Bir Fark Yoktur
	1600-1999 TL	131	3,6658	,67756			
	2000-2999 TL	111	3,6406	,74976			
	3000-3999 TL	44	3,8466	,62637			
	4000-4999 TL	23	3,7772	,72590			
	5000 TL ve üstü	30	3,9167	,70047			
<b>Psikolojik Yetkinlikler</b>	1600 TL’den az	59	3,5812	,50642	2,455	<b>,033</b>	1600 TL’den az ≠ 3000-3999 TL
	1600-1999 TL	131	3,6221	,64754			
	2000-2999 TL	111	3,6108	,71350			
	3000-3999 TL	44	3,9163	,55139			
	4000-4999 TL	23	3,8022	,59419			
	5000 TL ve üstü	30	3,8313	,68539			
<b>Girişimci Motivasyon</b>	1600 TL’den az	59	3,6786	,65757	,930	,462	Anlamlı Bir Fark Yoktur
	1600-1999 TL	131	3,6499	,74299			
	2000-2999 TL	110	3,6328	,69420			
	3000-3999 TL	44	3,8795	,58372			
	4000-4999 TL	23	3,7348	,57888			
	5000 TL ve üstü	30	3,6826	,64864			
<b>Sosyal Yetkinlikler</b>	1600 TL’den az	59	3,7588	,62405	1,635	,150	Anlamlı Bir Fark Yoktur
	1600-1999 TL	131	3,6711	,81459			
	2000-2999 TL	110	3,6482	,77577			
	3000-3999 TL	44	3,9735	,69693			
	4000-4999 TL	23	3,8304	,68732			
	5000 TL ve üstü	30	3,8622	,69683			

Girişimcilik boyutlarının çalıştığı sektöre göre farklılık gösterme durumunu ortaya koyan ANOVA sonuçları Tablo 8’de gösterilmektedir. *Sosyal Yetkinlikler* boyutunun çalıştığı sektöre göre anlamlı bir fark gösterdiği görülmektedir. Bu sonuca göre seyahat acentesinde çalışan katılımcıların konaklama işletmelerinde çalışan



katılımcılara göre sosyal yetkinliklerinin daha yüksek olduğunu söyleyebiliriz. Seyahat işletmelerinde çalışanların işleri gereği daha çok pazarlama faaliyetlerine yatkın olmaları nedeniyle bu konuda diğer alanlarda çalışanlardan farklılaştığı söylenebilir. Diğer boyutlar ile çalıştığı sektöre göre anlamlı bir fark bulunmamıştır.

**Tablo 8.** Çalıştığı sektöre göre girişimcilik eğilimi

	Sektör	Sayı	Ortalama	Std. sapma	F-değeri	p-değeri	Sonuç
Girişimcilik Potansiyeli	Konaklama	141	3,5965	,71433	1,824	,123	Anlamlı Bir Fark Yoktur
	Yiyecek-İçecek	80	3,7903	,54257			
	Seyahat Acentesi	23	3,8187	,55217			
	Rekreasyon ve Eğlence	42	3,6991	,55434			
	Diğer	121	3,7387	,52444			
Yönetmel Yetkinlikler	Konaklama	141	3,6229	,73479	1,613	,170	Anlamlı Bir Fark Yoktur
	Yiyecek-İçecek	80	3,8616	,56759			
	Seyahat Acentesi	23	3,7244	,69003			
	Rekreasyon ve Eğlence	42	3,6655	,73402			
	Diğer	121	3,6932	,66466			
Psikolojik Yetkinlikler	Konaklama	141	3,5773	,70318	1,426	,224	Anlamlı Bir Fark Yoktur
	Yiyecek-İçecek	80	3,7280	,63034			
	Seyahat Acentesi	23	3,7957	,67939			
	Rekreasyon ve Eğlence	42	3,6612	,61692			
	Diğer	121	3,7361	,57996			
Girişimci Motivasyon	Konaklama	140	3,5996	,78558	,952	,434	Anlamlı Bir Fark Yoktur
	Yiyecek-İçecek	80	3,7696	,62603			
	Seyahat Acentesi	23	3,6531	,69121			
	Rekreasyon ve Eğlence	42	3,7282	,68449			
	Diğer	121	3,7119	,58505			
Sosyal Yetkinlikler	Konaklama	140	3,5660	,87902	3,715	<b>,006</b>	Konaklama ≠Seyahat Acent.
	Yiyecek-İçecek	80	3,8019	,66981			
	Seyahat Acentesi	23	4,1014	,60665			
	Rekreasyon ve Eğlence	42	3,7413	,73558			
	Diğer	121	3,8135	,63265			

Girişimcilik boyutlarının sektörde çalışma yılına göre farklılık gösterme durumunu ortaya koyan ANOVA sonuçlarına göre ise girişimcilik potansiyeli ve boyutlarının sektörde çalışma yılına göre anlamlı bir fark olmadığı görülmektedir. Çalışma sonuçları, literatürde yer alan çalışma sonuçları ile benzerlik göstermektedir (Artuğer, Ayazlar ve Bahar, 2016; Işık ve Akan, 2017; Kavak ve Kaygın, 2017; Kıvılcım, 2016; Özer, 2011).

## SONUÇ VE ÖNERİLER

Konya sahip olduğu turizm potansiyeli nedeniyle birçok turizm işletmesini içerisinde barındırmaktadır. Öyle ki Konya, tarihi, sosyal kültürel birçok turizm değeriyle Türkiye’de oldukça önemli bir yere sahiptir. Konya’ya daha çok turist çekebilmek ve mevcut turizm potansiyelini daha verimli kullanabilmek için turizm işletmelerine büyük rol düşmektedir. Hem yeni işletmelerin faaliyet geçebilmesi hem de var olan işletmelerin sürdürülebilirliği noktasında turizm sektöründe girişimcilik potansiyeli ve eğilimi en önemli unsurlardan bir tanesidir. Bu noktada, Konya’da yer alan turizm işletmelerindeki çalışanlardan ve işletme sahiplerinden 407 adet yüz yüze görüşme tekniği ile anket verisi toplanmıştır. Yapılan çalışmalar incelendiğinde girişimciliği belirleyen birçok faktörün girişimcilik olgusunu beslediği görülmektedir.

Konya turizm sektöründe girişimciliği belirleyen faktörler, Yönetmel Yetkinlikler, Psikolojik Yetkinlikler, Girişimci Motivasyon, Sosyal Yetkinlikler olarak boyutlandırılmıştır. Girişimci Motivasyon boyutunun yaşa göre anlamlı bir fark gösterdiği görülmektedir. Bu sonuca göre 30 yaş ve altı yaş grubundaki katılımcıların 31 yaş ve üstü yaş grubundaki katılımcılara göre girişimcilik motivasyonunun daha yüksek olduğu gözlemlenmektedir. Girişimci Motivasyon boyutunun medeni duruma göre anlamlı bir fark oluşturduğu görülmektedir. Buna göre, bekar turizmcilerin evli turizmcilere göre girişimcilik motivasyonunun daha yüksek olduğu dikkat çekmektedir. Ayrıca Girişimcilik Potansiyelinin ve Girişimci Motivasyon boyutunun işletmedeki pozisyonuna göre anlamlı bir fark gösterdiği sonucuna ulaşılmıştır. Buna göre işletme sahiplerinin çalışanlara göre daha fazla girişimcilik eğiliminde olduğunu söylemek mümkündür. Aynı şekilde işletme sahiplerinin çalışanlara göre girişimcilik motivasyonunun daha yüksek olduğunu söyleyebiliriz. Bir diğer sonuç da Yönetmel Yetkinlikler boyutunun girişimcilik eğitimi alma durumuna göre anlamlı bir fark gösterdiği dır. Tüm bu sonuçlara ek olarak girişimcilik deneyimi olan katılımcıların girişimcilik deneyimi olmayan katılımcılara göre sosyal yetkinliklerinin daha yüksek olduğunu söylemek mümkündür. Buradan yola çıkarak girişimcilik üzerinde sosyal sermayenin olumlu etkileri olduğu söylenebilir. Girişimci adaylarının sosyal sermayelerini artıracak bazı politikaların uygulanması turizm sektörünün gelişimi açısından önem arz etmektedir.

Konya Turizm Sektöründe Girişimcilik düzeyinin geliştirilmesi için bazı tespit ve öneriler ile girişimcilerin; Yönetmelik Yetkinlikler, Psikolojik Yetkinlikler, Girişimci Motivasyon, Sosyal Yetkinlikler düzeylerinin artırılması, kendi işini kurma da motivasyonlarının sağlanması, yerel, ulusal ve uluslararası networklara katılarak iş fikirlerinin geliştirilmesi ve böylelikle Konya’da bölgesel kalkınmanın geliştirilmesine öncülük edecektir. Politika ve uygulama önerilerini de şu şekilde sıralamak mümkündür;

- Konya turizm sektöründe kadın işgücü (%31) kadın girişimciliğin özendirilmesi, özellikle işgücüne katılımlarının artırılması gerektiğini ortaya koymaktadır.
- Turizm girişimciliğinde yaşa duyarlılık anlamlı bir faktördür. Özellikle genç girişimcilere yönelik teşviklerin bilinirliğinin ve görünürlüğünün artırılması gerekmektedir.
- Turizm sektörü açısından bekar olanların evli olanlara göre girişimcilik düzeylerinin daha yüksek olduğunu göstermektedir. Politika yapımcılar (Bakanlıklar, KOSGEB, Ticaret odası, STK’ler vs.) bu konuya yönelik strateji geliştirmelidir.
- İşletme sahiplerinin girişimcilik düzeylerinin daha yüksek olması nedeniyle turizm eğitimi alan öğrencilerin iş başı eğitim ve staj uygulamalarının yaygınlaştırılması önem arz etmektedir.
- KOSGEB ve diğer kuruluşlar tarafından verilen uygulamalı girişimcilik eğitimlerinin etkin olduğu ancak eğitimlerin spesifikleştirilmesi önem arz etmektedir.
- Gelir seviyesi asgari ücretin üzerinde olanların psikolojik yetkinliklerinin (Girişimcilik açısından) diğerlerine göre daha yüksektir. Fonksiyonel gelir dağılımının önemini ortaya çıkarmaktadır.
- Sosyal girişimcilik ekosisteminin geliştirilmesi gerekmektedir.

Sonraki çalışmalara öneri olarak; incelenen konu kapsamında farklı bölgeler (örneklem) için araştırma yapılması, çalışma sonuçlarının pekişmesine katkı sağlayabilir. Ayrıca sonuçların Türkiye’ye genellenebilmesi açısından Türkiye’nin her bölgesinden belirli bir örneklem seçilerek araştırma yapılabilir. Son olarak, girişimcilik eğilimi boyutlarının her biri kendi içerisinde geniş bir kuramsal altyapıya sahiptir. Dolayısıyla

her boyut, ayrı olarak değerlendirilebilir ve böylece her bir boyutun etki düzeyi derinlemesine incelenebilir.

## KAYNAKÇA

Altuntaş, G. ve Dönmez, D. (2010). Girişimcilik yönelimi ve örgütsel performans ilişkisi: Çanakkale Bölgesinde faaliyet gösteren otel işletmelerinde bir araştırma, *İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi*, 39(1): 50-74.

Arıkan, S. (2004). *Girişimcilik* (2. bs.). Ankara: Siyasal Kitabevi.

Artuğer, S., Ayazlar, G. ve Bahar, O. (2016). Otel çalışanlarının girişimcilik yönelimlerinin sosyo-demografik değişkenlere göre incelenmesi. *Sosyal ve Beşeri Bilimler Araştırmaları Dergisi*, 17(37): 37-52.

Atar, A. ve Konaklıoğlu, E. (2016). Stratejik insan kaynakları yönetimi uygulamalarının örgüt inovasyonu ve iç girişimcilik üzerindeki etkisinin belirlenmesi: Oteller üzerinde bir araştırma. *MANAS Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 5(2): 104-123.

Aydemir, B., Uzun, D. ve Göçmen Z. G. (2016). Ödemiş-Tire-Kemalpaşa yöresi kırsal turizm ve girişimciliğini tespiti yönelik bir araştırma. *Uluslararası Sosyal ve Ekonomik Bilimler Dergisi*, 6(2): 1-6.

Başar, M. (2008). Girişimcilik ve girişimcinin özellikleri. (5. bs.) Ed. Y. Odabaşı içinde, *Girişimcilik* (s. 1–19). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi.

Cihangir Çamur, K. ve Cihangir, E. (2017). Turizm temelli girişimciliğin gelişiminde yerel ve mekânsal dinamiklerin Göreme (Nevşehir- Kapadokya) örneğinde analizi. *Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 1(3): 227-237.

Çiçek, E. U. (2010). Tanımlayıcı istatistikler. Ed. Ş. Kalaycı içinde, *SPSS Uygulamalı çok değişkenli istatistik değişkenleri* (s. 51-58). Ankara: Asil Yayıncılık.

Dönmez, D., Altuntaş, G. ve Birgören, T. (2011). Girişimci yönetim biçimi ve finansal performans ilişkisi: Çanakkale Bölgesi'nde faaliyet gösteren otel işletmelerinde bir araştırma. *İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi*, 40(2): 278-303.

Eşitti, B. (2017). Konaklama işletmelerinde iç girişimcilik ve birey örgüt uyumunun değerlendirilmesi. 8. *Uluslararası Girişimcilik Kongresi (ICE 2017) Bildiriler Kitabı*, 14-16 Temmuz 2017, Balıkesir, s. 337- 356.

Fukuyama, F. (2005). *Güven: Sosyal erdemler ve refahın yaratılması* (çev. A. Buğdaycı). İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.

Gurel, E., Altınay, L. ve Daniele, R. (2010). Tourism students' entrepreneurial intentions. *Annals of Tourism Research*, 37(3): 646–669.

Hair, J. F., Black, W. J., Babin, B. j. ve Anderson, R. E. (2010). *Multivariate data analysis*. Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.

Işık, C. ve Akan, A. N. (2017). Turizm çalışanlarının proaktif çalışma ve girişimcilik eğilimlerinin belirlenmesi: Erzurum ili örneği. *1.Uluslararası Turizmin Geleceği Kongresi: İnovasyon, Girişimcilik ve Sürdürülebilirlik Kongresi (Futourism, 2017) Bildiriler Kitabı*, 28-30 Eylül 2017, Mersin, s.429-440.

Kaplan, M. (2010). *Küresel rekabet ortamında iç-girişimciliğin turizm işletmelerinde uygulanmasına yönelik bir model önerisi* (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi). Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.

Kaplan, A. (2013). *Otel işletmelerinde bireysel hizmet odaklılığın iç girişimcilik performansı üzerindeki etkisi: Algılanan çevresel belirsizliğin aracı rolü* (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi). Nevşehir Hacı Bektaş Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Nevşehir.

Karacaoğlu, K. Ve Sözbilen, G. (2013). Kurumsallaşmanın konaklama işletmelerinin kurumsal girişimcilik düzeyleri üzerine etkisi: Nevşehir ilinde bir uygulamaya. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 24(1): 41-56.

Karakaya, İ. (2012). Bilimsel araştırma yöntemleri. Ed. A. Tanrıoğen içinde *Bilimsel araştırma yöntemleri*. Ankara: Anı Yayıncılık.

Kautonen, T., Luoto, S. ve Tornikoski, E. T. (2010). Influence of work history on entrepreneurial intentions in 'prime age' and 'third age': A preliminary study. *International Small Business Journal: Researching Entrepreneurship*, 28(6): 583–601.

Kavak, O. ve Kaygın, E. (2017). Toplumsal cinsiyet algısı ile girişimcilik eğilimi arasındaki ilişkinin turizm sektörü açısından incelenmesi. *IWACT'17 International West Asia Congress of Tourism Research Bildiri Kitabı*, 28 Eylül-1 Ekim 2017, Van, s.436-450.

Kıvılcım, B. (2016). *Girişimcilik ve dönüştürücü liderlik arasındaki ilişki: Turizm sektöründe bir uygulama* (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi). Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Erzurum.

Kızılırmak, İ. ve Oktay, K. (2006). Kırgızistan'da seyahat acentalarına yatırım yapan girişimcilerin karşılaştıkları pazarlama sorunları. *Uluslararası Girişimcilik Kongresi*

*Bildiri Kitabı*, 25-27 Mayıs 2006, Manas, s.130- 139.

Kozak, M. A. ve Yılmaz, E. G. (2010). Otel Yöneticilerinin iç girişimcilik algılamaları: Frigya Bölgesi örneği. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 21(1): 85-97.

Murphy, P. J., Liao, J. ve Welsch, H. P. (2006). A conceptual history of entrepreneurial thought. *Journal of Management History*, 12(1): 12–35.

Orhan, K. (2017). Girişimcilik potansiyeli belirleme envanteri'nin (Entrepreneurial Potential Assessment Inventory- EPAI) Türkçe'ye uyarlanması ve psikometrik özellikleri. *Ordu Üniversitesi Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi*, 3(7): 609-625.

Özer, Ö. (2011). *Kurumsal girişimcilik ve işletme performansı ilişkisi: Dört ve beş yıldızlı otel işletmelerinde uygulama* (Yayınlanmamış doktora tezi). Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.

Özkul, G. ve Dulupçu, M. A. (2007). Kişisel gelişimin girişimci tipleri üzerine etkisi: Antalya-Isparta illerinde bir inceleme. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 2(2): 67–92.

Santos, S., Caetano, A. ve Curral, L. (2014). Psychosocial aspects of entrepreneurial potential. *Journal of Small Business and Entrepreneurship*, 26 (6): 661-685.

Şengül, S. (2017). Yerel girişimcilik ve turizm ilişkisine dair çıkarımlar: Mudurnu örneği. *Yönetim ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 15(4): 126-142.

Tabachnick, B. G. ve Fidell, L. S. (2013). *Using multivariate statistics: International edition*. Boston: Pearson.

Ural, A. ve İbrahim, K. (2006). *Bilimsel araştırma süreci ve SPSS ile veri analizi*. Ankara: Detay Yayıncılık.

Uzun, C. (2018). Alanya otel işletmelerinde iç girişimcilik algısı. *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü: Gaziantep*.

Yüksel, F. ve Bekar, A. (2017). Küçük ve orta ölçekli yiyecek-içecek işletmesi sahiplerinin girişimci kişilik özellikleri ve girişimcilik motivasyonları. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 5(4): 33-46.