

**T.C.**  
**BALIKESİR ÜNİVERSİTESİ**  
**SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ**  
**TURİZM İŞLETMECİLİĞİ VE OTELCİLİK ANABİLİM DALI**

**ÖDEMiŞ- TİRE- KEMALPAŞA YÖRESİ**  
**KIRSAL TURİZM VE GİRİŞİMCİLİĞİNİ**  
**TESPİTE YÖNELİK BİR ARAŞTIRMA**

**YÜKSEK LİSANS TEZİ**

**Didem UZUN**

**Balıkesir, 2016**

**T.C.**  
**BALIKESİR ÜNİVERSİTESİ**  
**SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ**  
**TURİZM İŞLETMECİLİĞİ VE OTELCİLİK ANABİLİM DALI**

**ÖDEMiŞ- TİRE- KEMALPAŞA YÖRESİ**  
**KIRSAL TURİZM VE GİRİŞİMCİLİĞİNİ**  
**TESPİTE YÖNELİK BİR ARAŞTIRMA**

**YÜKSEK LİSANS TEZİ**

**Didem UZUN**

**Tez Danışmanı**

**Yrd. Doç. Dr. Burhan AYDEMİR**

**T.C.**  
**BALIKESİR ÜNİVERSİTESİ**  
**SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ**

**TEZ ONAYI**

Enstitümüzün Turizm İşletmecilik Ve Otelcilik Anabilim Dalı'nda 201212501018 numaralı Didem UZUN' un hazırladığı “**Ödemiş-Tire-Kemalpaşa Yöresi Kırsal Turizm ve Girişimciliğini Tespite Yönelik Bir Araştırma**” konulu YÜKSEK LİSANS tezi ile ilgili TEZ SAVUNMA SINAVI, Lisansüstü Eğitim Öğretim ve Sınav Yönetmeliği uyarınca 05 /02 /2016 tarihinde yapılmış, sorulan sorulara alınan cevaplar sonunda tezin onayına OY BİRLİĞİ/~~OY ÇOKLUĞU~~ ile karar verilmiştir.

Başkan: Yrd. Doç. Dr. Burhan AYDEMİR  
(Danışman)

İmza: 

Üye: Doç. Dr. Düriye BOZOK

İmza: 


Üye: Doç. Dr. Hüseyin ÇEKEN

İmza: 

Yukarıdaki imzaların adı geçen öğretim üyelerine ait olduklarını onaylıyorum.

.29./12./2016

Enstitü Müdürü

Doç. Dr. H. İbrahim Şahin  


## ÖNSÖZ

Dört mevsimin yaşanabildiği Türkiye, turizm için büyük bir cennettir. Jeopolitik konum itibarıyla de Avrupa'da yer alan Türkiye çok sayıda yabancı turist ağırlamaktadır. Akdeniz ikliminin hâkim olduğu ülkede kıyı turizmi oldukça gelişmiştir ve çok sayıda kalifiye konaklama tesisi bulunmaktadır. Yeni turizm çeşidi arayışında olan Türkiye'de kırsal turizm en çok konuşulan alternatif turizm çeşitlerinden biridir. Kalkınma planlarında da yer alan kırsal turizm geliştikçe kırsal kalkınmaya, ekonomiye ve istihdama önemli katkılar sağlayacağı aşikârdır. Çalışmada kırsal turizmin girişimcilikteki yeri ve önemi irdelenmek istenmiştir. Ayrıca kırsal turizm kavramının farklı görüşlerce kavramsal açıklamalarına yer verilerek, dünyadaki kırsal turizm ve girişimcilik örnekleriyle konunun anlaşılır hale getirilmesi amaçlanmıştır. Türkiye'de kırsal turizmin girişimcilikle pekiştirilerek ele alındığı konu sayısının azlığı da düşünülürse çalışmanın akademik alanda faydalanmak isteyen araştırmacılar için bir kaynak olarak değerlendirilebileceği öngörülmüştür.

Bu çalışmada bana yol gösteren, yardımlarını hiç esirgemeyen başta çok değerli danışmanım Yrd. Doç. Dr. Burhan AYDEMİR'e sonsuz teşekkür ederim. Bugüne kadar eğitim ve öğretimde üstün hizmetleriyle beni yetiştiren tüm Turizm Fakültesi hocalarıma da teşekkürü bir borç bilirim. Gerek konu seçimi, gerek evren seçiminde bana yol gösteren, değerli bilgileriyle ve büyük bir sabırla bana her aşamada destek olan, mülakatlarımı gerçekleştirirken yaptığı yardımlarla her zaman yanımda olan, moral veren, beni yüreklendiren İzmir İl Kültür Turizm Müdürlüğü Strateji Geliştirme Şube Müdürü çok değerli Zeynep GÖÇMEN'e teşekkür ediyorum.

Son olarak büyük bir sevgi ve ilgiyle beni destekleyen ve her an yanımda hissettiğim annem Nurtaç UZUN'a, babam Şentürk UZUN'a, kardeşim Gözde Nur UZUN'a, ablam Nur Nisa ALYANSOĞLU'na ve biricik yeğenim, moral kaynağım Aras ALYANSOĞLU'na sonsuz teşekkürlerimi sunuyorum.

Balıkesir, 2016

Didem UZUN

## ÖZET

### ÖDEMiŞ- TİRE- KEMALPAŞA YÖRESİ KIRSAL TURİZM VE GİRİŞİMCİLİĞİNİ TESPİTE YÖNELİK BİR ARAŞTIRMA

**UZUN, Didem**

**Yüksek Lisans, Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Anabilim Dalı**

**Tez Danışmanı: Yrd. Doç. Dr. Burhan AYDEMİR**

**2016, 100 Sayfa**

Kırsal turizm doğal kaynaklara dayalı bir turizm türüdür. Kırsal turizm, şehrin yoğunluğundan, aşırı trafikten ve monotonlaşan hayatlarından sıkılarak değişiklik arayan insanlar için cazip turizm olanakları sağlaması yönüyle dikkat çekmektedir. Günümüzde bu alanda hizmet veren konaklama tesisi sayısı bir hayli azdır. Bu çalışmada, İzmir'in Ödemiş, Tire ve Kemalpaşa ilçelerindeki kırsal turizm girişimleri ve girişimcilerin bu konudaki düşünceleri belirlenmek istenmiştir.

Bunun için bir mülakat/görüşme formu hazırlanmış ve ilçelerdeki tesislerle birebir görüşme yapılmıştır. Yapılan görüşmelerde işletmelerin kuruluş aşamasında ve kurulduktan sonra yaşadıkları deneyimler, kırsal turizm faaliyetlerine yaklaşımları, ilçelerdeki turizm potansiyeli gibi konulara değinilmiştir. İlçelerde kırsal turizmin ve girişimciliğin uygulanabilirliği konusunda bir takım eksiklikler ve zorluklar olduğu görülmüştür. Çalışmada da bu konular vurgulanmak istenmiş olup, getirilebilecek çözüm önerilerine yer verilmektedir. Böylelikle, bu ilçelerdeki kırsal

girişimcilik potansiyelini tespit etmek, yörenin sahip olduğu doğal, kültürel ve turizme uyarlanabilen tüm zenginlikleri, konaklama sektöründeki girişimcilerin bakış açısıyla değerlendirmek ve kırsal turizmin geleceğine ışık tutmak amaçlanmıştır. Araştırmada kırsal turizm girişimciliğinin bu yörede geliştirilebilir olduğu bulgusuna ulaşılmıştır.

**Anahtar kelimeler:** Turizm, Kırsal Turizm, Girişimcilik, Kırsal Turizm Girişimciliği.

## **ABSTRACT**

# **AN ORIENTATED STUDY TO DETERMINE THE RURAL TOURISM AND THE ENTREPRENEURSHIP OF THE AREA ÖDEMiŞ-KEMALPAŞA-TİRE**

**UZUN, Didem**

**Master Thesis, Department of Tourism and Hotel Management**

**Advisor: Yrd. Doç. Dr. Burhan AYDEMİR**

**2016, 100 Pages**

Rural tourism is a form of tourism based on natural resources. Rural tourism attracts attention of people who are bored from the crowd of city life, excessive traffic and monotonous life in the frame of attractive tourism opportunities. Today the number of accommodation facilities serving this area is a great deal less. In this work was taken to determine rural tourism enterprises and the opinions of those entrepreneur relating to this topic in the districts of Ödemiş, Tire and Kemalpaşa in Izmir.

For that, an interview/ meeting form prepared and facilities in district were interviewed one by one. In the interviews, it is touched on the some subjects such as the experiences that was occur during its establishment phase and after established of the establishments, their approach to rural tourism activities and tourism potential of

districts. It is seen that there is some deficiencies and difficulties about the practicality of entrepreneurship and rural tourism in districts. These topics were emphasized and also the solutions that can be imposed are given in this study. In this way, it is purposed to determine the potential of rural entrepreneurship in these districts, the region's owned natural, cultural and all the wealth that can be adapted to tourism, evaluating the perspective of entrepreneurs in the hospitality industry and to shed light on the future of rural tourism. In this study, research findings proof that rural tourism entrepreneurship can be developed in this region.

**Key Words:** Tourism, Rural Tourism, Entrepreneurship, Rural Tourism Entrepreneurship.



# İÇİNDEKİLER

ÖNSÖZ.....	iii
ÖZET.....	iv
ABSTRACT .....	vi
İÇİNDEKİLER .....	viii
ŞEKİLLER LİSTESİ.....	xi
KISALTMALAR .....	xii

1.GİRİŞ .....	1
1.1.Amaç.....	2
1.2.Yöntem .....	4

## 2. KIRSAL TURİZM VE KIRSAL TURİZM POLİTİKALARI..... 5

### 2.1. Kırsal Turizm .....

2.1.1. Kırsal Turizm Kavramı.....	7
2.1.2. Kırsal Turizmin Özellikleri .....	9
2.1.3. Kırsal Turizmin Etkileri .....	10
2.1.4. Kırsal Alanda Yapılabilecek Turizm Çeşitleri .....	13

### 2.2. Turizm Politikası Ve Kırsal Turizm Politikaları .....

2.2.1. Turizm Politikasının Özellikleri .....	18
2.2.2. Avrupa Birliği'nin Turizm ve Kırsal Turizm Politikaları .....	20
2.2.3. Türkiye'de Turizm ve Kırsal Turizm Politikası .....	22
2.2.3.1. Onuncu Kalkınma Planı Turizm Özel İhtisas Komisyonu Raporu'nda Turizm Ve Kırsal Turizm Politikası .....	24
2.2.3.2. “ 2023 Turizm Stratejisi ve Eylem Planında (2007-2013)” Turizm ve Kırsal Turizm Politikası.....	25

### 2.3. Girişim, Girişimci ve Girişimcilik .....

2.3.1. Girişim, Girişimci ve Girişimcilik Kavramları .....	28
2.3.2. Girişimcilerin Özellikleri .....	30
2.3.3. Girişimciliği Etkileyen Faktörler.....	30

### 2.4. Girişimcilik Politikaları .....

2.4.1. Avrupa Birliği'nde Girişimcilik Politikası .....	34
---	----

2.4.2. Türkiye’de Girişimcilik Politikaları .....	35
2.4.2.1. “Onuncu Kalkınma Planında (2014 – 2018)” Girişimcilik Politikası ...	35
2.4.2.2. “Onuncu Kalkınma Planı Girişimciliğin Geliştirilmesi Özel İhtisas Komisyonu Raporunda” Girişimcilik Politikası .....	36
2.4.2.3. Türkiye Girişimcilik Stratejisi ve Eylem Planı’nda 2015 - 2018 Girişimcilik Politikası .....	37
<b>2.5. Turizm Girişimi, Turizm Girişimcisi Ve Turizm Girişimleri.....</b>	<b>39</b>
2.5.1. Turizm ve Kırsal Turizm Girişimciliği.....	39
2.5.2. Yatırımları Etkileyen Faktörler .....	42
2.5.3. Turizm ve Kırsal Turizm Yatırımları .....	44
2.5.4. Turizm ve Kırsal Turizm Yatırımlarının Özellikleri .....	46
2.5.5. Turizm Girişimciliğinin ve Kırsal Turizm Girişimciliğinin Riskleri .....	48
2.5.6. Turizm Sektöründe Çalışanların ve Girişimcilerin Hakları.....	49
<b>2.6. Kırsal Turizm Girişimciliği Politikası.....</b>	<b>50</b>
2.6.1. Türkiye’de Kırsal Turizm Girişimciliği Politikası .....	51
2.6.1.1. “Onuncu Kalkınma Planında (2014 – 2018)” Kırsal Turizm Girişimciliği .....	51
2.6.1.2. “Onuncu Kalkınma Planı Girişimciliğin Geliştirilmesi Özel İhtisas Komisyonu Raporunda” Kırsal Turizm Girişimciliği .....	52
2.6.1.3. “2023 Türkiye Turizm Stratejisi” Kırsal Turizm Girişimciliği .....	52
2.6.1.4. Türkiye Girişimcilik Stratejisi ve Eylem Planı’nda (2015-2018) Kırsal Turizm Girişimciliği .....	55
2.6.2. Dünya Genelinde Kırsal Turizm ve Kırsal Turizm Girişimciliği Uygulamaları .....	55
<b>2.7. Ödemiş, Kemalpaşa Ve Tire’nin Tarihçesi Ve Turizm Potansiyeli .....</b>	<b>61</b>
<b>3. YÖNTEM.....</b>	<b>65</b>
<b>3.1. Araştırmanın Modeli .....</b>	<b>65</b>
<b>3.2. Evren ve Örneklem .....</b>	<b>66</b>
<b>3.3. Veri Toplama Aracı ve Teknikleri.....</b>	<b>67</b>
3.3.1. Veri Toplama Aracı.....	67
3.3.2. Veri Toplama Teknikleri .....	68
<b>3.4. Verilerin Analizi .....</b>	<b>68</b>

<b>4. ARAŞTIRMANIN BULGULARI VE YORUMLAR.....</b>	<b>69</b>
<b>4.1. Bulgular.....</b>	<b>78</b>
<b>5. SONUÇ VE ÖNERİLER.....</b>	<b>81</b>
<b>KAYNAKLAR .....</b>	<b>86</b>
<b>EKLER.....</b>	<b>95</b>

## ŞEKİLLER LİSTESİ

	<b>Sayfa</b>
<b>Şekil 1:</b> Kırsal Turizm Kavramı (Kırsal Turizm Bileşenleri)	6
<b>Şekil 2:</b> Ödemiş İlçesi Birgi Evleri	62
<b>Şekil 3:</b> Tire Tahtakale Hamamı	63
<b>Şekil 4:</b> İzmir İli Haritası	67

## KISALTMALAR

- AB:** Avrupa Birliği  
**ABD:** Amerika Birleşik Devletleri  
**AR-GE:** Araştırma- Geliştirme  
**CNTA:** Çin Ulusal Turizm İdaresi  
**ÇSGB:** Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı  
**EIF:** Avrupa Yatırım Fonu  
**ENRD:** - The European Network for Rural Development- Avrupa Birliği Kırsal Kalkınma Ağı  
**GEDI:** Küresel Girişimcilik ve Kalkınma Endeksi  
**GİSEP:** Girişimcilik Stratejisi ve Eylem Planı  
**GSMH:** Gayri Safi Milli Hasıla  
**GSYH:** Gayri Safi Yurt İçi Hâsıla  
**IPARD:** Kırsal Kalkınma İçin Katılım Öncesi Mali İşbirliği Aracı  
**İZKA:** İzmir Kalkınma Ajansı  
**İŞKUR:** İş Kurumu  
**KB:** Kalkınma Bakanlığı  
**KDV:** Katma Değer Vergisi  
**KTB:** Kültür ve Turizm Bakanlığı  
**KOBİ:** Küçük ve Orta Büyüklükte İşletme  
**KOSGEB:** Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeleri Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı  
**LEADER:** Kırsal Ekonominin Geliştirilmesi İçin Faaliyetlerin Birleştirilmesi  
**MED:** Bölgesel İşbirliği Programı  
**OECD:** -Organisation for Economic Co-operation and Development - Ekonomik Kalkınma ve İşbirliği Örgütü  
**OKP:** Onuncu Kalkınma Planı  
**OTP:** Ortak Tarım Politikası  
**ÖİKR:** Özel İhtisas Komisyonu Raporu  
**SBA:** -Small Business Act- Avrupa Küçük İşletmeler Yasası  
**STK:** Sivil Toplum Kuruluşu  
**SERKA:** Serhat Kalkınma Ajansı  
**TKDK:** Tarımsal Kırsal Kalkınmayı Destekleme Kurumu  
**TOKİ:** Toplu Konut İdaresi Başkanlığı  
**TÜİK:** Türkiye İstatistik Kurumu  
**TTGV:** Türkiye Teknoloji Geliştirme Vakfı  
**UNWTO:** Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü  
**UNESCO:** -United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization- Birleşmiş Milletler Eğitim, Bilim ve Kültür Örgütü  
**YOİKK:** Yatırım Ortamını İyileştirme Koordinasyon Kurulu  
**WTTC:** Dünya Turizm ve Seyahat Konseyi

# BİRİNCİ BÖLÜM

## 1.GİRİŞ

Dünyada turizm kavramının algılanmasında ve uygulanmasında önemli değişimlere neden olan sosyo- kültürel, ekonomik, hukuki, siyasi ve teknolojik gelişmeler özellikle son elli yılda yaşanmıştır. Dünya genelinde turizm olayına katılan kişi sayısında hızlı bir artış gözlemlenmektedir. Bunun nedeni, insanların boş zamanlarının artması, gelir seviyelerinin yükselmesi, seyahat formalitelerinin ortadan kalkması, demokrasi ve barışın hız kazanması, turizmin gelişmesi, soğuk savaşın sona ermesi ve tatil olanaklarının genişlemesi gibi faktörlerdir. Dünya küreselleşme sürecine bağlı olarak meydana gelen değişiklikler, turist profilinde dolayısıyla turistik taleplerde bir farklılaşmayı da beraberinde getirmektedir. Turizm sektöründeki bu değişim ve dönüşüm turizm gelirlerindeki artış, turist sayısındaki artış vb. konularını etkilemektedir. Turistlerin zevk ve tercihlerindeki artışa bağlı olarak ortaya çıkan farklı turistik talepleri karşılamak için şirketlerin ve yörelerin sahip olduğu turistik arz verilerini kullanması planlı olmalıdır. Bu tercih ve turistik arza bağlı olarak da alternatif turizm kavramı çıkmıştır. Bu taleplerin karşılanabilmesi için ortaya çıkan alternatif turizm türlerinden birisi de kırsal turizmdir.

Alternatif turizm, turistlerin seyahat anlayışlarındaki farklılık sonucunda ortaya çıkmış ve bu yönüyle turizme yeni bir boyut kazandırmıştır. Uzmanlar tarafından dünya turizm literatürü incelendiğinde, kırsal turizmin, köy turizmi, agro turizm, yayla turizmi, yumuşak turizm ve ekoturizm, çiftlik turizmi gibi farklı isimlerle anlatıldığı görülmektedir (Aref, and Gill, 2009: 68). Kırsal turizm Avrupa komisyonu tarafından; kırsal mirası görerek, tatillerini kırsal alanda gerçekleştiren ve kırsal yaşam biçiminden hoşlanan insanların arzusu olarak ifade edilmiştir (European Commission, 2003). Çok yönlü ve karmaşık bir kavram olan kırsal turizm, kırsal alanlarda ortaya çıkan bir turizm çeşididir. Ekonomik Kalkınma ve İşbirliği Örgütü'

ne göre kırsal turizm; spor, av turizmi, macera, tarih, sanat ve etnik alanlarda yapılan turizmi, yürüyüş, tırmanma, binicilik, sağlık turizmi, eko turizm ve doğa tatilleri gibi alternatif turizm kavramlarını da içermektedir (OECD, 1994: 9).

### **1.1.Amaç**

İnsanların eğlence ve turizm anlayışları dinamik bir yapıda olduğu için sürekli değişim içerisinde. Uzun yıllar tatillerde geleneksel ve kıyı egemenliğinde olan deniz-kum güneş üçlüsü sayesinde büyük bir çekim gücü sağlamıştır. Ancak günümüzde turistlerin tatil yeri tercihlerinde özgün doğa ve tarihsel/kültürel zenginlikler daha ön planda yer aldığı görülmektedir (Şahin, 2013: 775). Bununla beraber sanayileşmenin hızla arttığı içinde bulunduğumuz yüzyılda kent yaşamındaki kirlilik, yoğunluk ve stresten kaçmanın bir yolu olarak kırsal alanlarda dinlenme, doğa ile baş başa kalma ve doğada eğlenmeye karşı gittikçe artan bir ilgi doğmuştur. Bu anlamda kırsal bölgeler; turizm arz potansiyeline sahip yörelere ve bölgelere karşı bir talep artışı söz konusudur. Özellikle kent insanın giderek artan rekreasyon ve dinlenme gereksinimine doğal ve kültürel yapılarıyla cevap vermeye çalışmaktadır.

Günümüzde insanlar kitlesel turizm hareketleri yerine alternatif turizm değerlerinin yoğun olduğu yörelere gitmeyi tercih etmektedir. Bunun temelinde, doğa koruma bilinci ile kültürel, geleneksel ve doğal yaşantıya ilişkin bilgileri elde etmeleri, düzenlenen etkinliklere katılarak, yerel halk ile iletişimde bulunarak onların yaşantılarını anlamaları, tatillerini buralarda geçirmeye çalışmaları yatmaktadır (Kızılırmak, 2006: 185). Alternatif turizm denince ilk akla kırsal turizm gelmektedir.

“2020 Turizm Vizyonu” nda, Dünya Turizm Örgütü kırsal turizmde, turiste sunulan mal ve hizmetin göreceli olarak hala sınırlı olduğunu ancak önümüzdeki yıllarda önemli ölçüde artışın beklendiğini belirtmiştir (<http://cooperation.unwto.org>). Hızlı ve kontrolsüz bir biçimde gelişen sanayileşme ve kentleşme süreci bunun en önemli nedenidir. Doğa ve fiziksel çevre koşullarındaki bozulma insanları olumsuz yönde etkilediği için doğaya dönüş gibi kavramlar ön plana çıkmaktadır (Özkan, 2007: 81). Doğaya dayalı olan kırsal turizm

aynı zamanda sürdürülebilir turizmde de en uygun olan turizm türüdür. Bundan dolayı turizm talebinde kırsal turizm önemli bir yer sağlamaktadır.

Kırsal turizm girişimciliği literatüründe daha çok kırsal turizm ve girişimcilik konuları ayrı ele alınarak incelenmiştir. Yapılan çalışmalarda kırsal bölgelerde veya yörelerde yaşayan insanlar genellikle gelirlerinde bir artış sağlayacağını düşündükleri için bu alandaki turizm faaliyetlerindeki gelişmelere olumlu bakmaktadır (Eren ve Aypek; Çolak, 2009; Ertuna, 2012; Kiper ve Yılmaz, 2008; Uslu ve Kiper, 2006). Türkiye’de kırsal alanlar fazla olmasına rağmen kırsal turizm girişimciliği çok yaygın değildir. Çünkü henüz kırsal turizm ülkede ön plana çıkmış bir kavram değildir. Bu nedenle kırsal turizm girişimleri de oluşmamıştır. Ancak kırsal aktivitelerin gerçekleştirilebileceği turizm girişimleri oluşturulduğu takdirde bilinmelidir ki kırsal alanlara epey ekonomik faydalar sağlayacaktır. Kırsal alanlarda istihdamı arttıracığı gibi, kalkınma, altyapı, eğitim, sektörel gelişmelere katkı sağlayacaktır ve kente göçlerde azalmış olacaktır. Bunun için öncelikle kırsal yerleşimlerdeki yerel paydaşlar (muhtarlar, belediyeler, meslek odaları, sivil toplum kuruluşları vb.) girişimcilere destek olmalıdır.

Çalışmada Ödemiş, Kemalpaşa ve Tire ilçelerindeki konaklama tesisi işletmelerinin sahip oldukları özellikler ve kırsal turizm girişimcilik potansiyelleri araştırılmıştır. Çalışmada Ödemiş, Kemalpaşa ve Tire ilçelerinde kırsal turizm girişimleri yapılabilir mi sorusuna yanıt aranmıştır. Ayrıca turizm girişimcilerinin, girişimlerini gerçekleştirirken ihtiyaç duyabileceği danışmanlık, eğitim, girişim sermayesi gibi hususların kullanıp kullanılmadığı öğrenilmek istenmiştir. Kullanılan finansman kaynakları, çalışan sayısı ve girişimcinin daha önce girişim eylemi gerçekleştirip gerçekleştirmediği, geçmişteki başarıları ve başarısızlıkları da sorgulanmıştır. Aynı zamanda yörenin kırsal turizm potansiyeli ve yatırımcılar açısından cazip olabilecek imkânları hakkında bilgi edinilmesi amaçlanmıştır. İşletmelerin ne amaçla kuruldukları ve hangi tür turist profiline hizmet etmek istedikleri de araştırmanın amacıdır. Girişimcilerin kırsal turizm tesisi kurma amacı olmamıştır. Bizzat böyle bir amaçla kurulan sadece bir tesis olduğu görülmektedir.



## **1.2.Yöntem**

Çalışmada kırsal turizmin girişimcilik boyutu ele alınmış, yeni bir kavram olmamakla beraber literatürde çok fazla yer almayan kırsal turizm girişimciliği konusu açıklanmak istenmiştir.

Çalışmada nitel araştırma yöntemlerinden mülakat/görüşme tekniği kullanılmıştır. Araştırmanın sonucunda elde edilen verileri çözümlmek için betimsel analiz tekniği kullanılmıştır. Ödemiş, Tire ve Kemalpaşa ilçelerinde toplamda on konaklama tesisiyle yüz yüze görüşmeler gerçekleştirilerek mülakat soruları cevaplandırılmıştır.

## İKİNCİ BÖLÜM

### 2. KIRSAL TURİZM VE KIRSAL TURİZM POLİTİKALARI

#### 2.1. Kırsal Turizm

Sosyal, ekonomik ve teknolojik gelişmeler nedeniyle turizm anlayışında köklü değişimler gerçekleşmiştir ve kitle turizmiyle beraber alternatif turizm türleri de önem kazanmıştır.

İkinci Dünya Savaşı sonrası ve özellikle 1970’lerde Almanya ve İskandinav ülkelerinde başlayan kitle turizmi giderek diğer ülkelerde de yayılarak kentsel alanlardan kırsal alanlara ve deniz kıyılarına doğru ilerlemiştir. Zamanın şartları doğrultusunda kitle turizmi ulaşım, konaklama kolaylığı, hızlı ulaşım ağı, kaliteli organizasyon ve düşük maliyet gibi etmenlerle geniş bir pazar oluşturmuştur. Bunun sonucunda alt ve üst yapı gereksinimleri, reklam, eğitilmiş iş gücü, rekabet ortamı gibi unsurlar ortaya çıkmıştır. Fakat yapılan öngörülerin yetersiz olması ekonomiyi ve ekolojiyi olumsuz etkilemiştir. Küresel ısınma, iklim değişikliklerinin sonucu oluşan doğal afetler, yaşanan enerji krizleri ve ekolojik kayıplar konusunda toplum bilincini değiştirmiştir. Çevreye daha duyarlı turizm çeşitleri arayışı ortaya çıkmıştır (Ovalı, 2007: 66). 1990’ların ortalarından sonra alternatif turizm kavramı gündeme gelerek; güneşin, denizin ve sahillerin kaynak olarak kullanıldığı kitle turizmine alternatif olarak gelişen turizm çeşitlerini ifade etmiştir. Kitle turizmi ülkede çevresel ve sosyal bozulmalara yol açmıştır. Alternatif turizm de doğaya ve tarihi eserlere zarar vermeden tüm bu değerleri turizm faaliyetine katma düşüncesiyle başlamıştır (Gülbahar, 2009: 162).

Son dönemlerdeki çalışmalarda, alternatif turizmin özel olarak turiste sunulan yeni bir ağırlama anlayışı veya konukseverlik olarak tanımlandığı görülmektedir

(Çetin, 2013:166). Kültür ve Turizm Bakanlığı sitesinde yer verilen alternatif turizm eşitleri Şunlardır; sağlık ve termal turizmi, ipek yolu, yayla turizmi, golf turizmi, kiŐ turizmi, yat turizmi, hava sporları, akarsu- rafting turizmi, av turizmi, kuş gözlemciliği, su altı dalış, dağcılık, mağara, kongre, gençlik, botanik ve inanç turizmi (<http://www.kultur.gov.tr>).

Dünya turizm literatürüne bakıldığında, kırsal turizmin agro turizm, çiftlik turizmi, yayla turizmi, yumuşak turizm, ekoturizm ve köy turizmi gibi farklı isimlerle anlatıldığı görülmektedir (Aref and Sarjit, 2009: 68). Bu durum kırsal turizmin içeriği hakkında ortak bir görüŐe sahip olunmadığını göstermektedir. Turizm davranıŐlarının kırsal alanda ve geleneksel kültürü, tarımsal ve daha basit bir yaşam biçimini içermesi, kırsal turizm tanımlamalarının ortak noktasıdır (Aydın ve Selvi, 2012: 134). Bunun sonucunda; kırsal turizmde, hizmet verenler, ziyaretçilerin gidilen yerdeki atmosferi test ederek, kırsal ürünleri denemelerine yardımcı olur (Veer and Tuunter, 2005). Kırsal turizmi bir kavram olarak daha iyi anlayabilmek için Şekil-1 de belirtilen kırsal turizmin bileŐenlerinin tanımlanması gerekmektedir. Bu bileŐenler kırsal alanlar, kırsal yaşam, kırsal miras ve kırsal etkinlikler olmak üzere 4 bileŐenden oluşmaktadır (eken, Karadağ, Dalgın, 2007: 7).



**Şekil 1. Kırsal Turizm Kavramı (Kırsal Turizm Bileşenleri).**

**Kaynak:** World Tourism Organisation, Rural Tourism in Europe: Experiences, Development and Perspectives, 2005, s.13

Genel haliyle kırsal alan; kent olarak tanımlanmış yerleşme alanının dışında kalan, tarımla ilgili faaliyetlerin yapıldığı alanları da içeren mezra, köy gibi adlarla anılan insan yerleşimlerinin olduğu alanlar olarak tanımlanabilir (Şerefoğlu, 2009). Kırsal turizmin evrensel ve yeterli bir tanımını yapmak zor (Soykan, 2006: 73) olduğu gibi kırsal alan kavramı bile ülkeler arasında farklılık göstermektedir. Örneğin; Avusturya’da kırsal alan, 400 km<sup>2</sup>’den daha düşük bir nüfus yoğunluğuna sahip 1.000 kişiden daha az olan yerleri, İtalya’da 10.000 kişiden daha az olan yerleşim yerleri ifade etmektedir. Danimarka ve Norveç kırsal alanı 200 haneden daha az olan topluluklar, İspanya, İsviçre ve Portekiz 10.000 kişiden daha az olan yerleşim yerleri, İskoçya km<sup>2</sup> başına 100 kişiden daha az olan yerel otorite bölgeleri olarak belirlemiştir. Türkiye ise kırsal alanı, nüfusu 20.000 altında olan yerleşim bölgeleri olarak tanımlamaktadır (<http://www.tuik.gov.tr/>).

### **2.1.1. Kırsal Turizm Kavramı**

Kırsal etkinlikler, kırsal alanlardaki tüm turizm faaliyetleri olarak değerlendirilmektedir. Ancak bazı tanımlarda daha çok çiftliklere ve doğaya yönelik olarak yapılan, balık tutma, turistlerin çiftlik gezme, “trekking” (uzun ve zorlu yürüyüş), ata binme, vb. etkinliklere katıldıkları turizm çeşidi olarak ele alınmaktadır (Özkan, 2007: 86).

Kırsal turizm; genellikle çok sayıda turistini çekmeyen, kendiliğinden sürdürülebilir olarak kabul gören bir turizm çeşididir. Kırsal turizmde turistler çoğunlukla yöredeki samimi gelenekler ve yerel kültürle ilgilendiği için kapsamlı alt yapı gelişimine ihtiyaç duyulmaz (Rátz and Puczko, 1998: 5).

Çeşitli kurum ve kişiler tarafından yapılan farklı tanımlar aşağıda yer almaktadır.

Bir tanıma göre turizm için kırsalın taşıdığı anlam; deniz turizmi merkezleri dışında kalan, kentsel yerleşimlerden uzakta, kırlara özgü doğal ve kültürel yapının korunduğu ve yapaylıkla tanışmamış (otantik) alandır (Kiper ve Yılmaz, 2008: 155).

OECD (1994) tanımına göre, özellikle kırsal tabanlı tatiller; yürüyüş, tırmanış, çim kayağı, kuş gözlemciliğı, kano-rafting, doğa fotoğrafçılığı, avcılık, macera tatilleri, kır manzarası izleme, bisiklet turları, ata binme, kırsal miras çalışmaları, küçük köy/kasaba turları, kırsal alan gerektiren rahatlama tatilleri, kırsal festivaller, küçük ölçekli konferanslar, nehir ve göl balıkçılığı ve tarımsal etkinlikler şeklindedir (OECD, 1994: 16).

Avrupa Komisyonu (2003) kırsal turizmi; kırsal alanda, kırsal mirası görerek ve kırsal yaşam tarzından hoşlanan insanların arzusu olarak belirtmiştir (European Commission, 2003).

İnsanların devamlı ikamet ettikleri yerler dışındaki kırsal yörelere ziyaretleri, buralarda tarım üreticilerinin ürettikleri mal ve hizmetleri, o yörenin doğal dokusuna uygun mekânlarda talep ederek ve yörede para arttırma isteğı duymadan geçici konaklamalarından doğan olaylar ve ilişkilerin bütünü olarak da tanımlanabilmektedir (Küçükaltan, 1997: 212).

İnsanların yaşadıkları yerden kırsal alanlara geçici süreyle gitmeleri ve buralarda konaklama, yeme-içme, eğlence gibi yöreye ait mal ve hizmetlerden yararlanmalarıdır (Morgül, 2006).

Kişilerin doğal ortamlarda dinlenmek ve farklı kültürlerle bir arada olmak amacı ile bir kırsal yerleşmeye gidip, orada konaklamaları ve o yöreye özgü etkinlikleri izlemeleri ya da etkinliklere katılmaları ile gerçekleşen bir turizm türüdür (Kiper ve Yılmaz, 2008: 160).

Kırsal turizm çekicilik unsuru olarak kullanılmakta ve dünyanın pek çok ülkesinde insanların tatil anlayışlarını değiştirebilmek adına, boş zaman etkinliklerini gerçekleştirmek için dikkatlerini kırsal alanlara çekebilen kırsal kültür, kırsal kültürün bir parçası olan yemek, temiz yaşam kaynakları, doğal çevre ve tarımla bütünleşen aynı zamanda diğer turizm türleriyle kolay entegre olabilen bir turizm çeşidi olarak tanımlanmaktadır (Deveci, Türkmen ve Avcıkurt, 2013: 30).

Başka bir tanıma göre ise; kırsalın anlamı, Türkiye’de doğrudan “kırsal alanlar” olarak algılandığı için, yayla turizmi, eko turizm ve açık hava doğa sporları, mağara turizmi, av turizmi, kırsal turizm ile aynı görülmektedir. Bu tanım yanlış olmamakla birlikte, kırsal turizmde asıl amaç bir köyde, bir dağ evinde, bir çiftlikte vb. konaklayarak, kırsal kültürle tanışmak ve kaynaşmaktır (Soykan, 2003). Kırsal turizmde sportif, animasyon veya gerçek yaşamla ilgili bazı etkinlikler gerçekleştirilmektedir.

Tanımların ortak noktası görüldüğü üzere diğer turizm türlerinde olmayan konaklama unsurudur. Kırsal turizmde konaklama onu birçok turizm çeşidinden ayıran önemli bir faktördür.

Bir turizm faaliyetinin kırsal turizm olarak kabul edilebilmesi için Dünya Seyahat ve Turizm Konseyi’ne göre (WTTC- The World Travel and Tourism Council); faaliyetin kırsal alanda yapılması ve kırsal alandaki yeşil dokunun sürdürülebilirlik temelinde korunmuş olması gerekmektedir (Özçatalbaş, 2006: 3). Bir yörede kırsal turizme yönelik çalışmalar kırsal kalkınmaya da hizmet etmektedir.

### **2.1.2. Kırsal Turizmin Özellikleri**

Kırsal turizmin özellikleri, konaklama ve yöre bakımından çeşitlendirilmektedir (Hacıoğlu ve Avcıkurt, 2008: 70-73).

#### **Konaklamanın özellikleri (Hacıoğlu ve Avcıkurt, 2008: 70-73):**

- \* Konaklama süresi gününbirlik ya da çok kısadır, bir haftayı geçmemektedir.
- \* Konaklama hizmeti, köylü veya çiftçinin kendi evinde, kırsal pansiyon veya otellerde, kırsal kampinglerde veya kırsal tatil köylerinde, çadır veya karavanda, kırsal otel veya motellerde, pansiyonlarda, kiralık odalarda verilmektedir.
- \* Türkiye’de kırsal turizm tesisleri çiftlik-köy evi, yayla evi ve dağ evi olarak sınıflandırılmıştır.

### **Yöre bakımından özellikleri ise şöyledir (Hacıoğlu ve Avcıkurt, 2008: 70-73):**

- \* Konumu ve kuruluş yeri uygun olmalı,
- \* Doğal, kültürel, tarihsel ve kültürel çekicilikleri bozulmamış olmalı,
- \* Yabani hayvanlar, zengin bitki çeşitliliği olmalı,
- \* Sportif olanaklar sunulmalı (av, doğa yürüyüşü, kayak vb.)
- \* Yöre alt yapısı ve ulaşımı yeterli olmalı,
- \* Kırsal üretim biçimlerinden en az biri bulunmalı, turiste sunulabilmeli,
- \* Kırsal özelliklerini ve geleneklerini koruyan yerel halk olmalı,
- \* Yerel kültürel özellikler turizmle uyumlaştırılmalı,
- \* Yiyecek-içecek, konaklama, ulaşım hizmetlerinin ulusal ve uluslar arası düzeyde standartların altında bulunmaması gerekmektedir.

#### **2.1.3. Kırsal Turizmin Etkileri**

Bu başlık altında kırsal turizmin sosyal, ekonomik ve çevresel etkileri incelenmektedir.

Kırsal turizm hem kent insanının dinlenme ihtiyacını karşılaması, hem de tarımla kolay uyum sağlaması ve pek çok turizm çeşidiyle entegre olabilmesi nedeniyle birçok ülkede geliştirilmeye çalışılan turizm çeşididir. Olumlu etkilerinden dolayı, turizmde gelişmiş veya gelişmekte olan ülkelerde, var olan turizm çeşitlerinin alternatifi ya da tamamlayıcısı olarak, önemi her geçen gün artmaktadır (Hacıoğlu ve Avcıkurt, 2008: 65).

Coğrafi bakımdan kırsal alanların yoğun olduğu bölgelerde tarım kuruluşlarının kırsal turizm hususunda teşvik edilmesi suretiyle, kırsal alanların tarım ve turizm kaynağı olarak kullanılması, kırsal bölgelerdeki ekonomik büyüme ve gelişme konusunda önemli katkılar sağlayabilmektedir. Böylece bölgeler arası gelişmişlik farklarının azaltılması için önemli adımlar atılmaktadır. Aynı zamanda yöredeki tarihi-doğal- kültürel yapı, kıyı yapısı, deniz etkisi ve tarımsal kaynakların etkin bir şekilde kullanılması ve kırsal girişimcilerin varlığıyla beraber bu değerlerin turizme kazandırılması kırsal alanlarda tarımla geçinen insanlar için ek gelir kaynağı

sağlamaktadır (Uçar, Kurnaz, 2012: 76). Kırsal turizm, sağlamış olduğu gelir ve sosyo-ekonomik refahla kırsal toplumların göçüne engel olmaktadır. Örneğin, kırsal turizm ile Avrupa’da kalkınmış ülkelerde dağlık alanların nüfus kaybetmesi sorununa çözüm aranmaktadır. Fransa, İtalya, Avusturya, İspanya gibi ülkelerin bazı kırsal bölgelerinde zayıf olan tarım, ormancılık, hayvancılık, ekonomileri turizm yoluyla canlandırılarak göçler önlenmektedir (Soykan, 2000: 21-33; Morrison, Carlsen and Weber, 2008). Yerel ürünlerin yerinde değerlendirilmesi ve istihdamı (özellikle kadınlar için) sağlayarak kırsal kalkınmayı desteklemesi, dayanışmayı ve girişimcilik ruhunu ateşlemesi, göçü önlemesi, sürdürülebilir turizme hizmet etmesi, doğal ve kültürel mirası koruma ya da sahiplenme bilincini aşılması kırsal turizmin en önemli işlevlerinin başında gelmektedir (Soykan, 1999).

Turizm sayesinde insanlar hem farklı ülkelerin ve bölgelerin güzelliklerini görmüş, bilgi edinmiş olur hem de gittikleri bölgeye gördükleri yerler ve aldıkları mal- hizmetler karşılığında para kazandırır. Yani turizm ziyaret edilen bölgenin ekonomisine katkı sağlar (Oktayer, Susam ve Çak, 2007: 13). Bu etkiler sosyal, çevresel ve ekonomik etkiler olarak üç başlık altında incelenebilir.

#### **a. Sosyal Etkileri**

- \* Kırsal turizm, kırsal bölgeleri kalkındırarak iç göçü önler ve optimum nüfus miktarının sağlanması açısından önem taşımaktadır.
- \* Turistlerin, sunulan hizmetlerde belirli bir kalite ve lüks aramaları yerli halkın da hayat standartlarını arttırır.
- \* Kent ve kırsal yerleşimler arasındaki ilişki kopukluğunu azaltarak iletişimi canlandırır.
- \* Kent insanları kırsal alan ziyaretleri ile oradaki kültürleri tanıma, değişik bir ortamda dinlenme olanağı bulurlar (Soykan, 1999: 73).
- \* Kırsal yöredeki kadınların bir takım görevler üstlenerek aile içerisindeki rollerinin değişmesi ile kadının çalışma yaşamı daha aktif olur.
- \* Kent insanının kırsal hayatı yerinde görmesiyle kırsal kesimde yaşayanların sorunları daha fark edilir olur ve çözüme kavuşturulması kolaylaşır (Hacıoğlu ve Avcıkurt, 2008: 67).



- \* Kırsal turizmin gelişmesiyle yörede istihdam edilen kişilerin mesleki bilgi ve becerileri verilen çeşitli eğitim programlarının katkısıyla gelişmekte, kırsal işgücünün niteliği yükselmektedir (Çeken, Dalgın, Çakır, 2012: 14).

**b. Ekonomik Etkileri (Soykan, 1999: 73):**

- \* Kırsal yörelerde ev sanatları ve el işleri gelişir, esnaf ve sanatkâr oranı artar, ek gelirler çoğalır.
- \* Turistik mal ve hizmet sektörünün kamu hizmetlerini çoğaltması, hem kişisel gelirleri, hem de kamu gelirlerini arttırır.
- \* Kırsal turizm sayesinde tarım ürünlerine olan talep artacağından, tarım üreticilerine ek piyasa doğmuş olur.
- \* Konaklama, yeme-içme gibi tesislerin artması, istihdamı ve ücret gelirlerini arttırır.

**c. Çevresel Etkileri (Hacıoğlu ve Avcıkurt, 2008: 67):**

- \* Kırsal turizm, ülkede turizmin mekânsal dağılışındaki eşitsizliği, özellikle kıyılardaki yoğun baskının ve aşırı kullanımın azalmasını sağlar. Geleneksel tatil istasyonlarının yükünü hafifletmiş olur. Böylece taşıma kapasitesi sorunları da azalır.
- \* Kırsal turizmin yaygınlaşması ile kırsal alanlara götürülecek sağlık, eğitim, altyapı ve ulaştırma gibi hizmetlerde artış görülebilir.

Bunların yanı sıra kırsal turizmin olumsuz etkileri de bulunmaktadır;

- \* Kırsal turizmin plansız gelişimi tarımsal alanların azalışına neden olabilir,
- \* Kırsal turizm, tarımdan gelir elde eden halkın tarım sektörü dışına kaymasına ve tarımın gerilemesine yol açabilir (Soykan, 1999: 74).
- \* Kırsal turizm arazi ve diğer gayri menkul fiyatlarında spekülâtif artışlara neden olabilir (Çeken vd. 2012: 15).
- \* Kırsal alanların yoğun ve aşırı kullanımı, tarımsal alanların, doğal ve kültürel sit alanlarının tahribine yol açabilir.

- \* Tarımda verim azalabilir. Ekolojik denge bozulabilir. (Soykan, 1999: 73).
- \* Kırsal alanların aşırı kalabalık olması çekiciliklerin azalmasına ve bölgenin otantikliğini kaybetmesine neden olabilir (Soykan, 1999: 74).
- \* Gelişmekte olan ülkelerde; elektrik, su, kanalizasyon, arıtma, çöp toplama ve imhası ve benzeri teknik altyapı donanımlarının, yatak kapasitesindeki hızlı artışın gerisinde kalması ve üstyapının denetimsizliği gibi sorunlar yaşanabilmektedir (Avcıkurt, 1996).

#### 2.1.4. Kırsal Alanda Yapılabilecek Turizm Çeşitleri

Çimen ve Abacı'nın 2012'de yaptığı bir çalışmada kırsal turizm çeşitleri olduğu belirtilmiş ve bu çeşitlerin aslında bir bütün olarak algılansa da, zorluk, tehlikelilik, yetenek, bireysel ve grup katılımı gerektirmesi bakımından farklılık gösterdiği söylenmiştir. Bu çeşitler; kayak, yayla turizmi, atlı doğa yürüyüşü, bisiklet turizmi, foto safari, trekking, kamp karavan turizmi, dağcılık, akarsu turizmi (rafting), balon turizmi, su altı dalış, mağara turizmi, yaban hayatı gözlem, yamaç paraşütü, sportif olta balıkçılığı, bitki inceleme turizmi, av turizmi, tarım ve çiftlik turizmi, kuş gözlemciliğidir. Bunlardan bir kaçını açıklamak gerekirse şöyledir:

**Kış Turizmi:** Kış turizmi karla kaplı dağlık alanlarda gerçekleşen genelde kayak sporu gibi kış sporlarının yapıldığı seyahatleri, konaklama ve diğer hizmetleri barındıran bir turizm çeşididir (Çetin, 2013: 168).

**Spor Turizmi:** Milyonlarca insanın peşinden sürüklendiği futbol takımları, tüm dünyanın aynı anda merakla takip ettiği ödüllü spor organizasyonları, basketbol, voleybol gibi takım oyunları ile atletizm ve salon sporları gibi performansa dayalı türler spor turizmi içerisinde değerlendirilmektedir (Koca, Zaman ve Coşkun, 2007: 207).

**Av Turizmi:** Türkiye zengin bitki örtüsü nedeniyle av turizmi bakımından zengin bir potansiyele sahiptir. Av organizasyonları; özel avlandırma izin belgelerinde belirtilen tür, avlak ve tarihler dışında yapılamaz. Av sahasına sokulan fişeklerin boş kovanları iade edilmek zorundadır. Ülkede avlanan büyük baş avların

sadece trefeleri (boynuz, diş, tırnak) ve postu yurt dışına çıkarılabilir (Şenol, 2011: 31).

**Bisiklet Turizmi:** Bisiklet en eski motorsuz ulaşım araçlarındandır. İnsanlar bu aktiviteyi performans geliştirmenin yanı sıra doğayı keşfetmenin verdiği zevkle gerçekleştirir. Ülkenin pek çok yöresi, bisiklet turları yapmaya elverişli olup, Karadeniz, Bandırma, Polenezköy, Erciyes ve Kapadokya, Ihlara ve tuz gölünde Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından belirlenen rotalarda, bisiklet turizmi çalışmaları yürütölmektedir (Akpınar ve Bulut, 2010: 1588).

**Botanik (bitki inceleme) Turizmi:** Bitkileri türlerine göre belirli bir düzenle inceleyen, niteliklerini ve özelliklerini dikkate alarak sınıflandıran biyoloji biliminin alt dalıdır. Ülkede var olan bitki sayısı 9.000 adet iken Avrupa'nın tamamında 12.000 adettir (Bahçe, 2013: 92).

Kırsal turizmde gerçekleştirilen başlıca etkinlikler veya faaliyetler şunlardır (Soykan, 1999: 72-73);

- \* Tarımsal köylerde veya çiftliklerde; tarıma veya hayvancılığa dayalı etkinlikler (meyve, sebze, iek vb. ürünlerin toplanması, hayvan besleme, ön işleme çalışmaları, hayvansal ürünleri elde etme- değerlendirme).
- \* Müze, anıt, ören yeri gibi tarihi-kültürel yerleri gezme. (Doğa tarihi, arkeoloji vb.)
- \* Okuma salonlarında kitap dergi, gazete vb. okuma.
- \* Milli parklar, hayvanat bahçesi, doğal anıt vb. ziyareti.
- \* Yerel el sanatlarıyla ilgili uygulamalar (seramik, dokumacılık, cam işleri, dikiş-nakiş-örgü işleri, bakır, ağaç, vb.).
- \* eşitli kurslar (geleneksel el sanatları, spor, müzik, halk dansı, şıfalı doğal bitkiler, yemek, turizm-evre-koruma).
- \* Yakın evre turları (yürüyerek, atlı, bisikletli), piknik.
- \* Hobi etkinlikleri (fotoğraf çekme, resim yapma vb.).
- \* Sportif etkinlikler (avcılık, binicilik, balıkçılık, atılık, golf, yüzme, voleybol, futbol, kürek, yelken vb.).

- \* Animasyon gösterileri (halk dansları, köy düğünü vb.).
- \* Manzara seyretme.
- \* Bilimsel inceleme, gözlem ve araştırmalar.
- \* Fuar, şenlik, panayır, festival, eğlence, konser vb.
- \* Çay bahçesi vb. yerlerde buluşma, sohbet.
- \* Yarışmalar (sportif, kültürel).
- \* Güneşlenme.
- \* Çocuklar ve yaşlılar için düşünülen özel etkinlikler.

Çalışmada belirtilen kırsal turizm çeşitlerinin aslında kırsal turizmde yapılan etkinlikler ya da kırsal turizmle ilişkilendirilen başka turizm türleri olduğu görülmektedir (Çimen ve Abacı, 2012: 3-4). Kırsal turizmle ilişkilendirilen turizm çeşitleri şunlardır:

**Yayla Turizmi:** Geleneksel olarak yöre insanların yaz mevsiminde genellikle hayvanlarını otlatmak ve sıcaktan uzaklaşmak amacıyla çıktıkları, yüksek bölgelerde konumlanan yerler yayla olarak tanımlanmaktadır. Yaylalar, bakir tabiatın kirlenmemiş havasını, billur gibi soğuk suları, yazın en sıcak günlerde bile ferahlatıcı serinliği, hormonsuz ve dalında yavaş yavaş olgunlaşan bitkileri, büyüleyici güzellikte manzaraları, tabii ortamlarında yetişen hayvanlardan elde edilen ve üretilen gıdaları sunarlar. Ülkede son yıllarda 23 yayla turizme açılarak turizmin çeşitlendirilmesi amaçlanmıştır.

Bu yaylalar turizme açılırken şu kıstaslar dikkate alınmaktadır (Bahçe, 2013: 84-85):

- \* Aktivitenin ekonomik olarak devam ettirilebilmesi,
- \* Doğal değerlere yönelik potansiyelin zengin olması,
- \* Kent merkezine ulaşımın kolay sağlanabilmesi,
- \* Diğer turizm çeşitleri ile uyumlu olması,
- \* Yöre halkının sosyal yapısının turizme benzemesi,
- \* Sivil mimari karakterinin olması.

**Eko turizm:** Eko turizm alanları, doğal güzellikleri bozulmamış ve kirlenmemiş alanlardır. Eko turizmle ilgili yapılan genel tanımların birleşimiyle bu turizm türünün doğal ortamları koruyan ve yerel halkın refahını sağlayan, sürdürülebilir yaşama zarar vermeden, sorumlu bir şekilde yapılan seyahatler olduğu söylenebilir (Wearing and Neil, 2000).

**Çiftlik ve Tarım Turizmi:** Kırsal alanlarda konaklama ve etkinlikler köy yerinde yapılıyorsa bu turizm türü çiftlik turizmi olarak adlandırılmaktadır. Herhangi bir kırsal yerleşimde ekonomik etkinlik tarımsa ve turistik uygulamalar da ağırlıklı olarak tarıma dayalı olarak gerçekleştiriliyorsa, bu tür turizme de tarım turizmi denilmektedir (Akpınar ve Bulut, 2010: 1590).

## **2.2. Turizm Politikası Ve Kırsal Turizm Politikaları**

Politika kavramı, belirli bir sorunun oz m  için geleceğe yönelik olarak alınması gereken önlemlerin ve benimsenen ilkelerin bütünü olarak tanımlanabilir. Dar anlamda, devlet işlerine katılım ve devlet etkinliklerinin biçim, amaç ve içeriğinin belirlenmesi işidir (Torunoğlu 2013: 27).

Kamu politikası, hükümetin veya kamu otoritesinin yapmayı veya yapmamayı tercih ettiği her şeydir. Politikalar devletin ekonomik, sosyal ve diğer konularda eylemlerini oluşturur ([www.kamupolitikalari.org](http://www.kamupolitikalari.org)). Kamu politikaları hükümetlerin çeşitli alanlarda yaptığı faaliyetler olup toplumsal ihtiyaçlar doğrultusunda ortaya çıkmaktadır (Kulaç, alhan, 2013: 205).

Luke (1998)'e göre kamu politikası genellikle kamu çıkarları olarak sayılan belirli bir sonuç ya da sonuca ulaşmada doğru yönlendirilmiş taahhütler, eylemler ve kararların uyumu olarak tanımlanır (Raghu, 2009: 27).

Kamu politikaları savunma, enerji, sağlık, refah, güvenlik, kentsel gelişim, otoyollar, eğitim, evre, dış işleri, ekonomik fırsatlar, sosyal güvenlik gibi birçok alanla ilgilidir. Birbiriyle ilişki içerisinde bulunan kamu politikaları sistemi aktörler,

tasvirler, kurumlar, süreçler ve sonuçlar olmak üzere beş unsuru içermektedir (Usta, 2013: 79-80).

Kamu politikasını kavramak için temel özelliklerinin bilinmesi gerekmektedir. Bu bağlamda Anderson kendi tanımı doğrultusunda kamu politikasıyla ilgili şu özellikleri belirtmektedir (Kulaç ve Çalhan, 2013: 208):

- \* Kamu politikası tesadüfi oluşumlar değildir ve hedeflere yönelik eylemler bütünüdür.
- \* Sadece herhangi bir yasanın konulması kararı değildir. O yasanın, kuralın ya da kararın uygulamaya konulabilmesi için gereken alt kararları da içerir.
- \* Kamu politikası yasalara dayanmaktadır ve sonuçları bakımından bağlayıcılığı vardır.
- \* Kamu politikaları, kamu sorunlarına ilişkin vatandaşların ve diğer çıkar gruplarının istekleri doğrultusunda ortaya çıkmaktadır.

Hükümetlerin turizmle ilgili aldığı kararları ve uygulamaları turizm politikası olarak tanımlayabiliriz. Turizm politikası 1970'lerden bu yana gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerde hükümetlerin önceliği haline gelmiştir. Gelişmekte olan ülkelerde hükümetlerin turizme pozitif müdahalede bulunmak için haklı nedenleri vardır. Turizm dünya ekonomisinin büyük sektörlerinden biri haline gelmiştir. Turizmin ekonomik kalkınma, istihdam sağlama ve bölgesel kalkınmaya yaptığı katkı yadsınmaz. Turizm bir ulus için önemli bir sektör haline gelmiştir. Turizm barışı teşvik eden sanayi olarak ele alınabilir. Çünkü vatandaşlar arasında işbirliği ve anlayışı sağlayan ülkeler arası seyahat olgusunu ortaya çıkarır. Böylece dünya barışı için ortamı iyileştirmeye yardım eder. Bu da ancak etkili bir turizm politikasıyla mümkün olabilmektedir.

Birçok araştırmacı turizm politikasının tanımını yapmıştır. Bir tanımına göre turizm politikası uzun vadeli olarak doğrudan turizmin gelişimini etkileyen kolektif ve bireysel kararlar ve günlük aktivitelerle hedef bölge içerisinde uygulanan kurallar, yönergeler geliştirme ve tanıtımı sağlayan stratejiler dizisidir. Turizm politikasının tanımı, bilimsel olarak genellikle ekonomiye dayandırılırken Goeldner and Ritchie

isimli iki araştırmacı sosyal ve kültürel çevrenin durumunu da kapsadığını ifade etmektedir. Turizm politikası, hedefin başarısı için uzun vadeli ve doğru yönlendirilmiş olmalıdır (Raghu, 2009: 27-28). Faghri tarafından turizm politikasının tanımı, turizmde sağlanan ekonomik, kültürel ve sosyal kazançların en yükseğe çıkarılmasını ve maliyetlerin ise minimum düzeye indirilmesini amaçlayan dinamik bir politika olarak yapılmıştır. Bir turizm politikası esnek olmalıdır, çünkü planlamalar ve uygulamalar geliştikçe politika değişim gerektirebilir (Faghri, 2007: 2).

### **2.2.1. Turizm Politikasının zellikleri**

Turizm politikası; genel ekonomi politikasına uygun olarak bir ülkede i ve dış turizmin geliştirilmesi ve yönlendirilmesi, hem turizmin gelir ve döviz girdisi sağlayıcı, istihdam oluşturan fonksiyonlarından rasyonel biçimde yararlanılması gibi ekonomik hedeflere hem de ekonomik nitelik taşımayan (kültürel, sosyal, sağlık) iktisat dışı hedeflere ulaşmak için kamu yönetimlerinde alınan önlemler ve müdahalelerdir. Kısacası turizm politikası, örgütlenmiş toplumlarda, özellikle devlet tarafından turistik gelişmenin gidişine bilinçli bir Şekilde müdahale etmektir. Bu müdahalenin temel hedefleri Şöyle zetlenebilir (Olalı, 1982: 33-36);

- \* Turizmin arz ve talep yönündeki ve mevcut Şartların ıslahını gerektiren nedenleri belirler.
- \* Turizm politikası turizmin sağladığı ekonomik yararları en üst düzeye çıkarmayı ekonomik bir Şekilde hedefler.
- \* Turizm politikası, turizmde uygulanmakta olan ve önerilen müdahaleler doğrultusunda alınacak önlemlerin yapacağı etkileri araştırır.
- \* Turizm sektöründe güvenilir ve sağlam meslek kuruluşlarının oluşmasını destekler, özendirir. Böylelikle turizm sektörünün farklı alanlardaki faaliyetlerinin tatmin edici nitelikte devam ettirilmesini ve oto kontrolü sağlar.
- \* Turizm politikası, turizmin gelişmesi için yeni hedefler, araçlar ve olanaklar sunar.

- \* Turizm alanında sosyal ve psikolojik engelleri, çelişen fikir ve davranışları frenler.
- \* Turizmin uluslararası piyasaya girmesine yardım eder.
- \* Turizmin sağlık, dinlendirici ve kültürel fonksiyonlarından mümkün olduğu kadar daha çok bireyi yararlandırır.
- \* Turizmin sağlamış olduğu dışsal ekonomilerin olumlu yönlerini geliştirip, genel ekonomi politikası içerisinde sektörün düzenli ve dengeli gelişmesini sağlar.
- \* Turizm sektörünün aşırı duyarlılığından, zaman ve mekân açısından yoğun karakterinden doğan ulusal kayıpları, sorunları kısmen önler.
- \* Turizme sanayileşme yoluyla kalkınmanın bir alternatifi olarak bakılmasını önler. Turistik sermayeyi sistematik bir şekilde korur ve işletir.

Turizm politikasını yönetecek kamu idaresinin turizmin yapısı gereği, bu politikayı uygularken, dikkat etmesi gereken hususlar vardır. Bilindiği üzere turizm çok dinamik bir sektördür. Bu nedenle turizm politikasının da dinamik olması gerekmektedir. Turizm son derece karmaşık bir niteliğe sahiptir. Bunun nedeni çok çeşitli faktörlerle yakın ilişki içinde olmasıdır. Bu nedenle, turizm politikası da çok yönlü olmalıdır. Son olarak da, turizm politikası kurumsal, rasyonel ve akılcı olmak zorundadır (Tan, 2010: 47).

Turizm politikasının başlıca hedefleri de şöyledir (Olalı, 1990: 39-45):

- \* Ülkenin ekonomik büyümesine katkıda bulunur.
- \* Ülkenin ekonomik kalkınmasına yardımcı olur.
- \* Fiyat istikrarının gerçekleşmesine yardımcı olur.
- \* Ülkede tam istihdam gerçekleşmesine yardımcı olur.
- \* Dış ödemeler dengesine olumlu katkıda bulunur.
- \* Turizmin sosyal fonksiyonlarından toplum kişilerini yararlandırır.
- \* Uluslararası turistik amaçlı insan hareketlerine etki eder.
- \* Ekonominin üretim çeşitliliğini artırır.



- \* Bölgeler arasındaki gelişme ayrıcalıklarını gidermeye ve dengeli kalkınma hedefine katkıda bulunmaya çalışır.
- \* Gelir dağılımındaki eşitsizliklerin azalmasına katkıda bulunur.
- \* Doğal ve tarihsel kaynakları korur.
- \* Turizmin sağlık ve politik fonksiyonlarından daha çok insanın yararlanmasını sağlar.

### **2.2.2. Avrupa Birliği'nin Turizm ve Kırsal Turizm Politikaları**

Turizm Avrupa ülkelerinin ekonomilerinin entegrasyonu için önemli bir unsurdur. Büyüyen ve dinamik bir sektördür. Avrupa Birliği dünyanın en büyük ekonomik bloğudur ve bugün dünya ihracatının dünya ithalat ve ihracat hacminin %20'sini gerçekleştirmektedir (Pınar, 2008: 1-2).

Avrupa birliğinde üçüncü büyük sektör olan turizm; ekonomik büyüme, istihdam ve sosyal kalkınma üzerinde önemli bir yere sahiptir. Avrupa bölgesel kalkınma fonunun 2020 vizyonu için belirlemiş olduğu muhtemel politika önceliklerinden turizmle ilişkilendirilebilecek konular şunlardır: Araştırma ve geliştirme, bilgi ve iletişim teknolojileri, küçük ve orta ölçekli işletmelerde rekabet, düşük karbon ekonomisi, çevre koruması ve kaynak verimliliği, iş gücü hareketliliği için istihdam ve destek, eğitim, yetenek ve yaşam boyu öğrenme (<http://www.europarl.europa.eu/>).

1 Ocak 1997 yılında Avrupa Birliği'nde turizmi geliştirmeyi amaçlayan PHILOXENIA isimli bir program yürürlüğe girmiş ve turizm aracılığıyla AB içinde istihdamın ve büyümenin artması hedeflenmiştir. Philoxenia Yunanca misafirperverlik anlamına gelmektedir. Bu program yeni iş kurmak isteyen girişimcileri kırsala yönlendirmeyi amaçlamıştır. Kırsal alanda yaşayan gençler ekonomik kriz ve işsizlik gibi nedenlerle köylerini ve kasabalarını terk etmeye başlamış ve kırsal alanlarda nüfus düşüşüyle beraber ticari faaliyetlerde azalma meydana gelmiştir. Ancak Philoxenia, iş destek projesi geliştirildikten sonra bu durumla başa çıkılmıştır. Bölgesel İş Birliği Programı (MED) tarafından finanse edilen girişimler Yunanistan, İtalya, Kıbrıs, Slovenya ve Malta'nın kırsal alanlarında

iş kurmak isteyenler için kredi ve hibe destekleri sunmaktadır. Üç yıllık bir proje sürecinde doksan girişimci yeni iş kurmuş; idari, teknik ve mali destek almıştır. Avrupa Bölgesel Kalkınma Fonu'nun bu proje kapsamında katkıda bulunduğu bütçe 2007-2013 yılları arasında toplamda 1 965 589 avrodur (<http://ec.europa.eu/>).

*Avrupa Birliği'nde kırsal turizm projeleri 3 ana gruba ayrılabilir (Şerefoglu, 2009: 60);*

- \* *“Folklor, doğal çevre, çiftlik ürünü ve gastronomi gibi kırsal turizm türleri olan faaliyetler ve ürünlere yapılan vurgu ile birlikte ürünler ve hizmetlerin farklılaştırılması için yapılan projeler”,*
- \* *“Bilgi bültenleri, konferanslar ve çalışmalar aracılığıyla bilgilerin, deneyimlerin değişimi amacına sahip projeler”,*
- \* *“Birliğin bölgesel politikaları içerisinde kırsal turizmin yeri çok büyüktür. Ortak Tarım Politikası içerisinde artan bir şekilde öneme sahip olan AB'nin kırsal kalkınma politikasında, kırsal turizmin gelişimi kırsal alanlar ve kırsal mirası gençleştirmek ve korumak için muhtemel tedbirlerden birisine sahiptir. Bu bölgedeki projeler ulusal kırsal kalkınma planları veya Leader+ gibi projeler vasıtasıyla finansmandan yararlanmaktadır.”*

Avrupa Birliği'nde kırsal turizm, kırsal kalkınma politikası kapsamında ele alınmaktadır. Kırsal kalkınma politikası da Ortak Tarım Politikasının (OTP) ana ekseninden biridir (Aytüre, 2013: 9). Kırsal kalkınma için de Avrupa Birliği Kırsal Kalkınma Ağı (ENRD) oluşturulmuştur. Bu ağ kırsal kalkınma paydaşlarını bir araya getiren merkez konumundadır. Üretim ve bilgi paylaşımının yanı sıra Avrupa'da üye ülkeler arasında işbirliğini kolaylaştırarak programların etkin uygulanmasına katkıda bulunmayı amaçlar (<http://enrd.ec.europa.eu/en>). Ülkede AB tarafından verilen fon olan Kırsal Kalkınma İçin Katılım Öncesi Mali İşbirliği Aracı (IPARD)'nın ise iki temel amacı vardır (<http://www.tkd.gov.tr/>):

1. Ortak tarım politikasına ilişkin müktesebatin uygulanması için yardım sağlamak.

2. Aday ülkelerde tarım sektörünün ve kırsal alanların sürdürülebilirliğine katkıda bulunmak.

IPARD kırsal kalkınma konusunu içerdiği için kırsal turizm politikası olarak ele alınmamaktadır. IPARD içeriğinde kırsal turizm, 302 tedbir koduyla yer almaktadır. Kırsalda ekonomik faaliyetlerin çeşitlendirilmesi ve geliştirilmesi tedbiri kapsamında dört ana tedbir; çiftlik faaliyetlerinin çeşitlendirilmesi, yerel ürünler ve mikro işletmelerin geliştirilmesi, kırsal turizm ve kültür balıkçılığıdır. Kırsal turizm faaliyeti mikro ölçekli pansiyon ve konaklama altyapılarının geliştirilmesini, doğa ve çevre keşif gezilerini, doğal çevrede ve açık alanlarda yapılan rekreasyonel ve sportif aktiviteleri, yerel miras ve turizmin teşvik edilmesini amaçlamaktadır (<http://www.tkd.gov.tr>).

### **2.2.3. Türkiye’de Turizm ve Kırsal Turizm Politikası**

Politika üretme organlarından bir diğeri, turizm alanındaki örgütlenmelerdir. Bu örgütlenmeler uluslararası örgütler, gelişimsel örgütler (uluslararası ve ulusal), bölgesel uluslararası örgütler, ulusal örgütler, bölgesel örgütler, devlet ve kent örgütleri olarak birkaç gruba ayrılmaktadır. Bu tip örgütler, üye ülkelerin birbirleri arasında enformasyon paylaşımını sağlar ve işbirliği sonucu söz konusu bölgede veya dünyada turizmin gelişimi üzerinde söz sahibi olma çabasını ortaya çıkarır. Bu durum ise turizm ile ilgili girişimlerin belirli politikalar ve stratejiler çerçevesinde planlanmasını gerektirmektedir (Ateşoğlu, 2006: 58).

Son yılların turizm politikaları ikinci turizm hamlesi başlığı altında Avrupa Birliği ve Dünya Turizm Örgütünün öngörülleri doğrultusunda gelişmektedir. Bu doğrultuda sürdürülebilir kalkınma ilkeleri çerçevesinde alternatif turizm politikaları üretilmektedir (Emekli, 2005: 103).

Türkiye’de turizm ile ilgili alınan kararlar büyük ölçüde AB müktesebatına göre olmakta turizm sektörüne yeni yükümlülükler getirmektedir. AB’de tüketicinin korunması, bilgi teknolojileri, çevre ve sürdürülebilir kalkınma politikaları için Türkiye’nin uyumu, turizm sektörü uyumunu kolaylaştırmaktadır.

Türkiye’de uygulanan turizm politikaları Cumhuriyet öncesi dönem (Türklerin Orta Asya’dan göçüne kadar uzanan dönem) ve Cumhuriyet sonrası dönem (1923-1963 ve 63’den sonrası) olmak üzere 2 döneme ayrılabilir. Cumhuriyet sonrası dönemde plansız dönem 1923- 62 yılları arasında içerir. Planlı dönem ise 1960 yılını izleyen döneme adını vermiştir. 1963 yılından günümüze Türkiye’de planlı karma ekonomi politikası izlenmektedir (Bozok ve Şahin, 2009: 258-263). Türkiye’de turizmden kalkınma planlarında bahsedilmiştir. Turizmin gelişmesinde 24 Ocak 1980 sonrası alınan ekonomik kararların ve 1982 yılında çıkarılan 2634 Turizm Teşvik Kanununun önemli etkileri olmuştur. İthal ikameci politika terk edilmiş ve ihracata yönelik bir sanayileşme stratejisi uygulanmaya başlanmıştır. 1980 sonrası turizmin GSMH içindeki payı yükselmeye başlanmıştır (Bahar, 2006: 138). Turizm Teşvik Kanunu ile turizm yatırımları özendirilerek, vergi indirimleri, muafiyetleri, hibeler, düşük faizli krediler gibi pek çok kolaylık getirilmiştir. Dördüncü beş yıllık kalkınma planında turizm gelirlerinin, turistik yatak kapasitesinin, turist sayısının ve konaklama tesisi yatırımlarının artırılması hedeflenmiştir. Ayrıca bu dönemde kitle turizminin öne çıkarılması hedeflenmiştir. Beşinci planda ise turizmin çeşitlendirilmesi yönünde politikalar ön plana çıkmaya başlanmıştır. Altıncı planda turizm yatırımlarının artırılması, turizm sezonunun uzatılması önemle üzerinde durulan konulardır. Yedinci planda küçük ölçekli işletmelerin geliştirilmesi ve KOBİ’lerin hizmet kalitesinin yükseltilmesi amaçlanmıştır (Gülbahar, 2008: 157-158).

Avrupa Birliği ve Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü’nün öngörülerıyla sürdürülebilir kalkınma ilkeleri doğrultusunda alternatif turizm politikaları üretilerek; turizm türlerini çeşitlendirme açısından kırsal turizm, köy turizmi, ekoturizm, termal turizm, yayla turizmi, kültürel turizm, inanç turizmi gibi turizm türleri ve kuş gözetleme, trekking, rafting, yamaç paraşütü, mağaracılık, atlı doğa yürüyüşleri, avcılık gibi turistik faaliyetler öne çıkarılmaya çalışılmaktadır (Sezer, 2010: 20).

### 2.2.3.1. Onuncu Kalkınma Planı Turizm Özel İhtisas Komisyonu Raporu'nda Turizm Ve Kırsal Turizm Politikası

Onuncu Kalkınma Planı hazırlık çalışmaları içinde yer alan “Turizm Özel İhtisas Komisyonu Raporu'nda” turizm sektörü, özel olarak incelenmiştir. Raporla, turizm politikası olarak; çevreye duyarlı, kırsal kesimden kentlere göçü azaltma, sosyal uyumu sağlama, istihdam seviyesini yükseltme, yöresel kaynakları atıl durumdan kurtarma ve bununla beraber yöre halkının refah düzeyini, yaşam standardını arttırma yeteneğine sahip sürdürülebilir yeşil pazarlama ve KOBİ ölçeğindeki yatırımlara dair politikalar öne çıkmıştır. “*Türkiye Turizm Stratejisi ve Eylem Planı*” nda çoğunlukla, turizm alanında büyük ölçekli faaliyet gösteren firmalara yönelik stratejilere yer verilmiştir. Hâlbuki agro-turizm, ekoturizm ile kültür ve inanç turizminde mikro ölçekli olan turistik işletme sayısı fazladır. Özellikle kırsal yörelerdeki alternatif turizm olanakları bütüncül yaklaşımla değerlendirilmeli, mikro ve orta ölçekli işletmelere yönelik bir takım stratejilere de yer verilmelidir. Kırsal alanda merkezi yerleşim yerleri tespiti ve cazibe merkezleri yaklaşımı dikkate alınarak, belirlenen cazibe merkezlerine öncelik verilmesi gerektiği ve bunlarla tümleşik projelerin gerçekleştirilmesinin yararlı olacağı ifade edilmiştir (Kalkınma Bakanlığı [KB], OKP, Turizm Özel İhtisas Komisyonu Raporu [ÖİKR], 2014: 22-23).

Sürdürülebilir turizm çerçevesinde, çevre bilincinin geliştirilmesi, çevrenin korunması, turistik tesislerin çevreye olan olumlu katkılarının teşvik edilmesi ve özendirilmesi için Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından bir takım faaliyetler gerçekleştirilmektedir. 1993 yılı itibariyle talep eden ve aranılan niteliklere sahip konaklama tesislerine, çevreye duyarlı konaklama tesisi belgesi ve plaketi verilmektedir. Bu çalışmanın sağladıkları; enerji, su, çevreye zararlı maddelerin tüketiminin ve atık miktarının azaltılması, enerji verimliliğinin artırılması, yenilenebilir enerji kaynaklarının kullanımının teşvik edilmesi, konaklama işletmelerinin yatırım aşamasından itibaren doğaya duyarlı olarak planlanmaları ve gerçekleştirilmeleridir. Bunların yanı sıra ekolojik mimariyi, çevreye duyarlılık hakkında bilinçlendirmeyi, eğitim sağlanmasını, ilgili kurum ve kuruluşlarla işbirliği

yapılmasını kapsar. Ayrıca politika öncelikleri ve tedbirler şu şekilde yer almaktadır (KBa, OKP, Turizm ÖİKR, 2014: 31-32):

- \* Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından belgeli konaklama tesislerinde uygulanmaya başlanmış olan çevreye duyarlı konaklama tesisi belgesinin (Yeşil Yıldız eko- etiketleme uygulaması) özendirilmesi ve yaygınlaştırılması konusunda düzenlemeler yapılacaktır.
- \* Dünya’da hızlı bir gelişme gösteren sağlık turizmi, kongre ve iş turizmi, termal, yat ve üçüncü yaş turizmi vb. turizm çeşitlerine dış tanıtımda daha fazla yer verilecek, eko- turizm ve aktif turizme doğru gelişmekte olan eğilimlere bağlı olarak rafting, golf, kayak turizmi vb. turizm pazarlarında talebin artırılması sağlanacaktır (KBb, OKP, Turizm ÖİKR, 2014: 47).
- \* Onuncu Kalkınma Planı Özel İhtisas Raporunda belirtildiği üzere eko-turizm, kırsal turizm ve agro-turizmde kamu, özel ve sivil toplum kuruluşları yönlendirilecek, sürdürülebilir turizm bilinci geliştirilecektir. Sorunlu kıyı bölgeleri, adalar, kırsal alanlar ve benzeri ekonomik etkinliklerin yeterince gelişmediği bölgelerde turizm, refah sağlayan bir araç olarak dikkate alınmalıdır (KBc, OKP, Turizm ÖİKR, 2014: 82-83).

Türkiye, kırsal kalkınmayı sağlama amacıyla diğer tarımsal desteklerle birlikte kırsal turizme de destek vermektedir. Bu kapsamda Avrupa Birliği ve Türkiye’nin katkısıyla oluşan Tarımsal Kırsal Kalkınmayı Destekleme Kurumu (TKDK), kırsal turizm yatırımlarını desteklemektedir (<http://www.tkd.gov.tr>). Aynı zamanda 26 bölgede faaliyete geçen Kalkınma Ajanslarının destek vermiş olduğu sektörlerden biride turizm sektörüdür (<http://www.gmka.org.tr/>).

#### **2.2.3.2. “ 2023 Turizm Stratejisi ve Eylem Planında (2007-2013)” Turizm ve Kırsal Turizm Politikası**

Turizmle ilgili yapılacak politikalarda, o bölgenin doğal ve beşeri özelliklerinin göz ardı edilmesi düşünülemez. Dolayısıyla turizm alanlarının unsurlarını kendi perspektifi açısından inceleyen coğrafyanın da turizm politikasının belirlenmesinde belirli bir rolü vardır.

Türkiye’de turizme dair bazı politikalar ve stratejiler hazırlanmıştır. Bu amaçla 2006 yılının sonlarına doğru ulusal çapta bir turizm stratejisi ve buna bağlı olarak da 2007 – 2013 yılları arasını kapsayan bir eylem planı hazırlanmıştır (Arslan, 2014: 428).

*“Stratejik Plan ile alternatif turizm türlerinden ilk olarak sağlık turizmi ve termal turizm, kongre ve fuar turizmi, kış turizmi, deniz turizmi, golf turizmi, ekoturizm ve yayla turizminin geliştirilmesi hedeflenmektedir”* (Kültür ve Turizm Bakanlığı [KTB], 2007: 35). Stratejik Plan’da kırsal turizmi geliştirme konusunda önemle üzerinde durulmuştur. Bu strateji belgesinde amaçlanan, turizmden daha çok gelir elde etmek ve turizm potansiyeli olan bölgelerin gelişmesini sağlamaktır.

Anadolu köy kültürünü geliştirmek, korumak ve değerlendirmek için otantik özelliği olan köyler planda belirtildiği üzere Kültür Köyleri Projesi, planlamalar ise kültür turizmi dâhilinde ele alınacaktır. Yörelerde pansiyonculuğun geliştirilmesi için teknik ve maddi yardımlar sağlanacaktır. Bu çerçevede, fiziksel planlama çalışmalarına temel oluşturacak kadaströ tamamlanarak, yönetim planları ve fiziki gelişim planları hazırlanacaktır (KTBa, 2007: 69).

Bu kapsamda hazırlanan Türkiye Turizm Strateji çalışması; planlama, yatırım, örgütlenme, ulaşım ve altyapının güçlendirilmesi, turizmin çeşitlendirilmesi, araştırma- geliştirme (Ar-Ge), hizmet, eğitim, iç turizm, mevcut turizm alanlarının rehabilitasyonu ve destinasyonların geliştirilmesi, kentsel ölçekte markalaşma konularında uzun ve verimli stratejiler önermektedir. “2023 Eylem Planı’nın” vizyonu; istihdamın artırılmasında ve bölgesel gelişmede sürdürülebilir turizm yaklaşımı benimsenerek turizmin öncü bir sektör konumuna ulaştırılmasıdır. Ayrıca stratejik planda değinilen bir diğer husus Türkiye’nin 2023 yılına kadar, *“uluslararası pazarda turist sayısı ve turizm geliri bakımından ilk beş ülke arasında önemli bir destinasyon alanı ve uluslararası bir marka haline getirilmesi”* nin sağlanmasıdır. 2023 eylem planında sürdürülebilirlik esas alınmıştır. Geliştirilen stratejiler ekonomik gelişimi destekleyen; toplum yönelimini ve sürdürülebilir turizm

unsurunu içeren bir planlama yaklaşımının ortaya konmasına yöneliktir (KTBB, 2007: 4).

Kamu ve özel sektörün turizm sektöründe, yönetim ilkesi çerçevesinde işbirliğini gündeme getiren Türkiye Turizm Stratejisi, aynı zamanda stratejik planlama çalışmalarının yönetilmesine ve uygulamasına yönelik açılımlar sağlamasını hedeflemektedir. “Türkiye Turizm Stratejisi 2023 ve Eylem Planı 2013”, ülkedeki kültürel, doğal, tarihi ve coğrafi değerleri koruma-kullanma dengesi içinde kullanılmasını hedefler. Turizm alternatiflerini geliştirerek ülkenin turizmden alacağı payının artırılması plan hedefleri arasındadır.

Sürdürülebilir turizmin tanıtılarak kırsal turizm, eko-turizm ve agro-turizm konularında kamu, özel ve sivil toplum kuruluşlarının bilinçlendirilmesi, alternatif turizm odaklı turizm kentlerinin oluşturulması vb. bu vizyona dair ilkelere bazılarısıdır. Sektörün güçlendirilmesine yönelik bazı 2023 yılı hedefleri şunlardır (KTBB, 2007: 6-56):

- \* *“Doğal kaynakları ekonomik ve ekolojik verimlilik ilkesine bağlı bir şekilde sürdürülebilirlik ilkeleri çerçevesinde koruyan ve kullanan, doğa, kültür, sosyal yapı üzerinde olumsuz etki oluşturmayan, döviz ve istihdam boyutlarıyla ekonomik gelişime etkili katkılar sağlayan bir politika rotası çizilecektir. Talebi örgütleyen, turizm sektörünün gelişimi için ortam hazırlayan, uygulama imkânlarını da içinde barındıran ve birbiriyle uyumlu projeler üreten, turizmin yoğunlaştığı bölgelerde ortaya çıkan altyapı ve çevre sorunlarını yerel yönetimlerle işbirliği yaparak, altyapıyı kullananların da katkılarıyla çözen, politika olarak işlerlik kazandırılacaktır.”*
- \* *“Küçük ve Orta Büyüklükte İşletme (KOBİ) tanımına giren turizm konaklama tesislerinin ve seyahat acentelerinin bu destekten faydalandırılmalarını sağlayacak vergi rejiminde düzenlemeler yapılacaktır.”*
- \* *“Türkiye’de iç turizm pazarından 20 milyon kişinin yararlanması sağlanacaktır.”*



- \* *“Turizmin çeşitlendirilmesi, tüm yıla ve yurda yayılmasına olanak veren projeler geliştirilerek kıyıların dışında kalan bölgelere de yatırım yapılması teşvik edilecektir.”*
- \* *“2023 yılı hedef alınarak, Çanakkale İl sınırından Antalya-İçel sınırına kadar uzanan 2.000 km sahil şeridinde, turistik ve yerleşik nüfusun ihtiyacını karşılayacak içme suyu, kanalizasyon, atık su arıtma ve deşarjı, katı atık toplama ve bertaraf tesisleri ve benzeri altyapı tesislerinin plan, proje ve inşaatları gerçekleştirilecektir.”*

Yani, alternatif turizm türlerinden öncelikli olarak termal turizm, kış turizmi, sağlık turizmi, golf turizmi, deniz turizmi, eko turizm ve yayla turizmi, kongre ve fuar turizminin geliştirilmesini sağlamak amaçlanmıştır. Eko-turizm ve yayla turizmi gibi doğa amaçlı turizm çeşitlerinin geliştirilmesi için bu amaca yönelik turizm altyapısını geliştirmek, niteliğini arttırmak kararı alınmıştır ve bu turizmin gerçekleşeceği yörelerde halka pansiyonculuk eğitimi verilecektir. Ayrıca eko-turizm uygulanacak yörelerde kırsal kesimde tarım dışı istihdam alanları oluşturularak bölgeler arasındaki dengesizliklerin azaltılmasına, kadının statüsünün iyileştirilmesine, kırsal alanlardaki nüfus göçünün durdurulmasına ve tanıtımına katkıda bulunulmuş olacaktır (KTBD, 2007: 55-60).

## **2.3. Girişim, Girişimci ve Girişimcilik**

### **2.3.1. Girişim, Girişimci ve Girişimcilik Kavramları**

Girişimcilik kavramı insanlık tarihi kadar eskidir ve toplumların gelişmesinde rol alan önemli bir olgudur. İnsanların gereksinimlerinin karşılanması ve yaşamak amacıyla ilk çağlardan bu yana yaptıkları hayvancılık, avcılık, çiftçilik, ticaret gibi her türlü faaliyetler, tarihin ilk çağlarından beri girişimci olduğunu göstermektedir. Girişimciliğe ilişkin gelişmeler günümüz üretim ve yönetim tekniklerine ulaşıncaya kadar birçok evreden geçmiştir (Aşkın, Nehir, Vural, 2011: 56).

Girişimcilik tanımı; *“girişilen alanla ilgili olarak risk alabilme, o alana yeni bir boyut katma, hedeflenen şeye ulaşma adına duyulan yüksek bir motivasyona*

*sahip olma*” şeklindedir (Öktem, Aydın, Ekinci, 2007: 50). Girişimcilik bölgesel kalkınmanın önemli bir bileşenidir ve girişimcilik desteklenerek ekonomik ve sosyal kalkınma hızlandırılabilir.

Girişimcilik kavramı 1700’lü yıllardan beri tanımlanmaya çalışılmakta ve farklı görüşler yer almaktadır. Bu doğrultuda girişimcinin özellikleri de kişiler ve kurumlarca farklı olabilmektedir.

Jakanathan ve arkadaşlarına göre (2009) girişimci; Eleştirel ve yaratıcı düşünme, hedef belirleme, karar alma, insan ilişkileri ve iletişimi güçlü, yönetim becerisi, problem çözme, inisiyatif kullanma, kalıcı olan, kendine güvenen, girişken, ikna kabiliyeti güçlü, etkin stratejiler kullanan, iş sözleşmelerine bağlı, iktisadi teşebbüs ya da fırsatları gören kişidir. Girişimciler pazara yeni bir ürün veya hizmet tanıtır, eski kaynaklar için yeni kullanımlar ya da yeni kaynaklar keşfeder, yeni teknolojiler geliştirir, yeni pazarlar açar, mevcut işletmeleri düzenler (Jakanathan et all, 2009: 8-20).

Girişimci ve onun iktisadi rolü ile ilgilenen en önemli isimlerden J. Schumpeter girişimcilik işlevlerini şöyle ifade etmektedir; yeni bir malın ya da malın daha iyi tanıtımı, yeni bir piyasanın açılması, yeni üretim yönteminin tanıtımı, hammadde ya da yarı işlenmiş mal temini için yeni bir kaynağın bulunması, herhangi bir sektörde yeni bir organizasyonun yürütülmesi (Er, 2013: 78). Kısacası Schumpeter için girişimcilikte en önemli etken yeniliktir. Girişimcilik eylemi eski de olsa içeriğinde yenilik barındırmalıdır.

OECD (İktisadi İşbirliği ve Gelişme Teşkilatı) 2006 yılında başlattığı, resmi istatistik kaynaklarını derleyerek oluşturulan Girişimcilik Göstergeleri Programı çerçevesinde girişimci kavramını şu şekilde tanımlamıştır: “*Girişimci, yeni ürün, süreç ya da pazarları tespit edip bunları kullanmak üzere yeni bir ekonomik faaliyet başlatan veya var olan ekonomik bir faaliyeti büyüterek değer oluşturan kişidir.*” Bu tanıma göre girişimci sadece eylemleriyle değil, eylemlerinin sonuçlarına göre de değerlendirilmektedir. Girişimci zaman, fikir ve diğer tüm kaynaklarını kullanarak yatırım yapar, risk ve belirsizlik içeren bir faaliyet başlatır. Bu faaliyetin

gerçekleştirilmesiyle yeni, yani öncekilerin yok olmasına yol açacak sonuçlar ortaya çıkmalı, ekonomik veya sosyal bir değer oluşmalıdır (<http://www.kosgeb.gov.tr/>).

### **2.3.2. Girişimcilerin Özellikleri**

Girişimcilerin hangi özelliklere sahip olması gerektiği konusunda sanayici ve işadamlarının 2000’li yıllarda ortaya attığı görüşler şöyledir (Aşkın vd, 2011: 70):

- \* İyi bir eğitim almış, sermaye birikimine sahip
- \* Yeniliklere açık, araştırmacı
- \* Dünyadaki gelişmelere ayak uyduran
- \* Teknolojiyi yakın takibe alan
- \* İleriyi görebilen, risk üstlenen
- \* Analiz yeteneğine sahip, yenilikçi
- \* İyi bir çevreye sahip, lider
- \* Yabancı dil bilen, kararlı
- \* Bilgi birikimine sahip, kendi pazarını iyi bilen
- \* Çok nitelikli kadrolara sahip olan
- \* Hizmet anlayışını ön planda tutan
- \* Katılımcı yönetime önem veren, rasyonel
- \* Kaliteye önem veren, çevreye ve insana önem veren
- \* Başarma hırsları olan, paylaşımcı
- \* Sabırlı, eğitimci
- \* Heyecanlı, çalışkan
- \* Atılımcı, takım çalışmasına önem veren
- \* İletişim gücü yüksek olan, üretici ruhlu

### **2.3.3. Girişimciliği Etkileyen Faktörler**

Girişimciliği etkileyen faktörleri iç ve dış etkenler olarak kategorize etmek mümkündür. İç faktörlerden olan bireysel kararlar kişiyi girişimcilik kararı almaya itmektedir. Girişimcilik faaliyetinde bulunan kişilerin girişimciliğe yönelmelerinde;

kendini istihdam etme, temel ihtiyaçlarını karşılama güdüsü ve başka bir iş imkn olmaması veya çaresizlik etkili olabildiği kadar ortaya çıkan fırsatları değerlendirme, kendini gerçekleştirme ve hayat kalitesini yükseltme gibi güdüler de etkili olabilmektedir (Arslan ve Yener, 2015: 287). Kişileri girişimci olmaya iten diğer bireysel etkiler ise kişinin bağımsız çalışma isteği duyması, asker-sivil, okul-kariyer gibi arada kalanların girişimciliğe yönelmesi olarak gösterilebilir (slideplayer.biz.tr/slide/).

Girişimciliği etkileyen diğer bir i faktör ise psikolojik faktörlerdir. Bunlar; başarı ihtiyaı, kontrol odağı, risk alma eğilimi, kendine güven ve yenilikçilik, belirsizliğe karşı tolerans gibi faktörlerden oluşmaktadır (Korkmaz, 2012: 212-213);

Başarı İhtiyaı: McClelland tarafından ileri sürülen teoriye göre başarma ihtiyaının girişimciliğe katkıları şunlardır: İnsanları girişimciliğe sevk eder, kontrollü riskleri üstlenmeye yöneltir, problem zme becerisini geliştirir ve amaçların belirlenmesine katkıda bulunur.

Kontrol Odağı: İlk olarak 1954 yılında Rotter tarafından ortaya atılmıştır. Bu teoriye göre, içsel kontrol odağına sahip kişiler yetenekleriyle, hnerleriyle ve kendi çabalarıyla olayların neticelerini etkileyebilir. Dışsal kontrol odağına sahip kişiler ise olayların sonuçlarını kendileri belirlemez, şans ve talih gibi dışsal durumlar belirler (Korkmaz, 2012: 212-213).

Diğer insanlara oranla girişimciler daha fazla risk alma eğilimi gösterirler. Girişimci belirlediği bir amacı gerçekleştirebilmek ve başarılı olabilmek için kendine güvenmelidir. Yenilikçilik ise girişimciliğin temelini oluşturmaktadır (Korkmaz, 2012: 212-213).

Belirsizliğe karşı tolerans: Belirsiz durumlar karşısında olumlu tepki verebilme yeteneğidir. Girişimci belirlediği bir amacı gerçekleştirebilmek ve başarılı olabilmek için kendine güvenmelidir.

Girişimci kişilerin, kişilik oluşumlarında, doğuştan getirdikleri ve onları girişimci olmaya iten pek çok iç etken olduğu gibi, aynı zamanda dış faktörlerin de girişimci kişiliğin oluşmasında etkili olduğu yapılan araştırmalar sonucunda ortaya konulmuştur. Girişimcilik eğiliminin oluşmasında toplum, aile, eğitim ve ekonomik çevre önemli birer faktör olarak görülmektedir (Korkmaz, 2012: 212-213).

Aile içinde iletişim becerileri yüksek, risk alma ve azim gibi özellikler olması kişi üzerinde olumlu etki gösterir. Bireylerin aile çevresi ya da yakın çevresi okumuş kamu görevlileriye girişimcilik eğilimi düşük, ticaretle uğraşan ve özellikle de başarılı olmuş kişilerse bu eğilim yüksek olmaktadır. Bazı demografik faktörler (yaş, cinsiyet, eğitim düzeyi ve gelir gibi) de belirleyici etkiye sahiptir. Genç yaşlarda tecrübe konusunda yeterliliğe sahip olunmaması muhtemeldir. Fakat enerjik, yenilik ve risk alabilen bir yapıda olunabilir, geç yaşlardaysa tecrübe olur fakat dinamizm ve risk alma arzusu azalabilir. Girişimcilik kariyerine başlama dönemi olarak, 22-55 yaş arası belirtilmektedir. İyi eğitim almış bireyler her türlü riske karşı altyapılı olurlar ve başarı elde edebilirler. Kişisel geliri yüksek olan bireyler riske sıcak bakabilmekte, sınırlı kaynağa sahip olanlarsa karlı işlerden bile uzak durmak zorunda kalmaktadırlar. Erkekler kadınlara göre daha gerçekçi ve fiziksel olarak daha güçlüyken; kadınlar hislerini daha iyi kullanabilmekte, hırs ve azimleri yüksek olmakta ve empati kurabilmektedir (Korkmaz, 2012: 212).

Aynı zamanda girişimciliği ülke içerisindeki kurumsal altyapı, ekonomik dengeler, bürokrasi, mevzuat ve destek programları da etkilemektedir.

#### **2.4. Girişimcilik Politikaları**

Girişimcilik, birçok politika dalıyla doğrudan veya dolaylı etkileşim içinde oldukça geniş bir politika alanıdır. Girişimcilik konusunda diğer ülkelerin politik bakış açıları incelendiğinde, birçok ülkenin girişimcilik politikasını, KOBİ politikasının bir parçası olarak değerlendirdiği görülmektedir. Ancak son dönemlerde girişimciliğin farklı bir politika alanı olarak değerlendirildiği ülke örneklerinin sayısı da artmıştır. Bazı Avrupa ülkelerinin uzun erimli girişimcilik stratejileri ve politikaları bulunmaktadır. Onuncu Kalkınma Planı kapsamında hazırlanan

“Girişimciliğin Geliştirilmesi Özel İhtisas Komisyonu Raporu’nda” girişimcilik ayrı bir politika alanı olarak yer almıştır. Girişimcilik politikası farklı şekillerde belirtilmektedir (KBd, OKP, Girişimciliğin Geliştirilmesi ÖİKR, 2014: 4-6). Stevenson ve Lundström tarafından geliştirilmiş girişimcilik politikası tipolojileri; farkındalık ve iş kurma evresi, erken evre, kurulum sonrası dönem ve büyüme evresi olarak ifade edilmiştir. Bu tipoloji kapsamında girişimciliğin geliştirilmesiyle ilgili önlemler genellikle KOBİ geliştirme hizmet ve programlarının bir eklentisi olarak uygulanmaktadır. Bu politikayı KOBİ politikasının bir eklentisi olarak uygulamanın temel faydası girişimciler için de KOBİ’lerde olduğu gibi “adil oyun alanı” oluşturabilmektir. Böylece yeni girişimler için engelleri kaldırmak, girişimleri teşvik etmek ve firmaların mali zorluklarını azaltarak yüklerini hafifletmek amaçlanmıştır. Stevenson ve Lundström daha çok insanın girişimci olmayı düşünceği bir ortam oluşturma hedefi kapsamında, girişimcilik fırsatlarını, motivasyonunu ve yeteneklerini geliştirmeyi amaçlayan “birey odaklı” bir girişimcilik politikası tarif etmiştir. Aynı ikili, girişimcilik süreci evreleri bakımından ise girişimcilik politikasının merkezine kuruluştan önceki dönemi, kuruluş aşamasını ve kuruluştan sonra kısa bir dönemi oturtmaktadır (Stevenson and Lundström, 2001: 33-258).

Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletme (KOBİ) kavramı hemen hemen tüm dünyada kullanılan bir kavramdır. Kavramın ifade ettiği büyüklük; ekonomiye, sanayileşme düzeyine, pazarın büyüklüğüne, sektöre ve kullanılan üretim yöntemine bağlı olarak ülkeler arasında farklılıklar göstermektedir. İşletmelerin uluslararası pazarlarda rekabet edebilme kapasitesi, iç piyasada var olabilmek için taşınması gereken minimum nitelikler ve ülkelerin destek uygulamalarına tahsis edecekleri kaynakların büyüklüğü bu tanımların sınırlarının çizilmesinde belirleyici olan başlıca öğelerdir. Ülkeler, KOBİ’lerin ekonomiye olan katkılarını artırmak için çeşitli politika ve programları uygulamaya koymaktadır, politika ve programların hedef kitlesini belirleyebilmek amacıyla da kendi KOBİ tanımlarını oluşturmaktadır (Cansız, 2008: 3).

Girişimcilik ile kalkınma arasında güçlü bir bağın bulunduğu bilinmektedir. Girişimciliğin kalkınmaya etkisinin daha kapsamlı değerlendirilebilmesi için bu konunun rekabetçilik ve yenilikçilik merceklerinden de incelenmesi gerekmektedir.

Günümüzde işgücü, sermaye, toprak gibi geleneksel girdiler rekabetçiliğe katkıda bulunan unsurlar olarak halen önemlerini korumaktayken, küresel rekabetçiliğin ana belirleyicilerini bilgi birikimi ve insani sermaye oluşturmaktadır. Girişimcilik bilgi birikiminin ticarileşmesinde aldığı insani sermaye (özellikle de uzmanlaşmış insani sermaye) ve rol oluşumuna yaptığı katkı ile rekabetçiliği doğrudan etkilemektedir. Türkiye bugün her zamankinden daha güçlü olacak şekilde girişimcilerinin güçlü yıkımına gereksinim duymaktadır. Girişimciliğin geliştirilmesinin kalkınmaya etkisi öncelikli olarak istihdam ve toplam faktör verimliliğindeki yükselişlerle gözlemlenecektir (KBe, OKP, Girişimciliğin Geliştirilmesi ÖİKR, 2014:100-101).

#### **2.4.1. Avrupa Birliği'nde Girişimcilik Politikası**

Avrupa Birliği, “*AB 2020 Girişimcilik Eylem Planı*” nı üç başlık altında toplamaktadır (<http://www.ekodialog.com>):

1. Girişimcilik kültürünün geliştirilmesi için eğitim- öğrenim olanakları sağlanması,
2. Daha iyi bir iş yaşamı için engellerin kaldırılması,
3. Gençler, kadınlar, daha yaşlı kişiler ve göçmenler için daha iyi olanaklar sağlanmasıdır. Bu kapsamda yapılacak çalışmalar da şöyledir (<http://www.ekodialog.com>):

- \* Orta öğrenimdeki öğrencilere girişimcilik kültürü ve süreçleri anlatılacak ve girişimcilik ruhu aşılanmaya çalışılacak,
- \* Başlangıç (Startup) aşamasındaki girişimciler desteklenecek,
- \* Girişimci eğitecek okullar açılacak,
- \* Bilgi iletişim teknolojilerinin kullanımı ve bu teknolojilere erişim kolaylaştırılacak,
- \* Girişimcilerin ve girişimci adaylarının finansmana erişimi hem süreç olarak hem mevzuat olarak kolaylaştırılacak,
- \* İflas etmiş olan dürüst girişimcilere, işletme açması için, bir fırsat daha tanınacak,

- \* İş kurmak için gereken mevzuat, tek bir kanalda halledilecek,
- \* İdari mevzuat yükü azaltılacak,
- \* 50 yaş ve üstündeki kişiler girişimcilik için teşvik edilecek,
- \* Orta öğrenimdeki son sınıf öğrencilerine KOBİ Haftası kapsamında girişimcilik günü düzenlenecek,
- \* Avrupa Birliği genelinde internet üzerinden danışma ve destekler sağlanacak,
- \* AB genelinde mikro finansın yaygınlaştırılması sağlanacak,
- \* Kadınların ve gençlerin girişimciliği desteklenecek ve teşvik edilecektir.

## **2.4.2. Türkiye’de Girişimcilik Politikaları**

### **2.4.2.1. “Onuncu Kalkınma Planında (2014 – 2018)”**

#### **Girişimcilik Politikası**

Onuncu Kalkınma Planı kapsamında girişimcilik ve KOBİ’lere yönelik belirlenen politikalar şunlardır (KBf, OKP, 2013: 93-94):

1. Girişimcilik kültürü; eğitimin her kademesinde girişimciliğe yönelik örgün ve yaygın eğitim programları, girişimcilik eğitimlerinin niteliğinin yükseltilmesi, girişimci rol modellerinin tanıtılması ve ödüllendirilmesine yönelik uygulamalar yoluyla geliştirilmek istenmiştir.
2. Kamu tüzel kişiliğine sahip meslek kuruluşları, girişimciliği desteklemek üzere ve ekonomiye katkılarını artırmak amacıyla yeniden yapılandırılacaktır.
3. Esnaf ve sanatkârların değişen sosyal ve ekonomik koşullara uyumlu olabilmesi için gereken yapısal dönüşümleri desteklenecektir. Alışveriş merkezlerinin küçük esnaf ve sanatkârlar üzerindeki olumsuz etkilerinin giderilmesi sağlanacaktır.
4. Kuluçka, iş geliştirme merkezleri ve hızlandırıcıların nicelikleri ve nitelikleri artırılarak etkili hizmet vermeleri sağlanacaktır. Bu kapsamda Sivil Toplum Kuruluşları (STK), kamu ve özel sektör işbirliği ile destek modelleri geliştirilecektir.
5. Mikro kredi uygulamaları, girişim sermayesi, bireysel katılım sermayesi, kredi garanti fonu ve sermaye piyasası imkânları geliştirilecektir. Bununla



beraber KOBİ'lerin ve yeni girişimlerin finansmana erişimi kolaylaştırılacaktır.

6. Ekonomik ve sosyal refaha katkılarını artırmak için bireylerin ve küçük işletmelerin kooperatifleşme çalışmaları özendirilecektir.
7. Girişimcilik ve KOBİ desteklerinin sağlanmasında yenilik, verimlilik ve istihdam artışı, büyüme, ortak iş yapma gibi ölçütlerin yanı sıra genç girişimcilik, kadın girişimciliği ve sosyal girişimciliğe de öncelik verilecektir.
8. KOBİ'lerin Ar-Ge, yenilik ve ihracat kapasiteleri geliştirilerek uluslararasılaşma düzeyleri artırılabilecektir.
9. KOBİ'lerin markalaşmaları, kurumsallaşmaları ve yenilikçi iş modelleri geliştirmeleri sağlanacaktır.
10. KOBİ'lerin hem kendi aralarında daha fazla organize olması, hem de büyük işletmelerle, araştırma merkezleri ve üniversiteler ile işbirliği içinde kümelenecekleri desteklenecektir.

#### **2.4.2.2. “Onuncu Kalkınma Planı Girişimciliğin Geliştirilmesi Özel İhtisas Komisyonu Raporunda” Girişimcilik Politikası**

Plan dönemi perspektifinde belirlenen orta (2018) ve uzun (2023) vadeli hedefler şöyledir (KBg, OKP, Girişimciliğin Geliştirilmesi ÖİKR, 2014: 88-90):

1. Türkiye orta vadede (2018'e kadar) mevzuatın getirmiş olduğu idari yükün en düşük beş G20 ekonomisinden birisi olacaktır ve uzun vadede (2023'e kadar) ise mevzuatın getirdiği idari yük en düşük olan G20 ekonomisi haline gelecektir.
2. Ceylanların<sup>1</sup>, toplam genç girişimlere oranı orta vadede en az yüzde 1, uzun vadede ise en az yüzde 2 olacaktır.
3. 2013-2018 yılları arasında (orta vadede) her yıl ortalama 80 bin, 2019-2023 yılları arasında (uzun vadede) ise her yıl yaklaşık 150 bin yeni işletme kurulacaktır.

---

<sup>1</sup> OECD'ye göre Ceylanlar hızlı büyüyen işletmelerin alt kümesi olmaktadır. “Ceylan”lar incelemeye tabi üç yıllık dönemin sonundan en çok beş yıl önce kurulmuş ve üç yıllık dönemde istihdam veya cirosunu yılda en az yüzde 20'ye yakın bir şekilde arttırmış olan ve üç yıllık gözlem döneminin başında minimum 10 işçi çalıştıran girişimlerdir.

4. Hızlı büyüyen genç girişimlerin<sup>2</sup> toplamdaki genç girişimlere oranı orta vadede en az yüzde 5, uzun vadede ise en az yüzde 10 olacaktır.

Bu belirtilen hedeflere yönelik sekiz temel amaç ve politika oluşturulmuştur. (KBh, OKP, Girişimciliğin Geliştirilmesi ÖİKR, 2014: 88-90):

1. Girişimciliğe daha elverişli bir ortam oluşturulacaktır.
2. Yenilikçi ürünlere olan iç talep arttırılacaktır.
3. Girişimcilerin üniversitelerde bulunan Ar-Ge ve yenilikçilik altyapısını daha verimli kullanmaları temin edilecektir.
4. İlköğretim ve ortaöğretimde, girişimciliğe yönelik bireysel özellikler geliştirilecektir.
5. Girişimcilerin serbest piyasa ve kamu mali kaynaklarını daha etkili bir şekilde kullanabilmeleri sağlanacaktır.
6. Yükseköğretimde öğrencilerin girişimcilik yetenekleri güçlendirilecektir.
7. İşletmeler arası teknoloji işbirliği geliştirilecektir.
8. “Girişimci” topluma dönüşüm süreci tetiklenecektir.

#### **2.4.2.3. Türkiye Girişimcilik Stratejisi ve Eylem Planı’nda 2015 - 2018 Girişimcilik Politikası**

KOBİ Stratejisi ve Eylem Planından ayrı olarak girişimcilik konusuna önem veren bir strateji ve eylem planı olarak hazırlanan “Girişimcilik Stratejisi ve Eylem Planı” (GİSEP), “*ülkede girişimcilik kültürünü yaygın hale getirmek, güçlü bir ekosistem oluşturmak ve girişimciliğin geliştirilmesi*” amacındadır. GİSEP’ in bu temel amaca ulaşmak için altı alt hedef ve stratejileri bulunmaktadır. Bu altı hedef şunlardır (<http://www.kosgeb.gov.tr>):

1. Yenilikçi girişimciliğin desteklenmesi,
2. Girişimci dostu düzenleyici çerçevenin geliştirilmesi,

---

<sup>2</sup> Genç girişimler olarak beş yaşından küçük girişimler ifade edilmektedir.

3. Eko girişimcilik, kadın girişimciliği, küresel girişimcilik, genç girişimcilik ve sosyal girişimcilik gibi öncelikli tematik ve genel alanlarda sürdürülebilir bir destek sisteminin geliştirilip, uygulanması,
4. Girişimcilik kültürünün geliştirilmesi,
5. Örgün ve yaygın eğitim düzeyinde girişimciliğin yaygın hale gelmesi ve girişimcilere yönelik danışmanlık sisteminin geliştirilmesi,
6. Girişimcilerin finansmana ulaşımının kolaylaştırılması.

Dünya Bankası iş yapma kolaylığı endeksine göre ise 2013 yılında Türkiye 185 ülke arasında işe başlama kategorisinde 72'inci sırada yer almaktadır (<http://www.kosgeb.gov.tr>).

Türkiye, GEDI (Küresel Girişimcilik ve Kalkınma Endeksi) genel sıralamasında 79 ülke arasında 36'ncı sırada yer almaktadır. Girişimci eylemleri ve tutumları alt endekslerinde 42'inci ve 50'nci olmak üzere daha gerilerde konumlanırken, girişimcilik tutkusu alt endeksinde 27'nci sırada bulunmaktadır. Özet olarak, Türkiye girişimcilik alanında birçok ülkeden ileride olmakla beraber, henüz gelişim için de çok geniş bir alana sahip değildir (İZKA, 2013: 36).

2007 yılında Küresel Rekabetçilik Endeksi sonucuna göre 134 ülke arasında banka kredilerine erişimde Türkiye 75'inci sırada yer almıştır. 2012 yılında ise 144 ülke arasında 62'nci sıraya ulaşmış ve girişim sermayesi alanında 97'den 73'üncü sıraya yükselmiştir. (KBİ, OKP, 2013: 92). 2014-2015 raporunda ise Türkiye'nin 144 ülke arasında 45'inci sırada olduğu görülmektedir. 2018 yılında yani orta vadede GSYH'nin 1,3 trilyon dolara, kişi başına gelirin ise 16 bin dolara yükseltilmesi hedeflenmektedir. Ayrıca ihracatın 277 milyar dolara çıkartılması ve işsizlik oranının yüzde 7,2'ye kadar düşürülmesi hedeflenmektedir. 2023 yılında yani uzun vadedeki hedefler; GSYH'nin 2 trilyon dolara çıkması, kişi başına gelirin 25 bin dolara yükseltilmesi, ihracatın 500 milyar dolara çıkarılması, işsizlik oranının yüzde 5'e, enflasyon oranlarının kalıcı bir biçimde düşük ve tek haneli rakamlara indirilmesidir (KBİ, OKP, 2013: 27).

## **2.5. Turizm Girişimi, Turizm Girişimcisi Ve Turizm Girişimleri**

Dünya çapında turizm önemi ve anlamı olan bir faaliyet olarak hızla büyümektedir. Ülkelerin büyük çoğunluğunda turizm, uluslararası ticarete en geniş hizmet sektörüdür. Bu nedenle, otelcilik ve turizm sektörü girişimiyle ilgili iş için verimli bir alan haline gelmekte ve turizm içinde girişimciliğin önemi giderek artmaktadır. Girişimci, kâr ve zarar riskini göze alarak ve sermayesini yatırıma dönüştürerek mal veya hizmet üreten ya da pazarlayan kişidir. Turizm girişimcisi ise, tüm riskleri göze alıp sektörde başarılı bir işletme kurabileceğini düşünen kişidir. Bu girişimci tek kişi olabileceği gibi, birden fazla kişinin bir araya gelerek kurmuş olduğu daha yüksek bütçe sahibi işletmeler de olabilmektedir (Aydemir, Saylan, Özdemir, 2011).

Turizm girişimciliği için uygulanan iki yaygın yol bulunmaktadır; birincisi, bir işe sıfırdan başlamak; ikincisi ise, bir franchise edinmektir. İlki, kâr peşinde koşma, kişilik ve vergi fırsatı verir. Diğeri ise, bir başkasının başarısından yararlanmadır. Bir işe sıfırdan başlamakla kıyaslandığında, franchising anlaşması, turizm girişimcisine üç güçlü yönden faydalı olur; devamlılığın sağlanması, pazarda başarı, kanıtlanmış bir sistem oluşu. Her ne kadar turizm girişimciliği ile ilgili çalışmalar da ayrıntılı bir şekilde verilmemiş olsa da, turizm girişimcisinin bazı özellikleri şu şekilde verilmiştir (Aydemir vd, 2011):

Öncü, yenilikçi,  
Risk taşıyıcı,  
Pazarda yer edinen,  
Karar alan,  
İşletme kurucusu,  
Üretim faktörlerinin koordinatörü.

### **2.5.1. Turizm ve Kırsal Turizm Girişimciliği**

Son elli yıllık dönemde dünyada yaşanan ekonomik, sosyal ve teknolojik gelişmeler turizm kavramının algılanması ve pratiğinde önemli değişikliklere neden

olmuştur. İnsanların serbest zamanlarının artması, gelir düzeylerinin yükselmesi ve tatil imkânlarının çoğalması gibi faktörler sonucu, turizm olayına katılan insanların sayısında hızlı bir şekilde artmaktadır. Bu değişim ve dönüşüm turizm sektöründe hem niteliksel hem de niceliksel olarak da kendini göstermiştir. Böylece değişen turizm talebi ile çok çeşitli turizm türlerinin gündeme gelmesiyle birlikte turistlerin birçok seçenikle karşılaşması sonucunda alternatif turizmi ortaya çıkarmıştır. Alternatif turizm, turistlerin değişen seyahat anlayışları doğrultusunda ortaya çıkan ve bu anlamda turizme yeni bir boyut kazandıran bir kavramdır. Günümüzde, dünya turizm hareketlerinden daha çok yararlanmak isteyen ülkelerin, sahip oldukları potansiyeli göz önünde bulundurarak, alternatif turizmi uygulamaya koyabilmeleri, rekabet üstünlüğü sağlama açısından önemli bir unsurdur (Hacıoğlu ve Avcıkurt, 2008: 3). Günümüzde alternatif turizm çeşitlerinden en revaçta olanlardan biri kırsal turizmdir. Doğal ve kültürel yapılarıyla kırsal coğrafi ortamlar; özellikle kentlerde yaşayan insanların giderek artan rekreasyon ihtiyacına geçmişten günümüze cevap vermeye çalışmaktadır. Başta kırsal yaşam biçiminin çekiciliği, stres ve baskı oluşturacak zorunlulukların ve sınırlamaların olmayışı, buna karşılık bireylerin kendilerini özgür hissetmelerini sağlayabilecek olanakların varlığı, günümüzde hafta sonu tatilleri, mevsimlik ve yıllık tatillerde bu ortamlara ziyaretlerin artışı beraberinde getirmektedir (Özkan, 2007: 85-86).

Kırsal turizm, elde edilen gelir bakımından, tarımdan elde edilen gelirden çok daha fazlasını sağladığından kırsal toplum tarafından çabuk kabul görmektedir. Bu durum kırsal turizm potansiyeli yüksek olan yörelerdeki turizm yatırımlarını girişimciler açısından cazip hale getirmektedir.

Turizm sektöründe girişimcilik konusunda ilgili tarafların bir çaba göstermesi ve kaynakların uyumu gerekmektedir (Sayman and Slabbert, 2001: 30-55). Kırsal turizm girişimciliği ise bir ekip ve örgütlenme işi olarak görülmektedir. Bu nedenle öncelikle, bir yörenin kalkınması için kırsal turizme ihtiyacın olduğuna inanılması ve bu yörenin kalkınması, planlanması, düzenlenmesi gibi hususlarda görev yapan bir organizasyonun oluşturulması gereklidir. Daha sonra ise, uzmanlık alanlarına göre uzmanlar ve köylüler iş birliği içinde çalışmaya başlayabilir. Bunun dışında köylülerin veya çiftlik sahiplerinin kendi aralarında birleşip yerel bir örgüt (dernek)

kurmaları, sonra da bölge veya ülke çapında kendilerine en yakın ulusal bir derneğe veya kooperatife üye olmaları gereklidir. Dünyada birçok ülkede buna benzer bir sistem kurulmuştur ve başarılı bir şekilde sonuçlanmıştır (Tarlak, 2007: 82). Kısaca kırsal turizm potansiyelinin harekete geçirilmesi için gerekli şartlar arasında; çekici yönlerin, girişimci ve yerel üstünlüğün, örgütün ve kamu kurumlarının desteğinin bulunması sayılabilir (Zurnacı, 2012: 67).

Kırsal turizm girişimcisi, kırsal bölgedeki tarihi, doğal, kültürel ve tarımsal kaynakları etkili bir şekilde kullanarak girişimde bulunan kişidir. (Çeken vd., 2007: 3). Kırsal alanlardaki girişimciler ve çiftçiler; kar elde etmek için bölgesel potansiyeli değerlendirip tarım, zanaat, doğa, kültür, turizm ve eğitim alanlarını içeren çalışmalarıyla kırsal turizm sektörünü geliştirmekte ve kırsalda ekonomiyi çeşitlendirmektedir (Zurnacı, 2012: 65-67). Kırsal alanda olan ve tarım sektöründe marjinal değere sahip olan kaynaklar; turizm, dinlenme tesisleri, spor, perakende ve toptan ticaret, mesleki ve teknik eğitim ve diğer hizmetler için kullanılabilir (Petrin, 1994: 70). Kırsal alanlarda turistik konaklamanın en önemli şekli aile yanında kalma, başka bir ifadeyle aile pansiyonculuğudur. Turisti ağırlamak için evini açan köylü veya çiftlik sahipleri, geçmişten gelen konukseverlik geleneğinin yaşatılmasında aracı olmaktadır. On yıldan beri aile pansiyonculuğu, çeşitli ülkelerde “breakfast, zimmerfrei, gite” kavramlarıyla gündeme gelmiştir. Kırsal hanlar ve köy otelleri, özellikle Güney Avrupa’da, sosyal yaşam yerleri olarak anılan kır otelciliğinin temsilcileridir. Çoğu ülkede kırsal otel girişimciliğini geliştirmek amacıyla ‘Logis de France’ modelini<sup>3</sup> örnek almış çeşitli ulusal kuruluşlar vardır. Kırsal kamping kavramı, Avrupa ülkelerinin birçoğunda gelişmiş olmasına rağmen, turistik aktivitelerin tamamını kapsamamaktadır. Kırsal kamping, çiftlik kampingi ile sınırlıdır. Kırsal alanlarda bu tür konaklama özellikle Almanya, Fransa, İngiltere ve Benelüks (Belçika, Hollanda, Lüksemburg) ülkelerinde oldukça gelişmiştir. Aile tatil köyleri; Fransız modelidir. Bu ekonomisi gerilemekte olan kırsal bölgelerde ve arazi düzenlemesi sırasında başvurulmuş bir modeldir (Tarlak, 2007: 61). Kırsal turizm ürünlerine karşı talebin artması, yerel işbirliği ve kalkınma taleplerini güçlendirerek yöredeki gençlerin yerel girişimcilik ruhu kazanmasını sağlar (Çeken vd., 2012: 14).

---

<sup>3</sup> Fransa, İtalya, Almanya, Lüksemburg, Belçika, Hollanda ve İspanya’da yapılmakta olan, geniş doğal alanları içeren, kırsal turizm aktivitelerinin gerçekleştirilmesini esas alan otel-restoran ağı.

### 2.5.2. Yatırımları Etkileyen Faktörler

Yatırım kavramı ekonomideki anlamı ve günlük dildeki anlamı farklılık göstermektedir. Ekonomistler için yatırım; bir ülkenin veya bir kişinin sermaye mallarında ve teçhizat stokunda meydana gelen net artışı ifade etmektedir. Günlük dilde ise yatırım kavramı, bir şahsın bir arsa, kullanılmış bir ev, kullanılmış bir kamyon veya fabrika satın almasıdır. En genel anlamıyla yatırım; işletme bilançosunun aktifinde Duran Varlıklar bölümünde yer alan varlıklar içerisindeki mali ve maddi harcamalardır (Özateşler, 2013: 23-24).

Yatırım, bir devre içinde üretilen ve ithal edilen malların tüketilmeyerek veya ihraç edilmeyerek gelecek devreye aktarılan kısmıdır. Yatırımlar brüt ve net yatırım, sabit sermaye ve stok yatırımı, bağımsız ve uyarılmış yatırımlar, reel ve mali yatırımlar şeklinde sınıflandırılmaktadır (Şenel, 2007: 5). Yatırımların çok ve çeşitli olması sebebiyle tanımlama yapılırken vasıflarına ayırarak yapmak en doğrusudur. Özetle yatırım bir ülkenin üretim gücünü devam ettirmen ve arttırmak için yapılmış harcamalara denir (Ertürk, 1999: 55).

Bu çalışmada yatırım otel, lokanta, fabrika gibi fiziki bir tesis kurmak, işletmek anlamında yer almaktadır. 2009 yılında yürürlüğe giren Yatırımlarda Devlet Yardımları Hakkındaki Karar ile ülkede uygulanmaya başlanan yeni teşvik sistemi ile turizm sektöründe üç yıldız ve üzeri otel yatırımlar; sigorta primi, yatırım yeri tahsisi, vergi indirimi, işveren hissesi desteği, KDV istisnası, gümrük vergisi muafiyeti vb. bölgesel desteklerden yararlanacak yatırımlar arasında yer almaktadır (<http://yigm.kulturturizm.gov.tr>).

Onuncu Kalkınma Planı'nda ülkede yatırımların başlangıcından işletme aşamasına geçene kadar lisanslar, onaylar, izinler, yatırım yeri temini, mevzuat ve hukuki süreçlerin iyileştirilmesine gereksinim duyulduğu belirtilmiştir. İş ortamı konusu yatırımların artmasında belirleyici bir unsurdur. Bu kapsamda özel kesim yatırımlarını arttırmak için ülkede Yatırım Ortamını İyileştirme Koordinasyon Kurulu (YOİKK) uygulaması hayata geçirilmiştir. Dünya Bankasının hazırlamış

olduğu iş ortamı raporunda 183 ÷lke içinde Türkiye'nin 71. sırada olduğu gör÷lmektedir (KBj, OKP, 2014-2018, 2013: 81-85).

Ekonomik şartlar, sosyal ve siyasi şartlar, kredi imkânları, destekleri (teşvikler), arazi tahsisleri, iş kurma kolaylığı, bürokrasi gibi konular yatırımları ve yatırım kararlarını etkilemektedir. Kalkınma planında yatırımlar için uygulanacak politikalar belirlenmiştir. Buna göre; yatırımlar için teşvik uygulamalarında düzenli izleme ve değerlendirme gerçekleştirilecektir. İşletmelere ve yatırımcılara yönelik bürokrasinin azaltılması, saydam ve objektif kurallar getirilmesi gerekliliğinden bahsedilmiştir. Yatırıma elverişli araziler belirlenerek yatırımcıya kolay arazi tahsisi sunulacaktır. Kalkınma ajansları bünyesinde yatırım destek ofisleri kurularak il bazında bilgilendirme ve yönlendirme desteğı sunulacaktır. Bu hedefler sonucu 2018 yılında özel kesim sabit sermaye yatırımlarının GSYH'nın %19,3'ü olması hedeflenmektedir (KBk, OKP, 2014-2018, 2013: 81-85).

Turizm sektöründe turizm yatırımlarına verilen arazi tahsisleri KTB tarafından turizm kullanımına ayrılmış kamu taşınmazlarının ilanı ile gerçekleştirilir. İlane birden fazla yatırımcının başvurması durumunda yapılan müzakereler sonucu en yüksek sosyal ve teknik altyapıya katılım bedelini veren yatırımcıya tahsis edilir. Turizmi Teşvik Kanununa göre de, bu arazilerin 49 yıllık turizm yatırımcılarına tahsisi sağlanmıştır. Ayrıca turizm tesislerinin belgelendirilmesi ve sınıflandırılmasıyla niteliklerinin denetlenmesi, yönlendirilmesi ve konaklama tesislerinin elektrik ve su gideri bedellerinin konutlara uygulanan indirimli tarifeden ödenmesi de sağlanmıştır (KBI, OKP, Turizm ÖİKR, 2014: 12).

Ülkede kırsal turizm alanında verilen yatırım destekleri birden fazladır. Ancak üzerinde durulması gereken belki de en önemli olan Tarım ve Kırsal Kalkınmayı Destekleme Kurumu (TKDK) Kırsal Turizm Desteğidir. TKDK; AB ve uluslararası kuruluşlardan sağlanan kaynakların ülkede kırsal kalkınma programlarının uygulanmasına yönelik etkinliklerde kullanılmasını sağlayan Avrupa Birliği Katılım Öncesi Yardım Fonları (IPARD) ile desteklenen Tarım ve Kırsal Kalkınma Programını uygulayan kurumdur (Tutar, Demir, Elyıldırım, 2013: 4). IPARD, Avrupa Birliği'nin Ortak Tarım Politikası, Kırsal Kalkınma Politikası ve



diğer ilgili politikalarının uygulanması ve yönetimi için uyum hazırlıklarını ve bu kapsamda politika geliştirilmesini desteklemeyi amaçlar.

TKDK' nın kırsal turizm destekleri; pansiyonları, konaklama tesislerini, restoranları, doğa gezisi için kurulan tesisleri ve tarihi geziler için kurulan tesisleri kapsar. Bu destekten faydalananlara sağlanacak mali desteğin kaynağı AB ve Türkiye Cumhuriyeti Eş Finansmanından oluşturulan IPARD program fonudur. Bu kamu katkısı geri ödemesiz kullanılmaktadır. Uygun harcamalar için destek miktarı 15.000 avrodan düşük 500.000 avrodan yüksek olmamaktadır. Üst limitin geçilmesi halinde bu kısım başvuru sahibi tarafından karşılanacaktır. Verilecek destek miktarı uygun harcamalar toplamının %50'si olmaktadır. Bu destek TKDK tarafından belirlenen 42 ilin kırsal alanlarında uygulanabilmektedir. Belirtilen illerin sınırları haricindeki proje başvuruları kabul edilmemektedir. Gerçek veya tüzel kişiler başvurabilmektedir. Tüzel kişilerde tüzel kişiliği temsil ve ilzama yetkili kişi olmalı ve başvuru teslim edildiğinde 65 yaşın üzerinde olmamalıdır (TKDK, Başvuru Çağrı Rehberi, 2014: 6-13).

### **2.5.3. Turizm ve Kırsal Turizm Yatırımları**

Turizm sektöründe yatırım kavramı; alt yapı ve üstyapı yatırımlarını (konaklama tesisleri ve yan hizmet tesislerinin kurulması) ifade etmektedir. Ancak mevcut alt yapının ve turizm tesislerinin yenilenmesi, genişletilmesi ve turizm ürünlerinin geliştirilmesi amacıyla yapılan harcamalar da (diğer hizmet tesisleri yatırımları; lokanta, kafeterya, spor tesisleri) turizm yatırımı içinde düşünülmelidir. Başka bir kavrama göre ise turizm yatırımları, turizm işletmesinin amacı olan etkinliklerin tatmin edici koşullar içinde yapılıp geliştirilmesi, rekabet gücünün korunabilmesi vb. için bir yıldan daha uzun kullanılabilecek sermaye mallarının temin edilmesi ve gerekli döner sermaye varlıklarının satın alınmasıdır (Şenel, 2007: 6). Turizm yatırımının amacı; işletmenin işletmeciliğini sürdürebilmesi için gerekli geliri elde etmek, pazarı ve turizm ürününü çeşitlendirerek küresel geliri arttırmak, yatırılan sermayeyi geri ödemektir (Kahraman, 1986: 114).

Sektörde doğal arzın yanı sıra fiziki arzı, turizm yatırımlarının gerçekleştirilmesi için çeşitli turizm tesisleri oluşturmaktadır. Turizm sektöründe yatırım türleri şöyle sınıflandırılabilir (Kahraman, 1997: 7-9):

- \* Konaklama Sektörü Yatırımları: Oteller, moteller, pansiyonlar, apart oteller, devre mülk tesisleri, tatil köyleri, kamp ve karavanlar, marinalar, konferans ve sergi salonları.
- \* Cazibe Sektörü Yatırımları: Temalı parklar, müzeler, ulusal parklar, doğal anıtlar, tarihi anıtlar, bahçeler.
- \* Ulaştırma Sektörü Yatırımları: havayolları, denizyolları, demiryolları, karayolları (otobüs ve araba kiralama).
- \* Seyahat Ticareti Yatırımları: Tur operatörleri, tur satıcıları, perakendeci seyahat acentaları, kongre konferans düzenleyiciler, rezervasyon acentaları, özendirici seyahat düzenleyiciler.
- \* Destinasyon Düzenleyici Sektör Yatırımları: Ulusal turizm büroları, yerel turizm danışma büroları, turizm vakıf ve dernekleri.

Turizm sektörü yatırımları diğer ekonomik işletmelerden farklı olarak belirli özellikler taşırlar. Bu özellikler şunlardır (Kahraman, 1997: 18-23):

- \* Sabit sermaye yoğunluğu: Turizm tesislerinin arsa, bina, teçhizat üçlüsüne dayanması nedeniyle konaklama işletmeleri sabit sermaye miktarı diğer sektörlerle göre çok daha fazla olan yatırımlardır. Turizm sektöründeki sabit sermaye yoğunluğu, sabit değerler fazlalığı, özellikle sermayenin rantabilitesi yönünden ve sermaye dönüş hızı açısından önemli bir etkidir.
- \* Emek yoğunluğu: Turizm işletmelerinde otomasyon olanakları sınırlıdır. İnsan gücüne gereksinim fazladır. Turizm sektörü emek yoğun sektörler arasındadır. Çünkü turizm çeşitli kişisel hizmetleri ve ancak insanlar tarafından üretilebilecek hizmetleri (aşçılar, garsonlar, barmenler, turist rehberleri vb.) gerektirmektedir.
- \* Sabit giderlerin yüksek oluşu: Turizm işletmelerinde enerji, bakım, personel, amortisman, faiz, onarım gibi süreklilik gösteren bir gider dizisi vardır. Bu nedenle özellikle otel işletmelerinde, yatırımın gerçekleşmesinden sonra

işletme aşamasında, sabit giderler, toplam işletme giderlerinin %60-70 oranına kadar yaklaşır. Planlanan konaklama işletmesi yatırımının girdilerini oluşturacak olan arsa, bina, tesisat ve teçhizat maliyetleri bilançoların aktif kıymetlerindeki duran varlıkların %85 -%90'ına ulaşmaktadır (İskenderoğlu, Karadeniz, Önal, 2011: 492).

- \* Alt yapı/tesis ilişkisi: Alt yapı yetersizliği talep yetersizliği yapacağından, yapılan turizm yatırımının karlı olması imkânsızdır. Alt yapı unsurlarının biri bile eksik olsa turizm ve işletmeciliği bu durumdan son derece olumsuz etkilenir (Kahraman, 1997: 18-23).
- \* Endirekt rantabilite: Turizm sektörü yatırımlarının ulusal ekonomiye katkıları ve sosyal karlılıkları yüksektir ve diğer sektörlerden daha fazladır. Turistin satın aldığı mal ve hizmetler karşılığı yaptığı harcamalar satıcıların gelirini oluşturur. Yapılan araştırmalar bir ülkeye giden yabancıların yaptığı toplam harcamaların %16,5'inin konaklama işletmelerine, %26'sının yiyecek- içecek işletmelerine, %34,5'inin ulaşım giderlerine, %23'ünün ise çeşitli tüketim malları alımı için işletmelere ve diğer giderlere gittiğini göstermektedir. (Goeldner and Ritchie, 2006).

Kırsal turizm yatırımları ise konaklama sektörü içinde yer alan yatırımlardır. Bunlar çiftlik- köy evi, yayla evi ve dağ evi şeklinde üç gruptadır.

#### **2.5.4. Turizm ve Kırsal Turizm Yatırımlarının Özellikleri**

Turizm yatırımı yapılabilmesi için öncelikle yapılacak yatırım türü belirlenmelidir. Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından "*Turizm Tesislerinin Belgelendirilmesine ve Niteliklerine İlişkin Yönetmelik*" koşulları uyarınca turizm belgesi verilebilecek yatırım türleri gruplandırılmıştır. Bunlar Asli Konaklama Tesisleri, Yeme - İçme ve Eğlence Tesisleri, Kongre ve Sergi Merkezleri, Sağlık ve Spor Tesisleri, Rekreasyon Tesisleri (eğlence merkezleri, temalı parklar vb. ), Kırsal Turizm Tesisleri, Özel Tesisler (butik oteller), Bileşik Tesisler (turizm kentleri turizm kompleksleri vb.), Diğer Tesisler (mola noktaları, yüzer tesisler vb.), Yat Turizmi Tesisleri, Seyahat Acentaları şeklindedir. Bu tezde kırsal turizm tesisleri (çiftlik- köy evi, yayla evi, dağ evi), özel tesislerden butik otel ve asli konaklama

tesisleri (oteller, moteller, tatil köyleri, hosteller, pansiyonlar, apart oteller, kampingler) öncelikli olarak ele alınmıştır (ktbyatirimisletmeler.gov.tr).

Kırsal turizm yatırımları belirtildiği üzere çiftlik evi- köy evi, dağ evi ve yayla evi olarak üç gruba ayrılmaktadır. Bu yatırımların yapılabilmesi için belli başlı özellikler bulunmaktadır. Bu özellikler 2005 yılında Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından Turizm Tesislerinin Belgelendirilmesine ve Niteliklerine İlişkin Yönetmelik' te belirlenmiştir. Yönetmelikte çiftlik evi- köy evi; kırsal bölgelerde çiftlik organizasyonu amacıyla kurulmuş ve çiftlik üretimi ile birlikte turizm konaklama olanağı sağlayan, gelen müşterilerin de isterlerse çalışma programlarına katılabilecekleri, kırsal yaşantının sahnelenmesine olanak sağlayan en az beş odalı konaklama tesisleri olarak ifade edilmektedir. Bu tesislerde yönetmelikte belirtildiği üzere; yöresel yiyecek ve içecek türleri sunulmalı, oturma odasında şömine olmalı, beş oda için bir ortak duş, tuvalet ve lavabo bulunmalı, kitap okuma ve dinlenme imkânı veren oda sunulmalı, personel için soyunma yeri, duş ve tuvalet yer almalıdır. Yayla evi ise müstakil veya toplu olarak hizmet veren en az beş odası bulunan konaklama tesisleridir. Bu tesislerde bulunması gereken özellikler; her beş oda için bir adet ortak duş, tuvalet ve lavabo, ortak yeme- içme ve dinlenme alanı, personel soyunma yeri, duş ve tuvaleti ve mutfaktır. Son olarak dağ evi ise; kış sporları veya çim sporları yapmak ve doğal güzelliklerden yararlanmak amacıyla çevresel açıdan sorumlu bir anlayışla işletilen minimum bir yıldızlı otel nitelikleri taşıyan konaklama tesisleridir. Tesislerde ayrıca bulunması gereken özellikler; ikinci sınıf kafeterya veya lokanta, sauna, hamam ya da kapalı yüzme havuzu, ranza bulunmayan en fazla altı kişilik oda, yeterli çevre aydınlatması, oturma salonunda şömine, çamaşır yıkama ve ütüleme hizmeti, jeneratör ve benzeridir (teftis.kulturturizm.gov.tr).

Bir yatırım için en önemli faktörlerden birisi yatırımın yeridir. Turizm yatırımları için 5 seçenek vardır. Bu seçenekler şunlardır (ktbyatirimisletmeler.gov.tr/):

1. Kişi kendi arazisi üzerinde yatırım gerçekleştirecekse öncelikle arazinin imar durumu öğrenilmelidir. *“İmar planlarında turizm kullanımına ayrılmamış olan alanlarda hangi ölçekte olursa olsun turizm tesisi yapılamaz. Eğer*

*arazi, hiç bir plan sınırına girmiyorsa, ilk olarak, turizm yatırımının gerçekleştirilmesini sağlayacak imar planının yapılması zorunludur.”*

2. Eğer yatırım için arazi satın alınacaksa bu arazinin, *“konumu, büyüklüğü, ulaşım imkânları, özellikle dış turizm bakımından havaalanlarına olan uzaklığı, mevcut ve geliştirilmesi gereken altyapısı,”* arazi seçiminde önemlidir. Arazi satın alındıktan sonra 1. Maddede yer alan açıklamalar yine geçerli olacaktır.
3. Herhangi bir Kültür ve Turizm Koruma ve Gelişim Bölgesi ve Turizm Merkezleri içindeki kamu arazilerinin tahsisi istenilebilir.
4. Herhangi bir Kültür ve Turizm Koruma ve Gelişim Bölgesi ve Turizm Merkezleri dışındaki hazine arazilerinin tahsisi istenilebilir.
5. Herhangi *“Turizm Merkezleri, Kültür ve Turizm Koruma ve Gelişim Bölgesi”* dışındaki orman arazilerinin tahsisi istenilebilir.

Detaylı bilgiler “Turizm Tesislerinin Belgelendirilmesine ve Niteliklerine İlişkin Yönetmelik” Kültür ve Turizm Bakanlığı’nın 05.04.2005 tarihli ve 42424 sayılı yazısı üzerine, 2634 sayılı Turizmi Teşvik Kanunu’nun 37. maddesinin (A) bendine göre, Bakanlar Kurulu’nca 10.05.2005 tarihinde kararlaştırılmıştır ve resmi gazetede yayınlanmıştır (<http://www.resmigazete.gov.tr/>).

### **2.5.5. Turizm Girişimciliğinin ve Kırsal Turizm Girişimciliğinin Riskleri**

Turizm sektörünün mevsimlik oluşu Türkiye’de saygın bir turizm anlayışına engel olmaktadır. Mevsimsellik, turistik talebin belli bir dönemde yoğunlaşması sonucu ortaya çıkmaktadır. Bunun sonucunda yıl yüksek sezon, orta sezon ve düşük sezon olarak üç bölüme ayrılır. Ülkede yüksek sezon deniz-kum-güneş turizminin yapıldığı yaz aylarıdır. Bu dönemlerde turizm talebi üst seviyelere ulaşırken düşük sezonda kimi durumlarda tesisler kapanmaktadır. “Türkiye Turizm Stratejisi 2023” ile alternatif turizm türlerinin ve bölgelerinin geliştirilmesinin önemi vurgulanmış, deniz-kum ve güneş dışındaki turizm türlerinin öne çıkarılması, tanıtılması amaçlanmıştır. Turizmin mevsimsel oluşu ekolojik düzene de olumsuz etkiler yapabilmektedir. Ayrıca turizmin belli dönemlerde yoğunlaşması destinasyonda

sosyal taşıma kapasiteleri üzerinde bir yük oluşturabilmektedir (Küyük, 2012: 63-71). Belli dönemlerde istihdamın yoğunlaşp belli dönemlerde de işsizliğin artması olayı sonucu mevsimsel işsizlik denilen istihdam sorununa bağlı olarak sosyal maliyet sorununu ortaya çıkarmaktadır. Turizmin mevsimsel özelliği ve buna bağlı olarak talepte meydana gelen dalgalanmalar hem ülke ekonomileri hem de turizm sektörünün gelişimi açısından olumsuz sonuçlar, sorunlar ve kayıplar ortaya çıkarabilmektedir (Günel, 2009: 199).

Kırsal turizmin yönetim ve kalkınma aşamasında karşılaşılabileceği en önemli sorun, pazarlama uygulamaları ve de pazarlamanın anlaşılması konularında karşılaşılan zorluklardır. Bu görüşün ortaya çıkmasında önemli tetikleyiciler; pazarlama uzmanlarının uyumundaki yetersizlikler, kısıtlı bütçe, paydaşların ilgilerinin birbirinden farklı olması ve pazarlamayla ilgili yanlış kanıdır. Birçok kırsal turizm KOBİ'sinin pazarlama konusunda karşılaşılabileceği en büyük risklerden biriside e-ticaret alanında yaşanabilir. Parravicini ve Evans kırsal turizm KOBİ'lerinin dijital ekonomiye katılım için yeterli beceriye sahip olmadığı ve bilişim teknolojilerinin kullanımı konusunda yardım almadığı sürece elektronik pazarda kaybolabileceklerini ifade etmiştir. Yapılan bir çalışmada kırsal turizmin zorlukları şunlardır; çevre baskısı (nüfus artışından doğan çevresel sıkıntılar, trafik, kirlilik, kalabalık, pahalılık, turizm ve girişimcilik bilincinin eksikliği gibi), mali kısıtlamalar (bütçe yetersizliği), eğitim ve tecrübe yetersizliği, politikanın teorik ve uygulama kısımlarının farklı kanallardan yürütülmesi (Kuşat, 2014: 73-74). Ayrıca kırsal turizmde arzın kısa dönemde mekanik olması ve geleneksel mimari ve gizemli çekiciliğin ön planda olması da talep arzı aştığında sorunlar gündeme getirir.

#### **2.5.6. Turizm Sektöründe Çalışanların ve Girişimcilerin Hakları**

Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı İş ve Teftiş Kurulu tarafından 2011 yılında hazırlanan rapora göre; işyerlerinde günlük çalışma sürelerinin çeşitlilik gösterdiği ve çoğunlukla yaklaşık sekiz saat olduğu, işçilerin yaklaşık yüzde ellilik bir bölümünün haftalık çalışma süresinin üzerinde çalıştığı, fazla çalışmanın özellikle mutfak ve servis bölümünde yoğun bir şekilde yapıldığı saptanmıştır (ÇSGB, 2011: 24-30).

Onuncu Kalkınma Planı Turizm Özel İhtisas Komisyonu Raporu'nda turizm sektöründe girişimcilerin ve çalışanların hakları şöyle belirtilmiştir (2014: 85):

1. Turizm sektöründe ücretli veya kendi adına çalışanların temel hakları, sektörün esnek, mevsimsel ve uluslararası olma özellikleri de göz önüne alınarak, yerel ve ulusal yönetim birimlerinin gözetiminde garanti altına alınmalıdır.
2. Turizmde faaliyet gösteren çok uluslu şirketlerin sektörü kontrol etmesi önlenmeli, bu şirketlerin bölgesel turizmin kalkınmasına yönelik yatırımlara yönelmeleri sağlanmalıdır.
3. Turizmde ücretli ve kendi adına çalışan kişiler, eğitim, iş güvencesi, sosyal güvenlik, yaşam koşullarını iyileştirme gibi haklara sahip olmalıdır.
4. Turizm sektöründe çalışanlar arasında bilgi ve deneyim alışverişi, sektörün gelişmesine katkıda bulunmaktadır. Ulusal ve uluslararası yasa ve anlaşmalarla söz konusu alışveriş kolaylaştırılmalı ve yaygınlaştırılmalıdır.
5. Turist gönderen ve alan ülkelerde faaliyet gösteren kurumların ortaklıkları veya dengeli ilişkileri, sektörün sürdürülebilir gelişimine ve kazancın hakça dağılımına önemli katkı sağlamaktadır.
6. Gereken yetenek ve donanıma sahip kişiler, ulusal yasal çerçeve dâhilinde profesyonel anlamda turizmde faaliyet gösterme hakkına sahiptir. Özellikle küçük ve orta ölçekli işletmelerin sektöre girişinde idari ve yasal sınırlamalar asgariye indirilmelidir.

## **2.6. Kırsal Turizm Girişimciliği Politikası**

Turizm girişimciliğinin politik boyutlarını anlamak için bir başlangıç noktası olan “kamu politikası” devletin temelidir. Günümüzde devlet çok katmanlı bir kurum olarak görülmektedir. Devletin geliştirici ve üretici, koruyucu ve savunan, düzenleyici, yargılayıcı, örgütlenme gibi çeşitli fonksiyonları vardır. Bu fonksiyonlar turizm girişimciliğini farklı derecelerde etkileyebilmektedir. Girişimcilik devlet ekonomisinde turizm için eğitsel ihtiyaçlar ve altyapı sağlamaya yardım eder. Aynı zamanda pazarlama ve promosyonlarda etkin bir rol alarak düzenleyici çevreler

kurar. Ancak bireysel fonksiyonların ölçüsü belirli turizm girişimcilik politikalarına ilişkindir, kararlar ve gelişmeler kurumların objektif özelliklerine dayanır. Kamu politikaları hükümet etkinliklerinin odak noktasıdır. Kamu politika belirleyicisi turizm için de politika belirleyicileri içerir. Bir politika kamu üzerinde ancak kendi kaynağının üstünlüğüyle kamu politikası olarak kabul edilir. Hükümetin biçimsel yapısının yanı sıra toplumun ekonomik, sosyal ve kültürel nitelikleri ve politik sistemin değer özellikleri kamu politikasının içeriğidir. Politika, politik bir çevrenin, değerlerin ve ideolojilerin, karar verici sürecin ve kurumsal yapının gücünün dağılımının bir sonucudur (Ateljevic and Page, 2009: 246-248).

Kırsal turizmin yararlanma, tasarım, gelişim, kırsal ekonomi, koruma ve pazarlama gibi ilkeleri bulunmaktadır. Bu ilkeler kırsal alanların korunarak kullanımına rehber olma özelliği taşır. Kırsal turizm faaliyetleri, gelişmekte olan ülkelerde toplumun gelir düzeyi yüksek olan kesiminin kırsal alanlarda inşa ettirdikleri tatil evlerinde, sadece denize ya da göle girmek, balık tutmak gibi küçük çaptaki faaliyetler olarak algılanmaktadır. Gelişmiş ülkelerdeyse kırsal turizm çok sayıda insanın katılabildiği ve çok çeşitli faaliyetlerden oluşan dev bir sektördür. Türkiye’de kırsal alanlara düzenlenen günübirlik geziler, eski köy kalıntılarının canlandırılması vb. gelişmeler sonucu kırsal turizm talep görmeye başlamıştır (Ün, Tutar, Erkan, 2012: 346). Kırsal turizm iç göçü engelleyerek, yörelerin kalkınmasına etki eder ve yaşam koşullarının iyileştirilmesine katkıda bulunur. Bu anlamda kırsal alanların turizme açılması ülke ekonomisini canlandıracağı için önemli bir unsurdur.

## **2.6.1. Türkiye’de Kırsal Turizm Girişimciliği Politikası**

### **2.6.1.1. “Onuncu Kalkınma Planında (2014 – 2018)” Kırsal Turizm Girişimciliği**

2008 yılında Onuncu Kalkınma Planında sürdürülebilir turizm özendirilmiş, çevreye duyarlı konaklama tesislerinin standartları belirlenmiş ve belgelendirme çalışmalarına başlanmıştır (KBm, OKP, 2013: 113).



Kırsal turizm kavramı sekizinci ve onuncu kalkınma planları dışında hiçbir planda doğrudan yer almamaktadır. Onuncu Kalkınma Planında kırsal turizm girişimciliğinden de bizzat bahsedilmemiştir. Kalkınma planında önceki dönemlerde başlayan bazı kırsal kalkınma programlarının devamından ve bu çaptaki politikalardan bahsedilmektedir.

#### **2.6.1.2. “Onuncu Kalkınma Planı Girişimciliğın Geliştirilmesi Özel İhtisas Komisyonu Raporunda” Kırsal Turizm Girişimciliğı**

Türkiye’deki girişimcilik ekosistemi birçok kamu kurumunun izlediğı politikaların doğrudan ve dolaylı olarak etkisi altındadır. Dokuzuncu Kalkınma Planı döneminde girişim sermayesi, bireysel katılım sermayesi vb. konular ekonomi gündeminde daha fazla yer almıştır ve başlatılmış olan mevzuat çalışmaları girişimcilik konusunun ülke dinamiklerine doğrudan bir etkisi olduğunu göstermektedir (KBn, Girişimciliğın Geliştirilmesi ÖİKR, 2014: 74).

*“Onuncu Kalkınma Planı Girişimciliğın Geliştirilmesi Özel İhtisas Komisyonu Raporu’nda”* kırsal turizm yatırımlarına ya da girişimlerine dair bir konu yer almamış, “10. Kalkınma Planı’nda” ve “Türkiye Turizm Stratejisinde” kırsal kalkınma projeleri ve bu doğrultudaki hedefler belirtilmiştir.

#### **2.6.1.3. “2023 Türkiye Turizm Stratejisi” Kırsal Turizm Girişimciliğı**

Türkiye kıyı turizminin yanı sıra, alternatif turizm (krvaziyer ve yat turizmi, sağlık ve termal turizm, dağ ve doğa turizmi, kırsal ve eko turizm, kongre ve fuar turizmi, yayla turizmi, golf turizmi vb.) türleri açısından da eşsiz imkânlarla sahiptir. Ancak bu potansiyelin rasyonel olarak kullanılmadığı saptanmıştır. Türkiye Turizm Stratejisi ve Eylem Planı ile ülkedeki doğal, kültürel, tarihi ve coğrafi değerlerinin korunarak kullanılması ve turizm alternatiflerini geliştirerek turizmden alınacak payın artırılması hedeflenmektedir. Turizm sektöründeki planlamanın şeffaf ve hesap verebilir, esnek, aynı zamanda sürdürülebilir gelişim nitelikleri olan stratejik planlama anlayışı vurgulanmaktadır (KTBe, 2007: 1-2).

Çeşitlendirilmesi gereken turizm türleri arasında yer alan eko turizm, yayla turizmi, kış turizmi gibi türler kırsal turizmle ilişkilendirilen turizm türleridir. Bu çalışmada da “Türkiye Turizm Stratejisi Eylem Planı 2007-2013’de” ele alınan kırsal turizm ve benzer turizm türlerinin değerlendirilmesi yapılmıştır.

Strateji belgesinde en çok üzerinde durulan ilkelere birisi var olan turizm bölgelerinin sürdürülebilirlik perspektifi içinde tekrar ele alınarak planlanması ve kaliteli yaşanabilir çevreler oluşturulmasıdır. Belirtilen ilkelere turizmin çeşitlendirilerek sezonun tüm yıla yayılması istenmektedir. Bu çeşitler arasında yer alan kırsal turizm, agro turizm ve eko turizm konularında kamu, özel ve sivil toplum kuruluşlarının bilinçlendirilmesi de hedeflenmektedir. Aynı zamanda bu türleri bir arada sunabilen alternatif turizm odaklı turizm kentlerinin oluşturulması da ilkeler arasında yer almaktadır (KTBF, 2007: 4).

“Hizmet Kalitesi Stratejisinde” 2023 yılı hedeflerinde özel sektörün konaklamaya yönelik kırsal turizm tesisleri, pansiyon ve özel nitelikli tesisler gibi konaklama üniteleri kurması desteklenecektir. “Turizmin Çeşitlendirilmesi Stratejisinde” ise yayla turizmi ve eko turizmi gibi doğa amaçlı turizm türlerinin geliştirilmesi için bu amaca yönelik turizm altyapısı geliştirilecek ve nitelikler arttırılacaktır. Doğa amaçlı turizmin yapılacağı yörelerde, ana tur güzergâhları, ara istasyon ve alt istasyon noktaları, varış noktaları belirlenerek planlama çalışmaları gerçekleştirilecektir. Kırsal turizm kapsamında gerçekleştirilebilecek etkinliklerden biri olan kış turizmi için master planı hazırlanacaktır. Kayak alanı kapasitesine uygun nitelikli ve yeterli konaklama tesisleri planlanacaktır. Kent merkezi- kayak merkezi ve diğer turizm odakları arasındaki ulaşım bağlantıları üzerinde iyileştirmeler yapılacaktır. Kayak pistleri, uluslararası standartlar çerçevesinde düzenlenecektir. Ulusal ve uluslararası yarışmalar düzenlenecek ve tanıtımları yapılacaktır. Eko turizmi ve yayla turizmi kapsamında bazı hedefler ise şöyledir (KTBF, 2007: 32);

- \* Turizm gelişim alanlarında yer alan eko-turizm alanlarının ‘alan yönetim planları’ yapılacaktır.

- \* Yerel halka, servis, kalite, turistik ürün, hediyelik eşya yapımı ve işletmelerin yönetimi konularında eğitimler verilecektir.
- \* Ekolojik ve etnografik özelliklerin sergilendiği müze evlerin açılması teşvik edilecektir.
- \* Doğa turizmi amaçlı olarak belirlenen alanlarda güzergâh üzerinde bulunan sportif alanlar, mağara, şelale, kamping alanları vb. çekicilikler ile ilgili çevre düzenlemeleri yapılacak ve başta ulaşım konusu olmak üzere gerekli altyapılar tamamlanacaktır.
- \* Yöre halkına pansiyonculuk eğitimi verilecektir.

Turizm gelişim bölgeleri ile ilgili planlanan hedefler arasında yer alan Çanakkale ve Balıkesir illerini kapsayan “*Troya Kuzey Ege Kültür ve Termal Turizm Gelişim Bölgesi*” nin sağlık turizmi, termal turizm ve kırsal turizm çerçevesinde geliştirilmesi istenmektedir. Turizm koridorlarından Batı Karadeniz kıyı koridoru boyunca yer alan orman içindeki dinlenme tesisleri gibi eko-turizmin gelişmesinde odak noktası olması muhtemel koruma alanlarında oto karavan ve çadırli kampingi olanaklı hale getiren düzenlemeler yapılacak ve planlama çalışmalarıyla pansiyonculuk, butik otel ve kırsal turizm tesisleri geliştirilecektir. Bu koridor Şile-Sinop arasında uzanan yaklaşık 500 km’lik alandır. Orta Karadeniz’deki Samsun ilinden Hopa’ya kadar uzanan yayla koridoru ulusal ve uluslararası ölçekte doğa turizmi temelinde varış noktası olacaktır. Bu yörelerde kamp, balık avlama, golf, kayak, yamaç paraşütü, rafting, binicilik, foto-safari, balon ve bungee jumping gibi macera sporlarına yönelik planlamalar yapılacaktır (KTBh, 2007: 45-52).

Eko-turizmin uygulanacağı yörelerde kırsal kesimde tarım dışı istihdam alanları oluşturulmuş olacaktır. Aynı zamanda eko turizm bu bölgelerdeki küçük ve orta ölçekli işletmelerin gelişmesine, altyapı yatırımlarının geliştirilmesine, yerel düzeyde bireysel gelirlerin ve vergi gibi kamu gelirlerinin artmasına katkı sağlayacaktır. Bölge imajının geliştirilmesi, yerel halkın çevreyi geliştirme ve koruma bilincinin artmasına yönelik konularda bu çalışmalar içerisinde yer almaktadır (KTB1, 2007: 54-56).

Kısaca Türkiye Turizm Stratejisi 2023'ün gerçekleştirilme amacı ülkenin ekonomik ve sosyal kalkınmasına katkıda bulunmak, istihdamı arttırmak ve halk üzerinde çevre bilincinin oluşturulmasını sağlamak olduğu belirtilebilir.

Türkiye Turizm Strateji Planında belirlenen stratejik yaklaşımlar çerçevesinde yapılacak çalışmaların tamamlanması, geliştirilmesi öngörülen bölgelerdeki konaklama ve altyapı ihtiyaçlarının karşılanması durumunda, 2023 yılında, 63 milyon turist, 86 milyar dolar dış turizm geliri ve turist başına yaklaşık 1350 dolar harcamaya ulaşılması öngörülmektedir (KTBİ, 2007: 3).

#### **2.6.1.4. Türkiye Girişimcilik Stratejisi ve Eylem Planı'nda (2015-2018) Kırsal Turizm Girişimciliği**

Girişimcilik Stratejisi ve Eylem Planı'nda kırsal turizm ya da kırsal turizm girişimciliği kavramları doğrudan yer almamaktadır. Ancak eko girişimcilik, yeşil girişimcilik kavramları ve bu kavramlara dair belirlenen stratejik hedeflere yer verilmiştir. 25 Haziran 2008'de kabul edilen Avrupa Küçük İşletmeler Yasası'nda (Small Business Act-SBA) KOBİ ve girişimcilik politika alanları adı altında girişimciliğin desteklenmesi için gösterilen destek fonları arasında kırsal kalkınma fonu da yer almaktadır. Sosyal ekonominin ve kadın girişimciliğin geliştirilmesi için kullanılacak fonlardan biridir (<http://www.kosgeb.gov.tr/>).

#### **2.6.2. Dünya Genelinde Kırsal Turizm ve Kırsal Turizm Girişimciliği Uygulamaları**

Çeşitli ülkelerde kırsal turizm ve kırsal turizm girişimciliği farklı biçimlerde gerçekleşmektedir.

**Çin:** Çin'de nüfusun büyük bir kısmını kırsal toplum oluşturmaktadır. Çin'de kırsal turizm 1950'li yıllarda başlamıştır. Son yıllarda kırsal alanlarda çiftliğe dayalı turizm çeşitliliği kırsal gelişim ve yenilenmede bir lokomotif olarak gittikçe artmaktadır. Kırsal yerlerdeki kırsal ekonomilerin gelişmesi için imkânları az olan bölgelerde gelir dağılımında kırsal yaşam tarzlarını arttırmak ve pozitif değişimlere ikna ederek

turizmi yararlı hale getirilmektedir. Kırsal turizmin gelir kaynağı sağlayacağı düşüncesiyle çiftçiler birçok girişimcilik faaliyeti gerçekleştirmiştir. Bambu dokuma, ahşap ve taş oymacılığı, yerel şarap yapımı, tükenmiş el sanatları, geleneksel tedavi yöntemlerini canlandırmışlardır. Çin Ulusal Turizm İdaresi (CNTA) Yoksullukla Mücadele ve Kalkınma Danıştay Dairesi tarafından ortaklaşa başlatılan 1996 yılında PAT programı Çin'de gelişmiş kırsal alanlarda yoksulluğun hafifletilmesi için bir ağ geçidi olarak turizmi teşvik etmeyi amaçlamaktadır. Bu program sayesinde girişimciler kendi özel işletmelerini kurmaya başlamıştır (Su, 2012: 2-5).

**Amerika:** ABD'nin az gelişmiş eyaletlerinden Nebraska'da kırsal gelişmişliğin düzeyinin belirlenmesi, bugüne kadar yapılmış çalışmaların verimliliğinin ölçülmesi ve kırsal toplumun (günümüz şartlarında) istek ve ihtiyaçlarının öğrenilmesi için Filkins ve arkadaşları (1999) bir anket çalışması yapmıştır. Yapılan çalışmada bölge halkının devletten beklentileri; tarımsal üretimin arttırılması, küçük işletmelerin geliştirilmesi, turizm olanaklarının arttırılması vb. şeklindedir (Gürlük, 2001: 3-4).

**Yeni Zelanda:** Hükümetinin turizme yönelik faaliyetleri, uzun vadede sürdürülebilir turizmin gelişiminin sağlanmasına yöneliktir. Faaliyetler; bölgesel altyapının geliştirilmesi, doğal çevrenin korunması, küçük iş geliştirme amacıyla kurumsal destek oluşturulması ve mali destek, özel etkinlikler için destek (örneğin şarap ve yemek festivali) ve bölgesel turizm tanıtımı şeklinde ifade edilmektedir. Girişimciliğin desteklenmesi de hükümetin kararları arasında yer almaktadır. Bölgede yapılan bir araştırma, yerli girişimcilerin net bir iş vizyonuna sahip oldukları ve düşük oranlarda dış yardım beklediklerini göstermiştir. Yabancılar yeni ve yenilikçi iş fikirlerine sahip olmakla beraber, mali kaynak yönünden de bölgedeki turizmin gelişimine önemli katkı sağlamaktadır (Ateljevic, 2009: 282-302).

Ayrıca turizmin şekillenmesinde bölgedeki kadınların da önemli bir rolü vardır. Kadınlar ekonomik ve sosyal durumlarını iyileştirmek üzere yeteneklerini kullanarak girişimciliği bir fırsat olarak görmektedirler. Daha önceleri koyun yetiştirilen Wairarapa bölgesinde kırsal turizm ve kırsal turizm girişimciliği konusunda gelişmeler olmuştur. 2001 yılında yapılan bir çalışmaya göre bölgesel olarak turizm girişimciliği faaliyetleri arasında sayılabilecek unsurlar; oda kahvaltısı

sunulan evde konaklama, motel ve pansiyonlar, üzüm bağları yetiştiriciliği, restoran, cafe ve barlar, turistik macera faaliyetleri ve çekicilikler, el sanatları ve hediyelik eşya mağazaları, seyahat acentesi, oteller, kamp alanları, ulaşım operatörleri ve kiralık araçlardır (Ateljevic, 2009: 282-302).

**Belçika:** Kırsal kesimde yaşayan katılımcılar için ve en az bir serbest mesleği olan ebeveynler için Belçika'da bir girişimci olmak daha cazip ya da daha kolay gibi görünmektedir. Belçika'da serbest mesleği olanlar diğer AB ülkelerinin çoğundan daha fazladır. Ancak Belçika'da yüksek eğitilmiş girişimcilerin en fazla paya sahip olduğu girişimci faaliyetleri AB ortalamasından çok farklı değildir (ec.europa.eu/enterprise/policies/). Belçika sanat kentleri bozulmamış doğasıyla büyüleyici bir ülkedir. Üç dernek 2200 pansiyon kırsal turizm için hizmet vermektedir. Kendin pişir kendin ye ve köy kahvaltıları sunmaktadır. (www.eurogites.org/).

**Fransa:** Fransa kırsal ya da kentsel kesimde ve metropolde yaşayan girişimcilerin eşit hisselere sahip olduğu ülkeler arasında yer almaktadır. Fransa'da kırsal alanda yaşayanların toplam nüfusa oranı %23.7 civarındadır. Fransa'da, kırsal ya da kentsel ikametinin girişimcilik oranı üzerinde hiçbir etkisi yoktur: kırsal kesimde yaşayanlarında girişimcilik faaliyetlerine dâhil olması mümkündür (ec.europa.eu/enterprise/policies/).

**Finlandiya:** Finlandiya'da kırsal turizm gelişimi 1980'li yıllara dayanır. Bu yıllarda "Kırsal Yayım Merkezleri Derneği" ile "Finlandiya Tarım ve Orman Bakanlığı" kırsal bölgelerde yaşayan kadınları kırsal şenlik, gıda ve gelenekler üzerine eğitmeye başlamıştır. Böylece tarımsal aktiviteler farklılaşmaya başlamıştır. Bu doğrultuda ülkedeki finansal sistem; kırsal kulübeler ve diğer aktiviteler vb. yerleşim yerleri inşa etmeyi amaçlamıştır. Turizmde farklılaştırmaya gitmek isteyen çiftçileri desteklemiş ve 1985'li yıllarda yaklaşık bin tane kırsal turizm girişimcisi ticari şirketlerini (%70'inin bir çiftliği bulunmaktadır) açmıştır. Açılan bu turizm şirketleri toplam ekonomi içinde %16'lık gelir payına denk gelmektedir (Şerefoğlu, 2009: 68-69).

**Güney Afrika Örneği:** Yapılan bir çalışmada turizm girişimcilerinin karşı karşıya oldukları problemler belirlenmiştir. Bu çalışmaya göre bölgede bulunan turizm girişimcilerinin karşı karşıya oldukları problemler; deneyim, finansal, bilgi ve destek eksikliği, pazarlama becerisi yetersizliği, finansman kurumlarınca turizm sektörünün yüksek risk içeren bir sektör olarak görülmesidir (Saayman and Slabbert, 2001).

**Avusturya:** Kırsal turizmin en iyi şekilde organize edilerek yürütüldüğü ülkelerin başında Avusturya gelmektedir. Avusturya, Slovenya, Malta ve Lüksemburg (sadece dört ülkede) nüfusun %10dan daha azı kendi işini kurmakta veya kendi işinde çalışmaktadır. Avusturya girişimcilik faaliyetlerinin düşük bir oran ile karakterize olmasına rağmen iş transferi ve iş başarısızlığı Avusturyalı işletmeler için AB ortalamasından düşüktür. Neredeyse Avusturya’da girişimcilerin hiçbiri “itme varlık” olarak sınıflandırılmamaktadır. Örneğin bazı girişimciler mali güçlüklerin yüksek bir yüzdesiyle bir işe başlayıp, düşük risk toleransı ve yüksek oranlarla kendi işlerini kurma gerekliliğine inanmışlardır (ec.europa.eu/enterprise/policies/). Avusturya’da bu alanda hizmet veren “yeşil köyler” örgütü büyük bir girişimcilik hareketidir. Yeşil köyler kapsamı altında bulunan 36 köy belirli standartlara göre seçilmektedir. Ülkede toplam konaklama kapasitesinin %51’ini çiftlikler oluşturmaktadır (Uçar, Çeken ve Ökten, 2010: 23).

**İspanya:** NEOTEC girişim sermayesi fonların fonu İspanya hükümetinin yenilik ve Ar-Ge destek ajansı Endüstriyel Teknoloji Geliştirme Merkezi ile Avrupa Yatırım Fonu (EIF)’nun ortak girişimi olarak oluşturulmuş bir programdır. NEOTEC fonların fonunun yönetimi EIF tarafından yapılmaktadır. NEOTEC fonunun yatırım süresi 2011 yılında tamamlanmış, toplam 8 girişim sermayesi fonuna ortak olunmuş, 4 girişim sermayesi fonu ile de eş yatırım yapılmıştır. Bugüne kadar NEOTEC’ den sermaye kullanan girişim sermayesi fonlarının yatırım yapmış olduğu firma sayısı 60’dır (TTGV, 2012: 46).

**İngiltere:** İngiltere’de ise 2010 yılında Yatırımcı Firmalar Derneği (Association of Investment Companies), girişim sermayesi fonlarının İngiltere’deki firmaların büyümesindeki rollerini esas alan bir çalışma gerçekleştirmiştir. Bu çalışmanın sonuçlarından biri; girişim sermayesi destekli firmaların, diğer İngiliz KOBİ’lerinden

farklı olarak Ar-Ge' ye odaklanma ve ihracat pazarlarındaki güçlerini koruma noktasında çok daha istekli olduklarıdır.

Buna göre incelenen girişim sermayesi destekli firmaların yıllık 920 milyon lira civarındaki cirolarının yaklaşık üçte biri (£303 milyon) ihracattan kaynaklanmaktadır. Araştırmaya dâhil olan toplam 100 firmanın yarısının cirosu, %50 ve üstünde ihracattan kaynaklanmaktadır (TTGV, 2012: 64).

İngiltere'de Ulaşılması Güç Gruplar Arasında Girişimciliğin Desteklenmesi ve Özendirilmesi projesi 2012 Avrupa Girişimciliği Teşvik ödülü kazanmıştır. Proje kapsamında Outset (başlangıç) toplumun korunmaya en çok muhtaç gruplarına mensup kişilerin küçük bir işletme kurma kabiliyetleri konusundaki inançlarını değiştirmek amaçlanmıştır. Program başladıktan sonra Outset 6000'den fazla kişiyle irtibat kurmuştur. Bunlar arasında 673'ü bir işyeri açmış ve sonuçta toplam 890 yeni iş oluşmuştur (europa.eu/rapid/).

İngiltere'de Lake District önemli bir kırsal alandır. Bu dağlık alan Ulusal Parktır. 16 büyük göl, 10 dağın bulunduğu alan sınırlarında 40.800 kişi yaşamaktadır. Birleşik Krallık'ın en büyük ikinci ulusal parkıdır. 2014 yılında parka 16,4 milyon turist gelmiştir (<http://www.lakedistrict.gov.uk/>).

**Çek Cumhuriyeti:** AB'ne 2004 yılında üye olmuştur. 2005 yılında Çek Cumhuriyetinde önemli gelişmeler yaşanmıştır. KOBİ'leşme artış göstermiştir. KOBİ'ler ve işletmeler ekonomide istihdam yaratmada da % 60'lık bir paya sahip dengeleyici bir eleman olarak görev almışlar. Çek Cumhuriyetinde KOBİ'ler başta ticaret sektörü olmak üzere üretim ve yüksek katma değerli ürün üretiminde yoğunlaşmıştır. KOBİ'ler büyük işletmelerle ihracata yönelimde iş birliği içerisinde olmakla birlikte ülke nüfusunun yarısından fazlasına istihdam sağlamaktadır (Filiker, 2007: 75-83).

**Sırbistan:** “UNWTO Hibe Programı” kapsamında 2011 yılında kırsal turizm girişimciliğinin desteklenmesine odaklanmış olan “Sırbistan Kalkınma Master Planı” onaylanmıştır. Sırbistan'da turist gelişlerini arttırmak için çalışmalar başlatılmıştır.



Bu nedenle kırsal turizm tesislerinin kalitesini yükseltip, rekabet gücünü arttırmak ve küçük ürünlerin genişletilmesi konusunda çalışmalar yapılmıştır (cooperation.unwto.org).

**Romanya:** Son 10 yılda 62 milyar dolar küresel sermaye çeken Romanya, ihracat artışında da çok önemli atılımlar gerçekleştirmiştir. 2011 yılında Romanya’da kişi başına düşen gelir 11.916 dolardır. Romanya Ekonomisi Polonya’nın ardından Orta ve Doğu Avrupa’nın en büyük ikinci pazarı konumundadır. 2000 yılında aktif şirketlerin % 96,8’ini oluşturan KOBİ’ler 2001 yılına gelindiğinde %97,5’e yükselmiş bu yükselmeye gayri safi hâsıla içerisinde %29,1’lik payını % 43,6’lık bir paya yükseltmiştir. Bu alandaki istihdamı ise % 40’lardan %57’lere çıkarmayı başaran KOBİ’lerin gelişimine ağırlık verilen bir politika izlenmiştir. Romanya’da 2000 yılı sonunda 395,146 kayıtlı ve aktif işletme bulunmaktadır. Romanya’da kırsal alanda istihdam edilen kişi sayısı %3,3’tür (Filiker, 2007: 57-64).

**Thrust Bölgesi:** Asya’da yer alan Hindistan ve Pakistan’a sınırı olan Thrust Bölge’sinde herhangi bir işte çalışmayan gençlerin sayısı 4 milyonu geçince çeşitli “*Bölge İstihdam ve Danışmanlık Merkezleri*” ile gençler için girişimcilik teşvik edilmeye başlanmıştır. Turizm ekonomik büyümenin önemli bir alanıdır. Jammu ve Keşmir Girişimci Geliştirme Enstitüsü; Thrust alanlarında turizm girişimciliği kararı almıştır. “*Jammu ve Keşmir Girişimcilik Geliştirme Enstitüsü*” ve “*Turizm Girişimci Geliştirme Zirvesi 2010*” ile ilgili “*Turizm ve Otelcilik Yönetimi Okulu*” girişimiyle hayallerini gerçekleştirmek isteyen turizm sektöründeki potansiyel girişimcilere bir platform sunmak için bir çaba geliştirmiştir (tedsjkedi.webs.com/).

**Letonya:** Kırsal turizmin gelişimi 1993 yılında kırsal turizm derneğinin kurulmasıyla başlamıştır. Dernek eğitim ve danışmanlık hizmetleri, promosyon ve pazarlama, kalite kontrol ve sınıflandırma, ürün gelişimi ve üyelerin çıkarları için lobi yapma faaliyetleri yürütmektedir (Uçar vd., 2010: 27).

## 2.7. Ödemiş, Kemalpaşa Ve Tire'nin Tarihçesi Ve Turizm Potansiyeli

Ödemiş, Küçük Menderes Ovasında kurulmuştur. Komşuları, doğuda Kiraz, Beydağ, batıda Turgutlu, Bayındır, güney batıda Tire, güneyde Aydın, kuzeyde Manisa ili Salihli ilçesidir. Ödemiş ilçesi, Türkiye'de 872 ilçe arasında gelişmişlik açısından 199. sıradadır. İzmir'de merkez dışındaki ilçeler arasında ise en az gelişmiş beşinci ilçedir (İZKA, 2013: 2). İlçenin toplam nüfusu, 129,295 kişidir (<http://odemis.bel.tr>). Ödemiş'te, Kültür ve Turizm Bakanlığı'ndan işletme belgeli 2, yatırım belgeli 1 adet tesis vardır ([www.izmirkulturturizm.gov.tr](http://www.izmirkulturturizm.gov.tr)). Ödemiş ilçesinde toplamda 8 adet tesis, sadece Birgi mahallesinde ise 2 adet pansiyon ve bir adet butik otel bulunmaktadır. 2011 yılında, İzmir genelindeki ortalama kalış süresi 2,5 gün iken; bu süre Ödemiş'te 1,3 gündür. İl genelindeki doluluk oranı % 49 iken, Ödemiş'te % 19,4 düzeyindedir (İZKA, 2013: 8). İlçe de birçok turizm çeşidi gerçekleştirilmektedir. Birgi Mahallesi Ulu Cami ve Aydınoğulları Türbesi, İmam-ı Birgivi Türbesi gibi yapılarıyla önemli bir inanç turizmi merkezidir. Bozdağ mahallesinde kış turizmi yaygın olmakla beraber yayla turizmi, foto safari gibi turizm çeşitleri de etkindir. Başova da Ornitoloji (kuş gözlemciliği), Gölcük'te kamp-karavan turizmi gerçekleştirilmektedir. Alternatif turizm çeşitleri içinde oldukça elverişli olan ilçede yamaç paraşütü (Ovacık, Hamamköy yaylaları), mağaracılık (Ödemiş Subatanı, Ayvacık Düdeni), bisiklet turları (Birgi, Bademli, Günlüce vb.), olta balıkçılığı (Gölcük), su sporları ve tekne turu (Gölcük), dağ ve doğa yürüyüşü (Çamyayla, Birgi, Bozdağ) gibi turizm faaliyetleri gerçekleştirilebilmektedir (<http://odemis.bel.tr/>).



**Şekil 2. Ödemiş İlçesi Birgi Evleri**

**Kaynak:** <http://odemis.bel.tr/odemis/turistik-cevre.html/> 09.07.2015

Tire, İzmir'in güneydoğusunda yaklaşık 80 km uzaklıkta yer alan bir ilçedir. Deniz seviyesinden yüksekliği 96 metre olan Tire, kuzeyinde Küçük Menderes Ovası ve Bayındır, batısında Selçuk ve Torbalı ilçeleri, doğusunda Ödemiş, güneyinde ise Aydın Dağları ve Aydın ili ile çevrelenir. Yemyeşildir ve "Yeşil Tire" olarak da anılır. Bunun nedeni, dağlara doğru çıkıldıkça çok sayıda bitki türü bulunmaktadır. İlçenin yüzölçümü 792 km<sup>2</sup>'dir. Bir mahallesi (Gökçen) ve 64 köyü bulunmaktadır. 2011 Yılı TÜİK genel nüfus verilerine göre toplam nüfusu 78.975'tir. Bu nüfusun 43.938'i merkezde, 35.037'si mahalle ve köylerde yaşamaktadır (www.tire.bel.tr). İlçede Kültür ve Turizm Bakanlığı'ndan turizm işletme belgeli 1 adet tesis vardır (www.izmirkulturturizm.gov.tr). İlçede toplam 7 adet konaklama tesisi bulunmaktadır. İzmir genelindeki ortalama kalış süresi 2,5 gün iken; bu süre Tire'de 2,2 gündür. İl genelindeki doluluk oranı %49 iken, bu oran Tire'de %23 düzeyindedir (İZKA, 2013: 8). Tire gizli bir cennet olarak turizmde gelişmeye ve geliştirilmeye oldukça müsait bir ilçedir. İlçede Salı günleri kurulan Pazar, Türkiye'nin en büyük açık pazarı olma özelliğini taşımaktadır. İlçe sınırları içerisinde bulunan Güme Dağları (1646 m.) ise oldukça verimli bir toprağa sahiptir. Ayrıca Tire Balım Sultan ve Taştepe mevkilerinde bulunan birçok mesire yerine

sahiptir (<http://www.tire.bel.tr/>). Tarihi 5000 yıl öncesine dayanan ilçede birçok tarihi mekân bulunmaktadır. İlçenin merkezinde 1935 yılında kurulan arkeoloji ve etnografya müzesi yer almaktadır. İnanç turizminin yaygın olduğu ilçede Ali Han Mescidi, Molla Arap Cami, Balım Sultan Türbesi, Alamasan Dede Türbesi, Mehmet Bey Cami, İbn-i Melek ve Süleyman Şah Türbesi gibi birçok tarihi yapı bulunmaktadır. İlçede Halkapınar Köyü yakınlarında bugün halen kime ait olduğu tartışma konusu olan bir anıt mezar bulunmaktadır. M.Ö. 246 yılında Efes'te ölen Selevkos Devleti krallarından 2. Theos adına yaptırıldığı görüşü ağır bastığı için tapınağa Theos Mozolesi denilmektedir (<http://www.tire.bel.tr/>).



**Şekil 3. Tire Tahtakale Hamamı**

**Kaynak:**[http://www.tire.bel.tr/index.php?option=com\\_content&view=article&id=102&Itemid=111/](http://www.tire.bel.tr/index.php?option=com_content&view=article&id=102&Itemid=111/) 09.07.2015

Kemalpaşa, İzmir'in 29 kilometre doğusunda, İzmir-Ankara Karayolunun 8 kilometre güneyinde yer almaktadır. Doğusunda Turgutlu, batısında Bornova ve İzmir merkez, kuzeyinde Manisa, güneyinde Torbalı ve Bayındır ilçeleri bulunmaktadır. Yüzölçümü 658 km<sup>2</sup> olup, rakımı 225 metredir. Kemalpaşa İlçesi güney batısındaki en yüksek noktası 1510 metre olan Nif Dağları ile kuzeyindeki Manisa Dağları arasında yer alan oldukça verimli ovada kuruludur. İlçenin 5 mahalle, 29 köy ve merkez toplam nüfusu 2013 verilerine göre 97,499'dur. Aynı zamanda Kemalpaşa ormanlarla kaplı dağları, piknik alanları, yaylaları, tarihi

kalıntıları ile oldukça zengin kültür ve tabiat varlıklarına sahiptir ([www.kemalpassa.gov.tr](http://www.kemalpassa.gov.tr)). İlçede Kültür ve Turizm Bakanlığı'ndan işletme belgeli 2 adet tesis vardır ([www.izmirkulturturizm.gov.tr](http://www.izmirkulturturizm.gov.tr)). İlçede toplam 3 adet tesis hizmet sunmaktadır.

## ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

### 3. YÖNTEM

Çalışmanın bu bölümünde, araştırmanın modeli, evren ve örneklem, veri toplama aracı ve teknikleri ile verilerin analizi konularında bilgiler yer almaktadır.

#### 3.1. Araştırmanın Modeli

Bu çalışmada nitel araştırma yöntemlerinden mülakat/görüşme tekniği kullanılmıştır. Araştırmanın sonucunda elde edilen verilerin çözümlenmesi için betimsel analiz tekniğinden yararlanılmıştır. Çalışmanın kırsal turizm girişimciliği çerçevesinde yürütülmesi, uygulamanın kırsal alanlarda yapılmasını gerekli kılmaktadır. Seçilen üç ilçede yapılan uygulamada konunun özüne inebilmek için mülakat yönteminin kullanılmasına karar verilmiştir. Böylelikle önceden tasarlanmış cevaplara bağlı kalınmadan daha açık cevaplar alınması amaçlanmıştır. Araştırmanın modeli belirlenirken kırsal turizm girişimciliği adına çalışmaların kısıtlı olması nedeniyle sorular kırsal turizm ve girişimcilik ilişkisi sentezlenerek hazırlanmıştır. Girişimcilerden telefon ya da mail yoluyla randevu talep edilerek görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Girişimcilere sorular sorulurken ses kaydı yapılmış ve notlar alınmıştır. Görüşmeler 30-40 dakika sürmüştür. Görüşmelerde kırsal turizm girişimciliğinin ekonomik, sosyal ve çevresel boyutları ele alınmaya çalışılmıştır. Girişimcilik eyleminin ilçelerde iş fırsatları oluşturması, istihdam olanaklarını geliştirmesi ekonomik yararlarını ifade etmektedir. Aynı zamanda yöre halkının eğitimi ve gelişimi, başka kültürler tanıma fırsatına erişmesi sosyal etkilerini göstermektedir. Doğal alanların bozulma, tarımsal alanların azalma ihtimali olumsuz çevresel etkilerinin de olabileceğini göstermektedir.

Araştırmada bazı sorulara yanıt aranmaya çalışılmıştır. Bu sorulardan bazıları; kırsal turizm girişimciliğine ihtiyaç var mıdır? Kırsal turizm girişimciliği nasıl uygulanmaktadır? Kırsal turizm girişimciliğinin uygulanabilirliği için olması

gereken aktiviteler nelerdir? Girişimcilik faaliyetini gerçekleştirmek için danışmanlık, eğitim, kamu desteği, yerel işbirlikleri önemli midir?

### 3.2. Evren ve Örneklem

Araştırmanın uygulanması kapsamında İzmir ili içerisinde yer alan Ödemiş, Tire ve Kemalpaşa ilçeleri tercih edilmiştir. Bu ilçelerin tercih edilmesinin nedeni, yörelerin kırsal alan olarak turizme elverişli bir bölgede olmasıdır. Ayrıca ilçelerin başlıca geçim kaynağı tarım ve hayvancılıktır. Bu ilçelerde nüfusun büyük çoğunluğu kırsal kesimlerde yaşamaktadır. Çalışmada kırsal alanlar da turizmin uygulanabilirliğini ölçmek ve girişimcilerin istek ve sorunlarına yer verilmek istenmiştir. Çalışma kapsamında yer alan Ödemiş İlçesi'nde Birgi Mahallesi'nin UNESCO'nun Dünya Kültür Mirası şehirlerarasına alınması için 1998 yılında yaptığı başvuru ve tarımsal alanların genişliği dolayısıyla kırsal turizme uygunluğu da tercih edilme nedenleri arasındadır. Ödemiş Birgi Mahallesi 2012 yılında UNESCO Dünya Miras Geçici Listesine girmiştir. Ancak asil listeye girebilmesi için Kültür ve Turizm Bakanlığı ve ilgili diğer birimler çalışmalarını sürdürmektedir. Bu çalışmalara destek verebilecek tüm kamu kurumları ve yerel iş birlikleri konunun üzerinde önemle durmalıdır. Aynı zamanda Tire Kentsel Alanı olarak da Dünya Miras Listesi'ne girebilecek değerde tarihi ve kültürel varlıklara sahiptir. Tire'nin de bu listeye girebilmesi için çalışmalar gerçekleştirilmektedir.

Diğer ilçelerin de turizm için oldukça elverişli mekânlara, dağlara, ovalara sahip olduğu görülmektedir. Araştırmanın evreni Ödemiş, Tire ve Kemalpaşa ilçeleri merkez ve beldeler olarak belirlenmiştir. Araştırma grubu ise kırsal alanlarda konaklama tesisi işleten işletme sahipleri ya da müdürleridir.

Başka ilçelerin örneklem olarak alınamamasının nedeni zaman ve bütçe sıkıntılarıdır. Görüşmelerin yapılabilmesi için örneklemdeki bireylere ulaşmak, randevu almak ve görüşmeyi gerçekleştirmek oldukça uzun zaman gerektirmiştir. Bu nedenle seçilen üç ilçenin aynı güzergâhta olmasına dikkat edilmiştir.





**Şekil 4. İzmir İli Haritası**

**Kaynak:** [http://www.izmirde.biz/FileUpload/ds31586/File/izmir\\_haritasi\\_5.png/](http://www.izmirde.biz/FileUpload/ds31586/File/izmir_haritasi_5.png/)  
22.12.2015

Örneklemin belirlenmesi için İzmir İl Kültür ve Turizm Müdürlüğünden elde edilen konaklama tesisleri listesinden yararlanılmıştır. Bu liste EK- 2’de yer almaktadır. Bu kapsamda belirlenen kitleden, olanaklar ve kısıtlar ölçüsünde en fazla örnekleme ulaşılmaya çalışılmıştır.

### **3.3. Veri Toplama Aracı ve Teknikleri**

#### **3.3.1. Veri Toplama Aracı**

Çalışmada nitel araştırma yöntemlerinden mülakat tekniği kullanılmıştır. Bu yöntemin tercih edilme nedeni kırsal alanlardaki girişimci sayısının azlığı ve anket yapılabilecek büyüklükte bir evrenin olmayışıdır. Çalışmanın örneklemi olan



girişimcilere uygulanmış olan mülakat/görüşme formunun bir örneği EK-1'de yer almaktadır. Mülakat formu iki ayrı bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde katılımcılara ilişkin demografik ve işletme hakkında sorular yer alırken, ikinci bölümde turizm potansiyeli soruları yer almaktadır. Çalışmanın uygulanması 2015 Eylül- Ekim aylarında gerçekleştirilmiştir.

### **3.3.2. Veri Toplama Teknikleri**

İlk etapta 27 soruluk bir soru cetveli hazırlanarak 3 ilçede 10 işletmeyle yüz yüze görüşme gerçekleştirilmiştir. Bu pilot çalışma sonucu bazı soruların cevaplanmasında güçlük yaşandığı görülerek sorular yeniden düzenlenmiştir. Son durumda 26 adet demografik ve işletme hakkında, 6 adette turizm potansiyeli hakkında sorular olmak üzere toplamda 32 adet soru sorulmuştur. İşletmelere tesis adı verilmeyeceği söylenmiş, bu nedenle bu gibi bilgiler gizli tutulmuştur. Araştırmaya katılanlar, evrendeki tüm elemanların birbirine eşit seçilme şansına sahip oldukları örnekleme türü olan basit tesadüfi örnekleme ile seçilmiş olup, örnekleme girenlerin sayısı şansa bırakılmıştır.

### **3.4. Verilerin Analizi**

Mülakat yönteminin uygulamasından sonrası, elde edilen veriler, katılımcıların sosyo-demografik özellikleri ve mülakat sorularına verilen yanıtlar araştırmanın analizi aşamasında değerlendirilmiş ve tarafsız bir şekilde paylaşılmıştır. Bu analizler değerlendirilirken betimsel analiz tekniği kullanılmıştır.

## DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

### 4. ARAŞTIRMANIN BULGULARI VE YORUMLAR

Çalışmanın dördüncü bölümünde Ödemiş, Kemalpaşa ve Tire ilçelerinde konaklama tesisi işletmecileriyle yapılan mülakatların (görüşmelerin) sonucunda elde edilen bulgular ve bu bulgulara yönelik analizlere yer verilmiştir.

Yapılan çalışmayla üç ilçedeki konaklama tesisi işletmelerinin sahip oldukları özellikler araştırılmış, ilçelerdeki kırsal turizm girişimcilik potansiyeli tespit edilmek istenmiştir. Ayrıca turizm girişimcilerinin, girişimlerini gerçekleştirirken danışmanlık alıp almadıkları, girişim sermayesi kullanıp kullanmadıkları, girişim hareketini gerçekleştirmeden önce meslekleriyle ilgili eğitimlere katılıp katılmadıkları gibi konular araştırılmıştır. Kullanılan finansman kaynakları, işletmelerin sermaye miktarları, çalışan sayısı ve girişimcinin daha önce girişim eylemi gerçekleştirip gerçekleştirmediği, geçmişteki başarıları ve başarısızlıkları da öğrenilmek istenmiştir. Aynı zamanda yörenin kırsal turizm potansiyeli ve yatırımcılar açısından cazip olabilecek imkânları hakkında bilgi edinilmesi amaçlanmıştır.

Çalışmada 26 adet demografik ve işletme hakkında, 6 adette turizm potansiyeli hakkında sorular olmak üzere toplamda 32 adet soru sorulmuştur. Elde edilen verilerin çözümlenmesi için betimsel analiz tekniğinden yararlanılmıştır. 3 ilçede toplamda 10 işletmeyle yüz yüze görüşme yapılmıştır. İlçe bazında değerlendirilecek olursa; Tire ilçesinde 6 işletme saptanmış olup 3 işletmeyle, Kemalpaşa ilçesinde 3 işletme saptanmış olup 2 işletmeyle, Ödemiş ilçesinde ise 8 işletme saptanmış olup 5 işletmeyle görüşülmüştür. Tiredeki üç tesisin ikisinde işletme sahibiyle, diğesinde sorumluyla görüşülmüştür. Kemalpaşa'daki işletmelerde profesyonel yönetici ve işletme sahibiyle görüşülmüştür. Ödemişteki tesislerden ikisinde işletme sahibiyle, ikisinde aileden kişilerle, birinde de müdürle görüşülmüş,

sorular cevaplandırılmıştır. Çalışma ile bu ilçelerdeki turizm işletmelerinin sahip olduğu yapının anlaşılması ve bu işletmelerin daha başarılı olabilmesi için etkin politika ve strateji önerilerinin geliştirilmesi amaçlanmıştır.

İşletmelerin tamamıyla görüşülememesinin nedeni kimi tesislerin kapanmış olması, kimi tesis sahiplerinin ise soruları cevaplandırmak istememesidir. Bu konuda çekincesi olan işletmelere karşı duyarlı davranılmıştır. Ayrıca bazı tesisler aynı kişiler tarafından işletilmektedir.

Görüşülen tesis işletmecileri ya da müdürlerinin vermiş olduğu cevaplar ilçe bazlı incelenmiş olup kişi ve kurum adı kullanılmamaktadır. Girişimcilere görüşme öncesinde bu durum açıklanmıştır. Değerlendirmelerin adil bir şekilde yapılması ve okuyucuyu yönlendirmemek adına böyle bir karar alınmıştır. Bu nedenle cevaplar analiz edilirken bazı yerlerde girişimci 1 (G1), girişimci 2 (G2) gibi kısaltmalar kullanılacaktır. Mülakat sorularına verilen cevapların analizi aşağıda yer almaktadır.

**Kuruluş yılı ve hukuki statüsü açısından;** Tire'deki işletmeler 1997-2007, Kemalpaşa'daki işletmeler 2007-2014, Ödemiş'teki işletmeler 2001-2014 yılları arasında kurulmuştur.

Tire'deki tesislerin biri kamu işletmesi olup biri şahıs işletmesi, diğeri anonim şirkettir. Kemalpaşa'daki iki işletmeden biri limited, diğeri anonim şirkettir. Ödemiş'teki işletmelerin üçü şahıs işletmesi, biri anonim, bir diğeri ise limited şirkettir.

**İşletmenin yönetim biçimi açısından;** Tiredeki üç işletmeden ikisi aile, diğeri de profesyonel yöneticiler tarafından yönetilmektedir. Kemalpaşa'daki işletmeler aile ve profesyonel yöneticiler tarafından yönetilmektedir. Ödemiş'teki beş işletmede aile üyeleri tarafından yönetilmektedir.

**İşletmenin durumu, çalışma dönemi, oda ve yatak kapasitesi, personel sayısı açısından;** Tire'deki üç işletme otel olarak kullanılmaktadır. Kemalpaşa'daki işletmeler oteldir. Ödemiş'teki üç işletme otel statüsünde, iki işletme pansiyon olarak

işletilmektedir. Tire'deki otellerin üçü de kiralıktır. Kemalpaşa'daki işletmeler sahiplerinin kendi mülküdür. Ödemiş'teki işletmelerden dördü mülk sahibi biri kiracıdır. İlçelerdeki tesislerin tamamı bütün yıl açık çalışmaktadır. Tire'de alınan bilgilerde işletmelerin oda sayıları; 35-17-10, yatak sayıları; 80-36-13 şeklindedir. Kemalpaşa'daki işletmelerin oda sayıları; 23 ve 116, yatak sayıları; 46 ve 233'tür. Ödemiş'teki işletmelerin oda sayıları; 6-7-7-39-44 yatak sayıları;12-18-15-78-100 şeklindedir. Tire'deki işletmelerin çalışan sayıları 2-20 arasında değişmektedir. Kemalpaşa'daki işletmelerin çalışan sayısı 8 ve 52'dir. Ödemiş'teki işletmelerde çalışan sayısı 2 ile 13 arasında değişmektedir.

**Konaklama yapan turistlerin yüzdesi açısından;** Ödemiş'teki beş işletme de yabancı turistin yerli turiste göre oranının daha az olduğunu belirtmektedir. Dört işletme yabancı turist oranının %20 ve %30 arası olduğunu söylerken yalnızca bir işletme bu oranın %1 kadar düşük olduğunu belirtmiştir. Kemalpaşa'daki işletmelerde aynı şekilde ağırladıkları misafir oranının %60- 65'ini yerli turistin oluşturduğunu belirtmiştir. Tiredeki işletmelerde ise bir oran belirtilmemiş, yabancı turistin çok gelmediği söylenmiştir.

**Bir turistin ortalama geceleme sayısı açısından;** Tire'deki geceleme sayıları 1-3 gece arasındadır. Kemalpaşa'daki geceleme sayıları 2-7 gece arasında ve Ödemiş'teki geceleme sayıları da 1-3 gece arasındadır.

**Doluluk oranı açısından;** Tiredeki tesislerin doluluk oranları %40-%65 arasındadır. Kemalpaşa'daki tesisler %60-%70 civarında, Ödemiş'teki tesisler %40-%80 arasında doluluğa sahiptir.

**İşletmelerin yasal durumu;** Tire'deki işletmelerin bir adedi turizm işletme belgeli, diğer ikisi belediye belgelidir. Kemalpaşa'daki işletmeler turizm işletme belgelidir. Ödemiş'teki işletmelerin ikisi turizm işletme belgeli, üçü belediye belgelidir.

**İşletme kurulmadan önceki tecrübeleri ve aldıkları eğitimler açısından;** işletmecilerin dördü turizm ve girişimcilik konularında eğitilmiş olup, iki işletme

sahibi, daha önce işletmecilik tecrübesine sahip olduğunu belirtmiştir. Diğer işletme sahipleri ise herhangi bir eğitim ya da danışmanlık almadıklarını belirtmişlerdir.

**Bu bölgede bir tesis kurma fikri açısından;** işletmelerin tamamının ortak görüşü yörenin turizm potansiyeline sahip oluşudur.

**Kuruluş yeri ve kararı açısından;** işletmeciler buldukları ilçeye yatırım amaçlı ve karlı olacağını düşündükleri için konaklama tesisi açmak istemişler, kuruluş yerinde cadde üzeri olması, havaalanına yakınlık gibi özellikleri göz önünde bulundurmuşlardır.

**İşletmeyi kurma ve yatırım yapma kararı açısından;** Ödemiş'teki işletmelerin ortak görüşleri girişimcilerin memleketlerinin orası olması ve para kazandıracak bir iş alanı olarak otelciliğin uygun görülmesi şeklindedir. Kemalpaşa'daki işletmeler ise İzmir'in en büyük sanayi bölgesinin yörede olması, İstanbul- İzmir otoyolunun bölgeden geçmesi, lojistik köy projesinin bölgede gerçekleştirilecek olması, Kemalpaşa Belediyesi'nin golf turizmine ve kentsel dönüşüme yönelik projelerinin tamamlanması ile birlikte yakın zamanda ilçenin daha büyük bir atılım yapacak olması nedenleriyle otelcilik yatırımını karlı görmüştür. Tire'deki üç işletmeden biri Belediye'ye aittir. Diğer iki işletme sahibi memleketlerinde yatırım yapmak ve bölgeye girişimci ruh kazandırmak istediğini belirtmiştir.

**Yatırıma karar verme aşamasındayken alternatif yatırımların düşünülüp düşünülmemesi açısından;** Ödemiş'te üç işletme düşünmediğini belirtmiştir. İki işletme ise restoran ve butik otel açma fikirlerinin önceden düşünülmüş olduğunu belirtmiştir. Kemalpaşa'daki bir işletme düşünmezken diğer işletme bünyesinde ofis, kafe gibi üniteleri barındıran bir plaza inşa etme düşüncelerinin olduğunu ancak plaza kültürünün bölgede oturmadığının görüldüğü için vazgeçtiklerini belirtmiştir.

**İşletmecilerin daha önceki girişimcilik eylemleri ve ikinci bir işi olup olmaması açısından;** sekiz işletmenin daha önce girişimcilik eyleminde bulunduğu

ikisinin ise ilk girişimcilik faaliyeti olduğu saptanmıştır. İlçe bazlı incelenecek olursa Ödemiş'teki üç işletmenin şu anda başka bir işi olmadığı, iki işletmeninde restoranı olduğu saptanmıştır. Kemalpaşa'daki bir işletmenin daha önce süt inekçiliği amaçlı bir çiftlik kurmuş olduğu ancak mevzuat engelleri nedeniyle devam etmediği, diğer işletmenin de bir altyapı ve üstyapı çalışmaları yapan bir şirketi olduğu görülmüştür. Tire'deki bir işletmenin ikinci bir işi yokken diğer iki işletmenin çiftçilik ve ahşap fabrikası gibi ikinci işleri olduğu saptanmıştır.

**İşletmecilerin başarıları ve başarısızlıkları açısından;** daha önce girişimcilik faaliyetinde bulunan iki işletme başarısız olmuş, iki işletme kendi isteğiyle sonlandırmış, dört işletme ise faaliyetine devam etmektedir.

**İmkânlar olursa yeni bir tesis kurma isteği açısından;** Ödemiş'te ki iki işletmenin yeni tesis açma hazırlığı olduğu görülmüştür. Diğer üç işletme ise mevcut tesisler dışında yeni bir girişim isteklerinin bulunmadığını belirtmiştir. Kemalpaşa'da işletmelerin yeni bir tesis açma düşüncesi olmadığı görülürken, Tire'deki bir işletmenin halı yıkama yeri açmak isteyip ruhsat alamadığı için bu düşünceden vazgeçtiği görülmüştür. Belediyeye bağlı çalışan tesisin yeni bir bina eklemek istediği, diğer tesisin zaten iki oteli bulunduğu yeni bir tesis düşünmediği görülmüştür.

**İşletmelerin finansman kaynakları açısından;** işletmeciler çoğunlukla öz sermaye kullanmış olup, kredi desteği de almışlardır.

**Kuruluşundan sonra tesiste genişleme olup olmaması açısından;** Ödemiş'te beş işletmeden üçü Birgi bölgesinde yer almaktadır. Birgi sit alanı edilmiş bir yerdir. Buradaki binalar tescilli olduklarından işletmeciler genişleme çalışması yapamamaktadır. Diğer iki işletme de yakın zamanda genişleme düşünmediğini açıklamıştır. Kemalpaşa'daki işletmeler yeterli oda ve yatak sayısına sahip olduklarını belirtmiştir. Tire'deki işletmelerden biri tarihi bir bina olduğu için düzenli aralıklarla bakımının yapıldığını ancak genişleme yapamadıklarını belirtmiştir. Bir diğer işletme ise genişleme için maddi imkânlarının olmadığından yakınmaktadır. Üçüncü işletme ise çatıya bir restoran açmak istediklerini söylemiştir.

**İşletmelerin başarı faktörleri açısından;** işletmelerin büyük çoğunluğu başarı için en önemli faktörün müşteri memnuniyeti olduğunu, işletmenin konumu, coğrafi yapısı, hijyen, doğru ekip ve uygun fiyatın tamamlayıcı unsurlar olduğunu ifade etmiştir.

**İşinden ve kazancından memnun olma açısından;** tüm tesislerde sorulara cevap veren kişiler işlerinden memnun olduklarını söylemektedir. İşletmeciler konaklama sektöründe kazançlarının koydukları sermayeye ve yaptıkları harcamaya oranla yeterli olabilmesi için uzun yıllar gerektiğini ifade etmiş ve şu an kendilerini amorti edecek oranlarla hizmet verdikleri için memnun olduklarını belirtmişlerdir.

**Müşteri memnuniyeti açısından;** Müşterilerin, iyi hizmet, işletmenin otantik ve tarihi dokusu, ürün çeşitliliği, güler yüz gibi hizmetler sonucu memnuniyetlerinde artış olduğu söylenmiştir. İşletmeler yaptıkları anketlerle müşteri memnuniyetini ölçtüklerini ve kişisel görüşlerini aldıklarını belirtmiştir. Müşteriyi elde tutmak için ise araştırma kapsamında Ödemiş'teki tesislerin görüşleri şu şekildedir:

**G1:** Müşterilerin mutfağı kullanmasına izin veriyoruz. Gelen müşterilere yöreyi gezdiriyoruz.

**G2:** Hizmet çeşitliliğimiz çok.

**G3:** Doğal gıdalar kullanıyoruz. Kaliteden ödün vermiyor müşterilere ev sahibi gibi davranıyoruz.

**G4:** Güler yüzlü ve kaliteli hizmet sunuyoruz.

**G5:** Güler yüzlüüz.

Araştırma kapsamında Kemalpaşa'daki tesislerin görüşleri;

**G1:** Misafirlerin istekleriyle birebir ilgileniyoruz.

**G2:** Kaliteden ödün vermiyoruz. Kendimize has menü çeşitleri sunuyoruz. Sütümüzü, tereyağımızı vb. kendimiz üretiyoruz. Müşterimizde seçici davranıyoruz.

Araştırma kapsamında Tire'deki tesislerin görüşleri;

**G1:** iyi hizmet vermezseniz müşteri istediği yere gidiyor. 2 yıldızlı bir işletmeyseniz hizmetiniz 4-5 yıldızlı olmalı.

**G3:** Müşterileri elde tutmak için bina yenilenmeli çok eski bir bina. Ama bu da çok masraf istiyor.

**İşletmelerin büyüme hedefleri açısından;** işletmeler maddi imkân yetersizliği ya da binanın tescilli olması nedeniyle değişiklik yapamadıklarını belirtmiştir. Kemalpaşa'da bir işletmede görüşme esnasında yenileme çalışmaları yapıldığı görülmüştür. Ödemiş'te iki işletme yeni tesis kurmak istediklerini söylemiştir.

**Sosyal ve profesyonel ağ kullanımı açısından;** İşletmelerin hemen hepsinin web sayfası bulunmakla beraber, bazı işletmelerin tesislerinin tanıtımı için başka sosyal ağları da kullandığı görülmektedir. Her kitleye ulaşabilme kolaylığı açısından interneti faydalı bulan işletmeciler, rezervasyon sitelerinden de faydalandıklarını belirtmiştir.

**Aldıkları maddi destek açısından;** dört işletme Turizm Bakanlığı ve TOKİ gibi kamu kurumlarından destek aldıklarını belirtmiştir. Dört işletme hiçbir destek almadığını ve başvurmadığını söylemiştir. Tire'de bir işletme İzmir Kalkınma Ajansı (İZKA)'ndan destek talep ettiğini beş puanla krediyi alamadıklarını söylemiş bu sebeple 3 yıldızlı bir işletme iken 2 yıldızla düştüğünü söylemiştir. Yine Tire'de belediye belgeli bir işletme, belediyeden destek almaya devam ettiklerini belirtmiştir.

**İşletmelerin kamudan beklentileri açısından;** Tire'de bir işletme yatırımlarının önünün kamu tarafından kesildiğini ve bu sebeple 1990 yılından beri belediyeye mahkemelik olduğunu söylemektedir. Bir işletme kamunun yeterli desteği verdiğini belirtirken, bir başka işletme de kamunun vergi desteği sağlaması gerektiğini söylemiştir. Kemalpaşa'daki işletmeler kamuyla iç içe olmak istediklerini söylemiş tanıtım desteği beklediklerini belirtmişlerdir. Ödemiş'teki işletmelerden biri net bir şekilde kamunun ayak bağı olduğunu, mevzuat engeliyle karşılaştığını



söylemiştir. Diğer işletmeler ise elektrik ve su parası, tanıtım konularında destek beklediklerini söylemiştir.

**Sivil toplum kuruluşları ve yerel yöneticilerle işbirliği açısından;** bölgedeki kuruluşlarla zaman zaman iş birliği yapan işletmeler sosyal anlamda bu işbirliğinin çok artıları olduğunu belirtmişlerdir. Ödemiş Birgi’de yapılan görüşmelerde büyükşehir belediye yasasıyla belediyenin kapanmış olması sonucu bölgeye yapılan yatırımların durduğu, önceki yıllarda yapılan festivalin devam ettirilemediği söylenmiştir.

**Yöredeki tanıtım festivalleri açısından;** Ödemiş Birgi’de yapılan İrim Ağzı İncir Festivali’nin eski yıllardaki gibi canlı geçmediği, bu yıl sadece bir sempozyum yapılarak geçirildiği öğrenilmiştir. Kemalpaşa ilçesinde her yıl Mayıs ayında Kiraz Festivali yapılmaktadır. Tire’de ise bir festival düzenlenmediği belirtilmiştir.

**Yurtiçi ya da yurtdışı fuarlara katılım açısından;** Ödemiş ilçesinde işletmeciler fuarlara katılmadıklarını ifade etmiştir. Sadece bir işletme KOSGEB’den destek alarak önümüzdeki yıllarda katılmayı istediğini söylemiştir. Kemalpaşa’da bir işletme yerel olarak bir katılım sağlanamasa da bireysel olarak yurtdışı fuarlarına katıldıklarını belirtmiştir. Tire’deki tesislerde bir katılım gerçekleşmediği görülmüştür.

**Turistlerin yöreyi tercih etme sebepleri açısından;** işletmeciler yörelerinin tarihi yapısı, bozulmamış doğal güzellikleri ve yöredeki turizm çeşitliliği bakımından tercih edildiklerini belirtmişlerdir. Ödemiş’teki işletmeler yörede yamaç paraşütü, bisiklet gezileri, kayak, dağ yürüyüşü gibi faaliyetlerin yapılabilmesini; kültür ve inanç turizminin yaygın olduğunu belirtmişlerdir. Kemalpaşa’da çok ön planda olmasa da Nazar Köy’ün önemli bir cazibe merkezi olduğu, yörenin kanyonlara sahip otantik bir bölge olduğu, kırmızı çiftliğinde atlarla doğa yürüyüşü yapılabilmesi ve dağ yürüyüşüne de uygun olduğu ifade edilmiştir. Tire ilçesinde başka bölgelerden turistleri çeken bir organik pazar mevcuttur. Bu durum Tire’nin tarihi ve inanç turizminin yanında bölgeyi cazibe merkezi haline getirmiştir. İşletmeciler de

bölgede bisiklet gezilerinin düzenlendiğini, yamaç paraşütü yapıldığını ifade etmektedir.

**Müşteri profili açısından;** İşletmecilerin beşi yöreye yabancı turist gelmediğini söylemiştir. Beş işletme ise tesislerine gelen yabancı turistlerin iş amaçlı geldiğini kalışlarının 1-2 günü geçmediğini söylemiştir.

**Yatırımcılara turizm yatırımı tavsiye edilmesi açısından;** üç işletme otel yatırımlarını tavsiye etmiyor. Hatta Ödemiş'te bir işletme "*Otel tavsiye etmiyorum çünkü yerel yönetime güvenmiyorum. Lokanta olmalıdır.*" diyor. Başka bir işletme "*Turistin gelip alkol içip oturabileceği nezih bir işletme yok.*" diyor. Kemalpaşa'da bir işletme otel yatırımını tavsiye etmezken diğer işletme "*Yeni tesislerin kurulması bölgenin aktifliğini arttırabilir.*" diyor.

**Yörelerdeki turizmle ilgili karlı yatırımlar açısından;** İşletmeciler yörelerinde otel (3 işletme hariç), kırsal tesisler, restoran, turizm organizasyon şirketleri, alışveriş merkezleri, organik pazarlar gibi yatırımlar yapılmasını istemektedir. Ayrıca ilginç bir yatırım fikri olarak bir işletme Ödemiş- Gölçük arası teleferik yapılmasının karlı bir yatırım olacağını söylemiştir.

**Yöredeki turistik tesis fazlalığı ya da ihtiyacı açısından;** Dört işletme şu an tesis ihtiyacının olmadığını ancak turizm geliştirildiği takdirde yeni ihtiyaçların doğacağını belirtmiştir. Geriye kalan altı işletmenin beşi Ödemiş'te yer alan işletmelerdir. Bu yıl özellikle dizi çekimlerinden dolayı (TRT1 - Yeşil Deniz) oyunculara konaklama hizmeti sağlamak açısından tesis sayısının yetersiz olduğunu belirtmişlerdir. Yörenin Bozdağ Kayak Merkezine yakınlığı sebebiyle hafta sonları doluluk oranlarının arttığını söylemişlerdir.

#### 4.1. Bulgular

Çalışmada elde edilen bulgular şöyledir;

Tesislerde müşteriye elde tutmak için güler yüzlü hizmet, iyi bir ekip, hijyen, kaliteli ürün gibi faktörler önemlidir. Bu gibi faktörler işletmelerin başarı faktörünü de etkilemektedir. İşletmelerin küçük ilçelerde kurulmuş olmalarına karşın bu kriterlere önem verdikleri, hizmet çeşitliliği için çaba harcadıkları aşikârdır. Girişimciler kulaktan kulağa pazarlamanın küçük yörelerde ne kadar önemli olduğunu farkındadır. Bu nedenle gelen müşterinin memnun ayrılmasına ihtimam göstermektedirler. Zaten görüşülen tesislerin tümü tanıtım eksikliğinden yakınmaktadır. Girişimciler kendi çabalarıyla tesislerinin adlarını duyurmaya çalışmaktadır. İşletmelerin kendilerini duyurabilmeleri için en fazla kullandıkları yol sosyal medyadır. Sosyal medya sayesinde farklı kitlelere ulaşmayı hedeflemekte ve müşteri profillerini genişletmek istemektedirler.

İşletmelerin kırsal alanda bulunması yabancı turistlerin yörelere çok fazla uğramaması sonucunu doğurmaktadır. İzmir'e gelen turistler Çeşme, Foça, Seferihisar, Urla gibi kıyı turizminin yaygın olduğu küçük ilçeler hakkında bilgi sahibiyken, çalışmanın yapıldığı üç ilçe ön plana çıkamamıştır. Yabancı turistlerin bu yörelere iş amaçlı geldikleri ve çok uzun konaklama gerçekleştirmedikleri görülmektedir.

Girişimcilerin işlerini kurarken karşılaştıkları bazı problemler vardır. Bunlardan biri teşvik kredilerinden faydalanamamaları yahut bunlardan nasıl faydalanmaları gerektiğini bilmemeleridir. Problemlerden birisi de kamudan özel sektörü güçlendirmek için destek görememeleridir. İşletmelere elektrik, su gibi vergilerde kolaylık sağlanmaması girişimcilerin ikinci bir tesis kurma konusunda isteksiz olmalarına neden olmuştur. Yörelerdeki yerel iş birliklerinin kurulamaması, halkın bir araya gelerek yöreyi geliştirmek adına ekonomik ve sosyal faaliyetlerin yapılamamasına yol açmaktadır. Yerel halka turizm ve turist ağırlama konusunda da bir eğitim verilmemektedir. Yapılan görüşmelerde kişilerin birçoğunun girişimcilik eğitimi olmamasına karşın tecrübeleriyle işlerini kurdukları görülmektedir.

İşletmelerin kırsal alanda kurulmuş, küçük işletmeler olması da girişimciler için eğitim ihtiyacını doğurmamaktadır. Bu doğrultu da girişimcilerde yurtiçi ve yurtdışı fuarlara katılım algısı bulunmamaktadır. Yapılan on görüşmede sadece iki işletme profesyonel yöneticiler tarafından yönetilmekte, bunlarında biri büyük ölçekte bir işletmeyi ifade etmektedir.

Benzer çalışmalarda girişimcilerin en yaygın bileşenleri; yaş, cinsiyet, eğitim gibi faktörlerdir. Yapılan bu çalışmada yaşa dair belirgin farklılıklar bulunmamaktadır. Girişimcilerin cinsiyetleri bakımından ise, Türkiye’de erkek girişimcilerin ağırlıkta olduğu düşünülürse çalışmanın yapıldığı ilçelerde işletmelerin karı-koca eşler tarafından yönetildiği bu nedenle bu oranlar arasında da bariz farkların bulunmadığı görülmüştür. Malezya’da yapılan bir çalışmada da erkek girişimci sayısı %27,6 iken kadın girişimcilerin sayısı %72,4 olarak tespit edilmiştir. Aynı çalışma da kırsal topluluklara yönelik devletin düzenlediği eğitim eksiklikleri, finansal kaynaklara ulaşımında kişilerin zorlandıkları, devletin teşviklendirme eksiklikleri, finansal destek eksiklikleri konularına değinilmiştir (Jaafar, Rasoolimanesh, Lonik, 2015: 20-24). Bu çalışmada işletmecilerin eğitim düzeyine yönelik bir soru yer almamıştır. Küçük işletmelerin geneli en az sermaye ve az sayıda çalışan ile faaliyetlerini sürdürmektedir. Küçük işletmelerin birçoğu kendi birikimleriyle iş kurmuşlardır (Jaafar et all. 2015: 20-24). Yapılan çalışmada bu genellemeye uygundur.

Bu bulgular doğrultusunda Ödemiş, Tire ve Kemalpaşa ilçelerinde gerçekleştirilen araştırmada, mülakatların gerçekleştirildiği konaklama tesislerinin genel girişimcilik özelliklerine kısaca değinilecek olursa;

- \* Araştırmaya konu olan işletmelerin sadece biri zincir oteldir. Diğerleri küçük ölçekli işletmelerdir. Bu da sermaye sahibi, işletmeci ve tesis müdürü pozisyonlarının aynı kişi olması sonucunu doğurmuştur. Bu nedenle işletmeler aile üyeleri tarafından yönetilmektedir ve çalışan sayıları azdır.
- \* İşletmelerde kırsal turizm faaliyetleri çok fazla gerçekleştirilemese de kahvaltılarda organik ürünler kullanılmaya çalışıldığı görülmektedir. Tesislerde kırsal girişimciliğin içerisine katma gayreti vardır.

- \* Kuruluş yeri seçiminde cadde üzeri olması, havaalanına yakınlık kriterleri etkili olmuştur. Bunun nedeni ilçe dışından gelen turistlerin internet üzerinden araştırma yapmadıysa, ilçede göze çarpan işletmeyi tercih etmek istemesi olabilir.
- \* İşletmelerin kuruluş ve faaliyet aşamasında büyük bir maddi desteğe ihtiyaç duymamaları, genelinin küçük ölçekli olması ve işletmelerini büyütme hedeflerinin çok fazla olmamasıdır.
- \* Görüşülen işletmeler genel anlamda kırsal turizm olgusu hakkında bilgi sahibidir. Ancak kırsal turizm faaliyetleri gerçekleştirmek amacıyla kurulan sadece bir işletme vardır.
- \* İşletmeciler kırsal turizm aktivitelerinin artması, yöresel ürünlerin markalaşması, festival ve tanıtımların çoğalması konusunda da hemfikirdir.
- \* İşletmecilerin tümü buldukları yörelerde tesis kurarken, ilçelerin turizm potansiyelini göz önüne alarak yatırım yapmıştır. Aynı zamanda girişimcilerin genelinin memleketlerinde iş kurdukları görülmüştür. Başka işlerde çalışıp, farklı şehirlerde bulunmuş olsalar dahi emekli olup ya da kendi işlerini kurma arzusuyla memleketlerine dönüp girişimcilik faaliyetine atılmışlardır.
- \* İşletmeler sosyal ağın günümüzde önemli bir yeri olduğunu ve web siteleri sayesinde turistlerin kendilerine ulaşma konusunda kolaylık sağladığını ifade etmektedir.
- \* Tüm girişimciler yaptıkları işleri sevdiklerini ve memnun olduklarını belirtmiştir. Bu nedenle birçok işletmenin uzun yıllardır işlerini sürdürdükleri görülmektedir. Henüz yeni olan işletmeler de bu işi devam ettirmek istemektedir.

## BEŞİNCİ BÖLÜM

### 5. SONUÇ VE ÖNERİLER

Son yıllarda ki gelişmeler dolayısıyla turizm anlayışında değişiklikler meydana gelmiştir. Bunun sonucunda kitle turizmi yanında alternatif turizm çeşitleri de önem kazanmıştır. Bunlardan birisi de kırsal turizmdir. Kırsal turizm, tabiattan ve kırsal yaşam tarzından hoşlanan, boş zamanlarını kırsal bölgeleri ziyaret ederek geçiren ve buralarda turistik mal ve hizmetleri satın alıp tüketen turistlerin tercihidir.

Türkiye’de de yerel paydaşların bir araya gelerek kırsal turizm girişimlerinin gelişimi için gerekli politikaların ve çözüm stratejilerinin uygulanması, ülkede hem turizm hem de gelir seviyesi bakımından katkı sağlayacağı açıktır. “Turizm Stratejisi 2023” ve “2007-2013 Eylem Planı” nda da bu stratejiler yer almaktadır.

2010-2013 İzmir Bölge Planı İlçe Lansman Süreci’nde değerlendirilen konular arasında da alınan kararlara göre, kırsal alanlarda yaşam koşulları ve iş imkânları geliştirilecektir. Kırsal ekonomideki işgücü istemi ve katma değer üretme potansiyelinin güçlendirilmesi için kırsal ekonominin çeşitlendirilmesi desteklenecek, yeni istihdam olanaklarının oluşturulması ve bölgedeki genç işgücünün niteliğinin yükseltilmesine yönelik çalışmalar etkinleştirilecektir. İZKA’nın 2013 Faaliyet Raporunda İzmir’de turizm çeşitlendirilerek yüksek rekabet gücüne sahip bir destinasyon haline getirilmesi amaçlanmıştır.

Kırsal turizme olan ilginin giderek artması, kırsal turizm arz potansiyelinin yüksek olduğu Türkiye için oldukça önemlidir. Ülkeye gelen yerli ve yabancı turistleri ağırlayabilmek ve onlara hizmet sunabilmek için kırsal alanlardaki konaklama ve yiyecek-içecek tesisleri arttırılmalıdır. Böylelikle girişimcilik faaliyetleri de artmış olur.

Kırsal turizmin sorunlarına da yer verilen bu çalışmada öncelikle tanıtım eksikliği, maddi destek yetersizliği, yerel paydaşları bir araya toplama zorlukları gibi sorunlarının yer aldığı görülmektedir. Tire, Ödemiş ve Kemalpaşa ilçelerinde girişim ve girişimcilerinin yanı sıra bölgedeki kırsal turizm sorunları da saptanmak istenmiş olup sorunlara getirilecek çözüm önerilerine de yer verilmiştir. Bu önerileri ilçe ilçe ayırarak inceleyecek olursak görüşmecilerin cevapları doğrultusunda geliştirilen öneriler aşağıda verilmektedir.

Ödemiş ilçesi için getirilen öneriler;

1. Birgi beldesinde restorasyon çalışmaları tamamlanmalıdır.
2. İlçede yerli halk turizme daha çok dâhil edilmelidir. El ürünleri pazarlanmalıdır.
3. İlçede sadece bir adet kestane şekeri yapılan işletme olması üzücüdür. İlçenin en önemli besin değerlerinden olan kestane, incir, patates gibi ürünler markalaşabilir.
4. UNESCO üyesi olmaya aday Birgi'de şehrin temizliğine, gürültü kirliliğine özen gösterilmeli ve çalışmalar devam etmelidir.
5. Halk kooperatifleşmelidir.
6. Festivaller geliştirilmeli, daha çok kitleye hitap etmeli ve tanıtım arttırılmalıdır.
7. Bozdağ kayak merkezi canlandırılmalı, Gölcük gölü turistik bir yer haline getirilmeli, bakım yapılmalıdır.
8. Ev pansiyonculuğu için çok uygun alanlara sahip ilçede halka bu eğitimler verilmeli, girişimcilik duygusu aşılmalıdır.
9. İşletmeciler aynı zamanda belediyeden destek beklemekte ve şarap ruhsatı istemektedir.

Kemalpaşa ilçesi için getirilen öneriler;

1. İzmir bünyesinde daha fazla reklam ve tanıtım çalışmaları yapılmalıdır.

2. Nazar Köy ön plana çıkarılmalıdır. Ulaşım kolaylaştırılmalıdır. Çünkü bölgeye belli saatlerde hareket eden araçların olması turistin ziyaret etme arzusunu söndürmektedir.
3. Yerel aktiviteler, festivaller artmalıdır.
4. Rekreatif alanlar geliştirilmeli, kırsal turizm faaliyetleri yapan yerel gruplar olmalıdır. Başka ilçelerden doğa gezileri için gelen grupları yöreye çeken topluluklar olmalı ve bu organizasyonlar sıklaşmalıdır.

Tire ilçesi için getirilen öneriler;

1. Turiste zemin hazırlanmalı, ilçedeki bedestenler, hanlar restore edilmelidir.
2. Turistin kalış süresi uzatılmalıdır. Bir işletme “*Bir gününüzü Tire’de geçirin.*” sloganıyla hareket edilmesi gerektiğini vurgulamıştır.
3. Yerel festivallerin düzenlenmesi için belediye öncülük etmelidir. Böylece ilçenin bilinirliği artacaktır.
4. İlçede altı kilise üstü mescit olan bir ayazmanın varlığı ve bunun gün ışığına çıkarılması gerektiği de işletmeciler tarafından vurgulanmaktadır.
5. Organik pazarın tanıtımı İzmir genelinde de yapılmalıdır.

Ortak öneriler ise şöyledir:

Tire ve Ödemiş İlçelerinin tarihi dokusunun korunması ve gelecek kuşaklara aktarılması için restorasyon çalışmaları yapılmalıdır. İlgili Belediyeler, Bakanlıklar ve Kalkınma Ajansı restorasyon projelerini desteklemelidir.

Seyahat Acentaları’nın yöreye dönük tur programları düzenlemeleri ve yerli yabancı turistlere sunmaları sağlanmalıdır. Bu amaçla tur güzergahları belirlenmeli, gerek günübürlük, gerekse konaklamalı turlar gerçekleştirilmelidir.

Turist rehberlerinin kırsal turizm konusunda branşlaşmaları için eğitimler verilmelidir.



Çalışmanın yapıldığı ilçelerin kırsal turizm potansiyelini tanıtıcı kitap, broşür, harita vb. yayınlar hazırlanarak turizm işletmelerine, seyahat acentalarına, ulaştırma işletmelerine ve turistlere ulaşılabilecek her mecrada dağıtımı yapılmalıdır.

Kırsal turizme olan ilgi tüm dünyada her geçen gün giderek artmaktadır. Deniz, kum, güneş üçlüsünün revaçta olduğu Türkiye’de kırsal turizm önemli bir turizm alternatifidir. Bunun nedeni ülkenin, kırsal turizm girişimciliği talebine cevap verebilecek eşsiz potansiyele sahip olması ve avantajlarından fazlasıyla yararlanabilecek olmasıdır.

Tüm dünyada hem turizm, hem de tarım ve sanayi yatırımlarının başarılı olabilmesi için, iyi yetişmiş, ileriye görebilen ve karlı biçimde işletmesini yürüten girişimcilere ihtiyaç duyulmaktadır. Kırsal turizm girişimciliği faaliyetlerinin sürdürülebilirliği için eğitim kadar tanıtım da çok önemlidir. Kırsal alanlara turisti çekmek için doğal yaşamın önemine dair tanıtım yapılmalı ya da bu kapsamda yapılan kiraz, zeytin vb. bölgelere ait festival duyuruları ulusal boyutta tanıtılmalıdır. Sadece yöre halkının değil turistlerin de katılabileceği festivaller düzenlenebilir. Böylece girişimciler kar eder ve turizmin sürekliliği sağlanmış olur. Kırsal turizm yatırımları desteklenmeli, girişimciler bilinçlendirilmelidir. Kırsal turizmle ilgili proje çalışmaları yapılmalı, Kalkınma Bakanlığı, Kültür ve Turizm Bakanlığı, İZKA, KOSGEB, İŞKUR vb. kurumların hibe destekleriyle yatırımlar gerçekleştirilmelidir. İlçelerde yapılan mülakatlarda girişimcilerin en büyük çekincelerinin maddi destek eksikliğinden kaynaklandığı tespit edilmiştir. Bu sebepten dolayı yapılacak teşviklerle girişimciler cesaretlendirilmelidir. Böylece işletme sayıları artırılabilir ve yörede kırsal turizmin gelişimine elverişli ortam sağlanmış olur. Ancak kırsal turizmi geliştirilirken doğaya zarar vermemek esastır. Bunun için gerekli düzenlemeler yapılmalı ve sürdürülebilir turizm ilkesi ihmal edilmemelidir.

Kadın girişimci sayısının en yoğun olduğu dallardan biri kırsal turizm girişimciliğidir. Kırsal alandaki kırsal turizm faaliyetlerinin desteklenmesi ve girişimci faaliyetlerde başarı sağlanabilmesi için kırsal turizmin geliştiği bölgelerde özellikle ev hanımlarının el becerileri geliştirilmeli ve yöresel yemek yapma konusunda teşvik edilmelidir. Ayrıca arazisini turizm ve tedavi amaçlı kullandıran,

aile pansiyonu işleyen, tesisler de devlet tarafından desteklenmelidir. Özellikle sosyo kültürel ve ekonomik gelişimin yeterince sağlanamadığı, kente göçün hızlandığı ve kırsal turizm için şartların uygun olduğu yörelerde kırsal turizm girişimciliğine yönelik, turisti gezdirme konusunda halkın aydınlatılması ve kırsal turizm hakkında bilgi verilmesi desteklenmelidir. Böylece bu durum halkın girişimciliğe olan ilgi ve farkındalığını arttıracaktır. Planlama ve uygulama sırasında kırsal turizm ile alakalı her türlü çalışmada köy halkının işin içinde olması ve örgütlenmeleri için çeşitli oluşumların kurulması da önemli bir konudur.

## KAYNAKLAR

- Akpınar, Elif ve Bulut, Yahya (2010). Ülkemizde Alternatif Turizm Bir Dalı Olan Ekoturizm Çeşitlerinin Bölgelere Göre Dağılımı Ve Uygulama Alanları. 3. *Ulusal Karadeniz Ormancılık Kongresinde sunulmuştur*, Bartın. Cilt 4. 1575-1594.
- Aref, Fariborz and Gill, Sarjit. S. (2009). Rural Tourism Development Through Rural Cooperatives. *Nature and Science*. 7 (10), 68-73.
- Arslan, Ferhat. (2014). Avrupa Birliği'nin Turizm Politikası ve Türkiye Turizm Stratejisi 2023 Üzerine Bir Değerlendirme. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 7 (31), 427-438.
- Arslan, Aykut ve Yener, Serdar. (2015). Temel Benlik Değerlendirmeleri-Girişimci Kişilik İlişkisinde Ençoklamacı Karar Verme Yaklaşımının Aracı Değişken Rolü: Konya Örneği. *İşletme Araştırmaları Dergisi*. 7(3). 283-310.
- Aşkın, A. Nehir, S. Vural, S.V. (2011). Tarihsel Süreçte Girişimcilik Kavramı ve Gelişimi. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 6 (2), 55-72.
- Ateljevic, Jovo. (2009). Tourism Entrepreneurship And Regional Development: Example From New Zealand. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*, 15 (3), 282-308.
- Ateljevic, Jovo. and Page, Stephen. (2009). Tourism and Entrepreneurship International Perspectives. Stephen Page (ed.), *Advances In Tourism Research Series*, London and New York.
- Ateşoğlu, Levent. (2006). Avrupa Birliği Turizm Politikası ve Avrupa Birliği İle Türkiye Turizm Sektörleri Üzerine Etkileri. Yüksek Lisans Tezi, Muğla Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Muğla.
- Avcıkurt, Cevdet. (1996). Turizmde Sürdürülebilir Gelişme ve Türkiye. *I. Uluslararası ve VII. Ulusal Turizm Kongresinde sunulmuştur*, Kuşadası.
- Aydemir, Burhan. Saylan, Uğur. Özdemir, İsmail. M. (2011). Turizm Girişimciliği Ve Bölgesel Kalkınma: Balıkesir Örneği. *Uluslararası Bölgesel Kalkınma Konferansında sunulmuştur*. Malatya, 551-558.
- Aydın, Ekrem ve Selvi, Murat S. (2012). Kırsal Turizm Tanıtımında Yerel Paydaşların Rolü: Arhavi Örneği. *Uluslararası Sosyal ve Ekonomik Bilimler Dergisi*, 2 (2), 133-144.
- Aytüre, Selma. (2013). Avrupa Birliği'nde Kırsal Turizm Politikası ve Aksaray'da Uygulanabilirliği. *Aksaray Üniversitesi İİBF Dergisi*, 5(1), 7-23.

- Bahar, Ozan (2006). Turizm Sektörünün Türkiye'nin Ekonomik Büyümesi Üzerindeki Etkisi: VAR Analizi Yaklaşımı. *Yönetim ve Ekonomi*. 13(2). 137-150.
- Bahçe, S. Yüksek, G. Öney, H. Çiçek, D. (2013). *Alternatif Turizm*. (Ed. Bahçe, Sadık) Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- Bozok, Düriye ve Şahin, Seda. (2009). *Türk Turizm Tarihi Yapısal ve Sektörel Gelişim* (Ed. Yavuz, Ş., Ege, Z. Çolakoğlu, Z.E) Detay Yayıncılık.
- Cansız, Mehmet. (2008). Türkiye'de KOBİLER ve KOSGEB. Uzmanlık Tezi. Devlet Planlama Teşkilatı Sosyal Sektörler ve Koordinasyon Genel Müdürlüğü. Ankara.
- Çeken, H. Dalgın, T. Çakır, N. (2012). Bir Alternatif Turizm Türü Olarak Kırsal Turizmin Gelişimini Etkileyen Faktörler ve Kırsal Turizmin Etkileri. *Uluslararası Sosyal ve Ekonomik Bilimler Dergisi*, 2 (2), 11-16.
- Çeken, H. Karadağ, L. ve Dalgın, T. (2007). Kırsal Kalkınmada Yeni Bir Yaklaşım Kırsal Turizm ve Türkiye'ye Yönelik Teorik Bir Çalışma. *Artvin Çoruh Üniversitesi Orman Fakültesi Dergisi*, 8(1), 1-14.
- Çetin, Seydi A. (2013). Kış Turizmi Girişimciliğinin Ekonomik ve Çevresel Etkileri. *14. Ulusal Turizm Kongresinde sunulmuştur*, Kayseri, 165-177.
- Çimen, Hürriyet ve Abacı, Zehra T. (2012). Tercih Edilen Kırsal Turizm Çeşitleri: Ardahan Meslek Yüksekokulu Örneği. *Uluslararası Sosyal ve Ekonomik Bilimler Dergisi*, 2(2), 1-4.
- Çolak, Okan. (2009). Turistik Ürün Çeşitlendirme Kapsamında Kırsal Turizm Ve Kırsal Turizm İşletmeciliği: Şirince Örneği. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. Aydın.
- ÇSGB. (2011). Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı İş Teftiş Kurulu Başkanlığı. Turizm Sektöründe Çalışma Sürelerinin İyileştirilmesi Programlı Teftişi Sonuç Raporu.
- Deveci, Bilal. Türkmen, Serkan. Avcıkurt, Cevdet. (2013). Kırsal Turizm İle Gastronomi Turizmi İlişkisi; Bigadiç Örneği. *Uluslararası Sosyal ve Ekonomik Bilimler Dergisi*, 3(2), 29-34
- Emekli, Gözde. (2005). Avrupa Birliği'nde Turizm Politikaları ve Türkiye'de Kültürel Turizm. *Ege Coğrafya Dergisi*, 14, 99-107
- Er, Perihan H. (2013). Girişimcilik ve Yenilikçilik Kavramlarının İktisadi Düşüncedeki Yeri; Joseph A. Schumpeter. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 75-85.
- Eren, Ramazan ve Aypek, Nevzat. (2012). Kırsal Turizm Bölgesinde Yerel Halkın Turizmin Gelişimine Karşı Tutumları: Cumalıkazık Köyü Örneği. *Uluslararası Sosyal ve Ekonomik Bilimler Dergisi*, 2(2), 43-47.

- Ertuna, Bengi, Güney, Sibel, Güven, Özlem ve Aydemir, Nilay. (2012). Yerel Halkın Kırsal Turizm Gelişimine Katılma İsteğini Etkileyen Unsurlar: Kastamonu Örneği. *Uluslararası Sosyal ve Ekonomik Dergisi*, 2(2), 59-66.
- Ertürk, Emin. (1999). *Makro İktisat, Küresel Ekonomide Makroekonomik Analize Giriş*. Alfa Basım Yayım. İstanbul.
- European Commission (2003). Fact Sheet. Rural Development in the European Union. Brussels.
- Faghri, Roxana. (2007). Tourism planning and Policy Making of the Islamic Republic of Iran (Analysis of the Four Five Year Development Plans) Lulea University, Master's Thesis.
- Filiker, Ayşe Nur. (2007). Türkiye ve AB Beş Yeni Üyesinin 'Romanya, Bulgaristan, Macaristan, Çek Cumhuriyeti ve Polonya' Rekabet ve KOBİ Politikası. Yüksek Lisans Tezi. Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. Isparta.
- Goeldner, Charles R. and Ritchie, J.R. Brent. (2006). *Tourism: Principles, Practices, Philosophies 10th Edition*. John Wiley and Sons, Inc., U.S.A.
- Gülbahar, Onur. (2008). Turizmin Türkiye'de 1980 Sonrası Dönemde Cari İşlemler Dengesine Etkisi. *Journal of Qafqaz University (Social Science)*, Number 24, Baku, 154-168
- Gülbahar, Onur. (2009). 1990'lardan Günümüze Türkiye'de Kitle Turizminin Gelişimi ve Alternatif Yönelimler. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 14 (1), 151-177.
- Günel, Özgür D. (2009). Mevsimsellik, Mevsimsellik İstihdam ve Örgütsel Bağlılık: Konaklama İşletmelerinde Bir Araştırma. *İşletme Fakültesi Dergisi*, 10 (2), 197-217.
- Gürlük, Serkan. (2001). Dünyada ve Türkiye'de Kırsal Kalkınma Politikaları ve Sürdürülebilir Kalkınma. *Uludağ Üniversitesi İktisat Fakültesi Dergisi*, 19(4), 1-12.
- Hacıoğlu, Necdet ve Avcıkurt, Cevdet (ed.) (2008). *Turistik Ürün Çeşitlendirmesi*. Nobel Yayıncılık. Ankara.
- İskenderoğlu, Ömer, Karadeniz Erdiç ve Önal Yıldırım Beyazıt. (2011). Gibrat Orantılı Etki Yasasının İMKB Turizm Şirketleri Üzerinde Sınanması. *12. Ulusal turizm kongresinde sunulmuştur*, Düzce.
- İzmir Kalkınma Ajansı (İZKA). (2013). İzmir Girişimcilik Ekosisteminin Geliştirilmesi Stratejisi, İzmir.
- Jaafar, Mastura, Rasoolimanesh, S. Mostafa and Lonik, Ku' Azam Tuan (2015). Tourism growth and entrepreneurship: Empirical analysis of development of rural highlands. *Tourism Management Perspectives*. Vol. 14. Pp, 17-24

- Jakanathan K.N, Karkthik Metha R., Muthukumar V. and Siva Kumar (2009). *Tourism Entrepreneurship*. Attribution Non-commercial. Japan.
- Kahraman, Nüzhet. (1997). *Turizm Yatırım Projeleri Analizi*. Siyasal Kitabevi, Ankara.
- Kahraman, Nüzhet. (1986). *Turizmde Yatırım Projeleri*. Çağlayan Kitabevi, Ankara.
- Kalkınma Bakanlığı (2013). Onuncu Kalkınma Planı 2014-2018, Ankara.
- Kalkınma Bakanlığı (2014). Onuncu Kalkınma Planı 2014-2018, Girişimciliğin Geliştirilmesi Özel İhtisas Komisyonu Raporu 2023, Ankara.
- Kalkınma Bakanlığı (2014). Onuncu Kalkınma Planı 2014-2018, Turizm Özel İhtisas Komisyonu Raporu 2023, Ankara.
- Kızılırmak, İsmail. (2006). Türkiye’de Düzenlenen Yerel Etkinliklerin Turistik Çekicilik Olarak Kullanılmasına Yönelik Bir İnceleme. *Sosyal Bilimler Dergisi*, Sayı 15, 181-196.
- Kiper Tuğba ve Yılmaz Emine. (2008). Şarköy- Kumbağ Arasındaki Kırsal Kalkınmayı Destekleyici Turizmin Olabilirliği ve Yerel Halkın Rolü. *Tekirdağ Ziraat Fakültesi Dergisi*, 5 (2), 159-168.
- Koca, H. Zaman, S. ve Coşkun, O. (2007). Erzurum’un Spor-Kamp Turizmi Potansiyeli. *Doğu Coğrafya Dergisi*, 12 (18), 205-224.
- Korkmaz, Oya. (2012). Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Eğilimlerini Belirlemeye Yönelik, Bir Araştırma: Bülent Ecevit Üniversitesi Örneği. *Afyon Kocatepe Üniversitesi, İİBF Dergisi*, 14 (2), 209-226.
- Kulaç, Onur ve Çalhan, Hüseyin S. (2013). Bir Kamu Politikası Süreci Analizi: Milli Eğitim Bakanlığı ve Yükseköğretim Kurulu Yurtdışı Lisansüstü Bursları. *Dicle Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 5(10), 205-225.
- Kuşat, Nurdan. (2014). Sürdürülebilir Kırsal Kalkınma İçin Bir Alternatif Olarak Kırsal Turizm ve Türkiye’de Uygulanabilirliği. *Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 10 (2), 65-87.
- Küçükaltan, Derman. (1997). Trakya Ekonomisi İçin Bir Bölgesel Kalkınma Modeli: Kırsal Turizm. 7. *Ulusal Bölge Bilimi Kongresinde sunulmuştur*. Dokuz Eylül Üniversitesi, İzmir.
- Kültür ve Turizm Bakanlığı; KTB (2007). Türkiye Turizm Stratejisi 2023 ve Eylem Planı 2007- 2013. (<http://www.kultur.gov.tr> – 13.05.2013).
- Küyük, Esmâ F. (2012). Sosyal Turizmin Desteklenmesiyle Turizmde Mevsimselliğin Azaltılması: İspanya Örneği. Kültür Turizm Bakanlığı, İstanbul İl Müdürlüğü, Uzmanlık Tezi.

- Morgül, Şükran Mercan (2006). Trakya Bölgesinde Kırsal Turizm Potansiyelinin Değerlendirilmesine İlişkin Analiz: Kırklareli Örneği. *Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Edirne.
- Morrison, A. Carlsen, J. and Weber, P. (2008). Lifestyle oriented small tourism [lost] firms and tourism destination development. In Tourism and hospitality research, training and practice: “Where the ‘bloody Hell’ are we?” Proceedings of the 18th annual CAUTHE conference, Gold Coast, Australia, 11th–14th February.
- OECD (1994). Tourism Strategies and Rural Development. Organisation For Economic Co-Operation And Development. General Distribution, Paris.
- Oktayer, Nagihan, Susam, Nazan ve Çak, Murat. (2007). *Türkiye’de Turizm Ekonomisi*. İstanbul Ticaret Odası. İstanbul.
- Olalı, Hasan. (1982). *Turizm Politikası ve Planlaması*. Ege Üniversitesi Matbaası. İzmir.
- Olalı, Hasan. (1990). *Turizm Politikası ve Planlaması*. İşletme Fakültesi Yayınları. İstanbul.
- Ovalı, Pınar Kısa. (2007). Kitle Turizmi ve Ekolojik Turizmin Kavram, Mimari ve Çevresel Etkiler Bakımından Karşılaştırılması. *YTÜ Mimarlık Fakültesi E-Dergisi*, 2 (2), 64-79.
- Öktem, M. Kemal, Aydın, M. Devrim ve Ekinci, Serdar. (2007). Türkiye’de Girişimciliğin Geliştirilmesinde KOSGEB’in Rolü ve Önemi: Uygulamalı Bir Çalışma. *Sosyo Ekonomi Dergisi*, 47-75.
- Özateşler, Mustafa. (2013). Ekonomi Bilimi-2 Makro Ekonomi. İlkem Ofset ve Dijital Kopyalama. İzmir.
- Özçatalbaş, Orhan. (2006). *Türkiye’de Kırsal Turizm Potansiyeli ve Geliştirme Olanakları*. TMMOB, Turizm ve Mimarlık Sempozyumu, Bildiri Kitabı. 272-278.
- Özkan, Emin. (2007). Türkiye’de Kırsal Kalkınma Politikaları ve Kırsal Turizm. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. Ankara.
- Petrin, T. (1994). Entrepreneurship as an economic force in rural development, Seventh FAO/REU International Rural Development Summer School, Herrsching, Germany, 8-14 September.
- Pınar, İge ve Miral, Ceren. (2008). EU Tourism Policy and Turkey’s Situation During the Adaptation Process. Turkey and EU: From Past to the Future, IKV, 10-11.08.2008, İstanbul.
- Raghu, Bista (2009). Tourism Policy, Possibilities and Destination Service Quality Management in Nepal. Doctoral Thesis, Macedonia University.

- Rátz, Tamara and Puczko, László (1998). Rural Tourism and Sustainable Development in Hungary. In: D. Hall - L. O'Hanlon eds.: "Rural Tourism Management: Sustainable Options" International Conference, Conference Proceedings; Scottish Agricultural College, Auchincruive, Ayr, Scotland, UK, 450-464
- Saayman, Melville and Slabbert, Elmarie. (2001). Tourism Entrepreneurs: Opportunities and Threats, A South African Perspective. IMF Working Paper, 1-26.
- Sezer, M. Serdar. (2010). Türkiye Turizm Sektöründe Müze Turizminin Payının Değerlendirilmesi. Yüksek Lisans Tezi. Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. Ankara.
- Soykan, Füsün. (1999). Doğal Çevre ve Kırsal Kültürle Bütünleşen Bir Turizm Türü: Kırsal Turizm. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, Cilt:10, Sayı:1, 67-75.
- Soykan, Füsün. (2000). Kırsal Turizm ve Avrupa'da Kazanılan Deneyim. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, Yıl: 11 (Mart-Haziran), ISSN 1300-4220, Ankara.
- Soykan, Füsün. (2003). Kırsal Turizm ve Türkiye Turizmi İçin Önemi. *Ege Coğrafya Dergisi*, Sayı 12, 1-11.
- Soykan, Füsün. (2006). Avrupa'da Kırsal Turizme Bakış Kazanılan Deneyim. *II. Balıkesir Ulusal Turizm Kongresinde sunulmuştur*. Balıkesir, 57-70.
- Stevenson, Lois and Lundström, Anders (2001). *Patterns And Trends In Entrepreneurship/Sme Policy And Practice In Ten Economies*. Volume 3 of the Entrepreneurship Policy for the Future Series. Sweden.
- Su, Baoren. (2012). Developing Rural Tourism: the PAT Program and 'Nong Jia Le' Tourism in China. *International Journal Of Tourism Research*, Doi: 10.1002/jtr.1903, 1-9.
- Şahin, Seda. (2013). Turistlerin Kırsal Turizme katılma Nedenleri: Kapadokya'ya Gelen Turistlere Yönelik Bir Araştırma. *14. Ulusal Turizm Kongresinde sunulmuştur*. Kayseri, 775-797.
- Şenel, Alpagut S. (2007). Turizm Sektöründe Yatırım Kararları. *Selçuk Üniversitesi Karaman İİBF Dergisi*, 12(9), 1-12.
- Şenol, Fazıl. (2011). *Turizm Coğrafyası ve Dünya Kültürel Mirası*. Detay Yayıncılık. Ankara.
- Şerefoğlu, Coşkun. (2009). Kalkınmada Kırsal Turizmin Rolü- 2007-2013 Yılları Arasında Ülkemizde Uygulanacak Olan IPARD Kırsal Kalkınma Programındaki Yeri, Önemi ve Beklenen Gelişmeler. Tarım ve Köy İşleri Bakanlığı Dış İlişkiler ve Avrupa Birliği Koordinasyon Dairesi Başkanlığı. Uzmanlık Tezi. Ankara.



- Tan, Ahmet. (2010). Avrupa Birliği ve Uyum Sürecinin Türk Turizmine Etkileri. Kültür ve Turizm Bakanlığı Uzmanlık Tezi. Ankara.
- Tarım ve Kırsal Kalkınmayı Destekleme Kurumu; TKDK (2014), Kırsal Turizm Başvuru Çağrı Rehberi.
- Tarlak, Şeyhmuz. (2007). Mumcularda Kırsal Turizm Modeli. Dokuz Eylül Üniversitesi Mimarlık Fakültesi Şehir Ve Bölge Planlama Bölümü Ders Notları, İzmir. <http://www.belgeler.com/blg/292q/mumcularda-kirsalturizm-modeli>, Erişim Tarihi, 02.01.2011.
- Torunoğlu, Ethem. (2013). Çevre Politikaları, Anadolu Üniversitesi Çevre Mühendisliği Bölümü Ders Notları.
- Tutar, H. Demir, E. Elyıldırım, G. Borazan, A. (2013). Serhat Kalkınma Ajansı; SERKA 65 Soruda Tarım ve Kırsal Kalkınmayı Destekleme Kurumu Destekleri, Kars YDO.
- Türkiye Cumhuriyeti Ekonomi Bakanlığı (2012). Türkiye Teknoloji Geliştirme Vakfı; TTGV Raporu, Girişim Sermayesi: Türkiye İçin Çıkarımlar ve Öneriler, Ankara.
- Uçar, Metin. Uçar, Hatice. Kurnaz, Alper ve Kurnaz, Hande A. (2012). Kırsal Turizmin Sosyo-Ekonomik Yapıya Etkisi ve Fethiye Örneği. *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 14 (22), 75-82.
- Uçar, Metin. Çeken, Hüseyin. Ökten, Şevket. (2010). *Kırsal Turizm Ve Kırsal Kalkınma (Fethiye Örneği)*, Ankara.
- Uslu, Aysel ve Kiper, Tuğba. (2006). Turizmin Kültürel Miras Üzerine Etkileri: Beypazarı/Ankara Örneğinde Yerel Halkın Farkındalığı. *Tekirdağ Ziraat Fakültesi Dergisi*. 3(3). 305-314
- Usta, Aydın. (2013). Kamu Politikaları Analizine Kuramsal Bir Bakış. *Yasama Dergisi*, Parlamento Hukuku Özel Sayısı, 24 (1) Temmuz- Ağustos.
- Ün, E. Tutar, F. Tutar, E. Erkan, Ç. (2012). Ekonomik Kalkınmada Kırsal Turizmin Rolü: Türkiye Örneği. International Conference On Eurasian Economies, 345-350.
- Veer, Mulder. and Tuunter, E. (2005). *Rural Tourism in Europe, An Exploration of Success Failure Factors. Sticting Recreatie*, Expert and Innovation Centre, the Hague, the Netherlands.
- Wearing, Stephen and Neil, John (2000). *Ecotourism: Impacts, Potentials and Possibilities*, Butterworth- Heinemann. Oxford.
- World Tourism Organisation; WTO. (2005). Rural Tourism in Europe: Experiences, Development and Perspectives, Kırsal Turizm Kavramı (Kırsal Turizm Bileşenleri).

Zurnacı, Nedim. (2012). Kırsal Turizmde; Girişimcilik ve Örgütlenme. *Karamanoğlu Mehmet Bey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 14 (23), 65-70.

## İNTERNET KAYNAKLARI

<http://cooperation.unwto.org/en/news/2012-01-25/unwto-supports-rural-tourism-entrepreneurship-serbia>, Erişim Tarihi: 9.5.2013

<http://haber.tobb.org.tr/ekonomikforum/2011/12/030-033.pdf> Erişim Tarihi: 16.10.2013

<http://www.vepida.com/turkiyenin-turizm-politikalari-nelerdir-/detail/?ID=THALL/> Erişim Tarihi: 05.02.2015

<http://slideplayer.biz.tr/slide/2000352/> Erişim Tarihi: 24.03.2015

<http://www.tuik.gov.tr/> Erişim Tarihi: 05.05.2013

<http://www.tedsjkedi.webs.com/> Erişim Tarihi: 9.5.2013

<http://www.eurogites.org/members.php?lang=EN>, Erişim Tarihi: 03.12.2014

<http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/facts-figures-analysis/sme-definition/indexen.htm>, Erişim tarihi: 05.12.2012

<http://www.ekodialog.com/Konular/avrupada-girisimcilik.html> Erişim Tarihi: 07.07.2015

<http://teftis.kulturturizm.gov.tr/TR,14518/turizm-tesislerinin-belgelendirilmesine-ve-niteliklerin-.html> / Erişim Tarihi: 04.04.2015

<http://www.tkdk.gov.tr>. Erişim Tarihi: 05.05.2013

<http://www.gmka.org.tr>. Erişim Tarihi: 05.05.2013

[www.ktbyatirimisletmeler.gov.tr/TR,9540/turizm-yatirimi-yapmak-istiyorsaniz.html](http://www.ktbyatirimisletmeler.gov.tr/TR,9540/turizm-yatirimi-yapmak-istiyorsaniz.html), Erişim Tarihi: 20.09.2014

<http://www.ktbyatirimisletmeler.gov.tr/TR,9542/yatirim-turleri.html>, Erişim Tarihi: 20.09.2014

<http://yigm.kulturturizm.gov.tr/TR%2c11494/yatirim-olanaklari.html> / Erişim Tarihi: 17.08.2015

<http://www.kosgeb.gov.tr/Pages/UI/Baskanligimiz.aspx?ref=23>, Erişim Tarihi: 08.08.2015

[www.izmirkulturturizm.gov.tr](http://www.izmirkulturturizm.gov.tr), Erişim Tarihi: 13.12.2014

<http://odemis.bel.tr/odemis/genel-bilgiler.html/> Erişim Tarihi: 09.07.2015

<http://odemis.bel.tr/odemis/turistik-cevre.html/> Erişim Tarihi: 09.07.2015

[www.tire.bel.tr,](http://www.tire.bel.tr/) Erişim Tarihi: 12.08.2014

[http://www.izmirde.biz/FileUpload/ds31586/File/izmir\\_haritasi\\_5.png/](http://www.izmirde.biz/FileUpload/ds31586/File/izmir_haritasi_5.png/), Erişim Tarihi: 22.12.2015

[http://www.tire.bel.tr/index.php?option=com\\_content&view=article&id=59&Itemid=109/](http://www.tire.bel.tr/index.php?option=com_content&view=article&id=59&Itemid=109/) Erişim Tarihi: 09.07.2015

[http://www.tire.bel.tr/index.php?option=com\\_content&view=article&id=102&Itemid=111/](http://www.tire.bel.tr/index.php?option=com_content&view=article&id=102&Itemid=111/) Erişim Tarihi: 09.07.2015

[http://www.tire.bel.tr/index.php?option=com\\_content&view=article&id=102&Itemid=111/](http://www.tire.bel.tr/index.php?option=com_content&view=article&id=102&Itemid=111/) Erişim Tarihi: 09.07.2015

[www.kemalpasa.gov.tr,](http://www.kemalpasa.gov.tr/) Erişim Tarihi: 12.08.2014

[http://www.kultur.gov.tr/TR,23265/turizm-cesitleri.html /](http://www.kultur.gov.tr/TR,23265/turizm-cesitleri.html/) Erişim Tarihi: 07.07.2015

[www.kamupolitikalari.org](http://www.kamupolitikalari.org) Erişim Tarihi: 07.01.2015

<http://www.lakedistrict.gov.uk/learning/factsandfigures> Erişim Tarihi: 20.05.2015

[http://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2005/06/20050621-11.htm\).](http://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2005/06/20050621-11.htm) Erişim Tarihi: 15.05.2014

[http://www.europarl.europa.eu/RegData/bibliotheque/briefing/2014/140749/LDM\\_BRI\(2014\)140749\\_REV1\\_EN.pdf/](http://www.europarl.europa.eu/RegData/bibliotheque/briefing/2014/140749/LDM_BRI(2014)140749_REV1_EN.pdf/) Erişim Tarihi: 02.11.2015

[http://ec.europa.eu/regional\\_policy/en/projects/cyprus/philoxenia-reversing-the-depopulation-of-rural-areas-by-strengthening-the-local-economy,](http://ec.europa.eu/regional_policy/en/projects/cyprus/philoxenia-reversing-the-depopulation-of-rural-areas-by-strengthening-the-local-economy) Erişim Tarihi: 03.11.2015

[http://enrd.ec.europa.eu/en,](http://enrd.ec.europa.eu/en) Erişim Tarihi: 03.11.2015

[http://www.tkd.gov.tr/Ipard/IpardProgrami,](http://www.tkd.gov.tr/Ipard/IpardProgrami) Erişim Tarihi: 02.11.2015

## **EKLER**

### **EK- 1**

#### **“KIRSAL TURİZM GİRİŞİMCİLİĞİNDE KONAKLAMA TESİSİ İŞLETMECİLERİ; ÖDEMiŞ-KEMALPAŞA-TİRE ÖRNEKLEMİ” AMACI İLE KULLANILAN MÜLAKAT/GÖRÜŞME FORMU**

#### **SAYIN GİRİŞİMCİ**

**Bu çalışmada, İzmir’in Ödemiş, Tire ve Kemalpaşa İlçelerindeki konaklama tesisi işletmelerinin sahip oldukları özellikler araştırılmakta ve ilçelerdeki kırsal turizm girişimcilik potansiyeli tespit edilmek istenmektedir. Elde edilen bilgiler kesinlikle başkalarıyla paylaşılmayacak ve isim belirtilmeyecektir. Çalışma ile; bu ilçelerdeki turizm işletmelerinin sahip olduğu yapının anlaşılması ve bu işletmelerin daha başarılı olabilmesi için etkin politika ve strateji önerilerinin geliştirilmesi amaçlanmıştır.**

**DİDEM UZUN  
Balıkesir Üniversitesi Yüksek Lisans Öğrencisi  
Yard. Doç. Dr. BURHAN AYDEMİR  
Tez Danışmanı**

1) İşletmenin Bulunduğu İl, İlçe Ve Hizmete Açılış Tarihi?

2) İşletmenin hukuki statüsü (şahıs işletmesi, anonim şirket, limited şirket, vb.):

3) İşletmenizin yönetim biçimi (tesis aile üyeleri tarafından mı yönetiliyor yoksa profesyonel yöneticiler tarafından mı? vb.):

4) İşletmenin durumu:

.....Pansiyon, .....otel, ..... apart, .....çiftlik evi-köy evi,..... yayla evi, ....  
dağ evi,

Toplam oda ve yatak sayısı:.....

İşletmede çalışan sayısı: (çalışan aile üyeleri dâhil):.....

Tesis kiralık mı, yoksa kendi mülkünüz mü?: .....

Mevsimlik mi çalışılıyor, yoksa bütün yıl açık mı?

Konaklama Yapanların Yüzde Kaçı Yabancı, Yüzde Kaçı Yerli?

Bir turistin ortalama geceleme sayısı: .....

Yıllık/sezonluk ortalama doluluk oranı: .....

İşletme belediye belgeli tesis midir? Turizm belgeli tesis midir? Özel belgeli tesis midir? Yasal durum nedir? .....

5) Bu işletme kurulmadan önce; turizm, kırsal turizm, girişim ve girişimcilik vb. konularında bilgi ve tecrübe var mıydı? Bu konularda danışmanlık aldınız mı, eğitimlere katıldınız mı?

6) Bu bölgede bir tesis kurma fikri aklınıza nereden geldi?

7) İşletmeyi kurmaya ve yatırımı yapmaya nasıl karar verdiniz? Daha önceki tecrübelerinize dayanarak mı? Yoksa bir fizibilite ya da iş planına göre mi?

8) İşletmenin kuruluşunda yer seçimi yaparken sizi bu bölgede yatırım yapmaya sevk eden faktörler nelerdir?

9) Yatırıma karar verme aşamasında iken başka alternatif yatırımları düşündünüz mü? Hangi konuları araştırdınız?

10) Başka oteliniz (tesisiniz) ya da başka işiniz var mı? Varsa başka ne iş yapıyorsunuz?

11) İmkânlar uygun olursa bu yörede ya da başka yerde bir tesis kurmak ya da işletmek ister misiniz?

12) İşletmeyi kuranlar, daha önce başka girişimcilik eyleminde bulundu mu?

13) Cevabınız evet ise; geçmişteki başarılarınız/tecrübeleriniz ve başarısızlıklarınız nelerdir?

- 14) İşletmenin kuruluşunda kullanılan finansman kaynakları nelerdir?(Öz sermaye/kredi)
- 15) Kuruluş yılından sonra tesiste genişleme oldu mu? Oda – yatak sayısında artış var mı?
- 16) Bu işletmenin başarısını getiren en önemli faktörler nelerdir? (İyi ekip, eğitimli personel, işletmenin konumu, müşteri memnuniyeti, uygun fiyat, sosyal ağlar vb.)
- 17) İşinizden memnun musunuz?
- 18) Kazancınızdan memnun musunuz? Koyduğunuz sermayeye ve yaptığınız harcamaya göre kazancınız yeterli mi?
- 19) Müşteri memnuniyetindeki artış nasıl? Takip ediliyor mu? Müşterilerin elde tutulması için neler yapılmaktadır?
- 20) İşletmenin önümüzdeki dönemde büyüme hedefleri var mıdır? (oda ve yatak sayısında artış, tesisi yenileme, yeni tesis kurma vb.)
- 21) Sosyal ve profesyonel ağları kullanıyor musunuz? Ne sıklıkla kullanırsınız? Sosyal ağları kullanmanın faydaları nelerdir?
- 22) Bu işletme; kuruluş ve/veya işletme aşamasında devlet desteği/teşvik kullandı mı? (İzmir Kalkınma Ajansı, KOSGEB, Hazine Müsteşarlığı, vb) Kullandığınız destekler nelerdir?
- 23) Turistik ürün üreten bu işletmenin daha başarılı olması için kamudan beklentileriniz nelerdir? (Kamu nasıl destek olmalı ?)
- 24) Turistik mal ve hizmet üreten diğer işletmelerle, sivil toplum kuruluşları ve yerel yöneticilerle işbirliği yapılması, bu işletmenin başarısını olumlu yönde etkiler mi? Nasıl bir işbirliği olabilir? Yörede böyle işbirliği var mı?
- 25) Yöreyi tanıtım için festival düzenleniyor mu?
- 26) Yurtiçi ya da yurtdışında fuarlara firma ya da yöre olarak katılım sağlanıyor mu?

## **Turizm Potansiyeli Soruları**

- 27) Turistler yöredeki hangi özellikler nedeniyle bu bölgeyi tercih etmektedir?  
Bölge hangi turizm/kırsal turizm aktiviteleri için uygundur?
- 28) Yöreeye gelen yerli ve yabancı turist oranı ile turistlerin ortalama geceleme sayısı hakkında bilgi verir misiniz?
- 29) Yatırımcılara bu bölgede turizm yatırımı (otel, motel, pansiyon, lokanta vd.) yapmasını tavsiye eder misiniz? Niçin?
- 30) Yöredeki işletmelerin karlı çalışabileceği otel, motel, pansiyon, oda ve yatak sayısı hakkında bir değerlendirme yapabilir misiniz? Sizce turistik tesis konusunda yörede bir fazlalık ya da ihtiyaç var mı?
- 31) Soruları cevap veren kişinin hukuki statüsü nedir? (girişimci, aileden birisi, profesyonel yönetici, vb.)
- 32) Bizim atladığımız sizin vurgulamak istediğiniz bir şey var mı? Turistik ürün üreten bu işletmenin daha başarılı olması için size göre yapılması gerekenler nelerdir?

**EK- 2****ÖDEMİŞ, KEMALPAŞA VE TİRE İLÇELERİNDE YER ALAN  
KONAKLAMA TESİSLERİ LİSTESİ**

TESİS ADI	ADRESİ	İLÇESİ	TÜR AD	TELEFON
DİNÇ OTEL	AKINCILAR MAH. M PAŞA CAD. 35750 NO:16/A	ÖDEMİŞ	OTEL	0232 5431040
HELVACI OTEL	UMURBEY MAH. MİTHATPAŞA CAD. 35750 NO:19	ÖDEMİŞ	OTEL	0232 5444990
ÇİFTÇİ OTEL	ATATÜRK MAH ATATÜRK CAD NO:33	ÖDEMİŞ	OTEL	0232 5455874
GÜVEN OTEL		ÖDEMİŞ	OTEL	0232 509 09 09
İZMİR OTELİ	EMMIOĞLU MAH 35750 NO:51 HÜRRIYET MEYDANI	ÖDEMİŞ	OTEL	
DERVİŞ AĞA PANSİYON	CUMHURİYET MAH. OKUL SOK. NO.6	BİRGİ- ÖDEMİŞ	PANSİYON	0232 5316060-531 53 54
ÇINARALTI PANSİYON	CAMİKEBİR MAH. ÇAY SOK. NO.9	BİRGİ- ÖDEMİŞ	PANSİYON	0232 5315358
SALİHA HANIM TAŞ KONAK BUTİK OTEL	BİRGİ MAH. DERVİŞAĞA SOK. NO. 1	BİRGİ- ÖDEMİŞ	BUTİK OTEL	0232 5315859
TİREMTUR OTELCİLİK	CUMHURİYET MH. Ş.GÜLTEKİN BAŞARGAN CAD NO:1 35900	TİRE	OTEL	0232 5110200
OTEL KOÇ	YENİ MAH LÜTFÜ PAŞA CAD NO:6 35900	TİRE	OTEL	0232 5113100
EMNİYET OTEL	CUMHURİYET MAH AYDINOĞLU CAD NO:20	TİRE	OTEL	0232 5120545
TİRE BELD.	KURTULUŞ	TİRE	OTEL	0232 5125183



<b>GÜLCÜOĞLU KONAKLARI</b>	<b>MH. TÜRKOCAĞI CD. 35900 NO:56-58</b>			
<b>MENZİL REZİDANS</b>	<b>YENİ MAH GÜME SOK NO:1 35900</b>	<b>TİRE</b>	<b>REZİDANS</b>	<b>0232 5110027</b>
<b>TİREM OTELİ</b>		<b>TİRE</b>		<b>0232 5122314</b>
<b>BOUTIQUE SU PERİSİ OTEL</b>	<b>YEŞİLLİK MAH. NO.1 NAZARKÖY</b>	<b>KEMALPAŞA</b>		<b>0232 8784404- 8784442</b>
<b>RAMADA OTEL</b>	<b>ANKARA ASFALTI 24. KM NO: 44/6 35735 ULUCAK</b>	<b>KEMALPAŞA</b>	<b>OTEL</b>	<b>0232 9777070</b>
<b>ALTUNER OTEL</b>		<b>KEMALPAŞA</b>	<b>OTEL</b>	