



International
SOCIAL SCIENCES
STUDIES JOURNAL



SSSjournal (ISSN:2587-1587)

Economics and Administration, Tourism and Tourism Management, History, Culture, Religion, Psychology, Sociology, Fine Arts, Engineering, Architecture, Language, Literature, Educational Sciences, Pedagogy & Other Disciplines in Social Sciences

Vol:5, Issue:30
sssjournal.com

pp.617-625
ISSN:2587-1587

2019 / February / Şubat
sssjournal.info@gmail.com

Article Arrival Date (Makale Geliş Tarihi) 04/01/2019 | The Published Rel. Date (Makale Yayın Kabul Tarihi) 20/02/2019
Published Date (Makale Yayın Tarihi) 20.02.2019

YAŞAM STİLİ TURİZM GİRİŞİMCİLİĞİ ÜZERİNE KAVRAMSAL BİR DEĞERLENDİRME¹

A CONCEPTUAL REVIEW ON LIFE STYLE TOURISM ENTREPRENEURSHIP

Araş. Gör. Dr. Sevinç ASLAN

İstanbul Üniversitesi, İktisat Fakültesi Turizm İşletmeciliği Bölümü, goktepe@istanbul.edu.tr, İstanbul, Türkiye
ORCID: 0000-0002-0856-0278



Article Type : Research Article/ Araştırma Makalesi

Doi Number : <http://dx.doi.org/10.26449/sss.1263>

Reference : Aslan, S. (2019). “Yaşam Stili Turizm Girişimciliği Üzerine Kavramsal Bir Değerlendirme”, International Social Sciences Studies Journal, 5(30): 617-625.

ÖZ

Yaşam stili turizm girişimcileri, diğer sektörlerin aksine ekonomik güdülerle hareket etmektense, yaşam stillerini göz önüne alırlar. Genellikle bir işe girişteki amaç ekonomik kar elde etmek olurken yaşam stili girişimcilikte bu durum farklı olmaktadır.

Yaşam stili girişimciler bir hobiden yola çıkmaktadırlar. Kişisel çıkarlarını ön planda tutarken, kazanç elde etme arzusu yalnızca geçimlerini sağlayacak kadar olmaktadır. Bu nedenle çok fazla büyümek amaçları arasında yer almazken; az sayıda personelin sorumluluğunu almayı tercih ederler. Bu girişimciler için aile ve sosyal ilişkiler önem taşımaktadır. Ayrıca daha önce yaşadıkları iş deneyimi, kendi işlerini kurma noktasında etkilidir. Daha rahat bir çalışma ortamı ve ideal yaşam standardı yaşam stili girişimciliğin tercih edilmesinde önemlidir.

Turizm girişimciliğinde yaşam stili önemi açıktır. Turizm, girişimciler için mutlu bir çalışma ortamı ve yüksek oranda insan etkileşimi sağlamaktadır. Ayrıca seçtikleri konum daha önce ziyaret ettikleri ve yerleşmek istedikleri bir bölgedir. Bu açıdan turizm ile yaşam stili arasında yakından bir ilişki söz konusudur.

Bu çalışmada özellikle Türkçe literatürde yok denecek kadar az olan yaşam stili girişimcilik ve turizmdeki yeri üzerinde durularak, kavramsal bir çerçeve çizilmeye çalışılmıştır.

Anahtar kelimeler: Turizm, Girişimcilik, Yaşam stili girişimcilik

ABSTRACT

Lifestyle tourism entrepreneurs, in contrast to other sectors, put more emphasis on lifestyle rather than acting with economic motives. Generally, while the purpose of launching a business is to make economic profit; this is different in life style entrepreneurship.

Life-style entrepreneurs start from a hobby. While keeping personal interests at the forefront, the desire to make a profit is only enough to make a living. Therefore, growing too much is not among their purposes but they prefer to take the responsibility of a small number of staff. Family and social relations are important for these entrepreneurs. In addition, their previous work experience is effective in setting up their own business. A more comfortable working environment and an ideal living standard are important in choosing lifestyle entrepreneurship.

The importance of life style in tourism entrepreneurship is obvious. Tourism provides a happy working environment and a high level of human interaction for entrepreneurs. They also choose the location they have visited before and wanted to settle in. In this respect, there is a close relationship between tourism and lifestyle.

In this study, a conceptual framework is tried to be drawn by focusing on life style entrepreneurship and its place in tourism, which hardly exists in the Turkish literature.

Keywords: Tourism, Entrepreneurship, Lifestyle entrepreneurship

¹ Bu çalışma yazarın “Türkiye Turizm Sektöründe Girişimciliğe İlişkin Politikalar ve Temel Sorunlar: İstanbul’daki Küçük ve Orta Ölçekli Otel İşletmeleri Üzerine Bir Uygulama” adlı doktora tezinin bir bölümünün değiştirilmiş ve geliştirilmiş halidir.

1. GİRİŞ

Son yıllarda girişimciliğe olan ilgi yoğun bir şekilde artmıştır. Girişimcilik ekonomik büyümeyi tetikleyen, durgunluğun önüne geçen önemli bir unsurdur. Bu açıdan araştırmacıların da ilgisini çekmeye devam etmektedir.

Turizm girişimciliği diğer sektörler göre farklı özelliklere sahiptir. Bu sektördeki girişimcilerin motivasyonları genel olarak ideal yaşam düzeyine ulaşmak ve bunu idame ettirmekle ilgilidir. Dolayısıyla ekonomik kazanç önceliklerinden biri değildir. Turizm girişimciliği adına bir takım faaliyetler yapmak isteyen bireyler, girişimci olunması ile birlikte kendilerinin refahının ve yaşam memnuniyetinin artacağına inanmaktadırlar (Uysal vd., 2016: 256).

Yaşam stili girişimcilik, kişinin kendi işini kişisel değerleri ile birleştirme isteğinden kaynaklanmaktadır. Diğer girişimcilik türlerine göre ekonomik unsurları arka planda tuttuğu için ekonomide farklı bir yere sahiptir.

Bir yaşam stili girişimcisi, daha fazla kişisel özgürlük, daha fazla aile zamanı ve onlara ilham veren projeler veya iş hedefleri üzerinde daha fazla zaman elde etmek için serbest meslek sahibi olmaya karar verebilmektedir. Bu girişimciler, bir hobiye bir meslekle birleştirebilir veya girişimlerinin kontrolünü elinde tutmak için işlerini genişletmemeyi özellikle tercih edebilirler (Balachandran ve Sakthivelan, 2013: 52). Amaçları kısa dönemde hızlı kar elde etmekten ziyade, belirli bir yaşam tarzını idame ettirmek için yeterli olan nakit akışı sağlamaktır. Dolayısıyla kendileri olmadan hayatta kalabilecek türden bir işletme kurmayı tercih etmezler (Bhide, 1996: 122).

Bu çalışmada turizm girişimcilerini ayrı kılan bir özellik olarak yaşam stili girişimcilik üzerinde durulmuştur. Genel olarak girişimcilik ve turizm girişimciliği kavramlarından bahsedilmiş; ardından yaşam stili girişimcilik ayrıntılı bir şekilde anlatılmaya çalışılmıştır.

2. GİRİŞİMCİLİK KAVRAMI

Girişimciliğe artan ilgi, ülkelerin girişimciliği ön plana almasında önemli etkenlerden bir tanesi haline gelmiştir. 21. Yüzyılın başlarından itibaren girişimcilik, ekonomik büyümenin, istihdamın ve yeniliğin kaynağı olarak görülmüştür. Hükümetler, şirketler, eğitim kurumları ve bireysel girişimciler için önemli bir ilgi konusu olmuştur. Girişimcilik geniş olarak, “ticari, sosyal, kurumsal veya kültürel değer yaratmak amacıyla yeni fırsatların belirlenmesi ve organize bir şekilde kullanılması” şeklinde tanımlanabilir (Bryant, 2015: 681).

Girişimcilik kavramının tek bir tanımını yapmak mümkün görülmemektedir. Bunun temel sebebi girişimciliğin dinamik bir özelliğe sahip olması ve devamlı olarak değişkenlik gösterebilmesidir (Bilge ve Bal, 2012: 133). Ancak girişimcilik kavramının iki farklı fonksiyona işaret ettiği kesindir. Bunlar, “ekonomik fırsat” ve “kaynaklardır” (Tiessen, 1997: 369).

Kapu ve Tutar (2014: 117)’ye göre girişimcilik yeni bir işletme kurarak değer oluşturma süreci olarak tanımlanmaktadır. Cardon vd. (2005: 23)’e göre ise girişimcilik, gizemli ve hatta bazen bilinemez; kendine has bireylerin ve rastgele koşulların kombinasyonu olarak kabul edilmektedir. Demirel (2013: 140) girişimciliği, “kişisel veya toplumsal doygunluğu sağlayabilme adına, durgunluğu hareketlendirmek için inisiyatif üstlenmek” şeklinde değerlendirirken; Özdevecioğlu ve Cingöz (2009: 83) girişimciliği, “fırsatların araştırılması suretiyle değer yaratmak ve kaynakları bu doğrultuda bir araya getirmeyi sağlayan bir süreç” olarak ifade etmişlerdir. Naktiyok ve Bayrak Kök (2006: 78)’e göre ise girişimcilik “var olan bütün organizasyonlarda yapılan faaliyetleri ve değişimleri kapsayan yenilik, yaratıcılık gibi faaliyetleri içeren bir süreçtir”.

3. TURİZM GİRİŞİMCİLİĞİ KAVRAMI

Turizm ve girişimcilik birbirlerini destekleyen iki önemli kavramdır. Girişimcilik sayesinde turizm gelişebilmekte, turistlere daha fazla imkân sağlanabilmekte ve turizmde yenilikçiliğin önü açılmaktadır.

Turizm endüstrisinin hızlı bir şekilde gelişmesi, toplum için gelir yaratması ve istihdam olanaklarını arttırması yoluyla ekonomik büyümeye katkı yapmaktadır. Turizmin gelişimi toplum gelirini farklı girişimsel aktivitelere yönlendirerek çeşitlendirme yoluna gitmiştir (Nordın vd., 2014: 2). Kline vd. (2014: 479)’e göre; turizm bir bölgenin ekonomik başarısı için önemli bir unsur olarak kabul edilmektedir. Bu başarının bir kısmı da girişimcilere atfedilmektedir. Bir bölgenin gelişmesinde girişimcilerin sahip olduğu özellikler, yatırımlar, işletmenin büyüklüğü, çeşitliliği, teknolojik özellikleri ve rekabet düzeyi büyük önem

taşımaktadır. Turizm sektöründeki girişimler ekonomik ve sosyal anlamda katkılar sağlarken; yeni iş olanakları yaratarak ekonomik gelişmeyi desteklemektedir (Aydemir vd., 2011: 552).

Turizm girişimciliği üzerine çok sayıda çalışma olmasına karşın, turizm girişimciliği tanımına çok fazla rastlanmamaktadır. Genel olarak yukarıdaki bilgiler çerçevesinde kavram şu şekilde ifade edilebilir: Turizm girişimciliği;

“Destinasyonun gelişmesini sağlamak amacıyla, turizm kaynaklarının turistlerin talepleri doğrultusunda kullanılmasını amaçlayan; risk, yatırım, yenilik, rekabet, üretkenlik gibi unsurların vasıtasıyla gerçekleştirilen bir değer yaratma sürecidir”.

Munikrishnan ve Verakumaran (2009: 13)’e göre; turizm sektörü terimi, tatilcilerin faaliyetlerini desteklemek amacıyla mal üreten büyük ve bölünmüş işletmelerin bir araya gelmesi sonucu oluşmuş bütünü ifade etmektedir. Turizm işletmeleri ise, eğlence ve dinlenme fırsatlarını değişime uğratarak kullanıma sunmakta önemli bir rol oynayan turizm girişimcileri tarafından kurulmaktadır. Dolayısıyla özellikle küçük işletmelerin yoğunlaştığı turizm bölgelerinin kalkınmasının erken dönemlerinde önemli bir yere sahiptirler (Chang, 2011: 467).

4. TURİZM GİRİŞİMCİSİNİN ÖZELLİKLERİ

Turizm girişimcilerinin diğer sektörlerdeki girişimci bireylere göre farklılık gösterdiği söylenebilir. Turizm girişimcileri farklı bir yaşam biçimi arayışı içindedir. Destinasyona ya bu amaçla giderler ya da hali hazırda orada yaşamaktadırlar. Motivasyonları daha çok kaliteli yaşam ve yerel çevre üzerinde merkezileşmektedir. Dolayısıyla diğer girişimciler gibi öncelikli olarak kar amacı güderek hareket etmezler (Bosworth ve Farrell, 2011: 1475). Hollick ve Braun (2005: 5) çalışmalarında farklı bir açıdan bakarak küçük turizm işletmelerine vurgu yapmakta ve turizm girişimciliği ile ilgili aşağıdaki noktalara değinmektedir:

- Turizm işletmecileri, bilinçli olarak, yaşam biçimi seçimi ve bağımsızlık algıları lehine ekonomik ve ticari büyüme fırsatlarını reddetmektedirler.
- Mikro ve küçük turizm işletmeleri, ziyaretçi akışlarının aşırı mevsimsellikten ve endüstrinin genel olarak rekabetsiz doğasından dolayı önemli süreç veya ürün yeniliği kanıtını göstermeyen “boşluk doldurucu” veya kısıtlı girişimciler olarak tanımlanmıştır.
- İşletmeciler tarafından tanımlanan girişimcilik, genellikle pazarlama uygulamaları ile sınırlıdır.

Turizm sektöründe girişimciler, ailelerini işin içine katmaktadırlar ve sıklıkla yapılan faaliyetler hayat tarzından etkilenirken, ekonomik kazanç elde etme isteği kadar ziyaretçilerle sosyal etkileşim kurma isteği de ortaya çıkmaktadır (Mykletun ve Gyimothy, 2010: 436). Turizm girişimcilerinin işe girişme nedenlerinden en önemlisi, belirli bir yere yerleşme arzusundan ileri gelmektedir. Her girişimci gibi turizm girişimcileri kar amacı ile yola çıksalar da; ana hedef istedikleri yere yerleşmektir (Hallak vd., 2012: 143). Turizm girişimcilerinin varlığında, toplum iklimi, yer şekilleri, flora ve fauna, tarihi kalıntılar, etno-kültürel yerleşim bölgeleri turistik çekiciliklere dönüşen turizm kaynakları olabilir (Koh ve Hatten, 2002: 22).

Turizm sektöründe eksik olan en önemli yetenekler iletişim becerileri, işle ilgili spesifik yetenekler, girişkenlik, müşteri hizmetleri becerileri ve öğrenme isteğidir. Bu tür yeteneklerin yokluğu kalite, verim ve müşteri kaybı gibi turizm destinasyonuna da yansıtacak bir takım olumsuz sonuçlara neden olabilmektedir. Kalifiye iş gücü başarı için büyük önem taşımaktadır. Bununla birlikte, kalifiye olmayan personel kaliteyi aşağıya çekmektedir. Turizm girişimcisi olmanın bu kadar kolay olması yaygın zayıf iş modelleri ile sonuçlanmakta ve “herkes yapabilir” mantığı ile devam etmektedir (Haven-Tang ve Jones, 2008: 360). Turizm girişimcisine genel olarak bakıldığında, iş konusunda beceri eksikliği olduğu ve yenilik yeteneklerinin de oldukça mütevazı olduğu söylenebilir (Crnogaj vd., 2014: 381).

Turizm sektörü çeşitli girişimcileri bir araya getirmektedir. Turizm girişimci türleri şu şekilde sıralanabilir (Koh ve Hatten, 2002):

- Yaratıcı turizm girişimcisi: Yaratıcı turizm girişimcisi kavramı seyahat ve turizm endüstrisine tamamen yeni (ilk kez) bir ürün kazandıran bireyler olarak ifade edilebilir.
- Yenilikçi turizm girişimcisi: Mevcut olan ürüne daha yeni bir yaklaşım getiren kişidir. Örneğin geleneksel parklara yeni bir soluk getiren Disneyland veya Casino otelleri gibi.
- Taklitçi turizm girişimcisi: Bu tür girişimciler değişiklik olmadan motel, eğlence parkı, restoran, kafe veya hediyelik eşya dükkânı gibi turistik unsurları taklit ederler. Franchising de bu gruba dâhil edilebilir.

- Sosyal turizm girişimcileri: Çeşitli nedenlerle kar amacı gütmeyen turistik girişimde bulunan kişiler olarak tanımlanabilir. Kamu ve kar amacı gütmeyen özel sektör bahçeleri, müze, akvaryum, sanat galerileri ve bir takım turizm organizasyonları bu alana dâhil edilebilir.
- Marjinal (Kayıt Dışı) turizm girişimcisi: Girişimlerini kayıt dışı bir yolla yürüten girişimciler olarak tanımlanmaktadır. Bir ekonomide kayıtlı olmayan fakat devlet tarafından tolere edilen girişimlerdir. Sokak satıcıları, işportacılar, lisanssız tur rehberleri gibi. Kayıt dışı girişimler yasal olmadığından, gerçek turizm girişimcisi olarak görülmemektedirler.
- Yeni doğan turizm girişimcisi: Turistik bir girişim yaratma aşamasında olan kişilerdir. Potansiyel turizm girişimcisinden farklı olarak girişim sürecinde olan kişilerdir. Potansiyel girişimciler ise niyetleri olan/olmayan, ancak henüz bu sürece dâhil olmayan kişilerdir.
- Seri turizm girişimcisi: Çeşitli nedenlerle birden fazla işletme kuran bireylerdir. Bu bir turistik işletme de olabilir. Bu tür kişiler girişimde bulunan ve daha sonra başarısız olan kişilerdir.
- Yaşam stili girişimciler: Girişimlerini büyütme amacı gütmeyen, arzu ettikleri yaşam tarzını, hobilerini, ilgi alanlarını desteklediği için girişimde bulunan kişilerdir. Yemek pişirmeyi çok seven birinin, restoran açması buna verilebilecek örneklerden bir tanesidir.

5. YAŞAM STİLİ GİRİŞİMCİLİK (LIFESTYLE ENTERPRENEURSHIP)

Girişimciler çok çeşitli nedenlerle iş kurma anlamında motive olmaktadır. Bu bazen ekonomik kazanç elde etmek olurken; bazen de bireylerin kendilerini memnun etmeleri ile ilgilidir. Hessels vd., (2008: 330) özellikle erken dönemlerde girişimcileri aşağıda yer alan çeşitli unsurların motive ettiğini belirtmiştir.

- Gereklik nedeni: Girişimcilerin iş kurma nedenlerinden biri başka bir iş seçeneklerinin olmamasıdır.
- Bağımsızlık gerekçesi: Bağımsızlık girişimciler için temel motivasyon unsurudur.
- Refahı artırma gerekçesi: sahip oldukları serveti artırma gerekçesi, temel motivasyon unsurudur.

Badulescu ve Badulescu (2014: 233) Avrupa Birliği'nde girişimci motivasyonlarının otel/restoran girişimleri ve genel sektör/hizmet endüstrisi şeklinde ikiye ayrıldığını belirtmişlerdir. Avrupa Birliği'nde bütün bu sektörler için üç önemli girişim motivasyonunun aynı olduğu görülmektedir. Bunlar kendi kendinin patronu olmak; daha fazla para kazanma olasılığı ve yeni zorluklarla karşılaşma isteğidir. Ayrıca sadece yaşam stili girişimcilikle ilgili olan unsurlar da söz konusudur. Bunlardan bazıları iş ve özel hayatı kombine etmek; bir hobiden yaşam sağlama isteğidir. Yaşam stili girişimciliğe bağlı kendi kendinin patronu olma isteği, Avrupa Birliği girişimcileri içerisinde bütün sektörlerde, bir girişimi başlatma motivasyonları arasında birinci sırada bulunmaktadır.

Ekonomik anlamda motive olmuş girişimciler, bölgesel ekonomik kalkınma üzerindeki etkileri nedeniyle literatürde daha fazla yer alırken; ekonomik olarak motive olmayan girişimciler daha az dikkat çekmektedir (Gomez-Velasco ve Saleilles, 2007: 2). Genel olarak işletmelerde, özel olarak turizm işletmelerinde tekrarlanan bir tema olarak göze çarpan “yaşam stili”, yaşam değerleri, motivasyonlar ve istekler gibi ekonomik olmayan özelliklerin zaman zaman ekonomik hedeflerle dengelendiği; bazen de bu hedeflerin üzerine çıktığı bir düşüncedir (Goulding vd., 2005: 218). Bu girişimci grubunun temel ortak özelliği, temel motivasyonlarının kâr değil yaşam tarzı olmasıdır. Motivasyon unsurları bu grubun ayırt edici özelliğini oluşturduğundan, bu konunun önemli bir araştırma alanı olması şaşırtıcı değildir (Mottiar, 2007: 67).

Girişimciliği ve girişimcileri neyin harekete geçirdiğine dair anlayış ve bilgiye yönelik katkılar, ekonomistlerin bu olguya olan ilgisiyle başlamıştır. Bu bakış açısı, ekonomik rasyonellik modellerine meydan okuyan, turizmdeki yaşam tarzı girişimcilerinin sahip olduğu sayısız küçük işletmelerin motivasyonunu açıklayamamıştır (Skokic ve Morrison, 2011: 157). Zira geleneksel iş mantığının dayanağı yapılan yatırımdan gelir elde etmektir. Bu ilkeye karşı çıkmak zor gibi gözükse de, yaşam stili girişimciler için modifikasyona ihtiyaç vardır. Çünkü bahsedilen ilke kişisel tercihleri ve parasal olmayan hedefleri içermemektedir (Niculescu ve Mihiu, 2014: 5).

Balachandran ve Sakthivelan, (2013: 52) yaşam stili girişimcileri, “bir girişime başlarken kişisel çıkarlarını ve kendi geçimlerini kazanma yeteneklerini bir araya getirerek, tutkularını kar sağlamaktan öncelikli tutan kişiler” olarak tanımlamıştır. Claire (2012: 36) ise yaşam stili girişimciliği, “genellikle bir hobiden, birkaç kişiyi (ya da kimseyi) işe almak suretiyle büyüyen işler” olarak tanımlamıştır. Bu tarz girişimciler işlerini kolaylaştıracak birkaç kişiyi işe almayı tercih edip, çok sayıda kişinin sorumluluğunu almaktan

kaçınmaktadırlar. Yaşam stili girişimcilerin işletmeleri için nadiren büyüme tutkuları olduğu düşünüldüğünde personel almayı tercih etmemelerinin normal olduğu söylenebilir (Masulen ve Snellenberg, 2017: 3).

Yaşam stili girişimciliği genel olarak bireysel yaklaşımlar ve kısıtlı organizasyonel büyüme ile ifade edilmektedir. Birçok araştırmacı yaşam stilini turizm girişimciliğinin önemli bir boyutu olarak görmekte ve başarının yalnızca mali yollarla ölçülemeyeceğini; daha çok geniş sosyal ve kültürel faktörler ile bireylerin seçtiği yaşam stilini devam ettirme yeteneğinin dikkate alınmasını önermektedir (Wilson, 2007: 359). Bu açıdan bu tarz girişimciliğin mevcut normları güçlendirdiği söylenebilir. Bireysellik, serbestlik ve özerklik bu tür girişimcilerin ortak özellikleridir (Cederholm, 2015: 329).

Yaşam stili girişimcilerin en temel özelliklerinden biri seçtikleri konumdur. Yer seçimi kişisel motivasyonlarla yakından ilişkilidir. Bu bireylerin önceliği yaşam kalitesi olduğundan, istihdam olanaklarından bağımsız olarak bir ikamet yeri seçerler. Bu işe başlamak için önemli bir nedendir (Gomez-Velasco ve Saleilles, 2007: 5).

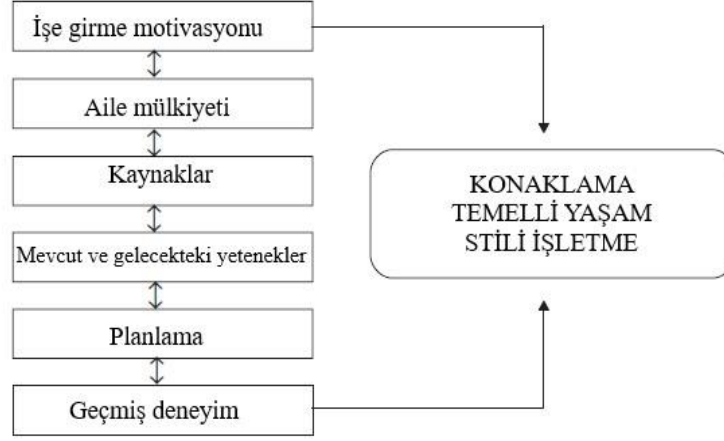
Yaşam stili turizm girişimcisi genel olarak ekonomi, aile ve sosyal ilişkileri temel alarak işe girişmektedir (Bredvold ve Skålen, 2016: 96). Ancak çoğunlukla, ekonomik olmayan hedefler tarafından motive edilmekte ve ortalama karlara razı olabilmektedir (Ateljevic ve Doorne, 2000: 381). Yaşam stili turizm girişimcilerinin genel özellikleri şu şekilde sıralanabilir (Peters vd., 2009: 397-398):

- Büyüme yerine yaşam kalitesi motivasyonu.
- Çok sınırlı büyüme oryantasyonu.
- Kaynaklardan ve sermaye yatırımlarından yeterince yararlanmama.
- Akılcı olmayan yönetim ve iade-yatırım temelli karar verme.
- Sınırlı bilgi ve iletişim teknolojilerinin kullanımı.
- Ortaya çıkan bilgi ve teknoloji fırsatlarını görmezden gelme.
- Ekonomik merkezden uzak olma ve nüfus seyrekliği sonucu sorgulanabilir ekonomik sürdürülebilirlik.
- Düşük yenilik ve işbirliği isteksizliği.
- Düşük eğitim ve yönetim bilgisi.
- Kalite yönetim tekniklerinden tam olarak haberdar olmama durumu.
- Sanayi büyümesi ve sanayi yapıları içerisine düşük katılım.
- Lobi organizasyonlarına ve turizm kurullarına uzaklık.
- Girişimlerini bırakma veya satma konusunda isteksizlik.
- Dağıtım ortaklarına yüksek bağımlılık.
- Mesleki tavsiye veya dış katılımı kabul etmeme.
- Hayatta kalma ve hareket ile kendilerinin ve ailelerinin hayat tarzlarını korumak için yeterli geliri elde etme.
- Sınırlı pazarlama ve ürün geliştirme uzmanlığı ve faaliyetleri.

Haynes (2003: 112)'e göre kişisel kontrol, bu tür bir girişimci için esastır. Daha önce ücretli istihdamdaki memnuniyetsizlik, serbest meslek kararını motive etmektedir. Bu kurucular doğrudan edinilen beceriler üzerine inşa etme eğiliminde olduklarından, girişimci rol modellerinin etkisi de daha doğrudan olabilir. Kısaca bu girişimciler başkalarının altında çalışmaktansa kendileri iş kurmak isterler. Bunun en önemli nedeni ise işçi olarak çalışırken harcayacakları efordan daha azını sarf edecek olmalarıdır (Douglas, 2007: 641) Kişisel değerler ekonomik değerlere çevrilir. Bu girişimciler için fiziksel iş alanı genellikle evdir (2010: 367). Ayrıca Szivas (2001: 171) yaptığı çalışmada, girişimciler tarafından turizmin keyifli bir çalışma ortamı ve yüksek düzeyde insan etkileşimi vaat eden, bunun yanı sıra daha iyi bir yaşam stili ve yüksek yaşam standardı sunan bir endüstri olarak görüldüğünü belirtmiştir. Bunun en önemli nedeni ise turizm girişimcileri için en faydalı yeteneğin insanlarla başa çıkma becerisi olmasıdır.

“Yaşam stili”, insanların neden finansal anlamda daha fazla gelir elde etmek varken turizmle ilgili işletmeleri tercih etmelerinin nedenlerinden biridir. Bu girişimcilerin, işletmelerinin büyümesini sıklıkla

sınırlayan sosyal ve kültürel yükümlülükleri vardır. Yaşam tarzlarından fazlasıyla memnundurlar (Awang vd., 2009: 58). Bu tür girişimcilik interaktif ve bireyin hayatındaki diğer ilgi alanları ile yakın ilişki içindedir (Marcketti vd., 2006: 255). Şekil 1’de görülebileceği gibi girişimciler büyüme hedeflerinden ve planlama gibi ilişkili aktivitelerden ziyade yaşam stilinden motive olurlar. İşletmeler, genellikle aileye ait veya aile tarafından yönetilmektedir. Büyüme potansiyelini etkileyecek kaynaklardan yoksundurlar. Bunun yanı sıra küçük bir otel işletmesini yönetmek için çok az deneyimleri bulunmaktadır. Ayrıca göreceli olarak daha az kalifiyelerdir. Gelecekte yeteneklerini geliştirme ve eğitim alma konusunda marjinal ilgi göstermektedirler (Lee-Ross, 2012: 3).



Şekil 1: Yaşam Stili Girişimci Özellikleri

Kaynak: Lee-Ross, 2012: 3.

Sun ve Xu (2017: 70) yaşam stili girişimciler için itici ve çekici faktörlerin olduğunu belirtmiştir. İtici faktörler için kaçmak ve yaşam tarzını değiştirmek, hem iş hem de yaşamla ilgilidir. İnsanlar işten, kişisel gerilmelerden, ilişkilerden ve aileden ya da hem işin hem de yaşamın olumsuz yönleriyle bağlantılı olan büyük şehirden kaçmak istemektedirler. Kendilerine ait bir yaşamları olsun isterler. Çekici faktörlere gelince, yerel kültür, yavaş yaşam ve fiziksel çevre bunlar arasında sayılabilir. Turizm girişimine kolay erişim, düşük kiralar ve fiyatlar ile turizm geliştirme potansiyeli dâhil olmak üzere bazı faktörler, turizm işletmecileri için kolay karar alma sebepleridir. Ayrıca bir iş kurmaya yönelik toplumsal destek, yeni girişim biçimlerini ve kendini geliştirme ideallerini teşvik edebilir. Bu gelişme, yaşam tarzı girişimciliğinin normlarına ve ideallerine katkıda bulunur ve konaklama endüstrisinde çekici olan belirli değerlerin ortaya çıkmasını meşrulaştırır (Hultman ve Cederholm, 2010: 371).

Literatürde yaşam stili girişimciler üzerine yapılmış çalışmalarda farklı yaklaşımlar görmek mümkündür. Schuckert vd. (2008: 32) kendi evlerini (homestay) konaklamaya açan girişimcilerin, yaşam stili tarafından yönlendirildiklerini ve genellikle Schumpeteryan girişimcilerin özelliklerini yansıtmadıklarını belirtmişlerdir. Benzer şekilde, Crawford ve Naar (2016: 278) yaptıkları çalışmada oda kahvaltısı (B&B) sunan otel sahiplerinin yaşam tarzı girişimciler olduğunu görmüşlerdir. Misafirperverlik, tatile gittiği yerde çalışmaktan hoşlanan ve girişimcilik vasıtasıyla esneklik arayan insanlar tarafından bir boş zaman işi olarak görülmektedir. Küçük otel girişimcilerinin yaşına, yaşam tarzı motivasyonlarına ve gelecekteki hedeflerine bağlı olarak, bir tür emekliliğe yaklaşma ya da geçiş yapmanın bir yolu olduğu söylenebilir.

Turizmin ekonomide çok önemli rol oynadığı Tayland’da özellikle kentsel olmayan bölgelerdeki küçük turizm girişimcileri, genellikle işletmelerin saf finans/karın ötesinde giriş ve çıkış özelliklerini etkileyen yaşam stili kaygılarıyla yönlendirilmektedir. Tayland’da popüler olan tropikal resif turizm bölgelerinde bulunan turizm girişimcileri, yaşam tarzı girişimciliğinin gerektirdiği şekilde oraya yerleşmeden önce bu yerleri ziyaret etmişler ve bu nedenle, yaşam tarzı sağlayan bir faaliyette bulunmaya devam etmek için daha düşük gelir düzeyi elde edeceklerini bilmelerine rağmen girişimde bulunmayı kabul etmişlerdir (Biggs vd., 2012: 651).

Blichfeldt vd., (2011: 4) ise benzer durumun tarım turizminde de görülebildiğini belirtmiştir. Çiftçilerin tarım turizmi ile ilgilenmeye başladıktan sonra, tarım hala temel gelir kaynağı olmaya devam etmektedir. Dolayısıyla tarım turizmi ile uğraşmak çiftçiler için ek bir avantaj sağlamaktadır. Böylece tarım dışı bir iş aramak yerine, tarım yoluyla kendi işinin sahibi olabilmektedirler.

Marchant ve Mottiar (2011: 181) yaptıkları çalışmada yaşam stili girişimcilerle görüşmüş ve bazı ortak özellikleri olduğunu görmüşlerdir. Bunlar insanlarla etkileşime girmekten hoşlanan iyi iletişimcilerdir ve

genelde yüksek eğitim seviyesine sahiptirler. Bunun yanı sıra bu girişimcilerin birbirleriyle iletişim halinde oldukları ve zaman zaman çeşitli organizasyonlar için bir araya gelerek yerel ekonomiye katkı yaptıklarını belirtmişlerdir.

Claire (2012: 36) ise girişimcileri yaşam stili ve yaşam stili olmayan şeklinde kategorize etmenin doğru olmadığını belirtmiştir. Büyüme odaklı girişimciler bile insan ilişkilerini ve kendi refahlarını firmanın finansal başarısının üzerinde tutmuşlardır. Ayrıca kadın girişimcilerin yaşam stiline daha fazla önem verdiklerini, bunun nedeni olarak da aile talepleri ile gelir ihtiyacı ve profesyonel yaşam arasında denge kurma zorunluluğunu göstermişlerdir.

6. SONUÇ

Turizmde de çok çeşitli girişimcilik türleri olmasına karşın, en dikkat çeken tür yaşam stili girişimciliğidir. Bunun nedeni ise bu girişimcilik türünün turizm sektörünü diğer sektörlerden ayırmasıdır. Diğer sektörlerde girişimcilik öncelikle ticari kazanç elde etme motivasyonu ile oluşurken; turizmde bu durum değişmektedir.

Literatürde yaşam stili girişimcilik olarak geçen bu kavram turizm ile bağdaştırılmaktadır. Buna göre girişimciler, bir yere yerleşme isteğinden yola çıkarak girişimde bulunurlar. Burada amaç iş ve özel hayatı beraber götürmek ve sahip olunan bir hobiden yaşamını sağlamaya çalışmaktadır. Yine kendi işinin patronu olmak yaşam stili girişimcilik ile ilgilidir.

Yaşam stili girişimcilerin motivasyon unsurları farklılık göstermektedir. Ekonomik unsurlar göz ardı edilerek, yaşam tarzı, aile, istek ve ihtiyaçlar gibi daha soyut unsurlar önemsenmektedir. Dolayısıyla bu girişimciler diğer sektörlerdeki girişimcilerden farklılaşmaktadır.

Yaşam stili girişimcilik kavramı pek çok yazar tarafından farklı şekillerde tanımlanmıştır. Ancak tanımlar genel olarak kişisel çıkarlar, hobiden kazanç sağlama, kısıtlı büyüme gibi unsurları içermektedir. Bireysellik ve özgürlük yaşam stili girişimciliğin temelini oluşturmaktadır.

Yaşam stili girişimcilik ile ilgili özelliklere bakıldığında farklı durumlar karşımıza çıkmaktadır. Bu girişimciler için yaşam kalitesi çok önemlidir. Bu girişimciler finansal kaynaklardan ve yatırım fırsatlarından yeterince yararlanmazlar. Genellikle işletme tek bir bireye veya aileye ait olduğundan yönetsel problemler yaşanabilmektedir. Ayrıca büyümeye çok sıcak bakılmamaktadır.

Turizm, yaşam stili girişimciler için önemli fırsatlar yaratabilmektedir. Bireyler daha önce istihdam edildikleri yerde memnuniyetsizlik yaşadığından, kendi işlerini kurma konusunda daha istekli olmaktadır. Turizm bu girişimcilere kendi işlerinin patronu olma imkanı yaratmaktadır. Bu bazen küçük bir kafe açmak olabilirken, bazen kendi evini konaklama işletmesi yapmak olmaktadır. Turizm bir yandan keyifli bir çalışma ortamı yaratırken; bir yandan da müşteri etkileşimi sağlayarak sürekli iletişimde olma durumunu beraberinde getirmektedir. Turizmde olanaklara erişim nispeten daha kolaydır.

Özellikle Türkçe literatürde turizmde yaşam girişimciliği ile ilgili çalışmalar yok denecek kadar azdır. Bu çalışma ile gelecekte yapılacak çalışmalara ışık tutacak şekilde kavramsal bir çerçeve sunulmaya çalışılmıştır.

KAYNAKÇA

Aydemir, B., Saylan, U. & Özdemir, İ.M. (2011). Turizm girişimciliği ve bölgesel kalkınma: Balıkesir örneği. *1. Uluslararası Kalkınma Konferansı Bildiriler Kitabı*, Fırat Kalkınma Ajansı, 551-559.

Ateljevic, I., & Doorne, S. (2000). 'Staying within the fence': Lifestyle entrepreneurship in tourism. *Journal of sustainable tourism*, 8(5), 378-392.

Awang, K. W., Aziz, Y. A., & Samdin, Z. (2009). The Ever Changing Tourism. *Integration & Dissemination*, 4, 57-60.

Badulescu A., & Badulescu D. (2014). Is there evidence of a European lifestyle entrepreneur in tourism?. *The Annals of the University of Oradea, Economic Sciences Tom XXIII, 1st Iss. / JULY 2014*, 229-240.

Balachandran, V., & Sakthivelan, M. S. (2013). Impact of information technology on entrepreneurship (e-entrepreneurship). *Journal of Business Management & Social Sciences Research*, 2(2), 51-56.

Bhide, A. (1996). The questions every entrepreneur must answer. *Harvard business review*, 74(6), 120-130.

- Biggs, D., Hall, C. M., & Stoeckl, N. (2012). The resilience of formal and informal tourism enterprises to disasters: reef tourism in Phuket, Thailand. *Journal of Sustainable Tourism*, 20(5), 645-665.
- Bilge, H., & Bal, V. (2012). Girişimcilik eğilimi: Celal Bayar Üniversitesi öğrencileri üzerine bir araştırma. *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (16), 131-148.
- Blichfeldt, B. S., Nielsen, N. C., Nissen, K. A., & Just, F. (2011). Farm tourism: Lifestyle entrepreneurship and private hospitality. In *Proceedings of 20th Nordic Symposium in Tourism and Hospitality Research*.
- Bosworth, G., & Farrell, H. (2011). Tourism entrepreneurs in Northumberland. *Annals of Tourism Research*, 38(4), 1474-1494.
- Bredvold, R., & Skålén, P. (2016). Lifestyle entrepreneurs and their identity construction: A study of the tourism industry. *Tourism Management*, 56, 96-105.
- Bryant, P. T. (2015). Entrepreneurship and organizations. *International Encyclopedia of the Social & Behavioral Sciences*, 2nd Edition, (7), 681-685.
- Cardon, M. S., Zietsma, C., Saporito, P., Matherne, B. P., & Davis, C. (2005). A tale of passion: New insights into entrepreneurship from a parenthood metaphor. *Journal of business venturing*, 20(1), 23-45.
- Cederholm, E. A. (2015). Lifestyle enterprising: The 'ambiguity work' of Swedish horse-farmers. *Community, Work & Family*, 18(3), 317-333.
- Chang, J. (2011). Introduction: Entrepreneurship in tourism and hospitality: The role of SMEs. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 16(5), 467-469.
- Claire, L. (2012). Re-Storying the Entrepreneurial Ideal: Lifestyle Entrepreneurs as Hero?. *Tamara: Journal for Critical Organization Inquiry*, 10(1), 31-39.
- Crawford, A., & Naar, J. (2016). Exit planning of lifestyle and profit-oriented entrepreneurs in bed and breakfasts. *International Journal of Hospitality & Tourism Administration*, 17(3), 260-285.
- Crnogaj, K., Rebernik, M., Bradac Hojnik, B., & Omerzel Gomezelj, D. (2014). Building a model of researching the sustainable entrepreneurship in the tourism sector. *Kybernetes*, 43(3/4), 377-393.
- Demirel, E. T. (2013). Yaşam amaçlarının girişimcilik düşüncesini biçimlendirmesi. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 12 (45), 123-143.
- Douglas, E. (2007). *Work motivation and entrepreneurial intentions*, Proceedings of the 4th Australian Graduate School of Entrepreneurship (AGSE) International Entrepreneurship Research Exchange, 6–9 February, Brisbane, Australia, AGSE.
- Hallak, R., Brown, G., & Lindsay, N. J. (2012). The Place Identity–Performance relationship among tourism entrepreneurs: A structural equation modelling analysis. *Tourism Management*, 33(1), 143-154.
- Haven-Tang, C., & Jones, E. (2008). Labour market and skills needs of the tourism and related sectors in Wales. *International Journal of Tourism Research*, 10(4), 353-363.
- Haynes, P. J. (2003). Differences among entrepreneurs: “Are you experienced?” may be the wrong question. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 9(3), 111-128.
- Hessels, J., Van Gelderen, M., & Thurik, R. (2008). Entrepreneurial aspirations, motivations, and their drivers. *Small Business Economics*, 31(3), 323-339.
- Hollick, M., & Braun, P. (2005). Lifestyle entrepreneurship: the unusual nature of the tourism entrepreneur. *Proceedings of the Second Annual AGSE International Entrepreneurship Research Exchange*, Swinburne Press, Melbourne, 10-11.
- Hultman, J., & Cederholm, E. A. (2010). Bed, breakfast and friendship: Intimacy and distance in small-scale hospitality businesses. *Culture Unbound: Journal of Current Cultural Research*, 2(3), 365-380.
- Gomez-Velasco, M., & Saleilles, S. (2007). The local embeddedness of lifestyle entrepreneur: an exploratory study. In *Interdisciplinary European Conference on Entrepreneurship Research*, Montpellier.
- Goulding, P. J., Baum, T. G., & Morrison, A. J. (2005). Seasonal trading and lifestyle motivation: Experiences of small tourism businesses in Scotland. *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, 5(2-4), 209-238.

- Kapu, H. & Tutar, H. (2014). Sınır kapılarının girişimcilik kültürü üzerine etkisi: Iğdır örneği. *Marmara Üniversitesi Öneri Dergisi*, 11 (41), 115-142.
- Kline, C., Shah, N. M., Tsao, J., & Cook, A. (2014). Support and challenge factors for tourism entrepreneurs: Two cases from North Carolina, USA. *Anatolia*, 25(3), 479-482.
- Koh, K. Y., & Hatten, T. S. (2002). The tourism entrepreneur: The overlooked player in tourism development studies. *International Journal of Hospitality & Tourism Administration*, 3(1), 21-48.
- Lee-Ross, D. (2012). An exploratory study of small accommodation-based tourism firms in Australia. *Asia-Pacific Journal of Innovation in Hospitality and Tourism*, 1 (1), 1-22.
- Marchant, B., & Mottiar, Z. (2011). Understanding lifestyle entrepreneurs and digging beneath the issue of profits: Profiling surf tourism lifestyle entrepreneurs in Ireland. *Tourism Planning & Development*, 8(2), 171-183.
- Marcketti, S. B., Niehm, L. S., & Fuloria, R. (2006). An exploratory study of lifestyle entrepreneurship and its relationship to life quality. *Family and Consumer Sciences Research Journal*, 34(3), 241-259.
- Masurel, E., & Snellenberg, R. (2017). Does the lifestyle entrepreneur exists? An analysis of lifestyle entrepreneurs compared with other entrepreneurs on the basis of the development of entrepreneurial competences. *Research Memorandum*, 1.
- Munikrishnan, U. T., & Verakumaran, B. (2009). Job creation in small, micro and medium enterprises (SMMTEs). *TEAM Journal of Hospitality & Tourism*, 6(1), 12-23.
- Mykletun, R. J., & Gyimóthy, S. (2010). Beyond the renaissance of the traditional Voss sheep's-head meal: Tradition, culinary art, scariness and entrepreneurship. *Tourism Management*, 31(3), 434-446.
- Mottiar, Z. (2007). Lifestyle entrepreneurs and spheres of inter-firm relations: The case of Westport, Co Mayo, Ireland. *The International Journal of Entrepreneurship and Innovation*, 8(1), 67-74.
- Naktiyok, A., & Kök, S. B. (2006). Çevresel faktörlerin iç girişimcilik üzerine etkileri. *Afyon Kocatepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 8(2), 77-96.
- Niculescu, G. & Mişu, M. S. (2014). Entrepreneurship Education, a dynamic process of vision. *Annals of the „Constantin Brâncuşi” University of Târgu Jiu, Letter and Social Science Series*, Issue 1/2014, 4-9.
- Nordin, A. O. S., Lonik, K. A. T., & Jaafar, M. (2014). Empowering local communities through tourism entrepreneurship: The case of micro tourism entrepreneurs in Langkawi Island. *In SHS Web of Conferences (Vol. 12, p. 01101)*. EDP Sciences.
- Özdevecioğlu, M., & Cingöz, A. (2009). Sosyal girişimcilik ve sosyal girişimciler: Teorik çerçeve. *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, (32), 81-95.
- Peters, M., Frehse, J., & Buhalis, D. (2009). The importance of lifestyle entrepreneurship: A conceptual study of the tourism industry. *Pasos*, 7(2), 393-405.
- Schuckert, M., Peters, M., & Fessler, B. (2008). An empirical assessment of owner-manager motives in the B&B and vacation home sector. *Tourism Review*, 63(4), 27-39.
- Skokic, V., & Morrison, A. (2011). Conceptions of tourism lifestyle entrepreneurship: Transition economy context. *Tourism Planning & Development*, 8(2), 157-169.
- Sun, X., & Xu, H. (2017). Lifestyle tourism entrepreneurs' mobility motivations: A case study on Dali and Lijiang, China. *Tourism Management perspectives*, 24, 64-71.
- Szivas, E. (2001). Entrance into tourism entrepreneurship: A UK case study. *Tourism and hospitality research*, 3(2), 163-172.
- Tiessen, J. H. (1997). Individualism, collectivism, and entrepreneurship: A framework for international comparative research. *Journal of Business Venturing*, 12(5), 367-384.
- Uysal, M., Sirgy, M. J., Woo, E., & Kim, H. L. (2016). Quality of life (QOL) and well-being research in tourism. *Tourism Management*, 53, 244-261.
- Wilson, L. A. (2007). The family farm business? Insights into family, business and ownership dimensions of open-farms. *Leisure Studies*, 26(3), 357-374.