

KIRSAL TURİZME YATIRIM YAPMAK GİRİŞİMCİLER İÇİN CESARET VERİCİ Mİ VEYA CESARET KIRICI MI? - YEŞİLYURT KÖYÜ YATIRIMCILARININ BAKIŞ AÇISI¹

INVESTING IN RURAL TOURISM, IS IT ENCOURAGING OR DISCOURAGING FOR ENTREPRENEURS? - PERSPECTIVE OF YEŞİLYURT VILLAGE INVESTORS

Aytaç TOPTAŞ

Bandırma Onyedli Eylül Üniversitesi Erkek Meslek Yüksekokulu/ Balıkesir



Article Type : Research Article/ Araştırma Makalesi

Doi Number : <http://dx.doi.org/10.26449/sss.j.1019>

Reference : Toptaş, A. (2018). "Kırsal Turizme Yatırım Yapmak Girişimciler İçin Cesaret Verici Mi Veya Cesaret Kırıcı Mı? - Yeşilyurt Köyü Yatırımcılarının Bakış Açısı", International Social Sciences Studies Journal, 4(26): 5642-5650

ÖZ

Kırsal turizm bölgelere sağladığı olumlu etkilerinden dolayı önemi giderek artan bir turizm çeşididir. Risk almayı seven, kar amacı güden, bilgili, cesaretli ve fırsatları değerlendiren girişimciler, kırsal turizmin gelişiminde önemli rol oynamaktadırlar. Çalışmanın konusu, kırsal turizme yatırım yapan girişimcilerin bakış açıları üzerine odaklanmaktadır. Bu bağlamda, çalışmanın amacı; kırsal turizme yatırım yapan ve aktif bir şekilde faaliyetlerini sürdüren Çanakkale ili Yeşilyurt köyü girişimcilerinin, kırsal turizme yaptıkları yatırımlardan beklentilerini karşılayıp karşılamadıklarını tespit etmektir. Buna dayanarak çalışmada nitel araştırma desenlerinden "olgubilim" (fenemoloji) deseni kullanılmıştır. Araştırmada veri elde etmek amacıyla Çanakkale ili Yeşilyurt köyünde 8 girişimcileriyle odak grup görüşmesi yapılmış ve elde edilen verilerin analizinde içerik analiz yöntemi kullanılmıştır. Analiz sonucunda görüşmeye katılan girişimcilerden bazılarının kırsal turizme yaptıkları ilk yatırımdan sonra cesaretlerinin artarak ikinci iş yerini açmayı düşündüğü ve beklentilerinin karşılandığı; bazılarının ise yaptıkları yatırımın beklentilerinin karşılanmadığı ve yeni yatırım için cesaretlerinin kırıldığı tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Cesaret, Girişimci, Kırsal Turizm, Yeşilyurt Köyü.

ABSTRACT

Rural tourism is an increasingly prevalent type of tourism due to its positive effects on the regions. Entrepreneurs who love to take risks, profit-oriented, knowledgeable, courageous, and evaluate opportunities play an important role in the development of rural tourism. The suspect of this study focuses on the perspective of entrepreneurs who invest in rural tourism. In this context. Purpose of the study; is to find out whether the entrepreneurs of the village of Yeşilyurt in Çanakkale, who are investing in rural tourism and actively pursuing their activities, cannot meet expectations from the investments they have undertaken in rural tourism. Based on this, in the study, qualitative research patterns "phenomenology" design is used. A focus group interview was conducted with 8 entrepreneurs in Yeşilyurt village of Çanakkale province in order to obtain data in the study and content analysis method was used in the analysis of obtained data. As a result of the analysis, some of the entrepreneurs who participated in the interview thought that after their first investment in rural tourism, their courage increased and they would open their second job; it has been determined that some of the investment expectations they have made are not met and their courage for new investment is broken.

Keywords: Courage, Entrepreneur, Rural Tourism, Yeşilyurt Village.

¹ "Bu çalışma Bandırma Onyedli Eylül Üniversitesi Bilimsel Araştırma Projeleri Koordinasyon Birimi tarafından desteklenmiştir. Proje Numarası: BAP-18-EMYO-1009-029" ("This work was supported by Scientific Research Projects Coordination Unit of Bandırma Onyedli Eylül University. Project Number: BAP-18-EMYO-1009-029")

1. GİRİŞ

Ülkeler sahip oldukları farklı turizm çeşitlilikleriyle arz ettikleri ürünleri turizmin hizmetine sunarak, ekonomik büyüme ve ekonomik kalkınmalarını sağlamanın yarışı içine girmişlerdir. Büyüme ve gelişmede ülkede yaşayan bütün kesimlerin kırsal ve kentsel ayrımı yapılmadan üretime dâhil edilmesi gerekmektedir. Kırsal kalkınma, bir ülkenin gelişiminde kırsal kesim ile kentler arasındaki ekonomik, toplumsal ve kültürel gelişmişlik düzeyleri bulunan bir sürece dâhil edilmiştir. Kırsal kalkınmanın bileşenlerinde yer alan kırsal sanayi, tarımsal kalkınma ve kırsal turizm çevresel faktörlerin ön plana çıktığı çok yönlü kalkınma yaklaşımlarıdır.

Tarımsal faaliyetlerin yoğun olduğu kırsal yöreleri ziyaret etmek isteyen turistlere sunulacak olan ulaşım, transfer, konaklama, yiyecek-içecek hizmetleri, rekreasyon, animasyon, rehberlik ve kiralama gibi turistik ürünlere ek olarak kırsal turizmde çiftlik, yeşil alan, avcılık, balıkçılık, yöresel yemekler, doğa gezileri gibi ek programlarla çeşitlilik kazanmaktadır.

Dünya genelinde kırsal alanlara yani kent dışı yerlere günün yoğunluğu ve büyük şehirlerin stresinden uzaklaşmak için ilgi giderek artmaktadır. Kırsal alanlarda yaşam önemli ölçüde doğal kaynakların kullanımıyla mümkündür ve nüfus yoğunluğu düşüktür. Kırsal alanlarda yapılan kırsal turizmin gelişiminde o yörede yaşayan halk kadar girişimcilerde önemli rol oynamaktadırlar. Girişimciler bir mal veya hizmeti üretmek, pazarlamak için başkalarına veya kendisine ait finansal kaynakları, üretim faktörlerini bir araya getirerek, emek, sermaye, doğal kaynaklar, teknoloji ve girişimcilik ruhunu kullanan, işletme faaliyetleri sonucunda zararı da göze alabilen kişilerdir. Girişimcilik ruhunda cesaret kavramından sürekli söz edilmektedir. Girişimcilerin yapmış oldukları yatırımlarda koymuş oldukları sermayenin korunup korunmadığı, karlılık oranları, yüklenmiş oldukları risk faktörleri gibi etkin sebepler oldukça önemlidir. Bu sebeplerden dolayı önemli bir iç turizm destinasyonu olan Yeşilyurt köyündeki turizm girişimcilerinin kırsal turizm hakkındaki görüşleri alınarak, gelecekte kırsal turizme yatırım yapmak isteyen girişimcilere yol göstermek açısından bu çalışma önem arz etmektedir.

2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Devlet Planlama Teşkilatı'nın Sekizinci Beş Yıllık Kalkınma Planı'nda kırsal alan, *“yaşam ortamı ve ekonomik aktivitelerin önemli ölçüde doğal üretim kaynaklarının kullanımına ve değerlendirilmesine bağlı olduğu, ekonomik-toplumsal-kültürel gelişme süreçlerinin görel olarak yavaş işlediği, teknolojik gelişmenin yaşama ve üretime yansıma oranının gecikmeli olduğu, gelenek ve törelerin yaşam biçimlerini ve kurallarını etkileme gücünü fazla olduğu, yaşam biçimi ve tüketim kalıplarının görece geleneksel olduğu, insan ilişkilerinde yüz yüze iletişimin yaygın olduğu alan”* şeklinde tanımlanmıştır (DPT, 2000: 2). Kırsal kalkınmanın temel amacı; kırsal yörelerin veya mekânların sahip oldukları kaynakların etkin bir şekilde kullanılması sonucunda kent ile kır arasındaki sosyo-kültürel ve ekonomik gelişmişlik farkını en aza indirmek, kırsal kesimde istihdam imkanlarını arttırarak kente göçü önlemek ve kırsal alandaki insanların yaşam standartlarını yükseltmektir (Çeken vd., 2007: 3). Kırsal kalkınmanın öncü sektörlerinden biri kırsal turizmdir. Kırsal alan turizm açısından değerlendirildiğinde; *“deniz turizmi merkezleri dışında kalan, kentsel yerleşimlerden uzak, kırsala özgü doğal ve kültürel hayatın korunduğu, oldukça tenha ve kırsal hayatla ilgili çeşitli aktivitelerin gerçekleştirildiği yerler”* şeklinde tanımlanmaktadır (Çeken vd., 2012: 4). Kırsal turizmde; yeşil turizm, çiftlik turizmi, avcılık, balıkçılık, alışveriş, doğa gezileri, sanatsal ve etnik yapıya bağlı turizm uygulamaları görülmektedir (Uçar vd., 2012). Kırsal kalkınma ile kırsal turizm arasında doğru yönlü bir ilişki bulunmaktadır. Coğrafi bakımdan kırsal alanların yoğunlukta olduğu yerlerde tarım kuruluşlarının kırsal turizm konusunda teşvik edilmesi suretiyle, kırsal alanların hem tarım, hem turizm kaynağı olarak kullanılarak, kırsal bölgelerin ekonomik büyüme ve gelişmesine önemli katkılar sağlanabilmekte, bölgeler arası gelişmişlik farklarının giderilmesinde önemli adımlar atılmaktadır (Çeken vd., 2007).

Kırsal turizmin ekonomik ve kültürel etkilerinin olduğunu söylemek mümkündür. Kırsal kesimde yaşayan bireylere iş imkânı sağlayarak ekonomik olarak en basit oranla katkı sağlamanın yanında, çeşitli el sanatlarının gelişmesine de katkıda bulunmaktadır. Kırsal turizm sayesinde, kırsal yörelerden kentsel bölgelere olan göçler de önlenmektedir. Kırsal turizm potansiyeli yöredeki ürün çeşitliliğine katkı sağlayıp kaynaklarının daha etkin kullanılıp korunmasıyla turizm gelirlerinin artmasına yol açmaktadır (Uçar vd., 2012). Yapılan çalışmalarda genellikle ekonomik etkilerin olumlu olarak algılandığını gösteren sonuçlara ulaşılmıştır (Andreck vd., 2005; Andriotis, 2005; Akis vd., 1996; Akova, 2006; Ayazlar, 2016; Besculides vd., 2002; Çalışkan ve Tütüncü, 2008; Çavuş ve Tanrısevdi, 2002; Çevik vd., 2018; Dyer vd., 2007; Ekici ve Çizel, 2014; García vd., 2016; Gümüş ve Özüpekçe, 2009; Gürsoy ve Rutherford, 2004;

Mason ve Cheyne, 2000; Özdemir ve Kervankıran, 2011; Türker ve Türker, 2014; Yoon vd., 2001; Zhang vd., 2006). Kırsal turizm her mevsim yapılabilen bir turizm türü olmasıyla, turizmin coğrafi dağılışında bir denge unsuru olmasıyla, birçok turizm türüne entegre olabilmesiyle, çok çeşitli ve özgün rekreasyonel etkinlikleriyle, farklı turist profilleriyle, doğal çevrenin ve kültürel mirasın korunmasına katkıda bulunmasıyla, sürdürülebilir turizm anlayışına hizmet etmesiyle ve ülkenin tanıtımında etkili bir araç olmasıyla önemi giderek artan bir turizm çeşididir (Soykan, 2003).

Son yıllarda giderek önem kazanan kırsal turizm kavramı girişim ile ilgili işler için de verimli bir alan görülmektedir. Girişim, girişimcilerin ortaya koyduğu faaliyetleri sonucunda oluşan oluşum veya yapıdır. İşletmelerin faaliyette bulunabilmeleri için üretim faktörlerini bir araya getirmeleri ve neyi, nasıl, ne zaman ve niçin üreteceklerine karar vermeleri gerekir. Girişimciler, mal veya hizmet üretmek/pazarlamak üzere risk almayı seven, sahip olduğu sermayeyi yatırıma dönüştürerek ekonomik fayda sağlayan, bilgili cesaretli ve yetenekli kişilerdir. Girişimciler fırsatları görür ve üretim faaliyetlerine geçerler. Girişimciler aynı zamanda her alanda yeniliği başlatan ve işletmelerde işi yöneten kişilerdir. Bir kişinin girişimcilik ruhuna sahip olabilmesi, risk ve sorumluluk üstlenebilmesi, dinamik, yenilikler açık, sürekli büyüme tutkusuna gibi niteliklere ve fırsatları görebilen, iş için gerekli olan kaynakları bir araya getiren, işletmesini başarıyla yönetebilecek yenilikçi ve azimli özelliklere sahip olması gerekmektedir (Küçük, 2007). Kırsal alanlarda yerel kaynakların turizmin temel hammaddesini oluşturması, ekonomik faaliyetlerin çeşitlendirilmesinde, yerel işbirliği ve kalkınma taleplerinin güçlendirilmesine yol açmaktadır. Bu, aynı zamanda yerel girişimcilik ruhunun da gelişmesine ortam hazırlamaktadır (Çeken vd., 2007). Kırsal turizm girişimciliği bir ekip, örgütlenme işidir. Bunun için öncelikle bir yörenin kalkınmasında kırsal turizme ihtiyacın olduğuna inanılması ve yörenin kalkınması, planlanması, düzenlenmesi gibi konularda görev yapan bir organizasyonun oluşturulması gerekir. Sonrasında uzmanlık alanlarına göre uzmanlar ve köylüler el ele vererek çalışmaya başlayabilirler. Bir başka organize olma biçiminde köylülerin ve çiftlik sahiplerinin kendi aralarında birleşerek yerel bir örgüt kurmaları, sonra da bölge ve ülke çapında kendilerine en yakın bir ulusal derneğe, federasyona üye olmalarıdır. Dünyadaki pek çok ülkede buna benzer bir sistem kurulmuş ve başarıya ulaşılmıştır (Tarlak, 2007'den aktaran Aydemir vd., 2013).

3. METODOLOJİ

3.1. Araştırmanın Amacı

Çanakkale ili Yeşilyurt köyünde kırsal turizme yatırım yapan ve aktif bir şekilde işletme faaliyetlerini sürdüren girişimcilerin, kırsal turizm yatırımlarının beklentilerini karşılayıp karşılamadığını tespit etmektir.

3.2. Araştırmanın Yöntemi ve Deseni

Betimleyici ve yorumlayıcı unsurları ön plana çıkaran nitel araştırma yöntemi kullanılan bu çalışmada, gözlem, görüşme ve doküman analizi gibi veri toplama yöntemlerinden yararlanılmıştır. Nitel araştırma olgular ve olayların doğal ortamda gerçekçi ve bütüncül bir biçimde ortaya konmasına yönelik nitel bir sürecin izlendiği araştırma olarak tanımlanmaktadır (Yıldırım ve Şimşek, 2011: 39).

Çalışmada nitel araştırma desenlerinden olgubilim (fenomenoloji) deseni kullanılmıştır. Olgubilim deseni farkında olduğumuz ancak derinlemesine ve ayrıntılı bir anlayışa sahip olmadığımız olgulara odaklanmaktadır. Bize tümüyle yabancı olmayan aynı zamanda da tam anlamını kavrayamadığımız olguları araştırmak için olgubilim deseni uygun bir araştırma zemini oluşturmaktadır (Yıldırım ve Şimşek, 2011: 72)

3.3. Araştırmanın Evreni ve Örneklemi

Araştırmanın evrenini Çanakkale ili Ayvacık ilçesine bağlı Yeşilyurt köyü girişimcilerinden oluşturmaktadır. Çanakkale'nin güneyinde Ayvacık ilçesi sınırlarında bulunan Yeşilyurt köyü, Yunan mitolojisinde sıkça ismi geçen İda Dağı, yani Kaz Dağları eteklerinde kurulmuş yerli ve yabancı turistlerin ilgisini çeken önemli bir kırsal turizm alanıdır. Bol oksijen oranı ve doğal yiyecekleriyle ünlenen bir kırsal turizm köyüdür. Yeşilyurt ilk olarak 1985 yılında gerçek köy hayatını özleyerek gelen bir grup tarafından keşfedilmiş, tanınırlığı ise 1990lı yılların ortalarında yerel bir girişimci sayesinde olmuştur. Köyün büyük kısmı geçimini turizm faaliyetlerinden sağlamakta olup köy içerisinde pansiyonculuk gelişmiştir (Uysal ve Sakarya, 2012).

Ev pansiyonculuğunun yanı sıra köyde aktif ve geniş kapasiteye sahip olan 8 adet konaklama işletmesi bulunmaktadır. Turizm aracılığıyla Yeşilyurt köyünün girişimcilerinin düşüncelerini belirlemek için örnekleme yöntemine gidilmiş ve maksimum çeşitlilik örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Bu amaçla çalışmada farklı yaş aralıklarında, farklı eğitim durumlarında ve Yeşilyurt köyünde farklı oda kapasitelerine sahip olan 8 kırsal turizm girişimcisi araştırmanın örnekleme olarak belirlenmiştir.

3.4. Veri Toplama ve Analizi

Araştırmada veri elde etmek amacıyla Yeşilyurt köyü girişimcileriyle odak grup görüşmesi gerçekleştirilmiştir. Odak grup görüşmesindeki amaç, boyut, oluşum ve yöntem açısından özel bir grup türünü ifade etmektedir. Odak grup görüşmelerinin amacı, insanların bir konu, fikir, ürün ya da hizmet hakkındaki duygularını ve düşüncelerini ortaya çıkarmaktır (Kreuger ve Casey, 2014). Odak grup görüşmeleri genellikle 5 veya 8 kişiden oluşan topluluklarla yapılmaktadır. Çalışmada odak grup görüşmesi 2 oturumda gerçekleştirilmiştir. Toplamda 8 katılımcının dâhil edildiği çalışmada veri elde etmek için Krueger'in (1994) oluşturduğu ve Burcu'nun (2002) bir eklemeye geliştirdiği "odak grup bilgi formu" kullanılmıştır. Katılımcılara belli bir düzen içinde sıralanmış 10 adet açık uçlu soru yöneltilmiştir. Soruların sıralanmasında Krueger'in (1998) odak grup görüşme sorularının sıralanmasıyla ilgili çalışmasından yararlanılmıştır. Öncelikle katılımcılara çalışmanın amacı ve içeriği hakkında bilgilendirme yapılmıştır. Görüşmelerde ses kayıt cihazı kullanılarak veriler kayıt altına alınmıştır. Elde edilen veriler içerik analizi yöntemiyle incelenmeye çalışılmıştır. İçerik analizi, yöntem olarak mevcut olan metinlerin nicel ve nitel boyutlarından hareketle, mevcut olmayan yani bilinmeyen sosyal gerçeğin bazı boyut ve kesitlerine yönelik birtakım bulguları elde etmeyi amaçlamaktadır (Gökçe, 2006: 20).

Tablo 1: Odak Grup Bilgi Formu

Odak Grup Tarihi: 14.03.2018
Odak Grup Bölgesi/Yeri: Çanakkale ili Ayvacık ilçesi Yeşilyurt köyü
Girişimcilerin Sayısı/Tanımı: 8, Yeşil yurt köyü girişimcileri
Odak Grup Ana Konusu: Yeşilyurt köyü girişimcilerinin kırsal turizm yatırımları

Odak grup çalışması görüşme soruları şu şekilde sıralanmıştır:

1. Kendinizi kısaca tanıtır mısınız?
2. Kaç yıldır bu köyde işletmecilik yapıyorsunuz?
3. Kırsal Turizm size ne ifade etmektedir?
4. Girişimcilik size ne ifade ediyor?
5. Bu köye yatırım yapmak için sizi teşvik eden unsurlar nelerdir?
6. Kırsal turizme yatırım yapan bir girişimci olarak, devlet ve sivil toplum kuruluşlarının kırsal turizmin gelişmesi için vermiş oldukları teşviklerden haberdar mısınız? Sizce teşvikler yeterli midir?
7. Bir girişimci olarak Yeşilyurt gibi kırsal alanlara yatırım yapmanın sizce riskleri nelerdir ve bu riskler göze alınmalı mıdır? Ne gibi risklerle karşılaştınız?
8. Girişimci olarak Yeşilyurt köyü 'ne yatırım yaparken oluşan ekonomik beklentileriniz ile şu an elde ettikleriniz sizi memnun etti mi?
9. Kırsal turizme yatırım yapmak isteyen yeni girişimcilere önerileriniz neler olabilir?

4. BULGULAR

4.1. Katılımcılara İlişkin Bulgular

Odak grup görüşmesi yapılan katılımcılara yöneltilen ilk iki soruda kısaca kendilerini tanıtmaları istenmiş ve kaç yıldır Yeşilyurt köyünde girişimci yatırımcı oldukları sorulmuştur. Katılımcıların yaşları 30-50 arasında değişiklik göstermektedir. Yatırım yapan girişimcilere bakıldığında bir kişinin köyde yaşayan girişimci olduğu, diğer katılımcıların farklı illerden gelerek bu köye yatırım yaptıkları tespit edilmiştir. Odak grup görüşmesine katılan katılımcıların Yeşilyurt köyündeki bulunma süreleri 3 yıl ile 20 yıl arasında değişiklik göstermektedir.

4.2. Katılımcıların Kırsal Turizm Algılarına Bakış Açısına İlişkin Bulgular

Katılımcıların kırsal turizme bakış açılarını ortaya çıkarmak için yöneltilen "Kırsal turizm size ne ifade etmektedir?" sorusuna ilişkin bulgular Tablo 2'de gösterilmektedir. Yeşilyurt köyüne yatırım yapan girişimciler doğal, kültürel, fiziksel ve çevresel değerleri kırsal turizm olarak ifade etmişlerdir. Analiz sonucunda Yeşilyurt girişimcileri kırsal turizm algılarını "doğal ve kültürel değerler", "fiziksel çevre" ve "kültürel miras" temaları altında birleştirilmiştir.

Tablo 2: Katılımcıların Kırsal Turizm Algılarının Kodlanması

Tanıtmaya Sorusu	Görüş (Doğrudan Alıntı)	Verilerin Kodlanması	Temaların Tanımlanması
Kırsal Turizm size ne ifade etmektedir?	-Kırsal turizm, şehir yaşantısından uzak, doğal, kültürel, fiziksel ve çevresel değerler ön plana alınarak yapılan turizmdir. Yaşama ait olan değerlere ve kültüre yöre halkının el atmasıdır. Yöre halkı kırsal turizme sahip çıkmazsa devasa şirketler buralara el atar ve kırsal turizmden bahsedemeyiz.	Kırsal Turizm Tanımı -Doğal, kültürel, fiziksel ve çevresel değerler -Yerel halkın kültürel değerlere el atması -Yöre halkının kırsal turizme sahip çıkması	Doğal ve kültürel değerler Fiziksel çevre Kültürel Miras

4.3. Katılımcıların Girişimcilik Algılarına İlişkin Bulgular

Yeşilyurt köyü girişimcilerine yöneltilen “Girişimcilik size ne ifade ediyor?” sorusuna ilişkin bulgular Tablo 3’te gösterilmektedir. Katılımcılar benzer şekilde girişimcilik kavramından bahsetmişler ve girişimciliğin yenilikçilikle ortak özelliklerine değinmişlerdir. Bu soruya verilen yanıtlar “yenilikçilik”, “özgür düşünce”, “farklılık ve girişimci” temaları altında birleştirilmiştir.

Tablo 3: Katılımcıların Girişimcilik Algılarının Kodlanması

Tanıtmaya Sorusu	Görüş (Doğrudan Alıntı)	Verilerin Kodlanması	Temaların Tanımlanması
Girişimcilik size ne ifade ediyor?	--Risk alarak, yeni iş ve yenilikçilik yapabilmek. Kişinin yeniden kendi düşünceleri ile işe başlaması. -- Girişimcilik başlanmış olan iş değil, yeniden bir şeyler yaratmaktır. Girişimcilik, cesaret, risk ve bilgi gerektiren bir olgudur.	Girişimcilik Tanımı -Yeni İş ve yenilikçilik yapabilmek - Kendi düşünceleri ile yeni işe başlaması. -Yeni işler yaratmak -Cesaret, risk ve bilgi gereken olgu	Yenilikçilik Özgün Düşünce Farklılık Girişimci

4.4. Katılımcıların Teşvik Unsurlarına İlişkin Bulguları

Yeşilyurt köyünde yatırım yapan turizm girişimcilerine yapmış oldukları kırsal turizm işletmelerinin fikrinin oluşmasındaki teşvik unsurlarının ortaya çıkarılması amacıyla sorulan “Bu köye yatırım yapmak için sizi teşvik eden unsurlar nelerdir?” sorusuna ilişkin bulgular Tablo 4’te gösterilmektedir. Girişimcilerin ortak görüşü, köyün oksijen oranının yüksek olması, müşteri kalitesi ve 12 ay turizm faaliyetlerinin devam etmesiyle birlikte köydeki arazi değerlerinin sürekli artması yatırımlarda etkili olmuştur düşünceleri ortaya çıkmıştır. Girişimcilerin teşvik unsurlarına ilişkin “tarihi ve doğal doku”, “otantik yapı”, “kültürel sentez”, “karlılık ve verimlilik”, “sürdürülebilir turizm” temaları altında birleştirilmiştir.

Tablo 4: Katılımcıların Yatırımdaki Teşvik Algılarının Kodlanması

Tanıtmaya Sorusu	Görüş (Doğrudan Alıntı)	Verilerin Kodlanması	Temaların Tanımlanması
Bu köye yatırım yapmak için sizi teşvik eden unsurlar nelerdir?	-Tarihi bir köy olması ve aynı zamanda Kazdağlarına hâkim bir noktada yer alması. Bu bölgenin Şirince’si gibi algılanması. Yüksek oranda oksijen seviyesinin olması. Köy hayatı ve lüks yaşamın iç içe geçmesi. Köyün müşteri kalitesinin yüksek olması ve otel fiyatlarının işletmecileri tatmin etmesi. Turizmin köyde 12 ay devam etmesi	Kırsal Turizm Yatırım Teşvik Unsurları -Tarihi ve doğal özellikler -Şirince Köyü benzerliği -Kırsal ve şehir yaşamının bir arada olması -Gelir ve eğitim seviyesi yüksek müşteri tipi -Tüm yıl süren ve kazançlı turizmin varlığı	Tarihi ve Doğal Doku Otantik Yapı Kültürel sentez Karlılık ve Verimlilik Sürdürülebilir Turizm

4.5. Katılımcıların Kırsal Turizm Teşvikleriyle İlgili Bilgilerine İlişkin Bulgular

Yeşilyurt köyünde kırsal turizm yatırım yapan girişimcilerin devlet ve sivil toplum kuruluşlarının kırsal turizm için vermiş oldukları teşviklerden haberdar olup olmadıkları sorulmuştur. Bununla birlikte, sağlanan bu teşviklerle ilgili düşüncelerini belirlemek amacıyla yöneltilen “Kırsal Turizme yatırım yapan bir girişimci

olarak, devlet ve sivil toplum kuruluşlarının, kırsal turizmin gelişimi için vermiş oldukları teşviklerden haberdar mısınız?” sorusuna verilen cevaplarla ilgili bulgular Tablo 5’te gösterilmiştir. Katılımcıların teşviklerden yeterince haberdar olmadıkları, uzun süren resmi işlemler ve evraklarla uğraştıkları bir kısım işlemleri kendi imkânlarıyla bitirmek zorunda kaldıklarını konusunda rahatsızlıklarını dile getirmişlerdir. Bu ifadeye verilen cevaplar “eksik bilgilendirilme”, “kişisel sermaye” ve “teşvik prosedürleri” temaları altında birleştirilmiştir.

Tablo 5: Katılımcıların Turizm Yatırım Teşvik Konusundaki Bilgi Düzeylerinin Kodlanması

Tanıma Sorusu	Görüş (Doğrudan Alıntı)	Verilerin Kodlanması	Temaların Tanımlanması
Kırsal Turizme yatırım yapan bir girişimci olarak, devlet ve sivil toplum kuruluşlarının, kırsal turizmin gelişimi için vermiş oldukları teşviklerden haberdar mısınız? Sizde bu teşvikler yeterli midir?	-Kırsal turizme verilen teşvikler, yeterince duyurulmamaktadır. Bu yüzden yatırımcılar olarak kendi imkânlarımızla araştırarak haberdar olmaktayız. Teşvikler için süre çok uzun ve kullanma imkânları kısıtlı. Teşvik için evrak işlemleri çok zor ve zaman almaktadır.	Kırsal Turizm Teşviki -Yetersiz haber alma -Kendi imkânları dâhilinde uğraşma -Uzun süren teşvik prosedürleri	Eksik Bilgilendirme Kişisel Sermaye Teşvik prosedürleri

4.6. Katılımcıları Risk Algılarına İlişkin Bulguları

Katılımcıların kırsal turizme yapmış oldukları yatırımlar sonucu ne gibi riskler aldıklarını ve ne gibi risklerle karşılaştıklarını tespit etmek amacıyla sorulan “Bir girişimci olarak Yeşilyurt Köyü gibi kırsal alanlara yatırım yapmanın sizce riskleri nelerdir ve bu riskler göze alınmalı mıdır? Ne gibi risklerle karşılaştınız?” sorusuna ilişkin bulgular Tablo 6’da gösterilmiştir. Yapmış oldukları yatırımların kendilerine geri dönüşümünün uzun süreleri kapsaması, doluluk oranlarındaki değişiklikler nedeniyle karlılık oranlarının mevsimsel farklılıklar taşıdığı, köye yapılan alt ve üst yapı yatırımlarının yetersiz olması kodlaması yapılmıştır. Bu ifadeler verilen cevaplar “etkinlik- verimlilik”, “değişken karlılık”, “kapasite kullanımı” ve “dış hizmet faktörlerinin yetersizliği” temaları altında belirtilmiştir.

Tablo 6: Katılımcıların Kırsal Alanlara Yatırım Yapma Konusundaki Risk Algılarının Kodlanması

Tanıma Sorusu	Görüş (Doğrudan Alıntı)	Verilerin Kodlanması	Temaların Tanımlanması
Bir girişimci olarak Yeşilyurt Köyü gibi kırsal alanlara yatırım yapmanın sizce riskleri nelerdir ve bu riskler göze alınmalı mıdır? Ne gibi risklerle karşılaştınız?	--Belli dönemlerde geri dönüşüm yetersizdir. 12 aya yaymak zordur. Karlılık oranı bazı aylarda düşüktür. İşletmelerin doluluk oranları hava şartlarına bağlıdır. Yetersiz alt ve üst yapı sorunları.	Kırsal Turizm Yatırım Riski -Yatırımın geri dönüşümünün uzun süre alması -Karlılık oranlarının inişli-çıkışlı olması -Doluluk oranlarının değişkenliği -Alt ve üst yapı yatırımlarının yetersiz olması	Etkinlik-Verimlilik Değişken Karlılık Kapasite Kullanımı Dış Hizmet Faktörlerinin Yetersizliği

4.7. Katılımcıların Ekonomik Beklentilerine İlişkin Bulguları

Yeşilyurt Köyünde kırsal turizme yatırım yapan girişimcilerin, yapmış oldukları yatırımları sonucunda ekonomik beklentilerini gerçekleştirip gerçekleştirmediklerinin tespit edilmesi için sorulan “Girişimci olarak Yeşilyurt Köyü’ne yatırım yaparken oluşan ekonomik beklentileriniz ile şu anda elde ettikleriniz sizi memnun etti mi?” sorusu sonucu çıkan bulgular Tablo 7’de gösterilmiştir. Katılımcıların görüşlerinde köye olan ilginin giderek artması, kırsal turizm alanlarındaki yerlerin giderek değerlendirilmesi ve ekonomik beklentilerinde iyi niyetleri ön plana çıkarken, şu andaki durumdan memnun olmadıkları kar yerine zarar etmemek için uğraştıkları ortaya çıkmıştır. Bu ifadeler verilen cevaplar “memnuniyetsizlik”, “talep artışı” ve “arazi değer artışı” temaları altında birleştirilmiştir.

Tablo 7: Katılımcıların Yeşilyurt Köyü Yatırımları Karşısındaki Beklentilerinin Kodlanması

Tanıma Sorusu	Görüş (Doğrudan Alıntı)	Verilerin Kodlanması	Temaların Tanımlanması
Girişimci olarak Yeşilyurt Köyü'ne yatırım yaparken oluşan ekonomik beklentileriniz ile şu anda elde ettikleriniz sizi memnun etti mi?	-Memnun değiliz. Zarar etmemek için uğraşyoruz. Kırsal turizme ilginin artması bizi ümitlendiriyor. Zamanla artışları bekliyoruz. İşletme kazanmasa da yerimiz ve aramız sürekli kazanıyor.	Kırsal Turizm Yatırım Beklentileri -Tatmin olmamış memnuniyet seviyesi -Artan kırsal turizm talebi karşısındaki iyi niyet -Arazilerin zaman içinde değerlendirilmesi	Memnuniyetsizlik Talep artışı Arazi Değer Artışı

4.8. Katılımcıların Önerilerine İlişkin Bulguları

Turizm sektörüne yatırım yapmak hem pahalı hem riskli bir girişimdir. Kırsal turizme yatırım yapmak isteyen girişimcilere örnek teşkil etmesi ve tecrübe paylaşımını ortaya çıkarmak için sorulan “Kırsal turizme yatırım yapmak isteyen yeni girişimcilere önerileriniz neler olabilir?” sorusuna katılımcıların verdikleri cevaplar Tablo 8’de gösterilmiş olup, uzun süre beklemeyi göz önüne almaları, yapmış oldukları yatırımlarının özelliklerini bilmeleri, işletme karlılığından çok arazinin değer kazandığı, kırsal turizmin geleceğinin olduğu görüşleri ortaya çıkmıştır. Bu ifadeler verilen cevaplar “yatırım sabırlılığı, girişimcilik bilgisi, stratejik planlama” temaları altında birleştirilmiştir.

Tablo 8: Katılımcıların Kırsal Turizme Yatırım Yapma Konusunda Önerilerinin Kodlanması

Tanıma Sorusu	Görüş (Doğrudan Alıntı)	Verilerin Kodlanması	Temaların Tanımlanması
Kırsal Turizme yatırım yapmak isteyen yeni girişimcilere önerileriniz neler olabilir?	--Yatırımın geri dönüşümü için uzun süre beklemeyi göze almalıdırlar. İşletmeden çok arazinin değer kazandığını bilmeleri gerekir. Gelecekle ilgili planlarını, kırsal turizme yönelik yapabilirler.	Kırsal Turizm Yatırım Önerileri -Yatırımda dönüşümün zaman alması -Yatırım özelliklerini bilmeleri -Gelecekte kırsal turizme yönelmeleri	Yatırım sabırlılığı Girişimcilik bilgisi Stratejik Planlama

5. SONUÇ VE ÖNERİLER

Odak grup görüşmelerinden elde edilen veriler ışığında bir genelleme yapmak ve sonuca ulaşmak doğru bir çıkarım olmamakla birlikte, bu görüşler ışığında önerilerde bulunmak en doğru seçenek olabilmektedir:

1. Kırsal turizm alanlarının yeterince tanıtılmadığı, kültürel değerlerimize sahip çıkarak, söz konusu alanların tanıtımı ve pazarlanması için rol – modeller geliştirilmelidir. Televizyonlarda çok seyredilen kanallarda kırsal turizm alanları tanıtılmalıdır.
2. Kırsal turizm alanlarının yeterince tanıtılmadığı, kültürel değerlerimize sahip çıkarak, söz konusu alanların tanıtımı ve pazarlanması için rol – modeller geliştirilmelidir. Televizyonlarda çok seyredilen kanallarda kırsal turizm alanları tanıtılmalıdır.
3. Kırsal turizm alanlarına yatırım yapan işletmelere yapılan indirimlere ek olarak özel indirimler yapılmalıdır. Elektrik, su, yakıt ve vergi indirimi gerekmektedir.
4. Kırsal turizm alanlarının alt ve üst yapı yatırımlarının çözümü gerekmektedir. Özellikle yol, su, internet ve elektrik yatırım yetersizliği işletmeleri zor durumlarda bırakmaktadır.
5. Kırsal turizm için verilen teşviklerden girişimcilerin haberdar olmadığı tespit edilmiştir. Bu sebepten dolayı teşviklerin sosyal paylaşım siteleri dâhil olmak üzere sürekli gündemde tutulması gerekir.
6. Kırsal turizme yatırım yapan girişimcilerin sabırlı olmalı ve arazilerinin her geçen gün değer kazandığının bilincinde olmaları gerekir.

KAYNAKÇA

- Andereck, K. L., Valentine, K. M., Knopf, R. C. ve Vogt, C. A. (2005). Residents' perceptions of community tourism impacts. *Annals of Tourism Research*, 32(4), 1056-1076.
- Andriotis, K. (2005). Community groups' perceptions of and preferences for tourism development: Evidence from Crete. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 29(1), 67-90.
- Akis, S., Peristianis, N. ve Warner, J. (1996). Residents' attitudes to tourism development: The case of Cyprus. *Tourism Management*, 17(7), 481-494.
- Akova, O. (2006). Yerel halkın turizmin etkilerini algılamalarına ve tutumlarına yönelik bir araştırma. *Akademik İncelemeler Dergisi*, 1(2), 77-109.
- Ayazlar, G. (2016). Yerel halkın turizmin etkilerine yönelik tutumlarını anlamak: Yerel halkın bölge imajı ve turizm desteği. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 9(43), 2538-2547.
- Aydemir, B., Kafa, N., Uzun, D. ve Özdemir, K. (2013). Kırsal kalkınma için kırsal turizm girişimciliği potansiyelinin değerlendirilmesi: Dünya ve Türkiye uygulamaları. *5. Uluslararası Girişimcilik Kongresi*, Almaatı-Kazakistan.
- Besculides, A., Lee, M. E. ve McCormick, P. J. (2002). Residents' perceptions of the cultural benefits of tourism. *Annals of Tourism Research*, 29(2), 303-319.
- Burcu, E. (2002). Üniversitede Okuyan Özürlü Öğrencilerin Sorunları: Hacettepe Üniversitesi Beytepe Kampüsü Öğrencileri Örneği. *Hacettepe Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Dergisi*, 19 (1), 83-103.
- Çalışkan, U., & Tütüncü, Ö. (2008). Turizmin yerel halk üzerindeki etkileri ve Kuşadası ilçesi uygulaması. *IV. Lisansüstü Turizm Öğrencileri Araştırma Kongresi*, 23-27 Nisan 2008, Belek, Antalya.
- Çavuş, Ş., & Tanrısevdi, A. (2002). Residents' attitudes toward tourism development: A case study in Kuşadası, Turkey. *Tourism Analysis*, 7, 259-269.
- 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.
- Çeken, H., Uçar, M. ve Dalgın, T. (2012). *Kırsal turizmin gelişimi konusunda yerel halkın algıları: Fethiye yöresi örneği*. *Turizm ve Araştırma Dergisi*, 1(1), 4-21.
- Çevik, S., Yıldırım Saçılık, M. ve Toptaş, A. (2018). Eski köye yeni adet: Turizm ve kültürel yapı etkileşimi. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 11(58), 617-630.
- DPT (2000). Sekizinci Beş Yıllık Kalkınma Planı: Kırsal Kalkınma Özel İhtisas Komisyonu Raporu, <http://www.kalkinma.gov.tr/Pages/OzelIhtisasKomisyonuRaporlari.aspx>
- Dyer, P., Gürsoy, D., Sharma, B., & Carter, J. (2007). Structural modeling of resident perceptions of tourism and associated development on the Sunshine Coast, Australia. *Tourism Management*, 28, 409-422.
- Ekici, R., & Çizel, B. (2014). Yerel halkın turizm gelişimi desteğine ilişkin tutumlarının destinasyonların gelişme düzeylerine göre farklılıkları. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 11(3), 73-87.
- García, F. A., Fernández, M. A., Vázquez, A. B., & Macías, R. C. (2016). Residents' perceptions of tourism development in Benalmádena (Spain). *Tourism Management*, 54, 259-274.
- Gökçe, O. (2006). *İçerik Analizi: Kuramsal ve Pratik Bilgiler*. Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Gümüş, N., & Özüpekçe, S. (2009). Foça'da turizmin ekonomik, sosyal, kültürel ve çevresel etkilerine yönelik yerel halkın görüşleri. *Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi*, 6(2), 398-417.
- Gürsoy, D., & Rutherford, D. G. (2004). Host attitudes toward tourism: An improved structural model. *Annals of Tourism Research*, 31(3), 495-516.
- Krueger, R. A. (1994). *Focus Groups- A Pratical Guidefor Applied Research*, London, SAGE Pub.
- Kreuger, R. A. (1998). *Developing Questions for Focus Groups*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Kreuger, R. A. ve Casey, M. A. (2014). *Focus Groups: A Practical Guide for Applied Research* (5. Basım). Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Küçük, O. (2007). *Girişimcilik ve Küçük İşletme Yönetimi*. Ankara: Seçkin Yayıncılık San. ve Tic. A.Ş.

- Mason, P., & Cheyne, C., (2000). Residents' attitudes to proposed tourism development. *Annals of Tourism Research*, 27, 391-411.
- Özdemir, M. A., & Kervankıran, İ. (2011). Turizm ve turizmin etkileri konusunda yerel halkın yaklaşımlarının belirlenmesi: Afyonkarahisar örneği. *Marmara Coğrafya Dergisi*, 24, 1-25.
- Soykan, F. (2003). Kırsal turizm ve Türkiye turizmi için önemi. *Ege Coğrafya Dergisi*, 12, 1-11.
- Türker, G. Ö., & Türker, A. (2014). Yerel halkın turizm etkilerini algılama düzeyi turizm desteğini nasıl etkiler: Dalyan destinasyonu örneği. *Electronic Journal of Vocational Colleges*, 4(1), 81-98.
- Uçar, M., Uçar, H., Kurnaz, A. ve Akyurt Kurnaz, H. (2012). Kırsal turizmin sosyo-ekonomik yapıya etkisi ve Fethiye örneği. *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 14(22), 75-82.
- Uysal, A. B. ve Sakarya, İ. (2012). Kırsal Soylulaştırma ve Turizmin Kırsal Yerleşimlere Etkileri: Adatepe ve Yeşilyurt Köyleri. 8 Kasım Dünya Şehircilik Günü 36. Kolokiyumu "Mekânsal Değişim ve Dönüşüm", 8-10 Kasım 2012, Ankara.
- Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2011). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri* (8. Basım). Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Yoon, Y., Gürsoy, D., & Chen, J. S. (2001). Validating a tourism development theory with structural equation modeling. *Tourism Management*, 22, 363-372.
- Zhang, J., Inbakaran, R. J., & Jackson, M. S. (2006). Understanding community attitudes towards tourism and host-guest interaction in the urban-rural border region. *Tourism Geographies*, 8(2), 182-204.