

Article Arrival : 04/12/2020

Published : 10.01.2021

Doi Number  <http://dx.doi.org/10.26449/sssj.2888>Reference  Yıldırım, C. & Köktürk, N. (2021). "Turizm Girişimcilerinin Kültür Turizmüne Yönelik Yatırım ve Yenilik Çalışmalarının Nitel Bir Araştırmayla İncelenmesi" International Social Sciences Studies Journal, (e-ISSN:2587-1587) Vol:7, Issue:76; pp:31-39

TURİZM GİRİŞİMCİLERİNİN KÜLTÜR TURİZMİNE YÖNELİK YATIRIM VE YENİLİK ÇALIŞMALARININ NİTEL BİR ARAŞTIRMAYLA İNCELENMESİ

A Qualitative Study on Tourism Entrepreneurs' Investment and Innovation in Culture Tourism

Dr. Cem YILDIRIM

Kars/Türkiye

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-6773-6889>

Dr. Öğr. Üyesi. Neşe KÖKTÜRK

Zonguldak Bülent Ecevit Üniversitesi, Çaycuma Meslek Yüksekokulu, Zonguldak/Türkiye

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-1215-1442>

ÖZET

Kültür turizmde, turist çekim alanları kültürel değerlerin turizmin hizmetine sunulmasındaki önemini her geçen gün arttırmaktadır. Turizm talebinin artması, yöre halkına kazanç sağlamakla birlikte turizm girişimcilerinin yenilik çalışmalarını planlayarak sahada uygulamaya geçmelerini sağlamaktadır. Bu çalışmanın amacı; turizm girişimcilerinin kültür turlarının güzergâhlarında yapmış oldukları yatırımları neticesinde beklentilerini tespit etmek ve yenilik çalışmalarının sonuçlarını incelemek, çıkan sonuçları turizm çekim yöresi açısından değerlendirilerek yeni yatırım yapmak isteyen turizm girişimcilerini bilgilendirmektir. Araştırmada nitel araştırma desenlerinden fenomenoloji deseni kullanılarak katılımcılarla grup odak görüşmeleri yapılmıştır. Elde edilen bilgiler doküman haline getirilerek, turizm girişimcilerin Kars ilinde yaptıkları çalışmalar incelenmiş ve örnek olarak gösterilmiştir. Çalışmada verilerin elde edilmesi amacıyla, Kars-Merkez ile Sarıkamış ilçesinde yatırım yapmış 4 otel işletmesi sahibiyile ve 4 yöresel yemek satışı yapan lokanta sahibiyile görüşmeler yapılmıştır. Araştırmada grup odak görüşme türü uygulanmıştır. Elde edilen veriler içerik analizi aşamaları dikkate alınarak değerlendirilmiştir. Araştırmanın bulgularına göre; otel sahiplerinin kültür turlarına yönelik yapmış oldukları yatırımlardan memnun oldukları, kârlılık oranlarının artarak devam ettiği ve toplumda bir statü kazandıkları için memnun oldukları tespit edilmiştir. Çıkan sonuçlar doğrultusunda otel sahiplerinin konuyla ilgili önerileri doğrultusunda kültür turlarına yatırım yapmak isteyen turizm girişimcilerine önerilerde bulunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Kültür Turizmi, Turizm Girişimciliği, Yenilikçilik, Kars

ABSTRACT

In cultural tourism, tourist attraction areas increase the importance of cultural values in the service of tourism day by day. Increasing demand for tourism provides income for the local people and enables tourism entrepreneurs to plan their innovation studies and put them into practice in the field. The aim of this study is; To determine the expectations of tourism entrepreneurs as a result of their investments on the routes of cultural tours, to examine the results of innovation studies, to evaluate the results in terms of the tourism attraction region and to inform tourism entrepreneurs who want to make new investments. In the research, group focus discussions were conducted with the participants by using the phenomenology pattern, one of the qualitative research designs. The obtained information has been documented and the work done by tourism entrepreneurs in the province of Kars has been analyzed and shown as an example. In order to obtain data in the study, interviews were made with 4 hotel business owners who invested in Kars-Merkez and Sarıkamış district and 4 restaurant owners who sell local food. Group focus interview type was used in the study. The obtained data were evaluated by considering the content analysis stages. According to the findings of the research; it has been determined that hotel owners are satisfied with the investments they have made in cultural tours, their profitability rates continue to increase and they are satisfied with gaining a status in the society. In line with the results obtained, suggestions were made to tourism entrepreneurs who wanted to invest in cultural tours, in line with the suggestions of the hotel owners.

Keywords: Cultural Tourism, Tourism Entrepreneurship, Innovation, Kars

1. GİRİŞ

Kültür turizmi kültür turlarına katılan turistlerin gittikleri yerlere ekonomik fayda sağladıkları bir özellik taşımaktadır. Bölgesel olarak kültür turizm talebinin artış göstermesi, turizm girişimcilerini cesaretlendirmekte ve bu sektöre yatırım yapma planlarını etkilemektedir. Kültürel değerlerin yoğun olduğu yerlerde turlara katılan turistler tarihi ve turistik değerlerin yanında yörenin yaşam şekillerini ve gastronomik mirasını da satın almaktadırlar.

Dünya genelinde kültürel değerlerin korunduğu bölgelere doğru turizm talebindeki artış dikkat çekmektedir. Kültür turizmine katılan turistlerin gittikleri bölgelerde yaşam şekillerini ve kültürel değerleri önem ve merakla satın aldıkları ve bölge insanına ekonomik fayda sağladıkları bilinmektedir (Toptaş, 2020: 3191).

Kars ve bölge illerde kültür turlarına katılan turistlerin sayısında son yıllarda artmış görülmektedir. Kültür turlarındaki bu artış, otel girişimciliği ve turizm hizmeti amacıyla açılan yeni işletmeleri doğurmuştur. Bu çalışmada; son yıllarda Doğu Ekspresinin turistik tren olarak kullanılmaya başlanmasıyla birlikte Kars ve çevresinde kültür turizmine yönelik turistik ürünlerde artış olduğu gözlenmiştir. Girişimcilerin yapmış oldukları yatırım ve yenilik çalışmaları örnek olarak gösterilmiş ve diğer bölgelerdeki turizm girişimcilerin cesaretlendirilmesi hedeflenmiştir. Buna ek olarak, yapılan çalışma kapsamında, turizm girişimciliği, yenilikçilik ve kültür turizmi kavramsal açıdan incelenmiş ilgili alanlarda literatür taraması yapılmıştır. Verilerin elde edilmesi amacıyla bölgede yatırım yapan girişimcilerle; yaptıkları yatırımlardan beklentileri, kârlılık oranları ve yenilik çalışmalarına yönelik görüşmeler yapılarak ulaşılan bilgiler irdelenmeye çalışılmıştır.

Elde edilen bulgulara göre, Kars Doğu Ekspresinin seferlerine başlaması, kültür turlarına yapılan yatırım ve yenilik çalışmalarının artması, Kars'ı Türkiye ve Dünya gündemine taşımıştır. Kars bölgeye yapılan kültür turlarının programlarına alınarak turistlerin gezi rotalarına dâhil edilmiş ve yoğun olarak ziyaret edilen bir turizm alanı olmuştur. Girişimciler tarafından başlatılan projeler önceden sürekli göç veren Kars'a geri dönüşleri başlatmıştır. Kültür turizm potansiyelinin yüksek olduğu bölgelerde kültürel varlıklar, yöresel yiyecek ve içecekler, doğal yaşam, çevrenin sürdürülebilirliği turistlerin ilgisini çekmektedir. Bu ilgi ve talebe karşı o bölgede yaşayan ve dışarıdan gelen girişimciler tarafından oteller yapılmış, bölge halkının üretmiş olduğu yöresel yemeklerin ciddi anlamda ekonomik katkı sağladığı görülmüştür ve konu, turizm girişimcileri için kültürel turistik değer yaratan ürünlere yatırım yapmaları bağlamında tartışılmıştır.

2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Turizmin ilk başladığı yıllarda yapılan gezilerin tatil amaçlı olmadığı bilinmektedir. Tarihi süreçte yapılan ilk geziler, bilinmeyen yerleri görme ve öğrenme amacıyla kültür gezilerinden oluşmaktadır. Kültür turizminin; ilk olarak 1980'li yıllarda Avrupa Komisyonu'nda kültürel değer ve kültürel kimlikleri ortaya koymak amacıyla bir sözcük olarak kullanıldığı görülmektedir (Çulha, 2008: 1829). Kültür turizmi bir bölgenin, toplumun veya grubun kim olduğu, nasıl yaşadıkları, neler yedikleri, tarihi, sanatı, yaşam şekilleri, inançları, sürdürülebilir kültürel miraslarını insanların ziyaret etmeleriyle ilişkili bir kavramdır (Erdoğan, 2020: 344).

Kültür turizmi; turizm talebindeki artışın ve yönelimin olduğu sosyal ve kültürel değerlerin yanı sıra doğal çevrenin sürdürülebilirlik özelliklerinin korunabilmesi ve bölge halkına ekonomik fayda sağlanması hususunda en etkili araçlardan birisidir. Kültür turizmi doğal özelliklerin yanı sıra tarihi ve kültürel varlıkların korunması, önemli sanat eserlerinin, sosyo-ekonomik ve bölgenin geleneksel turistik değerlerinin ürün biçiminde turistlerin hizmetine sunulduğu bir hizmet anlayışı olarak tanımlanabilir (Toptaş, 2020: 3381).

Kültür turlarına katılmayı tercih eden turistlerin, kültürel çekicilik özelliği olan ve ilgilerini çeken kültürel değerleri doğal ortamlarında görmek amacıyla oldukları bilinmektedir. Kültür turlarına katılan turistler, gittikleri yerlerin tarihi eserlerini, eski uygarlıklara ait kalıntıları görmeyi amaç edinmekte, yöresel kültürel değerleri önem ve merakla satın almaktadır. Turistlerin hizmetine sunulan bu turistik ürünlerin ekonomik katkı sağlama özellikleri bulunmaktadır. Kültür turlarına talebin artması yatırımcılarla birlikte bölge halkının da gelir seviyesini yükseltmektedir. Kültürel değerlere yönelik oluşan ilgi, istikrarlı bir talep özelliği taşımaktadır. Kültür turizmi mevsimsel değildir ve 12 aya yayılan bir özellik taşımaktadır. Ayrıca kültür turlarına yönelik turizm hareketlerinin artışı yeni iş imkânları yaratarak bölge insanının istihdam edilmesini sağlamaktadır (Toptaş, 2020: 3381).



Girişimciler, amaçladıklarını gerçekleştirebilmek için üretim faktörlerinden emek, sermaye, doğal kaynaklar, teknoloji ve girişimcilik ruhunu bir araya getiren ve kar amacı güden, fırsatları gören kişilerdir. Bu bağlamda turizm sektörü dâhil olmak üzere girişimciler tarafından yapılacak yatırımların ekonomide olumlu gelişmelere katkı sağlayacağı söylenebilir (Toptaş, 2018: 5644).

Turizm Girişimciliği son yıllarda kullanılmaya başlanmış olsa da, girişimcilik kelimesinin kökeni Fransızca olup Türkçede “üstlenmek” anlamında kullanılan bir fiil olarak kullanılmaktadır. Girişimcilik kavramı 18. Yüzyıldan itibaren akademik amaçlı kullanılmaya başlanmıştır (Küçükaltan, 2012: 22).

1982 yılında kabul edilen 2634 sayılı “Turizm Teşvik Kanunu” turizm girişimcilerine turizme yatırım yapmaları için önemli avantajlar sağlamış ve girişimcileri teşvik etmiştir. Bu dönemle birlikte Türkiye’de yeni turizm tesisleri yapılmaya başlamış ve yatak sayıları artmıştır. Ayrıca nitelikli personel yetiştirilmek için eğitim konusunda da çalışmalar yapılmış, turizm alanında alt yapı ve üst yapı çalışmalarına öncelik verilmiştir. Kültürel değerlerin korunması fikrinin ve bilincinin oluşması turizmde sürdürülebilirlik faaliyetleri hızlanmasına sebep olmuştur ve alternatif turizm çeşitleri için kararlar alınmıştır (Dalgın vd., 2015: 179). Teşviklerin ve desteklerin artması turizm girişimcilerinin yeni yatırım kararları almasını sağlamıştır. Küçük ve orta ölçekli turizm işletmeleri kurulması, turizmde kullanılan ürün, hizmet ve ortaya çıkan yeni turizm türleri, turizm sektöründe yer alan turizm girişimcilerine alternatifler sunmuştur (Işık vd., 2019: 123). Otel işletmelerine yapılan yatırımlar ekonomik değer yaratması açısından oldukça önemlidir. Girişimcilik ve Yenilikçilik kavramlarının ülkelerin gelişiminde önemli bir yere sahip olduğu bilinmektedir.

Yenilik kelimesi Latince kökenli bir sözcüktür ve Türkçede “yenilik, yeni ve değişik bir şey yapmak, yenileştirmek” anlamında kullanılmaktadır. Türkiye’de inovasyon firmaları yoğun olarak faaliyetlerini sürdürmektedirler ve ekonomik büyümede belirleyici rol üstlenmişlerdir (Aykanat ve Yıldız, 2016: 207).

Girişimciler mevcutta var olan kaynaklara yeni şeyler ekleyerek kapasitelerini artırma yoluna gitmiş ve refah seviyelerini yenilik çalışmalarıyla yükseltmişlerdir (Drucker, 1998: 2). Yenilik, aynı zamanda fikirlerin farklı aşamalara geçirilmesi ve bir süreç olarak kaynakların kullanılması, bu aşamalarda ortaya çıkan sorunların yaratıcı şekilde çözülmesidir (Er, 2013: 80).

Turizm sektöründe inovasyon konusunda son yıllarda özellikle yönetim, ürün, pazarlama ve sürece bağlı katkıların gözden geçirildiği görülmektedir. Turizm işletmeleri, hizmet sektöründe faaliyet gösteren, önemli işletmeler arasında ilk sırada yer alan ve yoğun emeğe dayalı değişik bileşenleri bir araya getiren hizmet işletmeleri olarak ifade edilebilmektedir (Toptaş ve Taştan, 2020: 64). Girişimcilikte yeniliğin önemli faktörlerden biri olması yeniliklerin kritik bir faktör olduğunu göstermektedir (Hjalager, 2010: 192). Kültürel mirasın korunması ve sürdürülebilir olması olumlu beklentileri beraberinde getirmiştir. Turizm girişimcilerinin yapmış oldukları yatırımlar toplumlara çeşitli olanakları sunmasına, yerel halkın yaşam kalitesinin artmasına sebep olmaktadır. (Öktem ve Kalyoncu, 2020: 219).

Kültürel ve çevresel değerler ile tarihi eserlerin yenilik çalışmalarıyla korunmasında kamu ve özel kesimin birlikte hareket etmesi gerekmektedir. Etkin politikalar uygulanarak, turizm girişimcilerinin bu alanlara yatırım yapmalarının teşvik edilmesi önemlidir.

3. BULGU VE TARTIŞMALAR

3.1. Araştırmanın Amacı

Kars ilinde turizm sektörüne yatırım yapmış olan turizm girişimcilerinin kültür turlarının güzergâhlarında yapmış oldukları yenilik çalışmalarının sonuçlarının incelenmesi ve sonuçlarının turizm çekim yöresi açısından değerlendirilerek yeni yatırım yapmak isteyen turizm girişimcilerini cesaretlendirmek ve bilgilendirmektir.

3.2. Araştırmanın Yöntemi ve Deseni

Çalışmada nitel araştırma desenlerinden olan olgubilim (fenemoloji) deseni kullanılmıştır. Araştırmada verileri elde edebilmek için Kars ilinde otel işletmesi yatırımı yapan turizm girişimcileriyle grup odak görüşmeleri yapılmıştır. Katılımcılardan veri elde edebilmek amacıyla örnekleme yöntemine gidilmiştir. Maksimum çeşitlilik örneklemede katılımcıların genelleme yapmaları değil, ortak ya da paylaşılan olguların olup olmadığını bulmaya çalışmıştır ve bu çeşitliliğe göre çalışmanın problemin farklı boyutlarıyla ortaya konulmasına çalışılmıştır.

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

Kars ve ilçeleri tam ve yarım doğu kültür turlarının güzergâhında bulunan önemli bir kültür turizm alanıdır. Doğu ekspresinin son yıllarda yoğun ilgi görmesi ilde turizm hareketliliğini arttırmıştır. Bu amaçla ilde kültür turlarına yatırım yapan turizm girişimcileri ve tesislerdeki yenilik çalışmalarını incelemek için Kars Merkez ve Sarıkamış ilçesinde 4 otel işletme sahibi ve yöresel yemek satan 4 lokanta sahibiyle görüşmeler yapılmıştır ve araştırmanın örnekleme olarak belirlenmiştir.

3.4. Veri Toplama ve Analizi

Araştırmada veri elde etmek amacıyla Kars turizm girişimcileriyle odak grup görüşmesi gerçekleştirilmiştir. Odak grup görüşmesinin amacı, boyut, oluşum ve yöntem açısından özel bir grup türünü ifade etmektedir. Ayrıca insanların bir konu, fikir, ürün ya da hizmet hakkındaki duygularını ve düşüncelerini ortaya çıkarmaktır (Kreuger ve Casey, 2014). Odak grup görüşmeleri genellikle yapılan çalışmalarda 5 veya 8 kişiden oluşan topluluklardan oluşmaktadır. Yapılan bu çalışmada odak grup görüşmesi 4 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 ve hazırlanmış 10 adet açık uçlu soru yöneltilmiştir. Soruların sıralanmasında Krueger'in (1998) odak grup görüşme sorularının sıralanmasıyla ilgili çalışmasından yararlanılmıştır. Görüşmenin başında öncelikle katılımcılara çalışmanın amacı ve içeriği hakkında bilgilendirme yapılmıştır. Yapılan görüşmenin verileri ses kayıt cihazıyla kayıt altına alınmıştır. Elde edilen veriler içerik analizi yöntemiyle incelenmiştir. İçerik analizi, yöntem olarak mevcut olan metinlerin nicel ve nitel boyutlarından hareketle, mevcut olmayan, 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: 14.09.2020
Odak Grup Bölgesi/Yeri: Kars Merkez- Kars İli Sarıkamış İlçesi
Girişimcilerin Sayısı/Tanımı: 8, Kars Turizm Girişimcileri
Odak Grup Konusu: Turizm Girişimcilerinin Kültür Turizm Yatırımları ve Yenilik Çalışmaları

Odak grup çalışması görüşme soruları şu şekilde sıralanmıştır

1. Kendinizi kısaca tanıtır mısınız?
2. Kaç yıldır Kars'ta turizm işletmeciliği yapıyorsunuz?
3. Kültür Turizmi size ne ifade etmektedir?
4. Turizm girişimciliği size ne ifade ediyor?
5. Kars'a yatırım yapmak için sizi teşvik eden unsurlar nelerdir?
6. Kültür turizme yatırım yapan bir girişimci olarak, size sağlanan teşvikler yeterli midir?
7. Bir girişimci olarak kültür turizmine yatırım yapmanın sizce riskleri nelerdir ve bu riskler göze alınmalı mıdır? Ne gibi risklerle karşılaştınız?
8. Kültür turizmine yatırım yaparken yenilik çalışmalarında bulundunuz mu?
9. Girişimci olarak Kars'ta yatırım yaparken oluşan ekonomik beklentileriniz ile şu an elde ettikleriniz sizi memnun etti mi?
10. Yapmış olduğunuz kültür turizmi yatırımları hakkında görüşleriniz nelerdir?

4. BULGULAR

4.1. Katılımcılara İlişkin Bulgular

Odak grup görüşmesi yapılan katılımcılara yöneltilen ilk iki soruda kısaca kendilerini tanıtmaları istenmiş ve Kars ilinde kaç yıldır turizm girişimcisi oldukları sorulmuştur. Katılımcıların yaşları 34-62 arasında değişiklik göstermektedir. Yatırım yapan girişimcilere bakıldığında sekiz kişinin de Karşılı olduğu, altısının Karsta yaşayan girişimci olduğu, diğer iki kişinin farklı illerde yaşarken kültür turlarındaki artıştan dolayı



Kars'a gelerek yatırım yaptıkları tespit edilmiştir. Yatırım yapan turizm girişimcilerinin 2 ile 35 yıldır turizm işletmesi sahibi oldukları tespiti yapılmıştır.

4.2. Katılımcıların Kültür Turizm Algılarına Bakış Açısına İlişkin Bulgular

Katılımcıların kültür turizmine yönelik algılarına ilişkin bulgular, katılımcıların kültür turizmine bakış açılarını ortaya çıkarmak için yöneltilen “Kültür turizmi size ne ifade etmektedir?” sorusuna ilişkin bulgular Tablo 2’de gösterilmektedir. Kars’a yatırım yapan girişimciler doğal, kültürel, fiziksel çevresel ve tarihi değerler ile yaşam şekillerini kültür turizmi olarak ifade etmişlerdir. Analiz sonucunda Kars turizm girişimcileri kültür turizm algılarını “doğal ve kültürel değerler”, “yöre halkı”, “kültürel çevre” ve “kültürel miras” temaları altında birleştirilmiştir.

Tablo 2: Katılımcıların Kültür Turizm Algılarının Kodlanması

Tanıma Sorusu	Görüş (Doğrudan Alıntı)	Verilerin Kodlanması	Temaların Tanımlanması
Kültür Turizmi size ne ifade etmektedir?	Kültür turizmi, doğal, kültürel, fiziksel ve çevresel değerler ön plana alınarak yapılan turizmdir. Kültürel değerlere yöre halkının el atmasıdır. Bir bölgenin yaşam şekilleri kültürel değerlerini ifade eder. Tarihi ve turistik yerlere yapılan ziyaretlerdir. Yöre halkıyla birlikte turizm gelirimizi arttırabilme anlayışını kapsar.	Kültür Turizm Tanımı Doğal, kültürel, fiziksel ve çevresel değerler Yerel halkın kültürel değerlere el atması Kültürel değerlerin satışı.	Doğal ve kültürel değerler Yöre halkı Kültürel çevre Kültürel Miras

4.3. Katılımcıların Turizm Girişimciliği Algılarına İlişkin Bulgular

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

Tablo 3: Katılımcıların Turizm Girişimciliği Algılarının Kodlanması

Tanıma Sorusu	Görüş (Doğrudan Alıntı)	Verilerin Kodlanması	Temaların Tanımlanması
Turizm girişimciliği size ne ifade ediyor?	Yatırım yaparak, yeni iş ve yenilik sağlayan kişilerdir. Kişinin yatırımlarında turizm düşünceleri ile işe başlamasıdır. Turizm Girişimciliği başlanmış olan iş değil, yeniden bir şeyler yaratmaktır. Turizmde girişimci olmak, cesaret, risk ve bilgi gerektiren bir olgudur. Toplumsal statü kazandırmıştır.	Yeni İş ve yenilikçilik yapabilmek Kendi düşünceleri ile yeni işe başlaması. Yeni işler yaratmak Cesaret, risk ve bilgi gerektiren bir düşünce	Yenilikçilik Özgün Düşünce Farklılık Turizm girişimcisi,

4.4. Katılımcıların Kars’a Yatırım Yapmalarını Teşvik Eden Unsurlar İlişkin Bulguları

Kars’a yatırım yapan turizm girişimcilerine yapmış oldukları kültür turizm işletmelerinin fikrinin oluşmasındaki teşvik unsurlarının ortaya çıkarılması amacıyla sorulan “Kars’a yatırım yapmak için sizi teşvik eden unsurlar nelerdir?” sorusuna ilişkin bulgular Tablo 4’te gösterilmektedir. Girişimcilerin ortak görüşü, Doğu Ekspresinin turizm treni olarak seferlerine başlaması ve yoğun talebin oluşması, müşteri kalitesi ve talebinin artmasıyla tesislerin yetersiz kalması, kış turizm talebinin Sarıkamış’a olan talebi arttırması ve sezonun 12 ay devam etmesinin yatırımlarda etkili olduğu düşünceleri ortaya çıkmıştır. Girişimcilerin teşvik unsurlarına ilişkin “talebin artması”, “turizm işletmeleri kapasitesi”, “kültürel değerler”, “karlılık ve verimlilik”, “kültür ve kış turizmi” temaları altında birleştirilmiştir.

Tablo 4: Katılımcıların Kars'a Yatırım Yapmalarını Teşvik Eden Unsurların Kodlanması

Tanıtmaya Sorusu	Görüş (Doğrudan Alıntı)	Verilerin Kodlanması	Temaların Tanımlanması
Kars'a yatırım yapmak için sizi teşvik eden unsurlar nelerdir?	Doğu ekspresinin turizm treni olarak seferlerine başlamasıyla birlikte Kars ve yöresine yoğun talep oluşmuştur. Daha önce var olan turizm işletmeleri yetersiz kalmıştır. Kars hem yaz hem de kış turizminde önemli bir çekim merkezidir. Sezon 12 ay devam etmektedir.	Kültür turizm Yatırım Teşvik Unsurları Tarihi ve doğal özellikler Katılımcıların gelir ve eğitim seviyesi yüksek müşteri tipi Tüm yıl süren ve kazançlı turizmin talebi	Talep artışı Turizm işletmeleri kapasitesi Kültürel değerler Karlılık ve verimlilik Kültür ve kış turizmi

4.5. Katılımcıların Kültür Turizm Teşvikleriyle İlgili Bilgilerine İlişkin Bulgular

Kars ve Sarıkamışta kültür turizmine yönelik yatırım yapan otel ve yöresel yemek sunumu yapan lokanta sahiplerine devlet ve sivil toplum kuruluşlarının kültür turizmi için vermiş oldukları teşviklerden haberdar olup olmadıkları sorulmuştur. Bununla birlikte, sağlanan bu teşviklerle ilgili düşüncelerini belirlemek amacıyla yöneltilen “Kültür Turizmine yatırım yapan bir turizm girişimcisi olarak, devlet ve sivil toplum kuruluşlarının, kültür turizmi için vermiş oldukları teşviklerden haberdar mısınız?” sorusuna verilen cevaplarla ilgili bulgular Tablo 5'te gösterilmiştir. Katılımcıların teşviklerden haberdar oldukları, özellikle tesislerinin yenilenmesi ve yöresel kültürel varlıklarla gastronomik mirasın gelen turistlere sunumu için teşvik edildikleri bununla birlikte kendi kişisel sermayelerini kullandıklarını ifade etmişlerdir. Bu ifadeye verilen cevaplar “sağlanan teşvikler ve destekler”, “kişisel sermaye” ve “teşvik prosedürleri” temaları altında birleştirilmiştir.

Tablo 5: Katılımcıların Kültür Turizm Teşviki Konusundaki Bilgi Düzeylerinin Kodlanması

Tanıtmaya Sorusu	Görüş (Doğrudan Alıntı)	Verilerin Kodlanması	Temaların Tanımlanması
Kültür turizme yatırım yapan bir girişimci olarak, size sağlanan teşvikler yeterli midir?	Kültür turizmi için Kars'a kamu ve sivil toplum kuruluşlarından sağlanan teşviklerden haberdarım. Tesislerin yenilenmesinde önemli destekler verilmiştir ama prosedürler uzun zaman almıştır. Teşviklerle birlikte kendi sermayemizden yararlandık. Yöresel yemek lokantası açmamda gastronomik mirasımıza destek olundu.	Kültür Turizm Teşviki Yeterli haber alma Kendi imkânları dâhilinde uğraşma Uzun süreli teşvik prosedürleri	Teşvikler Destekler Kişisel sermaye Teşvik prosedürleri

4.6. Katılımcıların Risk Algılarına İlişkin Bulguları

Katılımcıların kültür turizmine yapmış oldukları yatırımlar sonucu ne gibi riskler alıklarını ve ne gibi risklerle karşılaştıklarını tespit etmek amacıyla sorulan “Bir turizm girişimcisi olarak kültür turizmine yatırım yapmanın sizce riskleri nelerdir ve bu riskler göze alınmalı mıdır? Ne gibi risklerle karşılaştınız?” sorusuna ilişkin bulgular Tablo 6'da gösterilmiştir.

Kültürel varlıklara karşı oluşan talebin kültürel değerlerin korunmaması durumunda riskin ortaya çıkacağı, yapmış oldukları yatırımların kendilerine geri dönüşümünün uzun süreleri kapsamı, doluluk oranlarındaki değişiklikler nedeniyle karlılık oranlarının mevsimsel farklılıklar taşıdığı, kültürel değerlere ulaşımında alt ve üst yapı yatırımlarının yetersiz olması kodlanması yapılmıştır. Bu ifadelerle verilen cevaplar “sürdürülebilirlik”, “etkinlik- verimlilik”, “değişken karlılık”, “kapasite kullanımı” ve “dış faktörler” temaları altında belirtilmiştir.

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

Tanıtmaya Sorusu	Görüş (Doğrudan Alıntı)	Verilerin Kodlanması	Temaların Tanımlanması
Bir turizm girişimcisi olarak kültür turizmine yatırım yapmanın sizce riskleri nelerdir ve bu riskler göze alınmalı mıdır? Ne gibi risklerle karşılaştınız?	Kültürel değerlerin korunmasında yaşanan sıkıntılar. Koyulan sermayenin dönüşüm süresinin uzun olması. Sezonu 12 aya yayma zorluğu. Karlılık oranı bazı aylarda düşüktür. İşletmelerin doluluk oranları hava şartlarına bağlıdır. Alt ve üst yapı yatırımları yetersizliği. Kültür turizmine yapılan yatırımlar turizm sektöründe yaşanan genel risklerle örtüşmektedir.	Kültür Turizmi Yatırım Riskleri Yatırımın geri dönüşümünün uzun süre alması Karlılık oranlarının taleple orantısız Doluluk oranlarının değişkenliği Alt ve üst yapı yatırımları	Sürdürülebilirlik Etkinlik-Verimlilik Değişken Karlılık Kapasite Kullanımı Dış Faktörler

4.7. Katılımcıların Kültür Turizmine Yaptıkları Yenilik Çalışmalarına İlişkin Bulguları

Katılımcıların kültür turizmine yapmış oldukları yatırımlarda yenilik çalışmalarında bulunup bulunmadıklarını ve ne gibi yenilikleri Kars'ın kültür turizmine kazandırdıklarını tespit etmek amacıyla sorulan "Kültür turizmine yatırım yaparken yenilik çalışmalarında buldunuz mu?" sorusuna ilişkin bulgular Tablo 7'de gösterilmiştir.

Tablo 7: Katılımcıların Yenilik Çalışmalarından Beklentilerinin Kodlanması

Tanıtmaya Sorusu	Görüş (Doğrudan Alıntı)	Verilerin Kodlanması	Temaların Tanımlanması
Kültür turizmine yatırım yaparken yenilik çalışmalarında buldunuz mu?	Rus işgali döneminde Baltık mimarisiyle yapılmış yapıyı otele çevirerek turizme kazandırdık. Geleneksel halk oyunları ile turistlerin eğlenmeleri için animasyonlar hazırlandı. Yöresel yemekler çeşitlendirildi ve yeni eklemeler yapıldı. Kültürel varlıklar yenilendi. Kars kaşarı, bal ve gravyeri markalaştırıldı.	Tarihi eserlerin Korunması Yöresel kültürel değerlerin sunumu Yöresel yemek kültürünün sürdürülebilirliği Marka ve imaj oluşturma	Tarihi yapılar Animasyon Gastronomik Miras Marka

4.8. Katılımcıların Ekonomik Beklentilerine İlişkin Bulguları

Kars ili ve Sarıkamış ilçesinde kültür turizmine yatırım yapan turizm girişimcilerinin, yapmış oldukları yatırımları sonucunda ekonomik beklentilerinin gerçekleşme seviyesini tespit edilmesi için sorulan "Girişimci olarak Kars ve Sarıkamış'a yatırım yaparken oluşan ekonomik beklentileriniz ile şu anda elde ettikleriniz sizi memnun etti mi?" sorusu sonucu çıkan bulgular Tablo 8'de gösterilmiştir. Katılımcıların görüşlerinde Doğu Ekspresinin turizm treni olarak kullanılmasıyla birlikte Kars ve bölge illere ilginin giderek artması, kültür turizm alanlarındaki yerlerin yatırım amaçlı imara açılması ve talep artışında beklentilerin iyi niyetleri ön plana çıkarken, şu andaki durumdan memnun oldukları, kâr oranlarını arttırmak için uğraştıkları ortaya çıkmıştır. Bu ifadeler verilen cevaplar "memnuniyet", "talep artışı" "imar durumu" ve "karlılık" temaları altında birleştirilmiştir.

Tablo 8: Katılımcıların Yatırımları Karşısındaki Ekonomik Beklentilerinin Kodlanması

Tanıtmaya Sorusu	Görüş (Doğrudan Alıntı)	Verilerin Kodlanması	Temaların Tanımlanması
Girişimci olarak Kars'ta yatırım yaparken oluşan ekonomik beklentileriniz ile şu an elde ettikleriniz sizi memnun etti mi?	Oluşan ilgiden memnunuz ve yatırım kâr oranımızın artacağını düşünüyoruz. Kültür turizmine talebin artması ümit verici ve geleceğe daha pozitif bakıyoruz. Bizi ümitlendiriyor. Zamanla talebin daha da artacağını bekliyoruz. İşletme kazancımız ve yatırım yaptığım işletmenin değeri artıyor.	Kültür turizmi Yatırım Beklentileri Tatmin seviyesi ve memnuniyet seviyesi Artan kültür turizmi talebi karşısındaki iyi niyet Yatırımların değer kazanması	Memnuniyet Talep artışı İmar durumu Karlılık

4.9. Katılımcıların Kültür Turizm Yatırımlarına Önerilerine İlişkin Bulguları

Kültür turizmine yatırım yapmak isteyen girişimcilere örnek teşkil etmesi ve yatırım aşamasında ve sonrasında edinilen tecrübelerin paylaşımını ortaya çıkarmak için sorulan "Yapmış olduğunuz kültür turizmi yatırımları hakkında görüşleriniz nelerdir?" sorusuna katılımcıların verdikleri cevaplar Tablo 9'de gösterilmiştir.

Kültür turizmine yatırım yapma riskini göz önüne almaları, hangi bölgeye yatırım yapmaları gerektiğini bilmeleri ve yatırımlarının özelliklerini incelemeleri, işletme karlılığından çok kültürel değerlerin turizmin hizmetine sunulması gerekliliği, yatırımları değer kazandırdığı, kültür turizminin geleceğinin olduğu görüşleri ortaya çıkmıştır. Bu ifadeler verilen cevaplar "risk", "yatırım yeri seçimi", girişimcilik bilgisi, stratejik planlama" temaları altında birleştirilmiştir.

Tablo 9: Katılımcıların Kültür Turizmine Yatırım Yapma Konusunda Önerilerinin Kodlanması

Tanıtmaya Sorusu	Görüş (Doğrudan Alıntı)	Verilerin Kodlanması	Temaların Tanımlanması
Yapmış olduğunuz kültür turizmi yatırımları hakkında görüşleriniz nelerdir?	Bütün yatırımlarda olduğu gibi kültür turizmine yatırım yapmak risk taşır. Bu riski göze almak gerekir. Yatırım yapılacak bölgenin seçimi ve özellikleri önemlidir. Turizm yatırımları değer kazandıran yatırımlardır. Kültür turizmi gelecek vaat etmektedir.	Kültür turizmine Yatırım Önerileri Yatırımda dönüşümü Yatırım özelliklerini bilmeleri Gelecekte kültürel turizme yönelimlerin artışı.	Risk Yatırım yeri seçimi Girişimcilik bilgisi Stratejik planlama

4. SONUÇ VE ÖNERİLER

Türkiye’de kültür turizmine yönelik talep artışının turizm girişimcilerine olumlu etkileri bilinmektedir. Bu çalışma yalnız kültür turizmine yönelik turizm girişimcileri tarafından sadece otel işletmelerine yapılan yatırımlar değil, aynı zamanda kültürel yemeklerin sunulduğu ve satışının yapıldığı lokantalara yönelik yapılmış ve kültür turizminin etkilerinin değerlendirilmesi amaçlanmıştır. Kars ve Sarıkamış’ta bölgesel olarak yapılan bu çalışmanın sonuçlarının, turizm girişimcilerinin kültür turizmine yatırım yapmaları, yapısal olarak özellikleriyle kavramsal ve sektörel olarak uyum gösterip göstermediğinin ve beklentileri karşılama düzeylerinin yeni çalışmalarla belirlenmesi gerekmektedir.

Her çalışmada olduğu gibi, bu çalışmanın da sınırlılıkları söz konusudur. İlk olarak, bu çalışmanın örneklemini Kars ve Sarıkamış’ta faaliyet gösteren dört otel ve dört lokanta girişimcisi oluşturduğundan dolayı çalışmanın sonuçlarını ne bu il için ne Türkiye için ne de oteller için genellemek söz konusu değildir. Veri toplama yöntemi açısından da sonraki çalışmalarda verilerin, farklı turistik ürün sunan kaynaklardan da toplanması yoluna gidilmesinin daha uygun olacağı düşünülmektedir. 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:

Araştırmaya katılan turizm girişimcilerinin kültürel değerlere önem vererek yenilik çalışmalarıyla birlikte turistik ürün olarak turizme kazandırmaları kültürün devam etmesi ve sürdürülebilirliği için önem teşkil etmektedir. Kültür turlarına yapılan yatırımların işletmelerin yenilik çalışmalarıyla desteklenmesi ve kültürel değerlerin turizmin hizmetine sunulması ve sezon probleminin olmaması işletmelerin kârlılık oranlarını arttıracaktır.

Türkiye’de turizmin çeşitlendirilmesi ve kültürel varlıkların ilgi görmesi turizm girişimcilerinin bu alana yatırım yapmalarının önündeki engellerin kaldırılması hem bölge hem ülke ekonomisine önemli katkı sağlayacaktır. Kültür turlarına yatırım yapmak isteyen girişimciler cesaretlendirilmeli ve turistik alanların korunarak, kültür turizmine talep artışı için gerekli stratejik planlar yapılmalıdır.

Kültür turizm alanlarının alt ve üst yapı yatırımlarının tamamlanarak çözüme kavuşması gerekmektedir. Özellikle yol, su, internet, elektrik hizmetleri ve ulaştırma hizmetleri önemlidir. Turizmin çeşitlendirilmesi ve kültürel değerlerin korunması için verilen turizm teşviklerinden girişimcilerin haberdar oldukları tespit edilmiştir. Turizm girişimcilerinin yararlanabilecekleri teşviklerin sürekli gündemde tutulması gerekir.

Kültür turizmine yatırım yapan turizm girişimcilerinin sabırlı olmaları ve her geçen gün kültür turizmine yatırımların değer kazandığının bilincinde olmaları gerekir. Kültürel varlıklara gerekli önemin verilmesi gerek turizm girişimcileri gerekse yöre halkı tarafından dikkat edilmesi gereken bir konudur. Ayrıca, tarihi yapıların ve yöre mimarisini yansıtan yapı veya yapı topluluklarının restorasyonları yapılarak, yöresel mirasın turistik amaçlarla kullanılması yönünde özendirici önlemlerin alınması ve bilinç oluşturularak teşvik edilmesi gerekmektedir.

KAYNAKÇA

Aykanat, Z. ve T. Yıldız (2016). “Karizmatik Liderlik ve Örgütsel Yenilikçilik İlişkisi Üzerine Bir Araştırma”, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi, 11 (2): 199-228.

Burcu, E. (2002). “Üniversitede Okuyan Özürlü Öğrencilerin Sorunları Hacettepe Üniversitesi

Beytepe Kampüsü Öğrencileri Örneği”, Hacettepe Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Dergisi, 19 (1): 83-103.

Çulha, O. (2008).”Kültür Turizmi Kapsamında Destekleyici Turistik Ürün Olarak Deve Güreşi Festivalleri Üzerine Bir Alan Çalışması”, Journal of Yaşar University, 3 (12): 1827- 1852.

Dalgın, T., Karadağ, L. ve Bingöl, Z. (2015).”Türkiye’de Turizm Girişimciliğinin Gelişimi ve Turizmle İlgili Sağlanan Teşvikler”, Ekonomi ve Yönetim Araştırmaları Dergisi, 4(1): 174-184.

Er, H. P. (2013).”Girişimcilik ve Yenilikçilik Kavramlarının İktisadi Düşüncedeki Yeri: Joseph A. Schumpeter”, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, (29): 76-85.

Erdoğan, H. A. (2020).”Arkeolojik Kültür Varlıkları Turizmi (Arkeoturizm) Planlamasında Arkeolog Etkisi”, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, (43): 343-351.

Gökçe, O. (2006). İçerik Analizi: Kuramsal ve Pratik Bilgiler, Siyasal Kitabevi, Ankara.

- Hjalager, A. M. (2010).”Regional innovation systems: The case of angling tourism. *Tourism Geographies*”, 12(2): 192–216.
- Krueger, R. A. (1994). *Focus Groups- A Pratical Guidefor Applied Research*, SAGE Pub. London.
- 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.
- Küçükaltan, D. (2012).”Genel Bir Yaklaşımla Girişimcilik”, *Trakya Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fak., İşletme Bölümü*, Edirne, 22-24.
- Işık, C., Küçükaltan, E. G., Taş, S., Akoğul, E., Uyrun, A., Hajjiyeva, T., Turan, B., Dırbo, (2010). A. and Bayraktaroğlu, E. *Tourism and innovation: A literature review. Journal of Ekonomi*, 1(2): 98-154.
- Öktem, M.K., Kalyoncu, G. (2020).”Kültürel Miras ve Yerel Kalkınma”, *History and Social Research*, (23): 213-222.
- Toptaş, A. (2020).”Kültür Turizminin Kadın Girişimcilerin Yaptıkları Yeniliklere Etkisi: Boğatepe Köyü’nün Örnek Vaka Analizi ile İncelenmesi”, *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(4): 3378-3391.
- Toptaş, A. (2020).”Sağlık Turizminde Türkiye’nin Önemi ve Tercih Edilme Sebeplerinin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma”, *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(4): 3191-3208.
- Toptaş, A., Taştan, S. (2020).” Liderlerin Kullandığı Güç Kaynaklarının Çalışanların Verimliliği Üzerindeki Rolünün Nitel Bir Araştırma İle İncelenmesi”. *Business Economics and Management Research Journal*, 3 (1): 63-80.
- Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2011).”Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri”, 9. Genişletilmiş Baskı, Seçkin Yayınevi, Ankara.