

T.C.
MUĞLA SITKI KOÇMAN ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
TURİZM İŞLETMECİLİĞİ ANABİLİM DALI

KIRSAL TURİZMDE KADIN GİRİŞİMCİNİN YERİ VE ÖNEMİ
MUĞLA ÖRNEĞİ

YÜKSEK LİSANS TEZİ

CİHAN AÇIKGÖZ

1. DANIŞMAN

Doç. Dr. HÜSEYİN ÇEKEN

2. DANIŞMAN

Doç. Dr. İŞİL ARIKAN SALTIK

MAYIS,2019

MUĞLA

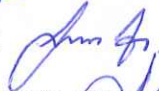
T.C.
MUĞLA ÜNİVERSİTESİ SITKI KOÇMAN
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
TURİZM İŞLETMECİLİĞİ ANABİLİM DALI

KIRSAL TURİZMDE KADIN GİRİŞİMCİNİN YERİ VE ÖNEMİ
MUĞLA ÖRNEĞİ

CİHAN AÇIKGÖZ
3741180001

Sosyal Bilimler Enstitüsüne
“Yüksek Lisans”
Diploması Verilmesi İçin Kabul Edilen Tez

Tezin Enstitüye Verildiği Tarih: 19.07.2019
Tezin Sözlü Savunma Tarihi: 20.06.2019

Danışman: Doç. Dr. Hüseyin ÇEKEN 
2. Danışman: Doç. Dr. Işıl ARIKAN SALTIK 
Jüri Üyesi: Dr. Öğr Üyesi Reyhan ARSLAN AYAZLAR 
Jüri Üyesi: Prof. Dr. Osman Eralp ÇOLAKOĞLU 
Jüri Üyesi: Dr. Öğr. Üyesi Tuğrul AYYILDIZ 

Enstitü Müdürü: Prof. Dr. Tuncay ÖĞÜN

HAZİRAN, 2019

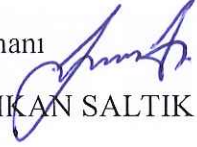
MUĞLA

TUTANAK

Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü'nün 22.05.2019. tarih ve 891/1 sayılı toplantısında oluşturulan jüri, Lisansüstü Eğitim-Öğretim Yönetmeliği'nin 24/6 maddesine göre, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı **Tezli Yüksek Lisans Programı** öğrencisi **Cihan AÇIKGÖZ**'ün "Kırsal Turizmde Kadın Girişimcinin Yeri Ve Önemi Muğla Örneği" adlı tezini incelemiş ve aday.20/06/2019 tarihinde saat 11.00'da jüri önünde tez savunmasına alınmıştır.

Adayın kişisel çalışmaya dayanan tezini savunmasından sonra 60. dakikalık süre içinde gerek tez konusu, gerekse tezin dayanağı olan anabilim dallarından sorulan sorulara verdiği cevaplar değerlendirilerek tezin **kabul** edildiğine oy birliği ile karar verildi.


Danışmanı
Doç. Dr. Hüseyin ÇEKEN

2. Danışmanı 
Doç. Dr. Işıl ARIKAN SALTİK

Üye 
Dr. Öğr Üyesi Reyhan ARSLAN AYAZLAR

Üye 
Prof. Dr. Osman Eralp ÇOLAKOĞLU

Üye 
Dr. Öğr. Üyesi Tuğrul AYYILDIZ

YEMİN

Yüksek Lisans/Doktora tezi olarak sunduğum “Kırsal Turizmde Kadın Girişimcinin Yeri ve Önemi” adlı çalışmanın, tarafımdan bilimsel ahlak ve geleneklere aykırı düşecek bir yardıma başvurulmaksızın yazıldığını ve yararlandığım eserlerin kaynakçada gösterilenlerden oluştuğunu, bunlara atıf yapılarak yararlanmış olduğumu belirtir ve bunu onurumla doğrularım.

19/07/2019

CİHAN AÇIKGÖZ



YÜKSEKÖĞRETİM KURULU DOKÜMANTASYON MERKEZİ		
TEZ VERİ GİRİŞ FORMU		
YAZARIN		
Soyadı : Açıkgöz		Referans No:10273169
Adı : Cihan		
TEZİN ADI		
Türkçe : Kırsal Turizmde Kadın Girişimcinin Yeri ve Önemi Muğla Örneği		
Y. Dil : The Role and Importance of the Women Entrepreneur in Rural Tourism: Case of Muğla		
TEZİN TÜRÜ: Yüksek Lisans	Doktora	Sanatta
Yeterlilik		
x	0	0
TEZİN KABUL EDİLDİĞİ		
Üniversite : Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi		
Fakülte : Turizm Fakültesi		
Enstitü : Sosyal Bilimler Enstitüsü		
Diğer Kuruluşlar :		
Tarih :		
TEZ YAYINLANMIŞSA		
Yayınlayan :		
Basım Yeri :		
Basım Tarihi :		
ISBN :		
TEZ YÖNETİCİSİNİN		
Soyadı, Adı : ÇEKEN, Hüseyin		2.Danışman: ARIKAN SALTİK, Işıl
Ünvanı : Doç. Dr.		Ünvanı: Doç. Dr.

TEZİN YAZILDIĞI DİL: Türkçe	TEZİN SAYFA SAYISI: 96
TEZİN KONUSU (KONULARI) : 1. Kırsal Turizm Kavramı ve Kapsamı 2. Girişimcilik ve Kadın Girişimciliği 3. Kırsal Turizmde Kadın Girişimciliği	
TÜRKÇE ANAHTAR KELİMELER: 1. Girişimcilik 2. Kadın Girişimciliği 3. Kırsal Turizm	
İNGİLİZCE ANAHTAR KELİMELER: 1. Entrepreneurship 2. Women Entrepreneurship 3. Rural Tourism	
1- Tezimden fotokopi yapılmasına izin vermiyorum	☐
2- Tezimden dipnot gösterilmek şartıyla bir bölümünün fotokopisi alınabilir	☐
3- Kaynak gösterilmek şartıyla tezin tamamının fotokopisi alınabilir	☒
Yazarın İmzası : 	Tarih : 19 / 07 / 2019

ÖZET

Toplumların sosyo-ekonomik gelişmelerine bağlı olarak seyahat tercihlerinde de birtakım değişiklikler meydana gelmeye başlamıştır. Bu nedenle, değişen turizm talebine cevap verebilmek, turizmden daha fazla fayda sağlayabilmek ve rakipler karşısında rekabet üstünlüğü elde edebilmek için farklı turizm çeşitlerinin geliştirilmesi oldukça önemli hale gelmiştir. Alternatif turizm çeşitlerinden biri de, kırsal turizmdir. Girişimcilik kar elde etmek ve kişisel tatmin karşılığında risk almak suretiyle gerekli zaman, çaba ve sermayeyi ortaya koyarak toplumun ihtiyaç duyduğu mal ve hizmeti yaratma süreci olarak tanımlanmaktadır. Kadın girişimcisi ise evinin dışında kendi kurduğu işletmede, tek başına veya diğer kişilerle birlikte çalışan, iş ile ilgili olarak çeşitli kamu ve özel kuruluşlarla temaslara geçen, işletmenin geleceği ile ilgili planlar yapan kadın olarak tanımlanmaktadır. Aynı zamanda kadın girişimci işletmeden elde ettiği kazanç ve kullanım alanları üzerinde söz sahibi olan, kurduğu işletme adına bütün riski üstlenen, kadın tarafından kurulan girişimcilik türüdür.

Kırsal yörelerde turizmin gelişmesinin, yörelerdeki girişimcilik faaliyetlerinin yöre halkına ekonomik, sosyal ve kültürel kazanımları olmaktadır. Kırsal yörelerdeki kadınların bu girişimcilik faaliyetinde bulunması ekonomik özgürlüklerine, ailede ve yöredeki konumuna ve yaşantısına önemli katkılarda bulunmaktadır. Muğla İlinde, kırsal turizmde kadın girişimcinin rolü ve önemini incelemeyi amaçlayan bu çalışma, nitel araştırma yöntemleriyle gerçekleştirilmiştir. Görüşme tekniğiyle toplanan verilere betimsel analiz uygulanmıştır. Araştırma sonucunda, Muğla'daki kırsal turizm yörelerindeki kadın girişimcilerin yöreye gelir etkisi, istihdam etkisi gibi olumlu ekonomik etkilerinin olduğu belirlenmiştir. Ayrıca, kırsal turizm faaliyetleri sürdüren kadın girişimcilerin, yörenin girişimcilik kültürünün gelişiminde de etkili olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Girişimcilik, Kadın Girişimciliği, Kırsal Turizm

ABSTRACT

Societies' travel preferences have had some changes in accordance with their socio-economic development. Thus, developing diversified tourism types has become important to meet the the changing tourism demand, to benefit more from tourism, and to gain competitiveness. One of the alternative tourism types is the rural tourism. Entrepreneurship is defined as the process of creating goods and services needed by the society by providing the necessary time, effort and capital while taking risks for profit and personal satisfaction. Women entrepreneurship is an entrepreneurship realized by women who work alone or with other people in their own business outside their home, contact with various public and private organizations and make plans for the future of the enterprise. In other words, women entrepreneurship is a type of entrepreneurship established by women who has authority and responsibility on the profits and uses of the enterprise and takes all the risks on behalf of the enterprise.

Development of tourism in rural areas and entrepreneurship activities in these areas contributes to the locals in terms of economic, social and cultural benefits. Women who live in these areas and taking part in that entrepreneurship activities make contributions to their economic freedom, place in their family and where they live and their experiences. This study that aims to investigate the role and the importance of women entrepreneurs in Muğla province employed qualitative research methods. Descriptive analysis was applied to the data collected by interview technique. As a result of the research, it was determined that women entrepreneurs in rural tourism regions in Muğla had positive economic effects such as income effect and employment effect on the region. In addition, it has been concluded that women entrepreneurs carrying out rural tourism activities are also affecting positively on the development of entrepreneurship culture of the region.

Keywords : Entrepreneurship, Women Entrepreneurship, Rural Tourism,

ÖNSÖZ

Bu çalışmamda Muğla ilinde kırsal turizmdeki kadın girişimcilerin rolü ve önemi üzerinde durulmuştur. Kırsal turizmle beraber kırsal yörelere yönelik oluşan talebin sonucunda, yöredeki kadınların girişimde bulunarak iş kurdukları, ekonomik bağımsızlık kazandıkları, toplumsal rollerinde değişmelerin meydana geldiği, hayatın içinde daha aktif olduğu bir süreç başlamıştır. Bu çalışmanın amacı Muğla ilinde bu sürece katılan kadın girişimciler ile görüşmeler yapılarak kırsal turizmdeki rolleri ve önemlerini ortaya koymaktır.

Lisans, Yüksek Lisans dönemimde ve bu çalışmanın yürütülmesinde çalışmalarına yön veren, bilgi ve yardımlarını benden esirgemeyen, her zaman desteğini hissettiğim danışman hocam, Doç. Dr. Hüseyin ÇEKEN' e en içten teşekkürlerimi sunarım.

Bu çalışmada benden desteğini hiçbir zaman eksik etmeyen ve bu çalışmanın yürütülmesinde bilgileri ile bana her zaman katkısı olan danışmanım, Doç. Dr. Işıl ARIKAN SALTİK' a sonsuz teşekkürlerimi sunarım.

Lisans ve Yüksek lisans döneminde her zaman yanımda olan beni birçok konuda bilgilendiren ve yönlendiren Prof. Dr. Umut AVCI' ya sonsuz teşekkürlerimi bir borç bilirim.

Tez savunmamda yer alan ve değerli bilgileri ile tezime katkı sağlayan değerli hocalarım; Dr. Öğr. Üyesi Reyhan ASLAN AYAZLAR'a, Prof. Dr. Osman Eralp ÇOLAKOĞLU'na ve Dr. Öğr. Üyesi Tuğrul AYYILDIZ'a sonsuz teşekkürlerimi sunarım.

İş ve okul hayatımda maddi ve manevi desteğini her zaman hissettiğim ve her zaman yanımda olan değerli müdürüm Ezgi DAYANÇ ÇETİNEL' e sonsuz teşekkürlerimi sunarım.

Tüm hayatım boyunca bana her konuda destek olan ve bana güvenen, beni bir an bile yalnız bırakmayan Canım AİLEM' e çok teşekkür ederim.

Cihan Açıkgöz

23/05/ 2019

İÇİNDEKİLER

ÖNSÖZ.....	I
İÇİNDEKİLER	II
ŞEKİLLER DİZİNİ	VII
TABLolar DİZİNİ	VIII
KISALTMALAR	VIII
GİRİŞ	1

BİRİNCİ BÖLÜM

KIRSAL TURİZM KAVRAMI VE KAPSAMI

1.1. Kırsal Turizm Kavramı.....	3
1.2. Kırsal Turizm Gelişimi	11
1.2.1. Kırsal Turizmin Gelişmesini Hızlandıran Faktörler	12
1.2.2. Dünyada Kırsal Turizmin Gelişimi.....	13
1.2.3. Türkiye’de Kırsal Turizmin Gelişimi	16
1.3. Kırsal Turizmin Etkileri.....	17
1.3.1. Ekonomik Etkiler	17
1.3.1.1. Kırsal Kalkınma Etkisi.....	18
1.3.1.2. Gelir Etkisi	20
1.3.1.3. Göçü Önleme, İstihdam ve Kadın İstihdamı Yaratma Etkisi.....	21
1.3.1.4. Alt Yapıya Etkisi.....	22
1.3.1.5. Diğer Sektörleri Canlandırma Etkisi	22
1.3.2. Kırsal turizmin Sosyo-kültürel Etkileri.....	23
1.3.3 Kırsal Turizmin Fiziksel Çevre Üzerindeki Etkileri	24
1.4. Kırsal Turizm Girişimciliği.....	24

İKİNCİ BÖLÜM

GİRİŞİMCİLİK VE KADIN GİRİŞİMCİLİĞİ

2.1. Girişim, Girişimci ve Girişimcilik Kavramları	27
2.2. Girişimcilerin Temel Özellikleri	34
2.2.1. Girişimcilik Ruhuna Sahip Olma	35
2.2.2. Eğitimli Olmak.....	36
2.2.3. Hayal Kurma	36
2.2.4. Başarma İhtiyacı.....	37
2.2.5. Yenilik ve Yaratıcılık.....	37
2.2.6. Risk Alabilme	38
2.2.7. Kendine Güven.....	38
2.2.8. Bağlılık ve Azim	39
2.2.9. Vizyon ve Misyon Sahibi Olma.....	39
2.3. Girişimcilik Türleri.....	39
2.3.1. Orijinal Girişimcilik	39
2.3.2. Kurumsal Girişimcilik.....	40
2.3.3. İç Girişimcilik	41
2.3.4. Profesyonel Girişimcilik	42
2.3.5. Fırsat Girişimciliği	42
2.3.6. Takipçi Girişimcilik	43
2.3.7. Girişimci Girişimciliği	43
2.3.8. Çevreci (Eko) Girişimcilik.....	43
2.3.9. Yenilikçi Girişimcilik.....	45
2.3.10. Sanal Girişimcilik	45
2.3.11. Sosyal Girişimcilik.....	46
2.3.12. Kadın Girişimciliği	47

2.4. Kadın Girişimciliği Kavramı	47
2.4.1. Kadınları Girişimciliğe Yönlendiren Faktörler.....	49
2.4.2. Kadın Girişimci Tipleri	50
2.4.2.1. Geleneksel Kadın Girişimci Tipi	50
2.4.2.2. Aileci Kadın Girişimci Tipi	50
2.4.2.3. Yenilikçi Kadın Girişimci Tipi	50
2.4.2.4. Köktenci Kadın Girişimci Tipi.....	51
2.4.3. Türkiye’de Kadın Girişimciliği.....	51

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

ARAŞTIRMA YÖNTEMİ VE BULGULAR

3.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi.....	54
3.2. Araştırma Evreni ve Örneklemi	55
3.3. Araştırma Yöntemi	57
3.3.1. Görüşme Sorularının Hazırlanması.....	59
3.3.2. Veri Toplama Süreci	59
3.4. Verilerin Analizi.....	60
3.5. Araştırma Bulguları.....	61
3.5.1. Kadın Girişimcilere Ait Tanımlayıcı Bilgiler	61
3.5.2. Kırsal Turizmde Kadınların Girişimciliğe Başlama Süreci	64
3.5.3. Kadın Girişimcilerin Kırsal Turizm Seçme Nedenleri.....	66
3.5.4. Kadın Girişimcilerin Kırsal Turizm Faaliyetleri.....	71
3.5.5. Kırsal Turizmde Kadın Girişimci Olmanın Etkileri.....	73
3.5.5.1. Kırsal Turizm Girişimciliğinin Yöreye Katkıları.....	74
3.5.5.2. Kırsal Turizmde Kadın Girişimcilerin Yaşadıkları Sıkıntılar.....	77

SONUÇLAR VE ÖNERİLER	82
Araştırmanın Sonucu.....	82
Araştırmanın Sınırlıkları ve Öneriler	84
KAYNAKÇA	87



ŞEKİLLER DİZİNİ

Şekil 1 Kırsal Turizme Genel Bakış.....	7
Şekil 2 Kırsal Turizm Bileşenleri.....	8
Şekil 3 Girişimciliğin temel kapsamı.....	31



TABLÖLAR DİZİNİ

Tablo 1 Kırsal alandaki turizm ile kentsel alan turizmi arasındaki farklar	9
Tablo 2 Girişimcilik Teorisinin ve Girişimcilik Kavramının Gelişimi.....	32
Tablo 3 Girişimciliğin Yazarlara Göre Tarihsel Değişimi.....	34
Tablo 4 Kadın Girişimcilere Ait Demografik Bilgiler	62
Tablo 5 İşletme Bilgileri	63



KISALTMALAR

ÖİK	Özel İhtisas Komisyonu
DPT	Devlet Planlama Teşkilatı
OECD	Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Örgütü
EC	Avrupa Komisyonu
EUROSTAT	Avrupa Birliği İstatistik Kurum
UNWTO	Dünya Turizm Örgütü
GDO	Genetiği Değiştirilmiş Organizmalar
KAGİDER	Kadın Girişimciler Derneği
GAP-GİDEM	Güneydoğu Anadolu Projesi- Girişimci Destekleme ve Yönlendirme Merkezi
TESK	Türk Esnaf ve Sanatkarlar Konfederasyonu
KAMER	Kadın Merkezi

GİRİŞ

Teknolojinin gelişmesi, ulaşım olanaklarının artması ve şekillenmesi ile beraber birçok sektörde ve insan yaşamında değişiklikler meydana gelmiştir. Turizm daha çok tercih edilen ve gelişen ülkelerin çok önemli gelir kaynaklarının başında yer almaya başlamış, pek çok ülkenin gelirini ve istihdam olanaklarını olumlu yönde etkilemiştir. İkinci dünya savaşından sonra aile yapılarında ve kadın-erkek konumunda bilinçsiz bir değişime sebep olmuştur. İlk teknolojik üretim zamanlarında üretimin yoğun, üreticilerin ise az sayıda olduğu dönemde ortaya önemli derecede iş gücü ihtiyacı olmuş ve kadınların üretime katkı sağlamaya başladıkları dönem olmuştur. İlk zamanlar ara eleman ya da işçi konumunda olan kadının yeri 18. yüzyılda kadın faaliyetleri ile birlikte sosyolojik bir duruma dönmüştür. 20. yüzyıla gelindiğinde ise seçme ve seçilme hakkı alan kadınlar, üretici, girişimci, bilim insanı, kamu görevlisi gibi üst düzey statülerde yer almaya başlamış ve önemli konumlarda görev almaya başlamıştır (Sallan Gül ve Altındal, 2016).

Bu gelişmeler turizmde önce kitle turizmi şeklinde yer almış ondan sonraki dönemlerde ise işletmelerin tatil verme anlayışı, yıllık izinler, gelirlerde meydana gelen artış ve ulaşımın bireysel boyutlarda da yapılmaya başlanması ile turizm çok önemli bir sektör konumunda yer almıştır. İlk zamanlar iş gücünün kentlerde toplanması, işletmelerin kentlerde kurulması köyden kente önemli ölçüde göçün olmasına sebep olmuş ancak günümüzde bu gelişim kentleri yaşanması güç bir yer haline getirmiş ve insanları gürültüden, stresten, kalabalıktan, yapaylıktan kaçma yollarına itmiş bu şekilde de alternatif turizm çeşitlerine yönelim başlamıştır. Bu zincirleme olayların sonucunda da alternatif turizm çeşitlerinden biri olan kırsal turizm anlayışı gelişmiş ve günden güne de artmıştır. Çünkü doğadaki huzur, güven, sessizlik, insan ilişkileri, geleneksel yiyecekler ve faaliyetler insanların hasret kaldıkları ve aradıkları duygu ve faaliyetler kırsal yörelerde mevcuttur. Kırsal yörelere geri dönüş beraberinde kırsal turizm kavramının ortaya çıkmasına ve yayılmasına sebep olmuştur. Kırsal yörelerdeki iş yükünü çoğunlukla kadınlar yapmaktadır. Kırsal turizmle beraber yörenin kaynakları ve kadının emeği önemli bir duruma gelmiştir.

Kırsal turizmle beraber kırsal yörelerde kadınların girişimcilik faaliyetleri meydana gelmiş ve kadın artık risk alan, özgüveni olan, yönetimci anlamını taşıyan ve yanında personel istihdam eden bir girişimci sıfatıyla yöreye ve ailesine katkıda bulunmuştur.

Bu çalışmanın amacı Muğla ilinde kırsal turizmde kadın girişimcinin rolü ve önemini tespit etmektir. Bu amaç doğrultusunda kadın girişimcilerin özellikleri, yöreye katkıları, iş yerlerini nasıl kurdukları, ekonomik özgürlükleri ve toplumdaki rollerinin nasıl olumlu yönde değiştiğini tespit etmesi açısından önemli bir yere sahiptir.

Çalışma dört bölümden oluşmaktadır, birinci bölümde, kırsal alan, kırsal turizm, kırsal turizmin Dünya’da ve Türkiye’de gelişim, kırsal turizmin etkilerine değinilmiştir. İkinci bölümde ise, girişim, girişimci, girişimcilik, girişimcinin sahip olması gereken özellikler, girişimci türleri ve kadın girişimciliği açıklanmıştır. Araştırmanın üçüncü bölümünde nitel araştırma yöntemi kullanılarak Muğla’da kırsal turizmde kadın girişimcinin rolü ve önemi üzerine yapılan görüşmeler betimsel analiz ve içerik analizi yapılarak açıklanmış ve son olarak sonuç ve önerilere yer verilmiştir.

BİRİNCİ BÖLÜM

KIRSAL TURİZM KAVRAMI VE KAPSAMI

1.1. Kırsal Turizm Kavramı

Kırsal turizm kavramını iyice anlayabilmek için öncelikle kırsal turizm faaliyetinin yapıldığı temel alan olan ‘kırsal alan’ kavramını tanımlamalıyız (Çeken, Karadağ, Dalgın, 2007: 7). Kırsal sözcüğünün diğer dillerdeki anlamlarına göz attığımızda “ köy “ sözcüğü ile aynı anlamda olduğu düşünülse de aslında “kent” sözcüğünün karşıt anlamı olarak belirtilmektedir. İngilizcede “rural” olarak belirtilen kırsal kavramı genellikle köy anlamı yaratmakta; Türkçe’de “kent” kelimesinin karşılığı da İngilizcede “urban” sözcüğünün karşıt anlamlısı olarak kullanılmaktadır (Küçükaltan, 2002: 152).

Sekizinci Beş Yıllık Kalkınma Planı Kırsal Kalkınma Özel İhtisas Komisyonu’nun (ÖİK)’nun raporuna göre kırsal alan, geçim kaynaklarının büyük oranda doğal kaynakların kullanılmasıyla gerçekleşen, bölgede ekonomik ve kültürel faaliyetlerin gelişme hızının yavaş olduğu, hayatın ilerlemesi ve şekillenmesinde geleneksel değerlerin etkili rol oynadığı, insanların yüz yüze sohbetlerinin önemli olduğu, üretimde ve günlük yaşamlarda teknolojinin izlerinin çok hissedilmediği ve yöreye yansımalarının zaman aldığı kentsel bölgelerin dışında kalan yerler olarak ifade edilmektedir (DPT, 2011).

Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Örgütü (OECD), AB kaynaklarında da kullanılan kırsal alan için bir tanım oluşturmuştur. OECD’ye göre kırsal alanlar nüfus yoğunluğunun km² başına 150 kişiden az olan yerlerdir. Bu tanımla beraber kırsal alanlar üç farklı gruba bölünmüş, kırsal baskınlığı yüksek %50’den fazlası kırsal alanlarda yaşayanlar, %15-50 arası kırsal bölgelerde yaşayanlar, önemli ölçüde kırsal alanlar, %15’in altında yaşayan ve kent yaşamına daha yakın olarak gözüken kırsallıktan biraz uzaklaşmış alanlar olarak sınıflandırılmıştır (OECD, 1994).

1988’de Avrupa Birliği İstatistik Kurumu (EUROSTAT) tarafından yayınlanan “Kırsal Toplumun Geleceği” isimli komisyon raporuna göre kırsal bölgeler ülkelerin

ekonomilerine uyumlu olma derecelerine göre üç farklı grupta değerlendirilmiştir. Bunlar (Bakırcı, 2006: 47-48):

1. *Entegre kırsal alanlar*: Hızla artan nüfusa göre, tarımın arazilerde çok daha fazla kullanıldığı, istihdamın hizmet ve sanayi sektörlerinde daha fazla görüldüğü şehir merkezi çevrelerinde bulunan kırsal alanlar.
2. *Orta derece kırsal alanlar*: Şehir merkezlerinden uzakta olan ve ekonomisinin tarım ve sanayi sektörlerinden meydana geldiği kırsal alanlar.
3. *Tam kırsal alanlar*: Nüfusunun büyük çoğunluğunun yaşlılardan oluştuğu ve nüfus yoğunluğunun çok seyrek olduğu, yöredeki halkının gelirinin az olduğu kırsal alanlar.

Dünya’da son yüzyılda teknolojinin hızlı bir şekilde gelişmesi ile beraber yaşanan gelişmeler turizm alanında sık sık zorunlu değişmelere neden olmuştur. Bu değişimler sadece turizm bölgesine ve turizm hizmetlerine değil, turizme katılan turist sayısına ve farklı alternatif turizm çeşitlerinin ortaya çıkmasına da büyük etki etmiştir.

Kırsal alanlar, kültürel ve doğal yapılarıyla, şehir ortamlarında yaşayan insanların, günden güne artış gösteren eğlence ve dinlenme ihtiyaçlarını geçmişten günümüze karşılamaya çalışmaktadır. Şehirde yaşayan insanlar daha önceki zamanlarda, kırsal alanları günübirlik veya akraba ziyaretleri gibi sebepler için ziyaret ederken, şehirlerin çok kalabalık ve gürültülü olmasından sonra, kırsal alanların çekiciliği, doğal olması, stresten ve gürültüden uzak olması, insanların kendilerini böyle doğal ortamlarda özgür hissetmesi ve sınırlamaların olmaması nedeniyle artık kırsal alanlar uzun tatil yapılan ve birçok kişinin tercih ettiği yerler haline gelmiştir (Soykan, 1999: 67). Kırsal alanlara son zamanlarda çok yoğun ilginin olması kırsal turizmin gelişmesine ve tercih edilmesine önemli katkılar sağlamıştır.

Kırsal turizmin kısaca tanımlayacak olursak kırsal alanlarda yapılan turizm çeşididir. Kırsal turizm için kırsallığın taşıdığı anlam ise; deniz, kum, güneş turizminden ve şehirlerden uzakta kalan, doğal güzelliklere özgü, geleneksel ve kültürel değerlerin korunduğu doğal ortamlarda ve yapaylıkla tanışmamış alandır (Grefe, 1994).

Günümüzde insanlar artık geçmişe gitme arzusu içerisinde ya da atalarının geçmiş yaşantısına, doğal ortamlar, organik yiyecekler, yüz yüze ilişkilerin yoğun olduğu, aile ve komşu kavramlarının çok önemli anlamlarının olduğu insanların güven içinde stresten ve gürültüden uzak doğa temelli turizm isteği oluşmuştur. Bunların yanı sıra ise doğanın giderek tahrip edilmesine seyirci kalamayan, şehirdeki kaostan ve betonarme yapılardan uzak kalmak isteyen bir turist grubu oluşmuştur.

Aynı zamanda; doğa temelli turizm talebinin oluşmasının en önemli unsurlarından biri de dünyada turizm olayına katılan insanların günden güne artan çevre bilincidir. Bu çevre bilinci sonucunda turizm artık sadece ekonomik ve sosyal etkileri olan bir hareket değil aynı zamanda doğayı tahrip etmeden, dokusuna dokunmadan, doğal kaynakları tüketmeyen alternatif turizm çeşitlerine de sahiptir (Erdoğan, 2002: 42). Bu alternatif turizm çeşitleri sayesinde kırsal alanların gelişmesi, yeni girişimlerin oluşması ve yeni yatırımların yapılmasıyla kırsal alanlardaki ürünler ve hizmetlerin satışı yapılarak kırsal alanların kalkınmasına olanak sağlamaktadırlar.

Kırsal turizmin bazı tanımlamalarında, turistlerin bölgede yaptıkları etkinlikler turizm türü olarak tanımlanırken, örneğin; ata binme, çiftlik gezme, dağ yürüyüşleri, balık tutma gibi etkinlikler turizm türü gibi nitelendirilmiştir. Bazı kırsal turizm tanımlarında ise kırsal yörelerdeki bütün etkinlikler olarak ele alınmıştır (Aydın, 2012: 40). Bu tanım farklılıklarında yola çıkarak literatürdeki kabul edilmiş tanımlardan bazıları şunlardır.

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

Kırsal turizm, günümüzde hayvansal ve tarımsal etkinliklerin çok sık görüldüğü bölgelerde ve bu faaliyetlerin kırsal turizm açısından bir arz kaynağı olarak değerlendirilmesi ile oluşan önemli bir turizm türüdür (Çeken, Karadağ, Dalgın, 2007: 1-14).

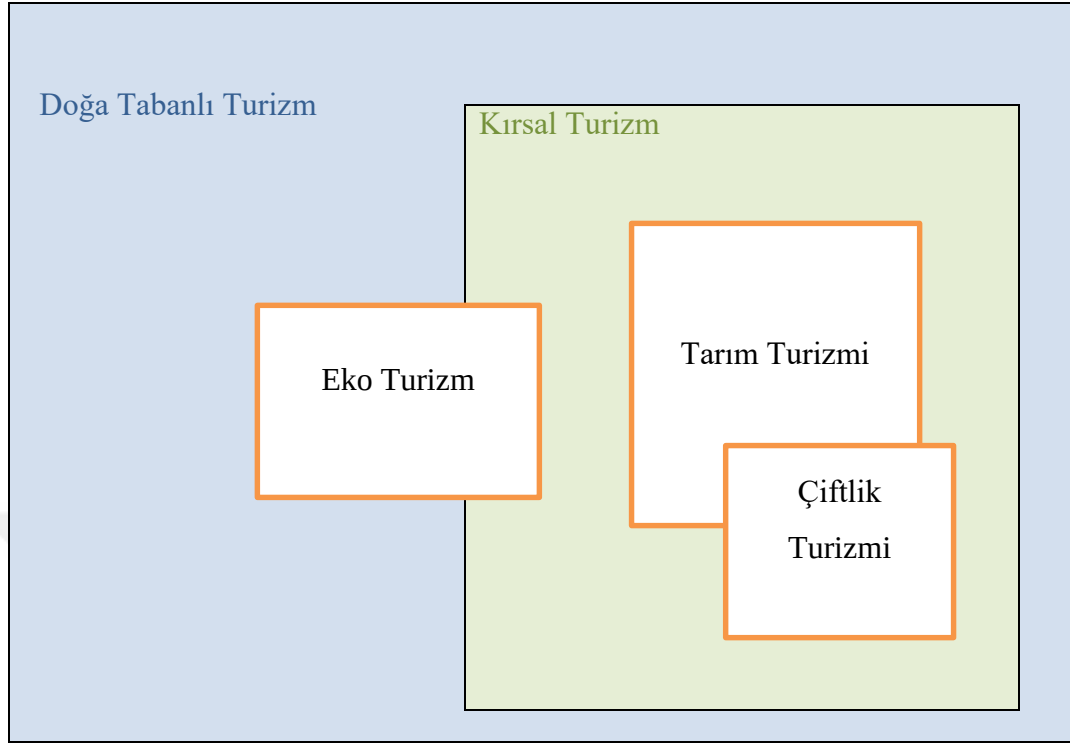
Dünya Turizm Örgütü'ne (UNWTO) göre kırsal turizm, deniz, kum, güneş turizm türünden ve bilinen diğer yoğun turizm faaliyetlerinin uzağında, kırsal yöre ve kırsal yörelerdeki toplumla, yöreyi ziyaret eden turistlerin anlamlı ve birbiriyle etkileşim içine girdikleri turizm türüdür (Uygur ve Akdağ, 2009: 143).

Avrupa Komisyonu'na (EC) göre kırsal turizm, turistlerin tarımsal faaliyetleri ya da yöreye özgü değerler ile iç içe iyi zaman geçirerek, beklentileri doğrultusunda yörede konaklama, eğlenme, yiyecek, içecek ve diğer farklı hizmetler veren nüfus yoğunluğu düşük, küçük ölçekli yerleşim yerlerinde küçük işletmelerin yer aldığı yörelerde gerçekleşen etkinlikler bütünüdür (EC, 1999:151).

Turistlerin kırsal alanlarda dinlenmek ve farklı kültürlerle bir arada olmak amacıyla kırsal bir yerleşmeye gidip, kırsal yörelerde konaklamaları ve o yöreye ait özel faaliyetleri izlemeleri ya da katılmalarıyla gerçekleşen bir turizm türüdür (Soykan 1999: 68). Kırsal turizmin insanları kırsal alanlara çekebilmesinin sebepleri, diğer turizm çeşitleri ile kolayca uyum sağlayabilmesi, doğal çevre uyumlu olması ve kırsal kültürle bir bütün olmasından kaynaklanmaktadır. Aynı zamanda diğer alternatif turizm türleri arasında sayılan ve bazı literatür tanımlarında kırsal turizm tanımının yerine kullanılan; Dağ turizmi, trekking, av turizmi, tarım turizmi, çiftlik turizmi vb. alternatif turizm çeşitlerinin kırsal turizmi kapsamaktadır.

Literatür incelendiğinde kırsal turizmin akademisyenler ya da uzmanlar tarafından çok farklı anlamlarda kullanıldığı görülmektedir. Çiftlik turizmi, köy turizmi, av turizmi, yayla turizmi, tarımsal turizm, eko turizm şeklinde çok farklı anlamlarda kullanıldığı görülmektedir. Kırsal turizmin bu şekilde farklı anlamlarda kullanılmasının sebebi kapsamı hakkında ortak bir yargının oluşmamasıdır (Esengün, Akça, Sayılı, 2001: 81).

Şekil 1 Kırsal Turizme Genel Bakış



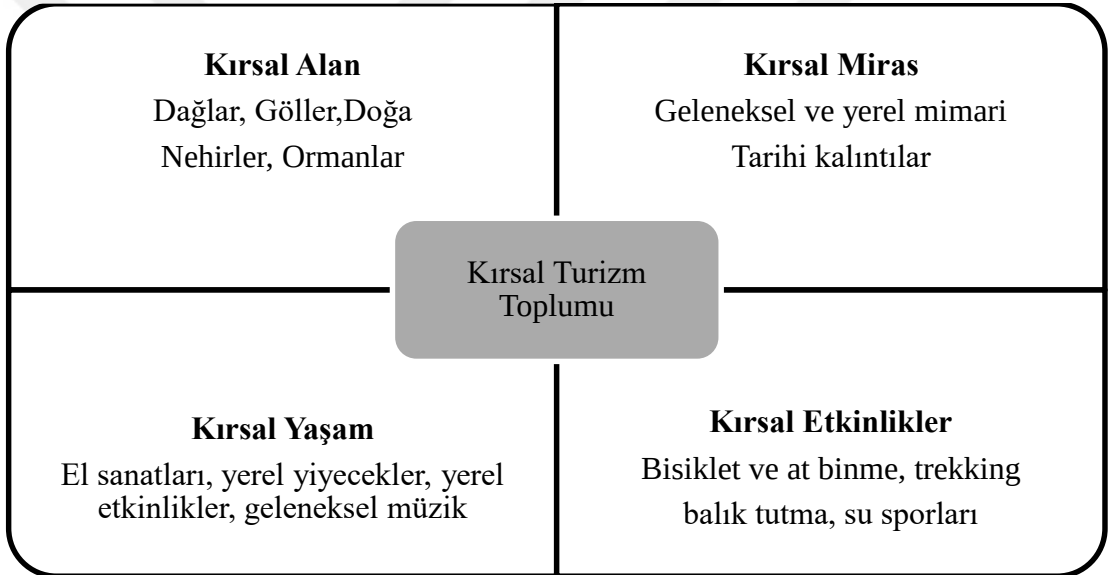
Kaynak: Ayaz, Nurettin (2012), *Kırsal Turizm ve Paydaşları: Belediye Başkanlarının Tutumlarına Yönelik Bir Araştırma*, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimleri Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Eğitimi Ana Bilim Dalı, Ankara, s. 44.

Görüldüğü gibi kırsal turizmin birçok tanımı vardır ve bu tanımları çoğaltmak mümkündür. Kırsal turizm ile ilgili tanımları çoğalttıkça bir anlam karmaşası ortaya çıkmaktadır. Kırsal turizmin net bir tanımı ne akademisyenler tarafından ne de konunun uzmanları tarafından yapılamamıştır. Bunu nedeni Şekil 1’de ayrıntılı olarak görüldüğü gibi kırsal turizmin diğer alternatif turizm çeşitleri ile iç içe olmasından kaynaklıdır. Şekilde görüldüğü gibi kırsal turizm hareketinin tamamı doğa içerisinde meydana gelmektedir. Tarım ve çiftlik turizminin tamamı, eko turizmin bir kısmı kırsal turizmin içerisinde yer almaktadır (Ayaz, 2012). Şekil 1 incelendiğinde doğa tabanlı turizmin içerisinde kırsal turizm yer almaktadır. Eko turizm kırsal turizmin bir parçası olarak ilişkilendirilmekte aynı zamanda tarım ve çiftlik turizmi kırsal turizm içerisinde yer almakta, çiftlik turizmi de tarım turizminin bir alt dalı olarak gösterilmektedir. Kırsal turizm, eko turizm, tarım turizmi ve çiftlik turizmi şeklinde görüldüğü gibi doğa tabanlı turizmin içinde yer almaktadır.

Kırsal turizm; kırsal yöreleri ziyaret edenlerin sürekli olarak yaşadıkları bölgelerin dışına giderek, kırsal yörelerde bölge halkının ürettikleri ürünleri ve hizmetleri, kırsal yörenin doğal dokusuna uygun yerlerde isteyerek ve yörede o ürünleri satın alarak geçici konaklamaların ve yöre halkıyla yüz yüze kaynaşmaların yaşandığı turizm çeşididir.

Kırsal turizm dört bileşenden oluşmaktadır. Şekil 2’de belirtilen bu bileşenler; kırsal alan, kırsal yaşam, kırsal miras ve kırsal etkinlikler bu bileşenler ve içeriklerinin tanımlanması gerekir. Bu şekilde kırsal turizmin bir kavram olarak anlayabilmek mümkün olacaktır (Çeken, Karadağ, Dalgın, 2007: 7)

Şekil 2 Kırsal Turizm Bileşenleri



Şekil 2. Kırsal Turizm Kavramı (Kırsal Turizm Bileşenleri).Kaynak: World Tourism Organisation, Rural Tourism in Europe: Experiences, Development and Perspectives, 2005, s.13

Şekil 2’de görüldüğü gibi kırsal turizm bileşenleri, kırsal alan, kırsal miras, kırsal yaşam ve kırsal etkinlikler şeklinde farklı gruplara ayrılmaktadır. Kırsal alan, dağlar, göller, nehirler, ormanlar, kırsal miras geleneksel ve yerel mimari ve tarihi kalıntılar, kırsal yaşam; el sanatları, yerel yiyecekler, yerel etkinlikler, geleneksel müzik, kırsal etkinlikler; bisiklet ve at binme, trekking balık tutma, su sporları olarak belirtilmektedir. Şekil 2’de görüldüğü gibi kırsal turizm için öncelikle kırsal alanlara ihtiyaç vardır (dağlar, göller, nehirler, ormanlar ve doğa). Bu alanların var olduğu yerlerde yöreye ait kırsal miras, yöredeki kırsal yaşam ve etkinlikler olduktan sonra

kırsal turizm toplumu oluşmaktadır. Yukarıdaki özellikleri de dikkate aldığımızda, kırsal alanlardaki turizm uygulamaları ve gelişiminin, tarihi, doğal çevre ve sosyal hayatı koruma, ayağa kaldırma amaçlarına yardımcı olacak biçimde planlanması ve uygulanması gerektiğini söyleyebiliriz. Örnek vermek gerekirse; tarihi evlerin değerlendirilmesi, alt yapının iyileştirilmesi, istihdam olanaklarının sağlanması; terkedilmiş arazilerin değerlendirilmesi ve kırsala ulaşım için yeni fırsatların ortaya çıkması sağlanabilir (Karafakı ve Yazgan, 2012).

Kırsal turizm, kırsal alanlardaki kötü ekonomik koşulların ortadan kalkması ve işsizliğin azalmasında yöre halkı açısından önemli bir faaliyettir. Alternatif turizm çeşitlerinin ortaya çıkmasıyla, kırsal turizmin geliştiği bölgelerde, yöre halkının refah düzeyi artmaktadır.

Kırsal alandaki turizm ile kentsel alanlardaki turizm arasında tablo 1’de görüldüğü gibi farklar vardır. Bu farklar tesislerin büyüklüğüne, tatil süresinin uzunluğuna, turist sayısına, yapısına ve yapılış şekline göre değişiklik göstermektedir.

Tablo 1 Kırsal alandaki turizm ile kentsel alan turizmi arasındaki farklar

Kentsel Alanlara Odaklanan Turizm	Kırsal Alanlara Odaklanan Turizm
Eğlence odaklıdır.	Bireysel aktiviteler yoğunudur.
Büyük tesisler bulunur.	Küçük tesisler bulunur.
Tatil süresi uzundur.	Tatil süresi kısadır.
Tarımsal ve ormanlık alan gerektirmez.	Tarımsal ve ormanlık alan gerektirir.
Kentsel turizm kendini destekler.	Kırsal turizm diğer aktiviteleri destekler.
Turizmde çalışanlar çalıştıkları bölgeden uzakta yaşayabilirler.	Turizmde çalışanlar genellikle çalıştıkları bölgede yaşarlar.
Turist sayısı fazladır.	Çok fazla turist yoktur.
Profesyonel yönetim söz konusudur.	Amatör yönetim söz konusudur.
Kozmopolit atmosfer vardır.	Yerel atmosfer vardır.
Modern yapılar fazladır.	Eski, geleneksel yapılar fazladır.
Etik bir gelişme vardır.	Etik gelişme sınırlıdır.
Ülkeye özgü mimari yaygındır.	Yöreye özgü mimari yaygındır.
Kitlesel pazarlama vardır.	Niş pazarlama vardır.

Kaynak: OECD, 1994, Tourism Strategies and Rural Development , ss. 14–15

Kırsal turizme katılan turistler genellikle bulunduğu yerden çok uzaklaşmayan ve kendi tanıdıklarıyla yaşayan kişilerdir. Kırsal turizmi tercih edenler genelde genç ve

orta yaşlarda, orta düzeyde gelir grubuna mensup eğitim düzeyi yüksek olan kişilerdir. Bu kişilerin kırsal yöreleri tercih etmelerinin en büyük sebepleri doğaya özlem, özgürlük hissi ve uzlaşma arzusu içinde olmalarıdır (Molera, 2006: 758).

Kırsal turizm geliştiği yörelerde, yöre halkına farklı şekillerde gelir elde etme imkânı oluşur. Bunlar:

- Tarım ürünlerine talep artışı olacağından, tarım ürünleri için yeni bir gelir oluşması demektir.
- Bölgenin turizm ile beraber gelişmesi turistik mal ve kamu sektörlerinin sayısını artırır aynı zamanda beraberinde yöredekilerin gelirlerini ve kamu gelirlerini de artırır.
- Bölgenin gelişmesi ve konaklama ihtiyaçlarına bağlı olarak inşaat sektörü ve ona bağlı diğer sektörlerin gelirlerinde artış olur.
- Yörenin tercih edilmesine bağlı olarak, yeme-içme, konaklama tesisleri artar, yöredekilere iş imkânı sağlar ve istihdam artar.
- Yöreyle ait el sanatları gelişir, esnaf ve sanatkâr sayısında artış olur ve bu şekilde gelirler de artar.

Kırsal turizmin yöreye birçok olumlu etkisinden daha söz edilebilir ancak kırsal yörelerde farklı iş olanakları doğarken yöre halkının tarımdan uzaklaşmasına da sebep olabilir.

Kırsal turizmin başlıca faaliyetleri şu şekilde sıralanabilir (Soykan, 1999: 72-73):

- Kırsal turizmde köylerde veya çiftliklerde yapılan hayvancılık ve tarım faaliyetlerine (yörede yetiştirilen meyveler, sebzelerin toplanması veya hayvansal ürünlerin elde edilme aşaması) turistlerin katılması veya uygulama aşamasını izlemesi.
- Geleneksel el sanatları ile ilgili faaliyetler (dokumacılık, dikiş-nakış-örgü işleri, seramik, ağaç, vb.).
- Kırsal alanlara ait doğa tarihi, arkeolojik kazılar, anıtlar ve ören yerlerini gezip görme.
- Yakın bölgelerde ki faaliyetlere katılmak(safari, bisiklet turları)

- Kırsal alanlarda yapılan avcılık binicilik, golf, yelken, trekking gibi sportif faaliyetlere katılmak.
- Fotoğraf çekme, resim yapma gibi özel hobi etkinlikleri
- Yöreye ait gösteriler halk oyunu, köy düğünleri.
- Yörede uygulanan çeşitli kurslar (yöresel el sanatları, yöresel yemek yapımı, yöreye ait geleneksel halk dansları, geleneksel üretim teknikleri, şifalı doğal bitkiler, turizm-çevre-koruma).
- Yöreye özgü bilimsel araştırmalar.
- Sportif ve kültürel yarışmalar.
- Yörelerde festivaller, konserler, panayırılar vb. etkinlikler
- Yöreye özgü kafeler ve sohbet yerleri.
- Doğal manzaraları görme ve izleme.
- Özel etkinlikler düzenleme (yaşlılar ve çocuklar için).

Kırsal turizm sadece bir alana yönelen bir turizm çeşidi değildir. Kırsal yörelerde o yöreye uygun her türlü etkinlik ve üretim faktörleri kullanılarak yapılan bir alternatif turizm çeşididir.

1.2. Kırsal Turizm Gelişimi

Kırsal turizm ilk zamanlarda iç turizm hareketi olarak görülmektedir. Ancak son zamanlarda teknolojinin hızlı gelişimi ile beraber ulaşım ve iletişimdeki hızlı gelişmeyle birlikte iç turizm faaliyeti olarak değil, uluslararası bir turizm faaliyeti haline gelmiş ve giderek gelişmeye devam etmektedir (Özçatalbaş, 2006: 272). Turizm sektörü turizmin yaşandığı ülkeler için çok önemli bir gelir kaynağıdır. Diğer sanayi kolları gibi turizmin de gelişmesi ve önemli bir yere gelmesinde sanayi devriminin önemli bir rolü vardır. Sanayi devrimiyle beraber teknolojiye oluşan hızlı gelişim beraberinde birçok şeyi etkilemiştir. Sanayi devriminden sonra, makinelerdeki gelişimle beraber buharın da kullanılması deniz ve demiryolu ulaşımalarının gelişmesini ve hız kazanmasını sağlamıştır. Fabrikalarda uygulanmaya başlayan yıllık izin faktöründen sonra insanların boş zamanın ortaya çıkmış ve bu demir ve deniz yolu ulaşımının gelişmesine katılarak farklı yer görme isteği oluşmuş ve turizm destinasyonuna katılmışlardır. Sonraki yüzyılda ulaşım araçlarındaki gelişmeler, kitle turizmi ile birlikte turistlerin daha geniş coğrafyaları görmelerine olanak tanımıştır.

Kitle iletişim teknolojisindeki gelişmeler ve insanların farklı yerleri kitle iletişim araçları ile görmesi veya duyması kitle turizmine katılma konusunda önemli bir motivasyon kaynağı olmuş ve arttırmıştır (Bull, 1995). Turizm dinamik bir yapıya sahiptir gittikçe değişen ve gelişen bir sektördür.

Tarihsel açıdan incelendiğinde, turizm ilk ortaya çıktığı dönemlerde belli kesime hitap ederken, teknolojinin gelişmesi ve küreselleşmenin etkisiyle insanların gelirlerindeki artış ve şirketlerin tatil vermesi, haberleşme ve ulaşım da gelişim sonucu turizm birçok kesime hitap etmeye ve kitle halinde yapılmaya başlamıştır.

1.2.1. Kırsal Turizmin Gelişmesini Hızlandıran Faktörler

Kırsal turizmin gelişimini hızlandıran birden çok faktör vardır. Bu faktörlerin birçoğu turizmin gelişimine etki eden faktörlerdir. Turizm alanındaki gelişme dolaylı ya da dolaysız olarak kırsal turizmin gelişmesine de etki etmiştir.

Toplumda eğitim ve kültür alanındaki gelişmeler hem turizmin hem de kırsal turizmin gelişmesine katkıda bulunmuştur. İnsanların farklı yerler görme isteği farklı kültürleri tanıma isteği kırsal turizmin gelişmesini hızlandırmıştır. İnsanların yoğun tempolarda çalışması ve bu çalışma süreci içinde oluşan boş zaman kavramını değerlendirme isteği de kırsal turizmin gelişimini hızlandırmıştır. İnsan yaşamının uzaması ve yaşlı nüfusun artması ve bu kesimin aktif olması, bu nüfusun eskiye dönmek kırsal alanları görmek istemesi ve kırsal bölgelerde yaşama isteğinin oluşması kırsal turizmin gelişmesini hızlandırmıştır. GDO ürünlerin kentlerde tüketiminin artması ile insanların kırsal yörelerdeki organik ürünlere ilgisi artmış ve sağlıklı yaşamak adına, yetiştirilen ürünlere talepleri arttırmıştır. Bunun sonucunda kırsal bölgelerde yetişen ürünler değer kazanması sağlanmıştır. Kırsal bölgelerde yaşayan insanların kente göç etme isteğinin artması, kırsal bölgelerin kentte yaşayanlara göre yoksulluk çekmesi, ekonomik açıdan yaşanan sıkıntıların önüne geçmek için kırsal bölgelerdeki değerlerin canlandırılması göçü engellemiş ve kırsal kalkınmanın oluşmasını sağlamıştır.

Kırsal turizmin Türkiye’de gelişiminin ilk örnekleri 1980’li yıllarda ortaya çıkmıştır. TURSEM seyahat acentesi İskandinav pazarına egemen olduktan sonra kitle turizminin yanında uzman tur operatörlüğü faaliyetlerine girerek Karadeniz bölgemizdeki Ordu ilinin farklı köylerindeki yöredeki halk ile anlaşarak misafirlerin

bir ile üç hafta arası değişen süreler içerisinde yöredeki evlerde ailelerle beraber yaşamalarını sağlamıştır. Bu kapsamda yöreye gelen turistlere Türkçe dersleri de verilmiştir. TURSEM acentesinin 1997 yılında iflas etmesinden sonra bu işi üstlenen başka acente olmadığı için bu iş sürdürülememiştir (Ahipaşaoğlu ve Çeltek, 2006).

Kırsal bölgelerin gelişimini hızlandıran en önemli faktörlerden biri de kentteki çevre kirliliği, gürültü ve deniz, kum, güneş destinasyonunun doğayı tahrip etmesi bu sebeplerden dolayı insanlar kırsal bölgeleri son yıllarda tercih etmeye başlamıştır. Bunların dışında gelişimi hızlandıran faktörler şunlardır:

- Kırsal yörelerdeki, geleneksel kültüre duyulan ilginin artması
- Uygun ortamın sağlanması
- Özel yemeklere ilginin artması
- Çevreye duyulan bilincin artması,
- Farklı eğlence aktivitelerine duyulan ilgi
- Kırsal acentelerin ortaya çıkması ve artması
- Kırsal köklerden gelinmiş olmasının bilincine varılması
- Turizm talebinin giderek gelişmesi

1.2.2. Dünyada Kırsal Turizmin Gelişimi

Kırsal turizm yeni bir olgu değildir. 19. yüzyılda sanayileşmiş kentlerde kirlilikten ve stresten kaçmak için bir çıkış yolu olarak kırlardan dinlenme-eğlenceye karşı bir ilgi doğmuştur (Soykan, 2006: 75). Avrupa’da 19.yy.da tren yolları bütün turizm yerlerine ulaşabilecek bir biçimde gelişmiş ve giderek yaygınlaşmıştır. Bu gelişmenin ardından teleferik ve asansör gibi farklı teknolojik kullanımlar bazı bölgeleri turizm açısından önemli bir turizm çekim yeri haline getirmiştir. Buna örnek verecek olursak İsviçre’de Bernese Oberland bölgesi bu teknoloji kullanımlarından sonra yaz aylarında beş yüz binden fazla turist çekmiştir. Araç üretiminin artması ve birçok gelir düzeyine hitap etmesinin ardından insanların araca sahip olması ve bu sayıdaki artış karayollarının da bu doğrultuda gelişmesi sonuncu 1945 yılından sonra insanların seyahat masraflarında azalma olmuştur. Bu faktörlerle beraber, boş zamanının artması ve kişilerin gelirlerindeki artış sayesinde kırsal turizmin gelişmesine olanak sağlamıştır. Son yıllarda kırsal turizmle rekabet edebilecek birçok turizm türü gelişmesine rağmen,

kırsal turizme olan talepte azalma olmamış ve sürekliliğini korumuştur. Avrupa'nın kuzeyinde dört mevsim tatil yapılabilecek yerler popüler olmuştur. Aynı zamanda ülkeler arasındaki ekonomik ve siyasi problemlerin ortadan kaldırılmasıyla, iletişim teknolojisinin ve ulaşımın gelişmesiyle doğaya yönelik dağ motoru ve araçlarla yapılan etkinliklerin gelişmesi hız kazanmış, kırsal turizmin doğal açık alanlarda meydana gelmesi dolayısıyla doğal su, kültürel yapılar, temiz hava popüler hale gelmiştir (Tchetcik, Fleischer, Finkelshtain, 2006: 5).

Kentlerde yaşayanlar giderek artan eğlence gereksinimlerini gerçekleştirmek için geçmişten günümüze kadar ulaşan ve değişime uğramayan kırsal yörelerin kendine özgü doğal, kültürel ve tarihi yapılarına ilgi göstermiştir. Sanayi devriminden sonra kentlerdeki kalabalık yaşam ve yapaylıktan sıkılan insanların kırsal alanları tercih etmesine ve kırsal turizmin gelişmesine neden olmuştur. Bundan sonra da Avrupa'nın sanayisi gelişmiş ülkelerinde kırsal turizm yayılmaya başlamıştır. Avrupa'da iş hayatının durağan ortamından uzaklaşma isteği ve iş dışı zamanların artması, kentlerde oluşan kalabalığın sıkıcılığı, gürültüsü ve stresinden bunalan insanları içinde bulunduğu şartlardan kaçmaya yönlendirmiştir (Yu, 1999).

Kırsal turizme konu olan yöreler farklı kültürlerle sahip olmasından, kırsal doğasından coğrafi ve etnik yapılarından kaynaklanan gizemli bir çekicilik sunmaktadır. Kırsal turizmin bütün dünyada kabul görmesiyle birlikte, Avustralya'daki Cape York Yarımadası, Kostarika'nın Tropik Bölgeleri, Cameron Dağlık Bölgesi, Tayland'ın Kuzey Tepeleri, Kanada'daki Kuzey Batı Bölgesi, İtalya'daki Tuscany ve Fransa'daki Ardeche gibi dünyanın farklı bölgelerindeki kırsal yöreler kırsal turizmin önemli merkezleri haline gelmişlerdir (Halbway ve Taylor 2006).

Kuzey Amerika ve Avrupa'da %6 olarak gerçekleşmiş olan kırsal turizmin günümüzdeki büyüme oranı ve kırsal turizmin ekonomiye olan etkisi her yıl artış göstermiştir. Örneğin İngiltere'de sadece kırsal turizmden elde edilen gelirin ekonomiye katkısı 14 milyar dolar olmuş ve bunun yanında 380.000 kişinin istihdam edilmesine olanak sağlamıştır. Kanada ve Amerika'da ise 2002-2004 yılları arasında kırsal alanda istihdam edilen oran %3 oranında kalmış ve kırsal bölgeleri 90 milyon turist ziyaret ettiği rapor edilmiştir. Bazı ülkelerde ise kırsal alanlardaki evler kırsal

turizm amaçlı olarak kullanılmış örneğin İsrail'in kuzey bölgesinde %10 oranında ev bu amaçla kullanılmıştır (Tchetcik, vd., 2006).

Kırsal turizm kavramı bugüne kadar farklı ülkelerde ve bölgelerde, farklı iş sahipleri veya akademisyenler tarafından farklı şekillerde tanımlanmıştır. Bu tanımlar ve yaklaşımlar kırsal turizm faaliyetlerinin meydana geldiği turistik ögeler ve ülkenin ya da yörenin coğrafi yapısına göre de değişiklik göstermiştir.

Avrupa'da kırsal turizmin en iyi şekilde sisteme oturtulduğu ülkelerin başında Avusturya gelmektedir (Williams ve Shaw 1996). Avusturya'da iç turizmin %80'den fazlası kırsal turizm ile ilgilidir. Avusturya'nın 20. yüzyılın başında turizm hareketlerine erken odaklanması 1970 ve 1980'li yıllarda kurulan kırsal turizm bölgelerinde diğer ülkelere kıyasla avantaj sağlamış kırsal turizmde görev alan çalışanlar turizmde uzmanlaşmış bu sebeple tarımın üretkenliği ve misafir memnuniyeti her zaman yüksek seviyede olmuştur. Kırsal turizm faaliyetlerinin eskilere dayanmasından kaynaklı bugün kırsal turizm faaliyetinde bulunan çalışanlar birkaç kuşak deneyime sahip olduğu için kırsal turizm konusunda, uygulamasında ve satışında profesyonel kişilerdir. Aynı zamanda geleneksel ve prestij sahibi olan köyler de Tuna nehri ve Neusiedl gölü çevresindedir ve bu bölgelerde çalışanlar birkaç dil bilen profesyonellerdir.

Japonya'da 1990'lı yılların başından itibaren kırsal yaşama olan ilgi artmaya başlamıştır. 1992 yılından itibaren ise Japon hükümeti tarım, ormancılık ve balıkçılığı kapsayan kırsal, çiftlik ve yeşil turizmi teşvik etmeye başlamıştır (Akça 2004). Portekiz'deki balıkçı köylerinde balıkçılıktan sağlanan gelirin yanı sıra yaz mevsiminde yöreye gelen yerli ve yabancı turistlere evlerini pansiyon olarak veren ailelerin gelirlerinde bir yükselme olduğu görülmektedir (Çeken vd. 2007).

İtalya'da kırsal turizm; sessizlik, doğal manzara, yeni insanlar tanımak, doğa ile bir bütün olmak ve eskiye (geleneklere) dönüş anlamlarını taşımaktadır. Kırsal turizm İtalya'da daha çok tarımsal turizm ve çiftlik turizmi üstüne yoğunlaşmaktadır. 1980'li yıllarda yeşil turizmin gelişmesi ile ona bağlı olarak tarım turizmi gelişmiştir. Bu gelişmeyle beraber kırsal alanları seven, kır kültürünün doğal zenginliğine, geleneksel el sanatları ve oyunlarına merakı olan, farklı mutfak lezzetlerine merakı olan kişilerin meydana getirdiği bir alternatif turizm türüdür. Örneğin: Emilie Romagne çiftliğinin

konumundan dolayı bağıcılık gelişmiş aynı zamanda tarihsel-sanatsal kaynakların çevresinde bulunması sebebiyle tarımsal turizm yapılmaktadır (Soykan 2000: 21).

1.2.3. Türkiye’de Kırsal Turizmin Gelişimi

Kırsal turizm sayesinde Türkiye’de son zamanlarda turistik kıyı merkezleri ve gelişmiş kentlerin çevresindeki köyler, antik kentlerin yakınlarındaki kırsal alanlar, turizmin gelişmiş olduğu yol kenarındaki köyler, kasabalar, turizme artık yabancı değillerdir. Kırsal yörelerdeki lokantalar ve yörede yapılan el sanatlarının sergilenmeleri, balık çiftlikleri ve kırsal turizm üzerinde konumlanmış yol üstündeki köyler, turistlerle ve günübirlikçi ziyaretçileriyle tanışmışlardır. Bireysel geziler yanında, bu tür yerlere ya da onların içinde bulunduğu kırsal alanlara seyahat acenteleri tarafından günlük geziler düzenlenmektedir. Aynı zamanda ciddi projelerle (örneğin Kayaköy/Fethiye) eski köy kalıntılarının tanıtılmasına ve canlandırılmasına gidilmekte, Şirince Köyü (Şelçuk/İzmir) gibi bazı köylerde ise konaklama, kültür mirası evlerde gerçekleştirilmektedir (Soykan, 2003: 1-11).

Ülkemizin her bölgesinde kırsal turizmin farklı bir bileşenini görebiliriz bu sayede de kırsal turizm, ülkemizde turizmin dört mevsim yapılabilir olmasını olanaklı kılmaktadır. Bölgelerimizden Ege ve Akdeniz’de deniz kum güneş turizminin dışında, doğal güzellikleri, tarihi yapısı ve kültürel özelliklere yatkınlığı, Güneydoğu Anadolu’nun birçok medeniyete ev sahipliği yapmış tarihi ve kültürel mozaïği, Doğu Anadolu’nun kış aylarında yüksek yerlerinde kış turizmi yapılmasının yanında eski tarihi kalıntıların yoğunluğu, Karadeniz bölgesinin yeşilliği ve uçsuz bucaksız yaylaları, İç Anadolu’nun eski ticaret yolu olan İpek yolunun kalıntılarından oluşan tarihi yapısı, Marmara’nın günümüze kadar yok olmamış eski tarihi yapılar; ülkemizin her mevsim farklı turizm isteklerine cevap verebiliyor olması kırsal turizmin en güçlü yönlerini meydana getirmektedir (Kuşat, 2014: 84).

Kırsal turizmin iç göçü engellemesi, kırsal alanların kalkınmasına katkıda bulunması da kır-kent arasındaki ekonomik eşitsizliği ortadan kaldırması da gelişimini önemli ölçüde etkilemiştir.

Kırsal turizm kavramı ülkemizde son yıllarda hızlı bir şekilde gelişmiş ve ekonomik açıdan önemli bir yere sahip olmuştur. Bu sebeple ülkenin birçok bölgesinde, ilçelerinde, köylerinde kırsal turizmin daha da gelişmesi için yöreye özgü çeşitli projeler üretilip uygulamaya konmuştur. Bu projeler arasında; Doğu Anadolu Turizm Gelişim Projesi, Göreme örneği, Kastamonu Azdavay'da Eko turizmin Geliştirilmesi Projesi ve Yanık Ali Konağı Restorasyon Projesi, İzmir ili Şirince Köyü örneği, Manisa İli Tekelioğlu Köyü Kırsal Turizm Gelişim Projesi, Küre Dağları ve Zümrüt Köyü örneği, Gökçeada örneği: Organik Yaşamı Adada Öğrenmek Projesi, Mumcular örneği ve Beypazarı projeleri gibi daha farklı örnekler bulunmaktadır (Ün, Tutar, Erkan, 2012: 347).

1.3. Kırsal Turizmin Etkileri

Kentlerde yaşayan insanların kentlerdeki gürültü, stres ve kalabalıktan sıkılıp doğal hayata olan taleplerinin artması kırsal yörelerde turizmin gelişmesine yol açarak kırsal alanlardaki insanlar ile beraber hareket etme olanakları sağlayarak kırsal yörelerde ekonomik etkileri olumlu yönde etkilemiştir. Fakat turizm sadece ekonomik etkileri olan bir hareket değildir. Çevresel, sosyo-kültürel etkisi olan ve sosyal yapıyı da etkileyen bir harekettir. Bu sebeple kırsal turizmin etkilerini sadece ekonomik olan sebeplerle araştırılmamalı ekonomik olmayan yönleri de dikkate alınmalıdır. Kırsal turizmin etkilerini genel olarak ekonomik, sosyo-kültürel ve fiziksel çevre üzerindeki etkileri olmak üzere üç başlık altında toplanabilir.

1.3.1. Ekonomik Etkiler

Kırsal turizm ülkelerin ekonomisi açısından kırsal yörelere döviz girdisi, yöre halkına gelir etkisi sağlamasının yanında kır ile kent arasındaki gelir dengesizliğinin kaldırılması, gelişmekte olan ülkelerde kırsal turizme bağlı olarak oluşan yeni meslek grupları ve iş sahaları oluşmasıyla işsizliğin azalması, yöredeki alt yapı yetersizliğinin ortadan kalkması ile ulaşım imkânlarının iyileştirilmesi, tarımsal hizmetler ve turizmle ilişkilendirilebilecek farklı ticari faaliyetlerin canlılık kazanması gibi ekonomik etkilere sahiptir (Ahipaşaoğlu ve Çeltek, 2006: 67-68).

Kırsal turizmin kırsal alanlara ekonomik açıdan yaptığı etkilerden en önemlisi yöreye ve yöredeki halka kazanç sağlama ve gelir yaratma etkisidir. Turizm insanların gittikleri yerlerde tüketim yapma özelliği bulunduğu için, turistlerin kırsal yörelere

yeme, içme, konaklama, kırsal etkinlikler, ulaşım, yöreye ait el sanatları ve yöresel yiyecekler gibi ihtiyaçlarını gidermek amacıyla yaptıkları alışverişlerde kırsal yörelerde yaşayan halk için bir gelir kaynağı oluşturmaktadır. Bu oluşan artışla yöre halkının gelir seviyesine paralel olarak refah seviyesindeki artış, bir yandan kırsal turizm destinasyonunun yapıldığı yörelerde ekonomik gücü arttırırken, diğer yandan yöreye yeni yatırımlar gerçekleştirebilme gücünü de arttırmaktadır (Uçar, Çeken, Ökten, 2010).

Kırsal turizmin gelişimi ile beraber kırsal yörelerdeki istihdam artmış ve kırsal yörelerdeki işsizlik önemli derecede azalma göstermiştir. Bu sayede kente olan göçün de önüne geçilmiştir.

Kırsal turizmin ekonomik etkileri altında farklı başlıklardan söz edebiliriz. Bu bölümde gelire etkisi, kırsal kalkınmaya olan etkisi, iş gücüne olan ihtiyaca etkisi (istihdam), göçü önleme ve kadın istihdamı yaratma etkisi, alt yapı, yatırıma etkisi, diğer sektörleri canlandırma etkisi ve kırsal alanın tanıtımı etkisi gibi farklı başlıklardan da söz edilebilir. Bu başlıklar aşağıda ayrıntılı olarak ele alınmaktadır (Ukav, 2014).

1.3.1.1. Kırsal Kalkınma Etkisi

Kırsal kalkınma, yaşamlarını kırsal yörelerde devam ettiren insanların, ekonomik, teknolojik ve kültürel olanaklardan, gelişmişlik düzeyi yüksek yerlere gitmeye gerek kalmadan yaşadıkları yerde bu imkânlardan yararlanılmasını sağlayan politikaları temsil etmektedir (Ukav, 2014: 20). Kırsal turizmin kırsal kalkınmaya etkisi yörenin kültürel yapısının, tarihi dokusunun, doğal kaynaklarının ve tarımsal etkinliklerinin etkili bir şekilde kullanılmasına bağlıdır. Günümüzde kırsal yörelerdeki turizm hareketinin kırsal kalkınmaya etkisi, kırsal yörelerdeki girişimcilerin yeni işler yaratması ile birlikte daha verimli çalışmakta ve kırsal yörelerde geçim kaynağı tarım olan insanlara ikinci bir gelir kaynağı sağlamaktadır (Soykan, 2000).

Kırsal yörelerde kırsal turizmin gelişmesi, kırsal yörelerde yaşayan insanların, kent merkezlerine yerleşmesinden kaynaklanan yörelerdeki nüfus azalımı ile ilgili sorunlara çözüm üretmeyi amaçlamaktadır. Kırsal yörelere gelir kaynakları ve verimlilik sağlayarak, kente göç etme düşüncesini engellemek ve kente göç edenlerin geri gelmesini sağlamak hedeflenmekte ve yöredeki aktif nüfusun yörede kalıcı olması, yaşam koşullarının iyileştirilmesi, çevrenin korunması ve diğer ekonomik

etkinlikler için yörede uygun şartların oluşturulmasının yolları araştırılmaktadır (Dragulanescu ve Drutu, 2012).

Kırsal turizm ile kırsal kalkınma arasında doğru orantılı bir ilişki vardır. Kırsal turizm kırsal yörelerde farklı iş kolları yaratarak tarım dışı iş çeşitlendirmesinin önemli faktörüdür. Aynı zamanda kırsal turizm kırsal yörelerin kalkınmasının en önemli ve öncü sektörüdür. Kırsal turizm ve eğlence etkinlikleri kırsal yörelerdeki doğal ortamlar ve kültürel zenginliklerin çeşitliliği açısından önemli bir potansiyele sahiptir (Çeken vd., 2007).

Kırsal kalkınmada kırsal turizme ihtiyaç duyulmasının nedenleri ise şöyledir (Soykan 2006: 73):

- Kırsal yörelere özgü geleneksel ürünlerin korunması kırsal turizm açısından son derece önemlidir. Çünkü bu geleneksel değerler yöreye özgü olduğu için yok olma tehlikesi olmaktadır.
- Kırsal turizm yörede birçok yeni iş kolu yaratmaktadır.
- Kırsal turizm yörede alt yapının ve hizmetlerin gelişmesini sağlamaktadır.
- Kırsal turizmde yörede var olan tarihsel yapılardan (eski kiliseler, şatolar, çiftlik binaları, evler, eski camiler, meydanlar) çeşitli şekillerde (müze, el sanatları merkezi, konaklama evi, vb.) kırsal turizmle beraber yararlanmak mümkündür.
- Kırsal yöre toplumlarında eskiden kadının rolünün çok az olmasına rağmen kırsal turizmle beraber önemli bir role sahiptir.
- Doğal çevreyi korumasından kaynaklı sürdürülebilir bir yerel kalkınma sağlamaktadır.
- Kırsal yörelerdeki kamu kesimi, özel kesim ve sivil toplum örgütleri arasındaki işbirliğinin geliştirilerek kırsal kalkınma girişimlerinin başlamasıdır.
- Bölgesel girişimciliğin kurumsallaşmasıdır.
- Çok düzeyli yönetim kavramı kapsamında mahalli idareler ve birliklerinin kapasitelerinin yöreye göre artırılması ve örgütlenme düzeyinin geliştirilmesidir.
- Yöredeki kültürün, ürünlerin, hizmetlerin, kaynakların faydaya dönüşmesini sağlamaktadır.

- Üretici örgütlenmeleri ve sivil toplum kuruluşlarının yöredeki ihtiyaçların giderilmesi ve kalkınmaya yönelik işbirliği girişimleridir.
- Şehirlerde veya metropol yerlerde aynı yörede yaşayanlar tarafından kurulan köy kalkındırma dernekleri, kültür-tanıtma vakıfları ve benzeri sivil toplum kuruluşlarının yerelde kırsal kalkınmaya katkılarının önemli ölçüde artırılmasıdır.
- Yöresel, ulusal ve uluslararası çapta kültür, tecrübe ve bilgi paylaşımı olanağı sağlamaktadır.

1.3.1.2. Gelir Etkisi

Gelir yaratma etkisi kırsal turizmin yörelere ekonomik açıdan yaptığı etkiler arasında en önemlisi olandır (Uçar, Çeken, Ökten, 2010: 89). Kırsal turizmin gelişmesi ve yaygınlaşması kırsal yörelerin birçok açıdan gelişmesinin (ekonomik, kültürel, tarımsal, sosyal) en önemli sebebidir. Kırsal alanlardaki nüfusun kentlere oranla çok düşük olması ve ülkelerdeki gelir dağılımının büyük bir çoğunluğunun kentlerde olması kırsal yörelerde yaşayan insanlar için ekonomik açıdan zorluklar yaşamasına sebep olmaktadır. Bu zorlukların üstesinden gelebilmek için kırsal turizm, kırsal yörelerde yaşayan insanlar için büyük fırsatlar barındırmaktadır.

Kırsal turizm yöredeki doğal kaynakları, kültürel zenginlikleri ve yöresel ürünleri pazarlayarak bölge halkına ciddi bir gelir sağlamak ve kente göre oluşan gelir dağılımındaki eşitsizliğin azalmasına katkıda bulunmaktadır.

Kırsal yörelerdeki el sanatları değerlendirir ve unutulmaya yüz tutmuş birçok ürün tekrar gün yüzüne çıkar, yörelerdeki esnaf sayısı artar, buna bağlı olarak gelir ve istihdam da artar aynı zamanda yöredeki konaklama, yeme-içme ve el sanatlarının talepten dolayı fiyatlarının artmasına neden olarak gelire önemli katkı sağlar.

Kırsal turizm, yöre insanına kente göç etmeden kentsel standartları yakalama olanağı sağlar. Yöre insanları, hem hizmet hem de mal satışından aracısız karlar sağlayarak yaşam düzeylerini yükseltmektedir (Demircioğlu, 1993).

Kırsal yörelere gelen turistlerin talebinin artmasıyla açılan konaklama yerleri, iş yerleri ve el sanatları ile beraber iş yeri sayısı artacak ve burada yapılan döviz harcamalarının bozulması ve iş yerlerinin ödeyeceği vergi ile ülke ekonomisi de canlanacaktır.

1.3.1.3. Göçü Önleme, İstihdam ve Kadın İstihdamı Yaratma Etkisi

Kırsal turizmin en önemli işlevlerinden birisi de göçü önleme etkisidir. Özellikle de bölge kadınlarının çalışma hayatı içerisinde aktif biçimde rol alması, para kazanması, sosyal yaşamda yer edinmesi, ekonomik özgürlüğe sahip olmaya başlaması gibi birçok faktör kırsal turizmin gelişmesinde olumlu etkiler yaratmaktadır (Morgül, 2006: 70). Bilginin hızlı yayılması ve teknolojinin hızlı gelişimiyle kentlerde oluşan iş olanakları, fabrikaların kurulması, kırsal yörelerdeki işsizlikle beraber insanlar kırsal bölgelerden kentlere hızla göç etmesine neden olmuştur. Bu göçlerin sonucunda kentte oluşan sıkıntılar insanların tekrar doğaya dönmesine neden olarak hem kent insanının doğayı ve oradaki ürünleri görmesine neden olurken kırsal yörelerdeki insanların gelir elde etmesine, yörelerinden göç etmemelerine ve iş sahibi olmalarını sağlayarak iki bölge insanı için karşılıklı fayda sağlamasına sebep olmuştur.

Kırsal turizm gerçekleştiği yörelerde kadını iş gücüne ve emeğine dayanan bir alternatif turizm türüdür, kadına çalışma imkânı sunarak, toplumsal kalkınmaya destek vermektedir. Kadın, kırsal turizmde yöreye özgü ürünü üreten ve satan kişidir. Aile işletmeciliği bakımından kadın, kırsal turizmde en etkili kişidir (Tarlak, 2007).

Turizm sektörünün ülke ekonomilerine doğrudan istihdam, dolaylı istihdam ve uyarılmış istihdam olarak üç çeşit istihdam oluşturduğu bilinmektedir (Barutçugil 1986; Çeken ve Erdem 2003).

Doğrudan İstihdam: Turizm sektörü ile direkt bağlantılı ve turizme bağlı olan işlerdir. Seyahat acenteleri, konaklama işletmeleri, hediyelik eşya yapan ve satan mağazalar, turizm bölgesindeki gece kulüpleri, yiyecek- içecek işletmeleri doğrudan istihdam grubunun içindedir. Yapılan araştırmalara göre turizm sektöründe çalışanların %75'i doğrudan istihdam içinde yer almaktadır.

Dolaylı İstihdam: Turizm sektörünün, kendi içindeki ürünlerin ve hizmetlerin dışındaki ürünleri ve hizmetleri veren, diğer bir deyişle sektörü besleyen sektörlerden oluşan bir istihdam grubudur. İnşaat, tekstil, tarım ve diğer hizmetler sektöründe gerçekleştirilen istihdamlar dolaylı istihdam grubunda yer almaktadır.

Uyarılmış İstihdam: Doğrudan ve dolaylı istihdamdan elde edilen gelir harcadıkça çarpan etkisi ile ekonomide yaratılan bir diğer istidam çeşididir.

1.3.1.4. Alt Yapıya Etkisi

Kırsal yörelerde alt yapının gelişmesi o yöredeki turizmin gelişmesini, turistlerin gelmesini ve iyi tanıtılmasını sağlayacak önemli faktörlerden biridir. Çünkü alt yapının yetersiz olduğu bölgelere ulaşım zor olacağından, konaklama işletmeleri veya hizmetleri yetersiz kalacağından o yöre tercih edilemeyebilir.

Kırsal yörelerde sürekli olarak ikamet edenleri kullandıkları teknoloji, ulaşım araçları ve alt yapı olanakları, kanalizasyon sistemi, doğal kaynaklar, otoparklar ve haberleşme sistemleri ilk etapta kırsal turizm için yeterli gelebilir. Ancak yörede turizmin gelişmesine bağlı olarak, yörede oluşan talebin zaman içerisinde karşılanması zor olabilir. Çünkü bir süre sonra yöredeki talep, yörede olan imkânları aştığı için alt yapı ile ilgili sorunlar meydana gelmektedir. Talebe bağlı olarak turistlerin yararlanması için gelir desteği ile geliştirilen alt yapı hizmetlerinden daha çok yöre halkı yararlanmaktadır. Kırsal alanların kırsal turizm arzına imkân vermesi dolayısıyla alt yapının gelişmesi, yörenin kalkınmasını da olumlu yönde etkilemiş olmaktadır. Kırsal turizmin yaygınlaşması ile kırsal yörelerde uygulanacak altyapı, eğitim ve sağlık hizmetlerinin kalitesinde ve sayısında önemli miktarlarda artışlar meydana gelmektedir (Akça, Esengün, Saygılı, 2002: 29).

1.3.1.5. Diğer Sektörleri Canlandırma Etkisi

Kırsal turizm farklı sektörler arasındaki işbirliğini önemli hale getirmektedir. Turizm hareketi hizmet sektörü olarak gözüktüğü de aslında turizm bazı özelliklerinden dolayı 33 sektörle iç içedir ve kırsal yörelerde turizmin canlanması ile aynı zamanda 33 sektörün gelişmesini de beraberinde etkilemektedir (Çeken, 2007: 11). Kırsal bölgelerin gelişmesi tarım sektörünün, inşaat sektörünün, sanayi sektörünün, yiyecek-içecek sektörünün vb. gelişmesi demektir.

Kentlerde elde edilmiş olan gelirlerin kırsal yörelerde harcanması kent-kır arasındaki ekonomik gelir düzeyi arasındaki farklılığı azaltmaktadır. Harcamaların kırsal alanlarda yapılması ile kırsal turizmin gelişmesi hız kazanırken buna bağlı olarak yörede turizme doğrudan veya dolaylı mal ve hizmet üreten diğer sektörlerde iş hacmi artmaktadır. Turizm dolaylı olarak birçok sektörün kırsal yörelerde gelişmesine katkı sağlamaktadır. Buna bağlı olarak zamanla fiziksel alt ve üst yapının gelişimi tamamlanacaktır (Çeken, Karadağ, Dalgın, 2007: 11).

1.3.2. Kırsal turizmin Sosyo-kültürel Etkileri

Turizm hareketi sadece ekonomik gelir sağlayan bir sektör değildir. Turizm aynı zamanda kişilerin sosyo-kültürel değerlerinin karşılıklı etkileşimi ile de dikkat çeken bir sektördür (Özçatalbaş, 2006: 232).

Kırsal yörelere gelen turistlerin kaliteli hizmet ve yaşam standartlarını aramaları ve bölge halkının onların beklentilerine karşılık vermek istemeleri bölgedeki insanların hayat standartlarını yükseltmektedir. Bunun sonucunda da kırsal bölgelerdeki insanlarla kentteki insanların arasındaki ilişki kopukluğu zamanla azalmış ve aralarındaki ilişkinin güçlenmesine sebep olmuştur. Farklı açıdan da bakıldığında kent insanı kırsal bölgelerdeki kültürü tanıma ve daha farklı bir ortamda tatil yapma fırsatı yakalamış olur. Aynı zamanda kırsal bölgelerdeki sorunları, aksaklıkları görerek sorunların çözüme kavuşturulmasına ve daha hızlı çözüm bulunmasına katkıda bulunur.

Kırsal bölgelerdeki işlerin büyük çoğunluğunu yapan kadınların statüsünde belirgin bir değişiklik olur ve aile içindeki rollerde de değişiklik olur kadının toplumda kendini bulma ve söz sahibi olmasını sağlar. Kırsal turizmin gelişmesiyle kırsal yörelerde istihdam edilen kişilerin meslek konusunda verilen bilgi ve becerileri çeşitli eğitim programlarının katkısıyla gelişmekte, kırsal alanlarda işgücü nitelikli bir hal almaktadır (Çeken, Dalgın, Çakır, 2012: 14).

Kırsal turizmin gelişmesi ile kırsal yöreleri ziyaret eden turistlerin yöre halkının evlerini pansiyon olarak kullanması sonucunda oluşan, turistler ile yöre halkı arasında kültür yapısı ve yaşam tarzlarında karşılıklı etkileşim olmaktadır. Bu etkileşimle beraber oluşan samimi ilişkilerle birlikte yeme kültürü, gelenek ve görenekler, giyim tarzı gibi kültürel bileşenlerin karşılıklı alışverişi sonucunda yörede kültürel yapı çeşitlenmektedir (Uçar, Çeken, Ökten, 2010).

Yörede yaşayan halkın kırsal turizmin yörede varlığının oluşması ile tanınmışlığı arttıkça yöredeki halkın kendine olan güvenini arttırmakta, geleneklere ve kültüre daha sıkı bir şekilde bağlanmaktadır (Kuşat, 2014: 71).

Kentte yaşayan bireylerin kırsal yöreleri ziyaret etmeleri sonucunda bireyler arasında bilgi alışverişi gerçekleşirken bireyler yeni bilgiler edinmekte ve yeni bakış açıları

kazanabilmektedir. Bunun sonucunda yörede yaşayan yerel halkın tüketim alışkanlıklarının ve toplumsal değer yargılarının değişimi hız kazanmaktadır. Aynı zamanda yerel kimliği güçlendiren, kırsal yöreye özgü geleneksel aktiviteler düzenlenmekte bu şekilde yöredeki halkı olumlu yönde motive etmektedir (Uçar vd., 2010:62).

1.3.3 Kırsal Turizmin Fiziksel Çevre Üzerindeki Etkileri

Kırsal turizm doğaya, doğal kaynaklara ve kırsal yerleşimlere dayalı bir turizm çeşidi olduğu için doğal çevrenin korunması için önemli katkılarda bulunur ve bu katkılarla beraber son yıllarda önemi artan sürdürülebilir turizm açısından doğaya zarar verilmemesine ve turizmin her mevsim yapılabilmesine olanak sağlar. Doğanın ve doğal kaynakların korunması kırsal turizme önem veren birçok devlet tarafından önemli bir yer edinmiştir. 2007-2013 Türkiye’de Ulusal Kalkınma Stratejisi’nden kırsal alanların korunması ve turizme bağlı olarak doğaya zarar vermeden geliştirilmesi stratejik amaç olarak belirtilmektedir. Bu amaç doğrultusunda çevreye uygun, çevreyi koruyan tarım faaliyetlerinin uygulanması, yeşil alanların korunması ve orman kaynaklarının sürdürülebilir kullanımının sağlanması ve bu çalışma içindeki alanların yönetimi ve geliştirilmesi hedeflenmektedir (DPT, 2006). Kırsal turizm kitle turizminin aksine mevsimsellik bir özelliği olmadığı ve dört mevsim yapılabilmesi için mevsimsel yoğunlaşmaya ve bölgesel baskıya neden olmamakla beraber gerçekleştiği yer itibarı ile betonlaşmayı ve arazi tüketiminin önüne geçmektedir.

1.4. Kırsal Turizm Girişimciliği

Girişimcilik, kişinin değer sistemi olmakla beraber işin teknik kısımlarını kullanma ve işi farklı boyutlarda geliştirme, oluşabilecek problemleri çözmek adına yenilikçi ve yaratıcı amaçlara hizmet eden bütün iş ile ilgili kaynakları bir araya getirme yeteneği olarak tanımlanmaktadır (Özgener, 2003: 100). Bu tanımla beraber girişimci ise, asıl amacı farklı amaçlarla gelir elde etmek olan, üretim faktörlerini (toprak, emek, sermaye vd.) bir araya getiren ve bu konuda gerekli riski alan, mal ve hizmet üretimi için uygun koşulları hazırlayan kişi olarak ifade edilmektedir (Kantar, 1999: 31). Kırsal turizm girişimcisi ise kırsal bölgedeki doğal yerleri, tarihi eserleri veya mekanları, kültürel ve tarımsal etkinlikleri verimli bir şekilde kullanarak kırsal yörede girişimde bulunan kişidir (Çeken vd., 2007). Kırsal bölgelerde girişimciler, kazanç

elde etmek adına bölgesel potansiyeli değerlendirip tarım, doğal güzellikler, kültürel miras, turizm ve eğitim alanlarını kapsayan çalışmalarıyla kırsal turizm sektörünün gelişmesini sağlamakta ve kırsalda ekonomiyi güçlendirmektedir (Zurnacı, 2012: 65-67). Günümüzde turist talebinin kırsal yörelere ve doğal güzelliklere yönelmiş olması, bazı doğal güzellikleri, tarihi veya kültürel zenginlikleri olan bölgeleri cazip hale getirmektedir. Bu süreçte yöreye gelen turistlerin yöreye gitme amaçlarına bağlı olarak yörede bu doğrultuda kırsal turizm girişimciliği hareketliliği gerçekleşmektedir.

Günümüzde alternatif turizm çeşitlerinden en çok tercih edilenlerden biri de kırsal turizmdir. Kültürel ve doğal yapılarıyla kırsal coğrafi ortamlar; özellikle kentlerde yaşayan insanların giderek artan eğlence ihtiyacına geçmişten günümüze cevap vermeye çalışmaktadır. Başta kırsal yörelerin yaşam biçiminin çekiciliği, stres, gürültü ve baskı oluşturacak zorlukların ve sınırlamaların olmayışı, buna karşılık turistlerin kendilerini özgür hissetmelerini sağlayan olanakların varlığı, günümüzde hafta sonu tatilleri, mevsimlik ve yıllık tatillerde bu ortamlara ziyaretlerin artışını beraberinde getirmektedir (Özkan, 2007: 86). Bu kırsal yörelere oluşan artışla beraber kırsal turizm bölgelerinde girişimcilik faaliyetleri giderek artmaktadır.

Turizm sektöründe girişimcilik konusunda kırsal yöredeki halkın bir çaba göstermesi ve kaynakların uyumlu şekilde kullanılması gerekmektedir (Saayman ve Slabbert, 2001: 30-55). Kırsal turizm girişimciliği bir bütünlük içinde hareket ederek, bir örgütlenme olayı olarak ifade edilmektedir. Bu sebeple bir yörenin ilk olarak gelişmesi ve gelir elde etmesi için kırsal turizme ihtiyacı olduğunu ve yörede turizm faaliyetlerinin gerekliliğine inanması ve bu doğrultuda gelişmesi, düzenlenmesi, planlanması gibi hususlarda birlikte hareket edecek bir ekip oluşturulması gerekmektedir. Bundan sonra da, yöredeki halkın tecrübelerine, uzmanlıklarına ve bilgilerine göre yöredeki halkla yörenin kalkınması için beraber hareket etmelidirler. Bunların dışında çiftlik sahipleri ile yerel halkın kendi aralarında bir bütünlük oluşturarak bir dernek oluşturmaları, sonra da bölgede veya ülke çapında kurdukları derneğe yakın olan kooperatiflere üye olmaları gerekmektedir. Dünya'nın birçok ülkesinden buna benzer bir bütünleşik hareket örneği gerçekleşmiş ve amacına ulaşmıştır (Tarlak, 2007: 82). Bir yörenin kalkınabilmesi için o yöreye artı olarak bilinen ürünleri veya hizmetleri iyi bir şekilde tanımlaması ve yöre halkının bir ekip olarak çalışması ve yerel veya ulusal örgütlerin de desteğini alarak hareket etmeleri

gerekmektedir. Günümüzde dört ve beş yıldızlı oteller yerine doğa içinde küçük kır evlerinde, çiftliklerde veya köy evlerinde tatillerini geçirmek isteyen ve kırsal turizmi tercih eden kent kökenli turistlerin sayısı her geçen gün artmaktadır (Ahipaşaoğlu ve Çeltek, 2006: 14). Bu tercih kırsal yörelerde girişimcilik faaliyetlerini başlatmaktadır. Kırsal alanlarda turistik konaklamanın en önemli şekli aile yanında kalma, başka bir ifadeyle aile pansiyonculuğudur. Turisti ağırlamak için evini açan köylü veya çiftlik sahipleri, geçmişten gelen konukseverlik geleneğinin yaşatılmasında aracı olmaktadır. On yıldan beri aile pansiyonculuğu, çeşitli ülkelerde “breakfast, zimmerfrei, gite” kavramlarıyla gündeme gelmiştir. Kırsal hanlar ve köy otelleri, özellikle Güney Avrupa’da, sosyal yaşam yerleri olarak anılan kır otelciliğinin temsilcileridir. Çoğu ülkede kırsal otel girişimciliğini geliştirmek amacıyla ‘Logis de France’ modelini³ örnek almış çeşitli ulusal kuruluşlar vardır. Kırsal kamping kavramı, Avrupa ülkelerinin birçoğunda gelişmiş olmasına rağmen, turistik aktivitelerin tamamını kapsamamaktadır. Kırsal kamping, çiftlik kampingi ile sınırlıdır. Kırsal alanlarda bu tür konaklama özellikle Almanya, Fransa, İngiltere ve Benelüks (Belçika, Hollanda, Lüksemburg) ülkelerinde oldukça gelişmiştir. Aile tatil köyleri; Fransız modelidir. Bu ekonomisi gerilemekte olan kırsal bölgelerde ve arazi düzenlemesi sırasında başvurulmuş bir modeldir (Tarlak, 2007: 61). Kırsal turizm ürünlerine karşı talebin artması, yerel işbirliği ve kalkınma taleplerini güçlendirerek yöredeki gençlerin yerel girişimcilik ruhu kazanmasını sağlar (Çeken vd., 2012: 14).

İKİNCİ BÖLÜM

GİRİŞİMCİLİK VE KADIN GİRİŞİMCİLİĞİ

2.1. Girişim, Girişimci ve Girişimcilik Kavramları

Girişimcilik kavramını daha iyi anlamamız için öncelikle Latin kökenli olan “Girişim” sözcüğünü bilmemiz önemlidir. Girişim sözcüğü ilk olarak 15. yüzyılda Fransızcada kullanılan “entreprendre” den gelmiş ve “başlamak”, “el uzatmak”, “...meye kalkışma” anlamında kullanılmıştır. Girişim kelimesi ilk kullanıldığı zamanlar burjuvazi sınıfını hatırlatacak şekilde, fırsatları gören ve değerlendiren, bir işi yapmakta tereddüt etmeyen cesur, bir işe kalkışmaya hazır anlamlarına gelmekteydi (Halıcı, 2005).

Türk Dil Kurumu’na (TDK) göre girişim sözcüğü, “teşebbüs ve bir işe kalkışma (girişme)” anlamlarında kullanılmaktadır. Ekonomik ve güncel yazılarda ise girişim sözcüğünün ifade ettiği anlam birçok farklı yazarların çalışmalarında tanımlanmış olmakla beraber, genel olarak somut açıdan ticari faaliyetleri gerçekleştirmek için kurulan ekonomik amaçlı birimleri ifade etmektedir. TDK’nın girişim sözcüğünün tanımından yola çıkılarak daha soyut açıdan ele alındığı tanımda ise girişim, işin en önemli parçası olan girişimcinin iş kurma süreçlerinde ortaya koydukları çaba ve katlandıkları zorlukların bütünü olarak tanımlanmaktadır (Tutar ve Küçük, 2003: 161). Girişim; sermaye, emek ve diğer üretim faktörlerini (doğal kaynaklar, girişimci) bilinçli ve sistemli bir şekilde planlayarak ve hepsini bir arada toplayarak mal ve hizmet üretimi için değerlendiren ve hedeflerine ulaşmak için üretim ve hizmet kaynaklarını kullanırken gerçekçi ve ekonomik kararlar alan toplumsal, teknik ve ekonomik bir birim olarak tanımlanmaktadır (Şimşek, 1998: 31).

Girişim, ihtiyaçları ve talepleri karşılamak üzere, pazarda bulunan ya da pazarda bir değeri oluşmaya başlayan ekonomik mal ve hizmetleri üretmek ve girişimciye gelir sağlamak için kurulan işletme, ticari ve ekonomik faaliyetleri gerçekleştirmek ve önceden planlanan hedeflere ulaşmak için kurulan bir ekonomik birimdir (Tokat ve Şerbetçi, 1998: 10).

Ücret karşılığında ürün satma, hizmet üretmek veya fon sağlamak için kurulan, finansal ve hukuki kişiliğe sahip kar veya yarar sağlamak amacıyla, sürekli işlerlikte bir örgüt olarak tanımı yapılan girişimin özellikleri aşağıdaki şekilde ifade edilebilir (Tutar ve Küçük, 2003: 161) :

- Kazanç sağlama girişimin amacıdır.
- Girişimin en önemli unsurlarından biri bir ücret karşılığı ürün satmak için hizmet veya fon sağlamasıdır.
- Üretim, satış ve bu iki işlevin gerçekleşmesi için gerekli fonlar girişimin üç temel görevini oluşturur.
- Finansal bir kavram olan girişim, öz ve yabancı kaynakları karşılayan kendisine ait varlıkları bulundur.

Ekonomi alanının araştırmacılarından olan Joseph A. Schumpeter'e göre, kapitalist toplumların bu derece gelişmesi girişimcilerin sayesinde olmuştur. Girişimcilik, belli bir meslek grubuna göre sınırlanamaz, neredeyse bütün meslek gruplarında girişimcilikten bahsedilebilir. Girişimci kavramının tanımı, yüklendiği veya yerine getirdiği işlevine göre yapılmalıdır. İlk kez 18. yüzyılın başlarında Fransız ekonomist Richard Cantillon tarafından; “ önceden belirlenmemiş bir bedelle satmak üzere üretim faktörlerini ve hizmetlerini bugünden satın alan ve üreten kişi” olarak tanımlanan girişimcinin 21. yüzyılda birbirinden farklı birçok tanımı yapılmaktadır (Çetin, 1996).

Girişimci kavramının tanımı, çok farklı alanlarda araştırmacılar tarafından farklı şekillerde yapılmıştır. Ekonomistlere göre girişimci, bütün üretim faktörlerini bir araya getirerek (makine, kaynaklar, iş gücü ve diğer varlıklar) daha öncekinden farklı bir değer ortaya çıkaran kişi olarak tanımlanırken, psikologlara göre girişimci, bir amaca ulaşmak için çalışan, bu konuda sık sık deneme yapan, aynı doğrultuda çalışan rakiplerini geride bırakma isteği duyan kişidir. İş adamlarına göre girişimci, yeri geldiğinde büyük bir tehdit unsuru oluşturan yeri geldiğinde de başkalarının refahı için çaba sarf eden kişi olarak tanımlanabilir (Güney, 2008, 56).

Bir başka tanıma göre girişimci, yapacağı üretim için gerekli faktörleri toplayarak, iktisadi mal ve hizmet için ihtiyacı olan kaynakları, bu aşamadan sonra ürettiği mal veya hizmeti satabileceği pazarı araştırıp bulan kişidir. Ekonomik bir kazanç sağlamak için yaratılması gereken üretim kaynakları bileşimi, fiziksel veya

teknolojik bir olay olmayıp, girişimci tarafından gerçekleştirilen beşeri bir çabadır (Müftüoğlu, 1991:29).

Girişimci içinde bulunduğu ortamdaki fırsatları iyi bir şekilde yakalayan ve bunları iş kurma düşüncesine dönüştürebilen, bu konuda gerekli riski alabilen, elindeki kısıtlı kaynakları toplayarak o düşüncüyü somut hale getirebilecek yeteneğe sahip olan kişidir (Akdoğan ve Cingöz, 2006). İşletme sahibi olarak girişimcinin birçok tanımı ve fonksiyonu vardır bunlardan bazıları; yaratıcı, yenilikçi, rol modeli gibi bir çok özelliği içinde barındırmaktadır (İrmiş vd.,2010: 10).

Son dönemlerdeki sürekli gelişen ve değişen teknolojik yenilikler girişimcinin ayak uydurması ve gerçekleştirmesi temel işlevlerinden biri olmuştur. Bu yönden modern girişimcinin en önemli özelliği yenilik yapma ve yaptığı bu yenilikleri piyasa ürünlerine dönüştürebilme yeteneğine dayanır (Titiz, 1994).

Girişimcilik kavramı 17.Yüzyılın başlarında Fransız krallığı ile fiyatları sabitleyerek sözleşme yapan kişileri ifade etmek için kullanım alanı bulmuştur. Bu dönemde John Law, Fransız hükümetine ait binaları bu sözleşmeler ile inşa etmiştir. Richard Cantillon, Law'ın çalışmalarının ışığında girişimci ifadesini 1734 yılında kullanmıştır (İversen, Jörgensen, Malchow-Moeller ,2008: 52).

Girişimcilik, zaman ve çabanın bir araya getirilmesi ile ekonomik, psikolojik ve sosyal boyutlu risklerin üstlenmesi ile ekonomik kazanımların ve kişisel tatminin elde edildiği katma değeri olan yeni düşünceler veya ürünler yaratma süreci olarak tanımlanmaktadır (Hirsch ve Peter, 2002: 17-18).

Girişimcilik, kar ve kişisel tatmin karşılığında risk almak suretiyle gerekli zaman, çaba ve sermayeyi ortaya koyarak topluma gerek olan mal ve hizmeti yaratma süreci olarak tanımlanabilir (Güney, 2008: 57).

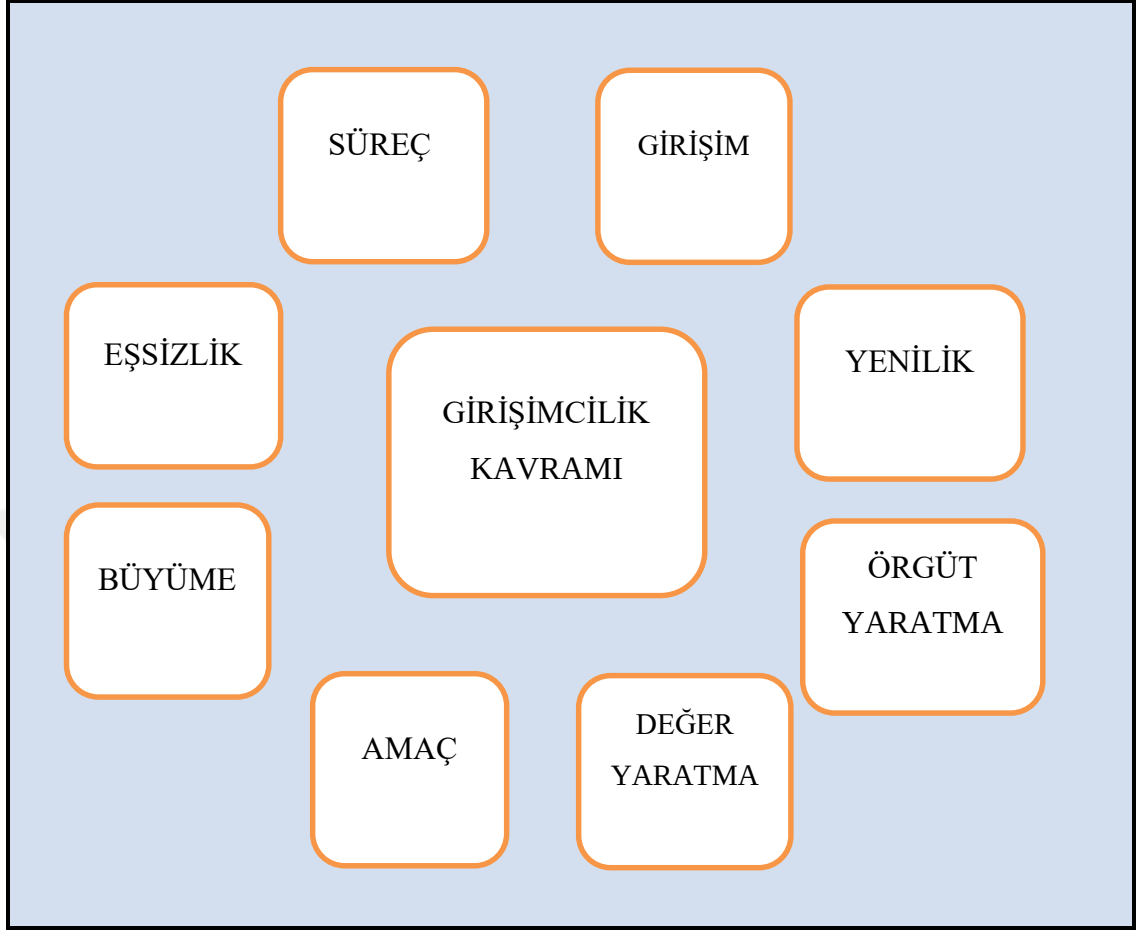
Girişimcilik içinde bulunulan durumdan çıkmayı gerekli kılan yaratıcılık ve yenilikçilik gibi kavramların varlığı ile ilgilidir. Girişimcilik, oluşan fırsatlardan faydalanma ya da kendi fırsatını ortaya çıkarma anlamına gelmektedir. Girişimcilik, sadece gerekli üretim faktörlerini bir araya getirmek ve kontrol etmekten ayrı olarak, ortaya çıkan fırsatların yaratılmasına bağlı bir süreç olarak ifade edilmektedir (Başar, 2005 : 4).

Avrupa’da Girişimcilik ve Eylem Planı konulu komisyonunda benimsenen Yeşil Kitap başlıklı raporda Girişimciliğin her şeyden önce ve en önemli bir zihniyet olduğu ifade edilmiştir. Bireyin bağımsız olarak ya da faaliyet içinde, bir fırsatı görme ve fırsata değer yaratma ya da finansal başarı kazanmak için bu fırsatın üzerine gitme kapasitesini tanımlar gibi ifadeleri raporda yer almaktadır (Döm, 2006: 4).

Girişimcilik faaliyetinden bahsedebilmek için, girişimcinin yaptığı girişime konu olan mal ve hizmetin pazarlanabilir olması, ticari anlamda önemli bir ürün meydana getirilmesi ve üretilen ürünün pazarda ona benzeyen bir ürünün olmaması veya benzerlerinden onu farklı kılan bir özelliğinin var olması gerekmektedir (Dereli, Kalender, Durmuşoğlu, 2006).

İşletme ve iktisat gibi alanlarda girişimcilik kavramından uzun süredir bahsedilmektedir. İktisat alanını önemli düşünürlerinden Fransız iktisatçı J.B.Say’dan sonra girişimcilik kavramı dördüncü üretim faktörü olarak değerlendirilmektedir.

Şekil 3 Girişimciliğin temel kapsamı



Kaynak: Serinkan ve Arat, İşletmelerde Örgütsel Değişim ve İç Girişimcilik, Beta Basım A.Ş. , 2013, 52.

Coulter (2001) girişimciliği tanımlayan söz konusu temel unsurları Şekil 3'teki gibi ifade etmektedir. Buna göre girişimcilik; belirli bir süreçte, gerekli çabayı harcayarak bir yenilik yapması, yeni değerler oluşturulması ve var olan örgüt içerisinde yeni örgüt yaratması olarak ifade edilmektedir (Serinkan ve Arat, 2013, 52)

Girişimcilik kavramının farklı dönemlerde, girişimciliğin birbirinden farklı özellikleri dikkate alınarak tanımları yapıldığı görülmüştür. Bu dönemlerde ki farklı tanımlar, girişimciliğin araştırmalarda en fazla üzerine durulan konu olduğu görülmüştür (Serinkan ve Arat, 2013, 56). Tablo 2'de bu farklı tanımlara değinilmiştir.

Tablo 2 Girişimcilik Teorisinin ve Girişimcilik Kavramının Gelişimi

DÖNEM	GİRİşİMCİLİK KAVRAMININ KULLANIMI
Ortaçağ Dönemi	Orta çağ döneminde girişimcilik, büyük çapta üretimi yöneten bir baş aktör olarak benimsenmiştir. Bu dönemde girişimci, hiçbir risk almadan sadece ona tahsis edilen kaynakları belirlediği projeye göre yöneten kişi durumundadır.
17. Yüzyıl	İlk kez risk kavramı 17. Yüzyılda girişimcilik kavramı ile ilişkilendirilmiştir. Bu dönemde girişimci devletle anlaşma sağlayarak kar ve zarar riskini kabul ederek mal ve hizmet üretme çabasına giren kişi konumunda yer almıştır.
1725 Richard Cantillon	Richard Cantillona göre girişimci bu dönemde sermayeyi tedarik ederek risk üstlenen aynı zamanda ürünü belirli fiyattan alıp belirsiz fiyatlarda satan riski üstlenmeyi sürdüren kişidir.
1797 Beaudeau	Girişimci, operasyon içinde riski üstlenen, işi idare eden, planlayan ve organizasyonu yapan kişi durumundadır.
1803 Jean Baptise Say	Girişimcinin elde edeceği kazanç, sermayenin getirisinden ayrılmaktadır.
1878 Francis Walker	Fonları tedarik edip faiz alanlarla, yönetsel becerilerden dolayı kar elde edenleri ayırt etmiştir.
1921 Frank H. Knight	Frank H. Knight, riski ve belirsizliği birbirlerinden ayrı işlemiştir.

DÖNEM	GİRİŞİMCİLİK KAVRAMININ KULLANIMI
1934 Joseph Schumpeter	Girişimci, yenilik yapan ve denenmemiş teknolojileri geliştiren kişidir.
1961 David McClelland	Girişimci, bütün riski değil de orta düzeyde risk alan kişi durumundadır.
1964 Peter Drucker	Girişimci eline geçen fırsatları en yüksek düzeyde değerlendiren kişidir.
1975 Albert Shapero	Girişimci, bazı sosyal ve ekonomik mekanizmaları organize eden ve işletmesinin iflas etme riskini üstlenen kişidir.
1980 Karl Vesper	İş adamları, ekonomistler ve politikacılar girişimciliği farklı değerlendirmişlerdir.
1983 Giffort Pinchot	İşletme içinde de girişimcilik yapan, iç girişimcilik kavramın ortaya çıkmıştır.
1985 Robert Hisrich	Girişimcilik, sadece finansal değil, sosyal ve psikolojik riskler ile beraber parasal ve kişisel tatmin kazanma, bu sayede gerekli zaman ve çabayı kullanarak farklı değerler yaratma süreci olarak tanımlanmaktadır.

Kaynak: HISRICH, R. D. ve PETERS M. P. (1985), Entrepreneurship: Starting, Developing And Managing A New Enterprise, Third Edition, Richard D. Irvin Inc., 11; Aktaran: Bozkurt, 2011, 6.

Girişimcilik teknolojinin gelişmesi, toplumların beklentilerindeki değişiklikler, küreselleşme ile sınır kavramının ortadan kalkması ve pazarların büyümesi, eğitim seviyesindeki artış (girişimcilikle ilgili), paranın insan hayatındaki değerinin artması vb. gibi sebeplerden dolayı günümüze kadar farklı çeşitlerde tanımlanmış ve değişim içinde olmuştur.

2.2. Girişimcilerin Temel Özellikleri

Girişimciliğin tanımı üstüne yapılan araştırmaların en önemli faktörlerinden biri olan girişimci kavramı konunun uzmanları ve araştırmacılar tarafından çok farklı şekillerde incelenmiştir. Girişimciliğin sadece ekonomik boyutu ele alınmamış aynı zamanda kültürel ve sosyal boyutları da ele alınmış, girişimci bireylerin psikolojik özelliklerinin yanında her şeyden önce bulundukları çevrenin sosyo-ekonomik ürününü olarak da değerlendirilmiştir (Bozkurt, 2011: 10).

Çeşitli tarihlerde dünya çapında söz sahibi olan akademisyenlerin girişimcilerin özellikleri konusunda yaptıkları tanımlamalar aşağıda özetlenmiştir.

Tablo 3 Girişimciliğin Yazarlara Göre Tarihsel Değişimi

Tarih	Yazar	Özellikler
1848	Mill	Risk faktörü
1917	Weber	Biçimsel otoritenin kaynağı olma
1934	Schumpete	Yenilik, önyak olma
1954	Sutton	Sorumluluğa istek duyma
1959	Hartman	Biçimsel otoritenin kaynağı olma
1961	McClelland	Risk alma, başarı güdüsü
1963	Davids	Hırslı olma, bağımsızlık isteği, sorumluluk, özgüven
1964	Pickle	İnsan İlişkileri, iletişim becerisi, teknik bilgi
1965	Litzinger	Riski tercih etme, bağımsızlık, tanınma, babacanlık, liderlik
1971	Palmer	Yenilikçilik
1971	Hormaday ve Aboud	Başarı güdüsü, özerklik, saldırganlık, güç, tanınma
1973	Winter	Güç ihtiyacı
1974	Borland	İçsel güç odağı
1974	Liles	Başarı ihtiyacı
1974	Gasse	Kişisel değerlere dönüklük

Tarih	Yazar	Özellikler
1978	Timmons	Güdü/özgüven, amaca dönüklük, orta düzeyde risk alma, kontrol odağı, yenilikçilik
1980	Brockhaus	Risk üstlenme eğilimi
1980	Sexton	Enerjik olma/hırs; olumlu terslikler
1981	Mescon, Montanari	Başarı, hâkimiyet, özerklik, dayanma gücü, kontrol
1981	Welsh-White	Kontrol ihtiyacı, sorumluluk isteği, orta düzeyde risk alma, özgüven
1982	Dunkelberg, Cooper Welsh- Young	Büyümeye dönüklük, bağımsızlığa dönüklük, kontrol kaynağı, özgüven, yenilikçilik

Kaynak: Semra Arıkan, Girişimcilik, Temel Kavramlar ve Bazı Güncel Konular, 2. Baskı Ankara.

Tablo 3’te görüldüğü gibi girişimci olarak tanımlanan kişiler bu ortak özelliklere sahip olmaları gerekmektedir. Girişimci olmayı isteyen kişilerin bu özelliklere sahip olmaması halinde bu özelliklerini geliştirecek yönde uygulama ve eğitim almaları girişimlerin de başarılarını arttıracaktır.

Bir girişimcide bulunması gereken bazı özellikler vardır. Bu özelliklerden bazıları şunlardır; riski üstlenebilmesi, içsel kontrole yoğunlaşabilmesi, inatçı bir kişiliğe sahip olması, kendine güvenmesi, kendi kendini motive edebilmesi, sorumluluk alması, yeniliklere açık ve gittikçe büyüme tutkusuna sahip olması olarak ifade edilebilir. Bu özelliklere sahip bir kişi, önemsiz olarak nitelendirilebilecek durumları bile önemli durumlar haline dönüştürebilmesinin yanı sıra, girişimci geçmişte değil, gelecekte yaşamaktadır. Girişimcinin başarılı olabilmesi; girişimcinin azmi, enerjisi, mali gücü, bilgi ve tecrübe birikimi gibi özelliklerin yanı sıra, büyük ölçüde çevresel faktörlerin etkisine bağlıdır (Bakırtaş ve Tekinşen, 2006: 128). Aşağıda girişimcide bulunması beklenen temel özellikler kısaca açıklanmaktadır.

2.2.1. Girişimcilik Ruhuna Sahip Olma

Bireysel özellikler arasında girişimcide olması gereken en önemli özellik girişimcilik ruhuna sahip olma özelliğidir. Bireyin girişimcilik ruhuna sahip olması, özel değer

yaratan faaliyetler ve kazanç sağlayarak, yaratarak fırsatları sermaye olarak kullanma isteği olarak da ifade edilmektedir. Kişilik özelliği olan girişimcilik ruhu aileden gelen bir özellik olacağı gibi girişimcinin içinde bulunduğu çevre, eğitim olanakları ve gelir olarak çeşitli faktörlerin var olması da önemli etkenler olarak değerlendirilebilir. Girişimcilik ruhu, sadece kişisel özelliklerle değil, motive edici etkenlerle de açıklanabilmektedir (Marangoz, 2016: 50). Girişimciler için iş hayatına girmenin yegâne sebebi para kazanmak değildir ve nitekim girişimlerinde de başarılı olmalarının göstergesi de sadece para kazanmış olmak olarak da ifade edilmemektedir. Başarılı olma kriteri hayatı zenginleştirmek ve kişisel tatmini sağlamak ile ilgili kavramdır. Günümüze kadar girişimcilikle ilgili yapılan neredeyse bütün araştırmalar girişimciliğe çok farklı perspektiflerden yaklaşmıştır. Buna rağmen tüm yaklaşımlar da birbirine benzer kavramlardan oluşmaktadır (Demirel, 2003: 49).

2.2.2. Eğitimli Olmak

Girişimci olmayı isteme konusunda kişilerin kararlarını etkileyen bir birinden farklı faktörler bulunmasının yanında, eğitim düzeyi yüksek gençlerin girişimciliğe bakış açılarının daha güçlü olduğu görülmektedir. Girişimciliği özendiren faaliyetlerin ve kültürün yanı sıra girişimcilik konusunda eğitilmiş olmak girişimcilik becerisini daha yüksek olmasına katkıda bulunacaktır (Şekerler, 2006: 27).

2.2.3. Hayal Kurma

Çocukluk döneminde başlayan ve hayatları boyunca sürekli olarak devam eden hayallerinin uygulamaya konması girişimciliğin en önemli odak noktası olarak ifade edilebilir. Hayallerinin uygulamasında başarılı olmak, hayal kurmak ve bu hayalleri somutlaştırmak için çok sistemli çalışmaya bağlı olmaktadır. Hayal kurmuş olmak ya da kuruyor olmak kişinin başarılı olmasında yolun büyük bir kısmını aşmış olmak anlamına gelmektedir (Marangoz; 2016: 51). Genelde insanlar çoğunlukla iç dünyalarında karmaşa ve kargaşa durumunda bulunmaktadırlar. Reel hayatta yaşanan kargaşa ise kişilerin iç dünyalarındaki karışık duyguların dışarıya vurması sonucu ortaya çıkmaktadır. Eğer reel hayatın düzelmesini istiyorsa bireyler öncelikle iç dünyalarındaki karışıklıklardan kurtulmaları gerekmektedir. Bu sebeple de girişimde bulunmak isteyen bireyler, hayal kurdukları ve kurdurabildikleri derecede başarılı olabilmektedirler (Yeniçeri ve İnce, 2005:447).

2.2.4. Başarma İhtiyacı

Girişimcilerdeki başarma ihtiyacı onları başarıya götüren en önemli etkenlerden biri olarak ifade edilmektedir. Yüksek derece de isteğine sahip olan kişiler, çoğunlukla zor hedefler belirleyerek bu hedef doğrultusunda ilerleme çabasında olurlar. Kolay hedefler genellikle rakiplere bir meydan okuma olarak gözükmemektedir. Orta dereceli hedefler bir meydan okuma niteliğinde olup hedefe ulaşıldığında büyük oranda tatmin sağlamaktadır. Yüksek hedeflerdeki başarının girişimciye önemli boyutta geri bildirim olarak geri dönmektedir (Efe, 2016: 46). İşletmelerin başarıya ulaşmasındaki en büyük sebeplerden birinin girişimcilerin olduğu yadsınamaz bir gerçektir. Bir girişimcinin başarıya ulaşması için temel girişimcilik özelliklerine sahip olması gerekir. Bir işe başlarken girişimcinin temel özelliklerin dışında sahip olması gereken bazı başarı faktörleri de vardır. Girişimcinin kişilik özellikleri yapacağı işi nasıl yapacağı, hangi fırsatları değerlendireceği, hangi yöntemleri kullanacağı konusunda önemli derecede etkilidir (Küçük, 2015: 71).

2.2.5. Yenilik ve Yaratıcılık

Girişimcilik; bir durumdan bir başka duruma geçiş (değişim, devrim) ve yeni yaklaşımların devreye girmesi anlamını taşımaktadır. Bir açıdan girişimcilik yenilikçiliği de içeren bir süreçtir (Coulter, 2000: 4-5). Yaratıcılık kavramı, var olmayan yeni bir düşünceyi ya da fikri ortaya çıkarma becerisidir. Yenilik ise, ortaya koyulan yeni düşüncenin uygulamaya konularak müşteri isteğine yönelik yeni kaynaklar oluşturulmasıdır. Yenilik ve yaratıcılık kelimelerini birbiriyle karıştırmamak gerekir. Yaratıcılık çoğunlukla kişisel ve kısmen kaprisli bir şey olarak tanımlanır; yaratıcılık kavramını tanımlamak zordur yönetmek ise daha da zordur. Yenilikçilik ise yaratıcılıktan farklı olarak, çoğunlukla ekonomik veya pazar avantajı sağlayan yapısal bir süreç olarak tanımlanır (Çevik, 2006: 63). Yenilikçi ve yaratıcı fikir gücünü kullanarak girişimci, nadir olan fikirler üreterek yeni iş pazarları yaratan aynı zamanda elindeki kaynakları bir araya getirerek yeni bileşimler ortaya koyan bireydir (Şekerler, 2006: 30).

Bütün girişimsel faaliyetler, yeni fikirlerin kullanılması sonucu meydana gelmiştir. Onun için yaratıcı süreç nasıl mümkün olur veya nasıl çalışır şeklindeki konuların açıklığa kavuşması, girişimciliğin başarısı için çok önemlidir. Yaratıcılık sadece girişimsel bir iş kurma fiiliyle ilgili değildir aynı zamanda bütün olacak işletmeleri

ilgilendirmektedir (Moghavvemi ve Salleh, 2013: 460). Yenilikçilik işletmeler için çok önemli bir kavramdır çünkü firmalara rekabet avantajı sağlayarak, ekonomik büyümenin sürekliliğini sağlayan entelektüel sermayedir. İşletmelerin bulundukları durumun ötesine gidebilmesi için hatta ayakta durabilmesi için, yeni veya özgün fikirlere, yeni ürünlere, hizmet veya üretim yöntemleri, yeni bir pazara, idari veya organizasyonel yeniliğe ihtiyaç duymaktadırlar (Damanpour ve Wischnevsky, 2006: 272).

2.2.6. Risk Alabilme

Belirsizlik anında risk almasını bilen ve buna cesaret eden kişi girişimci kişidir. Ancak bu durum girişimcilerin düşünmeksizin risk aldıkları anlamına gelmemektedir. Girişimci kişiler, iyice araştıran, düşünen, gözlemleyen ve planlayarak karar veren bireylerdir (Cantillon, 2013). Ticaretin doğası üzerine yazdığı ve girişimci kavramının kaynağı sayılan denemesinde girişimciyi, bir iş sonucunda kazanç elde etmek amacıyla risk üstlenen birey olarak tanımlamıştır. Bu tanıma bakıldığında girişimcinin aldığı riski hesaplanabilir risk olarak ifade etmektedir. Risk alma faktörü dönemlere göre değişmiştir teknolojinin daha az gelişmiş olduğu dönemlerde risk alıp girişimde bulunan girişimci ile günümüzdeki koşullarda risk almak çok farklı şeyler olarak değerlendirilmelidir. Çünkü risk alma bir girişimcide olması gereken temel özelliklerinden biridir ancak bu dönemdeki risk önceki dönemlere nazaran daha da zor alınan bir karardır.

2.2.7. Kendine Güven

Kendine güven, girişimcilerin yeni bir girişim yaptıklarında, üstlendikleri sorumluluğun veya riskin üstesinden gelmelerini sağlayan ve girişimcilerin kendi yetenek ve becerilerine inancını artıran bir olgudur (Bowman, 1999:558). Kendine güvenmek kişinin kendisi hakkında sahip olduğu olumlu düşüncelerdir. Girişimci kişilerin kendine güveni yüksektir. Girişimcinin hedefine ulaşmasında kendine güven büyük rol oynamaktadır. Girişimci kişiler kendi işlerini kurarak, ekonomik ve sosyal bakımdan iyi bir yer edinebileceklerine inanırlar. Bu düşünce ile işe başlarlar ve elde edilen başarı ile kendilerine güven duygusu pekişir. Literatürdeki çalışmalarda girişimci olan kişinin girişimci olmayan kişiye göre kendine güvenin daha çok olduğu göstermektedir (Yusof, Sandhu, Jain, 2007).

2.2.8. Bağlılık ve Azim

Başarılı olmak için bir girişimcinin birçok zorluğu aşması gerekmektedir. Bu engelleri ve sıkıntıları aşmanın yolları; bağlılık, kararlılık ve azim olarak ifade edilmektedir. Bir girişimcinin bağlılığı; sahip olduğu servetinin büyük bir bölümünü girişime vermek istekliliği; hayatı yaşama tarzından özveride bulunma ve yaşam standartlarını azaltma gibi birçok faktörlerle değerlendirilebilir. Girişimcinin kararlılığı ve bağlılığı yüksek ise oluşabilecek sorunları çözmek için çok daha fazla çaba göstermektedir (Çevik, 2006: 59).

2.2.9. Vizyon ve Misyon Sahibi Olma

Bir işletmenin veya bireyin hayattaki varlık amacı misyonudur. Vizyon ise; gelecekte olmak istenilen konum için çok önceden yapılmış planlama olarak ifade edilmektedir. Girişimci için vizyon belli kuralların dışına çıkma ve yaratıcı fikirlerin somut hale taşınması önemli bir durum olmaktadır. Dolayısıyla girişimci hedeflerini, belirlediği amaçlara varmak için tüm kombinasyonları hesaplayan kişi olarak karşımıza çıkmaktadır. Girişimci hiçbir şekilde zaman maceracı bir tavır gösteren kişi olmamaktadır (Yeniçeri ve İnce, 2005: 449).

2.3. Girişimcilik Türleri

Sürekli değişen ve gelişen dünya koşullarında girişimcilik de farklı farklı tanımlamalara ve çeşitlere ayrılmıştır. Literatürde girişimcilik ile ilgili birçok farklı alan bulunmaktadır. Özellikle endüstri devriminin ortaya çıkışıyla birlikte bu çeşitlilik her geçen gün daha da artmıştır. Günümüzde de girişimcilik alanındaki bu çeşitlilik korunmakta ve yeni girişimcilik çeşitleri ortaya çıkmaya devam etmektedir.

Yaygın olarak kullanılan girişimcilik türleri: Orijinal girişimcilik, kurumsal girişimcilik, iç girişimcilik, profesyonel girişimcilik, teknik girişimcilik, fırsat girişimciliği, takipçi girişimcilik, girişimci girişimciliği, çevreci (Eko) girişimciliği, yenilikçi girişimcilik, sanal girişimcilik, sosyal girişimcilik ve kadın girişimciliğidir.

2.3.1. Orijinal Girişimcilik

Orijinal girişimcilik; girişimcilerin ilk etapta kendi güç, algı, beceri, ustalık, tecrübe ve bilgileri gibi kendilerine özgü kişisel özelliklerine bağlı olarak kurdukları hayalleri ve düşüncelerini yerine getirmek üzere harekete geçtikleri ve her şeyi en baştan kendi kurdukları girişimler olarak ifade edilmektedir (Göçmen, 2007: 19). İlk defa,

başlangıç, orijinal olma özelliği bu girişimciliğin ayırt edici özelliğidir ve tanımlanmasında bu kavramlar kullanılır. Orijinal girişimcilikte girişim ve girişimcinin kendisi orijinaldır (Top, 2006: 8).

Orijinal girişimciler kendilerine özel bir vizyon ve misyon sahibi olup bu çerçevede girişimcilğe yeni bir boyut ve bakış açısını kazandıran girişimcilik alanındaki ilkleri ortaya koyan öncü bireylerdir. Genellikle bu kişiler, yeni bir şeyi icat eden veya yapılan bir ar-ge çalışmasını inovasyona dönüştüren farklı ve özel kişilerdir. Orijinal girişimcilerin özellikleri şu şekilde ifade edilebilir (Ganiyusufoğlu, 2018).

- Geleceği düşünerek hareket eden bireylerdir. Vizyon sahibidirler. Sürekli bir şekilde geleceği düşünüp, onun içi çalışırlar. Bugün içinde gelecek için bir şeyler üretmeye veya yaratmak için çaba gösterirler.
- Yapılacak işin ve ortaya konulacak girişimin gelişiminin ve sürekliliğinin sağlanması girişimcinin maddi çıkar elde etme motivasyonundan daha önce gelir. Bu girişimciler işlerine tutkuyla bağlı insanlardır. Güçlerini girişimlerine olan tutkularından alırlar.
- Yenilikçilik, yaratıcılık, esneklik ve zamanı değerlendirme bu tür girişimcilerin temel ilkeleri arasında yer alır.
- İş konusunda açık, net ve şeffaf bir özelliğe sahiptirler. Basit ve temkinlidirler.
- Kahramanlık özellikleri taşırlar. Bu çerçevede bulundukları çevrede birer liderdirler.
- Gelecekteki işler için kafa yorarlar bugünün işleri için değil, geleceği inşa etmeden bugünün de bir anlamı olmayacağının bilincine sahiptirler. Geleceği yaşayarak hareket ederler, gün için değil.
- Son olarak orijinal girişimciler toplum içerisinde zamanla efsane haline dönüşen, saygı ile karşılanan özel kişilerdir

2.3.2. Kurumsal Girişimcilik

1929 yılındaki kriz ile 2. Dünya Savaşı döneminin sonuna kadar olağanüstü koşullarda ortaya çıkmış bir girişimcilik türüdür. Bu girişimcilik türü, orta ve büyük ölçekli şirketlerin sergilediği bir girişimcilik hareketidir. Daha açık ifade ile organizasyonda yer alan bir kişinin ya da grubun mevcut organizasyonunun içerisinde tamamen yeni bir girişimde bulunarak, mevcut organizasyonu güçlendirmek veya yenilemek adına yeni ürün ya da hizmet ortaya koymasıdır. Diğer biri ifadeyle kurumsal girişimcilik,

ürün ve süreç yeniliği ya da pazar geliştirme faaliyetlerinde bulunmak üzere formal ya da informal şekilde mevcut organizasyonla herhangi bir şekilde ilişkisi olan yeni bir iş girişiminde bulunmaktır (Öğüt, Bülbül, Yılmaz, 2006).

Genel anlamda, büyük veya küçük işletmelerin kendi aralarında küçük işletmeleri organize ettikleri bir üst girişimcilik modelidir. Kurumsal girişimcilik olağanüstü durumlar sebebiyle ortaya çıkmış olsa da, iki ana amacın gerçekleştirilmesinde teşvik edilmişlerdir. Birinci amaç KOBİ'lere destek olarak onların hayatlarına devam etmelerini sağlayarak yeni girişimciliği teşvik etmek ve geliştirmektir. İkinci amaç ise ülkenin ekonomik menfaatlerini uzun dönemde güvence altına alacak yeni girişimlerin kurulmasını kolaylaştırmak ve böylece milli geleceğin inşa edilmesine katkı sağlamaktır (Top, 2006, s.12).

2.3.3. İç Girişimcilik

İç girişimcilik, belirli bir organizasyon içerisinde, organizasyonlara yeni işlerin kazandırılması olarak tanımlanmaktadır (Stopford ve Baden-Fuller, 1994). İç girişimcilik, işletme içinde girişimcilik ruhu taşıyan, işletmenin yararı adına fikirlerini kullanabilen, yeniliğe dönük düşüncelerini uygulayabilen ve sürekli işletme için ilerisini düşünen, işletmeye kazanç sağlama odaklı düşünceler içinde olan girişimcilik türüdür (Kayhan, 2005: 11). İç girişimci, içinde bulunduğu bir operasyonda işletme için fikirlerini çeşitli yenilikler ortaya koymak için risk alarak, işletme için yararlı bir ürüne dönüştürme işini üstlenen işletmenin yeniliğe açık bir bireyi olarak tanımlanmaktadır (Ağca ve Kurt, 2007: 85).

Bir iç girişimci bir görev doğrultusunda ya da zorunlu olarak yeni bir ürün ve süreç tasarlayan kişi değildir. Bir iç girişimci daha çok şu özellikleri bünyesinde barındırır (Doğaner, 2006: 25):

- Çeşitli fikirleri kazanç getirebilen yeni ürünlere dönüştüren,
- Birçok kişi tarafından kullanılan, çok beğenilen ve insan hayatının bir parçası olan bir ürünün veya hizmetin meydana gelmesi için tüm riskleri alan,
- Düşünülenin aksine sıradan bir düşünceye ve zekâyâ sahip olan fakat zorluklara direnme, olağan dışı düşünce ve yönelimleri olan bireydir.

2.3.4. Profesyonel Girişimcilik

Profesyonel girişimcilik kriz gibi, yanlış yönetme gibi, işletme sahibinin ölümü, miras paylaşımı gibi sebeplerle, girişimin işletme içinde bulunan veya işletme dışından başka birine devredilmesi veya satılması olayıdır. Bir başka değişle bir girişimci tarafından kurulup herhangi bir sebeple başka bir girişimcinin işletmeyi üstlenmesi olarak tanımlanmaktadır. Profesyonel girişimcilik, yönetim kademesinde bulunan, tecrübeli ve girişimcilik nitelikleri yüksek bireylerde çok uygun bir girişimcilik türüdür (Top, 2006, 12).

İşletmenin ilk kurulduğu zamanlar girişimciler sermayenin yetmemesinden kaynaklı işletmenin yönetim kısmı ile finans yönetiminde çok fazla sorunlar ile karşılaşmaktadır. Bu sorunlar girişimcileri yeni bir ortak bulma arayışına ya da profesyonel girişimcilerin işletmeyi alması için arayışlara götürmektedir. Bu sayede profesyonel girişimciler satın aldıkları ya da ortak olarak geldikleri işletmeye yenilik, yaratıcılık, düzen, teknoloji ya da yeni yönetim modelleri getirmektedir (Çeliksöz, 2017: 26).

2.3.5. Fırsat Girişimciliği

Fırsatçı girişimciler, kazanç elde edebileceği durumlarda ve ortaya çıkabilecek fırsatları araştıran ve bekleyen yatırımlar yapan kişi olarak tanımlanmaktadır. Fırsat girişimciliğinin özünde, var olan ürünü veya hizmeti piyasada bulunan veya ortaya çıkacak potansiyel fırsatları değerlendiren ve pazara sunan girişimcilik türüdür. İşletmelerin, bir mal ve hizmetin istenilen kalitede pazara sunulamaması ya da pazarda hiç olmaması nedeniyle fırsatlardan faydalanamadığından söz edilmektedir. Fırsatçı girişimcilikte, kar edebilecek ve pazardaki fırsatları değerlendirebilecek görüş açısı ile kaynakları organize edebilme yeteneği büyük önem taşımaktadır (Küçük, 2015: 51).

Fırsat girişimciliği açısından doğru zamanda doğru yerde olmasını bilen kişi, başarılı girişimci olarak ifade edilmektedir. Girişimcinin fırsatları kaçırmamak adına, piyasanın kokusunu alabilen ve fırsatları kaybetmeden değerlendirebilen kişi olması gerekmektedir. Rekabetin ve teknolojik değişimin hız kazanması ile pazar koşullarındaki değişimin paralel olarak arttığının unutulmaması gerekmektedir. İşletme açısından pazar taleplerini zamanında karşılayabilmek için pazarlama fırsatının belirlenmesi, pazarla ilgili değişimlerin eş zamanlı saptanması ve hedef pazarın analiz edilmesi önemli faydalar sağlamaktadır. Girişimcilerin, fırsatları iyi

değerlendirip analiz etme kabiliyetine sahip olmaları, pazar payında iyi bir pay elde edebilmek için önem arz etmektedir (Döm, 2006: 83).

2.3.6. Takipçi Girişimcilik

Takipçi girişimcilik, yenilikçi girişimcilerin izinde piyasadaki gelişmeleri izleyen ve değişimlere göre şekil alan ve ürünler veya hizmette yenilik yapan girişimcilik türüdür. Takipçi girişimcilerin ilerlemelerinde ve yeniliklerinde orijinal girişimcilere göre hareket ettikleri ve bununla yetindikleri görülmektedir. Ancak takipçi girişimciliğin dinamik yapısı sebebiyle roller hızlı bir şekilde değişebilir. İlk zamanlarda dinamik bir hareket yeteneği kazanan yenilikçi girişimci zamanla takipçi bir girişimci durumuna gelmesi de mümkündür (Küçük, 2015: 52).

Takipçi girişimcilik; teknolojik ve rekabet şartlarının doğru analiz ve değerlendirilmesi sonucunda girişimde bulunulmasını gerektirmektedir.

2.3.7. Girişimci Girişimciliği

Girişimci girişimciliği, daha önce belirli alanlarda girişimcilik geçmişine sahip olan deneyimli girişimcilerin kendilerine fırsat olarak yeni girişimcileri hedef almaları şeklinde gelişen bir girişimcilik türüdür. Özellikle hızla büyüyen ve yeni teknolojileri adapte eden cesur girişimcilerin hızlı gelip geçtiği sektörlerde uygulanmaktadır. Girişimci girişimciliği, işbirliği ve ortak iş yapma kültürünün gelişmesinde rol model olarak gösterilmektedir (Top, 2006). Küçük ve yeni girişimler mevcut haliyle başkaları için bir fırsat haline gelmiş olup, yeni iş fikirleri için muazzam bir kaynak gibi görülmektedir. İlk girişimci kötü olaylarla karşılaşsa dahi aşırı risk almadan kayıplarını en alt seviyede tutarak yeniden kendi işletmesini kurma fırsatını yakalar.

2.3.8. Çevreci (Eko) Girişimcilik

Girişimcilik türlerinden biri de çevreci (Eko) girişimciliğidir. Çevresel problemlere çözüm üretmek suretiyle, bu problemlerden önemli fırsatlar yaratabilen bir girişimcilik türüdür. 1990'lı yıllardan itibaren tüm dünyada çevreyi korumaya karşı duyarlılığın artması sebebiyle yeni iş fırsatları oluşmuştur. Özellikle atıkların değerlendirilerek geri dönüşüm sağlanması, doğal üretim yöntemlerinin geliştirilmesi gibi hava, su ve toprak kirliliğini önlemeye yönelik tekniklerin geliştirilmesinde yeni fırsatlar

sunmaktadır. Çevreci girişimciler deyim yerinde ise başkalarının çöplerini, atıklarını girişimcilik yoluyla tertemiz yeni ürünlere dönüştürürler.

Çevreci girişimcinin kişisel özellikleri (Marangoz, 2016: 79-80).

- Çevreci girişimcilerin: inanç sistemleri, tecrübeleri, eğitimleri, kişisel ilişki ağları, aile ve arkadaş grupları girişimlerini etkileyen önemli faktörler arasında yer almaktadır.
- İşletmenin sürdürülebilir değerleri: Sürdürülebilir kalkınma hedeflerini anlayan ve hayata geçirmek isteyen işletmelerin etkinlik ve verimlilik çalışmalarına çevreyi odak haline getirmeleri ve işletmede çevreci bir inanç sistemi oluşturmaları çevreci girişimcilik faaliyetleri için önem arz etmektedir.
- Çevresel rekabet avantajı: Çevreci ürünlerin yarattığı katma değer ve rekabet üstünlüğü, çevreci girişimciler için yeni fırsatlar ve yeni yatırım alanlarını ifade etmektedir.
- Denetleme sistemleri ve standartları: ISO 14000, EMAS, BS 7750 gibi çevre ile ilgili standartların Avrupa ve tüm dünyada kabulü işletmeleri çevreye duyarlı davranmaya yönelten nedenlerdendir.
- Çevresel baskı unsurları: İşletmelerin çevre üzerinde oluşturdukları etkileri, çevresel performanslarını açıklama zorunluluğu ve olumsuz sonuçlarının işletmeler üzerindeki etkileri girişimcileri çevre odaklı düşünmeye zorlamaktadır. Çevresel baskı grupları bu noktada işletmeleri ekolojik bakış açısına zorlamaktadırlar.
- Yeni müşteriler: Çevre bilinci çok yüksek ve tüketimlerini o doğrultuda yapan misafirler.
- Yeşil yatırımcılar: Çevre bilinci yüksek işletmecilerin beraber iş yapması önemlidir.
- Politika ve uygulamalar: Hükümetlerin çevreci girişimleri destekleyen politika ve uygulamaları çevreci girişimciler için önem taşımaktadır.

Yeşil girişimcilik olarak da bilinen bu alandaki faaliyetler eski üretim yöntemlerini yeni üretim yöntemleri ile değiştirerek sağlıklı yeni ürün sunan girişimcilik faaliyetlerini de içine almaktadır (Top, 2006, s.18).

2.3.9. Yenilikçi Girişimcilik

İşletmenin verdiği hizmetlerin, yeni bir düşünce veya buluşun; tasarım, fiyat, kalite gibi yönlerden iyileştirilerek pazara tekrar sunulması yenilikçi girişimcilik olarak ifade edilmektedir. Yapılan araştırmalarda ve literatür taramalarında, ilk harekete geçilen ve gerçekleştirilenin değil de ikinci tür girişimciliğin asıl girişimcilik olduğu görüşü karşımıza çıkmaktadır. Uygulanan her iki tür girişimcilik de toplumun ihtiyaç duyduğu hizmet ve malları karşılamayı amaçlamaktadır. İki tür girişimcilik de riskleri üstlenmeyi, irade gücünü ve cesareti de gerektirmektedir. Bütün bu tanımlar incelendiğinde her iki girişimcilik arasında pek bir fark olduğu söylenemeyebilir. Gelecekteki dönemlerde girişimciliğin yaratıcı girişimcilik olabileceği gerçeğinin de unutulmaması gerekmektedir (Küçük, 2015: 52).

Girişimcileri yenilikçi olmaya sevk eden nedenler dört başlık altında incelenebilir. Bunlar (Döm, 2006 : 8).

1. Sosyal nedenler: Kamuoyunda işletmenin görünen yüzünü güçlendirme, işletmeye, hizmet ve ürünlerine güven duyulması, tüketicinin her zaman değişen isteklerini karşılamaları gibi etkenler olarak tanımlanabilir.
2. Örgütsel nedenler: Yenilik yapmak için elverişli yaratıcı bir ortam geliştirmek, örgütsel verimliliği oluşturmak, karın arttırılmak istenmesi olarak ifade edilmektedir. Bireylerin yaratıcılıklarını kullanmaları ya da geliştirmeleri örgütsel ortama elverişli değilse mümkün olmayabilir.
3. İş görenlerle ilgili nedenler: İşletme bünyesine nitelikli personeli çekebilmek ve bu personellerin işletmede kalmasını sağlamak, üretkenliklerini ve motivasyonlarını arttırmak gibi nedenler yer almaktadır.
4. Pazarla ilgili nedenler: İşletmelerin artan rekabet ortamında pazara hâkim olmak ya da rakipler karşısında teknik üstünlüğünü korumak amacı olarak ifade edilmektedir.

2.3.10. Sanal Girişimcilik

Sürekli gelişen teknoloji ile beraber, bireylerin beklentilerini, tüketim alışkanlıklarını ve alış-veriş yapma yöntemlerinde değişikliğe sebep olmuştur. Ürünü alacak birey için zaman tasarrufu olmayacak, sıra beklemeyecek, ödemesini kolayca yapacağı, her hangi kısıtlamalara maruz kalmayacağı, bütün ürünlere rahatlıkla ulaşabileceği ve ürünü satan açısından satmak istediği ürünü her zaman satabilecek olması ve satışı

gerçekleştirmek için birçok maliyete katlanmak zorunda kalmayacak olmasından dolayı tercih edilen bir girişimcilik türü olmuştur. Bu açıdan ele alındığında internet ortamında bilgisayar, telefon vb. teknolojik aletler ile alış-veriş pazarı kuran girişimcilere sanal girişimci adı verilmektedir (Tekin, 2004: 15).

2.3.11. Sosyal Girişimcilik

Sosyal girişimciliğin bir olgu olarak uzun bir geçmişe sahip olmasına karşın kavram olarak ele alınıp detaylı bir şekilde incelenmesi son zamanlar içerisinde meydana gelmiştir. Girişimciliği tanımlarken Schumpter, bahsettiği girişimcilerin iktisadi bir perspektife sahip olup mantık çerçevesinde kararlar vermesinden daha çok yenilikçi uygulamalarla sosyal motivasyona odaklanmasının gerekliliği sosyal girişimciliğin temelleridir (Frumkin, 2002: 131). Ashoka vakfının kurucusu Bill Drayton tarafından ilk kez bir kavram olarak dünyaya duyurulan sosyal girişimcilik, girişimcilik ile benzer şekilde birçok insan tarafından farklı şekilde yorumlanarak tanımlanmaya çalışılmıştır (Denizalp, 2009: 7).

Kar amacı gütmeyen kuruluşların kendilerine gelir sağlamak için fırsat aramaları ve bu fırsatlardan istenilen maddi kazancı elde etmek için kaynakları bir araya getirmesi ve elle tutulur bir çıktıya dönüştürme faaliyetlerini sosyal girişimcilik olarak ifade edilebilir (Özdevecioğlu, 2009:84).

Sosyal girişimciliğin cazibesi, kapitalist sistemin bütün “iyiliklerini” toplum yararında kullanmasında yatıyor. Herkesin ezberinde “etkinlik”, “verimlilik”, “kar” gibi kavramların iş hayatına ait olduğu bilgisi vardır. Buna karşın “toplumsal fayda”, “iyi niyet”, “özveri” gibi kavramlar ise sivil toplum kuruluşlarına aittir; ama bu kuruluşlar kapitalist girişimciler kadar “becerikli” değildir. İşte sosyal girişimcilik, “kar” ve “toplumsal faydayı” aynı potada eriten, toplumsal ideallerle yönetim becerilerini aynı çatı altında toplayan bir anlayıştır.

Sosyal girişimciler, faaliyet gösterdikleri alanlarda kalıcı değişim yaratmayı, çözümlerini yaygınlaştırmayı ve uzun vadede toplumun desteğini kazanarak sorunu ortadan kaldırmayı hedefler. Sosyal girişimcilik, “hayırseverlikten” de “sivil toplum hareketlerinde” de farklıdır. Hayırseverlik, karnı aç olana “balık vermek” üzerine kurulur. Sivil toplum projeleri ise özünde “balık tutmayı öğretmek” üzerine kuruludur. Sosyal girişimcilik ise bu alanın öncü kuruluşu Ashoka’nın kurucusu Bill Drayton’un

dediği gibi, balık tutmayı öğretmekle yetinmeyip balık endüstrisini kökten değiştirmeyi hedefler (Aksoy, 2013).

2.3.12. Kadın Girişimciliği

Kadın girişimciliği ile ilgili literatür tarandığında birbirinden farklı bir çok tanım olmasına rağmen tanımlarda bazı ortak noktaların olduğu görülmektedir (Çelik ve Özdevecioğlu, 2001: 488). Kadın girişimcinin evinin dışında kendi kurduğu bir işletmesi olan, gerek tek başına gerekse yanında istihdam ettiği kişilerle birlikte işi yapan veya işletme sahibi olarak başka biriyle ortaklık kuran, işle ilgili ya da işi kurma aşamasında özel kuruluş kamu kuruluşları ile temaslara geçen, kurduğu işletmenin gelecek ile ilgili planlamasını yapan, kazanıcı ve yatırım konuları üzerinde söz sahibi olan, kurduğu işletme adına bütün riskleri üstlenen kadın girişimcidir. Kadın girişimciliğinin tanımında bu kadar içerik eklediğinde, kadın girişimci sayısı istatistiki verileri açıklanan resmi rakamların altında olmaktadır. Çalışma hayatındaki bazı faktörler, kadınların günümüzde iş hayatına erkeklerle eşit koşulda ve bağımsız olarak, yukarıda belirlenen özellikleri göstererek girebilmelerine engel olmaktadır (Ecevit, 1993: 21). Araştırmanın temel konusu olması nedeniyle kadın girişimciliği ile ilgili konular takip eden başlıkta daha kapsamlı bir şekilde açıklanmaktadır.

2.4. Kadın Girişimciliği Kavramı

Kadın girişimci; piyasa ekonomisi içinde, ileride karşılaşacağı bütün riskleri göze alarak, iş kurmayı düşündüğü pazara yönelik, mal ve hizmet üreten, kendi işinin kurucusu ve yöneticisi olan TESK 'e bağlı Esnaf ve Sanatkarlar Odasına vergi kaydı ve TOBB'a bağlı üye kaydı olan, işletmesinde çalışanı olan kadın girişimci olarak tanımlanmaktadır (Saray, 1993:118). Literatürde kadın girişimciliğini farklı yazarlar farklı şekilde anlamlandırmaktadır. Kimi yazarlara göre kadın girişimci; işletmesini kuran olarak tanımlarken, kimileri ile ikinci kuşak kadın girişimciler (aileden veya bir başka kadın girişimciden kalan işletmeyi yenilikler yaparak devralan) grubuna ait olduğunu bildirmektedir. Yine de bazı yazarlar da küçük işletme kuran kadın girişimciler olarak sınırlandırmaktadır (Gökakın,2000;109).

Kadın girişimciliği ayrı bir araştırma konusu olarak girişimcilik alanı içerisinde gösterilmektedir. 1990'lı yılların ortalarına doğru kadın girişimciliğinin ortaya çıkması ile beraber, kadın girişimci sayısında buna bağlı olarak ciddi bir artış olmuştur.

Akademisyenlerin ve politikacıların konuya ilgilerinin artması, kadın girişimciliği konusunun bilimsel araştırmalarda hızlı bir şekilde yayılmasına sebep olmuştur. Bu araştırmalar son yirmi yılda, konunun farklı detaylarına da değinerek kadın girişimcilerin kişilik özelliklerine odaklanmış keşfedici ve tanımlayıcı araştırmalardan, kadınların çalışma yapısı, kadın girişimcilerin yönetim tarzları, erkekler ve kadınlar tarafından kurulan işletmeler arasındaki farklılıklar gibi çok farklı alanlara yayılarak çalışılmıştır (Hoxha ve Krasniqi, 2008).

Son zamanlarda dünyada ve ülkemizde kadınların 1970'lerden sonra büyük bir girişim içinde oldukları görülmektedir. Aynı zamanda çalışma hayatındaki varlıkları günden güne daha çok fark edilmektedir. 1970 ve 1980'lerde kadınların yeteneklerini kullanma ve özgür olma, esnek çalışma saatleri istekleri büyük engellerle karşılaştıkları gibi, bir ücret karşılığında çalışmak yerine ellerindeki birikimleri kullanarak iş kurmayı ve kendi işlerinin patronu olmayı tercih etmişlerdir. 1980'lerde kadınlar iş hayatında yüksek mevkilere gelebileceklerini kanıtlarken, 1990'larda ise erkek egemenliğinin olduğu sektörlerde yüksek mevkilerde onlara rastlamak mümkün olmuştur (Liman, 1993).

Kırsal turizm, herkesin düşündüğü ve bildiği işlerin aksine, kadına yeni işler yapmasına olanak sağlar. Kadını sadece ev işleri kalıbından çıkarıp, kendisini ve ailesini geliştirici süreçlere yöneltmektedir. Kadın, sadece ev işleri ve aile ihtiyaçlarını karşılamak üzere üretimde bulunmak yerine çalıştığı, kendi olanakları ile kurduğu ve kendi işinin patronu olup işlettiği işletmenin üretimini, kazancını değerlendirebilmektedir. Bu sayede kırsal yörelerde "ücretsiz aile içsisi" olmaktan çıkıp, yeri geldiğinde ve işletmesini kurduğunda "ücret ödeyici" kadın olarak ön planda olmaktadır (Fidan ve Nam, 2012: 51).

Kadın girişimci yalnızca işi kurup, işleten kişi değil onunla beraber kendi geleceğini ve kariyerini de planlayan kadındır. Bu yeni kariyerleri; yenilik yapan, vizyon sahibi olan, risk alan, cesareti de içine almaktadır. Kadınlar hedefleri olan bu hedeflere ulaşmak için sahip olması gereken zekâyâ ve bağımsızlık isteğine sahip bu süreçte karşılaşacağı bütün sorunların üstesinden gelebilen bireylerdir (Moore, 2000).

Kadın girişimci “Bağımsız İşyeri Sahibi Kadın” ya da “İş Kadını” olarak da adlandırılan “kadın girişimci”, piyasa ekonomisi içerisinde, kendi kurduğu işi olan ve yöneten, kurduğu işletmeyi tek başına işleten ya da yanında çalışanı olan, hedeflediği kriterlere göre mal üretilip satan, gerekli olduğu durumlarda kredi kaynaklarını araştıran, iş sırasında oluşabilecek herhangi bir sıkıntıyı tek başına çözeabilen, yeni oluşabilecek yenilik veya değişimlere kolayca ayak uydurabilen ve girişimini yaptığı işte uzman olmaya çalışan kadın olarak ifade edilmektedir (Şahin, 2006).

2.4.1. Kadınları Girişimciliğe Yönlendiren Faktörler

Kadınları girişimcilik yapmaya yönlendiren ve bu konuda onları güçlendiren tek bir faktör olmadığını, birden çok faktör olduğunu görmekteyiz. Örneğin, bağımsız olma isteği, başarılı olma isteği ve kontrolün kendisinde olma isteği gibi psikolojik faktörler, maddi açıdan bağımsız olma, ekonomik güç gibi ekonomik faktörler, bunlara ek olarak iş hayatlarında karşılaştıkları hayal kırıklığı, kariyer alanlarda eşitsizlik, cam tavan sendromu gibi çalışma ortamlarındaki memnuniyetsizlik veya daha rahat ortamda çalışmak için bir dizi faktörden bahsedilebilir (Dzisi, 2008, s.72).

Kadınların bir iş kurma ve girişimde bulunmasının nedenleri makro ve mikro çevreden bağımsız olarak düşünülemez. Buna göre bir ülkedeki yoksulluk, işsizlik, kadının iş hayatındaki konumu ve iş ortamında kadın olmasından kaynaklı ayrımcılık yaşaması gibi olumsuz sebeplerden dolayı kadınların kendilerini farklı alanlarda var etme çabaların için altyapı hazırlarken, mikro bağlamdaysa kadınların bağımsız olma istekleri, kendi işlerinin patronu olup esnek bir ortamda çalışma istekleri ve bunları gerçekleştirirken aileleriyle bağlı oldukların yaşamlarından iş hayatına dengeli bir geçiş yapmak gibi durumlar ortaya çıkmaktadır. Bu faktörlerden ilki “itme” faktörleri olarak değerlendirilirken ikincisi ise “çekme” faktörleri olarak adlandırılmaktadır (Soysal, 2010: 89).

Kadınları girişimcilik yapmaya iten faktörlerin büyük bir kısmı ortak olsa da her ülkenin kültürel şartlarına göre değişiklikler de göstermektedir. Çünkü ülke içinde girişimcilik ruhunun var olması ve toplumun kültür yapısının çok önemli bir etkisi bulunmaktadır. Bir bireyin kültürel değeri, içinde yaşadığı toplumdan etkilenecek oluşmaktadır. Ekonomik gelişmişlik düzeyi bir toplumun girişimcilik ruhu ile bağlantılıdır (Durak, 2011, s.195). Kadın girişimcileri gelişmiş ülkelerde girişimciliğe

eken faktörler varken gelişmekte olan ülkelerde iten faktörlerin olduğu görülmektedir (Dzisi, 2008, s.78).

2.4.2. Kadın Girişimci Tipleri

Kadınların yetiştiği çevreye bağlı ekonomik, kültürel, sosyal bağları onların kurmak istediği işletmeler veya girişimde bulunacağı yörelere de etki etmektedir. Kadınlar duygusal, düşünsel, sezgisel, ve sosyal tutumlarına uygun olarak erkekler girişimcilerden daha farklı kategorilerde sınıflandırılmaktadır (Top, 2006, s.22)

2.4.2.1. Geleneksel Kadın Girişimci Tipi

Geleneksel kadın girişimciler girişimcilik ideallerine bağlı klasik girişimci olarak da bilinen, para kazanmak için yüksek motivasyona sahip, geleneksel aile yaşantısını da hayatının önemli bir yerine koyan kadın girişimci tipidir. Çoğunlukla evli olan ve ev ile iş hayatı arasında ayırım yapmamaya çalışan, kurduğu içinde sorumluluğun tamamıyla kendisinde olduğu, ortağı varsa da çok fazla destek almayan kadın girişimci tipidir (Marangoz, 2013).  lke ortalamasının üzerinden bir eğitim seviyesine sahip, birden çok kişi yi istihdam eden, sermayesi kişi sel birikimleri sonucu elde eden ve bu birikimle işletmesini kuran kadın girişimciler bu kategoride yer almaktadır (Arat, 1993: 1749). Çoğunlukla butik otel, kuaför, restoran vb. gibi işletmelere sahiptirler.

2.3.2.2. Aileci Kadın Girişimci Tipi

Aileci kadın girişimciler girişimde bulunduğu işin olması, iş hayatında olması aile içindeki sıkı bağını ve görevini pek etkilemez. Aile kültürüne çok sıkı bağlılık g r ld ğu için geleneksel kadın girişimci gibi ideallerine bağlılık o derece de olmamaktadır. Daha çok kırsal yörelerdeki girişimcilerde karşımıza çıkan bir kadın girişimci tipidir.

Aileci kadın girişimci aile bağından kaynaklı girişimde bulunacağı işin, çoğunlukla aile yapısını ve talebine de uygun olmasına dikkat etmektedir, ocuk sayısı arttıkça da işe bağlılık ve odaklanmasa azalma görülmektedir. Bu kadın girişimci tipi ailedeki rolünü içinden üstün tuttuğu için, kurduğu iş ve girişimciliği onun için ikinci planda kalmaktadır (Top, 2006: s.23).

2.3.2.3. Yenilikçi Kadın Girişimci Tipi

Aileci girişimci tipinin aksine yenilikçi kadın girişimci kurduğu işletmenin sürekliliğini, büyümesini ve işler halde olmasını aile rollerinin üstünde tutan kadın

girişimci tipidir. Bu kadın girişimci tipi genellikle teknolojiyi iyi bilen ve kullanan, ekonomik bağımsızlığına düşkün, eğitim düzeyi çok yüksek kadın girişimcilerdir (Kutanis ve Hancı, 2004, s.460).

2.3.2.4. Köktenci Kadın Girişimci Tipi

Kadın olmak; köktenci kadın girişimcilik tipinde, girişimcilik yapmak, iş kurmak için teşvik edecek ve en büyük motivasyon edici sebeptir. Köktenci kadın girişimi türünde, her alanda erkeklerle aynı seviyede olduklarını düşünerek erkeklere özgü olarak bilinen bir çok meslek grubuna da dahil olarak girişimde bulunurlar. Geleneksel aile rolüne ve girişimciliğe bağlılık çok düşüktür (Marangoz, 2012, s.103).

2.4.3. Türkiye’de Kadın Girişimciliğı

Ülkemizde verilerine göre 100 kadından 14.1'i kendi hesabına ve iş veren olarak çalışmaktadır. Ortalama yaşları 30 ile 39 arasında değişen bu kadınların, %45'i lise, %20'si ise üniversite mezunudur. Bununla birlikte, %50'lik bir dilim ise herhangi bir mesleki kursa devam etmiştir. Ağırlıklı olarak kentli, evli, iki çocuklu, çekirdek ailede yaşayan, babası ticaretle uğraşıp, annesi ev hanımı olan bu kadınlar ilk olarak kendileri iş kurmayı düşünmüş ve ailelerinden destek görmüşlerdir. Bu kadınların kendi içsel motivasyonları ile girişimciliğe yönelenlerinin oranı %42 iken, evde oturmaktan sıkılanlar %10, aile bütçesine katkı amacıyla iş kuranları ise %23,4 oranlarındadır. İş çevrelerinden destek alan bu kadınlar, finansman sorunu yaşamakta, kira yüksekliğinden ve mal temin sorunlarından şikâyetçi olmaktadırlar (Güney, 2006: 33). Görüldüğü üzere kadın girişimciliğı ülkemizde henüz istenen rakamlara ulaşamamış olsa da, herhangi bir nedenden ötürü girişimciliğe yönelen kadınlarımızın sayısında artış söz konusudur. Kuşkusuz bu belirli bir sürecin ürünüdür. Ülkemizde, Osmanlı'dan itibaren eğitim ve çalışma haklarını savunan kadın derneklerinin varlığı söz konusu olup, Cumhuriyet'le birlikte kadınlara seçme ve seçilme hakkı tanınmış olsa da, bu gelişmeler gerçek bir dönüşümü başlatmakta yetersiz kalmışlardır. Bununla birlikte köyden kente göç olgusu ve eğitim düzeyindeki yükselme ile birlikte, kadınlar ekonomik hayatın bir parçası olmuşlardır. Bu bağlamda Osmanlı'daki kadın hareketleri birinci dönemi, Cumhuriyet'in kazanımları ise ikinci dönemi ifade ederken, bu iki dönemin özelliğı atılımları organize edenlerin erkek olmasıdır. Ancak özellikle, 1980'lerde ortaya çıkan kadın hareketinin ise örgütleyicisi kadınlardır. Bu nedenle ülkemizde kadın girişimciliğinin geliştirilmesine yönelik çalışmalar bu tarihten sonra

önem kazanmaktadır ve özellikle 1990'lı yıllarda yoğunlaştıkları görülmektedir (Çakıcı, 2004: 3).

Buna göre sırası ile;

- 1990 yılında Türk Medeni Kanunu'nda evli olan kadının çalışabilmesi ve işletme kurması için zorunlu olan "koca izni" şartı kaldırılmış,
- 1992-1993'te ülkemizde ilk kez "Türkiye'de Kadın Girişimcilik" semineri ve "Kadın Girişimciliği Özendirme ve Destekleme Paneli" düzenlenerek konu tartışılmaya başlanmış, N. Çelebi tarafından ülke genelinde bir ilk olan "Bağımsız İşyeri Sahibi Kadınların Aile ve İş İlişkileri" başlıklı araştırma gerçekleştirilmiş, Halk Bankası kadın girişimcilere yönelik kredi vermeye başlamış,
- 1995 yılında Kadın Statüsü ve Sorunları Genel Müdürlüğü, kadınların işlettiği küçük işletmelere yönelik "Küçük Girişimcilik Projesi" konulu büyük çaplı bir araştırma yaptırmış,
- 2002-2003'te KAGIDER (Kadın Girişimci Derneği) kurulmuş, Bangladeş Mikro Finans Kuruluşu ve Diyarbakır Valiliği ortaklığı ile yoksul kadınlara mikro kredi projesi başlatılmış, AB ve TESK tarafından "Kadın Girişimcilerin Desteklenmesi" projesi başlatılmış, GAP-GiDEM (Güneydoğu Anadolu Projesi- Girişimci Destekleme ve Yönlendirme Merkezi) ve KAMER (Kadın Merkezi) işbirliği sonucunda "Kadın Girişimciliği" projesi uygulanmıştır.

TUİK (2017) Hane halkı işgücü araştırma sonuçlarına göre; 2015'te Türkiye'de kadın girişimcilerin varoluşu tarım sektöründeki faaliyetleri ile başlamıştır. Değişen yaşam koşulları, bireylerin farklı iş kollarında yer alması, tatilin, boş zamanın artışı ve ekonomik açıdan farklı gelir gruplarının tatil yapmasının kolaylaşması hizmet sektörünün ilerleyişini arttırmıştır. Bu yükseliş istihdam oranlarına da etki etmiş; 1995 yılında hizmet sektöründe %18 çalışan bulunmakta iken; 2017 yılında % 54,1 oranında çalışanın varlığından söz etmek mümkündür. 2015'de Türkiye'de 15 ve daha yukarı yaştaki nüfus içerisinde işgücüne katılma oranı %51,3 olup, bu oran erkeklerde %71,6, kadınlarda ise %31,5'tir. Eğitim durumuna göre işgücüne katılım oranı incelendiğinde, kadınların eğitim seviyesi yükseldikçe işgücüne daha fazla katıldıkları görülür. Okuryazar olmayan kadınların işgücüne katılım oranı %16,1 iken, bu oran lise altı eğitimli kadınlarda %26,6, lise mezunu kadınlarda %32,7, mesleki veya teknik lise

mezunu kadınlarda %40,8, yükseköğretim mezunu kadınlarda ise %71,6'dır. Kadınların istihdama katılması kadar hangi sektörde istihdam edildikleri de önemlidir. İstihdam edilen kadınların %31'i tarım, %15'i sanayi, %1'i inşaat, %53'ü ise hizmetler sektöründedir (TUİK, 2017).

Kadın Girişimciler Derneği (KAGİDER) 2017'deki verilerine göre Türkiye, tüm OECD ve Avrupa ülkeleri arasında kadın girişimci oranının en düşük olduğu ülke konumunda bulunuyor. Türkiye'de işgücüne katılan 2-3 milyon kadının sadece yüzde 0.7'si girişimci konumunda yer alıyor. Toplam işverenlerin yüzde 12.5'i, kendi hesabına çalışanların da yüzde 10.8'i kadınlardan oluşuyor. Günümüzde başarılı yönetici ve işkadınları olarak iş dünyasının merdivenlerini hızla tırmanan girişimci kadınlar, finans, perakende, eğitim, hukuk, tekstil, gıda, tarım, medya, turizm, enerji, ulaşım, inşaat ve danışmanlık gibi pek çok sektörde çalışıyor. Ülkemizin Kadın girişimciliğini etkili proje ve çalışmalarıyla destekleyen sivil toplum kuruluşu KAGİDER'in kurucuları ve üyeleri arasında her türlü hukuk ve yönetim danışmanlığı, sağlık ve ilaç, maden, gıda ve içecek, turizm, yayıncılık, halkla ilişkiler, tekstil, perakende, insan kaynakları, pazarlama, reklamcılık, finans ve bilişim, film yapım, ulaşım-nakliye ve denizcilik sektörlerinde çalışan kadın girişimcileri bulunmaktadır (KAGİDER, 2017).

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

ARAŞTIRMA YÖNTEMİ VE BULGULAR

Çalışmanın üçüncü bölümünde, Muğla'nın kırsal yörelerindeki kadın girişimcilerin rolü, önemi ve kırsal yörelere katkıları, girişim sırasında ve sonrasında karşılaştıkları sorunları belirlemek üzere gerçekleştirilen araştırmanın yöntemi ve bulguları yer almaktadır. Bu doğrultuda öncelikle araştırmanın amacı ve önemi, araştırmanın evreni ve örnekleme açıklanmakta, ardından araştırmanın yöntemi, verilerin toplama süreci açıklanmakta, en sonunda toplanan verilerin ve bulguların analizi yapılarak çalışmanın sonucu sunulmaktadır.

3.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi

Kırsal alanlar, kırsal turizmden önce sadece kentlerde yaşayan bireylerin akrabalarının veya eskiden kendilerinin ya da aile büyüklerinin yaşadıkları arada bir uğranılan huzur veren bölgeler olarak bilinmektedir. Son zamanlarda kentlerdeki, kontrolsüz nüfus artışı, betonlaşma, stres, gürültü, trafik, insanların yabancılaşması, yüz yüze ilişkilerin önemini kaybettiği, bölgeler haline gelmesinden sonra kırsal yörelere talep büyük oranda artmış ve kırsal turizm günden güne önemi artan bir alternatif turizm türü haline gelmiştir.

Kırsal turizm son zamanlarda hayvansal ve tarımsal etkinliklerin fazla olduğu yörelerde bu faaliyetlerin turizm için bir arz olarak kullanılabilmesi şeklinde meydana gelen bir alternatif turizm türüdür (Çeken, 2007). Kırsal turizm, deniz, kum, güneş turizminden ve şehirlerden uzakta kalan, doğal güzelliklere özgü, geleneksel ve kültürel değerlerin korunduğu doğal ortamlarda ve yapaylıkla tanışmamış alanlarda yapılan turizm çeşidi olarak tanımlanmaktadır. Kırsal turizmin yöreye ekonomik, sosyal ve kültürel etkileri vardır.

Girişimcilik kavramı, faaliyette bulunulan iş sahası ya da dışındaki bir konu ile ilgili fırsatları yakalamak suretiyle değer yaratma girişimi, fırsatlara yönelik alınacak risklerin yönetimi ve bir projeyi hayata geçirebilmek için mevcut tüm beşeri, finansal ve diğer malzeme kaynağını harekete geçirmek suretiyle iletişimsel ve yönetsel becerileri kullanma süreci şeklinde tanımlanmaktadır (Börü, 2006). Girişimcilik aynı zamanda içinde bulunulan durumdan çıkmayı gerekli kılan yaratıcılık ve yenilikçilik

gibi kavramların varlığı ile ilgilidir. Girişimcilik, oluşan fırsatlardan faydalanma ya da kendi fırsatını ortaya çıkarma anlamına gelmektedir. Girişimcilik, sadece gerekli üretim faktörlerini bir araya getirmek ve kontrol etmekten ayrı olarak, ortaya çıkan fırsatların yaratılmasına bağlı bir süreç olarak ifade edilmektedir (Başar, 2005).

Kadın girişimci; yaşadığı evinin dışında kendi kurduğu bir işletmesi olan, gerek tek başına gerekse yanında istihdam ettiği kişilerle birlikte kurduğu işi yapan veya işletme sahibi olarak başka biriyle ortaklık kuran, işle ilgili ya da işi kurma aşamasında özel kuruluş veya kamu kuruluşları ile temaslara geçen, kurduğu işletmenin gelecek ile ilgili planlamasını yapan, kazanç ve yatırım konuları üzerinde söz sahibi olan, kurduğu işletme adına bütün riskleri üstlenen kadınları ifade etmektedir (Ecevit, 1993).

Bu tez çalışmasının amacı, Muğla ilinde, kırsal turizmin gelişmiş olduğu çeşitli bölgelerdeki kadın girişimcilerin kırsal turizm yörelerindeki rolü ve öneminin incelenmesidir. Çalışma, kırsal turizmde kadın girişimcilerin yörenin dokusuna ve kırsal turizme uygun kurdukları işletmeleri belirlemesi, kırsal turizm yörelerinde işletmenin kurulmasından faaliyetlerinin sürdürülmesine kadar girişimcilik sürecinde karşılaşılan sıkıntıları ve bu işletmelerin yöreye ekonomik, çevresel ve sosyo-kültürel katkılarını incelemesi ve böylelikle yöre açısından kadın girişimcinin önemini açığa çıkarması nedeniyle önem taşımaktadır. Çalışmanın amacı doğrultusunda kırsal yörelerdeki kadın girişimcilerle yüz yüze görüşme yapılarak edinilen bilgilerin kayıt altına alınması; kırsal turizmde kadın girişimcinin önemi, yöreye katkıları ile beraber gelecek nesillere kadın girişimcilerin yaşadığı zorluklar, yaptıkları katkıları da aktaracağı için de önemlidir. Çalışmanın bu konuda çalışmak isteyen akademisyenler için yol gösterici bulgular sunması ve yazına katkı sağlaması beklenmektedir.

3.2. Araştırma Evreni ve Örneklemi

Araştırma evreni Muğla'da kırsal turizm bölgelerindeki kadın girişimciler olarak belirlenmiştir. Araştırma evreni, tamamına ulaşılması imkânsız olması özelliği ile soyut bir niteliğe sahiptir. Bu nedenle çalışma evreni belirlenerek, evrene erişebilirlik özelliği kazandırmak suretiyle somut bir evren haline getirilmesi yoluna gidilmiştir. İlk olarak, Muğla'daki kırsal turizmin olduğu yerler ve oradaki kadın girişimciler belirlenmiştir. Bu bölgenin seçilmesinin nedeni, araştırmacının fiziksel ve yasal açılardan erişim kolaylığına sahip olmasıdır. İkinci olarak kırsal yöreye katkıları,

çektikleri önemli sıkıntıları öğrenmek amacı ile girişimin gerçekleştiği yerlere gidilerek görüşme yapılmıştır.

Konunun daha önce çok çalışılmış olmaması ve güçlü bir kuramsal çerçevenin çizilmesinin mümkün olmaması nedeniyle kuramsal örnekleme yaklaşımı doğrultusunda örneklem büyüklüğünün belirlenmesi kararlaştırılmıştır (Yıldırım ve Şimşek, 2005). Bu yaklaşıma göre, ortaya çıkan bilgiler benzer biçimde tekrarlanır hale gelene kadar, diğer bir deyişle doyum noktasına ulaşılan kadar veri toplamaya devam edilmiştir. Bu çalışmada amaçlı örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Görüşmeler sırasında görüşmecilerin tavsiyeleri ve yardımıyla başka görüşmecilere ulaşılmış ve kartopu örnekleme de kullanılmıştır.

Amaçlı örnekleme, nitel araştırma yöntemi içinde meydana gelmiş örnekleme çeşitlerinden biridir. Amaçlı örnekleme araştırmanın amacına bağlı olarak bilgi açısından zengin durumların seçilerek derinlemesine araştırma yapılmasına olanak tanıyan, belli ölçütleri karşılayan veya belirli özelliklere sahip olan bir veya daha fazla özel durumlarda çalışılmak istendiğinde tercih edilmektedir. Araştırmacı, seçilen durumlar bağlamında doğa ve toplum olaylarını ya da olgularını anlamaya ve bunlar arasındaki ilişkileri keşfetmeye ve açıklamaya çalışmaktadır (Büyüköztürk vd., 2012). Amaçlı örneklemenin amacı, araştırmada çalışılan problemleri aydınlığa kavuşturacak zengin bilgi içeren durumları seçmektir. Bu anlamda, amaçlı örnekleme yöntemleri pek çok durumda, olgu ve olayların keşfedilmesinde ve açıklanmasında yararlı olmaktadır (Tarhan, 2015). Bu bağlamda, çalışmada araştırmanın konusuna ve amacına uygun olarak yalnızca kırsal turizm faaliyetleri sürdüren kadın girişimciler örnekleme dâhil edilerek amaçlı örnekleme yapılmıştır.

Kartopu veya zincir örnekleme, ulaşılması amaçlanan evrene ulaşmanın çok zor olduğu durumlarda veya evren hakkındaki büyüklük, derinlik gibi bilgilerin tam olmadığı durumlarda kullanılan bir örnekleme türüdür (Patton, 2005). Kartopu örneklemesi ile evrene ulaşmak isteyen bir araştırmacının başlaması gereken soru şudur: “Bu konu hakkında en çok bilgi kimde vardır? Ya da bu konu hakkında görüşmeye kimle başlamalıyım?” (Flick, 2014). Süreç ilerledikçe elde edilen isimler veya durumlar tıpkı bir kartopu gibi büyüyerek devam edecek, belirli bir süre sonra belirli isimler hep öne çıkmaya başlayacak, araştırmacının görüşmesi gereken birey

sayısı veya ilgilenmesi gereken durum sayısı azalmaya başlayacaktır. Araştırmacı bu durumda konuyla ilgili bilgisi olan kişilere başka kimlerle konuşabileceğini, kimlerden bilgi alması gerektiğini sorarak yeni bilgilere ve kişilere ulaşır. Buradaki önemli olan araştırmacının, görüşmeciye güven verebilmesidir (Grix, 2010). Bu kapsamda, çalışmada amaçlı örnekleme yoluyla ulaşılan kadın girişimcilerin referansları ve yönlendirmeleriyle kırsal turizm yörelerindeki diğer kadın girişimcilerle görüşülmesi ve örnekleme dâhil edilmesi suretiyle kartopu örnekleme yapılmıştır.

3.3. Araştırma Yöntemi

Çalışmanın ilk aşamasında veri toplama tekniği literatür taraması olmuştur. Kırsal turizm, girişimcilik, kadın girişimciliği konularında basılı çalışmalar ve sanal yayınlar üzerinde araştırmalar yapılarak, araştırma konusunu açıklamaya yardımcı olabilecek eserlere ulaşılmıştır. Bu araştırmalarda yalnızca kırsal turizm ve girişimcilik değil, kırsal alan, kırsal turizm etkileri, girişimci özellikleri ve girişimcilik türleri gibi araştırmaya faydalı olacağı düşünülen veri ve açıklamalardan da yararlanılmıştır. Yazın taramasının tamamlanmasından sonra çalışmanın uygulama alanı belirlenmiştir. Muğla ilinin, Bodrum, Fethiye, Marmaris, Ula, Milas, Yatağan, Ortaca ilçelerinin kırsal yörelerinde turizm faaliyetleri gerçekleştiren kadın girişimcilerinden veri toplanmıştır.

Çalışmanın uygulama kısmında kullanılacak araştırma yöntemi olarak, nitel araştırma yöntemlerinden yararlanılmıştır. Nitel araştırmanın bilinen herkesçe kabul görmüş bir tanımı yoktur. Nitel araştırmanın çok farklı boyutlarının olması, herkes tarafından kabul görmüş tanımını yapılmasını zorlaştırmaktadır. Ancak nitel araştırma gözlem, görüşme, doküman analizi, nitel veri toplama yöntemlerinin kullanıldığı, olayların ve algıların doğal koşullarda bütüncül bir şekilde ortaya konmasına yönelik sürecin izlendiği araştırma olarak tanımlanmaktadır. Farklı bir şekilde tanımlayacak olursak nitel araştırma, bir kural oluşturmayı temel alan bir anlayışla sosyal olguları içinde bulundukları ortama göre araştırmayı ve kavramayı öncelik olarak kabul eden bir yaklaşımdır (Glaser, 1978). Nitel araştırma yönteminin kullanılma nedeni, kadın girişimcileri içinde bulundukları ortamlarda görüşmeler yapılarak, hazırlanan belli sorular gerçek verilere bilgiye ulaşma amacı için tercih edilmiştir. Bu sayede nitel araştırma kullanılarak istenilen sonuçlara ulaşılmıştır.

Araştırmada veri toplama tekniği olarak yüz yüze görüşme tekniği kullanılmıştır. Görüşülen kişinin araştırma konusu hakkındaki duygu, düşünce ve tutumlarını ortaya çıkarmak amacıyla araştırmacı ile görüşmeci arasındaki karşılıklı etkileşimle meydana gelmektedir. Görüşme tekniği; yapılandırılmış, yarı yapılandırılmış ve yapılandırılmamış görüşme olmak üzere üç farklı şekilde uygulanabilmektedir (Balcı, 1997).

Yapılandırılmış görüşme, araştırma tarzına bağlı olarak tasarlanmış standart görüşme planı ile yüz yüze görüşmede sıralanmış aynı tip sorulara tüm görüşmecilere sorulmasıyla gerçekleşir. Bu görüşme yapısı analiz edilmek için nicel veriler üretecektir (Finn vd., 2000). Yarı yapılandırılmış görüşmeler katılımcının algıladığı dünyayı kendi düşünceleriyle anlatmasını sağlar. Bu dünyaya ulaşmak için sorularınız çoğunlukla açık uçlu olmalıdır. Bu tarz görüşmelerde ya her soru esnek cümlelerden oluşmalı ya da görüşme farklı yapılandırılmış tekniklerde hazırlanmalıdır (Merriam, 2013). Yapılandırılmamış görüşme, çoğunlukla araştırmacının gözlem amacıyla doğrudan ortama katıldığı alan araştırmalarında kullanılır. Sorular, etkileşimin doğal akışı içinde sorulur ve görüşülen birey kendisiyle görüşme yapıldığını bile fark etmeyebilir. Önceden belirlenmiş sorular yoktur, görüşmenin hangi yöne gideceği kesin hatlarıyla önceden kestirilemez. Sorular konuşmanın anlık akışı içinde kendiliğinden gelişir (Yıldırım ve Şimşek, 2008).

Çalışma, son zamanlarda en çok kullanılan görüşme tekniklerinden biri olan aynı zamanda turizm alanında da çok sık kullanılan, yarı yapılandırılmış yüz yüze görüşme tekniği kullanılarak yapılmıştır. Yarı yapılandırılmış yüz yüze görüşme tekniği, görüşme esnasında öğrenmeye çalışılan görüşme tekniğidir. Benzer konulara yönelmek yoluyla konu hakkında bilgisi olan farklı insanlardan, aynı tür bilgilerin alınması amacıyla yapılır (Patton, 1987). Görüşmeci önceden hazırladığı konu veya alanlara bağlı olarak, daha önceden hazırlanmış soruları sorma, aynı zamanda bu sorular konusunda daha ayrıntılı bilgi alma amacıyla yeni sorular sorma özgürlüğüne sahip olarak hareket edebilmektedir. Sorular veya konuların belirli bir öncelik sırasına konması zorunlu değildir. Görüşme tekniği, araştırma problemi ile ilgili tüm ayrıntıların ve soruların kapsanmasının güvence altına almak için geliştirilmiş bir yöntemidir. Görüşmeci, görüşme sırasında soruların cümle yapısını ve sırasını

değiştirebilir, bazı konuların ayrıntısına girebilir veya daha çok sohbet tarzı bir yöntem benimseyebilir. Yarı yapılandırılmış yüz yüze görüşme tekniğinin uygulanması ise amaca yönelik bilgiye ulaşmada etkili bir teknik olduğu için kullanılmıştır (Yıldırım ve Şimşek, 2005). Böylece görüşme esnasında kaynak kişilerin verdiği cevaplar doğrultusunda görüşmeye daha doğru yön verebilmiştir. Doğrudan araştırmaya konu olacak bireye ulaşarak görüşme yapmak amacıyla veri toplanması sürecinde, katılımcılara ve koşullara hiçbir şekilde müdahale söz konusu olmamış, durum tespiti yapılmaya çalışılmıştır.

3.3.1. Görüşme Sorularının Hazırlanması

Görüşme tekniğinin belirlenmesinin ardından veri toplama sürecinde önemli bir aşama olan görüşme sorularının hazırlanması kısmına geçilmiştir (Sekaran, 2000). Öncelikle görüşmede incelemek ve bilgi edinmek istenen başlıklar belirlenerek bu doğrultuda açık uçlu sorular hazırlanmıştır.

Araştırmaya konu olan kadın girişimcilerin kırsal yörelerdeki etkileri, rolleri, önemleri ve yaşadıkları sıkıntılar üzerinde durulmuştur. Bu kapsamda görüşmede sorulan temel sorular aşağıdaki gibidir:

1. Girişim sürecinde neler yaşadınız? Kuruluş sürecinde herhangi bir destek aldınız mı veya bir engelle karşılaştınız mı?
2. Kırsal turizm girişimciliği seçmenizin özel bir nedeni var mı?
3. Kırsal turizm girişimcisi olarak hangi hizmetleri veriyorsunuz?
4. Kırsal turizmde kadın girişimci olmanın etkileri oldu mu?

Araştırma sorularının yanıtlanmasının ardından görüşme yapılan kişilere eklemek istedikleri herhangi bir konu olup olmadığı sorularak görüşme tamamlanmıştır.

3.3.2. Veri Toplama Süreci

Nitel araştırma yöntemiyle gerçekleştirilen bu çalışmada nitel veri toplama tekniği olarak (yarı yapılandırılmış) görüşme kullanılmıştır. Yazın taraması doğrultusunda alan araştırmasına başlamadan önce, Muğla ilinin kırsal turizmin gelişmiş olduğu yöreler ile ilgili bir ön araştırma yapılmıştır. Yöreyi iyi bilen halktan kişilere sorularak

ve Muğla Kadın Girişimciler Derneği'ne de gidilerek Muğla ilinde kırsal yörelerdeki kadın girişimciler öğrenilmiş ve araştırmaya uygun hangi kadın girişimciler ile görüşülebileceği tespit edilmiştir.

Muğla ilinin kırsal yörelerindeki kadın girişimcilere ulaşabilmek için Muğla'da yaşayan halktan, bu konu üzerinde çalışmış akademisyenlerden, köylerdeki muhtarlardan ve esnaflardan görüş ve öneri alınmıştır. Belirlenen kadın girişimcilerle iş yerinde veya iş yerlerine yakın bölgelerde yüz yüze görüşmeler yapılmıştır. Toplamda 16 kırsal turizm kadın girişimcisi ile görüşülmüştür. Bu kadın girişimciler arasında butik otel sahibi, çiçekçi, halı üreticisi, hediyelik eşya yapan ve yörede satan, restoran sahibi, çini üreticisi, tarımsal faaliyetler ile uğraşan farklı meslekte girişimde bulunan kadın girişimciler yer almaktadır.

Alan araştırma kapsamında 2018 yılı Eylül ayı ile 2019 yılı Mart ayı arasında, tespit edilen yörelerde kırsal turizmdeki kadın girişimciler ile yüz yüze görüşme yapmak suretiyle veri toplanmıştır. Alan araştırma kapsamında Ortaca, Akyaka, Marmaris-Çamlı köyü, Datça, Bodrum-Yalıkavak bölgelerinde butik otel işletmecisi olan kadın girişimciler, Milas-Bozalan köyünde halıcılık işletmecisi kadın girişimci, Milas'ta iki çini işletme sahibi kadın girişimcisi, Ula'da çiçekçi, Fethiye'de tarım, Muğla-Bozüyük hediyelik eşya ve el sanatları, Bodrum- Yalıçiftlik, Datça restoran, Marmaris-Orhaniye Tarımsal ve hayvansal üretim yapan kadın girişimciler ile görüşülerek alan araştırması tamamlanmıştır.

Alan araştırmasında, verilerin toplanmasında, Kadın girişimcilerin 11 tanesi ile Samsung 7s telefonu ile ses kaydı alınmış geriye kalan 5 kadın girişimci ile veriler yazıya dökülerek kayıt altına alınmıştır. Görüşmeler 40-90 dakika aralığında sürmüştür. Ses kayıtları, görüşmeler bittikten sonra Word dosyasına aktarılmıştır. Bütün görüşmeler Word ortamında 42 sayfa olarak yazılmıştır.

3.4. Verilerin Analizi

Nitel araştırmada analiz süreci, araştırmacıların en fazla sıkıntı yaşadıkları oldukça karmaşık bir süreçtir (Kümbetoğlu, 2015). Nitel araştırma analiz süreci, nicel araştırma analiz sürecinden oldukça farklıdır. Neuman'a (2016) göre; bir nicel araştırmacı "standartlaştırılmış bir veri analizi tekniği arasında seçim yapar". İstatistiksel işlemleri

ve hipotezleri test etme yöntemleri, özellikle sosyal bilimlerde çoğunlukla aynıdır. Buna karşın, “nitel veri analizi daha az standartlaştırılmıştır”. Nitel araştırmalarda her zaman çeşitlilik esastır.

Bu çalışmada bulguların analizinde betimsel analiz yöntemi kullanılmıştır. Betimsel analiz; çerçeve oluşturma, çerçeve doğrultusunda analizin yapılması, çalışma bulgularının tanımlanması, bulguların yorumlanması olmak üzere dört aşamadan oluşmaktadır (Altunışık vd., 2010). Bu bağlamda, araştırma verileri, öncelikle araştırmada kullanılacak görüşme soruları hazırlanırken gözetilen boyutlar kapsamında düzenlenerek özetlenmiştir. Betimsel analiz ile edinilen bulgular düzenlenerek ve yorumlanarak anlaşılır bir halde sunulması sağlanmıştır (Strauss ve Corbin, 1990).

3.5. Araştırma Bulguları

Araştırma bulguları başlığı altında kadın girişimciler ile yapılan görüşmeler ve bu görüşmeler sonucunda elde edilen bulgular alt başlıklar halinde sunulmaktadır. İlk başlıkta katılımcılara ait tanımlayıcı bilgiler sonrasında ise sırasıyla, kadın girişimcilerin işe başlama süreci, kadın girişimcilerin kırsal turizm seçme nedenleri, kadın girişimcilerin kırsal turizm faaliyetleri, kırsal turizmde kadın girişimci olmanın etkileri şeklide açıklanmıştır.

3.5.1.Kadın Girişimcilere Ait Tanımlayıcı Bilgiler

Tablo 4’te alan araştırmasında görüşülen kadın girişimcilerin doğum tarihleri, doğum yerleri, öğrenim durumları ve medeni durumları yer almaktadır.

Tablo 4 Kadın Girişimcilere Ait Demografik Bilgiler

Kaynak Kişi Numarası/sıralama	K.G. Yaşları	Doğum yeri	Öğrenim Durumu	Medeni Durumu
KG1	52	Muğla	Üniversite	Bekâr
KG2	50	Ordu	Üniversite	Evli
KG3	43	Milas	Lise	Evli
KG4	49	Fethiye	Lise	Evli
KG5	48	Ordu	Üniversite	Bekâr
KG6	45	Milas	Lise	Evli
KG7	54	Bozüyük	İlkokul	Evli
KG8	37	Niğde	Lise	Evli
KG9	50	Marmaris	Üniversite	Evli
KG10	60	Bodrum	Lise	Evli
KG11	55	Milas	Üniversite	Evli
KG12	41	Datça	Lise	Evli
KG13	46	Muğla	Okur-Yazar	Evli
KG14	34	Muğla	Lise	Evli
KG15	35	Muğla	Üniversite	Bekâr
KG16	41	Bodrum	Üniversite	Evli

Tablo 4’te görüldüğü gibi kırsal yörelerde girişimde bulunan kadınların çoğunluğu evlidir. Kadın girişimcilerin yaşları 34 ile 60 yaşları arasında değişmektedir. Kırsal alandaki kadın girişimcilerin büyük bir çoğunluğunun Muğla ve ilçeleri doğumlu olduğu görülmüştür. Bu durum Muğla’da kırsal turizmdeki kadın girişimcilerin yerel halk içinden çıktığının bir göstergesi olarak düşünülebilir. Kadın girişimcilerin çoğunlukla evli olduğu görülmüştür.

Tablo 4’te görüldüğü üzere kadın girişimcilerin 7 tanesi üniversite mezunu, 7 tanesi lise mezunu, 1 tanesi ilköğretim mezunu, 1 tanesi de okur-yazardır. Kadın girişimcilerin öğrenim durumunun yüksek olduğu görülmektedir.

Tablo 5 İşletme Bilgileri

Kaynak Kişi Numarası	İşletmenin kuruluş yılı	Personel sayısı	İşletmenin yeri	İşletmenin yaptığı iş
KG1	2000	16	Ortaca	Otel
KG2	2000	3	Akyaka	Butik otel
KG3	2014	2	Milas	Halıcılık
KG4	2016	5	Fethiye	Çiftlik
KG5	2015	4	Bodrum	Kafe/ kahve üretimi
KG6	2018	1	Milas	Çinicilik
KG7	2017	3	Bozüyük	El sanatları/Hediyelik Eşya
KG8	2018	1	Bozüyük	El sanatları/Hediyelik Eşya
KG9	2004	8	Marmaris	Restoran/ Butik Otel
KG10	2015	7	Bodrum	Restoran
KG11	2018	1	Milas	Çinicilik
KG12	2009	6	Datça	Kafe(Gözleme)
KG13	2016	2	Marmaris	Şarküteri
KG14	2014	2	Muğla	Çiçekçilik
KG15	2008	8	Datça	Butik otel
KG16	2010	10	Bodrum	Butik otel ve çiftlik

Tablo 5’te kırsal turizmdeki kadın girişimcilerin işletme bilgisine bakıldığında araştırmaya konu olan bütün kadın girişimcilerin işletmelerinin 2000 yılı ve sonrasında kurduğu tespit edilmiştir. Kadın girişimcilerin iş yerlerini kurma tarihleri 2000 ile 2018 yılları arasında değişmekle birlikte ortalama 7 yıldır faaliyet göstermektedirler. Kadın girişimciliğinin, ülkemizin kırsal yörelerinde yeni bir kavram olduğu ve kadınların iş kurma girişimlerinin son zamanlarda kırsal turizmle beraber ortaya çıktığı söylenebilir. Kadın girişimcilerin butik otel, restoran, kafe, şarküteri ürünleri üretimi, çiçekçilik, halıcılık, çinicilik, el sanatları ve hediyelik eşya gibi farklı türlerde girişimde bulundukları ve hepsinin yanında istihdam ettikleri çalışanı olduğu tespit edilmiştir. Kadın girişimcilerin daha çok konaklama, yiyecek ve el sanatları alanında girişimcilik yaptığı görülmüştür. Kadın girişimcilerin 5’i el sanatları, 5’i konaklama,

3'ü yiyecek, içecek işletmesi, 3'ü tarım ile ilgilenmektedir. Kadın girişimcilerin her birinin en az bir kişiyi istihdam ettiği ortalama personel sayısının 4.9 kişi olduğu görülmektedir. Buna göre kadın girişimcilerin yörenin istihdamına etkisi olduğu görülmektedir.

3.5.2 Kırsal Turizmde Kadınların Girişimciliğe Başlama Süreci

Kadın girişimciler ile yapılan görüşmeler sonucunda 16 kadın girişimcinin 13'ünün kuruluş döneminde direkt kendi imkânları ile işletmeyi kurmadığı anlaşılmıştır. Kuruluşun ilk zamanlarında ekonomik sıkıntılar ortaya çıkmıştır. Diğer kadın girişimciler ise ekonomik durumu iyi veya birikimi olan kadın girişimcilerin işletmelerini kendi imkânları ile kurdukları görülmüştür. Kadın girişimcilerin, iş yeri açmadan önceki zamanlarda başka bir işte çalışmış olması, girişimcilik faaliyetinde bulunma aşamasında ekonomik sıkıntı yaşamadığı, çünkü bir birikim oluşturduğu görülmüştür. Aksi durumda bulunan kadın girişimciler ya birinden destek alarak iş yerini kurmuş ya da ekonomik engeller ile karşılaşmışlardır.

Kadın girişimcilerin büyük bir kısmı kendi çabası ile işletmesini kurmuştur. Destek alarak işletmesini kuran kadın girişimcilerin (KOSGEB dışında) ailelerinin birinci derece yakınlarından destek aldıkları görülmüştür. Destek alarak işletmesini kuran kadın girişimcilerin kardeşleri, çocukları ya da eşlerinden destek alarak işletmesini kurduğu tespit edilmiştir.

Kadın girişimcilere girişim sürecinde neler yaşadınız sorusuna aile bireylerinden destek aldıklarını belirten katılımcıların cevaplarından bazıları aşağıda sıralanmaktadır:

“2017 yılında oğlumun desteği ile kurdum.” KG7.

“Ben ilk zamanlar babamın yanında markette çalıştım uzun süre, ondan sonra bu işletmeyi ailemin desteği ile kurdum.” KG1.

“Benim ve eşimin birikimi ile işletmeyi kurduk, hep böyle bir isteğimiz vardı.” KG2.

“Tüm aile bir araya geldik öyle kurabildik. Çok masraflı değildi ama o zaman yeterli para yoktu.” KG3.

“Çoğunlukla kendi birikimim vardı ama zamanla eşimden de destek almak zorunda kaldım.”KG4

“Ailemde destek aldım, benimde biraz birikmişim vardı bir araya getirerek açtım burayı”KG6.

“2009 yılında açtım ben burayı kardeşimle açtık kız kardeşimle ben bir iş kurmak istiyordum o zamanlar ekonomik açıdan mümkün olmuyordu eksikler vardı kardeşimde ben maddi destek sağlarım biraz beraber açalım dedi” KG12.

“2004 yılında kayınpederim o zamanlar aldı burayı biz bahçe diye arada geliyorduk. Bizim de misafirlerimiz geliyordu ağırlıyorduk. Sonra ben burayı cafe ve butik otel olarak eşimle beraber açtım ikimizin yatırımıyla açtık.”KG9.

“Büyük bir kısmını borç alarak açtım biraz da vardı birikmişim, onu da kullanarak açtım.” KG15.

KOSGEB’den destek alarak işletmesini kurduğunu belirten bir başka kadın girişimci ise durumu şu şekilde ifade etmiştir.

“KOSGEB’ den aldım işte 60 bin Türk lirası çok da verimli bir eğitim verdiler ve çok da keyifli zamanlar geçirdim eğitim esnasında oradan cesaret ve para alarak bu işi kendim kurdum.” KG5.

Bunların yanı sıra, işletmesini tamamen kendi gelirleriyle açtığını belirten kadın girişimciler de olmuştur.

“2018’de kurdum, el emeklerim satarak topladığım parayla kurdum” KG8.

“Yok kimseden almadım burayı kendi birikimim ile açtım karşı çıkan olmadı uzun süredir iş hayatında yaşamış biriyim çünkü burada huzur buluyorum doğa gibisi yok.” KG10.

Kırsal alanlardaki kadın girişimcilerin büyük bir çoğunluğunun Muğla’dan olduğu ve kırsal yörelere gidip girişimde bulunan kadınların yöredeki halkın pek sıcak karşılamadığı da kadın girişimci 8’in verdiği cevaba göre;

“ Evet destek oldular, eşim ve ailem biraz destek olmuştu, ailem ve eşim iş yeri açmama bir şey demedi destek çıktılar hatta, ama ben niğdeliyim biz eşimle muğlaya taşındık yatağana sonar bozüyükteki kırsal turizmi ve canlılığı farkettim burda el sanatları ve hediyelik iş yeri açtım, bu köyden olmadığım için kimse sıcak bakmadı, selam atmayan çok, halbuki herkesin kısmeti kendine benim yaptığım işi bir kişi yapıyordu sadece ben geldiğimde şimdi 8-9 kişi oldu, sonradan açandan düşman ilk açanda sebebi buralı olmamam işte.” KG8.

Şeklinde olmuştur,

Yöre halkının birbirini iyi tanınması, aynı doğrultuda işlerin yapılması yöreye dışardan gelen yabancı bir girişimciyi aralarına kabul etmemektedir. Kentlerdeki girişimlerde farklı kesimlerden gelen birçok insan aynı bölgede iş kurabilmesine rağmen kırsal yörede yabancı bir girişimcinin varlığının yöre halkı tarafından olumlu bir şekilde karşılanmadığı tespit edilmiştir.

3.5.3. Kadın Girişimcilerin Kırsal Turizm Seçme Nedenleri

Kırsal alanlarda girişimcilik faaliyetinde bulunan kadınların girişimlerinde etkili olan faktörleri belirlemek amacıyla kadın girişimcilere, girişimcilik fikirlerinin ne zaman nasıl ortaya çıktığı ve kırsal yöreyi neden tercih ettikleri ile ilgili soru sorulmuş ve birden çok sebep tespit edilmiştir.

Kırsal turizmde girişimcilik yapan kadınların kırsal turizmi seçmelerinin sebepleri ekonomik, sosyal ve çevresel boyutlarda olmuştur. Kırsal turizmi tercih eden turistlerin her yörenin farklı çekiciliği olmasından kaynaklı yöredeki iş olanakları ve girişim bu yönde olmaktadır. Kadın girişimcilerin kırsal turizmi seçme nedenleri ayrıntılı olarak açıklanmaktadır.

3.5.3.1. Ekonomik Nedenler

Kırsal turizmde kadın girişimcilerin, kırsal yörelerde girişimcilik yapma nedenlerinden biri de ekonomik kazanç sağlamaktır. Kadın girişimciler çoğunlukla işletmelerini kurdukları bölgelerde yaşayan ve ekonomik anlamda bağımsızlık elde etmek isteyen girişimcilerden oluşmaktadır. Kırsal yörelerde girişimcilik faaliyetinde bulunun kadın girişimcilerin para kazanmak amacı ekonomik gelir olduğu görülmüştür.

“Bu işletmeyi kurma sebebim öncelikle çevredeki değişikliğin farkına varmak oldu herkes buraya geliyordu ve köy ortamında da birçok tanıdığın para kazandığını gördüm o zamanlar biraz sıkıntıdaydık çocuk da okuyor para kazanmamız lazımdı ben de kendi isteğimle bu işyerini eşimin de biraz desteği ile açtım” KG16.

Bir başka kadın girişimcinin cevabı şöyle olmuştur;

“Ekonomik açıdan kendimi iyi hissetmek istedim açma sebeplerimden en önemlisi de bu” KG15.

Bir başka kadın girişimcinin cevabı ise;

“Sıkıntidan önce yapacak bir şey olmayınca bir işe başlamak istedim aradım bulamadım, o zaman kendim kurayım dedim kardeşimi de ikna ettim açtım, kırsal bölgeyi hem kiralar uygun, hem misafir huzur istiyor, hem merkezde o parayla yer açamazdım öyle bir düşüncem olmadı bile buraya 2 km uzakta yaşıyorum kafe düşüncesi oluşur oluşmaz burası geldi aklıma” KG12.

Şeklinde olmuştur.

Bir başka kadın girişimcinin cevabı ise;

“Bu bölgeyi seçmemin sebebi burada yaşıyor olmak ilk zamanlar evde yapıp turlar gelince ya da festivallerde satarım diye düşündüm öylede yaptım bir süre ama örnek görmek isteyen artınca ev yürümedi ve talep üstüne burayı açtım işte daha çok para kazanmak için.”KG6.

Şeklinde olmuştur.

Bir başka kadın girişimcinin cevabı ise;

“Ordu’da çalışırken valilikte hep takıldığım yerde kahve kokardı bir gün dedim ki bende kahve yapacağım bir gün ama çok yükün altına girmeden yapacağım dedim ve hep erkek normalde kahve üretenler hiçbir kadına rastlamadım bu işi öğrenirken 6 ay gezdim kimle tanıştıysam kahve yapan hep erkekti bir ben kadındım. Neyse sonra kafe de istiyordum açmayı sonra dedim ikisi bir arada olsun o zaman ve böyle bir yer açtım kırsal

bölgeyi de huzur aradığım için ve bunu sadece kendim aramadığımı fark ettiğim için açtım, tabi para kazanma isteği de önemliydi” KG5.

Şeklinde olmuştur.

Kadınların ekonomik özgürlüklerini kendi girişimleriyle elde edebileceklerinin farkında olmaları ve erkeğe özgü olarak gözüken işlerde de söz sahibi olmak istedikleri görülmüştür.

3.5.3.2. Sosyal Nedenler

Kadın girişimcilerin kırsal turizmle ve girişimcilikle beraber yörede kadınların daha rahat hareket ettiği eski baskıcı toplumun kırsal turizmle ve kadınların girişimcilik faaliyetleri ile beraber ortadan kalktığı görülmüştür. Kadın girişimcilerin üretim esnasında ihtiyaç duydukları hammaddeyi yöredeki üreticilerden satın aldıkları ve yöredeki diğer işletmeleri de olumlu etkilediği görülmüştür. Kırsal turizmin yörede gelişmesi ve kadın girişimciliği ile beraber yöredeki alt yapının iyileştirildiği ve yöreye ulaşımın daha kolay olmasının sağlandığı görüşmelerden ulaşılan sonuç olmuştur. Kırsal turizmdeki kadın girişimcilerin istihdam için yöredeki halk veya öğrencileri tercih ettikleri ve yöredeki halka da katkıda bulundukları tespit edilmiştir.

Kadın girişimci 3’ün cevabı ise;

“Buraya turistler gelmeye başlayınca birçok kişi bir işe girdi işte hediyelik eşya satan, bez bebek satan oldu daha çok halı o zamanlar bende istedim işte kırsal alanı seçmemin sebebi burada yaşamam oldu işte zaten burası kırsal alan olmasa bizim yer olmasa o kadar iş olmaz merkezde her hafta biri açar yanında yani merkezde olsa yapmam öyle bir şey” KG3.

Şeklinde olmuştur.

Bir başka kadın girişimci ise durumu şu şekilde ifade etmiştir.

“Yöreye asla zararı olmaz herkesin memnun olduğu bir şeyden kime zarar gelir ki katkısı çok burada ki benim üretmediğim ürünleri burada başka üreten kişiden alıyorum köyden, çalışanlar hep buralı, hafta sonu öğrenci geliyor 3-5 kişi yani her şeyi yarar bence.” KG10.

Bir başka kadın girişimci ise durumu şu şekilde ifade etmiştir.

“ Kırşal turizmin yörede gelişmesi biz kadınlar için çok iyi oldu ben haftada üç- dört ilçe değıştirebiliyorum iş için daha önce öyle sık sık dışarı çıkmak imkânı yoktu çıkarsan da konuşması çok olurdu, benim için en önemli sebebi artık herkes bir işle meşgul, köyün yolları meydana kadar yapıldı ve çoğu kişi bu bölgede ürünlerini satarak para kazanıyor artık” KG14.

Kadın girişimci 3’ ün konu hakkındaki cevabı ise;

“Saymakla bitmez, bir kere işimiz oldu işimizi görenler oldu yolları yaptılar, bunun için her evde illaki biri burada bir iş yapıyor artık kadınlar eskiden pek dışarı çıkamazdık işimiz yoksa şimdi misafire bir şeyler ısmarlamak için kahveye bile geçiriyoruz, misafiri bizde orda oturuyoruz gerçekten hayatımız değışti her yerde kadınlar öyle yaşayabilmeli hapis gibiydi hayatımız dedikodu vardı eskiden dışarı çıkar çıkmaz şimdi tek dedikodu; kim ne kadar iş yapıyor ” KG3.

Şeklinde olmuştur.

3.5.3.3. Çevresel Nedenler

Araştırmada kırsal turizmin yöredeki kadınları girişimcilik yapmaya iten önemli bir faktör olduğu ve çoğunlukla kadınların kırsal yöreyi orda yaşadıkları için tercih ettikleri tespit edilmiştir. Turistlerin yöreye doğal bir güzelliğı görmek, doğal lezzetleri tatmak veya yörede çekilmiş bir filmin çekim yerini görmek için kırsal yörelere gittiğı ve yöredeki hediyelik eşya, yiyecek, içecek ve el sanatlarını tercih edip satın aldığı tespit edilmiştir. Bu konuda kadın girişimci 4’ün cevabı;

“Almanya’daki örnek beni çok etkilemişti, aramız olunca direk bu işi yaptım hatta başlarda mısır da ekiyordum tavukların yemini oradan karşılıyordum. Bu iş kırsal alan işi zaten bu işi yapacağım dediğimde aklıma sadece köy ortamı geldi merkezde o kadar büyük araziyi tonla para ödesen de alamazsın. Kırşal alanlarda yapılabilir bu iş” KG4.

Şeklinde olmuştur.

Bir başka kadın girişimcinin cevabı ise;

“Bahsetmiştim hastalanınca önce uzak kaldım işten sonra yapamadım devam etmek istedim o zaman da merkezdeki kalabalığa gelemiyordum kırsal alanı (turizmi) tercih ettim hem tedavim için hem misafir huzur bulsun diye.” KG10.

Şeklinde olmuştur.

Bir başka kadın girişimci ise durumu şu şekilde ifade etmiştir.

“ Ben 17 yaşındayken turizmde çalıştım Gümbet'te o zamanlar turizm öyle değildi tabi turizmin turizm olduğu dönemler ve bodrumun merkezi şuan olduğu kadar kalabalık değildi 80'nin başlarında o zamanlar hep diyordum böyle bir gün köy kahvaltısı yapacağım bir köyde ve bu müşterileri oraya çekeceğim sonra 25 yaşında evlendim eşimle Bebek Oteli açtık iyi çevrem oldu o sayede sonra öyle bir kalabalık oldu ki buralar misafirlere çok biz kaçmak istedim ve kendi köyüm olan Yalıçiftlik'te burayı alarak kırsal bir yerde her şeyin tamamıyla doğal olduğu kahvaltılık hizmetini açtım hem bizim kafamız dinlendi hem de misafirlerin kırsal alanı seçmemin sebebi anlayacağın huzur ve doğallık bir de bu tür işler böyle yerinde yerlerde önem kazanır diye düşünüyorum”KG10.

Kentlerdeki kalabalıktan uzaklaşarak her şeyin doğal olarak doğal bir ortamda yetiştiği kırsal yöreyi huzur ve doğal ortam için tercih etmiştir.

Bu cevaplar doğrultusunda, kadın girişimcilerin kırsal turizmi tercih etmeleri ekonomik, sosyal ve çevre ile ilgili sebeplerin altında toplanmıştır. Kırsal yörelerde kiraların ve iş kurma imkânlarının şehir ortamına göre çok daha uygun olması kırsal turizm yörelerini daha çok tercih edilebilir bir yer durumuna getirmiştir. Aynı zamanda kırsal yörelerde kırsal turizm faaliyetlerinin başlaması yörede yaşayan birçok kadın için iş imkânı sunmuş ve girişimciliğe teşvik etmiştir. Kadın girişimcilerin büyük bir kısmı kendi yöresinde girişimde bulunmuştur. Katılımcı 10'un, 4'ün, 12'nin dedikleri gibi kırsal turizm şehirleşmeden uzak huzur veren yer olarak algılandığı için yöreye gitme sebebi doğasıdır. Misafirlerin huzur, sağlık, sessizlik istediği gibi girişimcilerde böyle bir ortamı talep edip kırsal turizm yerlerine özellikle gitmekte ve girişimde

bulunmaktadır. Kadın girişimcilerin ekonomik bağımsızlık kazanma isteği de kırsal yörelerde kadın girişimcilik yapma nedenlerindendir.

3.5.4. Kadın Girişimcilerin Kırsal Turizm Faaliyetleri

Kadın girişimcilerin yörede sundukları turizm hizmetleri büyük oranda konaklama faaliyeti üzerine yoğunlaşmaktadır. Bu faaliyeti el sanatları faaliyetleri ağırlıkta takip etmektedir. Bu iki faaliyetin dışında yiyecek ürünleri, tarım, çiçekçilik üzerine yoğunlaşma gözükmemektedir. Yöreye ve turistlerin talebine göre kadın girişimcilerin yörede faaliyetleri şekillenmiştir. Kırsal turizme bağlı olarak da zamanla işletmede ve ürünlerde değişiklik yaptıkları tespit edilmiştir. Bu değişiklik yöreye gelen turistlerin tercihlerine veya sayılarının artmasına bağlı olmuştur. 16 kadın girişimcinin sadece 2'sinde gelen turistler işletme içinde farklı etkinliklere katılabilmektedir diğer kadın girişimcilerin işletmelerinde turistler için herhangi bir etkinlik bulunmamaktadır. Bunun sebebi ise turistlerin yöreyi tercih etme sebeplerinin yörenin doğal güzellikleri ve doğal ürünleri olmasıdır. Kırsal turizmdeki kadın girişimciler o yörelerde yörenin dokusuna uygun faaliyetlerde bulunarak işletmeler kurmuş ve faaliyetlerini sürdürmüşlerdir.

Her yörenin, her girişimin kırsal turizme katkısı farklı olmuş ve farklı faaliyetler ile yürütülmüştür. Kadın girişimcilerin aldıkları eğitimlere, bulundukları yöreye ve yörenin kırsal turizm dokusuna göre girişimde bulunmuş ve faaliyetlerini sürdürmüşlerdir.

Bu konuda kadın girişimci 8'in cevabı;

“Turizm etkinliği Akyaka'ya yakın olmak işte birde bahçede eğlenebilmeleri manzara arada Marmaris'e alıyordum onları çok talep eden olunca, konaklama sağlıyoruz hizmet olarak, aşağıdaki turlara götürüyoruz ve yöreyi tanıtıyoruz. Fiyatlar çok uygun bence Akyaka mükemmel bir yer biz biraz kırsalda kalıyoruz sahile uzağınız biraz ama deniz manzarası burdan çok daha iyi Marmaris yarım saat ilerde bizim 10 katımız fiyatlar var neden çünkü orda oteller büyük herşey dahil sistem ama herkes o kalabalığı istemiyor sessiz sakin yerleri istiyorlar gelen misafir huzurla gidiyorum diyor. Bahçede birçok şey ekıyoruz ama yemek için kalan eksikleri dışardan alıyoruz personel bile bizden yani yazın işte

dediğim gibi belki bir kişi falan alıyoruz kalabalık olunca gündelik öğrenci getiriyoruz.” KG8.

Şeklinde olmuştur,

Bir başka kadın girişimci ise durumu şu şekilde ifade etmiştir.

“Doğal ortam içinde ata binme, kanoya binme, yürüyüş, gölde yüzme gibi etkinliklerimiz var kırsal turizmle ilgili, konaklama var, tatil yapılabiliyor tamamıyla dinlenme ve huzur yeri saklı köy”KG9.

Bir başka kadın girişimci ise durumu şu şekilde ifade etmiştir.

“Çiftlik turizmi benim yaptığım misafir gelir her şeyi doğal ortamda alır yer, kahvaltılığını bahçeden alır çoğunu, safari var yakında yapılıyor ona gidiyor bazı misafirler. Fiyat olarak piyasaya göre biraz daha fazla bence de olması gereken bu çünkü her şey doğal bende bal da yumurta da bahçede ektiğim ürünlerde.”KG4.

Kadın girişimcilerin kırsal turizm yörelerinde, turistlerin talebine göre, turist sayılarındaki artışı göre ürünlerinde veya hizmetlerinde değişiklikler yaptığı görülmüştür. Kadın girişimcilerin bir kısmı işletmesinin değişimi dışında turistler ile anlaşabilmek için zamanla yabancı dil öğrendiği görülmüştür. Gelen misafirlerin yörede daha çok kalmasını sağlamak için ek konaklama yerleri sağlanmış ve istedikleri doğrultuda yiyecek hizmeti verildiği tespit edilmiştir. Kırsal turizmin yörede gelişmesi kadın girişimcilerin personel alımında da daha çok seçici davranmasına sebep olmuş bazı kadın girişimciler dil bilen personel istihdam etme zorunluluğu hissettiği görülmüştür.

Bu konuda kadın girişimci 8’in cevabı şu şekilde olmuştur.

“Kırsal turizme göre şu şekilde gelen misafir isteğine göre değişiklik yapıyorum burası geliştikçe misafir de artıyor gelen o yüzden ister istemez ben de değişiklik yapıyorum ama daha yeni açtım ben de, o yüzden çok değişim yapmadım daha” KG8.

Bir başka kadın girişimcinin cevabı şu şekilde olmuştur..

“Misafirlere göre yatak sayısını ve yemek çeşitlerini geliştirdik, eskiden daha erken kapatırdık iş yerini akşam onu daha geç saatlere uzattık, ben iş yerinde yetecek kadar ingilizce öğrendim ister istemez değişim oluyor zaten.” KG2.

Bir başka kadın girişimcinin cevabı şu şekilde olmuştur.

“Benim sadece çiftlik vardı ama misafirler Fethiye’nin bu bölgesine daha çok gelmeye başlayınca safari sayesinde ben de konaklayabilecekleri birkaç oda yaptırdım ve kahvaltılar turistlerin isteğine göre değişebiliyor. Bunun dışında pek değişiklik yapamadım onu da geçen sene yaptım zaten.” KG4.

Bir başka kadın girişimcinin cevabı şu şekilde olmuştur.

“İster istemez değişiklik yaptım tabi başlarda tanıdıklar geliyordu kırsal köylere talep artınca burası, keşfedildi turlar bile geliyor ister istemez mekânı büyüttüm, personel arttı, tasarım değişti, dil bilen personel aldım turizm sayesinde farklı şekil oldu işte.” KG9.

Bir başka kadın girişimcinin cevabı şu şekilde olmuştur.

“Bu bölgeye gelen kişi aniden artınca kalacak kişi için sayıyı arttırdık kalacakları yerleri arttı, hizmetteki yiyeceklerde değişiklik oldu etkinlik koyduk çevrede, dil öğrendik eşimle az çok konuşuruz, renkli giyinmeye çalışıyoruz yabancı çok olunca seviyorlar öyle şeyleri.” KG16.

3.5.5. Kırsal Turizmde Kadın Girişimci Olmanın Etkileri

Kırsal yörelerde yaşayan kadınların günümüze kadar bulundukları yörede gerek sosyal gerek ekonomik özgürlüklerinin olmadığı bilinmektedir. Kırsal turizmle beraber birçok yörede kadının toplumsal statüsünde değişim gözlemlenmiştir. Bu değişim sadece ekonomik değil aynı zamanda sosyal, kültürel anlamda da görülmüştür. Kırsal yörelerde nüfusun az olması ve yörede yaşayanların birbirini iyi tanınması, yüz yüze ilişkilerinde aralarında aktif olmasından da kaynaklı kadınların geçmişten gelen toplumda sadece ev hanımı olarak düşünülmesi, yörede hareket alanını da kısıtlamaktadır. Ama kırsal turizmle beraber yöredeki kadın girişimcilerin hem ekonomik hem de sosyal özgürlük elde ettikleri tespit edilmiştir.

Kırsal turizmle iş kurabilen ve özgürlüğünü kazanan kadınların ülkemizde yıllardır var olan tabuları bu sayede yıktığı ve kadınların artık yörelerde çok daha rahat hareket ettikleri yörenin gün içinde sık sık misafirler tarafından ziyaret edildiği bu ziyaretler sonucunda kültürel etkileşimin gerçekleştiği ve zamanla da yörede girişimde bulunarak iş kurdukları ve kadın girişimcilerin kırsal turizmin vazgeçilmez bir parçası olduğu görülmüştür.

Kadın girişimci 3'ün verdiği cevap kadının evdeki yaşantısındaki değişimini de göstermektedir.

“Nasıl söylesem çok memnunum tabi para kazanıyorum insan tanıyorum evde oturmuyorum söz sahibi olduğumu hissediyorum sabah olsun da işe gidiyim diyorum eskiden uyurdum sabah tek iş kahvaltı hazırlamak yemek yapmak temizlik bitti gün çok zaman kaybetmişim dediğim gibi. Beklentim çok yok aslında farklı köyde birkaç yer o kadar farklı bir işe girmeyi hiç düşünmüyorum mesela... Çünkü ben bu işi biliyorum bu işle kazandım riske girdim bir defa tuttu ve bana yetti fazlası baş ağrısı olur hem evden kopmuş olurum ne de olsa anneyim eşim de akşam evde bu yer bile bazen yoruyorken başka işe hiç girmem. Eşimin tavırları, konuşması değişti bana karşı saygısı arttı işe başladıktan sonra.” KG3.

Şeklinde olmuştur.

Bir başka kadın girişimcinin cevabı şu şekilde olmuştur.

“Ünlü bütün çiniciler hep erkek çinicilikte pek kadın yok bilinen neredeyse hiç yok o yüzden de hırs yaptım olumlu çok dönüşü oldu bu yüzden herkesin çok hoşuna gitti toplumun çevremi satış yaptığım herkesi benim bildiğim 3-4 kadın var gerisi erkek işte.” KG6.

Erkeklerle özgü birçok işte girişimde bulundukları, takdir gördükleri ve başarılı oldukları tespit edilmiştir.

3.5.5.1. Kırsal Turizm Girişimciliğinin Yöreye Katkıları

Kırsal turizmin politikalarından biri de genel anlamda doğayı koruma, kültürlere ve tarihi değerlere sahip çıkmaktır. Kırsal turizmin yörede gelişmesi ile beraber yöredeki halkın sahip olduğu güzelliklere daha da sahip çıkma gibi bir bilinci gelişmektedir. Çünkü yöreye gelen turistlerin yöredeki güzelliklere, kültüre veya tarihi dokusuna

geldiği bilinmektedir. Kırsal yörelerde gerçekleşen girişimcilik faaliyeti, yöreden kente ekonomik özgürlüğünü kazanmak isteyen herkes için yörede kalma ve kazanç sağlamak için çok önemli bir etkidir. Kırsal yörelerden göçü büyük oranda azaltmaktadır. Kadın girişimciler kırsal yöreye huzur, sağlık ve iş için geri dönmektedir.

Kadın girişimci 1'in soruya cevabı;

“Aslında bence hiçbir zararı yok zaten ve çok yararı var ama en büyük yararı çalışanlar tabi hepsi Muğla'dan 200'e yakın personel var 120 tanesi kadın bizde hepsi de işini severek yapıyor hatta çok uzun süre çalışan bazı kadınlar kendi işini kurmak istiyor hatta kuran da var “ KG1.

Şeklinde olmuştur.

Bir başka kadın girişimci ise durumu şu şekilde ifade etmiştir.

“Kadın çalıştırıyorum genelde bazı işler için iki erkek bir de kadınlar için katkısı çok yöre içinde insanlar çalışıyor para kazanıyor burada. Zararı yok bence hiç tarımdan asla zarar gelmez ne gelecek güzel bir iş hepimiz için yararı var.” KG4.

Bir başka kadın girişimci ise durumu şu şekilde ifade etmiştir.

“Yöreye katkısı reklamı oluyor yörenin geliri oluyor, olumsuz katkısı zaten hiç yok yöresel çalışmalar yapıyoruz dünyanın öbür ucuna gidiyor ve orada biliniyor ben binlerce magnet sattım turistlere hepsi şuan dışarda bir yerde reklam yani Milas'a ait çok şey sattım aynı şekilde bir kere herkes az çok bir işin elinden tutup gelir elde ediyor yöreye çok fazla katkısı var gerçekten.” KG6.

Bir başka kadın girişimci ise durumu şu şekilde ifade etmiştir.

“Kırsal turizmin başlaması hoşumuza gitti artık harekete sese alıştık eskiden evden çıkamazdık şimdi öyle değil her sezon dolu buralar hafta sonu neredeyse her zaman yöreye katkısı bu oldu bence huzur oldu maddi ve manevi” KG7.

Bir başka kadın girişimci ise durumu şu şekilde ifade etmiştir.

“Kırsal yöre şehirleştirilmedikçe her şey katkı sağlar, doğaya dokunulmadan işler gelişmeli zaten buraya gelen sesten, işten kaçıyor bir de kalabalık duruma geldi mi artık anlamı olmaz herkese diyoruz temiz tutun buraları, bence şuan yöreye ekonomik katkısı var bir de artık herkes bir işin ucundan tutuyor çalışanlar da kazanıyor burada ” KG16.

Katılımcıların tamamı kırsal turizmin yöreye olumlu katkılarının olduğunu ve yöredeki insanın monotonluktan kurtulduğunu ve kendini bir işe ait hissettiğini söylemektedir. Kadın girişimcilerin yörenin doğasından kaynaklı misafir geldiğinin farkında olmaları yöreyi daha dikkatli kullanmalarını sağlamakta ve çevrelerindeki insanları da bu konuda bilinçlendirmektedir. Ekonomik açıdan kadın girişimcilere ve yöreye büyük katkısı olmaktadır. Kırsal turizmin yörede girişimde bulunan kadınların personel olarak hep yöreden birilerini aldıkları tespit edilmiştir. Kırsal turizm alt yapıya da etki etmektedir. Bazı yörelerde yollar ve misafirlerin kullanabilecekleri mekânlar yapılmıştır. Kırsal turizm ve girişimcilik yörenin kalkınmasına olumlu yönde etki eden iki önemli faktördür.

Kırsal yörelerde girişimde bulunan kadın girişimcilerin ilk etapta istihdam olanakları düşük olsa da zamanla yöreye katkıda bulunarak yöreden personel istihdam ettiği ve bu personellerin büyük çoğunluğunun kadın olduğu görülmüştür.

“ Yaptığım işten çok memnunum gerçekten bir yeri yönetmek para kazanma duygusu çok güzel ve bunu aileme yakın yerde kendi yaşadığım yerde farklı insanlar tanıyarak yapmak herkese nasip olmaz, birde memnunum yanımda 6 kişi çalışıyor 5'i bizim köyden kızlar çalışıp kazanıyorlar beklentim daha çok insanı yanıma çekmek ve para kazanmak ve kazandırmam ama işte kışın Muğla'ya çok insan gelmiyor sürekli olsa keşke bu turizm” KG12.

Şeklinde olmuştur.

Kırsal turizmdeki kadın girişimcilerin çoğunluğunun yanında çalışan personellerin yörede ikamet eden kadınlar olduğu tespit edilmiştir bir başka katılımcının bu konu üzerine bir başka kadın girişimcinin verdiği cevap ise;

“ Yaptığım işten çok memnunum çok güzel bir yer işletiyorum, doğayla iç içeyim böyle bir yerde çalışmak insanı dinç tutuyor köyden bir çok kişi

burada çalışıyor bu sayı hafta sonu çok daha fazla artıyor, kızlarda evde sıkılmıyoruz çok teşekkür ederim abla diyorlar her gelen bende 2 erkek çalışıyor gerisi hep kız hafta sonu gelenlerde genelde yine kız onların önünü açmakta beni memnun ediyor. Beklentim burasını daha da canlandırmak işte daha da doğayla bütünleştirmek asla değişmeyecek doğası burasının.” KG9.

Şeklinde olmuştur.

Kadın girişimcilerin cevaplarının çok büyük bir çoğunlukta kadınlara destek oldukları ve onların girişimde bulunmaları için destek oldukları söylenmiştir.

3.5.5.2. Kırsal Turizmde Kadın Girişimcilerin Yaşadıkları Sıkıntılar

Kırsal turizmde kadın girişimcilerin yaşadıkları çeşitli sıkıntılar tespit edilmiştir. Bunlardan en önemlisi kuruluş aşamasında maddi destek görmemeleri ve devlet destekli projelerden haberdar olmamalarıdır.

Kadın girişimci 2'nin verdiği cevap;

“Yok hiç destek almadım, ben eşimden başlarda biraz karşı çıkan oldu şöyle muğlalılar siz delimisiniz burda işimi olur dediler şimdi bunu diyenlerin hepsi evini butik otele çevirdi onlar aynı işi yapıyor ben bu butik otelin inşaatında bile çalıştım o zamanlar dalga geçer gibi baktılar belki deli bile dediler yıllar sonra aynı şeyi yaptılar muğlalılar parayı sever” KG2.

Şeklinde olmuştur,

Bir başka kadın girişimcinin cevabı ise;

“Herkes manevi destek oldu neden karşı çıksınlar ki çıksalar da açarım yani maddi eşimden aldım ama çok değil herhangi bir kurumdan almadım yok açıkçası başlarda zor oldu ekonomik açıdan” KG4.

Şeklinde olmuştur.

Bir başka kadın girişimcinin cevabı ise;

“Almadım girişimcilik yapacağım kafe açacağım dediğimde pek sağlıklı düşünmediğimi söylediler arkadaşlar, birkaç akrabam falan ama 6 ay sonra açtım ve gördüğünüz gibi işletiyorum. yok kadın olduğum için değil

işim varken istifa ettiğim için karşı çıkan oldu yoksa kadının iş yapamaması geçmişte kaldı” KG5.

Şeklinde olmuştur.

Bir başka kadın girişimcinin cevabı ise;

“ Kimseden almadım manevi destek elbette oldu ama tabi köyde olunca otur oturduğun yerde diyen de oldu kimisi gerçekten yorulmamı istemedi kimisi ise böyle bir çaba içinde olacak olmamı kıskandı diyebilirim. Tabi ki kadın olduğum için kadının çalışması çok arttı ama hala bunu aşamayan insanlar var maalesef” KG14.

Şeklinde olmuştur.

Bir başka kadın girişimcinin cevabı ise;

“Yok almadım oğlum destek oldu biraz ama önceden naylon, leğen falan satıyordu oğlum burada ama dizilerden sonra burası baya gelişti ben de hediyelik eşya haline getirip kendim çalıştırdım.” KG7.

Şeklinde olmuştur.

Bir başka kadın girişimcinin cevabı ise;

“Aslında olmadı destek pek borç ile açtım şöyle örnek veriyim %80’ini borç aldım diyebilirim karşı çıkan oldu o kadar parayı köyde otel açarak mı harcayacaksın dediler herkesin evi var köyde demişti amcam hâlbuki artık buraya gelen gitmek istemiyor illaki konaklamak isteyen olacak ve düşündüğüm gibi de oldu karşı çıkan oldu yeni annem destek oldu manevi açıdan sadece.” KG5.

Şeklinde olmuştur.

Kırsal yörelerdeki kadın girişimcilerin çok büyük bir çoğunluğunun kendi çabaları ile işletme kurdukları ve herhangi bir kuruluştan destek almadıkları tespit edilmiştir. İşletmelerin kırsal yörelerde faaliyete başlayacak olmaları onları ekonomik sıkıntılara çok çekmemiştir, yöredeki kiralar, herkesin birbirini tanması ve üretim faktörlerinin yörede olmasında, kadın girişimcileri teşvik eden kararlı olmaların sağlayan sebeplerden biridir.

Ailesinden bütün desteği alarak işletme kuran ve bu işletme sayısını 5 işletmeye çıkaran başarılı kadın girişimciler de bulunmaktadır.

Kadın girişimci 1'in bu konuda ki cevabı

“Evet ailem bana maddi manevi destek oldu bu konuda, karşı çıkan da olmadı hepsi bu konuda destek oldu ben istedim, düşündüm rahmetli babam ise maddi desteği sağladı ilk zamanlar” KG1.

Şeklinde olmuştur.

Kırsal yörelerdeki kadın girişimcilerin çevreden gelen arada olumsuz tepkiler olsa da büyük çoğunlukla aile fertlerinden olumlu destekler ve tepkiler aldığı görülmüştür.

Kadın girişimcilerin işletmelerini kurarken seçtikleri yollardan biri de bir kurumdan destek veya hibe yoluyla olmuştur.

Araştırma sorularının yanıtlanmasının ardından görüşme yapılan kişilere eklemek istedikleri herhangi bir konu olup olmadığı sorularak kadın girişimcilerin tecrübelerini, yaşadıklarını, kuruluş aşamasında sıkıntılarını, kadın oldukları için yaşadıklarını ve onlardan sonra gelecek kadın girişimcilere mesajlarını yönetilen sorular dışında paylaşmak istedikleri farklı bilgileri öğrenmek üzere sorulan son soruda kadın girişimcilerin kendileri hakkında, yörenin tanıtılması, turizmin mevsimselliği, müşteri kalitesi hakkında farklı bilgiler ve önerilerde bulunmuşlardır. Kadın girişimcilerin çoğunluğu, kadın girişimcilerin kadınlara öncülük etmesi gerektiğini ve birbirlerine destek olmaları gerektiğini söylemişlerdir. Kadın girişimciler kırsal turizmde mevsimselliğin ortadan kaldırılmasını ve bunun için gerekli çalışmaların yapılması gerektiğini söylemiştir.

Kadın girişimci 2'nin cevabı;

“Turizmde kaliteyi arttırmalıyız kaliteli müşteriye hitap etmeliyiz, ve eğer kaliteli müşteri istiyorsak kaliteli iş yapıp iyi sunum ve güleryüz göstermeliyiz bence en çok bu konu üzerinde durulmalı öyle düşünüyorum.” KG2.

Şeklinde olmuştur,

Kadın girişimci 3'ün cevabı;

“Öncelikle teşekkür ederim belki söylediklerim bir yerde işe yarar ekleyeceğim pek bir şey yok ama kadınlar çalışmalı ama erken yaşlarda ve kadın girişimciler diğer kadınların yolunu açmalı kapatmamalı burada görüyoruz kadın para kazanıyor komşusu ben bir yer açıyım mı diyor yok ya çok zor para da yok işte diyor sırf açmasın diye bir yer bunlar olmamalı kadın kadını tutmalı kollamalı.” KG3.

Şeklinde olmuştur.

Kadın girişimci 4’ün cevabı ise;

“Köylerde tarım için eğitim verilmeli devlet tarıma el uzatmalı ben bir kez tarımdan bahsettiklerini duymadım her köye eğitim verilmeli bilgilendirilmeli tarım konusunda, kadınlar da kendilerini geliştirmeli rastgele ilaç verilmemeli yaptığımız iş neyse tarımla ilgili bilinçli yapılmalı doğaya zarar vermeden tarım yapmalıyız.”KG4.

Şeklinde olmuştur.

Bir başka kadın girişimcinin cevabı şu şekilde olmuştur;

“Kadınlar iş kurmaktan, çalışmaktan kaçmamalı, her gün kadınların yaşadıkları sıkıntıları duyuyoruz haberlerde, bu dönemlerde böyle şeyler yaşamamız utanç verici, bir kadın ayaklarının üzerinde basarsa güçlü olur, saygı görür birbirimize destek olmalıyız, bir kadın olarak burada iş kurdum konuşan yok tebrik etmeleri gerekirken ama ne olursa olsun kadın çalışmalı, para kazanmalı. Son olarak şunu söylemek istiyorum bakın mesela Bozüyük’te iki dizi çekildi şimdi nasıl kalabalık ve gelişti çünkü insanlar televizyonda gördü burayı birkaç köy daha var öyle köylerimizi tanıtmaları lazım devletin ya da televizyoncuların herkes görmeli bu yerleri sadece televizyonda olan yerlere turist çok geliyor bu konuda gerekli şeyleri yapmaları lazım yetkililerin” KG8

Bir başka kadın girişimcinin cevabı şöyle olmuştur;

“Belediye bu sanat dalları ile ilgilenmeli, bizlere sergi için yer ayarlamalı, belediye tanıtım yapmalı merkezde herkes köylerdeki bu el sanatlarından, bu güzelliklerden haberdar olsun çoğu kişi çiniyi bilmiyor bak bez bebek nasıl tanıtıldı herkes biliyor bu tür el sanatları içinde tanıtım yapmalarını isterim”KG6.

Bir başka kadın girişimcinin cevabı şöyle olmuştur;

“ Misafirler köye belli aylarda geliyor yazın sadece bunu bütün bir yıla dönüştürmek için gerekli çalışmalar yapılmalı sadece 4-5 ay çalışıyoruz bu bir sorun buradakiler için biz misafirlere diyoruz kışın burası yemyeşil ve daha güzel diye” KG14.

Bir başka kadın girişimcinin cevabı şöyle olmuştur;

“Kadınlar arasında birlik olmalıyız, birbirimize destek olmalıyız örgütlenebiliriz ortak yaptığımız işlerde, kadınlar olarak birbirimize destek olmamız gerekir zaten.” KG16.

Bir başka kadın girişimcinin cevabı şu şekilde olmuştur;

“Köydeki kızlara yaptığımız işleri öğretmeliyiz, okuyan kızların çoğu atanamadı burada onlara rehber olmamız ve işlerimizi gelecek kuşaklara öğretmeliyiz.” KG13.

Son olarak kadın girişimci 10'nun cevabı ise;

“ Bir kadın illaki çalışmalı, işini kurmalı ve yanında kadın çalıştırmalı, yetiştirmeli, onlarda gelecek nesli bu konuda yetiştirmeli eklemek istediğim bu kadar.” KG10.

Şeklinde olmuştur.

Kadın girişimcilerin çoğunluğu ortak paydada kadınların çalışması gerektiğini, ekonomik özgürlük kazanması gerektiğini, iş kurarak kadınlara örnek olması gerektiğini söylemişlerdir. Kadın girişimcilerin yanında çalışanların neredeyse hepsi kadınlardan oluşmaktadır. El sanatlarında girişimde bulunan kadınların çalışanları sadece kadınlardan oluşmaktadır ve yörede kadınlara kurs vermektedirler. Diğer tüm girişimlerde ağır işlerin dışında bütün çalışanlar yine kadınlardan oluşmaktadır. Kadınların misafirlerin yöreye çekilmesi gerektiğini devlet yetkililerinin kırsal yöreleri tanıtıcı faaliyetlerde bulunmaları gerektiğini söylemektedirler. Kadın girişimcilerin yaşadıkları bölgenin belediyeleri ya da başka kurumları tarafından el sanatları konusunda bilinçlendirilmesi ve eğitilmesi gerektiğini söylemişlerdir.

SONUÇLAR VE ÖNERİLER

Araştırmanın Sonucu

Bu tez çalışması, kırsal turizm ve kırsal turizme bağlı olarak kırsal yörelerde girişimcilik yapan kadınların yeri ve önemini saptama üzerine kurgulanmıştır. Tez çalışması kapsamında, araştırma alanı olarak belirlenen Muğla ilindeki kırsal turizm bölgeleri tespit edilerek, belirlenen yörelerde iş kuran, risk alan ve yöreye ekonomik, sosyal katkısı olan kadınların kırsal turizme ve yöreye katkısı incelenmiştir.

Araştırma sonucunda kırsal turizmdeki kadın girişimcilerin çoğunluğunun eğitim düzeyinin yüksek olduğu, işletmelerini daha çok kendi çabaları ile birlikte akrabalar-arkadaşlarına borçlanarak ve aile dışı ortaklardan çok aile ve eş desteği ile kurdukları görülmüştür. Kadın girişimcilerin bir girişim faaliyetinde bulunmalarının en önemli nedenleri olarak ise; ekonomik ve sosyal yönden daha özgür olmak, hane halkı gelirine katkıda bulunmak, kendileri ile ilgili kararlarda yer almak ve daha güçlü bir şekilde kendilerini temsil etmek isteği olduğu belirlenmiştir.

Kırsal alanlardaki etkinlikler, ürünler, doğal kaynaklar, kültürel miras kırsal turizmi oluşturmaktadır. Kırsal turizmde ise yöredeki el sanatları, yiyecek, içecek kültürel etkinlikler kırsal alanlara özgü faaliyetlerin büyük çoğunluğunda kadının eli vardır. Kırsal turizm kadından bağımsız düşünülemez ancak yapılan analiz sonucunda bu işlerin daha büyük bir hale getirilmesinin, üretimin artırılmasının, istihdam olanakları sağlamanın kırsal alanlarda kadınlar için sıkıntılar yaratabildiği görülmüştür. Kadın girişimcilerden bazıları için ilk zamanlar evde bir şeyler yapmanın çok kolay olduğu, ancak yöreye daha fazla turist gelince daha çok üretim yapmak için yer açmanın hem maddi hem manevi açıdan zorlaştığı belirlenmiştir. Bununla birlikte yörede bir kadın girişimci faaliyeti başladığında kısa sürede diğer kadınların da iş yeri açarak girişimcilik faaliyetleri sergilediği anlaşılmıştır. Bu nedenle, kadın girişimcilerin fırsatçı girişimcilik özelliğini taşıdığını söylemek mümkündür.

Kırsal turizmdeki kadın girişimcilerin kadın girişimci tiplerinden üç grupta toplandığı görülmektedir. Kadın girişimcilerin en fazla aileci kadın girişimci tipi grubunda yer aldıkları, ondan sonra geleneksel kadın girişimci tipi içinde yer bulundukları en sonunda ise köktenci kadın girişimciliği tipi içinde yer aldıkları tespit edilmiştir. Kadın girişimcilerin çok büyük bir kısmının ailelerine işlerinden daha fazla önem verdikleri ve ailelerine zaman ayıramayacaklarını öngörmeleri nedeniyle ikinci bir işletme

açmayı düşünmedikleri, aktif olarak işlettikleri işletmenin yeterli olduğuna inandıkları belirlenmiştir. Kadın girişimcilerin aileci kadın girişimci tipi örneğine çok daha yakın oldukları söylenebilir. KG5, KG6, ve KG11 gibi erkeklerin daha çok ilgilendiği alanlarda işletme kurarken herkesin her işi yapabileceğini cinsiyete göre iş ayrımının olmaması gerektiğini dile getirenler köktenci kadın girişimci tipine örnek olacak kadın girişimcilerdir. Araştırmanın kapsamında yenilikçi kadın girişimci tipinde hiçbir kadın girişimci görülmemiştir.

Kırsal turizmle ve kırsal yörelerdeki girişimle beraber katılımcıların kültürel değişikliğin yörede yaşandığı ve alt yapıda iyileştirmelerin gerçekleştiği söylenmektedir. Kırsal turizm faaliyetlerinin başlamasından önceki zamanlarda kadınların yörede hareket alanlarının kısıtlı ve bazı alanlara da girmelerinin neredeyse imkânsız olduğu, kırsal turizmin gelişimi ve kadınların da bu gelişimde çok önemli katkılarının olması sayesinde yöredeki özgürlük anlayışının geliştiği ve kırsal yörelerdeki kadınların daha rahat hareket ettikleri bir ortam oluştuğu anlaşılmıştır.

Araştırma sonucunda Muğla'da kırsal turizmdeki kadın girişimcilerin literatürde belirtilen girişimcilik türlerinden 4 farklı grubunda toplandığı, buna göre en fazla orijinal girişimcilik grubunda yer aldıkları, ardından sırasıyla fırsatçı girişimcilik, iç girişimcilik ve girişimci girişimciliği yapan kadın girişimcilerin geldiği tespit edilmiştir. Kurumsal girişimcilik, profesyonel girişimcilik, takipçi girişimcilik, çevreci girişimcilik, yenilikçi girişimcilik, sanal girişimcilik ve sosyal girişimcilik türlerine uygun girişimde bulunan kadın girişimciye rastlanmamıştır. Kırsal yörelerde bir kadın girişimci işi başlattıktan sonra diğer kadın girişimcilerin de orijinal girişimciyi takip ederek yörede çoğu kadının işletme kurmaya başladığı görülmüştür.

Araştırma sonucunda literatürle uyumlu olarak (Tarlak, 2007), kırsal turizmin gelişmesi ile yörede faaliyetlerin gerçekleşmesi ve kadın girişimcilerin iş kurmasıyla da beraber yörede göçün engellenmesine neden olduğu, kent ile kır arasındaki ekonomik dengesizliğin önüne geçildiği belirlenmiştir. Kadın girişimcilerin çoğunun, işletmelerinin kırsal yörelere uygun olduğunu şehir merkezlerinde bu işlerin kırsal yörelerde olduğu kadar işlemeyeceğini düşündükleri ortaya çıkarılmıştır. Kadın girişimcilerin girişimde bulunmak veya huzurlu ortamı oluşturmak için yörelerine geri döndüğü ve orada da personel istihdam ederek göçü engelleyici unsur oluşturduğu görülmüştür. Kırsal turizmin kırsal yöreye ve yöredeki kadınlara olumlu katkılarının

olduğu tespit edilmiştir. Kadın girişimcilerin tamamının kırsal turizmin yöreye herhangi bir zararının olacağını düşünmediği, tam tersine kırsal yörelerde turizm faaliyetinin yöreye çok olumlu katkılarının olduğunu düşündüğü, ve bu katkıların artmasını sağlamak için kırsal turizm faaliyetlerinin sadece sezonluk olmamasına yönelik uğraşlar verdikleri anlaşılmıştır.

Yörede kırsal turizmin tercih edilmesinde bazı kırsal kadın girişimcilerin önemli katkılarının olduğu anlaşılmıştır. KG9'un kurduğu işletme yöreye turist çekmektedir. Aynı zamandan restoranda kullanılan ürünler yöredeki üreticilerden alınarak yöreye de ekonomik katkı sağlamaktadır. Bunun dışında çalıştırdığı bütün personellerin yöreden olması yöreye istihdam açısından olumlu yönde katkı bulunmaktadır. Genel olarak değerlendirildiğinde; Muğla'da kırsal turizmde kadın girişimciliği faaliyetleriyle beraber girişimcilik kültüründe bir artış olmuş ve bir yöredeki kırsal turizm faaliyetinin ona yakın yörelerde de zamanla aynı etkiyi yarattığı ve diğer yöredeki kadınların da bu sayede kırsal turizmde girişimcilik yaparak ekonomik ve sosyal hayatlarında değişiklik yaşadığı görülmüştür.

Araştırmanın Sınırlıkları ve Öneriler

Araştırma kapsamında Muğla ilinin, kırsal turizm yapılan yörelerindeki kadın girişimcilerden veri toplanmıştır. Dolayısıyla araştırma bulguları ve sonuçları Muğla iline özgü nitelikler çerçevesinde şekilleneceği için araştırma sonuçlarını farklı niteliklere sahip başka destinasyonlar için genellemek mümkün olmayacaktır. Çalışmanın en önemli sınırlılığı kırsal yörelerdeki kadın girişimcilere ulaşmadaki zorluktur. Bu sınırlılığı aşmak için alan çalışması süreci uzun tutularak tespit edilen tüm kırsal turizmdeki kadın girişimciler ile gerçekleştirilmiştir.

Araştırma kapsamında kırsal turizmde kadın girişimciliği için şu önerilerde bulunmaktadır;

- 1) Kırsal yörelerdeki kadınların girişimcilik konusunda bilgilendirmek ve onlara eğitim vermek faydalı olacaktır. Katılımcıların çok büyük bir çoğunluğu girişimcilik konusunda gerekli eğitim almamış ve gerekli konularda bilgilendirilmemiştir.
- 2) Kadınlara devlet destekli maddi imkânlar sağlamak gerekmektedir. Kadın girişimcilerin birçoğu kuruluş aşmasında ekonomik sıkıntı yaşadıklarını ve

ekonomik sıkıntıdan dolayı iş yeri açma düşüncesinin oluşmasından çok daha sonra kurduğunu dile getiren kadın girişimcilerimiz vardır. Kadın girişimcilerin 16'sından sadece 2'si KOSGEB'den destek alabilmiştir.

- 3) Kadın girişimcilerin bir kısmı konaklama hizmetleri sunmaktadır. Ancak diğer bir kısmı yörede kalacak yer sağlanabilecek olsa da yetersiz olduğunu söylemektedir. Kırsal yörelerde, kırsal turizm anlayışına uyumlu bir şekilde daha çok konaklama imkânları sağlamaya yönelik adımlar atılması önerilmektedir.
- 4) Kırsal yörelere turlar düzenlenmesi önerilmektedir. Kırsal yörelere giden yabancı turistlerin hepsi turlarla yöreye gelmektedir. Başka şekilde kırsal bir yöreden haberdar olmaları zordur. Kırsal yörelere canlılık getirmek için seyahat acentelerinin misafirleri bölgedeki kırsal turizm bölgelerine götürmeleri ya da ilçe merkezlerinde kırsal yörelerin reklamını içeren bir sistem oluşturması faydalı olacaktır.
- 5) Kırsal yörelerde bazı el sanatları faaliyetleri için kurslar düzenlenmesi önerilmektedir. Böylelikle hem yöredeki kadınların yapacakları iş olanaklarının genişletilmesine hem de yörenin el sanatlarının unutulmasını engelleyerek kültürel mirasa sahip çıkılmasına destek olunacaktır. Araştırmada kapsamında kadın girişimcilerin kırsal turizm faaliyetleri arasında yörelerine uygun el sanatları ile ilgili işletmelerin faaliyetleri de yer almaktadır.
- 6) Medya gücünü kullanarak kırsal yörelerin gerek ulusal gerekse uluslararası platformlarda tanıtılması gerekmektedir. Son zamanlarda dizilerle bazı yöreler canlılık kazanmakta ve yörede turizm faaliyeti başlamaktadır. Kırsal yörelerin, kırsal turizm anlayışıyla uyumlu bir şekilde farklı yayın organlarında tanıtımının yapılması önerilmektedir. Çünkü kırsal turizmin yörelerde yaygınlaşması kent-şehir arasındaki ekonomik gelir eşitsizliğini, kırdan kente göçü, kırsal alandaki kadınların girişim faaliyetlerini ve bağımsızlıklarını kazanmalarını sağlaması yönünden önemlidir.
- 7) Kırsal yörelerdeki kadın girişimcilere tarım ile ilgili bilgiler verilmelidir, kırsal yörelerdeki kadın girişimciler tarım konusunda yeterli bilgiye sahip olmadığı anlaşılmıştır. Bu kapsamda, kadın girişimciler arasında kooperatifleşme ve

birlikte iş yapma anlayışına yönelik eğitim ve çalışmalar da hem bilgilendirme hem de örgütlenme sürecini olumlu yönde etkileyebilir.

- 8) Kadınların girişimci olmalarının önündeki engellerin kaldırılmasında rol modellerini arttırmak, iş kurmaya yönelik, yönlendirici ve bilgilendirici noktaları güçlendirmek, finansman kaynağına erişim imkânlarını kolaylaştırmak ve çoğaltmak üzere plan ve programların hazırlanması ve kırsal turizm faaliyetlerinin stratejik olarak yönetiminde kadın girişimcilerin asli unsurlardan birisi olarak göz önüne alınması önerilmektedir.



KAYNAKÇA

- Ahipaşıoğlu, S. Çeltek, E. (2006). *Sürdürülebilir Kırsal Turizm*, Ankara: Gazi Kitabevi.
- Akça, H., Esengün, K.ve Saygılı, M.. (2002).Kırsal Alanların Kalkındırılmasında Kırsal Turizmin Rolü, Standart Dergisi, sayı, 470, ss. 29-35.
- Altunışık, R Coşkun, R., Yıldırım, E.ve Bayraktaroğlu, S. (2010). Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri. 6. Baskı, Sakarya: Sakarya Kitabevi.
- Apak, S. Taşçıyan, K.H. Aksoy, M. (2010), *Girişimcilik ve Sermaye Tedarik Yöntemleri*, İstanbul: Papatya Yayıncılık. S.54.
- Arat, N. (1993). Türkiye’de Kadın Girişimcilik, Ankara: TES-AR Yayınları No:7.
- Arıkan, S. (2002). *Girişimcilik: Temel Kavramlar ve Bazı Güncel Konular*, Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Avcıkurt C. ve Köroğlu, Ö. (2008). *Kırsal Turizm İçinde: Turistik Ürün Çeşitlendirmesi*. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Ayaz, N., (2012), Kırsal Turizm ve Paydaşları: Belediye Başkanlarının Tutumlarına Yönelik Bir Araştırma, Yayınlanmamış Doktora Tezi, *Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü*, Ankara.
- Aydın, O. (2012). AB’de Kırsal Turizmde İlk 5 Ülke ve Türkiye’de Kırsal Turizm. *KMÜ Sosyal Ve Teknik Araştırmalar Dergisi*, 14(23), 39-46.
- Bakırcı, M. (2006). “Avrupa Birliği Yeni Dönem Kırsal Kalkınma Politikası, Türkiye’nin Uyumu ve Yaratacağı Etkiler”, *Türk Coğrafya Dergi*, S. 47, ss. 45-47.
- Bakırtaş, H. ve Tekinşen, A. (2006). E-Ticaretin Girişimcilik Üzerindeki Etkileri, *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 16(3), s.128.
- Balcı, A. (1997). *Sosyal Bilimlerde Araştırma: Yöntem, Teknik ve İlkeler*, Ankara: A.Ü Eğitim Bilimleri Fakültesi. TDFO Bilgisayar-Yayıncılık.
- Barendsen, L and Gardner, H. (2004). Is the social entrepreneur a newtype of leader? *Leader to Leader*, Fall, 43-50.
- Barutcugil, İ. (1986). *Turizm Ekonomisi ve Turizmin Türk Ekonomisindeki Yeri*. İstanbul: Beta Basın Yayım Dağıtım.

- Başar, Mehmet.(2005). “Girişimcilik ve Girişimcinin Özellikleri”, Yavuz Odabaşı (Ed.). Girişimcilik içinde (4-10). Eskişehir: T.C. Anadolu Üniversitesi Yayını No:1567 Açıköğretim Fakültesi Yayını. No: 824.
- Bozkurt, Ç.Ö. (2011). *Dünyada ve Türkiye’de Girişimcilik Eğitimi: Başarılı Girişimciler ve Öğretim Üyelerinden Öneriler*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Bowman, C. (1999). Action-Led Strategy And Managerial Self Confidence, *Journal of Managerial Psychology*, 14 (7-8), 558-568.
- Börü, D. (2006) “Girişimcilik Eğilimi Marmara Üniversitesi İşletme Bölümü Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma”, Marmara Üniversitesi Yayın No: 733, Sosyal Bilimler Enstitüsü Yayın No: 21, s.3-8-9, İstanbul.
- Bull, A. (1995), *The Economics of Travel and Tourism*, Melbourne, Australia: Longman.
- Büyüköztürk, Ş. vd. (2012). Bilimsel araştırma yöntemleri (11. Baskı). Ankara: Pegem Akademi.
- Cantillon, R., 2013 Girişimcilik Teorisi Ekonomiye Nasıl Oluşturdu? Cilt 16, Sayı 4
- Coulter, M. (2001). *Entrepreneurship in Action*, New Jersey: Prentice Hall Inc.
- Çakıcı, A. (2004), "Kadın Girişimcilerin İşletme Fonksiyonlarındaki Etkisinin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma", *Yönetim Bilimleri Dergisi*,1(3), 1-15.
- Çeken, H. ve Erdem, B.(2003). Turizm Sektörünün İstihdam Yaratmadaki Etkisi. *İş, Güç Endüstri İlişkileri ve İnsan kaynakları Dergisi*, 5(1), 1-11.
- 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., Dalgın, T., Çakır, N. (2012). Bir Alternatif Turizm Türü Olarak Kırsal Turizmin Gelişimini Etkileyen Faktörler ve Kırsal Turizmin Etkileri. *IJSES Uluslararası Sosyal ve Ekonomik Bilimler Dergisi*, 2(2), 11-16.
- Çelik, C. ve Özdevecioğlu, M. (2001). “Kadın Girişimcilerin Demografik Özellikleri ve Karşılaştıkları sorunlara İlişkin Nevşehir İlinde Bir Araştırma,” 1. Orta Anadolu Kongresi, Nevşehir, s. 487-498.

- Çeliksöz, S., (2017), Türkiye’de Kadın Girişimciliğin Gelişiminde Devlet Destekleri Girişimcilik Eğitimi Alan Kadın Girişimcilerin Analizi, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İKÜ. *Sosyal Bilimleri Enstitüsü*, İstanbul, s. 26.
- Çetin, C.(1996). *Yeniden Yapılanma, Girişimcilik, Küçük ve Orta Boy İşletmeler ve Bunların Özendirilmesi*. İstanbul: Der Yayınları.
- Damanpour, F. ve Wischnevsky, J. D. (2006). Research on Innovation in Organizations: Distinguishing Innovation-Generating from Innovation-Adopting Organizations, *J. Eng. Technol. Management*, (23).
- Demircioğlu, G. (1993). Kırsal Turizm Nedir?, *Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi*, 11(5), s.8-10.
- Denizalp, H. (2009). *Toplumsal dönüşüm için sosyal girişimcilik*. Ankara: Frsa matbaacılık Ltd.Şti.
- Dereli, T., Kalender, D. ve Durmuşoğlu, A. (2006). “ Girişimcilik Performansına Etki Eden Faktörlerin Araştırılması: Gaziantep Örneği”, Uluslararası Girişimcilik Kongresi, Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi Bışkek, s. 206-207.
- Devlet Planlama Teşkilatı, (2006) *Dokuzuncu Kalkınma Planı (2007-2013): Kırsal Kalkınma Politikaları Özel İhtisas Alt Komisyon Raporu*, Ankara.
- Durak, İ. (2011). Girişimciliği Etkileyen Çevresel Faktörlerle İlgili Girişimcilerin Tutumları: Bir Alan Araştırması, *Yönetim Bilimleri Dergisi*, 9(2).
- Doğaner, E. A. (2006). *Yeni Nesil Girişimcilik*, İstanbul: Sistem Yayıncılık.
- Döm, S. (2006). Girişimcilik ve Küçük İşletmeler. Ankara. Detay Yayıncılık.
- Dragulanescu, I. ve Drutu, M. (2012). “Rural Tourism for Local Economic Development”, *International Journal of Academic Research in Accounting Finance and Management Sciences*, 2 (1), s. 196-203.
- Demirel, E. T. (2003). *Girişimcilik Kültürü*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İnönü Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Malatya.
- Dzısı, S. (2008), Women Entrepreneurs in Small and Medium Enterprises(SMEs) in Ghana,
- Ecevit, Y. “Kadın Girişimciliğin Yaygınlaşmasına Yönelik Bir Model Önerisi”, Kadın Girişimciliği Özendirme ve Destekleme Paneli, Ankara. 1993.

Erdoğan, N. “Eko-turizm ve Doğa Temelli Turizmin Geldikleri Noktada Kavramsal Çerçeve”, Orman Eko Sistemlerinde Eko-turizm Çalıştay ve 10. Yılında TODEG. Ankara, s.42-51, 2002.

Esengün, K., H. Akça ve M. Sayılı. "Kırsal Alanların Kalkındırılmasında Kırsal Turizmin Rolü, Tarım Kredi Kooperatifleri Merkez Birliği Yayını." Ekin Dergisi 11 (2001): 81-91.

European Commission (EC) (1999). *Towards Quality Rural Tourism*. Enterprise Directorate General, Brussels: Tourism Unit.

Fidan, F. ve D. Nam (2012). Kırsal Turizmde Yeni Dinamikler: Kadın Girişimciler – Taraklı Örneği, *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 14 (23), ss. 51-57.

Flick, U. (2014). *An Introduction To Qualitative Research*. New York: Sage

Finn M, White M. E., Walton M. (2000) *Tourism And Leisure Research Methods*, London, Longman.

Frumkin, H. (2002). Urban Sprawl and Public Health. *Public Health Reports*, 117, 131.

Ganiyusufoğlu, A. (2018). *Geçmişten Günümüze Konya İli Girişimcilik Araştırması*, Doktora Tezi, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.

Glaser, B. (1978). *Theoretica Sensivitiy*. San Francisco: University of California

Göçmen, S. (2007). *İşletmelerde Girişimcilik Özelliğini Destekleyen Faktörler: İç Girişimcilik*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Manisa.

Gökakın, Z.Ö.”Doksanlı Yılların Yeni Kahramanları: Türkiye’de Kadın Girişimci Profili”, 8.Ulusal Yönetim Organizasyon Kongresi Bildirileri, Nevşehir, s.109-123, 2000.

Güney, S. (2006), Kadın Girişimciliğine Genel Bir Bakış. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 1(1), ss.25-43.

Güney, S.(2008). *Temel Kavramlar ve Bazı Güncel Konular(3.Baskı)*. Ankara: Siyasal Kitabevi.

- Grefe, X. (1994). Tourism Routes as a Tool For The Economic Development of Rural Areas, Buckinghamshire Chilterns University College, Wellesbourne Campus, UK.
- Grix, J. (2010). The Foundations Of Research. London: Palgrave Macmillan.
- Halbway, C.J. ve Taylor, N. (2006). The Bussines of Tourism Seventh Edition. England: Pretince Hall.
- Haldar, P. “Rural Tourism-Challenges and Opportunuties”, *International Marketing Conference on Marketing Society: Co-Operative, Rural & Bop Marketing*, Kalinga Institute of Industrial Technology University, Noida, s.111-129, 2007.
- Hisrich, D. R. ve Peters, M. P. (2002). *Entrepreneurship*. Fifth Edition. McGraw Hill Higher Education. USA.
- Hoxha, D. ve Krasniq, B. (2008). Female Entrepreneurship in Kosova: Does Gender Difference Hypothesis Hold?, *International Journal of Business and Management Science*, C.1, S.1, ss.49-65.
- İversen J., Jørgensen R. ve Malchow-Moeller Nikolaj., (2010). Defining and Measuring Entrepreneurship. *Foundation and Trends in Entrepreneurship*, 4(1), s.52.
- Kan, M., Gülçubuk, B., ve Küçükçongar, M. (2012), Coğrafi İşaretlerin Kırsal Turizmde Kullanılma Olanakları, *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 14 (22), 93-101.
- Kantar, M. (1999), “Girişimcilik ve Kırsal Kadınlar”, *Tarım Ekonomisi Dergisi*, 1999-4: 29-42.
- Karafakı, F.Ç. ve Yazgan, M.E. (2012). Kırsal Turizme Kavramsal Yaklaşım, Kırsal Turizmin Önemi ve Etkileri. *Uluslararası Sosyal ve Ekonomik Bilimler Dergisi*, 2(2), ss.55-58.
- Kayhan, Tuncay (2005). *Girişimcilik İklimi ve Girişimcilik Performansına Etkileri*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Gebze Yüksek Teknoloji Enstitüsü.
- Kutaniş, R. Ö. ve Hancı, A. (2004). *Kadın Girişimcileri Kişisel Özgürlük Algılamaları*. 3. Ulusal Bilgi, Ekonomi ve Yönetim Kongresi. Osmangazi Üniversitesi İİBF. Ss.457-464.
- Kuşat N. (2014). Sürdürülebilir Kırsal Kalkınma İçin Bir Alternatif Olarak Kırsal Turizm ve Türkiye’de Uygulanabilirliği, *Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 10(2), ss. 65-87.
- Küçük, O. (2015), *Girişimcilik ve Küçük İşletme Yönetimi*. Ankara: Seçkin Yayıncılık, s.51.

- Küçükaltan, D. (1997). “Trakya Ekonomisi İçin Bir Bölgesel Kalkınma Modeli: Kırsal Turizm”, 7.Ulusal Bölge Bilimi Bölge Planlama Kongresi 1. Kitap, İzmir, 20-22 Ekim.
- Küçükaltan, D.(2002) “Tarım Turizmi ve Türkiye’de Tarım Turizmi İşletmeciliği”, II. Turizm Şurası Bildirileri, Ankara, s.152
- Kümbetoğlu, B.(2015). *Sosyolojide ve Anropolojide Niteliksel Yöntem ve Araştırma*. İstanbul: Bağlam Yayıncılık.
- Liman, F. (1993). ABD, Kanada ve İngiltere’de Kadın Girişimciliğin Gelişimi. *Kadın Girişimcilik*, Haz: Necila Arat, TES-AR Yayınları, Ankara.
- Marangoz, M. (2012). *Girişimcilik*. Baskı. Beta Basım. İstanbul.
- Marangoz, M. (2013). *Girişimcilik*. 2. Baskı. Beta Basım. İstanbul.
- Marangoz M. (2016). *Girişimcilikte Güncel Konular Ve Uygulamalar*. İstanbul: Beta Yayınları.
- Mc.Eneaney, L. (1999). Rural Development in North Ireland. Relating to Rural Tourism in South Down South Armagh. *University of Ulster at Jordanstown Faculty of Business and Management School of Leisure and Tourism*, U.K.
- Merriam, S.B. (2013). *Nitel Araştırma Desen ve Uygulama İçin Bir Rehber*, (Çev.Editörü: Selahattin Turan). Ankara: Nobel Yayınları.
- Moghavvemi S. ve A. Noor Mohd Salleh. (2013). (Wenjie Small and Medium Enterprises and Human Resource Practices in Pakistan. *International Journal of Asian Social Science*, 3(2), 460-471.
- Molera, A. (2006). “Profiling Segments of Tourists in Rural Areas of South-Eastern Spain”, *Tourism Management*, 28, 757-767
- Moore, P. Dorothy (2000). Transitions-Milestones On The Route To Success, USASBE Proceeding. *İstanbul Kadın Araştırmaları Dergisi*, 18, s.1-5
- Morgül, Ş. (2006). Trakya Bölgesinde Kırsal Turizm Potansiyelinin Değerlendirilmesine İlişkin Analiz: Kırklareli Örneği. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. *Trakya Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü İktisat Anabilim Dalı*. Edirne.

Müftüoğlu, T. (1991). *Türkiye’de küçük ve orta ölçekli işletmeler*. Ankara: Sevinç Yayınevi.

OECD, Tourism Strategies and Rural Development, Paris, 1994, s.7

Ögüt, A. Vd. “Stratejik Yenilenme Aracı Olarak Kurumsal Girişimcilik Ve Bu Süreçte Yenilikçiliğin Önemi”, Uluslararası Girişimcilik Kongresi, Bışkek, s.85. 2006.

Özçatalbaş O. (2006). “Türkiye’de Kırsal Turizm Potansiyeli ve Geliştirme Olanakları”. Turizm ve Mimarlık Sempozyumu Bildiriler Kitabı, (28 Nisan 200) ss. 272-278.

Özdevecioğlu, M. (2009). Sosyal Girişimcilik ve Sosyal Girişimciler: Teorik Çerçeve. Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, (32), s.84.

Özgener, Ş. (2003), “Girişimcilikte Stratejik Bir Yaklaşım: Teknoloji İnkübatörleri”, *11. Ulusal Yönetim ve Organizasyon Kongresi Bildiriler Kitabı*, 22-24 Mayıs, Afyon.

Özkan, E. (2007). Türkiye’ De Kırsal Kalkınma Politikaları ve Kırsal Turizm. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. *Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü*. Ankara.

Patton, M. Q. (2005). *Qualitative Research*. New York: John Wiley & Sons, Ltd.

Sallan Gül, S ve Altındal, Y. (2016). Kadın Cinayetinin ve Suç Korkusunun Görseller Üzerinden Medyada Yeniden Üretimi: Radikal Gazetesi Örneği.

Saray, G. (1993). “Türkiye’de Kadın Girişimciliği”, Kadın Girişimciliği Özendirme ve Destekleme Paneli, Ankara.

Sekeran, U. (2000) *Research Methods for Bussiness A Skill Bussiness Approach*. John wiley and Sons, New York.

Serinkan C. ve Arat G. (2013). *İşletmelerde Örgütsel Değişim ve İç Girişimcilik*. İstanbul: Beta Basım A.Ş., 52.

Strauss, A., ve Corbin, J.M. (1990). *Basics of qualitative research: Grounded theory procedures and tecniques*. Thousand Oaks, CA, US: Sage Publications, Inc.

Soykan, F. (1999). Doğal Çevre ve Kırsal Kültürle Bütünleşen Bir Turizm Türü: Kırsal Turizm. *Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi*, (10), 67-75.

Soykan, F. (2000). Kırsal Turizm ve Avrupa’da Kazanılan Deneyim. *Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi*, 11, 21-33.

Soykan, F. (2003). Kırsal Turizm ve Türkiye Turizmi İçin Önemi. *Ege Coğrafya Dergisi*, 12(4), 1-11.

- Soykan, F. (2006). “Avrupa’da Kırsal Turizme Bakış Kazanılan Deneyim”, *II. Balıkesir Ulusal Turizm Kongresi*, Balıkesir, s.72-73, 20- 22 Nisan.
- Soysal, A. (2010). Kadın Girişimcilerin Özellikleri, Karşılaştıkları Sorunlar ve İş Kuracak Kadınlara Öneriler: Kahramanmaraş İlinde Bir Araştırma. *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İİBF Dergisi*. 5(1).
- Stopford, J.M. ve Baden-Fuller, C.W.F. (1994). Creating Corporate Entrepreneurship. *Strategic Management Journal*, 15, 521- 536, s.521.
- Şahin, E. (2006). Kadın Girişimcilik ve Konya İlinde Kadın Girişimcilik Profili Üzerine Bir Uygulama. Yüksek Lisans Tezi, *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü*, Konya.
- Şimşek, M. Ş. (1998). *İşletme Bilimlerine Giriş* (5.Basım), Ankara: Nobel Yayıncılık, s.31.
- Tarhan, Ö. (2015). Sosyal bilgiler öğretmeni adaylarının politik okuryazarlığa ilişkin görüşleri. *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 9, 649-669.
- Tarlak, Ş. (2007). Mumcularda Kırsal Turizm Modeli, Şehir Planlama Projesi 4, Dokuz Eylül Üniversitesi, İzmir.
- Tchetchik, A., Fleischer, A. ve Finkelshtain, I. (2008). Differentiation and Synergies in Rural Tourism: Estimation and Simulation of the Israeli Market. *American Journal of Agricultural Economics*, 90(2), s. 553-570.
- Tekin, M. (2004). *Girişimcilik ve Küçük İşletme Yöneticiliği*. 4. Baskı. Selçuk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Yayını. Konya.
- Titiz, T. (1994). *Girişimcilik*. İstanbul: İnkılap Kitapevi.
- Top, S. (2006). *Girişimcilik Keşif Süreci*, (1.Basım). İstanbul: Beta.
- Tutar, H. ve Küçük, O. (2003). *Girişimcilik ve Küçük İşletme Yönetimi*. Ankara: Seçkin Yayıncılık, 161–162.
- Tarlak, Ş. (2007). Mumcularda Kırsal Turizm Modeli, Şehir Planlama Projesi 4, Dokuz Eylül Üniversitesi, İzmir.
- Tchetchik, A., Fleischer, A. ve Finkelshtain, I. (2008). Differentiation and Synergies in Rural Tourism: Estimation and Simulation of the Israeli Market. *American Journal of Agricultural Economics*, 90(2), s. 553-570.

- Titiz, T. (1994). *Girişimcilik*. İstanbul: İnkılap Kitapevi.
- Tokat, B. Şerbetçi, D. (1998). *İşletmecilik Bilgisi*. İstanbul: Avcı Ofset.
- Tutar, H. ve Küçük, O. (2003). *Girişimcilik ve Küçük İşletme Yönetimi*. Ankara: Seçkin Yayıncılık, 161–162.
- Uçar, M., Çeken, H. ve Ökten, Ş. (2010). *Kırsal Turizm ve Kırsal Kalkınma Fethiye Örneği*, Ankara: Detay Yayıncılık.
- Uygur, S. M. ve Akdu, U. (2009). Çiftlik Turizmi, Kırsal, Tarım ve Ekoturizminin Kavramsal Açıdan İrdelenmesi. *Journal of Commerce & Tourism Education Faculty*, (1), 143.
- Ün, E., Tutar, F., Tutar, E. ve Erkan, Ç. (2012). Ekonomik Kalkınmada Kırsal Turizmin Rolü: Türkiye Örneği. *International Conference On Eurasian Economies*, s.345-350.
- Williams, A. ve Shaw, G. (1996). *Tourism, leisure, nature protection and agri-tourism: principles, Partnerships and Practice*. Exeter.
- Yeniçeri Ö. ve İnce M. (2005). *Bilgi Yönetim Stratejileri ve Girişimcilik (I. Baskı)*. İstanbul: IQ Kültür Sanat Yayıncılık.
- Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2008). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri (6.Baskı)*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Yılmaz, G. ve Gürol, N. (2012). Balıkesir İlinin Kırsal Turizm Potansiyelinin Değerlendirilmesi. *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 14(23), 23-32.
- Yu, L. (1999). *The International Hospitality Business, Management and Operation*, The Haworth Pres Inc, London.
- Yusof, M., Sandhu, M. S., ve Jain, K. K. (2007). Relationship between psychological characteristics and entrepreneurial inclination: A case study of students at University Tun Abdul Razak (Unitar). *Journal of Asia Entrepreneurship and sustainability*, 3(2), 1.
- Zurnacı, N. (2012). Kırsal Turizmde; Girişimcilik ve Örgütlenme. *Karamanoğlu Mehmet Bey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 2012(2), 65-70.

İnternet Kaynakları

Aksoy, T. Sosyal Girişimcilik Nedir?, <http://www.bilgiggo.org/sosyal-girisim-nedir/> (29 Ocak 2013).

Halıcı, E. (2005). *Girişimcilik ve teknoparklar: Girişimciliğin eski ve yeni yüzü*. http://www.emo.org.tr/etkinlikler/egitim/etkinlik_bildirileri_detay.php?etkinlikkod=19&bilkod=350. Erişim Tarihi 12.12.2018.

Türkiye İstatistik Kurumu (2017), İşgücü İstatistikleri, <http://www.tuik.gov.tr/HbGetirHTML.do?id=27699>.

Ukav, İ. (2014). “Adıyaman İlinde Kırsal Turizm Potansiyeli ve Geliştirme Fırsatları”, <http://dx.doi.org/10.17755/esosder.71778> Erişim (20 Kasım 2016).

ÖZGEÇMİŞ

Kişisel Bilgiler

Adı Soyadı : Cihan Açıkğöz

Doğum Yeri: Antakya/Hatay

Doğum Yıl : 1990

Medeni Hali: Bekar

Eğitim Durumu:

İlk ve Ortaokul : Dursunlu Gazi İlköğretim Okulu

Lise : Nimet Fahri Öksüz Lisesi

Üniversite(Lisans): Muğla Sıtkı Koçma Üniversitesi

Yüksek lisans : Muğla Sıtkı Koçma Üniversitesi

Yabancı Dil: İngilizce, Arapça

Mesleki Bilgiler :

2012 Marinem Karaca Bodrum : Belboy

2013 Jümeriah Bodrum : Belboy

2014Sea Garden Bodrum Hapimag : Finance

2015 Sea Garden Bodrum Hapimag: Finance

2016Sea Garden Bodrum Hapimag: Finance

2017 Sea Garden Bodrum Hapimag: Finance

2018 Sea Garden Bodrum Hapimag: Finance

2019 Sea Garden Bodrum Hapimag: Finance

Katılmış Olduğu Akademik Organizasyonlar

7. Uluslararası Turizm Kongresi

Hobby:

Fotoğrafçılık, Futbol, Yüzme, Tenis, Langırt, Tiyatro