
GAZİ ÜNİVERSİTESİ
Gazi
1926

MİKRO TURİZM KÜMELERİNİN REKABETÇİLİĞİNDE TOPLULUK TEMELLİ YAKLAŞIM: ÜRGÜP ÖRNEĞİ

Nuray TOPUZ CERRAH

DOKTORA TEZİ
ŞEHİR VE BÖLGE PLANLAMA ANA BİLİM DALI

GAZİ ÜNİVERSİTESİ
FEN BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ

ŞUBAT 2024

ETİK BEYAN

Gazi Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Tez Yazım Kurallarına uygun olarak hazırladığım bu tez çalışmasında;

- Tez içinde sunduğum verileri, bilgileri ve dokümanları akademik ve etik kurallar çerçevesinde elde ettiğimi,
- Tüm bilgi, belge, değerlendirme ve sonuçları bilimsel etik ve ahlak kurallarına uygun olarak sunduğumu,
- Tez çalışmasında yararlandığım eserlerin tümüne uygun atıfta bulunarak kaynak gösterdiğimi,
- Kullanılan verilerde herhangi bir değişiklik yapmadığımı,
- Bu tezde sunduğum çalışmanın özgün olduğunu,

bildirir, aksi bir durumda aleyhime doğabilecek tüm hak kayıplarını kabullendiğimi beyan ederim.

Nuray TOPUZ CERRAH
02/02/2024

MİKRO TURİZM KÜMELERİNİN REKABETÇİLİĞİNDE TOPLULUK TEMELLİ YAKLAŞIM: ÜRGÜP ÖRNEĞİ

(Doktora Tezi)

Nuray TOPUZ CERRAH

GAZİ ÜNİVERSİTESİ

FEN BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ

Şubat 2024

ÖZET

Bu tez çalışması ile, bölgesel düzeyde rekabet edebilirliğin bir bölgede bulunan firmaların rekabetçiliğine bağlı olduğundan yola çıkılarak, mikro ölçekli turizm kümelerinde firma ve destinasyon düzeyinde rekabetçiliği belirleyen faktörleri kümelenme ve sürdürülebilir bir yaklaşım olan topluluk temelli turizm yaklaşımı çerçevesinde tartışmak ve belirlemek amaçlanmıştır. Tez çalışması kapsamında mikro küme özellikleri gösteren Ürgüp İlçesi'nde yer alan konaklama işletmelerinin girişimcilerine veya yöneticilerine anket uygulanmıştır. Anket uygulaması sonucunda elde edilen veriler dört açıdan analiz edilip tartışılmıştır: firma rekabetçiliğini etkileyen faktörlerin belirlenmesi, firma büyüklüğü ile rekabetçilik faktörleri arasındaki ilişki, firmanın yerli girişimciye dayalı olması ile rekabetçilik faktörleri arasındaki ilişki ve girişimcilerin rekabet algısı. Elde edilen sonuçlara göre topluluk temelli turizm yaklaşımından gelen temel kavramların (örneğin plan kararlarına katılım ve çevre koruma) mikro turizm kümelerinde firma rekabetçiliğine katkı sağladığı; firma büyüklüğünün rekabetçilik faktörlerine önemli etkisi olduğu; firma girişimcisinin yerli olmasının rekabetçilik faktörleri açısından önemli bir farklılık yaratmadığı; rekabetçiliği etkileyen bazı faktörlerin önemine ilişkin girişimci algılarında farklı firma yapılarına göre önemli farklılıklar olmadığı ve görüşe dayalı anketlerin rekabetçiliği belirleme açısından güvenilir bir yöntem olmadığı ortaya koyulmuştur. Firma düzeyinde yapılan analizlerin sonuçları ve destinasyon rekabetçiliğine ilişkin literatür çerçevesinde kavramsal bir destinasyon rekabetçilik model önerisi geliştirilmiştir. Mikro ölçekli turizm destinasyonlarında karşılaştırmalı üstünlük ve rekabet avantajı sağlayan birçok faktör bulunmasına rağmen, mikro ölçekli turizm destinasyonlarının rekabet edebilirliği için önemli olan hususlar, fiziksel ve sosyal taşıma kapasiteleri aşılmadan firma büyüklüğünün, firma sayısının ve çeşitliliğinin ölçek ve kapsam ekonomileri ile verimlilik atışlarının sağlanması amacıyla artırılması, firmalar arasındaki tamamlayıcılık ilişkilerini artıran uygulamaların yaygınlaştırılması, firma ve bölge düzeyinde yenilikçilik.

Bilim Kodu	:	80201
Anahtar Kelimeler	:	Rekabetçilik, turizm firmaları, turizm kümeleri, mikro turizm kümeleri, topluluk temelli turizm yaklaşımı, Kapadokya/Ürgüp
Sayfa Adedi	:	166
Danışman	:	Prof. Dr. Bilge ARMATLI KÖROĞLU

COMMUNITY-BASED APPROACH TO COMPETITIVENESS IN MICRO TOURISM CLUSTERS: ÜRGÜP CASE

(PhD Thesis)

Nuray TOPUZ CERRAH

GAZİ UNIVERSITY

GRADUATE SCHOOL OF NATURAL AND APPLIED SCIENCES

February 2024

ABSTRACT

With this thesis, based on the fact that competitiveness at the regional level depends on the competitiveness of the firms in a region; it is aimed to determine the factors of competitiveness at the firm and destination level in micro-scale tourism clusters within the framework of cluster and community-based tourism approaches. With this thesis, a survey was applied to the entrepreneurs of accommodation establishments in Ürgüp District, which has micro cluster characteristics. The data obtained as a result of the surveys were analyzed in four aspects: determining the factors affecting firm competitiveness, the relationship between firm size and competitiveness factors, the relationship between firm entrepreneurs' endegenousness and competitiveness factors and lastly entrepreneurs' perception of competitiveness. Four different results were reached through the analysis: firstly, the basic concepts of the community-based tourism approach (for example participation in planning and environmental protection) contribute to firm competitiveness, secondly there are significant differences in competitiveness factors between firms of different sizes, thirdly there are not significant differences in competitiveness factors between indigenous firms and foreign firms and, fourtly there are no significant differences in entrepreneur perceptions regarding competitiveness. Within the framework of firm level analysis results and the literature on destination competitiveness, a conceptual destination competitiveness model was developed. The issues that are important for micro scale tourism destinastion competitiveness are increasing the firm size and the number and diversity of firms without exceeding the physical and social carrying capacities in order to benefit from productivity increases as a reault of economies of scale and scope, and also dissemination of practices that increase complementarity relationships between firms, innovation at firm and regional level.

Science Code : 80201
Key Words : Competitiveness, tourism firms, tourism clusters, micro tourism clusters, community based tourism approach, Cappadocia/Ürgüp
Page Number : 166
Supervisor : Prof. Dr. Bilge ARMATLI KÖROĞLU

TEŞEKKÜR

Tezi yazma sürecinde her ihtiyaç duyduğumda erişebildiğim, desteğini esirgemeyen ve yüksek öngörüsü ile tezimin şekillenmesine katkı sağlayan değerli tez danışmanım Prof. Dr. Bilge ARMATLI KÖROĞLU'na sonsuz teşekkür ediyorum. Tüm tez izleme toplantılarında değerli görüşleri ile tezimin şekillenmesine önemli katkı sağlayan değerli hocalarım Prof. Dr. Necibe Aydan SAT ve Doç. Dr. Ela ATAÇ KAVURMACI'ya sonsuz teşekkür ediyorum. Doktora tezimi yazma sürecinde bana destek olan sevgili anne ve babama, sevgili eşime ve diğer aile bireylerime sonsuz teşekkür ediyorum. Tez yazma sürecinde dünyaya gelen oğluma bana motivasyon kaynağı olduğu için teşekkür ediyorum. Tez sürecinde tez hakkında fikir alışverişi yaptığım ve bana tez sürecinde destek olan yakın arkadaşlarıma teşekkür ediyorum. İstatistiki analizler konusunda bilgi paylaşımı yaptığım arkadaşlarım Seray İrem ÜSTÜN ve Doç. Dr. Nebile KORUCU GÜMÜŞOĞLU'na teşekkür ediyorum. Alan araştırması ve anket yapma sürecinde katkısı olan Kültür ve Turizm Bakanlığı'nda görevli Daire Başkanı Ufuk KAFALI ve Ürgüp Müze Müdürü Mehmet ÖNCÜ'ye teşekkür ediyorum.

İÇİNDEKİLER

Sayfa

ÖZET iv

ABSTRACT v

TEŞEKKÜR vi

İÇİNDEKİLER vii

ÇİZELGELERİN LİSTESİ x

ŞEKİLLERİN LİSTESİ xii

HARİTALARIN LİSTESİ xiii

SİMGELER VE KISALTMALAR xiv

1. GİRİŞ 1

2. YEREL EKONOMIK KALKINMA VE BÖLGESEL REKABETÇİLİK 7

2.1. Yerel Ekonomik Kalkınma için Rekabetçiliğin Önemi 7

2.2. Rekabetçilik Açısından Farklı Düzeylerde Tartışmalar 10

2.2.1. Turizm destinasyon rekabetçiliğine yönelik tartışmalar 11

2.2.2. Firma rekabetçiliğine yönelik tartışmalar 14

3. YERELİN REKABET GÜCÜNÜ ARTIRMADA KÜMELENME YAKLAŞIMI 17

3.1. Kümelenme Yaklaşımı 17

3.1.1. Kümelenme modeli ve rekabetçilik ilişkisi 19

3.1.2. Kümelenme modeline yönelik eleştiriler 20

3.2. Kümelenme Yaklaşımının Turizm Endüstrisine Uyarlanması 21

3.2.1. Turizm endüstrisinin özellikleri 21

3.2.2. Turizm Kümelenme Yaklaşımı 23

3.2.3. Kümelenme yaklaşımının turizm endüstrisine uyarlanması kapsamında eleştiriler 25

Sayfa

3.3. Küme Ölçeğini Tartışan Mikro Turizm Kümelenme Modeli 26

3.4. Turizm Kümelenme Yaklaşımına Yönelik Tartışmalar Çerçevesinde Rekabetçiliği Belirleyen Faktörler..... 27

4. SÜRDÜRÜLEBİLİR TURİZM YAKLAŞIMLARINA GEÇİŞ: TOPLULUK TEMELLİ TURİZM..... 31

4.1. Turizmin Gelişim Sürecinde Sürdürülebilir Yaklaşımlara Geçiş 31

4.2. Turizmde Yerel Topluluk ve Fiziksel Kaynaklara Yönelik Negatif Dışsallıklar..... 36

4.3. Sürdürülebilir Bir Yaklaşım Olan Topluluk Temelli Turizm Yaklaşımının Kökeni ve Temel Kavramları 38

4.4. Topluluk Temelli Turizm Yaklaşımı Çerçevesinde Rekabetçiliği Belirleyen Faktörler..... 47

5. YÖNTEM..... 49

5.1. Tezin Amacı, Araştırma Soruları, Hipotezler 49

5.2. Tezin Literatüre Katkısı 50

5.3. Alan Araştırmasının Tasarımı..... 53

5.3.1. Alan seçim kriterleri ve çalışma alanının seçimi..... 53

5.4. Anketlere Yönelik Genel Bilgi ve Alanda Yürütülen Çalışmalar..... 55

5.5. Verilerin Derlenmesi ve Analizi 58

5.5.1. Rekabetçiliğin tanımlanması 58

5.5.2. Rekabetçiliği etkileyen faktörler 60

5.5.3. Firma büyüklüğüne göre gruplandırma 61

5.5.4. Yerel girişimci veya yabancı girişimcilerin gruplandırılması 62

5.5.5. Yapılan analizler ve verilerin analiz yöntemi..... 62

5.6. Kapadokya Bölgesinde Turizm Gelişimi ve Planlaması..... 64

5.6.1. Kapadokya bölgesi tarihi..... 64

5.6.2. Kapadokya bölgesi'nde turizm gelişimi ve planlaması..... 65

5.6.3. Kapadokya Alan Başkanlığı ve yönetişim..... 66

Sayfa

5.6.4. Ürgüp ilçesine yönelik mevcut onaylı planlar 69

5.6.5. Ürgüp ilçesinde yerel topluluk özellikleri ve mimari 69

6. BULGULAR VE TARTIŞMA 71

6.1. Ürgüp Mikro Turizm Kümelenmesinde Yer Alan Konaklama İşletmelerinin Temel Özellikleri 71

6.2. Rekabetçiliği Etkileyen Faktörlerin Belirlenmesine Yönelik Analizler 72

6.3. Firma Büyüklüğünün Rekabetçilik Faktörlerine Etkisi 80

6.4. Firmanın Yerel Girişimciye Dayalı Olmasının Rekabetçilik Faktörlerine Etkisi 86

6.5. Girişimcilerin Rekabetçilik Algısı 90

6.5.1. Firma büyüklüğüne göre girişimci rekabet algısı 91

6.5.2. Firmanın yerli girişimciye dayalı olmasına göre rekabet algısı 96

7. TOPLULUK TEMELLİ KAVRAMSAL DESTİNASYON REKABETÇİLİK MODEL ÖNERİSİ 99

7.1. Kümelenme modeli çerçevesinde destinasyon rekabetçiliğini etkileyen faktörlerin açıklanması 102

7.2. Topluluk temelli turizm yaklaşımı çerçevesinde destinasyon rekabetçiliğini etkileyen faktörlerin açıklanması 106

8. SONUÇ VE ÖNERİLER 109

KAYNAKLAR 125

EKLER 139

ÖZGEÇMİŞ 166

ÇİZELGELERİN LİSTESİ

Çizelge **Sayfa**

Çizelge 3.1. Kümelenme yaklaşımı çerçevesinde turizm firmasının rekabet gücünü etkileyen faktörlerden bazıları ve ilgili literatür 27

Çizelge 4.1. Topluluk temelli turizm yaklaşımı çerçevesinde turizm firmasının rekabet gücünü etkileyen faktörlerden bazıları ve ilgili literatür 47

Çizelge 5.1. Alan araştırması seçim kriterleri 53

Çizelge 5.2. Alan araştırması seçim aşamaları 54

Çizelge 5.3. Alan araştırması yapılabilecek olası ilçelerin nüfusu (2021) ve turizm istatistikleri (2019) 54

Çizelge 5.4. Anket uygulanan konaklama tesislerine dair veriler 56

Çizelge 5.5. Anket uygulanan diğer ana turizm hizmet sağlayıcısı işletmelere dair veriler 56

Çizelge 5.6. Rekabetçilik puanının hesaplanması 60

Çizelge 5.7. Rekabetçiliği etkileyen faktörler/belirleyiciler 60

Çizelge 5.8. Ankete katılan firmaların büyüklük açısından dağılımı 62

Çizelge 5.9. Ankete katılan firmaların yerli-yabancı girişimci olması açısından dağılımı 62

Çizelge 5.10. Kullanılan analiz türüne ilişkin açıklamalar 63

Çizelge 6.1. Rekabetçilik puanının belirlenmesi ve analiz yöntemleri 72

Çizelge 6.2. Rekabetçiliği etkileyen faktörleri belirlemeye yönelik Spearman korelasyon analizi 73

Çizelge 6.3. Rekabetçiliği etkileyen faktörleri belirlemeye yönelik Mann Whitney U testi 75

Çizelge 6.4. Rekabetçiliğe etki eden faktörlerin belirlenmesine yönelik analiz sonuçlarının tartışılması 78

Çizelge 6.5. Rekabetçiliği etkileyen faktörler açısından karşılaştırmalı analizlerin yapısı 80

Çizelge 6.6. Firma büyüklüğünün rekabetçilik faktörlerine etkisini ortaya koymaya yönelik Ki-kare analizi 81

Çizelge 6.7. Rekabetçiliğe etki eden faktörler için firma büyüklüğüne göre karşılaştırmalı analiz sonuçlarına yönelik tartışmalar 83

Çizelge **Sayfa**

Çizelge 6.8. Rekabetçiliği etkileyen faktörler açısından firma büyüklüğüne göre karşılaştırmalı analizlerin yapısı 86

Çizelge 6.9. Firmanın yerli girişimci veya yabancı girişimciye dayalı olmasının rekabetçilik faktörlerine etkisini ortaya koymaya yönelik Ki-kare analizi 87

Çizelge 6.10. Rekabetçiliğe etki eden faktörler için firma girişimcisinin yerli-yabancı olmasına göre karşılaştırmalı analiz sonuçlarına yönelik tartışmalar 89

Çizelge 6.11. Girişimcilerin rekabetçilik algılarına yönelik karşılaştırmalı analizlerin yapısı 91

Çizelge 6.12. Firma büyüklüğüne göre girişimci rekabet algısı karşılaştırmalı analizler 92

Çizelge 6.13. Firma büyüklüğüne göre rekabetçilik algısı analiz sonuçlarına yönelik tartışma 94

Çizelge 6.14. Firmanın yerli girişimci- yabancı girişimciye dayalı olmasına göre rekabet algısı karşılaştırmalı analizleri 96

ŞEKİLLERİN LİSTESİ

Şekil **Sayfa**

Şekil 1.1. Araştırma sürecinin akışı 6

Şekil 3.1. Turizm küme haritası 24

Şekil 4.1. Butler'in (1980) turizm alanı evrim döngüsü: bir turistik bölgenin varsayımsal evrimi 38

Şekil 4.2. Turizm planlamasının ekolojik modeli 39

Şekil 4.3. Topluluk odaklı bir turizm stratejisi için ana bileşenleri 40

Şekil 7.1. Destinasyon kavramsal rekabetçilik modelinin geliştirilmesine temel oluşturan yaklaşımlar 99

Şekil 7.2. Topluluk temelli kavramsal destinasyon rekabetçilik model önerisi şema 101

Şekil 8.1. Rekabetçiliği etkileyen faktörlere yönelik analiz sonuçlarını gösteren diyagram 112

Şekil 8.2. Rekabetçiliği etkileyen faktörler açısından firma büyüklüğü piramidi 115

Şekil 8.3. Rekabetçiliği etkileyen faktörler açısından firmanın yerli girişimci-yabancı girişimciolma piramidi 118

Şekil 8.4. Firma büyüklüğüne göre girişimci rekabet algısı diyagramı 119

HARİTALARIN LİSTESİ

Harita **Sayfa**

Harita 5.1. Kapadokya Turizm Destinasyonunun Ürgüp İlçesinde kalan bölümü ve anket çalışması yapılan Beldeler 57

Harita 5.2. Kapadokya Alan Başkanlığı sınırı (1 Haziran 2019 tarih ve 30791 sayılı RG) 68

SİMGELER VE KISALTMALAR

Bu çalışmada kullanılmış simgeler ve kısaltmalar, açıklamaları ile birlikte aşağıda sunulmuştur.

Kısaltmalar	Açıklamalar
EC	Avrupa Komisyonu
IMD	Uluslararası Yönetim Geliştirme Enstitüsü
KOBİ	Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletme
KTB	T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı
TUIK	Türkiye İstatistik Kurumu
UNEP	Birleşmiş Milletler Çevre Programı
UNWTO	Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü
WEF	Dünya Ekonomik Forum

1. GİRİŞ

Dünyada yaşanan gelişmelere paralel olarak bölgesel kalkınma yaklaşımlarında da dönüşüm olmuştur. 1980 sonrası uygulanan neo-liberal politikalar, küresel piyasalarda serbestleşme ve küreselleşme etkisi ile bölgeler küresel olarak rekabete maruz kalmışlardır. Bu dönem sonrasında bölgeler arası eşitlik kavramı yerine az gelişmiş bir bölge nasıl geliştirilebilir sorusu ve bölgesel rekabetçilik tartışmaları önem kazanmıştır. Bölgesel rekabetçilik tartışmalarına temel oluşturan yaklaşımlardan birisi de, kökeni Marshall'in (1890) "yığılma ekonomileri" ve "sanayi bölgesi" kavramlarına dayanan kümelenme yaklaşımıdır. Yaklaşım Smith'in (1776) "mutlak üstünlükler kuramı" ve Ricardo'nun (1817) "karşılaştırmalı üstünlükler kuramı" yerine Porter (1990) tarafından "rekabetçi üstünlük" kavramı ile ilişkilendirilmiştir. Rekabetçi üstünlük kavramı tartışmalarında ulusal ve bölgesel rekabetçilik için kümelenme yaklaşımı (Porter, 1990) temel analiz birimi haline gelmiştir. Yaklaşım ulusal ve bölgesel düzeyde rekabetçiliği bir bölgede yaşayan firmaların rekabetçiliği ile özdeşleştirmekte (Porter, 2004) ve firma rekabetçiliğini de firmanın bulunduğu iş ortamının şekillendirdiğini savunmaktadır (Porter, 1990). Yaklaşım küresel bir ekonomideki kalıcı rekabet avantajları için firmaların bir arada yığılması ile oluşan yerellik-bilgi, ilişkiler ve motivasyon- sonucu oluşan verimlilik artışları ve yenilikçilik konularına vurgu yapmaktadır (Porter, 1998).

Bölgesel rekabetçilik ve kümelenme tartışmaları az gelişmiş bölgelerin kalkındırılması açısından önemli olarak kabul edilen turizm endüstrisi açısından da önem taşımaktadır. İkinci Dünya Savaşı sonrasında hızla gelişen turizm endüstrisinde küresel rekabet tüm dünyada yoğun olarak yaşanmakta ve az gelişmiş bölgeler kendi içsel dinamikleri ile küresel olarak rekabet edebilir duruma gelmekte sıkıntı yaşamaktadırlar. Bu durum mikro ölçekli ve göreceli olarak az gelişmiş turizm destinasyonları açısında da geçerlidir. Turizm endüstrisi ile bölgesel kalkınma ve rekabetçiliğin sağlanması açısından temel sorun her turizm bölgesinin kendi iç dinamiklerine sahip olması ve tüm bölgeler için geçerli olabilecek evrensel bir yaklaşımın bulunmamasıdır. Mikro ölçekli bir turizm destinasyonunun rekabetçiliğine katkı sağlayan bir faktör makro ölçekli bir destinasyon açısından etkisiz olabilir veya kıyı turizmi açısından önemli bir faktör kültür turizmi açısından önemli olmayabilir.

Kümelenme yaklaşımı turizm endüstrisi açısından da geçerli bir yaklaşım olarak kabul edilmekle birlikte yaklaşımın turizm endüstrisine uyarlanması konusu tartışmalıdır. Porter (1998) kümelenme yaklaşımını ele aldığı bir çalışmasında turizm endüstrisi açısından kolektif kuruluşların önemine vurgu yapmakla birlikte; yaklaşımın turizm endüstrisine uyarlandığında yerel halkın rolü, fiziksel çevrenin korunması gibi konuların yeterince tartışılmadığı, yaklaşımın ekonomik bir bakış açısına sahip olduğu ancak sosyo-kültürel-politik-çevresel konuları yeterince dikkate almadığı yönünde eleştiriler vardır (Nordin, 2003; Novelli, Schmitz ve Spencer, 2006; Perles Ribes, Rodríguez Sánchez ve Ramón-Rodriguez, 2017; Santos, Almeida ve Teixeira, 2008). İlave olarak kümelenme yaklaşımının makro ölçekli ve gelişmiş teknoloji bölgeleri için geçerli bir model olduğu ancak mikro ölçekli ve az gelişmiş turizm bölgeleri açısından aynı derecede geçerli bir model olmadığı yönünde eleştiriler vardır (Gooroochurn ve Sugiyarto, 2005; Michael, 2007: 38; Michael ve Hall, 2007: 129). Turizm kümelerinin ölçeğine vurgu yapan mikro küme yaklaşımı (Michael, 2007: 38; Michael ve Hall, 2007: 129) yerel halka dayalı ve küçük ölçekli turizm destinasyonlarında çapraz kümelenme olarak tanımlanan-firmalar arasındaki tamamlayıcılık ilişkisi veya simbiyotik ilişkinin- bölgesel ölçekte verimlilik artışlarına neden olduğunu, turizme yönelik farklı firmalarca sunulan farklı ürün çeşitliliğinin kapsam ekonomilerine neden olduğunu varsaymaktadır.

Diğer taraftan bölgesel kalkınma ve rekabetçilik tartışmaları açısından kümelenme yaklaşımı ne kadar önemli ise sürdürülebilir yaklaşımlar da bir o kadar önem taşımaktadır. Deniz-kum-güneş turizmine dayalı kitle turizminin yarattığı sorunlar tüm dünyada alternatif turizm türlerinin ve turizm planlamasında sürdürülebilir yaklaşımların önem kazanmasına neden olmuştur. Kitle turizminin yarattığı sorunlara ilave olarak tüketicilerin tercihleri de değişmiştir. Paket turlar yerine bireysel olarak hareket eden, çevreye duyarlı, gittiği bölgede yerel halkın yaşam tarzına ilgi duyan, kültür turizmi, ekoturizm gibi alternatif turizm türlerini tercih eden bir turist profili önem kazanmıştır. Topluluk temelli turizm yaklaşımı da turizm ürününün bir parçası olarak görülen yerel halkın turizmde rolünü ele alan ve turizm faaliyetinin gerçekleştiği ekolojik çevrenin korunması konularına önem veren sürdürülebilir bir turizm yaklaşımıdır.

Bu tez çalışmasında turizm endüstrisi ile bölgesel kalkınma ve rekabetçiliğin sağlanması açısından, mikro ölçekli ve göreceli olarak az gelişmiş turizm destinasyonlarına yönelik sistematik bir rekabetçilik model önerisinin geliştirilmesi amaçlanmaktadır. Bölgesel

düzeyde rekabetçiliğin firma düzeyinde rekabetçiliğe bağlı olduğu varsayımı ile kümelenme yaklaşımı ve bunun yanında sürdürülebilir bir yaklaşım olan topluluk temelli turizm yaklaşımı çerçevesinde firma ve destinasyon düzeyinde rekabetçilik bu tez çalışması kapsamında ele alınmış ve rekabetçiliği etkileyen faktörler belirlenmiştir.

Bu amaca yönelik olarak kümelenme ve topluluk temelli turizm yaklaşımları çerçevesinde firma düzeyinde rekabetçiliği etkileyen faktörlerin neler olduğu ve bu faktörlerin destinasyon düzeyinde rekabetçiliğe katkısının neler olduğu temel araştırma sorudur. İlave olarak tez çalışmasının mikro ölçekli turizm destinasyonlarına dayanması nedeniyle bu bölgelerde yaygın olan mikro ve küçük ölçekli turizm firmaları ile yerli girişimciye dayalı turizm firmalarının rekabetçilik açısından uyguladıkları stratejiler ve girişimcilerin rekabetçilik algılarının nasıl farklılaştığı da diğer araştırma sorusudur.

Tez çalışmasının teorik çerçevesini farklı düzeylerde (destinasyon ve firma) rekabetçilik, kümelenme yaklaşımı, kümelenme yaklaşımının turizm endüstrisi çerçevesinde ele alınması, küme ölçeğini tartışan mikro küme yaklaşımı ve sürdürülebilir bir yaklaşım olan topluluk temelli turizmin temel ilke ve kavramlarının ele alınması oluşturmaktadır.

Tez çalışmasının meslek alanına katkısı bölgesel rekabetçiliğin firma düzeyinde rekabetçilik ile birlikte ele alınması, mikro ölçekli ve az gelişmiş turizm bölgelerin rekabetçiliğinin sağlanmasına yönelik kümelenme yaklaşımı ve topluluk temelli yaklaşım çerçevesinde sistematik bir model önerisinin sunulmasıdır. Tez çalışmasının meslek alanına katkısı yanında ilgili literatüre katkısını dört başlıkta ele almak mümkündür: firma rekabetçiliğine katkı, destinasyon rekabetçiliğine katkı, turizm kümelenme yaklaşımına katkı ve sürdürülebilirlik-topluluk temelli turizm yaklaşıma katkı.

İlk olarak firma düzeyinde rekabetçilik konusunu literatürde ele alan oldukça fazla çalışma (Aires, Costa, ve Brandão, 2022; Akben-Selçuk, 2016; Ambastha ve Momaya, 2004; Camison ve Fores, 2015; Capon, Farley ve Hoenig, 1990; Erdoğanaras, Cihangir Çamur, Erol ve Bıyıklı, 2023; Erkuş-Öztürk, 2009; Galbreath ve Galvin, 2008; Hawawin, Subramanian, ve Verdin, 2003; Kallmuenzer ve Peters, 2018; Liargovas ve Skandalis, 2007; Mcgahan ve Porter, 1997; Porter, 1980; Schmalensee, 1985; Sharma, Gupta, Sehrawat, Jain, ve Dhir, 2023; Stawazs, 2019; Tonny ve Robert, 2023.) oldukça kısıtlıdır. İlave olarak turizm endüstrisi açısından firma rekabetçiliğini kümelenme yaklaşımı çerçevesinde ele alan

çalışmalar (Erdoğanaras ve diğerleri, 2023; Erkuş-Öztürk, 2009) makro ölçekli ve kitle turizmine dayalı turizm destinasyonlarına yönelik alan araştırmalarını içermektedir. Bu tez çalışması hem turizm endüstrisini kümelenme yaklaşımı çerçevesinde ele alması hem de mikro ölçekli turizm destinasyonlarında firma ve destinasyon düzeyinde rekabetçiliği ele alması açısından önceki çalışmalardan farklıdır.

İkinci olarak kümelenme yaklaşımını turizm endüstrisi açısından ve bölgesel düzeyde ele alan çalışmalar destinasyon rekabetçilik çalışmalarıdır (Agustin, Martini, ve Setiyono, 2022; Burnaz ve Ayyıldız, 2018; Crabolu, Martinez, Kantenbacher ve Miller, Font, Torres-Delgado, 2023; Crouch ve Ritchie, 1999; Crouch, 2011; Cunha ve Cunha, 2005; Cracolici, Nijkamp, ve Rietveld, 2008; Díaz-Fernández, ve Pulido-Pavón, González-Rodríguez, 2023; Dwyer ve Kim, 2003; Enright ve Newton, 2004; Estevão ve Ferreira, 2009; Goffi ve Cucculelli, 2014; Gooroochurn ve Sugiyarto, 2005; Hassan, 2000; Heath, 2002; Kayar ve Kozak, 2010; Kim ve Wicks, 2010; Kozak ve Rimmington, 1999; Mazanec, Wober, ve Zins, 2007.). Bu çalışmalarda küme ölçeği, mikro ölçekli turizm destinasyonlarının rekabetçiliği ve ayrıca sürdürülebilirlik tartışmaları oldukça kısıtlıdır.

Üçüncü olarak kümelenme yaklaşımı turizme uyarlandığında yerel halkın rolü, fiziksel çevrenin korunması gibi konularda kavramsal eksiklikler vardır (Nordin, 2003; Novelli ve diğerleri, 2006; Perles Ribes ve diğerleri, 2017; Santos ve diğerleri, 2008). Kümelenme yaklaşımı ekonomik bir bakış açısı sunmakla birlikte turizm endüstrisine uyarlandığında sosyo-kültürel-politik-çevresel konuları tartışmadığı görülmektedir. İlave olarak küme ölçeğine vurgu yapan mikro küme yaklaşımının varsayımları da ispatlanmamıştır (Michael ve Hall, 2007:129). Bu tez çalışması ile kümelenme kavramı turizme uyarlandığında oluşan kavramsal eksiklikler ve mikro küme yaklaşımının varsayımları tartışılarak ilgili literatüre katkı sağlanmaktadır.

Son olarak topluluk temelli turizme yönelik tartışmalar ağırlıklı olarak yerel topluluğa ve fiziksel çevrenin korunması konulara odaklanmaktadır (Burgos ve Mertens, 2017; Fiorello ve Bo, 2012; Hall, 2009; Iorio ve Corsale, 2014; Kontogeorgopoulos, 2005; Li, Lai, ve Feng, 2007; Maldonado-Erazo, Rama, Noboa-Viñán, ve Álvarez García, 2020; Murphy, 1985; Okazaki, 2008; Othman, Sazali ve Mohamed, 2013; Stone, 2015; Tolkach, King ve Pearlman, 2013; Tosun, 2000; Urano ve Nóbrega, 2020; Yanes, Zielinski, Diaz-Cano ve Kim, 2019.). Sürdürülebilirlik ve topluluk temelli turizm yaklaşımının temel kavramlarını

KOBİler çerçevesinde ele alan çalışmalar eksiktir (Roberts ve Tribe, 2008). Bu tez çalışması yerel topluluğa yönelik bakış açısı yerine işletmelere yönelik bir bakış açısı sunmakta ve işletmeler ile sosyo-kültürel sürdürülebilirlik varsayımları arasındaki bağlantıyı ele almaktadır.

Tezin temel hipotezi mikro ölçekli turizm destinasyonlarında kümelenme yaklaşımından gelen faktörlerin yanı sıra topluluk temelli turizm yaklaşımından gelen katılımcılık, ekolojik çevre koruma gibi faktörler firma ve destinasyon rekabetçiliğinin arttırılmasına katkı sağlar. Tezin ikinci hipotezi topluluk temelli turizm yaklaşımı çerçevesinde rekabet faktörlerinin uygulanması ve girişimcinin rekabet algısı açısından, mikro ve küçük ölçekli firmalar ile orta ve büyük ölçekli firmalar arasında veya girişimcisinin yerli ya da yabancı girişimci olmasına göre önemli farklılıklar vardır.

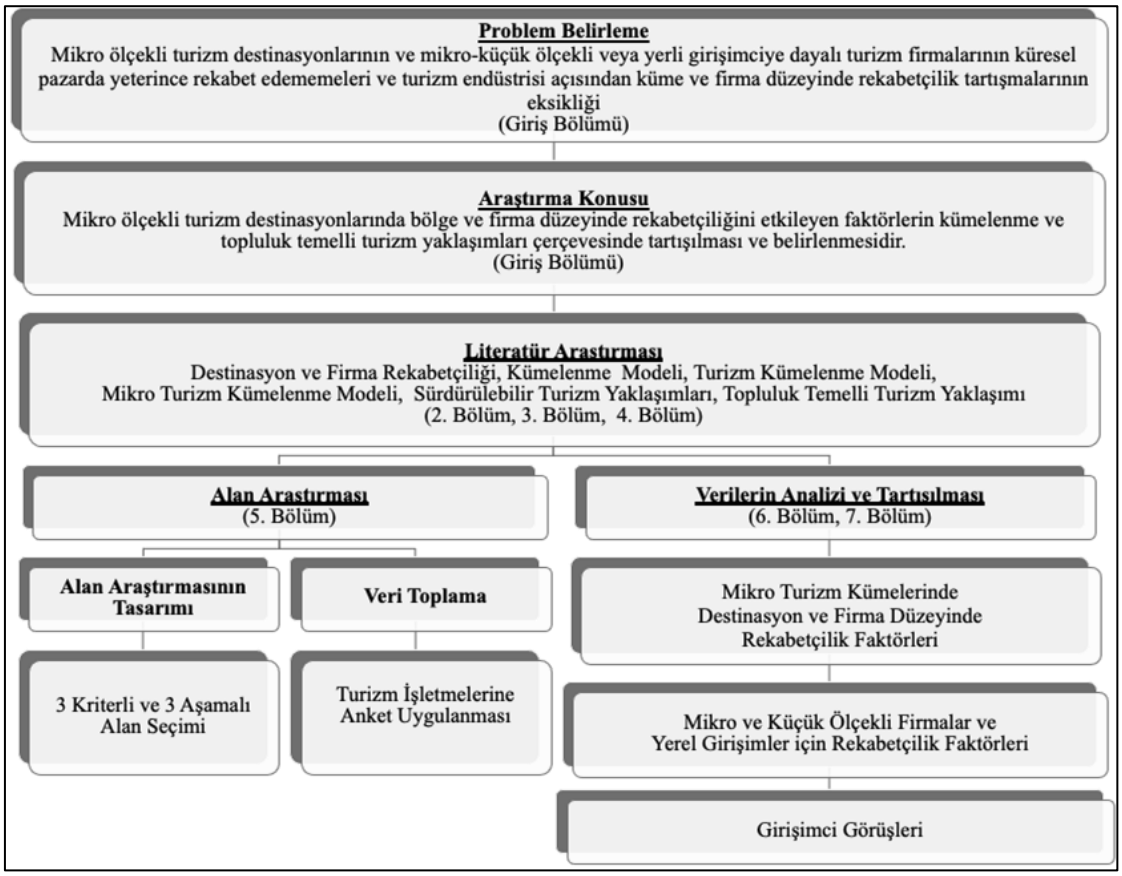
Tez çalışması kapsamında mikro küme özellikleri gösteren Ürgüp İlçesi'nde yer alan konaklama işletmelerinin girişimcilerine veya yöneticilerine anket uygulanmış; anket uygulaması sonucunda elde edilen veriler dört açıdan analiz edilip tartışılmıştır: firma rekabetçiliğini etkileyen faktörlerin belirlenmesi, firma büyüklüğünün rekabetçilik faktörlerine etkisi, firmanın yerli girişimciye dayalı olmasının rekabetçilik faktörlerine etkisi ve girişimcilerin rekabet algısı.

Rekabetçilik talebe dayalı rekabetçilik ve verimliliğe dayalı rekabetçilik olarak iki farklı açıdan ele alınmıştır. Turizm destinasyonları ve firmaların rekabetçiliği genel olarak ziyaretçi sayıları ve turizm gelirleri ile ölçülme eğilimindedir. Bir turizm kümesinde turizm faaliyeti açısından olmazsa olmaz aktörlerden birisi turistlerdir. Bir bölgeye gelen ziyaretçi sayısı destinasyon ve firma ölçeği ile ilişkilidir. Diğer taraftan Porter'a (1990) göre modern rekabet firmaların ölçeğine değil, verimliliğine bağlıdır. Bu tez çalışması ile rekabetçiliği etkileyen faktörlerin talep (ölçek) ile verimlilik açısından analizi sonucunda firma rekabetçiliğini belirleyen faktörler ayrı ayrı olarak ortaya koyulmuştur. Firma düzeyinde yapılan analizler ile rekabetçiliğe ilişkin elde edilen sonuçlar ve destinasyon rekabetçiliğine ilişkin literatür çerçevesinde plancı ve yöneticiler için yol gösterici olabilecek mikro ölçekli turizm kümeleri için kavramsal bir destinasyon rekabetçilik model önerisi geliştirilmiştir.

Yenilikçilik konusu bölgesel rekabetçilik ve kümelenme yaklaşımı açısından oldukça önem verilen bir konudur. Bu tez çalışmasında firmaların yenilikçiliği konusunda araştırmalar

yapılmış olmakla birlikte; firmalarca yapılan yeniliklerin sayısı hakkında net bir cevap alınamamış, sadece türü hakkında bilgi alınmıştır. Bu nedenle yenilikçilik değişkeni firma rekabetçiliğini etkileyen faktörlerin belirlenmesi açısından analizler kapsamına dahil edilememiştir.

Bu tez çalışması 8 bölümden oluşmaktadır (Şekil 1.1). Giriş bölümü sonrasında literatür araştırması 2., 3. ve 4. bölümde yer almaktadır ve bu bölümlerde sırasıyla yerel ekonomik kalkınma ve bölgesel rekabetçilik, yerelin rekabet gücünü artırmada kümelenme yaklaşımı, turizm kümelenme ve mikro kümelenme yaklaşımları ve son olarak sürdürülebilir turizm yaklaşımlarına geçiş konuları ele alınmaktadır. 5. bölümde yöntem bölümü yer almakta ve bu bölümde tez çalışmasının temel çerçevesi yanında alan araştırmasının tasarımı, alanda yürütülen çalışmalar ve sonrasında yapılan analizlere yer verilmiştir. 6. bölümde yapılan analizler sonucu elde edilen bulgular ve bu bulgulara yönelik tartışma yer almaktadır. 7. bölümde mikro ölçekli turizm kümeleri için kavramsal destinasyon rekabetçilik model önerisi yer almaktadır. 8. bölüm ise sonuç ve önerilerden oluşmaktadır.



Şekil 1.1. Araştırma sürecinin akışı

2. YEREL EKONOMIK KALKINMA VE BÖLGESEL REKABETÇİLİK

Rekabetçilik farklı bağlamlarda, farklı alanlarda kullanılabilen oldukça geniş içeriğe sahip bir kavramdır. Cracolici ve diğerlerine (2008) göre rekabetçilik, "bir aktörün (firma, bölge vb.) gerçek ve potansiyel rakipler seti üzerindeki niteliksel ve niceliksel üstünlüğünün ifadesidir". Ulusal ve bölgesel rekabetçilik konusunda, Harvard Business School tarafından ortaya konulan tanım göre "eğer bir ulus veya bölge içerisinde faaliyet gösteren firmalar, ulusal veya küresel ölçekte ortalama bir vatandaş için yaşam standartlarını ve ücretlerini aynen sürdürerek veya yükselterek, başarılı bir şekilde rekabet edebiliyorsa, söz konusu ulus veya bölge bir ölçüde rekabetçi kabul edilebilir" (aktaran Dulupçu ve Sayın, 2020). Bu tanımdan da anlaşılacağı üzere bir ulus ya da bölgenin rekabetçiliği, ulus veya bölge içerisinde faaliyet gösteren firmaların rekabetçiliği ile özdeşleştirilmekte; ancak yerel halkın yaşam standartlarını sürdürmesi veya yükseltmesi konusu vurgulanmaktadır. Porter (2004) tarafından da benzer bir tanımlama yapılmıştır; buna göre "rekabet edebilirlik ve ekonomik kalkınmaya ilişkin … zenginliğin aslında ekonominin mikro ekonomik düzeyinde yaratıldığını ve köklerinin gerçek şirketlerin sofistike yapısından ve aynı zamanda bir ulusun firmalarının rekabet ettiği mikro ekonomik iş ortamının kalitesinden kaynaklandığını belirtmektedir.

2.1. Yerel Ekonomik Kalkınma için Rekabetçiliğin Önemi

Dünya'da yaşanan ekonomik, politik ve mekansal değişimlere paralel olarak bölge ve kalkınma kavramları ile bu süreçlerde bölgesel politika yaklaşımlarında da değişim olmuştur. 1960lı yıllardan itibaren bölgesel kalkınma kuramlarında üç paradigma değişikliği yaşanmıştır. Birinci paradigma döneminde uygulanan bölgeler arası eşitliğin sağlanmasına yönelik devlet müdahalesi politikalarının işe yaramaması nedeniyle, ulusal kalkınma stratejisi olarak "bölgeler arası eşitsizlikleri gidermek için ne yapılmalıdır" sorusu yerine "az gelişmiş bir bölge nasıl geliştirilebilir" sorusu önem kazanmıştır (Eraydın, 2004).

1980'lerin başından itibaren, rekabet avantajı sağlayan içsel faktörlerin yerel ekonomik büyümeyi teşvik etmede çok önemli olduğu vurgulanmıştır (Amin, 2000; Cooke, 1997; Erkuş-Öztürk, 2011; Porter, 1990; Scott, 1995). 1990 yılında Sovyet Bloğunun çöküşü sonrasında küreselleşme sürecinin yol açtığı üretim birimlerinin avantajlı konumlarını

sürdürmekte zorlanmaları, gelişmemiş yörelerin dünya ekonomisinden dışlanması, ulusal ve yerel kurumların bu etkileri düzenlemede yetersiz kalması gibi sorunlar karşısında, başarısını sürdüren bölgelerin başarısını nasıl sürdürdüğü üzerinde durulmuştur. Becerilere sahip odakların bu başarısını sürdürmek için iki kavram öne çıkmıştır: mevcut bilgi birikiminin sürekli artırılması ve bunun yaratıcı bir şekilde uluslararası rekabet koşullarında kullanılmasının gerekliliğidir (Tekeli, 2004).

Gelinen noktada, 1980'li yıllarda etkisi görülen küreselleşme olgusu, artan piyasa güçlerinin etkisi altında ticaret ve finans sistemlerinin kuralsızlaştırılmasıyla önem kazanan neoliberal politikalar (Kayasü ve Yetişkul, 20214) ve yine aynı süreçte 1990'lara doğru gelişerek kalkınmanın yerel ve bölgesel ekonomiler yoluyla gerçekleştiğini ortaya koyan içsel büyüme kuramıyla beraber, 1990 sonrası kalkınma ile ilgili tartışmaların odağına ulusal ve bölgesel rekabetçilik kavramları yerleşmiştir (Dulupçu & Sayın, 2020). Bu dönemde bölgesel kalkınma konusunda gündeme gelen yaklaşımlar genelde içsel unsurlara dayalı kalkınmayı desteklemekle beraber; geleneksel bölgesel kalkınma yaklaşımından yeni bölgesel kalkınma anlayışına geçiş sürecindeki temel farklılık yenilikçiliğe odaklanılması" ve "yerel ve bölgesel kaynakların harekete geçirilmesine odaklanılması" ile ilgilidir (Sungur ve diğerleri, 2013)

Bu dönemde; rekabet üstünlüğünün ancak yerel süreçlerle ortaya çıkabileceği görüşü yerellik ve küresellik kavramlarını bağdaştırmayı sağlamış, ülkelerin karşılaştırmalı üstünlüğü yerine bölge ve firma düzeyine inen rekabetçi üstünlük kavramına dayanan bir dönüşüm olmuştur. Ulusal ve bölgesel rekabetçilik konusunun kökenleri Smith'in (1776) "Mutlak Üstünlükler Kuramı" ve Ricardo'nun (1817) ortaya koyduğu "Karşılaştırmalı Üstünlükler Kuramına" dayanmaktadır. Karşılaştırmalı Üstünlükler Kuramı uluslararası ticarette, ülkelerden her birisinin diğerlerine göre "göreli avantaj taşıması ve karşılıklı yarar sağlama" şeklinde görüşüne dayanan klasik teori, ulusların belirli endüstrilerdeki başarısını, toprak, işgücü ve doğal kaynaklar gibi üretim faktörlerine dayanarak açıklar. Buna göre ülkeler, sahip oldukları faktörleri yoğun olarak kullanan endüstrilerde, faktör bazlı karşılaştırmalı avantaj elde ederler. Porter (1990) karşılaştırmalı üstünlükler kuramı (Smith, 1776; Ricardo, 1817) yerine rekabet avantajı kavramını kuruluşların, bölgelerin ve ülkelerin başarısı için merkezi öneme sahip olduğunu savunmuştur. Porter'a (1990: 79) göre klasik teori, rekabetin küreselleşmesi ve teknolojinin gücü ile ileri endüstrilerde ve ekonomilerde gölgede kalmıştır; "kökenleri Adam Smith ve David Ricardo'ya dayanan ve klasik

ekonomiye gömülü olan bu doktrin en iyi açıdan eksik ve en kötüsü yanlıştır". Yeni bir teorinin açıklaması gereken şey, bir ulusun uluslararası alanda rekabet eden şirketler için neden uygun bir ana merkez oluşturduğudur? (Porter, 1990: 77).

Rekabet edebilirlik araştırmaları, ulusal rekabet edebilirliği, bir ülkenin temel sanayi sektörlerinde diğer uluslara göre avantajlı bir konumu yenilikçi bir şekilde elde etme veya bu konumu sürdürme yeteneğinin bir sonucu olarak tanımlayan Porter'ın (1990) ulusların rekabet edebilirliği üzerine çalışmasıyla tartışmalı bir şekilde başlamaktadır (Tsai ve diğerleri, 2009). Rekabetçi üstünlük kavramı tartışmalarında ulusal ve bölgesel rekabetçilik için temel analiz birimi küme kavramına (Porter, 1990) dayanmaktadır. Kümelenme kavramının kökeni ise Marshall (1920) "yığılma ekonomileri" ve "sanayi bölgesi" kavramlarına dayanmaktadır. 1980'lerdeki "yeni sanayi bölgesi" yaklaşımında da uzmanlaşmış küçük ve orta ölçekli firmaların yine ağlar vasıtasıyla bütünleşmesi öne çıkmaktadır (Harrison, 1992; Piore ve Sabel, 1984; Pyke, Becattini, ve Sengenberger, 1990; Scott, 1988; Scott ve Storper, 1989). Yığılma ekonomileri, sanayi bölgesi yaklaşımı kümelenme yaklaşımına ve bölgesel rekabetçilik yaklaşımlarının bir çoğuna temel oluşturmuştur. Küme yaklaşımına (Porter, 1990) ilave olarak bölgesel rekabetçilik çerçevesinde ele alınan diğer yaklaşımlar, yeni ekonomi coğrafyası (Krugman, 1991), öğrenen bölgeler modeli (Florida, 1995; Lundvall, 1996), bölgesel inovasyon sistemleridir.

Küreselleşme sürecinde bilişim ve iletişim alanındaki gelişmeler; üretim, dağıtım, yönetim ve en önemlisi de rekabet kavramında köklü değişmelerin oluşmasına neden olmuştur. Küresel ekonomide daha az maliyetle daha çok mal ve hizmet üretmenin yanı sıra, küresel pazarda sürdürülebilir bir yapıya sahip olmak önem kazanmıştır. Sürdürülebilir bir üretim ve satış gücü için ise firmaların yenilikçi uygulamalara sahip olması gerekmektedir (Tekeli, 2007) Bu açıdan bilgi temelli stratejiler ve yenilikçilik yeni bölgesel politikaların temelini oluşturmaktadır. Bölgesel politika yapıcıların karşılaştığı en önemli zorluk ise farklı bölgeler için geçerli etkin ve ilgili politikalar geliştirmektir.

Diğer taraftan bölgesel kalkınma ile turizm ilişkisine bakıldığında, turizmin kalkınma aracı olarak kullanılmasına yönelik ilgi 1970'lerden itibaren başlamış, fakat turizmin yoksulluğun azaltılmasına yönelik rolüne 1990'larda odaklanılmıştır. Turizm planlamasında yoksulluğun giderilmesi ahlaki bir sorun olarak görülmüştür. D. Harrison and Schipani'ye (2007) göre küreselleşme ile ampirik 'bilgi temelli' yaklaşımlar önem kazanmış, modernizm ve

azgelişmişlik modeller reddedilmiş, plancılar arasında daha kapsamlı, daha bütüncül planlama yaklaşımları önem kazanmış, teorik olarak yukarıdan aşağıya gelişme modelleri yerine aşağıdan-yukarı kalkınma yaklaşımları ve yerel halkın katılımı konuları önem kazanmıştır. Turizm endüstrisi açısından turizm planlama yaklaşımlarının değişimi Çizelge 2.1'de görülmektedir.

Çizelge 2.1. Turizm planlama yaklaşımlarının değişimi (Barın, 2014)

	Klasik Planlama Yaklaşımı	Rasyonel Planlama Yaklaşımı	Çağdaş Planlama Yaklaşımı
Ekonomik Büyüme Modeli	Savaş sonrası yeniden yapılanma	Ithal ikamesi	Ihracat ikamesi (neo-liberal politikalar)
Baskın Planlama Paradigması	Fiziksel planlama	Araçsal rasyonalite	İletisimsel rasyonalite
Devletin Rolü	Devletin katılımı yok.	Devletin rolü, doğrudan yatırım ve özel sektörü teşvik ederek turizm gelişimini planlamaktır.	Devlet, kamu-özel ortaklığını teşvik etmek için stratejik bir harekete geçirici olarak hareket eder.
Pazarın Rolü	Turizm faaliyetiyle pek ilgilenmiyor.	Başlangıçta temel bir aktör değildi, fakat bu dönemin sonunda turizme dahil olmaya başladı.	Turizm tesisleri yatırımlarında temel aktördür.
Topluluğun Rolü	Turizm planlaması ile ilgilenmiyor.	Turizm planlaması ile ilgilenmiyor.	Turizm planlamasında artan rol
Turizm Planlamasına Yaklaşım	Güçlendiricilik Özel bir turizm planlama yaklaşımı değil	Başlangıçta turizmin ekonomik kalkınma sektörü olduğu varsayılır. Bu dönemin ortasında kapsamlı ve bütüncül yaklaşımlar hakim hale geldi.	Entegre ve sistematik yaklaşımları ihmal etmeden sürdürülebilir ve katılımcı turizm planlama yaklaşımları.
Turizm Gelişimin Karakteristiği	Eğlence ve rekreasyon	Kitle turizmi	Alternatif turizmin ortaya çıkışı
Turizm Planlamasının Amacı	Kasaba ve şehirlerin reklamını yapmak ve turizmi teşvik etmek	Turizmin çok boyutlu yönlerinin tanınması (ekonomik, sosyo-kültürel ... vb.)	Çevresel ve sosyal sürdürülebilirlik açısından sürdürülebilir turizm gelişimi, katılımcı planlama

2.2. Rekabetçilik Açısından Farklı Düzeylerde Tartışmalar

Literatürde rekabetçilik üç farklı düzeyde tartışılmıştır: ulusların rekabetçiliği (makro seviye) (Jovanović ve diğerleri, 2014; Krstic ve diğerleri, 2016; S. Kumar ve diğerleri, 2024; Porter, 1990), bölgelerin rekabetçiliği (mezo seviye) (Kitson ve diğerleri, 2004) veya

endüstri düzeyi (Porter, 1980: 3) veya şehir rekabetçiliği (Döven, 2013; Porter, 1995) ve firmaların rekabetçiliği (mikro seviye) (Barney, 1991; Porter, 1980: 4; Wernerfelt, 1984).

Ulusal düzeyde rekabetçilik tartışmaları bölgesel kalkınma literatürünün gelişimi çerçevesinde kısaca ele alınmıştı. Bu tez çalışması kapsamında turizm endüstrisinde bölge ölçeğini temsilen destinasyon ve küme rekabetçiliği ve ayrıca firma düzeyinde rekabetçilik konusu ele alınmaktadır. Bu kapsamda ilerleyen bölümde destinasyon rekabetçiliği ve firma rekabetçiliğine yönelik literatürde yer alan tartışmalar ele alınmaktadır.

2.2.1. Turizm destinasyon rekabetçiliğine yönelik tartışmalar

Turistik destinasyonların rekabet edebilirlik analizleri ve model önerileri açısından, literatürde yer alan çalışmalar ağırlıklı olarak belirli destinasyonlara veya niteliklere özgü olmayan genel-evrensel destinasyon rekabetçilik modelleri ve teorileri geliştirmeye çalışmıştır (Crouch, 2011). Dwyer ve Kim (2003) turizm destinasyonlarının rekabet edebilirliği analizleri ve model önerilerine yönelik tartışmaların ağırlıklı olarak uluslararası rekabet gücünün bir kaynağı olarak karşılaştırmalı avantajı (iklim, manzara, flora, fauna vb. gibi miras alınan veya bahşedilen kaynaklar) ve rekabet avantajını (firmalar ve kuruluşların katma değerli faaliyetlerinden kaynaklanan) vurgulama eğiliminde olduğunu belirtmektedir.

Turizm literatüründe en çok alıntı yapılan ve öncü çalışmalardan olan destinasyon rekabetçiliği kavramsal modeli hiç kuşkusuz Crouch ve Ritchie'nin (1999) çalışmasıdır ve destinasyon rekabetçiliği ile ilgili diğer birçok araştırmacı, modellerini Crouch ve Ritchie'nin çalışması üzerine kurmuştur (Dwyer ve Kim, 2003; Enright ve Newton, 2004; Heath, 2002; Kim ve Wicks, 2010; Goffi ve Cucculelli, 2014). Crouch ve Ritchie (1999) destinasyon rekabetçiliğinin bir destinasyonun bahşedilen kaynaklarına (karşılaştırmalı avantaj) ve aynı zamanda kaynakları dağıtma kapasitesine (rekabet avantajı) dayandığını; destinasyonla ilişkili turizm sisteminin işleyişini etkileyen küresel makro-çevresel güçlerin (örneğin, küresel ekonomi, terörizm ve kültürel ve demografik eğilimler) ve rekabetçi mikro çevresel koşulların (destinasyonun kendisinden ayrı olarak, seyahat ticaretinin üyelerini- yani tur paketleyicileri, tedarikçiler, perakende seyahat acenteleri, özel kanalcılar ve kolaylaştırıcılar, turizm pazarları, rekabetçi destinasyonlar ve destinasyonun halkları veya destinasyonun sakinleri, turizm ve konaklama endüstrisi çalışanları, vatandaş eylem grupları, medya, finans ve yatırım kurumları, ilgili devlet daireleri ve yakın mahalleler dahil-

paydaşları içerir.) etkisini de kabul etmektedir. Crouch ve Ritchie (1999) destinasyon rekabet gücünün faktörleri, beş ana grupta kümelenmiş modelde temsil edilmektedir: niteleyici ve yükseltici belirleyiciler; destinasyon politikası, planlama ve geliştirme; destinasyon yönetimi; temel kaynaklar ve çekiciler; ve destekleyici faktörler ve kaynaklar olmak üzere model toplamda 36 destinasyon rekabetçilik özelliğini tanımlamaktadır.

Diğer destinasyon rekabet edebilirlik modellerini yöntem açısından gruplandırmak gerekirse; ilk olarak kavramsal rekabetçilik modeli geliştiren çalışmalar (Crouch ve Ritchie, 1999; Hassan, 2000; Heath, 2002; Kim ve Wicks, 2010); turistlerin görüş ve algılarını ölçmeye dayalı olarak farklı destinasyonları karşılaştıran niceliksel çalışmalar (Kozak ve Rimmington, 1999); turizm profesyonellerine anket uygulayarak farklı destinasyonları karşılaştıran ya da rekabetçiliği sağlayan faktörlerin önem derecesini ortaya koyan niceliksel çalışmalar (Crouch, 2011; Dwyer ve Kim, 2003; Enright ve Newton, 2004; Goffi ve Cucculelli, 2014); Dünya Ekonomik Forumu'nun Seyahat ve Turizm Rekabet Edebilirlik Endeksi çalışmasının ikincil verilerini kullanarak ülkeleri kıyaslayan ya da rekabetçilik kriterlerinin önem derecesini ortaya koyan niceliksel çalışmalar (Cracolici, Nijkamp, ve Rietveld, 2008; Gooroochurn ve Sugiyarto, 2005; Kayar ve Kozak, 2010) bulunmaktadır.

Destinasyon rekabetçiliği açışından yapılan çalışmalarda vurgu yapılan konular ya da destinasyonlar; çevresel sürdürülebilirlik (Hassan, 2000; Goffi ve Cucculelli, 2014); rekabet edebilirlik çerçevesini kullanarak toplumsal refah ve turizm arasındaki bağlantı kurma (Crouch ve Ritchie, 1999; Dwyer ve Kim, 2003); talep koşulu ve durumsal koşullar (Dwyer ve Kim, 2003); ekonomik verimlilik (Cracolici ve diğerleri, 2008); ulus ötesi şirketlerin turizm kümelenmesi gelişimindeki rolü (Kim ve Wicks, 2010); Güney Afrika'nın turizmde rekabet gücü (Heath, 2002); küçük İtalyan destinasyonlarının rekabet gücü (Goffi ve Cucculelli, 2014); Türkiye'nin AB ülkeleriyle karşılaştırıldığında rekabet gücü (Kayar ve Kozak, 2010) Türkiye'nin diğer bazı önemli destinasyonlarla karşılaştırıldığında rekabet gücü (Kozak ve Rimmington, 1999: 275) olarak özetlenebilir.

Destinasyon rekabetçilik modellerinin yöntemlerine yönelik yine bu konuda yürütülmüş olan çalışmalar kapsamında bazı eleştiriler bulunmaktadır. Bu eleştirileri özetlemek gerekirse: destinasyon rekabetçiliği boşlukta değerlendirilemez, destinasyonları birbiri ile karşılaştırmak gerekir (Enright ve Newton, 2004; Kozak ve Rimmington, 1999); rekabetçilik analizleri birkaç değişken ile sınırlanamaz (Crouch ve Ritchie, 1999; Crouch, 2011; Goffi

ve Cucculelli, 2014); tüm etkiler nesnel olarak ölçülemez (Dwyer ve Kim, 2003), destinasyon rekabetçiliğini etkileyen bir faktör, her destinasyon için kıyaslanabilir özellikte değildir (Burnaz ve Ayyıldız, 2018), nicel ve nitel verilerin bir arada kullanılarak ölçülebilmesi oldukça zordur (Burnaz ve Ayyıldız, 2018), nesnel ölçümler bazı sebepler ile şüphelidir (Crouch G. I., 2011: 30; Goffi ve Cucculelli, 2014: 299); turist anketi yöntemi halo etkisi nedeniyle yanıltıcı olabilir (Kozak ve Rimmington, 1999); sürdürülebilirlik ve yerel halk refahı tartışmaları ile küçük destinasyonlarla (Goffi ve Cucculelli, 2014) ilgili tartışmalar yetersizdir.

Bunlara ilave olarak turizm endüstrisinin ulusal düzeyde rekabetçiliğine yönelik Küresel Rekabet Edebilirlik Raporu (World Economic Forum, 2020, 2022) ve Dünya Rekabet Edebilirlik Sıralaması (The International Institute for Management Development, 2022) gibi çalışmalar bulunmaktadır. WEF rekabetçilik indeksinin yöntemine yönelik; indeksin sadece ulusal seviyede uygulanması, seçili olan faktörler ile sınırlı olması ve bazı faktörlerin göz ardı edilmiş olabileceği, anket yönteminin göreceli doğası, nicel verilerin ölçülmesinde ülkeler bazında farklılıklar olabileceği (Crouch, 2011); indeksin derlenmesinde ağırlıksız değişkenler, çok farklı boyutlara ve coğrafi konuma sahip ülkeler arasındaki farklılıkların dikkate alınmaması, farklı yönetici kültürlerinin anket sorularını aynı şekilde yorumladığına dair örtük varsayım, örneklem büyüklüğü ve temsil gücü hakkında bilgi olmaması (Goffi ve Cucculelli, 2014) açılarından eleştiriler bulunmaktadır. WEF rekabetçilik politikasına yönelik diğer eleştiri konuları, turizm sektörünün çoğunluğunu oluşturan küçük ölçekli konaklama tesislerin veya yerel firmaların anketlerde hariç tutulması ve destinasyon rekabet edebilirliği ölçümlerinin ulusal düzeyde temel alınsa da turizm destinasyonu analizinin bölgesel düzeyde ele alınması gerektiğidir.

Destinasyon rekabetçilik model önerilerinin çıkış noktasını oluşturan Porter'ın (1990) rekabetçi üstünlük kavramı, elmas modeli ve kümelenme kavramları olmakla birlikte; Porter'ın elmas modelinde ulusların karşılaştırmalı üstünlük yanında rekabetçi avantajını yaratan unsurları turizm sektörü açısından ele alan başta Crouch ve Ritchie'nin çalışması (1999) olmak üzere destinasyon rekabetçilik modeli çalışmalarının değerli katkıları olmasına rağmen turizm kümesine ilişkin temel kavramlar ve destinasyon ölçeğine yönelik tartışmalar birçok çalışmada göz ardı edilmiştir. Destinasyon rekabetçiliğini kümelenme kavramı çerçevesinde ele alan (Cunha ve Cunha, 2005; Kim ve Wicks, 2010) ve ayrıca

destinasyon ölçeğine vurgu yapan (Goffi ve Cucculelli, 2014) kısıtlı sayıda destinasyon rekabetçiliğine yönelik çalışma bulunmaktadır.

2.2.2. Firma rekabetçiliğine yönelik tartışmalar

Firma düzeyinde rekabetçilik için bölgesel kalkınma literatürü yanında işletme disiplini çerçevesinde birçok çalışma bulunmaktadır. İşletme disiplininde firma rekabetçiliğine yönelik analiz birimi endüstriye özgü faktörlerden (Hawawini ve diğerleri, 2003; Porter, 1980; Schmalensee, 1985) firmaya özgü faktörlere (Ambastha ve Momaya, 2004; Camison ve Fores, 2015; Mcgahan ve Porter, 1997) doğru büyük bir değişim geçirmiştir (Galbreath ve Galvin, 2008; Hawawini ve diğerleri, 2003). Hawawini ve diğerlerine göre (2003), "Bu değişimin ana nedeni, endüstriyel bakış açısının, performanstaki endüstri içi heterojenliğe kesin bir açıklama getirememesidir".

Endüstriye özgü faktörler Porter'ın (1980) beş kuvvet modeliyle temsil edilmektedir. Porter (1980), sektöre özgü dışsal faktörlerin belirli bir sektördeki firmaları nasıl etkilediğini açıklamıştır. Porter'a (1980: 3) göre "rekabet stratejisi oluşturmanın esası, bir şirketi çevresi ile ilişkilendirmektir"; "bir sektördeki rekabet, onun temel ekonomik yapısından kaynaklanır ve mevcut rakiplerin davranışlarının çok ötesine geçer".

Öte yandan, firmaya özgü faktörler, firmaların kaynak temelli görüşü ile temsil edilmektedir. Wernerfelt (1984) kaynak temelli görüşü tanımlamış ve firmaları kaynak yönünden analiz etmenin yararlılığını araştırmıştır. Buna paralel olarak Barney (1991) "performansın dış faktörler tarafından değil iç faktörler tarafından yönlendirildiğini ve çok sayıda olası firma kaynağının uygun şekilde üç kategoride sınıflandırılabileceğini savunur: fiziksel sermaye kaynakları, insan sermayesi kaynakları ve organizasyonel sermaye kaynakları ".

İşletme disiplininde firma rekabet gücünü etkileyen faktörleri/belirleyicileri tartışan çok sayıda çalışma bulunmaktadır. Önemli çalışmalardan biri Capon, Farley ve Hoenig (1990) çevresel, stratejik ve organizasyonel faktörleri finansal performansla ilişkilendiren 320 yayınlanmış çalışmanın sonuçlarının bir meta-analizini sunduğu çalışmasıdır. Ambastha ve Momaya (2004) firma düzeyindeki rekabet gücüyle ilgili çerçeveler ve modeller hakkındaki literatürü gözden geçirmektedir. Çalışmaları Varlık – Süreçler – Performans (Asset – Processes – Performance) çerçevesinde sınıflandırmaktadırlar. Liargovas ve Skandalis

(2007), 102 Yunan sanayi firmasını inceleyerek firma rekabet gücünün temel belirleyicilerinin etkisini incelemektedir. Açıklayıcı değişkenleri firma rekabetçiliğinin finansal ve finansal olmayan etkenleri olarak ayırmaktadırlar. Galbreath ve Galvin (2008) 285 Avustralya firmasını incelemiş ve hizmet firmalarında kaynakların performans değişimini açıklamada imalat firmalarına göre çok daha önemli olduğunu ortaya koymuştur. Hem imalat hem de hizmet firmalarında maddi olmayan varlıkların (intangible assets) ve yeteneklerin performans değişimini açıkladığını, maddi kaynakların (tangible assets) bunu açıklamadığını belirtmektedirler. Akben-Selçuk (2016) gelişmekte olan bir pazarda firma rekabet gücünü etkileyen faktörleri araştırmıştır. Stawazs (2019), uluslararası pazarlarda faaliyet gösteren ve iş danışmanlığı kullanan küçük, yenilikçi işletmelerin rekabet edebilirliğine ilişkin seçilmiş belirleyicilerin önemini ortaya koymaktadır.

Turizm endüstrisinde firma rekabetçilik faktörlerine yönelik tartışmalar oldukça kısıtlıdır (Camison ve Fores, 2015; Erdoğanaras ve diğerleri, 2023; Kallmuenzer ve Peters, 2018; Sharma, Gupta, Sehrawat, Jain, ve Dhir, 2023; Tonny ve Robert, 2023; Tsai, Song, ve Wong, 2009). Tsai, Song, ve Wong (2009) destinasyon ve otel rekabetçiliği üzerine yayınlanmış çalışmaları gözden geçirmekte, eleştiriler sunmakta ve turizm ve otel rekabetçiliği araştırmalarında gelecekteki yönelimlere işaret etmektir. Camison ve Fores (2015) bölgesel çevre (regional environment) etkisini, alt bölge (district) etkisini ve stratejik grup etkisini inceleyerek firmaların yeteneklerinin çevre etkilerinden ve maddi kaynaklardan (tangible assets) daha önemli olduğunu ortaya koymaktadır. Kallmuenzer ve Peters (2018), kırsal turizm aile şirketlerinin iyi performans gösterebilmesi için hangi tür girişimci davranışın önemli olduğunu araştırmak amacıyla girişimci yönelim-performans ilişkisinden yararlanmaktadır. Analiz sonuçları, yenilikçilik ve proaktifliğin performansı açıklamakla ilgili değişkenler olduğunu, diğer taraftan risk almanın olmadığını ortaya koymaktadır.

Erkuş (2009) turizmde farklı büyüklükteki ve farklılaşmış kümelenme türlerindeki (uzmanlaşma ve yığılmaya dayalı) firmalarda yerel ve küresel ağ oluşturmanın rolünü incelemekte ve büyük firmalar ile küresel ağ oluşturma düzeyi arasında pozitif bir ilişki olduğunu ortaya koymaktadır. Erdoğan Aras ve diğerleri (2023) Alanya turizm kümesinde farklı büyüklükteki konaklama işletmelerinde firma büyüklüğünün yerel ve küresel ağlara eklemlenmesindeki rolünü, farklı türdeki ilişkiler çerçevesinde ele almaktadır. Çalışma, konaklama işletmelerinde sektörel ilişkilerin firma büyüklüğü ve ilişkilerin mekânsal düzeyi çerçevesinde farklılaştığını göstermektedir. Çalışma bulgularına göre, tüm ağ ilişkilerinde

küçük ölçekli firmaların sadece yerel ağlarda güçlü ilişkiler kurabildiği; büyük ölçekli firmaların tüm ağlarda güçlü küresel ilişkiler kurabildiği; orta ölçekli firmaların ise hem yerel hem küresel düzeyde güçlü ilişkiler kurabildikleri ortaya koyulmuştur.

Yerel ekonomik kalkınma ve rekabetçilik bölümü değerlendirme:

Bu bölümde Dünyada yaşanan gelişmelere paralel olarak bölgesel kalkınma yaklaşımlarında yaşanan değişimler ve bölgesel rekabetçilik açısından kümelenme yaklaşımın önemi konuları ele alınmıştır. Bu bölümde ayrıca firma rekabetçiliği, turizm firma rekabetçiliği ve destinasyon rekabetçiliği konularına ilişkin literatüre yer verilmiştir.

Bu bölümde vurgulanan konuları özetlemek gerekirse, ulusal ve bölgesel rekabetçilik açısından firma düzeyinde rekabetçiliğin önemli olduğu, firma düzeyinde rekabetçiliğin oldukça fazla çalışma kapsamında ele alınmakla birlikte turizm endüstrisi açısından yeterince ele alınmadığı, kümelenme yaklaşımını turizm endüstrisine uyarlayan çalışmaların ağırlıklı olarak destinasyon rekabetçilik çalışmaları olduğudur.

Tezin konusu ve amaçları çerçevesinde bir değerlendirme yaptığımızda turizm endüstrisinde firma ve destinasyon düzeyinde rekabetçiliğin ele alınması ilgili literatüre katkı sağlayacaktır.

Küçük firmaların "ölçek ve kapsam ekonomilerinden yararlanamadıkları" kabul edilmektedir (Papatheodorou, 2004).

3. YERELİN REKABET GÜCÜNÜ ARTIRMADA KÜMELENME YAKLAŞIMI

Porter'ın kümelenme yaklaşımı son 30 yıldır gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerin rekabetçilik tartışmalarının merkezindedir (Armatlı Köroğlu, Özelçi Eceral ve Varol, 2012). Küreselleşen ekonomide yerel başarıların, yerel potansiyellerin ve politikaların önemsenmesi, yeni rekabetçi düzende var olma mücadelesi, küme tartışmalarını gündeme taşıyan önemli konulardır (Armatlı Köroğlu, 2011). Kümelenme politikaları, genellikle işletme (sanayi ve KOBİ destekleme politikaları) politikaları ve bölgesel kalkınma politikalarından bilim, teknoloji ve yenilikçilik politikalarının kesişme noktasında yer almaktadır (Vardan, 2009).

Çalışmanın bu bölümünde kümelenme yaklaşımı, yaklaşımın turizm endüstrisine uyarlanmasına yönelik tartışmalar ele alınmaktadır.

3.1. Kümelenme Yaklaşımı

Porter 1990 yılında yayımlanan "Ulusların Rekabet Avantajı" isimli kitabında, 10 ülkeden 100'ü aşkın sektörü incelemiş, ulusal ve bölgesel rekabetin kapsamlı bir açıklamasını yapmıştır. Porter'a göre yeni bir teorinin açıklaması gereken şey, bir ulusun uluslararası alanda rekabet eden şirketler için neden uygun bir ana merkez oluşturduğudur? Porter'a göre cevap bir ulusun -elmas modelindeki kuvvetleri (attributes) oluşturan- dört yaygın özelliğinde yatar: 1) faktör koşulları, 2) talep koşulları, 3) ilgili ve destekleyici endüstriler 4) firma stratejisi, yapısı ve rekabeti (Porter, 1990). Porter'ın elmas modelinde tanımlanan kuvvetler ulusal ve bölgesel rekabet açısından kümelenme kavramını bölgelerin rekabet edebilirliğinin araştırılmasında temel analiz konusu haline getirmiştir (Armatlı Köroğlu, 2011: 319).

Porter ekonomide coğrafyanın önemini vurgulayan ilk yazarlardan birisidir (Alexandros ve Metaxas, 2016). Porter'e (1998) göre bugünün dünyasındaki ekonomik haritaya kümelenme olarak tanımladığı yapı hakimdir ve kümelenme, birbirine bağlı şirketlerin ve belirli bir alandaki kurumların coğrafi konsantrasyonlarıdır. Porter (1998) temelde şu soruyu sormaktadır: "teoride, daha açık küresel pazarlar ve daha hızlı ulaşım ve iletişim, konumun rekabet içindeki rolünü azaltmalıdır; ancak, eğer konum daha az önemliyse, neden

Boston'da dünya standartlarında bir yatırım fonu şirketi bulma ihtimali diğer yerlerde olduğundan çok daha yüksektir?". Sorunun cevabını ise şu şekilde vermektedir; küresel bir ekonomideki kalıcı rekabet avantajları, uzak rakiplerin yakalayamayacağı giderek artan biçimde yerellikte- bilgi, ilişkiler, motivasyonda- yatmaktadır (Porter, 1998). Firma yığılmaları sonucu oluşan kümeler aynı zamanda konum-lokasyon hakkında yeni bir düşünme şekli sunarak, şirketlerin nasıl yapılandırılması gerektiği, üniversiteler gibi kurumların firmaların rekabet başarısına nasıl katkıda bulunabileceği ve hükümetlerin ekonomik kalkınmayı ve refahı nasıl destekleyebileceği konularını ele almaktadır.

Kümelenme kavramını ilk kez tanımlayan Porter'dır (1990), ancak yaklaşım çeşitli yazarlar tarafından zaman içinde geliştirilmiştir. Kavramın kökeni Marshall'ın (1920) "yığılma ekonomileri" ve "sanayi bölgesi" gibi kavramlarına kadar uzanmaktadır (aktaran Armatlı Köroğlu, 2011: 318; Armatlı Köroğlu ve diğerleri, 2012; Erkuş-Öztürk, 2011; Kim ve Wicks, 2010). Marshall'a (1920) göre firmalar coğrafi yakınlık içerisinde bulundukları zaman pozitif dışsallık ve ölçek ekonomileri üretirler ve bu yığılma etkileri genel üretkenliğe katkıda bulunabilir (aktaran Armatlı Köroğlu, 2011: 318; Kim ve Wicks, 2010), ayrıca uzmanlaşmış bir veya birkaç sanayi dalının belirli bir alanda yoğunlaşmasının, bireysel olarak firmalara mal temininde, vasıflı işgücüne ulaşmada, teknolojik bilginin yayılmasında avantajlar sağlar (aktaran Armatlı Köroğlu ve diğerleri, 2012). Perroux (1955) ise yığılma yaklaşımına dayanarak ünlü büyüme kutupları kuramını geliştirmiştir. 1980'lerde coğrafi olarak yoğunlaşmış ve yüksek oranda uzmanlaşmış küçük ve orta ölçekli firmaların ekonomik ağlarla yatayda bütünleşmesi yeni sanayi bölgeleri yaklaşımını oluşturmuştur (Harrison, 1992; Pyke ve diğerleri, 1990). Kümelenme konusunda kavramın kuramsal temelinin kurulmasına büyük katkı sağlayan ve en cok adı geçen diğer yazar Krugman'dır. Porter (1990) rekabet üstünlüklerine vurgu yaparken, Krugman (1994) dışsallıkların getirisini öne çıkarmaktadır.

Porter'ın (1990, 1998) kümelenme tanımında öne çıkan iki temel bileşen diğer yazarlarca yapılan tanımlara da temel oluşturmaktadır.

- Birinci bileşen bir kümedeki firmaların bir şekilde bağlantılı, ilişkili olması gerekliliğidir (Albrecht, 2013; Armatlı Köroğlu, 2011: 319; Armatlı Köroğlu ve diğerleri, 2012; Armatlı Köroğlu, 2013; Armatlı Köroğlu ve Özelçi Eceral, 2017; Baggio, Scott, ve Cooper, 2011; Camison ve Fores, 2015; Dredge, 2006; Eraydın ve Armatlı Köroğlu,

2005; Erdoğanaras ve diğerleri, 2023; Erkus Özturk, 2009, 2011; Erkus-Öztürk ve Eraydın, 2010; Eraslan ve Dönmez, 2015; Iorio ve Corsale, 2014; Keskin ve Dulupçu, 2010; Lynch ve Morrison, 2007: 50; Maldonado-Erazove diğerleri, 2020; Marshall, 1920; Polenske, 2004; Poon, 1990; Porter, 1990; Santos ve diğerleri, 2008; Tolkach ve diğerleri, 2013; Urano ve Nóbrega, 2020; Wilkinson ve March, 2009)

- İkinci ve vazgeçilmez bileşen ilişkili firmalar grubunun coğrafi yakınlığının bulunması koşuludur (Armatlı Köroğlu, 2011: 319; Armatlı Köroğlu ve diğerleri, 2012; Armatlı Köroğlu, 2013; Armatli Köroğlu ve Özelçi Eceral, 2017; S. K. Cunha ve J. C. Cunha, 2005; Donald ve Leila, 2009; Erkuş-Öztürk, 2011; Estevão ve Ferreira, 2009; Kachniewska, 2013; Keskin ve Dulupçu, 2010; Kim ve Wicks, 2010; Michael, 2007: 24; Nordin, 2003; Perles Ribes ve diğerleri, 2017; Santos ve diğerleri, 2008; Yalçınkaya ve Güzel, 2019). İlgili yazında "yakınlık" kavramı mekansal yakınlık ve örgütlenmiş yakınlık olmak üzere iki temel bağlamda ele alınmaktadır (Armatlı Köroğlu ve diğerleri, 2012). Torre ve Rallet (2005, 2009) paralelinde çalışmalarında firmalar arasında ilişkinin kurulması için mekansal yakınlığın zorunlu bir koşul olmadığını, ancak firmalar arası etkin ilişkilerin "örgütlenmiş yakınlığı" gerektirdiğini vurgulamaktadırlar (aktaran Armatlı Köroğlu ve diğerleri, 2012).

Porter (1998) kümeleri, değer zincirini düzenlemenin alternatif bir yolu- yatay ile diğer yandan dikey entegrasyon arasında bir tür yeni mekansal organizasyonel yapı olarak tanımlamaktadır. Küme kavramına yönelik diğer tanımlar; üretim zincirinin farklı aşamalarında uzmanlaşmış firmalar arasında yerel ilişkiler (Armatlı Köroğlu ve diğerleri, 2012); endüstriyel zincirdeki farklı seviyelerden firmalar arasında yakın yerel bağlantılar içeren yerelleştirilmiş bir uzman kuruluş ağını (Erkus Özturk, 2009) olarak ele alınmıştır.

3.1.1. Kümelenme modeli ve rekabetçilik ilişkisi

Kümeler ve rekabetçilik ilişkisi incelendiğinde; kümeler, rekabeti üç şekilde etkilemektedir: bölgedeki şirketlerin verimliliğini artırarak, yenilikçiliğin yönünü ve hızını belirleyerek, yeni işletmelerin oluşumunu teşvik ederek (Porter, 1998). Kümenin rekabetçiliğe en büyük katkısı verimlilik artışları ile ilişkilidir. Porter (1998) bir kümenin, her üyenin daha büyük bir ölçeğe sahipmiş gibi ya da başkalarıyla resmi olarak birleştirilmiş gibi, esnekliğini feda etmesine gerek kalmadan faydalanmasını sağladığını ve küme üyeleri arasındaki bağlantının toplamının, parçalarının toplamından daha büyük bir sonuç verdiğini savunmaktadır.

Kümelerde düşük işlem maliyetleri (Armatli Köroğlu ve Özelçi Eceral, 2017), derin ve uzman bir tedarikçi temeli sağlaması, özel bilgilere erişim (Porter, 1998), ortak konumlanmış Ar-Ge, bileşen üretimi, montaj, pazarlama, müşteri desteği ve hatta ilgili işletmelerin ortaklaşa kullanılması nedeniyle kaynak sağlamada ve teknoloji ile bilginin paylaşılmasında iç verimliliği kolaylaştırabilir (Porter, 1998).

Porter'a (1998) göre yerelde bulunan bilgi; bu bilginin paylaşılabilir olması, bu paylaşım esnasında oluşan sinerji, motivasyon, rekabet ile oluşan pozitif dışsallık, ölçek ekonomisi firmaların yer seçim kararlarına etki etmektedir. Kümeler aynı zamanda dikey entegrasyonun katılıklarını dayatmadan yatay ilişkilerin doğasında var olan sorunları azaltır; ağlar, birleşme ve ortaklıklar gibi kalıcı bağlantılar oluşturmak ve sürdürmek için yönetim zorluklarını azaltır (Porter, 1998).

Kümeler hem rekabeti hem de iş birliğini teşvik eder (Armatli Köroğlu ve diğerleri, 2017; Keskin ve Dulupçu, 2010; Porter, 1998; Santos ve diğerleri, 2008). Çoğunluğu dikey olmak üzere, ilgili endüstrilerdeki firmalar ve yerel kurumları kapsayacak şekilde iş birliği vardır; rekabet iş birliği ile bir arada bulunabilir çünkü farklı boyutlarda ve farklı oyuncular arasında olur (Porter, 1998). İlave olarak yerel rekabet … emsal baskısı (peer pressure) bir küme içinde rekabetçi baskıyı artırır (Porter, 1998) ve kolektif eylem koalisyonlarını (coalitions of collective action) güçlendirir (Wilkinson ve March, 2009).

3.1.2. Kümelenme modeline yönelik eleştiriler

Kümelenme yaklaşımına yönelik literatürde yer alan bazı eleştiriler şu şekildedir: tanımı belirsizdir (Erkus Özturk, 2009; Mazzarol, Patmore, ve Heemst, 2005; Perles Ribes ve diğerleri, 2017), coğrafi açıdan hangi mekansal ölçekte kümelenme sürecinin işlediği belirsizdir (Armatlı Köroğlu, 2011: 320-321; Perles Ribes ve diğerleri, 2017); statik bir modeldir (Alexandros ve Metaxas, 2016); gerçek bir metodolojisi yoktur (Perles Ribes ve diğerleri, 2011; Santos ve diğerleri, 2008); küme oluşumu için bir reçete olarak çok az şey sağlar, çünkü analitik bir araçtır (Michael ve Hall, 2007: 129); ağların ve ağlarda tanımlanan ilişkilerin yapısına ve aktörlerine ilişkin önemli belirsizlikler vardır (Armatlı Köroğlu, 2011: 320); kamu sektörü müdahalesine yön vermemektedir (Michael ve Hall, 2007: 130); model makro ölçekli bölgelere yönelik yararlıdır; ancak mikro veya yerel ortamlarda geçerliliği daha azdır (Michael ve Hall, 2007: 129; Michael, 2007: 38); işbirliğinden doğabilecek

fırsatlardan faydalanma olasılığından bahsetmez (Alexandros ve Metaxas, 2016); bölgesel bir yığılma kümelenme gelişimine yol açmak zorunda değildir (Michael ve Hall, 2007: 133).

3.2. Kümelenme Yaklaşımının Turizm Endüstrisine Uyarlanması

Kümelenme yaklaşımının 2000li yıllarda turizm endüstrisine uyarlayan kısıtlı sayıda çalışma (S. K. Cunha ve J. C. Cunha, 2005; Donald ve Leila, 2009; Erkus Öztürk, 2009; Erdoğanaras, Cihangir Çamur, Erol, ve Bıyıklı, 2023; Estevão ve Ferreira, 2009; Kachniewska, 2013; Kim ve Wicks, 2010; Michael, 2007; Nordin, 2003; Novelli ve diğerleri, 2006; Perles Ribes ve diğerleri, 2017; Tinsley ve Lynch, 2001; Yalçınkaya ve Güzel, 2019) bulunmaktadır. Kümelenme yaklaşımını turizm endüstrisine uyarlayan bazı çalışmalar ise makro ölçekli ve kitle turizmine dayanan turizm destinasyonlarını ele almaktadır (örneğin Erkuş, 2009; Erdoğanaras ve diğerleri, 2023). Mikro ölçekli turizm destinasyonlarına yönelik kümelenme çalışmaları oldukça kısıtlı düzeydedir ve yapılan çalışmalardan bazılarının varsayımları (Michael, 2007) kanıtlanmamıştır.

Büyük oranda sanayi kümelerine uyarlanan Porter'ın kümelenme yaklaşımı rekabete dayalı ekonomik bir yaklaşımı vermektedir (Nordin, 2003; Novelli, Schmitz, ve Spencer, 2006). Turizm endüstrisi ise içerisinde yerel halk ve ekolojik kaynakları barındıran, çok aktörlü ve çok farklı sektörleri bir araya getiren bir yapıdadır. Kümelenme yaklaşımını turizm endüstrisi açısından tartışabilmek için öncelikli olarak turizm endüstrisini diğerlerinden ayıran özellikleri ele almak gerekmektedir.

3.2.1. Turizm endüstrisinin özellikleri

Turizm endüstrisinde diğerlerinden farklı olarak tamamlayıcılık ilişkisi çok önemlidir (Camison ve Fores, 2015; S.K. Cunha ve J. C. Cunha, 2005; Porter, 1998). S.K. Cunha, ve J.C. Cunha'ya (2005) göre, "yığmanın (turizm kümesinin) parçaları genellikle etkili bir şekilde birbirine bağımlıdır; birinin kötü performansı diğerlerinin başarısını tehlikeye atabilir.

Turizm sıklıkla bulundukları bölgede mevcut olan kaynaklara dayalı niş ürünler biçimindedir (Hall ve diğerleri, 2007: 142); nispeten küçük işletmeler hakimdir (Buhalis, 2000; Buhalis ve Main, 1998; Hall ve diğerleri, 2007: 142; Kale, 2016; P. E. Murphy ve A.

E. Murphy, 2004: 84, 328; Perles Ribes ve diğerleri, 2017; Thomas ve diğerleri, 2011); aile işletmesi, yaşam tarzı işletmesi yaygındır (Buhalis ve Main, 1998; Kale, 2016; P. E. Murphy ve A. E. Murphy, 2004: 228).

Diğer endüstrilerin aksine, ürün değil, seyahat eden tüketicidir (Erkuş-Öztürk, 2011; P. E. Murphy, 1985: 10; Santos ve diğerleri, 2008) ve "ilişkiler" ile "fenomenler" bir turist destinasyonunda gerçekleşir (Tinsley ve Lynch, 2001); turistik malların depolanmasının mümkün olmaması nedeniyle üretilen mal ve hizmetin tüketimi ve sunumunun eş zamanlı olması gerekir (P. E. Murphy ve A. E. Murphy, 2004: 83-84). Bu anlamda turizm faaliyetinin gerçekleştiği fiziksel çevrenin korunması çok önemlidir (S. K. Cunha ve J. C. Cunha, 2005; Hassan, 2000; Murphy, 1985).

Turizm özellikle sanayileşememiş, kaynakları ve nüfusları sanayileşmeye uygun olmayan (Armutlu, Güngör ve Aldırmaz, 2016); doğal kaynakların genellikle tarımsal veya endüstriyel amaçlar için uygun olmadığı, alternatif iş fırsatının az olduğu küçük topluluklar için (P. E. Murphy, 1985: 262-262) ekonomik temellerini çeşitlendirmek (Othman ve diğerleri, 2013) yoluyla yerel ekonomik kalkınma açısından çok önemli bir araçtır (Erkuş-Öztürk, 2011; Fiorello ve Bo, 2012: 758; Karacaoğlu ve diğerleri, 2016) ve durgunluk dönemlerinde bile çevre bölgelerdeki yerel ekonomilerin entegrasyonunu desteklerler (Buhalis ve Main, 1998).

Turizm sektörü hem diğer sektörlerdeki gelişmeden etkilemekte hem de öteki sektörlerin gelişmesine katkıda bulunmaktadır (Şen ve Şit, 2015); ekonomide çarpan etkisine neden olmaktadır (Buhalis ve Main, 1998; P. E. Murphy, 1985: 250; Michael, 2007: 39). Emek yoğun bir sektördür (Michael, 2007: 40; P. E. Murphy, 1985: 262); doğrudan veya dolaylı olarak istihdam sağlayıcı etkisi vardır (Buhalis ve Main, 1998); genç vasıflı ve eğitimli işçilerin göç etmesini engellemenin, kadın işgücü için yeni fırsatlar sağlayacak olan üçüncül istihdamla desteklemenin bir yoludur (P. E. Murphy, 1985: 263); yaratılan istihdam genellikle düşük ücretli ve mevsimliktir (P. E. Murphy, 1985: 373; Yanes ve diğerleri, 2019: 2); emekli olma eğiliminde olabilecek daha büyük yaş gruplarını destinasyona çeker (P. E. Murphy, 1985: 264-265).

Turizm türüne göre mevsimsellikten veya küresel krizlerden etkilenir ve bu anlamda kırılgan bir yapıdadır (Erkuş Öztürk, 2009; Kale, 2016; P. E. Murphy, 1985: 59; P. E. Murphy ve A.

E. Murphy, 2004: 40); oldukça parçalanmıştır (Jamal ve Getz, 1995; P. E. Murphy ve A. E. Murphy, 2004: 291; P. E. Murphy, 1985: 10; Reed, 1997: 567).

Fiziksel kaynakların korunması turizm endüstrisinin gelişimi ve hayatta kalması için kilit faktördür (Crouch ve Ritchie, 1999; S. K. Cunha ve J. C. Cunha, 2005; P. E. Murphy ve A. E. Murphy, 2004: 292); soyut mekana-yerel ve sosyal aktörler arasında etkileşime diğer sektörlere göre daha fazla bağımlıdır (S. K. Cunha ve J. C. Cunha, 2005: 48); yerel topluluk kültürün korunması ve ev sahibi toplulukların iyi niyet ve işbirliğine ve misafirperverliğine yüksek derecede bağlıdır (Crouch ve Ritchie, 1999; P. E. Murphy ve A. E. Murphy, 2004: 3, 13; P. E. Murphy, 1985: 13). Turizmin karmaşık doğasının özel işletmeler, kamu kuruluşları ve gönüllü dernekler olmak üzere toplumun bütün kesimlerini kapsar (Michael, 2007: 109).

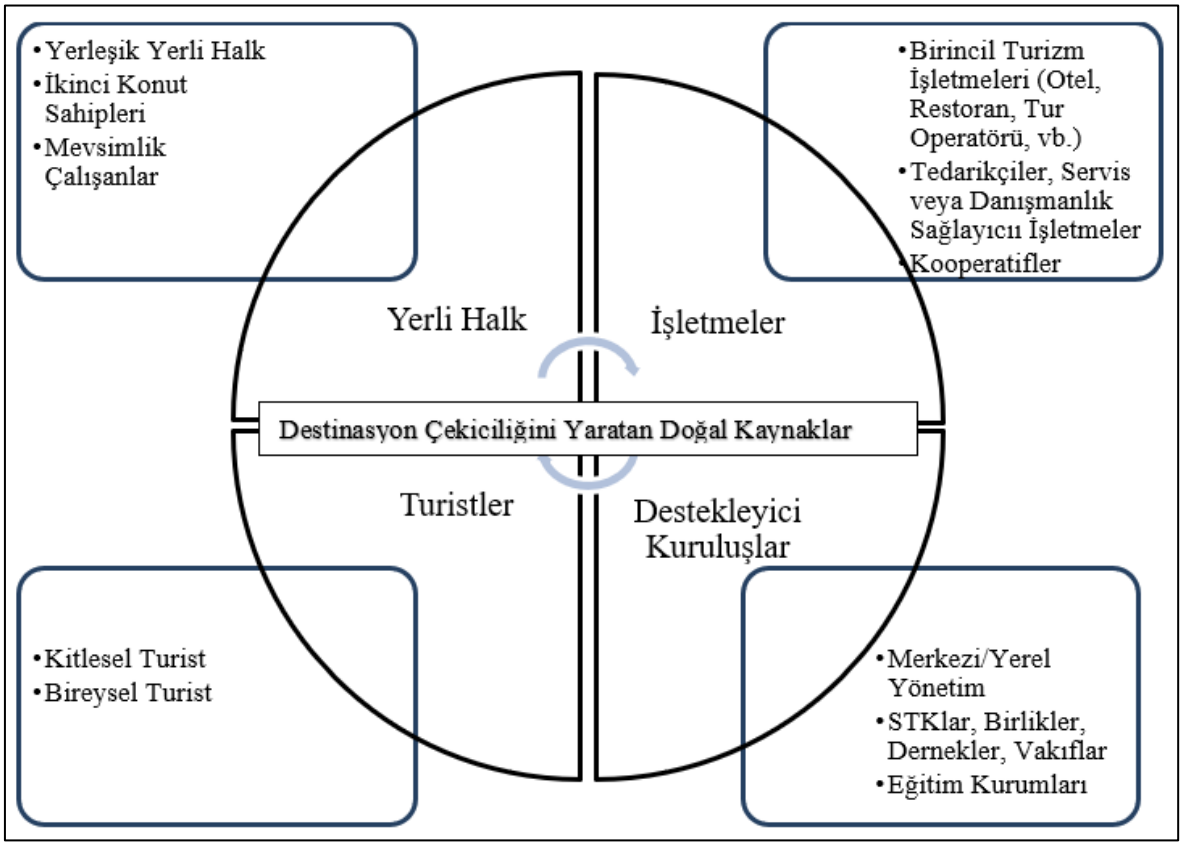
Seyahat deneyiminin önemli bir kısmı genellikle ücretsiz/kamusal mallarıdır (manzara, plajlar, parklar gibi olanaklar ve yollar veya yürüyüş parkurları aracılığıyla erişim) ve turizm kaynaklarının kapsamlı bir şekilde geliştirilmesi için devlet yardımı kaçınılmazdır (P. E. Murphy, 1985: 60-61).

3.2.2. Turizm Kümelenme Yaklaşımı

Kümelenme yaklaşımının 2000li yıllarda turizm endüstrisine uyarlamaları dikkat çekmektedir. Kümelenme modelinin hizmetler sektörüne de uyarlanabileceği Porter (1990) yanında çeşitli yazarlar tarafından ifade edilmiştir (Eraslan ve Dönmez, 2015; Santos ve diğerleri, 2008). S.K. Cunha ve J.C. Cunha (2005, p. 48) küme kavramının, turizm faaliyetlerinin belirli özelliklerine uygun olduğu; turizm ürününün yerel tabanla (fiziksel alan ve sosyal aktörler) etkileşime girerek, kümelenme oluşturmak için büyük güce sahip birbiriyle ilişkili işletmelerin ortak eylemlerine yol açtığını belirtmektedir. Kim ve Wick (2010) tipik olarak küçük ve orta ölçekli işletmelere dayanan parçalı bir yapı ve aynı ekonomik sektörlerde olması gerekmeyen katılımcılardan oluşan bir ağ ile karakterize edilen turizm sektörü için kümelenme yaklaşımının çok uygun olduğunu savunmaktadır.

S. K. Cunha ve J. C. Cunha'ya (2005) göre turizm kümelenmeleri genellikle yerleşik olmayanların ilgisini çeken bir dizi turistik yer, turizm hizmeti şirketleri (restoranlar, konaklama, ulaşım hizmetleri, el sanatları, seyahat acenteleri vb.), turizm hizmetlerine

destek sağlayan sektörler, uygun ve düşük maliyetli altyapı (yollar, enerji, sanitasyon, sağlık vb.) hizmetleri, özel nitelik, bilgi ve mali sermaye sağlayan şirketler ve kurumlar, sınıf dernekleri (class associations) şeklinde örgütlenmiş stajyer acenteler, turizm kümesini etkileyen devlet kurumları ve diğer düzenleyici kurumlardan oluşmaktadır. Turizm sektörünün içerisinde yer alan ana ve tamamlayıcı hizmetler ile destekleyici kurum, kuruluşlar aşağıda yer alan turizm kümelenme haritasında (Şekil 3.1) en temel şekilde listelenmektedir.



Şekil 3.1. Turizm küme haritası

Turizm kümelenmesi, kümelenme yaklaşımı ve turizm sektörünün yapısal özellikleri çerçevesinde örgütlenmiş, birbiriyle bağlantılı firma ve kurumların coğrafi yığılmasıdır. Literatürde yer alan diğer tanımlara göre turizm kümelenme yaklaşımı, turizm endüstrisinde boş zaman memnuniyetinin farklı yönlerinde uzmanlaşmış bağlantılı firma ve kurumların coğrafi yığılmasıdır (Cunha ve Cunha, 2005; Donald ve Leila, 2009; Estevão ve Ferreira, 2009; Kachniewska, 2013; Kim ve Wicks, 2010; Nordin, 2003; Perles Ribes ve diğerleri, 2017; Yalçınkaya ve Güzel, 2019). Turizm kümelenmesi bir turizm ürününe veya ürün grubuna bağlı bir şirketler ve kurumlar grubunun mekansal olarak yoğunlaşmasıdır ve dikey

(turizm üretim zinciri içinde) ve yatay ilişkilere (bir turizm ürünü teklifiyle ilgilenen benzer acenteler arasında faktör, yetki ve bilgi alışverişini içeren) sahiptir (S. K. Cunha ve J. C. Cunha, 2005).

Turizm endüstrisinin kendine özgü özellikleri kümelenme yaklaşımı açısından yerel ekonomik kalkınmanın sağlanmasında tamamlayıcılık, yerel halkın rolü, ekolojik çevre gibi farklı konuların vurgulanması ihtiyacı bulunmaktadır.

Turizm kümelenmesine yönelik çalışmalarda firmalar arasındaki tamamlayıcılık ilişkisine vurgu yapılmaktadır. Loukissas ve Triantafyllopoulos (1997), "turizm ürününün bir kümelenme, bir karışım, somut ve soyut unsurların birleşimi olduğunu" belirtmektedir (aktaran Camison ve Fores, 2015). Porter'a (1998) göre, "tipik bir turizm kümesinde, bir ziyaretçinin deneyiminin kalitesi yalnızca birincil çekiciliklerin özelliğine değil aynı zamanda tamamlayıcı işletmelerin kalitesine ve verimliliğine de bağlıdır". Buna paralel olarak: K. Cunha, ve J.C. Cunha'ya (2005) göre, "yığmanın (turizm kümesinin) parçaları genellikle etkili bir şekilde birbirine bağımlıdır; birinin kötü performansı diğerlerinin başarısını tehlikeye atabilir".

İlave olarak turizm kümelenmesine yönelik çalışmalarda turizmin özelliklerinden kaynaklı turizm destinasyonunun çekicilik yaratan özelliklerinin korunması ve yerel halkın refahının sağlanması (Crouch ve Ritchie, 1999; S.K. Cunha ve J.C. Cunha, 2005; Kim ve Wicks, 2010; P. E. Murphy, 1985: 108; Santos ve diğerleri, 2008) konularına vurgu yapılmaktadır.

3.2.3. Kümelenme yaklaşımının turizm endüstrisine uyarlanması kapsamında eleştiriler

Kümelenme yaklaşımına yönelik eleştiriler bulunduğu önceki bölümde belirtilmiştir. Bu eleştiriler turizm kümelenme yaklaşımı için de geçerli olmakla birlikte kümelenme yaklaşımının turizm endüstrisine uyarlanmasına yönelik literatürde ilave eleştiriler bulunmaktadır. Yaklaşımın hizmetler sektörüne, özellikle de turizm endüstrisine uygulanmasının nadir olduğu (Perles Ribes, Rodríguez Ramón, ve Sevilla, 2011) veya marjinal olduğu (Nordin, 200; Novelli ve diğerleri, 2006); kümelenme yaklaşımını turizme uyguladığımızda modelin bütün unsurlarının aynı derecede başarı gösterdiğinin söylenemeyeceği (Perles Ribes ve diğerleri, 2017); turizm endüstrisi analizinde kümelenme

yaklaşımının kullanılması hala çok erken bir aşamada olduğu ve bunun sebebinin hem turizm faaliyetlerinin tanımlanmasındaki hem de kümenin kendisinin tanımlanmış bir kümelenme analiz metodolojisinin bulunmamasıyla bağlantılı olan karmaşıklığıyla ilişkilendirilebileceği (Santos ve diğerleri, 2008) yönünde görüşler vardır.

Kümelenme yaklaşımı turizm endüstrisine uygulanabilse de turizm endüstrisine uygulandığında kümelenme yaklaşımında kavramsal eksiklikler olduğunu eleştiren bazı yazarlar da vardır (Nordin, 2003; Novelli ve diğerleri, 2006; Perles Ribes ve diğerleri, 2017; Santos ve diğerleri, 2008). Kümelenme literatüründe ayrıca Porter'ın (1990, 1998) analizinin ekonomik kalkınmanın geniş ölçekli değerlendirmelerine iyi bir şekilde uygulanabilir olduğu, ancak mikro çevrelerin gelişimi için uygun olmadığı (Gooroochurn ve Sugiyarto, 2005; Michael, 2007: 38; Michael ve Hall, 2007: 129) yönünde eleştiriler de vardır.

3.3. Küme Ölçeğini Tartışan Mikro Turizm Kümelenme Modeli

Kümelenme yaklaşımının turizme uyarlanmasında ortaya çıkan kavramsal eksiklikleri dolaylı olarak tartışan ve esas olarak kümelenme yaklaşımının mikro ölçekli turizm destinasyonları açısından ele alan yaklaşım mikro küme yaklaşımıdır (Michael, 2007). Bu yaklaşım, küme ölçeği tartışmasının üstesinden gelmek için, küçük ölçekli çevrelerde yerel büyümeyi etkilemede turizmin rolünü ortaya koyan etkili bir araç olarak kabul edilmektedir (Gooroochurn ve Sugiyarto, 2005; Perles Ribes ve diğerleri, 2017; Sigurðardóttir ve Steinthorsson, 2018). Gooroochurn ve Sugiyarto'ya (2005) göre mikro turizm küme yaklaşımı "sosyal ve ekonomik çıkarları tek bir topluluğa bağlı olan coğrafi yakınlıktaki küçük firmaların yoğunlaşması ve küçük turizm destinasyonları için uzmanlaşmayı ve rekabet avantajını artıran bir kalkınma mekanizması" olarak tanımlamaktadır.

Hall ve diğerleri (2007: 144) mikro kümelenme modelini tamamlayıcı hizmet sağlayıcılarının (Brandenburger & Nalebuff, 1997) benzersiz bölümlere ayrılmış ürün veya hizmet sepetlerinin geliştirilmesini kolaylaştırdığı "çapraz kümelenme" (Poon, 1994) kavramıyla ilişkilendirir. Michael'a (2007: 26) göre, 'kümelenme tipolojisi, tamamlayıcı (veya simbiyotik) firmaların artan konsantrasyonunu tanımlamak için çapraz kümelenmeyi tanıyacak şekilde genişletilmiştir…. Her firma, ürünleri oldukça farklı olsa ve açıkça diğer endüstri sınıflandırmalarına ait olsa da, diğerlerinin faaliyetlerine değer katar. Hall ve diğerlerine göre (2007, s. 144) "mikro kümelenmeler yalnızca ortak yerleşimin

avantajlarından yararlanmakla kalmaz, aynı zamanda yerelliğin ürün tekliflerinin genişliğini ve endüstriyel çıktı fırsatlarını genişleten daha fazla kapsam ekonomisi yaratır".

Michael (2007: 33) ayrıca modelin bölgesel kalkınma politikası için henüz dinamik bir strateji olarak kendini kanıtlamadığını ve maliyetleri ve faydalarının hala varsayımlara tabi olduğunu savunmaktadır. Ayrıca Hall ve diğerlerine (2007: 144) göre modelin çok küçük topluluklar ve küçük işletmelerin gelişimi hakkında olduğu unutulmamalıdır; bu nedenle, bu ortak yerleşim biçiminden elde edilebilecek kazançlar hiçbir zaman önemli olmayacak ve yerel pazarın boyutunu bir süre içinde artırma potansiyeli ile sınırlandırılacaktır.

3.4. Turizm Kümelenme Yaklaşımına Yönelik Tartışmalar Çerçevesinde Rekabetçiliği Belirleyen Faktörler

Çalışmanın kümelenme yaklaşımına ilişkin bu bölümünde, firma rekabet gücünü etkileyen önemli faktörlerden bazıları kümelenme, turizm kümelenme ve mikro turizm kümelenme yaklaşımı çerçevesinde tanımlanmıştır. Firma içi kaynaklara dayalı bazı rekabetçilik faktörleri de bu bölümde ele alınmaktadır (Çizelge 3.1'de sıralandığı gibi).

Çizelge 3.1. Kümelenme yaklaşımı çerçevesinde turizm firmasının rekabet gücünü etkileyen faktörlerden bazıları ve ilgili literatür

Faktörler	İlgili Literatür
Yerel/Küresel/Topluluk Ağlarına Bağlantılı Olmak	(Albrecht, 2013; Armatlı Köroğlu, 2011: 319; Armatlı Köroğlu ve diğerleri, 2012; Armatlı Köroğlu, 2013; Armatlı Köroğlu ve Özelçi Eceral, 2017; Baggio, Scott, ve Cooper, 2011; Camison ve Fores, 2015; Dredge, 2006; Eraydın ve Armatlı Köroğlu, 2005; Erdoğanaras ve diğerleri, 2023; Erkus Özturk, 2009, 2011; Erkus-Öztürk ve Eraydın, 2010; Eraslan ve Dönmez, 2015; Iorio ve Corsale, 2014; Keskin ve Dulupçu, 2010; Lynch ve Morrison, 2007: 50; Maldonado-Erazove diğerleri, 2020; Marshall, 1920; Polenske, 2004; Poon, 1990; Porter, 1990; Santos ve diğerleri, 2008; Tolkach ve diğerleri, 2013; Urano ve Nóbrega, 2020; Wilkinson ve March, 2009)
Turizm Firmalarının Yığılması	(S. K. Cunha ve J. C. Cunha, 2005; Estevão ve Ferreira, 2009; Kim ve Wicks, 2010; Kachniewska, 2013; Nordin, 2003; Perles Ribes ve diğerleri, 2017)
İş birliği	(Armatlı Köroğlu B. , 2011: 317; Baggio ve diğerleri, 2011; Camison ve Fores, 2015; Erkuş-Öztürk, 2011; Graci, 2013; Lynch ve Morrison, 2007: 46; Polenske, 2004; Porter, 1990, 1998; Schmitz, 1999)
Dayanışma	(Baggio ve diğerleri, 2011; Camarinha-Matos, Afsarmanesh, ve Boucher, 2010: 1; Camison ve Fores, 2015; Colarič-Jakše ve Ambrož, 2015; Graci, 2013; Gray ve Wood, 1991; Hall, 2009; Jamal ve Getz, 1995; Kaku, 1997; K. Kumar ve Dissel, 1996; Polenske, 2004; Scott, Baggio ve Cooper, 2009)
Ürün Farklılaştırma	(Buhalis, 2000; Camison ve Fores, 2015; Porter, 1980: 45)

Çizelge 3.1. (devam) Kümelenme yaklaşımı çerçevesinde turizm firmasının rekabet gücünü etkileyen faktörlerden bazıları ve ilgili literatür

Belirli Bir Segmente Odaklanmak (Pazar veya Ürün)	(Buhalis, 2000; Porter, 1980: 46)
Yenilikçilik	(Aires, Costa, ve Brandão, 2022; Ambastha ve Momaya, 2004; Camison ve Fores, 2015; Cracolici ve diğerleri, 2008; Eraydın ve Armatlı Köroğlu, 2005; Hing, Thangavelu, ve Kong, 2023; Hjalager, 2010; Kallmuenzer ve Peters, 2018; Nordin, 2003; Novelli ve diğerleri, 2006; Porter, 1990, 1998; Stawasz, 2019)
Verimlilik (Efficiency) Üretkenlik (Productivity)	(Ambastha ve Momaya, 2004; Cracolici, Nijkamp, ve Rietveld, 2008;Porter, 1990, 1998)
Ölçek Ekonomisi	(Capon ve diğerleri, 1990; Koçak, 2018; Marshall, 1920; Porter, 1980:8, 1998)
Kapsam Ekonomisi Çapraz Entegrasyon	(Hall ve diğerleri, 2007: 142; Michael, 2007: 27; Poon, 2003; 133)
Kamu Kurumlarıyla İlişkiler Kapasite geliştirme	(Albrecht, 2013; Burgos ve Mertens, 2017; Camison ve Fores, 2015; Erkuş-Öztürk, 2011; Karacaoğlu ve diğerleri, 2016; Kim ve Wicks, 2010; Tolkach ve diğerleri, 2013; Porter, 1990, 1998; Yordam ve Düşmezkalender, 2019)
Kolektif Organlarla İlişkiler	(Camison ve Fores, 2015; Erkuş-Öztürk ve Terhorst, 2011; Papatheodorou, 2004; Porter, 1998)
İnsan Sermayesi Kaynakları	(Ambastha ve Momaya, 2004; Barney, 1991; (Becker, 1964: 1; Camison ve Fores, 2015; Chaston ve Mangles, 1987; Stawasz, 2019)
Fiziksel Sermaye Kaynakları	(Barney, 1991; Williamson, 1975)
Pazarlama, Reklam	(Ambastha ve Momaya, 2004; Camison ve Fores, 2015; Capon, Farley, ve Hoenig, 1990; Buhalis, 2000; Küçükaslan ve Ersoy, 2007; Tonny ve Robert, 2023)
Hizmet veya Ürünlerin Kalitesi	(Ambastha ve Momaya, 2004; Camison ve Fores, 2015; Capon, Farley, ve Hoenig, 1990; Küçükaslan ve Ersoy, 2007)
Bilgi Teknolojileri/Teknoloji/Büyük Veri (Big Data) Kullanımı	(Ambastha ve Momaya, 2004; Banwet, Momaya, ve Shee, 2003; Buhalis, 2000; Buhalis ve Main, 1998; Camison ve Fores, 2015; Papatheodorou, 2004; Porter, 1998; Poon A., 2003: 130-132; Ross, Beath, ve Goodhue, 1996; Sharma, Gupta, Sehrawat, Jain, ve Dhir, 2023; Thomas ve diğerleri, 2011)

Kümelenme modeli tüm sektörleri kapsasa da Porter'ın kavrama yönelik açıklamalarında turizm endüstrisine ilişkin bazı konulara vurgu yapılmaktadır. Porter (1998) "kümelenmelere yönelik olarak turizm, hazır giyim ve tarım gibi birçok küçük ve orta ölçekli şirketten oluşan, ölçeğe duyarlı işlevler üstlenecek kolektif yapıları" vurgulamaktadır. Ayrıca Porter (1998) "birçok kümelenmenin üniversiteler, standart belirleyici kurumlar, düşünce kuruluşları, mesleki eğitim sağlayıcılar ve ticari birlikler gibi hükümet kurumlarını ve diğer kurumları içerdiğini" belirtmektedir. Bu nedenle bu çalışmada, firmaların rekabet edebilirliği incelenirken yerel kalkınma kooperatifleri, STK'lar, meslek odaları ve kamu kuruluşları gibi kolektif kuruluşlarla olan ilişkileri kümelenme yaklaşımı çerçevesinde ele almaktadır. Bu kolektif yapılar ve destekleyici kurumlar firmaların rekabet ettiği ortama katkı sağlamaktadır.

Ayrıca kümelenme yaklaşımında vurgulanan ölçek ekonomileri[1] ve mikro küme yaklaşımında vurgulanan kapsam ekonomileri[2] firmalara daha yüksek verimlilik ve fiyat avantajı sağlamaktadır. Turizm sektöründe ölçek ekonomisinin sağlanabilmesi için paket tur kapsamında seyahat acenteleri/tur operatörleri aracılığıyla kitlesel bir turist hareketine ihtiyaç duyulmaktadır. Turizm sektöründe kapsam ekonomisi sağlamak için ise firmaların ziyaretçilerine konaklama, yeme-içme, eğlence, araba kiralama, balon turu vb. tamamlayıcı turizm ürünlerini eş zamanlı olarak sunması gerekmektedir. Bu tez çalışmasında ölçek ekonomileri açısından bir analiz yapılmamakla birlikte, mikro turizm kümelenme modelinin temeli varsayımlarından olarak kabul edilen kapsam ekonomilerinden yararlanma durumu rekabetçiliğe katkı sağlayan bir faktör olarak ele alınmaktadır.

Yerelin rekabet gücünü artırmada kümelenme modeli bölümü değerlendirme:

Bu bölümde tez çalışmasının genel çerçevesini oluşturan ve firma rekabetçiliğine etki eden iş ortamını temsilen kümelenme yaklaşımı ve bu yaklaşımın turizm endüstrisine uyarlanmasındaki tartışmalar, mikro küme yaklaşımına yönelik tartışmalar ele alınmıştır.

Bu bölümde vurgulanan konular, kümelenme yaklaşımına yönelik eleştiriler bulunduğu, bu eleştirilerin turizm endüstrisi açısından da geçerli olduğu, ilave olarak yaklaşımın yerel halkın turizmde rolü ve fiziksel çevrenin korunması konularını dikkate almadığıdır.

Bu bölümde vurgulanan konular kapsamında belirlenen rekabetçilik faktörleri kümelenme yaklaşımından gelen kavramlar (ağ bağlantıları, yığılma, işbirliği, dayanışma, yenilikçilik, kolektif kuruluşlar ile ilişkiler, devletin rolü) ve mikro küme yaklaşımından gelen kavramlar (çapraz kümelenme-tamamlayıcılık, kapsam ekonomileri) ve ilave olarak firma içi kaynaklara dayalı bazı faktörlerdir.

[1] Ölçek ekonomileri, "dönem başına mutlak üretim hacmi arttıkça bir ürünün (veya bir ürünü üretmek için gereken işlem veya işlevin) birim maliyetinin azalması" anlamına gelir (Porter, 1980: 8).
[2] Kapsam ekonomileri, "farklı ürün gruplarının her birinin farklı uzman firmalar tarafından üretilmesi yerine, tek bir firma tarafından aynı anda üretilmesi ile maliyet tasarrufu sağlama olanağını" tanımlamaktadır (Poon, 2003: 136).

4. SÜRDÜRÜLEBİLİR TURİZM YAKLAŞIMLARINA GEÇİŞ: TOPLULUK TEMELLİ TURİZM

Topluluk temelli turizm yaklaşımı sürdürülebilir turizm planlama yaklaşımlarından birisidir (Maldonado-Erazo ve diğerleri, 2020). Bu bölümde turizmde sürdürülebilir yaklaşımların geliştirilmesine neden olan gelişmeler ele alınmakta ve sonrasında sürdürülebilir bir turizm yaklaşımı olan topluluk temelli turizm ve temel kavramları ele alınmaktadır.

4.1. Turizmin Gelişim Sürecinde Sürdürülebilir Yaklaşımlara Geçiş

Sanayi öncesi çağda seyahat zengin ve ayrıcalıklı sınıflarla sınırlıydı; ilk gezginler kaşiflerdi, seyahatlerini keşifle birleştirirlerdi. Bunun yanında hac ziyaretleri, kaplıca ziyaretleri ve sahil beldelerine yapılan ziyaretler de bulunmaktaydı. Sanayi devrimi, turizm gelişiminin ölçeğinde ve türünde büyük değişiklikler getirmiştir. Turizmin tüm Dünyada hızlı bir gelişim göstermesi 20. yüzyılın ilk yarısında başlayan ve turizm sektöründe bir başlangıç olarak kabul edilen kitle turizmine dayanmaktadır (Kısa Ovalı, 2007). Büyüyen orta sınıfın artan gelirleri ve boş zaman imkanı, demiryolunun getirdiği ölçek ve hareketlilik, sonrasında artan otomobil kullanımı, 2. Dünya Savaşı'ndan sonraki jet motorlarının geliştirilmesi, jet uçakları, promosyon ücretleri, kiralamalar, daha ucuz petrol, Keynesyen temelli ekonomik büyüme, dünya barışı, refah artışı, ücretli tatiller, güneşe meraklı turistler, çok uluslu şirketler, franchising şirketler ve artan dikey ve yatay entegrasyon (Poon, 1990) kitle turizm pazarının başlangıcına neden olmuştur (Michael, 2007: 30).

Kitle turizmi büyük ölçekli satılan, standartlaştırılmış, kişi başı harcama düzeyi düşük paketlerden oluşan, deniz-kum-güneş odaklı, kitlesel hareket edilen, kitle pazarına hizmet eden büyük şirketlerden oluşan (Papatheodorou, 2004; Poon, 2003: 131-133); artan ziyaretçi hacmi ile bir seyahat deneyimi sunmak için dikey bağlantılar yoluyla bir araya gelen sayısız üretim ve hizmet işletmesi ile oluşan ölçek ekonomileri anlamına gelen; büyümeyi destekleyen ve bu anlamda yeni işletmeler ve istihdam sağlayan bir turizm gelişim yaklaşımıdır (Michael, 2007: 30). Diğer taraftan, kitle turizmi yerel nüfus oranına göre aşırı turist yoğunluğuna sebep olan ve dolayısıyla destinasyon çekiciliğini yitirmesine neden olan, turizm arzı taşıma kapasitesini aşmış ve yaşam döngülerinin doygunluk veya düşüş evrelerine ulaşmış olduğu (Buhalis, 2000); kişisel temasları en aza indiren toplu üretim

ortamları ile topluluk duygusunu yok eden bir yaklaşım (Poon, 2003: 131) olarak kabul edilmektedir.

Kitle turizmi modern paket turu ve dikey bağlantlar yoluyla ölçek ekonomilerine neden olur. Bir otobüs, uçak veya otele tam kapasite garanti edilebiliyorsa, genel giderler çok sayıda ziyaretçiye yayıldığından yolcu başına maliyet önemli ölçüde düşer. Buna seyahat acentesine, ulaşım sistemine ve konaklamaya sahip bir şirketin avantajları da eklendiğinde ve ziyaretçiyi bir şubeden diğerine yönlendirerek ve sistem genelinde yüksek iş hacmi sağlandığında büyük tasarruflar yapılabilir ve ölçek ekonomileri oluşur. Böyle bir düzenlemenin tasarrufları bir dereceye kadar yolcuya aktarılabilir ve böylece çekici ve rekabetçi bir paket sağlayabilir.

Diğer taraftan 1980'lerden itibaren imalat sanayine yönelik endüstriyel yeniden yapılanma sürecinde fordist üretimden post fordist (esnek üretime) üretime geçilmesi (Polenske, 2004), havayolu endüstrisinin ve finansal hizmetlerin kuralsızlaştırılması, yeni bilgi teknolojileri sisteminin yayılması (Poon, 2003: 130-132), değişen tüketici zevk ve tercihleri (Colarič-Jakše ve Ambrož, 2015: 231) ile yeni alternatif bir turizm anlayışı ortaya çıkmıştır. Bu yeni alternatif turizm yaklaşımının temeli esneklik, segmentasyon, çapraz entegrasyona (Poon, 2003: 133) dayanmaktadır. Bu alternatif turizm yaklaşımı nişlere hitap eden küçük ölçekli turizm işletmelerine dayanır (Buhalis, 2000; D. Harrison ve Schipani, 2007; Papatheodorou, 2004; Wheeller, 2003: 228).

Bu alternatif turizm yaklaşımında seyahate katılanlar az sayıda gruplar halinde (15-20 kişi) veya bireysel olarak seyahat ederler, ağırlıkla eğitimli kişilerdir (Buhalis, 2000; Wheeller, 2003: 228); doğaya duyarlıdırlar, yöre halkıyla ilişki kurmak isterler ve yöre halkının çıkarlarını gözetirler; yerel dilleri ve kültürlerini araştırarak gelirler, deneyim ve hatıralara önem verirler (Buhalis, 2000). Daha fazla kişiselleştirme, özgünlüğün turistler tarafından talep edildiği bu yaklaşımda (Durán-Román ve diğerleri, 2021; Papatheodorou, 2004) bireysel hareket eden turistler doğayı deneyimlemek amaçlı, sadece eğlenmek için, içinde varlık göstermek, tatmin amaçlı (Poon, 2003: 133) seyahat ederler. Bu modern turistler yenilikçi ve çeşitli ürün ve hizmetler beklemektedir (Colarič-Jakše ve Ambrož, 2015).

Turizm faaliyetinin neden olduğu potansiyel çevresel, sosyal ve kültürel etkilere ilişkin olarak turistler ve destinasyon aktörleri arasında artan bir endişe çerçevesinde şekillendirilen

(Durán-Román ve diğerleri, 2021) bu yeni yaklaşımda turizm toplam bir “refah yaratma sistemi” (Poon, 2003: 133) olarak ele alınır. Ekolojik olarak sağlam, turizm gelişiminin hızı yavaş, kontrollü olması istenir ve yerel entegrasyonun sağlanması hedeflenir (Wheeller, 2003: 228).

Kitle turizmi deneyimi, mevcut ve potansiyel destinasyonların geliştirilmesine daha temkinli yaklaşılmasına yol açmıştır (P. E. Murphy, 1985: 404). Turizmin kalkınma aracı olarak kullanılmasına yönelik ilgi 1970’lerden itibaren başlamış, fakat turizmin yoksulluğun azaltılmasına yönelik rolüne 1990’larda odaklanılmıştır. Bundan sonra pro-poor turizmi tanınmış ve turizm planlamasında yoksulluğun giderilmesi ahlaki bir sorun olarak görülmüştür (D. Harrison ve Schipani, 2007). Karacaoğlu ve diğerleri (2016) benzer şekilde 1990’ların başından itibaren kitle turizminin yarattığı olumsuz etkilere müdahale olarak, eko-turizm, yoksul odaklı turizm, sorumlu turizm, topluluk temelli turizm, gönüllü turizm, adil turizm gibi isimlerle adlandırılan, sürdürülebilir turizm gelişimini sağlamaya yönelik modellerin ortaya çıkmıştır.

Sürdürülebilir turizm kavramı Dünya’da 1990’lardan itibaren popüler olmuştur (D. Harrison ve Schipani, 2007). Turizmin sürdürülebilir gelişiminin sağlanması açısından çeşitli uluslararası sözleşmeler ve bildiriler ile temel ilkeler ortaya koyulmuştur. Sürdürülebilirlik kavramı, ilk olarak 1987 yılında Dünya Çevre ve Kalkınma Komisyonu tarafından hazırlanan Brutland Raporu’nda gündeme gelmiş; sonrasında 1996 Rio Habitat Toplantısından sonra Gündem 21 Eylem Planı ve 2002 Rio Sürdürülebilirlik Kalkınma Zirvesi ile ele alınmıştır. Brundtland Raporu’nda (UN, The World Commission on Environment and Development, 1987) sürdürülebilirlik tanımı "gelecek nesillerin kendi ihtiyaçlarını karşılama yeteneklerinden ödün vermeden bugünün ihtiyaçlarını karşılamak" olarak yer almıştır. Dünya Turizm Örgütünün sürdürülebilir turizm gelişimi tanımı (UNWTO, 2023) ise: “kitle turizmi de dahil olmak üzere her tür destinasyonda her türlü turizme uygulanabilen, ziyaretçilerin, endüstrinin, çevrenin ve ev sahibi toplulukların ihtiyaçlarını karşılayan, mevcut ve gelecekteki ekonomik, sosyal ve çevresel etkilerini tam olarak hesaba katan turizm" olarak yer almaktadır.

Birleşmiş Milletler Çevre Programı ve Dünya Turizm Örgütünce 2005 yılında hazırlanan “Turizmin Daha Sürdürülebilir Yapılması: Politika Yapıcılar için Rehber (Making Tourism More Sustainable: A Guide for Policy Makers)” ile, hükümetlerin ve aynı zamanda da diğer

paydaşların turizm sektörünün olumlu etkilerini en üst düzeye çıkarmak ve olumsuz etkilerini minimuma indirmeye yönelik stratejiler, politikalar ve araçlar geliştirilmesini hedeflenmiştir (UNWTO & UNEP, 2005). Turizmin Daha Sürdürülebilir Yapılması: Politika Yapıcılar için Rehber'de 12 ilke ortaya koyulmuştur: (economic viability) ekonomik açıdan gelecek vaat eden/iktisadilik, (local prosperity) yerel refah, (employment quality) istihdam kalitesi, (social equity) sosyal adalet, (visitor fulfilment) ziyaretçi memnuniyeti, (local control) (planlama ve karar verme süreçlerinde) yerel kontrol, (community wellbeing) toplum refahı, (cultural richness) kültürel zenginlik, (physical integrity) fiziksel bütünlük (fiziksel çevrenin korunması), (biological diversity) biyolojik çeşitlilik, (resource efficiency) kaynak etkin kullanımı, environmental purity çevresel saflıktır (hava, su ve toprak kirliliğini en aza indirgemek ve turizm işletmeleri ve ziyaretçiler tarafından atık oluşumunu en aza indirmek) (UNWTO ve UNEP, 2005).

İlave olarak 1997 yılında İstanbul'da düzenlenen "Turizm İçin Küresel Etik Kurallarının" Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü Genel Kurulu kararı ile oluşturulmasına yönelik çağrı yapılmıştır. Sonraki iki yıl boyunca, ilkelerin hazırlanması için özel bir komite oluşturulmuş ve taslak bir belge hazırlanmıştır. Ortaya çıkan 10 maddelik Küresel Turizm Etik Kuralları Ekim 1999'da Şili'deki Santiago toplantısında oybirliğiyle onaylanmıştır (UNWTO, 1999). Küresel Turizm Etik Kuralları, dünya turizminin sorumlu ve sürdürülebilir gelişimi için bir referans çerçevesi oluşturmaktadır. Küresel Turizm Etik Kuralları, amacı turizm gelişimindeki paydaşlara- merkezi ve yerel yönetimler, yerel topluluklar, turizm endüstrisi ve profesyonelleri ile uluslararası ve yerel ziyaretçiler-rehberlik etmek olan kapsamlı bir ilkeler dizisidir (UNWTO, 1999).

Sürdürülebilir kalkınmanın üç boyutu veya direği tanınmaktadır (UNWTO ve UNEP, 2005: 9). Bunlar:

- Ekonomik sürdürülebilirlik, toplumun farklı düzeylerinde refah yaratmak ve tüm ekonomik faaliyetlerin maliyet etkinliğini ele almak anlamına gelir. En önemlisi, işletmelerin ve faaliyetlerin yaşayabilirliği ve uzun vadede sürdürülebilme yeteneği ile ilgilidir (UNWTO & UNEP, 2005, s. 9)
- Sosyal sürdürülebilirlik, insan haklarına saygı gösterilmesi ve toplumdaki herkes için eşit fırsatlar anlamına gelir. Yoksulluğun azaltılmasına odaklanarak, faydaların adil bir şekilde dağıtılmasını gerektirir. Yerel toplulukların yaşam destek sistemlerini

sürdürmeleri ve güçlendirmeleri, farklı kültürleri tanıyıp saygı duymaları ve her türlü sömürüden kaçınmaları üzerinde durulmaktadır (UNWTO & UNEP, 2005, s. 9).

- Çevresel sürdürülebilirlik, özellikle yenilenemeyen veya yaşam desteği açısından değerli olan kaynakların korunması ve yönetilmesi anlamına gelir. Hava, toprak ve su kirliliğinin en aza indirilmesi ve biyolojik çeşitliliğin ve doğal mirasın korunması için eyleme geçilmesini gerektirir. Bu üç sütunun pek çok açıdan birbirine bağımlı olduğunu ve hem birbirini güçlendirebileceğini hem de rekabet halinde olabileceğini anlamak önemlidir. Sürdürülebilir kalkınmayı sağlamak, bunlar arasında bir denge kurmak anlamına gelir (UNWTO & UNEP, 2005, s. 9).

Sürdürülebilirlik konusunda uluslararası kuruluşlar düzeyinde gelişen tartışmalara paralel olarak literatürde birçok çalışmada sürdürülebilirlik konusu ele alınmıştır. McIntyre, Hetherington and Inskeep (1993); sürdürülebilir turizmi, yerel halkın yaşam kalitesini geliştirme, ziyaretçiler için iyi kalitede bir deneyim sağlama ve çevrenin kalitesini hem yerel halk hem de ziyaretçilere bağlı olarak korumak ve devam ettirmek gibi ilkeleri sağlamak için tasarlanmış bir ekonomik gelişim modeli olarak tanımlamıştır (aktaran Güneş, 2016). Ruschmann (2001) sürdürülebilir yerel kalkınmayı planlamaya çalışırken şu boyutları dikkate alma ihtiyacını vurgulamaktadır: ekolojik ve çevresel sürdürülebilirlik, ekonomik sürdürülebilirlik, sosyo-kültürel sürdürülebilirlik, politik-kurumsal sürdürülebilirlik (aktaran S. K. Cunha ve J. C. Cunha, 2005).

Camarinha-Matos ve diğerlerine (2010: 2) göre sürdürülebilirlik tartışmalarına çevresel ve ekolojik yönler hakimdir. Roberts ve Tribe'a (2008) göre araştırmacılar tarafından çevresel sürdürülebilirliğin, sürdürülebilir turizm ile eşitleme eğilimi vardır; sürdürülebilirliğin sosyo-kültürel, politik ve daha az bir ölçüde ekonomik ve yönetimsel boyutlarının dışsal olarak ele alındığı ya da hafife alınmaktadır. İlave olarak Roberts ve Tribe (2008) araştırmacıların genellikle ev sahibi-misafir etkileşimi ve turizmde toplum katılımı gibi konularla ilgilendiğini, KOBİ'ler ile bu sosyo-kültürel sürdürülebilirlik varsayımları arasındaki bağlantıyı açıkça ele alan araştırmaların kayda değer ölçüde eksik olduğunu vurgulamaktadır. Araştırmacı ayrıca "çevreye uygun" turizm biçimlerinin doğayı kuşatandan ziyade küçük ölçekli ve yerel olarak sahip olunan olduğunun varsayıldığını, uygun düzenleyici önlemlerin ve performans göstergelerinin yokluğunda, yanlış yerde çok fazla uygunsuz veya kötü işletilen küçük ölçekli gelişmelerin çoğalabileceğini ve bunun da

tek bir büyük gelişme kadar zararlı ve sürdürülemez olabileceğini belirtmektedir (Roberts ve Tribe, 2008).

Pelit, Baytok, ve Soybalı (2015) literatürde sürdürülebilir turizm veya turizmde sürdürülebilirlik konusunda turizm sektöründe ironik bir durum olduğundan bahsetmektedir. Sürdürülebilir turizm ile ilgili birçok araştırmada sürdürülebilir turizmin sanki turizmin bir çeşidi olarak algılanması durumu da söz konusu olduğunu belirtmektedirler. Çalışmalarında sürdürülebilir turizmin özel bir turizm türü olmadığını, bir yaklaşım olduğunu, sürdürülebilirlik prensiplerinin turizm sektörünün tümünü (kitle ve alternatif turizm yaklaşımlarını) kapsaması gerektiğini vurgulamaktadırlar.

4.2. Turizmde Yerel Topluluk ve Fiziksel Kaynaklara Yönelik Negatif Dışsallıklar

Önceki bölümlerde belirtildiği üzere turizm yerel topluluklara (Crouch ve Ritchie, 1999) ve çekicilik yaratan fiziksel kaynaklara (S. K. Cunha ve J. C. Cunha, 2005; Hassan, 2000) dayanır. Bu nedenle coğrafi mekan ve yerel topluluklar turizmin geliştirilmesinde dikkate alınması gereken temel unsurlardandır.

İlk olarak sektörel bir bakış açısı ile; P. E. Murphy, ve A. E. Murphy'ye göre (2004: 24) turizm açısından topluluk …küresel turizm pazarında fiili veya potansiyel kâr getiren bir meta haline gelmiştir. P. E. Murphy'ye göre (1985: 400) turizm, başka hiçbir sektörde olmadığı gibi, yerel halkın iyi niyetine ve iş birliğine dayanmaktadır çünkü bunlar, turizm ürününün bir parçasıdır; geliştirme ve planlamanın yerel istek ve kapasitelere uymadığı durumlarda, direnç ve düşmanlık iş maliyetini artırabilir veya sektörün potansiyelini tamamen yok edebilir.

P. E. Murphy (1985: 436) 'yerel topluluğun turizmde ziyaretçilere sunulan bir topluluk gösterisinin parçası olduğu, günlük yaşamlarına devam etmeleri ve aynı zamanda misafirperver olmalarının beklendiği; eğer topluluk, doğal kaynaklarını ve mirasını satarak sergileyecekse, çabası ve rahatsızlığı için tatmin edici bir getiri düzeyi belirleyebilmesi gerektiğini belirtmektedir. Mevcut durumda ise yerel topluluklar için düşük düzeyli istihdam sağlanması (Yanes ve diğerleri, 2019), belirli becerilerin gerekli olduğu yerlerde …genellikle dışarıdan uzmanlığa yönelme durumu (P. E. Murphy, 1985: 264-265) bulunmaktadır. Yerel halk turizmden yeterince faydalanmazsa ya da turizm gelişimiyle

beraber ortaya çıkan maliyetler faydaları aşarsa, toplumun turizme destek vermemesi olasılığı oldukça yüksektir (Karacaoğlu ve diğerleri, 2016).

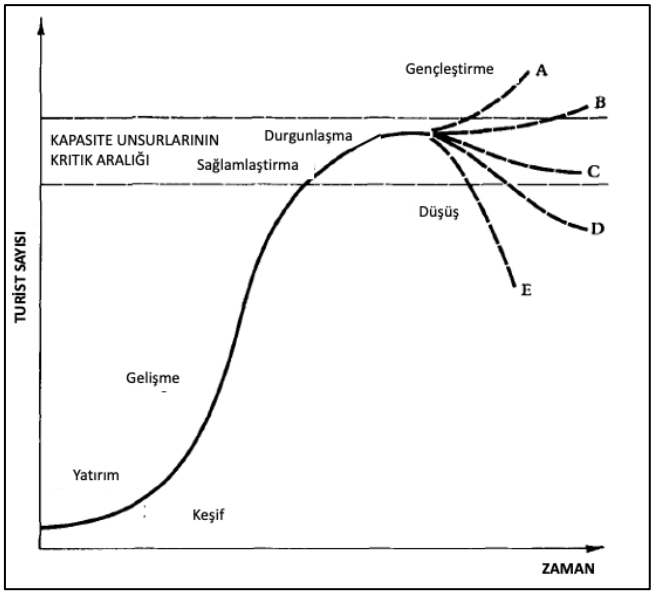
İlave olarak turizme konu kamusal mallar ve hizmetler ücretsiz değildir, ev sahibi topluluklar ve yerel sakinlerin vergileriyle karşılanmaktadır (P. E. Murphy ve A. E. Murphy, 2004: 84). Yerel topluluğun turizme bağlı olarak yaşam kalitesinin düşmesi, kamusal alanlara ve hizmetlere ulaşamaması, turizm gelirlerinden yeterince pay alamaması veya turizm faaliyetinden veya plan karar alma süreçlerinden dışlanması gibi sebeplerle bir bölgede turizm gelişimi destinasyon toplulukları için bir fayda olduğu kadar yıkıcı bir güç olma potansiyeline sahiptir. Özellikle az gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerde, yerel topluluklar kendi yaşam ve gelecekleri üzerinde etkileri olan turizmin planlanması ve geliştirilmesinde son derece az kontrole sahiptirler (Tosun, 2000).

Turizmin diğer negatif yayılma etkilerine bakacak olursak, düşük sayıda bile olsa turist ziyaretinden kaynaklı sosyal etkiler ile yerel topluluk değerleri ve yaşam tarzının kesintiye uğraması (Durán-Román ve diğerleri, 2021; Michael, 2007: 35; Timur ve Getz, 2008), yerel halk için kimlik kaybı, artan şiddet (S. K. Cunha ve J. C. Cunha, 2005), yerel halkın yaşam kalitesini bozma (Timur ve Getz, 2008), yerel nüfusun yerinden edilmesi (Graci, 2013); kalabalıklaşma (Durán-Román ve diğerleri, 2021), yükselen fiyatlar (P. E. Murphy, 1985: 331), mülk spekülasyonu (S. K. Cunha ve J. C. Cunha, 2005), durumları söz konusudur.

Diğer taraftan fiziksel çevre açısından ise yaz sıkışıklığı (P. E. Murphy, 1985: 227), hizmetler üzerindeki baskı, altyapıda ve trafikte tıkanıklık, çöp birikimi (Graci, 2013; P. E. Murphy, 1985: 111, 227), park yetersizliği (P. E. Murphy, 1985: 227), çevreye zarar verilmesi, kültürel ve tarihi mirasın yok olması (S. K. Cunha ve J. C. Cunha, 2005; (Durán-Román ve diğerleri, 2021; Graci, 2013; Timur ve Getz, 2008) veya korunan alanların işgal edilmesi, deniz, kara, hava ve gürültü kirliliği, kıyı şeridine tecavüz edilmesi (Graci, 2013) gibi sorunlar görülebilmektedir.

Butler'a (1980) göre turistik bölgeler dinamiktir, ziyaretçilerin tercihlerindeki ve ihtiyaçlarındaki değişiklikler yanında, turizmin neden olduğu negatif dışsallıkların sonucunda fiziksel tesislerin kademeli olarak bozulması ve bölgenin ilk popülerliği için sorumlu olan orijinal doğal ve kültürel cazibe merkezlerinin değişmesi (veya hatta kaybolması) sonucunda destinasyonlar için durgunlaşma veya düşüşler olabilmektedir.

Butler (1980) tarafından turistik alanların evriminde fark edilebilir bir döngü kavramını, turistik alanların dalgalanmalarını ve azalan popülerliklerini göstermek için temel bir S eğrisi kullanarak sunmuştur. Butler (1980) turizm destinasyonlarında "gençleşme (rejuvenation)" meydana gelebilmesi için yenilikçiliğin önemini vurgulamaktadır (Şekil 4.1).



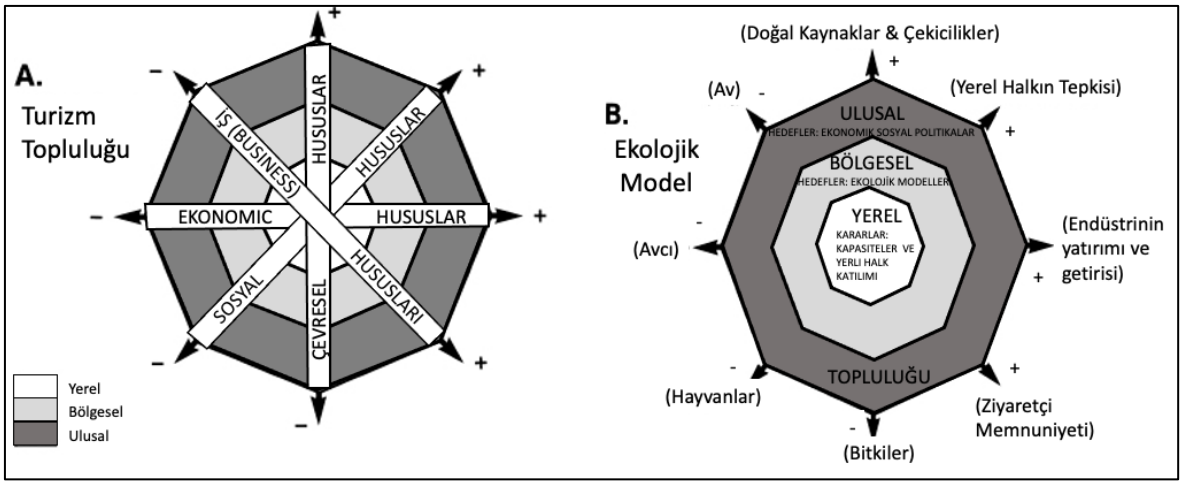
Şekil 4.1. Butler'in (1980) turizm alanı evrim döngüsü: bir turistik bölgenin varsayımsal evrimi

4.3. Sürdürülebilir Bir Yaklaşım Olan Topluluk Temelli Turizm Yaklaşımının Kökeni ve Temel Kavramları

Topluluk temelli turizm kavramı Peter Murphy'nin 1985 yılında basılan "Turizm: Bir Topluluk Yaklaşımı **(**Tourism: A Community Approach) kitabına dayanmaktadır. Bu zamandan önce turizmin topluluk boyutlarını araştıran birkaç yazar olsa da (Heenan, 1978; Loukissas, 1983; P. E. Murphy, 1983; Pizam, 1978), P. E. Murphy'nin (1985) çalışması topluluk temelli turizmin temel ilkelerinin ortaya koyulması açısından önemlidir. Topluluk turizmi hakkındaki bu çalışma Brundtland Raporu (1987) öncesine tarihlenmektedir.

P. E. Murphy (1985) turizmi, yerel topluluğun da bir parçası olduğu bir ekosistem yaklaşımı ile açıklamıştır (Şekil 4.2). Yaklaşıma göre ekolojik bir perspektiften bakıldığında, turizmde temel unsurlar doğal kaynaklar ve bir topluluğun doğal ve kültürel mirasını yansıtan kaynak çekicilikleridir ve yenilenebilir kaynak potansiyelini gerçekleştirmesi için bu kaynakların

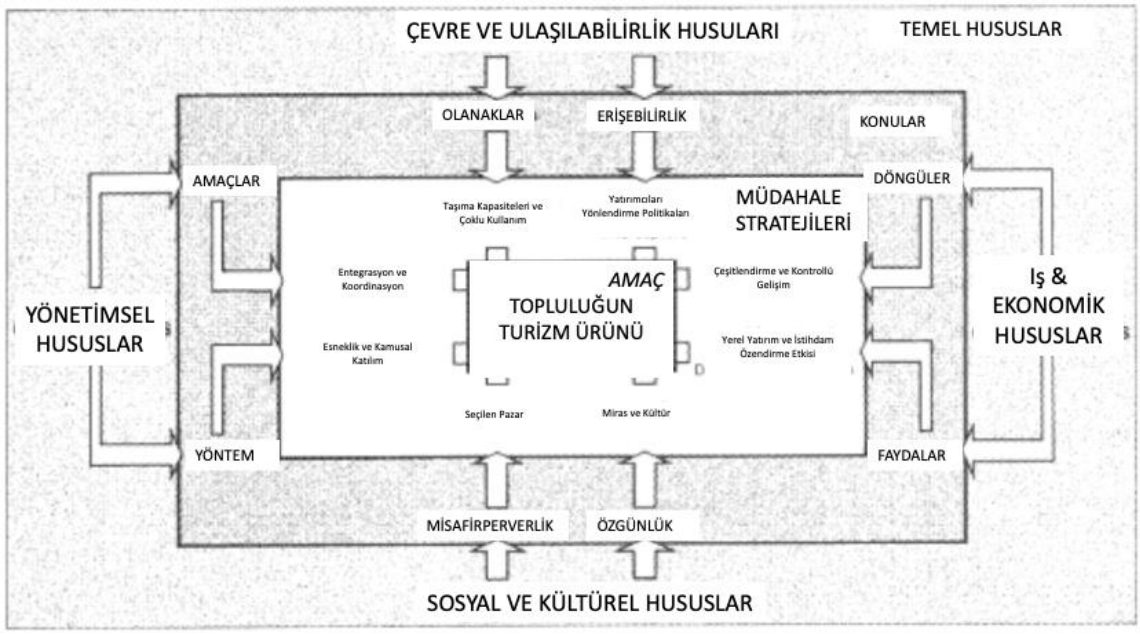
korunması gerekir. Bu yaklaşım ulusal, bölge ve yerel ölçekte uygulanabilen, canlı ile cansız bileşen parçaları arasında bir denge ve karşılıklılık üzerine kurulmuştur (P. E. Murphy, 1985: 432). Buna göre bir topluluğun ekolojisinde ekonomik, sosyal, çevresel ve iş (business) dört bileşenin bir noktada kesişmesi ve dengede olması gerekir (P. E. Murphy, 1985: 433).



Şekil 4.2. Turizm planlamasının ekolojik modeli (P. E. Murphy, 1985: 4)

Bir ekosistem yaklaşımına göre yerel sakinler, yerel ekosistemdeki hayvanlar ve bitkilerle eşittir, turistler bir av ve turizm işletmeleri avcıdır. Turizm yönetimine yönelik bir topluluk yaklaşımı, birbiriyle bağlantılı parçaların karmaşık bir kombinasyonunu gerektirir, bu da tanımlanabilen ve ölçülebilen genel bir hedefe götürür.

Şekil 4.3'de, topluluk odaklı bir turizm yönetimi stratejisinin ana bileşenlerini özetleme girişimi yer almaktadır ve P. E. Murphy'nin (1985) stratejisinin temelini oluşturur. Bu stratejinin amacı, geleneksel turist ürünü gibi destinasyonun kaynaklarının ve tesislerinin bir karışımı olacak bir "Topluluk Turizm Ürünü" üretmektir (P. E. Murphy, 1985: 124).



Şekil 4.3. Topluluk odaklı bir turizm stratejisi için ana bileşenleri (P. E. Murphy, 1985: 123)

P. E. Murphy'ye göre (1985: 124) göre herhangi bir planlama veya yönetim şemasında temel husus, aşağıdaki bileşenlerin dikkate alınmasını gerektirir (Şekil 4.3).

- Bu durumda, endüstrinin kaynak tabanına bağımlılığı ve turist üreten alanlarla bağlantısı nedeniyle ilk olarak çevre ve erişilebilirlik konuları seçilmiştir.
- Bununla birlikte, kaynakların ve potansiyel bir pazarın varlığı, mutlaka uygulanabilir bir endüstri oluşturmaz, bu nedenle iş ve ekonomik hususların bir sonraki adımda değerlendirilmesi gerekir.
- Ayrıca, turizmin yerel misafirperverliğe bu kadar bağımlı olması, kalkınmanın yerel halkın istek ve geleneklerine göre ilerlemesini zorunlu kılmaktadır, bu nedenle sosyal ve kültürel hususların dahil edilmesi gerekmektedir.
- Son olarak, bir topluluk ürününün yönetimi bir dizi seçenek sunar. Turizmi topluluk perspektifine yerleştirerek, bir alan için çeşitli işlev ve fırsatlardan yalnızca biri haline gelir ve göreceli önemi ve katkısına göre planlanmalıdır.

Topluluk temelli turizm yaklaşımı çeşitli araştırmacılar tarafından ele alınmıştır. Yaklaşıma yönelik Türkçe yayınlarda topluluk temelli turizm yerine toplum temelli turizm yaklaşımının kullanıldığı görülmektedir; ancak bu doğru bir kullanım değildir. Community kelimesinin Türkçe karşılığı toplum değil topluluktur. Toplum ve topluluk kelimeleri farklı anlamlarda kullanılmaktadır. İlerleyen bölümde bu iki kavram arasındaki fark ele alınacaktır.

Maldonado-Erazo ve diğerlerine (2020) göre topluluk temelli turizm yoksulluğa karşı ya da yoksullara yönelik turizm (pro-poor tourism), topluluk yararına turizm olarak da bilinmektedir; amacı yoksulluğa karşı savaşmak için turizmin topluluk üzerindeki etkisini analiz etmektir. Topluluk turizmi veya topluluk temelli turizm kavramları birbirinin yerine kullanılmaktadır ve topluluk temelli turizm ile sürdürülebilir turizm arasındaki yakın ilişkinin altını çizmek kaçınılmazdır (Maldonado-Erazo ve diğerleri, 2020).

Yordam ve Düşmezkalender'e (2019) göre kitle turizminin sebep olduğu olumsuz etkileri azaltma ihtiyacına karşılık ortaya çıkan sürdürülebilir turizm çeşitlerinden bazıları yoksul odaklı turizmdir; topluluk temelli turizm…turizm yönetimi ve sahipliğinin yerel halka ait olması yönüyle diğerlerinden ayrılmaktadır.

Tolkach ve diğerlerine (2013) göre topluluk temelli turizm, sosyal ekonomi kavramı içinde tanımlanabilir. Tolkach ve diğerleri (2013) ile Colarič-Jakše ve Ambrož'a (2015) göre topluluk temelli turizm topluluk gelişimini desteklemeyi ve yerel sakinlerin geçim kaynaklarını iyileştirmeyi amaçlar.

Spenceley'in (2008: 288) topluluk temelli turizm girişimini şöyle tanımlar: Küçük ve orta ölçekli bir yerel turizm endüstrisine katılmaya veya birlikte geliştirmeye karar veren bir topluluğa ait bir grup insanın bir projesi veya programı veya toplu eylemidir (aktaran Yanes ve diğerleri, 2019).

Topluluk temelli turizm, gelişim fırsatları kısıtlı ve destinasyon olarak az gelişmiş ve yoksul bölgelerde, o bölgenin temel ve geleneksel geçim kaynağı olan tarım, balıkçılık, hayvancılık, ormancılık, el sanatları vb. etkinliklerin asla yerine geçmeyen bununla beraber yerel ekonomiyi çeşitlendirmek için ekonomik olarak tamamlayıcı bir faaliyet olarak tanımlanmaktadır (Karacaoğlu ve diğerleri, 2016) yerel girişimciliği teşvik eder (Yordam ve Düşmezkalender, 2019)

Topluluk temelli turizmde bazı kavramlara yönelik çeşitli yazarlar arasında fikir birliği bulunmaktadır. Buna göre topluluk temelli turizmde yerel topluluklar turizmin bir nesnesi olarak görülürler (Fiorello ve Bo, 2012; Li ve diğerleri, 2007); yerel girdilere vurgu vardır (Othman ve diğerleri, 2013; Yordam ve Düşmezkalender, 2019: 231); gelişmiş ev sahibi-misafir etkileşimleri (Li ve diğerleri, 2007; Tolkach ve diğerleri, 2013) önemlidir; yerel

kültürü, yerel değerleri ve bilgi biçimlerini (forms of knowledge) korumak amaçlanır (Li, Lai, ve Feng, 2007; Maldonado-Erazo ve diğerleri, 2020).

Turizm gelişiminde topluluk yararı (community benefit) (Karacaoğlu ve diğerleri, 2016; Yanes, Zielinski ve diğerleri, 2019) ve topluluk sakinlerinin yaşam kalitesinin arttırılması (Crouch ve Ritchie, 1999; Karacaoğlu ve diğerleri, 2016; Li, Lai, ve Feng, 2007; (Maldonado-Erazo ve diğerleri, 2020) önem taşır. Yerel topluluklara sağlanan sosyo-ekonomik faydaları en üst düzeye çıkarmak, faydaların büyük bir kısmının topluluk içinde kalması ve turizm gelişiminden sağlanan faydalar ile maliyetlerin eşit ve adil bir biçimde paylaşılması ve ortak yönetimi (Karacaoğlu ve diğerleri, 2016; Kontogeorgopoulos, 2005; Maldonado-Erazo ve diğerleri, 2020; Okazaki, 2008; Stone, 2015: 82; Tolkach ve diğerleri, 2013; Urano ve Nóbrega, 2020) topluluk temelli turizm açısından önem taşır.

Yerel halkın turizme dahil edilmesi için kapasite geliştirme, güçlendirme (Burgos ve Mertens, 2017; Karacaoğlu ve diğerleri, 2016; Kontogeorgopoulos, 2005; Tolkach ve diğerleri, 2013) konuları önem taşımaktadır. Özellikle kadınlar ve gençler gibi toplumun dezavantajlı kesimlerinin ekonomik, sosyal ve politik olarak güçlendirilmesine yardımcı olmak hedeflenir. Topluluk kapasitelerinin oluşturulması için topluluk üyeleri arasında iş birliği ağları ile başarılı topluluk içi ilişkilerin kurulması hedeflenmektedir (Burgos ve Mertens, 2017).

Turizm gelişiminde topluluk sahipliği- yönetimi (community ownership/management) (Karacaoğlu ve diğerleri, 2016; Yanes, Zielinski ve diğerleri, 2019) ile yetkilendirme ile yerel halkın turizm planlamasında kontrol ve aktif katılımı (Burgos ve Mertens, 2017; Hall, 2009; Iorio ve Corsale, 2014; Kontogeorgopoulos, 2005; Li ve diğerleri, 2007; Maldonado-Erazo ve diğerleri, 2020; P. E. Murphy, 1985: 123; Okazaki, 2008; Othman ve diğerleri, 2013; Tolkach ve diğerleri, 2013; Tosun, 2000; Urano ve Nóbrega, 2020: 410) en çok vurgulanan konulardır.

Diğer taraftan diğer vurgulanan konu sürdürülebilir turizm gelişimi için kültürel ve doğal mirasın korunmasıdır (Kontogeorgopoulos, 2005; Li ve diğerleri, 2007; Maldonado-Erazo ve diğerleri, 2020; P. E. Murphy, 1985: 39; Stone, 2015; Tolkach ve diğerleri, 2013; Urano ve Nóbrega, 2020).

Topluluk temelli turizm yaklaşımına yönelik temel kavramlar: toplum, topluluk, iş birliği ve dayanışma, sosyal sermaye, sosyal taşıma kapasitesi, çarpan etkisi, topluluk güçlendirme, kapasite geliştirme ve katılımcılıktır.

Storper'a (2005) göre sosyologlar, farklı sosyal bütünleşme biçimlerini ele almanın bir yolu olarak topluluk ve toplum arasındaki analitik ayrımı icat ettiler. Tönnies (1887) Gemeinschaft und Gesellschaft adlı kitabında gemeinschaft (topluluk) ve gesellschaft (toplum) şu şekilde ele almaktadır.

- "Topluluk, geleneksel olarak insanların gelenek, kişiler arası temaslar, gayri resmi ilişkiler ve tikel yakınlıklar (particularistic affinities), ilgi alanları veya benzerlikler yoluyla birbirine bağlandığı kolektif yaşam biçimlerine atıfta bulunmak için kullanılır.
- Toplum ise genellikle anonim, kurallara bağlı, daha şeffaf, resmi ve evrensel ilkelerle bir arada tutulan kolektiviteleri ifade eder" (aktaran Storper, 2005).

Roddick'e göre (2000: 55) topluluk, birlikte ortak bir görevi paylaşmak için komünyon/cemaat/mezhep kelimesinden gelmektedir (aktaran P. E. Murphy ve A. E. Murphy, 2004: 15). Topluluk terimine yönelik tanımlamaların ortak noktası, "ortak bir bölgede yaşayan, ortak değerlere sahip ve yüksek düzeyde bir dayanışma geliştirmiş bir grup insan" olarak tanımlanabilir (Tolkach ve diğerleri, 2013; Yanes ve diğerleri, 2019). P. E. Murphy ve A. E. Murphy'ye göre (2004: 16) göre tanımlarının ve kullanımlarının gözden geçirilmesi, topluluğun üç genel boyutu olduğunu göstermektedir: sosyal işlevler, mekansal alan ve dışsal tanıma (external recognition). Harwood'a göre (2010) genel anlamda, bir topluluğun çeşitli tanımlarının tümü, mekan, insanlar ve sosyal etkileşimlerin bazı kombinasyonlarını kullanır (aktaran Iorio ve Corsale, 2014). Roberts ve Tribe (2008) ise toplulukların, birlikte çalışmanın değerini değerlendirmelerine bağlı olarak belediyelerinin veya coğrafi sınırların ötesinde kümelenebileceğini iddia etmektedir (Roberts ve Tribe, 2008).

Burgos ve Mertens'e (2017) göre topluluklar nadiren tek tip bir sosyal aktör grubundan oluşur; topluluk temelli turizm açısından genellikle homojen bir topluluk olarak kabul edilen grup aslında cinsiyet, yaş, doğum yeri, eğitim seviyesi, yerel turizm derneklerine katılım, ana gelir getirici faaliyet, turizm mesleği ve turizmde yılların deneyimi gibi çeşitli demografik ve sosyo-kültürel özelliklerle farklılaştırılabilen çeşitli insan gruplarından

oluşur. Bu özellikler, turizm faaliyetlerinin yönetimi ile ilgili her biri farklı işlevlere, endişelere ve önceliklere sahip sosyal grupları tanımlar.

Iorio ve Corsale'de (2014) benzer şekilde gerçekte çoğu topluluğun heterojen olduğunu, birlikte yaşayan bireylerin aynı hedefleri paylaşmayabileceğini ve ortak olmaktan çok rakip olabileceklerini; uyum içinde yaşayan ve fikir birliğine varan farklı sosyal grupları içeren toplulukların portresinin gerçekte nadiren var olabileceğini belirtmiştir. Bu tür bağlamlarda, neyin yerel olup neyin olmadığının anlamının sürekli olarak yeniden tanımlanması gerektiğini belirtmektedir.

C. Kumar'a göre (2005) en genel anlamıyla, "topluluk" düşüncesi, insanların ortak çabalar için örgütlendiği, küçük, homojen, uyumlu ve bölgesel olarak bağlı bir birim olan en düşük yığılma düzeyidir; ancak temsili düzeyde, gerçekte var olan topluluklar, paylaşılan topluluk anlayışlarının hayal ettikleri küçük, uyumlu, işbirlikçi varlıklar fikrine nadiren karşılık gelir ve paylaşılan topluluk anlayışı ile sosyal örgütlenme topluluk arasında doğrudan bir ilişki kurmak kolay değildir.

İş birliği ve dayanışma terimleri sıklıkla birbiri yerine kullanılmakla birlikte farklı anlamlar içermektedirler. Fowler ve Fowler'e (1964) göre iş birliği, bir sona kadar birlikte çalışmak anlamına gelir, ancak dayanışma terimi tarafından kapsanan karmaşık yorumları ve gerekli koşulları içermez (aktaran Jamal ve Getz, 1995). Dayanışma, paydaşların birlikte çalışmanın potansiyel avantajlarını tanıdığı ortak vizyon geliştirmek veya çatışmaları çözmek için etkili bir şekilde birlikte çalışmayı anlatır.

Polenske'ye göre (2004) firmalar arasında iş birliğine dayalı ilişkiler, iki veya daha fazla aktörün bilgi paylaşmak, yönetimsel ve teknik eğitimi desteklemek, sermaye sağlamak ve / veya piyasa bilgisi sağlamak için resmi veya gayri resmi düzenlemeler yoluyla anlaştıkları, dış ve yatay ilişkiler içeren düzenlemelerdir; yani aktörler bir ürünü (süreci) tasarlamak, üretmek ve / veya pazarlamak için birlikte çalışmazlar. Ancak; dayanışmaya dayalı ilişkiler ise, bir ürünü (süreci) tasarlama, üretme ve / veya pazarlamada iki veya daha fazla aktörün doğrudan katılımını içerecek şekilde, genellikle dikey olan, bazen aynı firmadaki bölümler arasında veya tedarik zincirleri boyunca olan iç düzenlemelerdir. Dayanışma firmaların ekipler halinde hareket etmesini veya ortaklıklar kurmasını gerektirebilir (Polenske, 2004).

Gönüllü katılım ve sivil katılım düzeylerini ifade etmek için "sosyal sermaye" terimi kullanılmaktadır (Storper, 2005). Sosyal sermaye, turizmin gelişmesine yardımcı olacak yerel bilgiyi içermekle birlikte; takım çalışması ve ağ kurma ilkeleri (Anderson ve Jack, 2002), yığılma ve kümelenme süreçlerinden elde edilebilecek ilave iş dayanıklılığı (business strenght) ile uyumludur (P. E. Murphy ve A. E. Murphy, 2004: 25).

Storper (2005) sosyal sermaye tanımının, aşırı derecede kısıtlayıcı olabileceğini belirtiyor; bir topluluğun üyeleri arasındaki bağlara dayalı ilişkilerin…. geleneksel olduğu kadar modern de olabileceğini ve sosyal sermayesi olan grupların başka birçok biçimde var olabileceğini belirtiyor. Örneğin mesleki dernekler, paylaşılan geçmişe veya kişilerarası güvene değil, paylaşılan profesyonel performans normlarına dayanır.

Sosyal taşıma kapasitesi, turizme yönelik yerel hoşgörünün sınırları olarak tanımlanır ve bu eşiğin aşılmasının endüstri üzerinde zararlı etkilere neden olacağı ve dostça olmayan bir atmosferin bir destinasyonun çekiciliğini azaltacağını anlatmaktadır (P. E. Murphy, 1985: 187). Her bir topluluğun taşıma kapasitesi yalnızca ölçeğine ve kaynaklarına değil, aynı zamanda mevsimlik dönemselliğine ve gelişim aşamasına da bağlıdır; sosyal taşıma kapasitesi kavramının arkasındaki fikir basit olsa da değişimi ölçmenin ve nedensel ilişkiler kurmanın zorluğu nedeniyle uygulaması karmaşıktır. Sosyal taşıma kapasitesi kavramına yönelik, iki temel mekansal ve alternatif planlama stratejisi geliştirebilir: turistik tesislerin yoğunlaşması veya dağıtılması (P. E. Murphy, 1985: 187, 356, 370, 432).

Lankford ve Howard (1994) bir sakinin yerel turizm hakkındaki görüşünü etkileyebilecek değişkenleri tanımlamaktadır: ikamet süresi, turizme ekonomik bağımlılık, sakinlerin evinden turizm (aktivite) merkezinin uzaklığı, sakinlerin turizm karar verme sürecine katılımı, doğum yeri, bilgi seviyesi, turistlerle temas düzeyi, yerel açık hava rekreasyon fırsatları üzerinde algılanan etkiler, topluluk büyüme oranı (aktaran P. E. Murphy ve A. E. Murphy, 2004: 264).

Şen ve Şit'e göre (2015) turizm sektörünün ekonomik önemini gösteren çeşitli göstergeler bulunmaktadır. Örneğin, turizm sektöründe, turizm ürünlerinden faydalanmak için o ürünlerin bulunduğu ülke ya da bölgeye gelinmesiyle çeşitli mal ve hizmetler için harcamalarda bulunulması turizme ev sahipliği yapan ekonomilerde "şelale" (çarpan etkisi) etkisi oluşturmaktadır. Örneğin taksi, oteller, restoran, benzeri turistik arz faktörleri

cephesinde başlayan harcamalar daha sonra ekonominin diğer sahalarına doğru aşama aşama yayılmaktadır. Bu nedenle turizm sektörü hem diğer sektörlerdeki gelişmeden etkilenmekte hem de öteki sektörlerin gelişmesine katkıda bulunmaktadır.

P. E. Murphy (1985: 248-250) turizmde çarpan etkisini yerel halk ile ilişkilendirerek açıklar: Çarpanın büyüklüğü, turizmin topluma sağladığı ekonomik yararın önemli bir bileşenidir, çünkü bu, her turist harcamasının etkisinin, çeşitli kaçak kanallardan tamamen kaybolmadan önce yerel sistemde kaç kez dolaştığını yansıtır.

Topluluk güçlendirme, yerel aktörlerin yerel çevrelerinin unsurlarını kontrol etme yeteneklerinin kademeli olarak artmasıyla karakterize edilen bir süreç olarak tanımlanmaktadır (Stone, 2015: 84). Muhasebe yönetimi, proje yönetimi, iş planlarının eğitim yoluyla öğretilmesi veya yerel ağları, girişimciliği güçlendirmek ve ortaklıkların geliştirilmesi gibi alanlarda kapasite oluşturmak örnek verilebilir (Yanes ve diğerleri, 2019).

Topluluk geliştirme birkaç hedefi kapsar: politik olarak, kalkınma projelerinin başlatılması ve yönlendirilmesi üzerinde özerkliği, egemenliği, karar verme gücünü, yerel katılımı ve topluluk kontrolünü teşvik eder (Timothy, 1999); ekonomik açıdan, topluluk gelişimi, bir topluluğun tüm üyelerine sunulan sürdürülebilir ve ödüllendirici istihdamı geliştirir; kültürel açıdan, yerel gelenek ve değerlere yapılan vurgu ve sağladığı sosyal uyum ve iş birliği, bireysel özgüveni artırır; son olarak, topluluk gelişimi çevre korumayı, çevre eğitimini ve doğal kaynakların sürdürülebilir kullanımını teşvik eder (Kontogeorgopoulos, 2005). Sen'in (1989) kalkınma anlayışı kalkınma kavramını esas olarak, "insan için gelişme" kavramı yerine "insanın gelişmesi" kavramıyla değerlendirir.

Topluluk geliştirme kavramı yanında kapasite geliştirme kavramı da kullanılmaktadır. UNDP (2009) kapasite geliştirmeyi, bireylerin, kuruluşların ve toplumların zaman içinde kendi kalkınma hedeflerini belirleme ve gerçekleştirme yeteneklerini elde etme, güçlendirme ve sürdürme süreci olarak tanımlamaktadır.

Temel olarak topluluk katılımı, karar verme rollerine sahip olanlardan geleneksel olarak böyle bir role sahip olmayanlara doğru bir güç kaymasını içerir (Tosun, 2000). Timothy'e (1999) göre turizm geliştirme sürecine topluluk katılımı en az iki şekilde görülebilir: karar verme sürecinde katılım ve turizmin gelişmesinin faydalarına katılım (aktaran Tosun, 2000).

Karar verme sürecinde katılım açısından çeşitli araştırmacıların (Jamal ve Getz, 1995; Tosun, 2000) savunduğu gibi çeşitli paydaş gruplarından temsilciler planlama sürecine erken bir aşamada dahil edilmelidir. Planlama süreçlerine katılım yanında sivil toplum kuruluşu üyeliği aracılığı ile temsil edilme mümkündür.

4.4. Topluluk Temelli Turizm Yaklaşımı Çerçevesinde Rekabetçiliği Belirleyen Faktörler

Çalışmanın sürdürülebilir bir yaklaşım olan topluluk temelli turizm yaklaşımına ilişkin bu bölümünde, firma rekabet gücünü etkileyen önemli faktörlerden bazıları söz konusu yaklaşımdan gelen temel kavramlar çerçevesinde tanımlanmıştır (Çizelge 4.2'de sıralandığı gibi).

Çizelge 4.1. Topluluk temelli turizm yaklaşımı çerçevesinde turizm firmasının rekabet gücünü etkileyen faktörlerden bazıları ve ilgili literatür

Faktörler	İlgili Literatür
Topluluk Katılımı (Ekonomik)	(Yanes ve diğerleri, 2019)
Topluluk Katılımı (Politik)	(Burgos ve Mertens, 2017; Iorio ve Corsale, 2014; Karacaoğlu ve diğerleri, 2016; Li ve diğerleri, 2007; Maldonado-Erazo ve diğerleri, 2020; P.E. Murphy, 1985: 123; Okazaki, 2008; Othman ve diğerleri, 2013; Tolkach ve diğerleri, 2013; Tosun, 2000; Urano ve Nóbrega, 2020; Yordam ve Düşmezkalender, 2019; Yanes ve diğerleri, 2019)
Topluluk Ağları	(Gibson ve Lynch, 2007; Maldonado-Erazo ve diğerleri, 2020; Urano ve Nóbrega, 2020; Iorio ve Corsale, 2014)
Ekonomik Faaliyetlerin Çeşitlendirilmesi	(Karacaoglu ve diğerleri, 2016; P. E. Murphy, 1985)
Yerel Toplulukların Misafirperverliği	(P.E. Murphy, 1985: 13, 124; Li ve diğerleri, 2007; Graci, 2013)
Kapasite Geliştirme/Güçlendirme	(Burgos ve Mertens, 2017; Karacaoğlu ve diğerleri, 2016; Tolkach ve diğerleri, 2013; Yordam ve Düşmezkalender, 2019)
Fiziksel Çevrenin Korunması Sürdürülebilirlik	(Butler R. W., 1980; Durán-Román, Cárdenas-García, ve Pulido-Fernández, 2021; Goffi ve Cucculelli, 2014; Graci, 2013; Hassan, 2000; Heath, 2002; Li ve diğerleri, 2007; Maldonado-Erazove diğerleri, 2020; Tolkach ve diğerleri, 2013; Urano ve Nóbrega, 2020; Yordam ve Düşmezkalender, 2019)

Firma rekabetçiliği ve kümelenme yaklaşımı çerçevesinde rekabetçilik tartışmalarını turizm endüstrisi açısından ele aldığımızda yerel topluluğun rolü ve cazibe yaratan fiziksel kaynakların korunmasının rekabetçiliğe katkısı konusu literatürde kısıtlı düzeyde tartışılmıştır (Nordin, 2003; Novelli ve diğerleri, 2006; Perles Ribes ve diğerleri, 2017; Santos ve diğerleri, 2008). Kümelenme yaklaşımı turizme uyarlandığında kavramsal olarak eksik kalan yönleri tartışmak üzere mikro ölçekli turizm destinasyonlarının turizm ile

gelişimi açısından katkı sağlayan ve turizmin diğer endüstrilerden farklı yönlerini vurgulayan topluluk temelli turizm yaklaşımdan gelen temel kavramlar rekabetçilik tartışmalarına farklı bir çerçeve oluşturabilir. Topluluk temelli yaklaşımında ön plana çıkan yerel halkın turizmde rolü, turizme katılımı, fiziksel çevrenin korunması konuları özellikle firma düzeyinde rekabetçilik tartışmalarında daha önce tartışılmamıştır. Bu anlamda turizm endüstrisinin temelini oluşturan bu iki konunun firma ve destinasyon rekabetçiliğine yönelik çalışmalarda dikkate alınması önem taşımaktadır.

Bu bölümde turizm endüstrisi açısından kitle turizminden alternatif turizm türlerine geçiş, turizmde sürdürülebilir yaklaşımların önem kazanması ve sürdürülebilir bir yaklaşım olan topluluk temelli turizmin kökeni ve temel ilkeleri ortaya koyulmuştur.

Bu bölümde vurgulanan konular turizmde alternatif turizm türleri ve sürdürülebilir yaklaşımların 1990 sonrasında önem kazandığı, topluluk temelli yaklaşımın az gelişmiş bölgelerin kalkındırılmasında önemli olduğu ve mikro ölçekli turizm destinasyonlarında kümelenme tartışması açısından literatürde eksik kalan kavramların (yerel halkın rolü, çevre koruma gibi) topluluk temelli turizm çerçevesinde tartışılabileceğidir.

Topluluk temelli yaklaşımın temel ilkeleri çerçevesinde analizlerde kullanılacak rekabetçilik faktörleri ise şunlardır: katılımcılık, fiziksel çevrenin korunması, ekonomik faaliyetlerin çeşitlendirilmesi, kapasite geliştirme/güçlendirme, kadınların ve yerli halkın istihdamı.

5. YÖNTEM

Yöntem bölümü tezin amacı, araştırma soruları, hipotezleri, tezin literatüre katkısı, alan araştırmasının tasarımı, alan seçim kriterleri ve çalışma alanının seçimi, anketlere yönelik genel bilgi ve alanda yürütülen çalışmalar, verilerin derlenmesi ve analizi ve son olarak Kapadokya Bölgesinde turizm gelişimi ve planlaması bölümlerinden oluşmaktadır.

5.1. Tezin Amacı, Araştırma Soruları, Hipotezler

Tezin Amacı:

- Mikro ölçekli turizm kümelerinde firma ve destinasyon düzeyinde rekabetçiliği etkileyen faktörleri küme, mikro turizm küme ve topluluk temelli turizm yaklaşımları çerçevesinde belirlemek; ayrıca rekabetçiliğe etki eden faktörler açısından farklı firma yapılarının mevcut uygulamaları ve girişimci algılarının nasıl farklılaştığını ölçmektir.

Tezin temel araştırma soruları:

- Mikro ölçekli turizm kümelerinde topluluk temelli turizm yaklaşımı çerçevesinde turizm firmalarının rekabetçiliğini etkileyen faktörler nelerdir? Küme rekabetçiliğinin firma düzeyinde rekabetçiliğin etkilediği varsayımı ile, firma düzeyinde rekabetçiliği etkileyen faktörler, destinasyon rekabetçilik modeline nasıl katkı sağlar?
- Kümelenme ve topluluk temelli turizm yaklaşımı çerçevesinde mevcutta uygulanan rekabetçilik faktörleri, firma büyüklüğüne veya girişimcinin yerli olmasına göre nasıl farklılaşır? Ayrıca mikro ve küçük ölçekli veya yerli girişimciye dayalı turizm işletmeleri ile sürdürülebilirliği doğrudan ilişkilendirmek doğru bir yaklaşım mıdır?
- Kümelenme ve topluluk temelli turizm yaklaşımı çerçevesinde rekabet faktörlerine ilişkin girişimci algısı, firma büyüklüğüne göre ve girişimcinin yerli olmasına göre nasıl farklılaşır?

Hipotezler:

- Kümelenme yazınından gelen faktörlerin yanı sıra topluluk temelli turizm yaklaşımından gelen katılımcılık, ekolojik çevre koruma gibi faktörler firma ve destinasyon rekabetçiliğinin arttırılmasına katkı sağlar.
- Topluluk temelli turizm yaklaşımı çerçevesinde rekabet faktörlerinin uygulanması açısından, mikro ve küçük ölçekli firmalar ile orta ve büyük ölçekli firmalar arasında veya girişimcisinin yerli ya da yabancı olmasına göre önemli farklılıklar vardır. Bu faktörler çerçevesinde ortaya çıkan sonuçlara göre küçük ölçekli veya yerli girişimciye dayalı firmalar ile sürdürülebilirliği doğrudan ilişkilendirmek doğru bir yaklaşım değildir.
- Topluluk temelli turizm yaklaşımı çerçevesinde rekabet faktörlerine ilişkin girişimci algısında, firma büyüklüğüne göre veya girişimcisinin yerli ya da yabancı olmasına göre önemli farklılıklar vardır.

5.2. Tezin Literatüre Katkısı

Tez çalışmasının meslek alanına katkısı bölgesel rekabetçiliğin firma düzeyinde rekabetçilik ile birlikte ele alınması, mikro ölçekli ve az gelişmiş turizm bölgelerin rekabetçiliğinin sağlanmasına yönelik kümelenme yaklaşımı ve topluluk temelli yaklaşım çerçevesinde sistematik bir model önerisinin sunulmasıdır.

Tez çalışmasının literatüre katkısını alt başlıklar ve ilgili literatür çerçevesinde özetlemek mümkündür: Destinasyon rekabetçilik tartışmalarına katkı, firma düzeyinde rekabetçiliğin turizm endüstrisi açısından ele alınması, kümelenme yaklaşımın turizm endüstrisi açısından ele alınması, sürdürülebilirlik varsayımlarının ve topluluk temelli turizm yaklaşımının firmalar açısından ele alınması.

- Destinasyon rekabetçilik tartışmalarına katkı

Turizm endüstri açısından destinasyon rekabetçiliğini etkileyen faktörleri belirlemeye yönelik oldukça fazla çalışması bulunmaktadır (Agustin, Martini, ve Setiyono, 2022; Burnaz ve Ayyıldız, 2018; Cracolici, Nijkamp, ve Rietveld, 2008; Crouch ve Ritchie, 1999; Crouch

G. I., 2011, Cunha ve Cunha, 2005; Dwyer ve Kim, 2003; Enright ve Newton, 2004; Estevão ve Ferreira, 2009; Font, Torres-Delgado, Crabolu, Martinez, Kantenbacher ve Miller, 2023; Goffi ve Cucculelli, 2014; Gooroochurn ve Sugiyarto, 2005; González-Rodríguez, Díaz-Fernández, ve Pulido-Pavón, 2023; Hassan, 2000; Heath, 2002; Kayar ve Kozak, 2010; Kim ve Wicks, 2010; Kozak ve Rimmington, 1999; Mazanec, Wober, ve Zins, 2007). Sürdürülebilirlik ve yerel halk refahı tartışmaları ile küçük destinasyonlarla (Goffi ve Cucculelli, 2014) ilgili tartışmalar yetersizdir. Bu nedenle tüm destinasyonlarda geçerli olabilecek evrensel bir model önerisi yerine mikro ölçekli turizm destinasyonları için geçerli olabilecek bir model önerisi geliştirilmeye karar verilmiştir.

İlave olarak destinasyon rekabetçiliği konusunda yapılan çalışmaların yöntemlerine yönelik literatürde bazı eleştiriler vardır: tüm etkiler nesnel olarak ölçülemez (Dwyer ve Kim, 2003), destinasyon rekabetçiliğini etkileyen bir faktör, her destinasyon için kıyaslanabilir özellikte değildir (Burnaz ve Ayyıldız, 2018), nicel ve nitel verilerin bir arada kullanılarak ölçülebilmesi oldukça zordur (Burnaz ve Ayyıldız, 2018), nesnel ölçümler bazı sebepler ile şüphelidir (Crouch G. I., 2011: 30; Goffi ve Cucculelli, 2014: 299); turist anketi yöntemi halo etkisi nedeniyle yanıltıcı olabilir (Kozak ve Rimmington, 1999). Bu çerçevede, destinasyon düzeyinde rekabetçiliğe etki eden tüm değişkenlerin ölçülebilir olmayışı ve mevcutta uygulanan görüşe dayalı anket yöntemlerinin şüpheli olabileceğinden yola çıkarak kavramsal bir model önerisi geliştirilmiştir.

- Firma düzeyinde rekabetçiliğin turizm boyutunun ele alınması,

Turizm endüstrisinde firma rekabetçilik faktörlerine yönelik tartışmalar oldukça kısıtlıdır (Camison ve Fores, 2015; Erdoğanaras ve diğerleri, 2023; Kallmuenzer ve Peters, 2018; Sharma, Gupta, Sehrawat, Jain, ve Dhir, 2023; Tonny ve Robert, 2023; Tsai, Song, ve Wong, 2009). Turizm firma rekabetçiliğine yönelik ilave araştırmalara ihtiyaç bulunmaktadır.

İlave olrak turizm endüstrisinde baskın firma büyüklüğü küçüktür (Buhalis, 2000; Buhalis ve Main, 1998; Perles Ribes ve diğerleri, 2017; Thomas, Shaw, ve Page, 2011), aile işletmesi yaygındır (Buhalis ve Main, 1998; Kale, 2016; P. E. Murphy ve A. E. Murphy, 2004: 228).

Bu durum mikro ölçekli turizm destinasyonları için özellikle geçerli bir durumdur. Firma rekabetçiliğini ele almak açısından firma büyüklüğü özel bir öneme sahiptir (Akben-Selcuk,

2016; Kallmuenzer ve Peters, 2018). Firma ölçeğinin turizm firma rekabetçiliğe etkisini ele alan kısıtlı çalışma bulunmaktadır (Erdoğanaras ve diğerleri, 2023; Erkus Özturk, 2009; Kallmuenzer ve Peters, 2018; Topuz Cerrah ve Armatlı Köroğlu, 2023). İlave olarak firma girişimcisinin yerli olmasının rekabetçilik faktörlerine etkisini ele alma ihtiyacı bulunmaktadır.

- Kümelenme yaklaşımın turizm endüstrisi açısından ele alınması

Kümelenme yaklaşımı turizm endüstrisine uygulanabilse de turizm endüstrisine uygulandığında kümelenme yaklaşımında kavramsal eksiklikler olduğunu eleştiren bazı yazarlar vardır (Nordin, 2003; Novelli ve diğerleri, 2006; Perles Ribes ve diğerleri, 2017; Santos ve diğerleri, 2008). Bu açıdan kavramsal eksikliklerin tartışılması ihtiyacı bulunmaktadır.

İlave olarak küme ölçeğine (Gooroochurn ve Sugiyarto, 2005; Hall ve diğerleri 2007: 144; Michael, 2007: 26; Perles Ribes ve diğerleri, 2017; Sigurðardóttir ve Steinthorsson, 2018) vurgu yapan kısıtlı sayıda çalışma bulunmaktadır. Ayrıca mikro küme yaklaşımının bölgesel kalkınma politikası olarak henüz dinamik bir strateji olarak kendini kanıtlamadığı ve maliyetleri ve faydalarının hala varsayımlara tabi olduğu araştırmacının kendisi tarafından belirtilmektedir (Michael, 2007: 33). Bu açıdan küme ölçeğini tartışmak ve mikro küme varsayımlarını niceliksel bir yaklaşımla sınamak ihtiyacı bulunmaktadır.

- Sürdürülebilirlik varsayımlarının ve topluluk temelli turizm yaklaşımının firmalar açısından ele alınması

Destinasyon rekabetçiliği açışından yapılan çalışmalarda çevresel sürdürülebilirlik (Hassan, 2000; Goffi ve Cucculelli, 2014), rekabet edebilirlik çerçevesini kullanarak toplumsal refah ve turizm arasındaki bağlantı kuran (Crouch ve Ritchie, 1999; Dwyer ve Kim, 2003) kısıtlı sayıda çalışma vardır; sürdürülebilirlik ve yerel halk refahı tartışmaları ile küçük destinasyonlarla ilgili tartışmalar yetersizdir (Goffi & Cucculelli, 2014, s. 297, 299). Ayrıca Roberts ve Tribe (2008) sürdürülebilirlik araştırmacılarının genellikle ev sahibi-misafir etkileşimi ve turizmde toplum katılımı gibi konularla ilgilendiğini ve KOBİ'ler ile sosyo-kültürel sürdürülebilirlik varsayımları arasındaki bağlantıyı açıkça ele alan araştırmaların

kayda değer ölçüde eksik olduğunu belirtmektedir. Bu kapsamda sürdürülebilirliğin ve topluluk temelli yaklaşımın temel ayakları firmalar açısından ele alınmıştır.

Tez çalışması kapsamında yapılan analiz sonuçları ile pratikte, yerel girişimciye dayalı küçük ölçekli turizm işletmeleri için bir rehber niteliğinde olacak firma düzeyinde rekabetçiliği etkileyen faktörler belirlenecektir. İkinci olarak destinasyon düzeyinde kavramsal rekabet edebilirlik model önerisinin politika yapıcılar veya plancılar için rehber niteliği taşıması hedeflenmektedir.

5.3. Alan Araştırmasının Tasarımı

Bu tez çalışması kapsamında alan araştırması yöntemine başvurulmuştur. Alan çalışmasında beş temel aşama bulunmaktadır: alan araştırmasının tasarımı, hazırlık aşaması, veri toplama aşaması, toplanan verilerin derlenmesi ile analizi ve sonuçların raporlanması (Yin, 2018: 62). Alan araştırması kapsamında bu aşamalar sırasıyla takip edilmiştir.

5.3.1. Alan seçim kriterleri ve çalışma alanının seçimi

Alan araştırması yapılacak alanın tasarımında yıllık geceleme sayısı ve turizm tesis sayısı açısından Türkiye'de en rekabetçi destinasyonlar arasında olan, mikro ve küçük ölçekli ve yerli girişimciye dayalı firmaların yaygın olduğu ve aynı zamanda mikro turizm küme özelliklerini temsil eden, yerel halk açısından topluluk özelliklerine sahip bir turizm destinasyonunun seçilmesi hedeflenmiştir ve bu doğrultuda seçim kriterleri (Çizelge 5.1) belirlenmiştir.

Çizelge 5.1. Alan araştırması seçim kriterleri

	Seçim kriterleri	Açıklama
1.Kriter	Rekabetçi olması	Turist gelişleri, geceleme sayıları ve konaklama tesis sayısı açısından rekabetçi bir konumda olması
2.Kriter	Mikro küme ölçeği ve özelliklerine sahip olması	Mikro kümeyi temsilen küçük ölçekte ve nispeten az gelişmiş bir destinasyon olması Mikro ve küçük ölçekli turizm işletmelerinin ağırlıkta olması Yerli girişimciye dayalı bir turizm gelişiminin bulunması
3.Kriter	Destinasyonda yaşayan halkın topluluk özellikleri göstermesi	Nüfus büyüklüğünün topluluk özelliklerini koruyacak büyüklükte olması Yerli nüfus oranının yüksek olması

Belirlenen kriterler çerçevesinde, tüm Türkiye'de yer alan turizm destinasyonları arasından seçim yapılmasına yönelik olarak 3 aşamalı seçim yöntemine (Çizelge 5.2) başvurulmuştur.

Çizelge 5.2. Alan araştırması seçim aşamaları

3 Aşamalı Seçim		Açıklama
1. Aşama	İl Bazında Seçim	Turizm yığılması (tesis sayısı, yatak kapasitesi), rekabet düzeyi (yıllık toplam geceleme sayısı) açısından en rekabetçi 10 İl'in belirlenmesi (Ek-1, Ek-2)
2. Aşama	İlçe Bazında Seçim	Turizm destinasyonlarının ağırlıklı olarak ilçeler düzeyinde olması ve kümelenme ilişkilerini daha etkin çözümleyebilmek için büyükşehir ya da il boyutunda değil ilçe düzeyinde yerleşmeler olması En rekabetçi 10 İl ilçelerinin turizm yığılması (tesis sayısı, yatak kapasitesi), rekabet düzeyi (yıllık toplam geceleme sayısı) açısından sıralanması (Ek-3, Ek-4) En rekabetçi 10 İl'in ilçelerinin nüfus (50.000 kişi[3] üstündeki ilçeler) kriterine göre elenmesi
3. Aşama	Yerli Nüfusun Topluluk Özellikleri Göstermesi Açısından Seçim	Geriye kalan ilçeler (Çizelge 5.3) arasından yerli-yabancı nüfus oranına bakılarak nihai seçim yapılması

Birinci aşamada yapılan incelemelerde turizm yığılması (tesis sayısı, yatak kapasitesi), rekabet düzeyi (yıllık toplam geceleme sayısı) açısından Türkiye 81 il ortalamasının (ortalama yatak sayısı: 19350; ortalama geceleme sayısı: 2608482) üstünde yer alan, en rekabetçi 10 il sırasıyla Antalya, İstanbul, Muğla, İzmir, Aydın, Ankara, Nevşehir, Balıkesir, Mersin, Bursa'dır. 2019 yılı için bu 10 İl toplam geceleme sayısı Tüm Türkiye yıllık toplam geceleme sayısının %81'ini ve yatak kapasitesinin %74'ünü oluşturmaktadır. Bu 10 İl'e ait toplam 182 ilçe içinde yıllık toplam geceleme sayısı (943999) ve yatak kapasitesi ortalaması (6392) üstünde yer alan ve nüfus kriterini sağlayan toplam 3 ilçe bulunmaktadır (Çizelge 5.3)

Çizelge 5.3. Alan araştırması yapılabilecek olası ilçelerin nüfusu (2021) ve turizm istatistikleri (2019), (TUIK, 2019; KTB, 2019)

İlçeler	2021 yılı Nüfus (kişi)	Yerli Nüfus Oranı		Yatak Sayısı	Yıllık Toplam Geceleme Sayısı	Tesis Başına Oda Sayısı	Tesis Başına Yatak Sayısı
	2021	2020	2018	2019	2019	2019	2019
Kemer	46.615	-	-	95 373	14 967 104	157	336
Çeşme	48.167	52	47	11 066	1 253 460	51	107
Ürgüp	36.361	78	74	7 694	1 264 802	32	65

[3] Yavaş Şehir olmak için gereken nüfus kriteri 50.000 sakinin altında olmasıdır (Cittaslow Organizasyonu, 2019).

Bu İlçelere yönelik istatistiki veriler üzerinden bir değerlendirme yapıldığında; Kemer İlçesinin tesis başına oda/yatak sayısının yüksek olması nedeniyle firma büyüklüğü ölçeği kriterini karşılamadığı görülmektedir. Ürgüp, Çeşme İlçelerinde 2018 yılı verisine göre yerli halk oranı sırasıyla %74 ve %47'dir (TUIK, 2019). Bu çerçevede Ürgüp İlçesinin topluluk özellikleri göstermeye daha yakın bir ilçe olduğu anlaşılmaktadır. Çeşme İlçesinde turizmin gelişmesinde dışarıdan gelen yatırımcıların rol aldığı ve yerel halkın soylulaşma sonucu bölgeden göç ettiği bazı çalışmalarda ele alınmıştır (Uçak, 2012).

Bu kapsamda, Ürgüp İlçesi'nin geceleme ve tesis sayısı açısından rekabetçi olması, tesis başına yatak sayısının düşük olması dolayısıyla firma büyüklüğünün küçük ölçekli olması, nüfus büyüklüğünün 50.000 kişi (yavaş şehir kriteri) sınırının altında olması ve yerli nüfus oranının göreceli olarak yüksek olması nedenleri ile alan araştırması seçim kriterlerinin tümünü karşılamaktadır. Bu kapsamda Ürgüp İlçesi alan araştırmasının yapıldığı destinasyon olarak seçilmiştir.

5.4. Anketlere Yönelik Genel Bilgi ve Alanda Yürütülen Çalışmalar

Tez çalışması kapsamında alanda anket çalışması yürütebilmek için Gazi Üniversitesi Etik Komisyonundan 22.06.2021tarih/11 sayı ile izin alınmıştır. Alan araştırmasının temel aktörleri konaklama tesisleridir. Bununla birlikte bölge turizmini daha iyi anlamak açısından restoran ve eğlence mekanları, hediyelik eşya satıcıları, tur operatörleri/seyahat acenteleri gibi diğer ana hizmet sağlayıcıları ile de sınırlı sayıda da olsa görüşme sağlanmıştır. Analizler işletmelerin sahipleri ya da kıdemli yöneticileri ile gerçekleştirilmiştir.

Alanda veri toplamaya yönelik sürecin covid 19 pandemisine yönelik önlemlerin alındığı döneme denk gelmesi nedeniyle, hazırlanan anket soruları ilk olarak dijital platforma aktarılmış; telefon, e-posta yöntemi ile turizm işletmecilerine ulaştırılmaya çalışılmıştır. Dijital anketlerin doldurulma oranının düşük olması ya da yapılan anketlerin yarım bırakılması nedeniyle yerinde yüz yüze anket yapılmasına karar verilmiştir. 25 Ekim -28 Ekim 2021 tarihleri arasında 4 gün, 19 Kasım-27 Kasım 2021 tarihleri arasında 9 gün olmak üzere toplam 14 gün saha ziyareti gerçekleştirilmiştir.

Çizelge 5.4'da görüldüğü üzere Ürgüp İlçe sınırları içerisinde yer alan toplam 240 adet konaklama tesisinin %25,83'üne denk gelen ve Ürgüp Merkez İlçe ve Ürgüp İlçesi'ne bağlı

Ortahisar ile Mustafapaşa Beldeleri'nde (Harita 5.1) olmak üzere toplam 62 konaklama tesisi ile görüşme yapılmış; bunlar arasında tüm konaklama tesislerinin %18,75'ine denk gelen 45 konaklama tesisi anket sorularını yanıtlamayı kabul etmiştir (Çizelge 5.4).

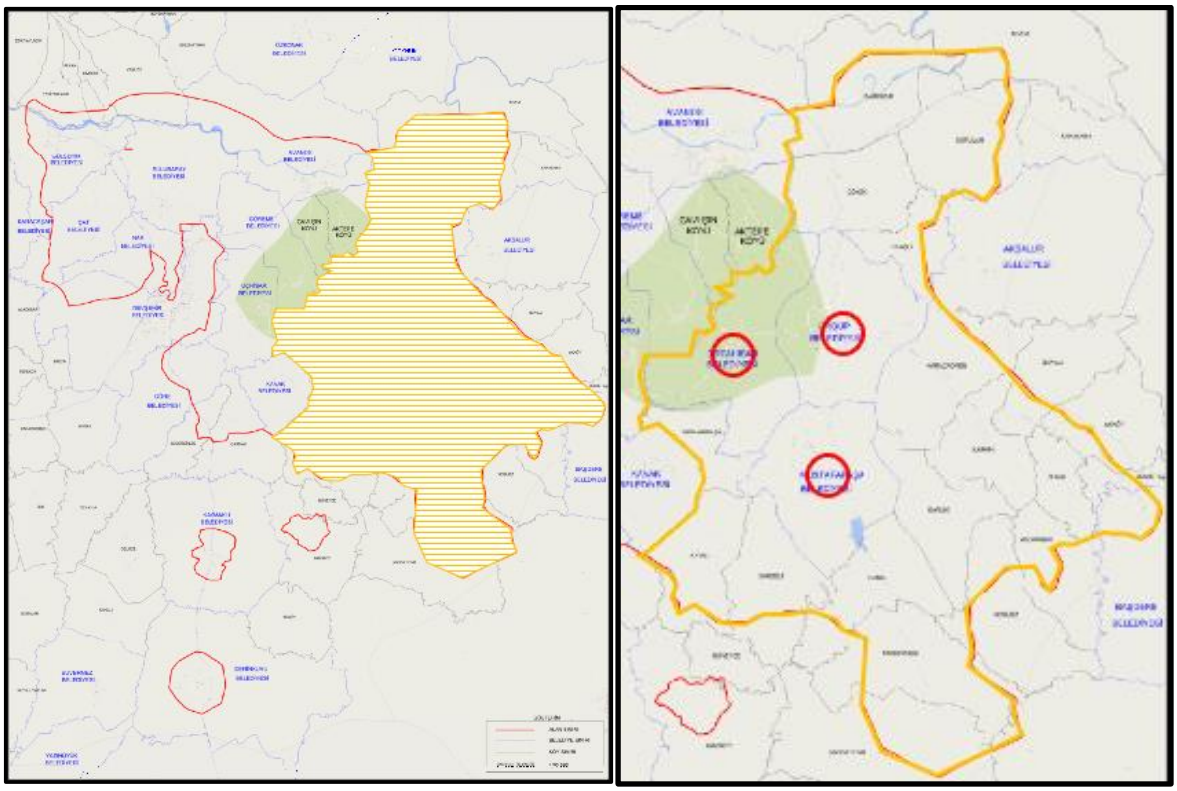
Çizelge 5.4. Anket uygulanan konaklama tesislerine dair veriler

Ankete Katılan Tesis Türü	Toplam Sayı	Anket Yapma Yöntemi
Konaklama Tesisi Sayısı	45	4 online 1 telefon 40 yüz yüze

İlave olarak sektörün yapısı ve işleyişi hakkında bilgi edinmek amacıyla turizmin diğer ana aktörlerinden olan 3 seyahat acentesi/tur operatörü, 2 yeme-içme tesisi, 4 hediyelik eşya satış işletmesine anket uygulanmıştır (Çizelge 5.5).

Çizelge 5.5. Anket uygulanan diğer ana turizm hizmet sağlayıcısı işletmelere dair veriler

Ankete Katılan Turizm Tesis Türü	Sayı	Anket Yapma Yöntemi
Seyahat Acentesi/Tur Operatörü	3	3 yüz yüze
Yeme-İçme Tesisi	2	2 yüz yüze
Hediyelik Eşya Satış	4	3 yüz yüze 1 formu bireysel olarak doldurma
Toplam	9	



Harita 5.1. Kapadokya Turizm Destinasyonunun Ürgüp İlçesinde kalan bölümü ve anket çalışması yapılan Beldeler

Anket yapılmak üzere Ürgüp Merkez İlçe, Ortahisar Beldesi ve Mustafapaşa Beldelerinin seçilme sebebi bu üç bölgenin Ürgüp İlçesi içerisinde turizm tesis sayısı açısından en rekabetçi alt turizm destinasyonları olmalarıdır. Ürgüp İlçesindeki yer alan tüm tesislerin %52,5'i Ürgüp Merkez İlçesinde, %22,9'u Ortahisar Beldesinde ve %17,5'i Mustafapaşa Beldesinde yer almaktadır.

Alan araştırması kapsamında veri toplamaya yönelik olarak, içerik aynı olmakla birlikte, turizm işletmelerinin türüne göre sorulan sorular farklılaşacak şekilde (örneğin konaklama işletmelerine sorulan toplam yatak kapasiteniz nedir sorusu yerine yeme-içme tesislerine toplam sandalye sayısı nedir sorusu) anketler hazırlanmıştır. Anketler, sürdürülebilirlik ve topluluk temelli turizm yaklaşımının temel ayaklarını oluşturan sosyo-kültürel (işletme yapısı, girişimci yapısı, istihdam yapısı vb.), ekonomik (ciro, geceleme sayıları, doluluk oranları, yenilikçilik, rekabetçilik, ekonomik dayanıklılık, vb.), politik (kamu kurumları ile ilişkiler, katılımcılık, kapasite geliştirme, vb.) ve çevresel (çevre koruma önlem sayısı, çevresel sorunlar) konu başlıklarında niteliksel ve niceliksel sorulardan oluşmaktadır (Ek.7). İlave olarak, rekabet gücünü etkileyen faktörler açısından girişimci algısını anlamaya

yönelik 5li likert ölçeği tipinde sorular katılımcılara yöneltilmiştir. Anketlerde ayrıca bölgede yaşanan sorunlar, covid 19 pandemi döneminde yaşanan sıkıntılara yönelik sorular da bulunmaktadır.

5.5. Verilerin Derlenmesi ve Analizi

Anketlerde firma düzeyinde rekabetçilik puanını belirlemeye yönelik ciro, geceleme sayısı, vb. niceliksel veriler için covid-19 pandemisi öncesinde son normal dönem olan 2019 yılı verileri baz alınmıştır. Bu nedenle, 2020 ve sonrasında kurulan 7 firma rekabetçiliğe yönelik yıllık ciro, toplam geceleme sayısı vb. sorulara cevap vermemiştir. Rekabetçiliği etkileyen faktörlerin belirlenmesine yönelik analizlere geriye kalan 38 firma dahil edilmiştir.

Rekabetçiliği etkileyen faktörlerin belirlenmesine yönelik analizler için ilk olarak rekabetçilik tanımı yapılmış ve rekabetçilik puanı hesaplanmıştır. İkinci olarak ilgili literatür çerçevesinde rekabetçiliği belirleyen faktörler belirlenmiş ve bu faktörlere yönelik veri tabanı oluşturulmuştur. Üçüncü olarak karşılaştırmalı analizlere yönelik firma verileri iki şekilde gruplandırılmıştır: firma büyüklüğünü ve firma girişimcilerinin yerli ya da yabancı olması. Dördüncü aşamada da firma düzeyinde analizler yapılmıştır.

5.5.1. Rekabetçiliğin tanımlanması

Cracolici, Nijkamp, ve Rietveld'a göre (2008), "rekabetçilik kavramını anlamak kolay görünebilir; ama… kavramın karmaşıklığı, onu tanımlamaya ve ölçmeye çalıştığımızda devreye girmektedir". Turizm endüstrisi açısından rekabetçiliği ölçmeye yönelik yapılan çalışmaları ele aldığımızda ulusların rekabetçiliğini karşılaştırmalı olarak ölçen ve sıralayan Küresel Rekabet Edebilirlik Raporu (World Economic Forum, 2020) ve Dünya Rekabet Edebilirlik Sıralaması (The International Institute for Management Development, 2022) gibi çalışmalar olduğu görülmektedir.

WEF'in Seyahat ve Turizm Rekabet Edebilirlik Raporu, ulusal turizm rekabetçiliğini Seyahat ve Turizm Rekabet Endeksi Modeli ile ölçmektedir. Bu endeks çalışmasında beş sütun (imkan veren çevre, seyahat ve turizm politikası ve imkan veren koşullar, altyapı, seyahat ve turizm talebini etkileyen etkenler, seyahat ve turizm sürdürülebilirliği başlıklarında) vardır. Her sütun ayrıca her biri kendi endeksine sahip çeşitli bileşen

değişkenlerden oluşmaktadır. Bu endeks çalışmasında, kamuya açık ikincil verilerin yanı sıra yönetici görüşü anketinden elde edilen bilgiler de kullanılmaktadır. Çalışmada destinasyonların rekabetçilik ölçümü yapılırken, ilgili faktör değerlerinin ağırlıklandırılmamış ortalaması alınarak rekabetçilik puanları ölçülmekte ve ülkeler bu puanlara göre karşılaştırılmaktadır (WEF, 2022).

Bu tez çalışması kapsamında firmalar bazında rekabetçilik puanı hesaplanırken, WEF rekabetçilik endeksinde olduğu gibi rekabetçiliğe etki eden faktörleri de puana dahil edecek şekilde bir yöntem kullanılmamıştır. Bunun yerine rekabetçiliğe katkı sağladığı varsayılan faktörler ile rekabetçilik puanı arasındaki ilişkisi incelenmekte ve rekabetçiliğe bir katkısı olup olmadığı sorgulanmaktadır.

Turizm endüstrisinde ziyaretçi sayısı, geceleme sayıları, turizm geliri, ortalama kalış süresi gibi veriler firmaların veya destinasyonların rekabetçi olduğuna dair bir gösterge olarak karşılaştırmalı olarak ele alınmaktadır. Bu veriler destinasyon ve işletmelerin ölçeğinden ve talep koşullarından da kaynaklı oluşabilmektedir. Ancak talep çekmek turizm bölgelerinin ayakta kalması için çok önemlidir ve talep faktörü firmaların yaratıcı olmaları konusunda çekici faktördür (Erkuş, 2009).

Tez çalışmasında rekabetçilik puanı iki şekilde hesaplanmıştır. İlki turizm endüstrisinde kullanılan ziyaretçi sayısı, geceleme sayıları, turizm gelirini temsilen ciro, ortalama kalış süresi gibi talebe yönelik veriler üzerinden hesaplanmıştır. İkincisi ise Porter (1990) tarafından ele alınan rekabet avantajı ve üretkenlik/verimlilik kavramları çerçevesinde belirlenmiştir. Porter'a (1990) göre modern rekabet, girdilere erişime veya bireysel işletmelerin ölçeğine değil üretkenliğe bağlıdır. Rekabetçilik ölçümünün bu şekilde ikili bir gruplandırmada yapılmasının sebebi firmaya yönelik talebin yüksek olması ile firmanın üretkenliği/verimliliği açısından farklı rekabetçilik faktörlerinin önemli olabileceğini ortaya koymaktır. Rekabetçilik puanından ayrı olarak rekabetçiliği etkileyen faktörler ise küme, mikro turizm küme ve topluluk temelli yaklaşımı başlıkları çerçevesinde tartışılmış ve bu çerçevede belirlenmiştir (Çizelge 5.6).

Çizelge 5.6. Rekabetçilik puanının hesaplanması

Rekabetçilik Puanı	Rekabetçilik Puanını Hesaplamaya Yönelik Kullanılan Veriler (yıllık)
Talebe dayalı rekabetçilik puanı	Yıllık ciro+ yıllık toplam geceleme sayısı+ ortalama kalış süresi
Verimliliğe dayalı rekabetçilik puanı	Yıllık ciro/oda sayısı

5.5.2. Rekabetçiliği etkileyen faktörler

Bu tez çalışmasında, konaklama tesislerinin rekabet gücünü etkileyen faktörler kümelenme yaklaşımı, mikro kümelenme yaklaşımı ve topluluk temelli turizm yaklaşımından gelen bazı rekabetçilik faktörleri çerçevesinde belirlenmiştir (Çizelge 5.7).

Çizelge 5.7. Rekabetçiliği etkileyen faktörler/belirleyiciler

Üst Kavram	Rekabetçilik Faktörleri	Belirleyiciler
İşletme kaynaklarına dayalı olan bazı faktörler	İnsan sermayesi kaynakları	Toplam çalışan sayısı
		Çalışanların eğitim düzeyi
		Girişimcinin eğitim düzeyi
	Fiziksel sermaye	Firma büyüklüğü
		Toplam yatak kapasitesi
	Hizmet kalitesi	Sertifika sayısı
İşletme dışından kaynaklı olan ve kümelenme modelinden gelen bazı faktörler	Yığılma	Tedarikçilerin konumu (aynı il olması)
	Ağ Bağlantıları	Yerli/yabancı turist oranı Küresel pazarlamada zorluk yaşama durumu Seyahat acenteleri ile gelen ziyaretçi oranı İş birliği/dayanışma sayısı* Ortağa sahip olma durumu
	Devletle ve Kolektif Kuruluşlarla İlişkiler	Kolektif kuruluşlara üyelik durumu* Kuruluş sırasında kamu finansmanı
	Yenilikçilik	Yeniliklerin sayısı ve türü
İşletme dışından kaynaklı olan ve mikro küme modelinden gelen bazı faktörler	Tamamlayıcı turizm ürünlerinin sunumu (kapsam ekonomisi) Tamamlayıcılık ve çapraz entegrasyon	
İşletme dışından kaynaklı olan ve sürdürülebilirlik ile topluluk temelli turizm yaklaşımdan gelen bazı faktörler	Kadın çalışan oranı Aile üyesi çalışan varlığı Mülkiyet durumu Girişimcinin yerli olması durumu Turizm dışında ek gelir getirici faaliyetlerde bulunmak İş birliği/dayanışma sayısı* Kolektif kuruluşlara üyelik durumu* Turizm karar alma süreçlerine katılım Çevre korumaya yönelik önlem sayısı Ekonomik dayanıklılık puanı	

*Bu faktörler farklı yaklaşımlarda vurgulanmaktadır.

İlave olarak denek gruplarına son 10 yılda yaptıkları yenilik sayısı sorulmuş; ancak yeniliklerin sayısı hakkında net bir cevap alınamamıştır, sadece türü hakkında bilgi

alınmıştır. Bu nedenle yenilikçilik değişkeni firma rekabetçiliğini etkileyen faktörlerin belirlenmesi, rekabetçiliği etkileyen faktörler açısından karşılaştırmalı analizler kapsamına dahil edilememiştir.

5.5.3. Firma büyüklüğüne göre gruplandırma

Buhalis ve Main (1998: 198) "turizm ve otelcilik sektörlerinde küçük işletmelerin tanımlanmasında büyüklük bantları konusunda uluslararası bir anlaşma olmadığını ve tanımlarda ülkeler bazında (örneğin Afrika, Avustralya, Avrupa ve Amerika Birleşik Devletleri arasında) önemli ölçüde farklılık gösterdiğini, bu nedenle karşılaştırmalı çalışmaların sorunlu olduğunu" belirtmektedir. Turizmde işletme büyüklüklerine yönelik olarak yapılan literatür taramasında çalışan sayısı ve oda sayısı olmak üzere 2 farklı değişkene göre işletme büyüklüğünün tanımlandığı tespit edilmiştir.

İlk kategori için, Avrupa Komisyonu bir işletmenin büyüklüğünü belirlemek için çalışan sayısını kullanmaktadır ve mikro ölçekli işletmeyi 10'dan az çalışanı istihdam eden işletme, küçük ölçekli işletmeyi 50'den az çalışanı istihdam eden işletme ve orta büyüklükteki işletme 250'den az çalışanı istihdam eden işletme olarak tanımlamaktadır (European Commission, 2023). Kallmuenzer ve Peters (2018) ve Akbaba (2012) Avrupa Komisyonu tarafından belirlenen aralığı aynı şekilde kullanmaktadır. Avrupa Komisyonu'ndan farklı olarak Yuhanis, Awang, ve Saiton (2012) 5'ten az tam zamanlı çalışanı bulunan işletmeyi mikro işletme, 5 ila 19 kişi tam zamanlı çalışanı bulunan işletmeyi küçük işletme ve 20 ila 50 kişi tam zamanlı çalışanı bulunan işletmeye orta ölçekli işletme olarak tanımlamaktadır. Bressan ve Pedrini (2020) mikro işletmeleri 1-4 kişi tam zamanlı çalışanı bulunan işletme, 5-19 tam zamanlı çalışanı bulunan işletmeyi ise küçük işletme" olarak tanımlamaktadır.

İkinci kategoride ise firma büyüklüğünü oda sayısına göre belirleyen çalışmalar bulunmaktadır. Buhalis ve Main (1998) KOBİ'leri "50'den az odası olan ve 10'dan az kişiyi çalıştıran" olarak tanımlamaktadır. Aktaş'a (1997) göre 25'ten az odası olan oteller çok küçük (mikro) oteller, 26-100 odası olan oteller ise küçük otellerdir (aktaran Kale, 2016).

Bu çalışmada firma büyüklüğü Yuhanis ve diğerleri (2012) ile Bressan ve Pedrini (2020) tarafından yapılan gruplamalara göre belirlenmiştir. Turizmde hakim firma büyüklüğünün küçük olması nedeniyle Avrupa Komisyonu tarafından geliştirilen gruplamanın turizm

endüstrisi için uygun olmadığı düşünülmektedir. Ayrıca, Avrupa Komisyonu sınıflandırmasına göre firmalar gruplandırıldığında saha araştırma alanında büyük ölçekli olarak sınıflandırılan firmalar bulunmadığından bu çalışmanın örneklemine uygun değildir. Ayrıca Ürgüp'te hakim firma büyüklüğünün mikro ve küçük ölçekli olması ve ankete katılan orta ve büyük ölçekli firma sayısının az olması nedeniyle, bu çalışmanın analizlerinde orta ve büyük ölçekli firmalar tek grup olarak analiz edilmiştir. Ankete katılan firmaların ilgili literatür çerçevesinde belirlenen büyüklükleri açısından dağılımı Çizelge 5.8'de görülmektedir.

Çizelge 5.8. Ankete katılan firmaların büyüklük açısından dağılımı

Firma türü	Ankete katılan firmaların büyüklük açısından dağılımı
Mikro işletme	% 42,2
Küçük işletme	%35,6
Orta ve büyük işletme	% 22,2

5.5.4. Yerel girişimci veya yabancı girişimcilerin gruplandırılması

Kapadokya Destinasyonunun farklı ilçe sınırları içerisinde kalması, bu fiziki bölgede yaşayan insanların turizm endüstrisi ile olan ilişkileri açısından benzer sosyo-kültürel, ekonomik ve çevresel koşullara sahip olduğunun alan araştırmasında gözlemlenmesi nedeniyle, aynı il+aynı ilçe doğumlu olan işletme sahipleri yerli girişimci firma olarak ele alınmıştır. Ankete katılan firmaların yerli girişimci ya da yabancı girişimci olması açısından dağılımı Çizelge 5.9'de görülmektedir.

Çizelge 5.9. Ankete katılan firmaların yerli-yabancı girişimci olması açısından dağılımı

Firma türü	Ankete katılan firmaların yerli girişimci-yabancı girişimci olması açısından dağılımı
Yerel Girişimci Firma	% 53,33
Yabancı Girişimci Firma	% 46,66

5.5.5. Yapılan analizler ve verilerin analiz yöntemi

Anket çalışması sonucunda elde edilen verilere yönelik yapılan analizleri 4 başlık altında gruplandırabiliriz:

- Mikro ölçekli turizm destinasyonlarında kümelenme ve topluluk temelli turizm yaklaşımı çerçevesinde konaklama işletmelerinin rekabetçiliğini etkileyen faktörlerin belirlenmesi,
- Mevcutta uygulanan rekabetçilik faktörlerinin firma büyüklüğüne göre nasıl farklılaştığının belirlenmesi,
- Mevcutta uygulanan rekabetçilik faktörlerinin girişimcinin yerli ya da yabancı olmasına göre nasıl farklılaştığının belirlenmesi,
- Rekabet faktörlerine ilişkin girişimci görüş ve algısının firma büyüklüğüne göre ve girişimcinin yerli ya da yabancı olmasına göre nasıl farklılaştığının belirlenmesi.

Tez çalışması kapsamında yapılan modelleme ve analizlerde SPSS 22 yazılımı kullanılmıştır. Çalışma verileri değerlendirilirken normallik testleri için Shapiro-Wilk testi, tanımlayıcı istatistiksel metodu (ortalama, medyan, standart sapma, minimum-maximum), oransal ya da aralıklı ölçek ile elde edilmiş ancak normal dağılıma uygunluk göstermeyen değişkenler için spearman korelasyon analizi; normal dağılmayan, bağımlı değişkenin sürekli ya da sıralı olduğu ve bağımsız değişkenlerin kategorik olduğu durumlar için Mann Whitney U Testi, kategorik veriler arasındaki ilişkilerde Ki-kare analizi kullanılmıştır (Çizelge 5.10). Tüm analizlerde anlamlılık seviyesi olarak 0,05 değeri kullanılmış olup, $p<0,05$ olması durumunda anlamlı bir farklılığın/ilişkinin olduğu, $p>0,05$ olması durumunda ise anlamlı farklılığın/ilişkinin olmadığı belirtilmiştir.

Çizelge 5.10. Kullanılan analiz türüne ilişkin açıklamalar

Analiz Türü	Açıklama
Spearman Korelasyon Testi	Korelasyon analizi değişkenler arası ilişkilerin yönünü ve derecesini tanımlamak için kullanılan bir istatistiksel analiz tekniğidir. Değişkenler oransal ya da aralıklı ölçek ile elde edilmiş ancak normal dağılıma uygunluk göstermiyorsa Spearman korelasyon analizi yapılır.
Mann Whitney U Testi	Mann-Whitney U testi, bağımsız örneklem t testine alternatif olan non-parametrik bir testtir. Bu test, benzer popülasyondan gelen iki bağımsız grup arasında ortalama farkına bakmak ve gruplar arasında fark ya da eşitliği belirlemek için kullanılır. Mann-Whitney U testi genellikle bağımlı değişken sıralı olduğunda ya da t-test için gerekli varsayımların sağlanmadığı durumlarda kullanılır. Bu test için birkaç gerekli ön-şart (varsayım) şöyle sıralanabilir: bağımsız değişkenin kategorik olması (örneğin, erkek ve kadın gibi), bağımlı değişkenin sürekli ya da sıralı olması (örneğin, programlama başarı puanı, tutum puanı, ya da programlamaya karşı öz-yeterlilik düzeyi), popülasyondan seçilen örneklemin random (rastgele) olması, gruplardan elde edilen skorların normal dağılım göstermemesi.

Çizelge 5.10. (devam) Kullanılan analiz türüne ilişkin açıklamalar

Ki-Kare Bağımsızlık Analizleri	Kategorik veriler arasındaki ilişki Ki-kare bağımsızlık analizleri ile ele alınmaktadır. Gözlenen ve beklenen frekanslar arasındaki farkın anlamlı olup olmadığı temeline dayanır. • 2x2 • RxC (R>2 ya da C>2) boyutlu tablolarda olmak üzere iki ana başlık altında yer alırlar. 2X2 boyutlu tablolarda her bir değişken için hesaplanan frekanslara göre kullanılacak yöntem değişebilmektedir. En küçük frekansa göre; • En küçük frekans > 25 ise PearsonKikare Test • 5 < En küçük frekans < 25 ise Yates' Kikare Test (ContinuityCorrection) • En küçük frekans < 5 ise FisherExact Test kullanılır (Fisher's Exact test sonucu sadece p değerini verir). RXC tablolarda Monte Carlo Simülasyonu kullanılır. • En küçük frekans <20 ise PearsonKikare Test • En küçük frekans>20 ise Monte Carlo Simülasyonu kullanılır (Monte Carlo Simülasyonu sadece p değerini verir).

5.6. Kapadokya Bölgesinde Turizm Gelişimi ve Planlaması

Bu bölümde, alan araştırmasına konu olan Kapadokya Bölgesinin tarihsel gelişimi, bölgede turizm gelişimi ve planlaması, güncel durumda yetkili kurum ve ilgili mevzuat, Ürgüp İlçesi'ne yönelik mevcut onaylı planlar ve son olarak Ürgüp İlçesi'nde yerel topluluk özellikleri ve mimari konusu ele alınacaktır.

5.6.1. Kapadokya bölgesi tarihi

Türkiye'nin önemli turizm destinasyonlarından biri olan Kapadokya, tarih boyunca birçok medeniyete ev sahipliği yapmıştır. Adını ''Güzel Atlar Diyarı'' anlamına gelen Katpatuka Asurluların mirasıdır ve Persler Döneminde bölge Kapadokya adını almıştır (Nevşehir Belediyesi, 2021). Kapadokya bölgesinin tarihinin, beş bin yıl öncesine kadar dayandığı bilinmektedir (Nevşehir Belediyesi, 2021; Ürgüp Belediyesi, 2023). Sırasıyla Asur Ticaret Kolonileri (M.Ö. 3000-1750), Hititler (M.Ö. 1750-1200), Ege ve Kuzey Kavimlerinin Gelişi (M.Ö. 1200-1100), Frigyalılar (M.Ö. 1100-950), Lidyalılar (M.Ö. 950-585), Persler (M.Ö. 585-334), Kapadokya Krallığı (M.Ö. 334 - M.S. 17), Roma İmparatorluğu (17-395), Doğu Roma(Bizans) İmparatorluğu (395-1071), Türk Boyları (1071-1086), Danişmendliler (1086-1175), Anadolu Selçuklular (1175-1243), Moğol Hakimiyeti (1243-1318), İlhanlı Valisi

Timurtaş'ın Yönetimi (1318-1340), Bağımsız Eratna Beyliği (1340-1365), Karamanoğulları Beyliği (1365-1381), Kadı Burhannetin Yönetimi (1381-1398), Karamanoğulları Beyliği (1398, 1402-1466), Osmanlılar egemenliği (1398-1402, 1466-1923) altında kalmıştır (Kocatepe, 2022). Bölge Roma İmparatorluğunca zulme uğrayan Hıristiyanların sığınak yeri olmuştur. Kapadokya'nın Hristiyanlık tarihine ışık tutan en önemli eserler kayalara oyulmuş 250'den fazla kilisedir (Nevşehir Belediyesi, 2021).

XVII. yüzyıla kadar Nevşehir, Niğde'ye bağlı Ürgüp Kasabasının 18 hanelik bir köyüdür ve Muşkara adıyla bilinir (Nevşehir Belediyesi, 2021). 1867 yılında Nevşehir kazaya çevrilerek Niğde'ye bağlanmış, 1902 yılında Ankara Sancağına bağlanmış ve 1954 yılında il olmuştur (Kocatepe, 2022).

5.6.2. Kapadokya bölgesi'nde turizm gelişimi ve planlaması

Kapadokya bölgesi peribacaları, yer altı şehirleri ve tarihi kiliseleri gibi tarihi, kültürel, doğal çekiciliklere sahip olması nedeniyle 1960'lı yıllarda karayolu gelişimi ile iç ve dış turizme açılmıştır. Göreme Tarihî Millî Parkı, 1985 yılında UNESCO Dünya Miras Listesi'ne alınmış, 30 Ekim 1986'da Bakanlar Kurulu kararıyla millî park ilan edilmiştir. 23.02.1973 gün ve 775811 sayılı Bakanlar Kurulu kararı ile Kapadokya Kültür ve Turizm Koruma ve Gelişim Bölgesi olarak ilan edilmiş ve turizm sektörü açısından öncelikli yöreler arasına girmiştir. Kapadokya'nın ilk Çevre Düzeni Planı mülga Gayrimenkul Eski Eserler ve Anıtlar Yüksek Kurulunca 1976 tarihinde onaylanmıştır. Bu Plan ile Kapadokya'daki yerleşim merkezleri, arkeolojik ve doğal sit alanları, tarihi sit alanları, tampon bölgeler ve turizme açılabilecek alanlar belirlenmiştir (Cihangir Çamur ve Cihangir, 2017). Yörenin görsel bütünlüğünün korunması açısından tampon bölge olarak belirtilen alanlarda, doğal ve tarihi sit alanlarına ilişkin kararlarda belirtilen zorunlu yapılar dışındaki yapılaşmalar kesinlikle yasaklanmıştır.

Bölgede mevcutta onaylı plan öncesinde geçerli üst ölçekli plan, mülga Turizm Bakanlığınca hazırlanarak 6/11/1981 tarihinde mülga Bayındırlık ve İskân Bakanlığınca onaylanan 1/25.000 ölçekli Kapadokya Çevre Düzeni Planı idi. Ancak, mülga Nevşehir Kültür ve Tabiat Varlıkları Koruma Bölge Kurulunun Kapadokya genelinde yer alan sit alanı sınırlarının irdelenerek yeniden belirlenmesine yönelik 12/11/1999 tarihli ve 1123 sayılı kararı uyarınca bu tarihten sonra revizyon çalışmaları başlatılmıştır. Kapadokya Kültür ve

Turizm Koruma ve Gelişim Bölgesi sınırları 06.01.2005 tarih ve 25692 sayılı RG yayımlanarak revize edilmiştir. Alan Başkanlığı kurulmasından önceki dönemde, her bir kurum ayrı ayrı önemli yetkilere sahip olsa da, bunların belli bir strateji ve plan bütünlüğüne sahip olmadan yetkilerini kullanması bir karmaşa yaratmıştır (Tekeli, 1990).

5.6.3. Kapadokya Alan Başkanlığı ve yönetişim

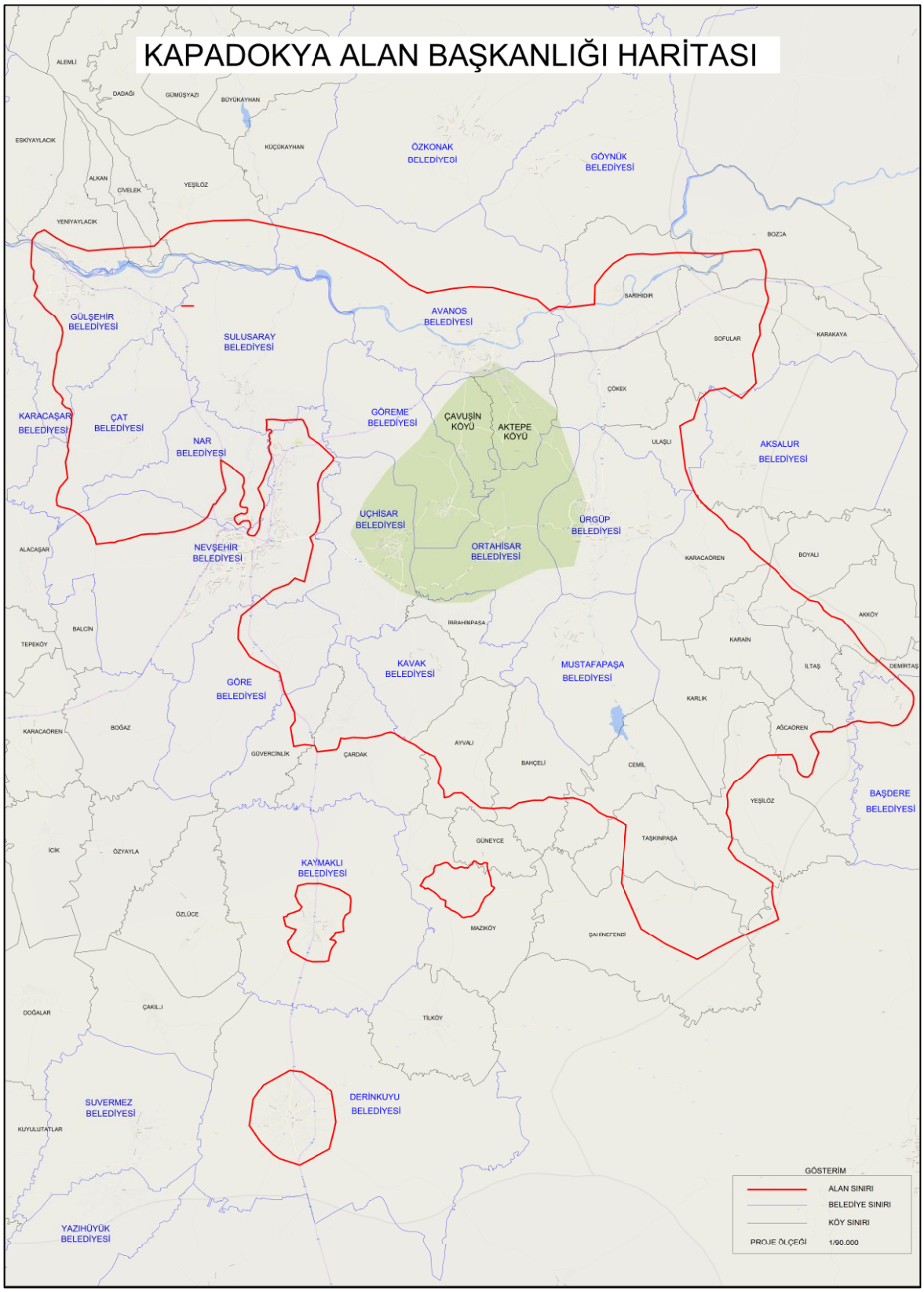
Bölgede revizyon çalışmaları sürdürülürken yetki karmaşası sorununu çözmeye yönelik olarak 23/5/2019 tarihinde kabul edilen 7174 sayılı Kapadokya Alanı Hakkında Kanun ile 38 numaralı Kapadokya Alan Başkanlığı Hakkında Cumhurbaşkanlığı Kararnamesi 01/06/2019 tarihli ve 30791 sayılı Resmî Gazete'de yayımlanarak yürürlüğe girmiş; Göreme Tarihî Millî Parkı 22 Ekim 2019 tarihinde millî park statüsünden çıkarılmış, Kapadokya Kültür ve Turizm Koruma ve Gelişim Bölgesi iptal olmuş ve Kapadokya Alan Başkanlığı kurulmuştur (Harita 5.2). 7174 sayılı Kanunun "Kapadokya Alan Planları" başlıklı 4. maddesinin 4. fıkrasında yer alan "Kapadokya Alanında bu Kanunun yürürlüğe girdiği tarihten sonra ilgili diğer idarelerce yeni plan onaylanamaz.” hükmü uyarınca plan onama yetkisi Kapadokya Alan Başkanlığına geçmiştir. 1/25.000 ölçekli Kapadokya Alanı Üst Ölçekli Alan Planı Kapadokya Alan Komisyonunun 17/07/2023 tarih ve 3594 sayılı kararı ile uygun bulunarak onaylanmıştır.

Bu kanunda 5. maddede tanımlanan Kapadokya Alan Komisyonu aşağıda belirtilen üyelerden oluşur:

a) Üniversitelerin arkeoloji, sanat tarihi, mimarlık, şehir planlama/şehir ve bölge planlama, jeoloji ve hukuk ile biyoloji veya kimya bölümlerinden lisans eğitimlerini tamamlayarak mezun olmuş, Bakanlıkça görevlendirilecek, alanında uzman ve en az on yıl deneyime sahip yedi üye; b) Nevşehir İl Özel İdaresi Genel Sekreteri veya Nevşehir İl Özel İdaresinden görevlendireceği bir üye; c) Çevre ve Şehircilik Bakanlığı Tabiat Varlıklarını Koruma Genel Müdürlüğü ile Tarım ve Orman Bakanlığı Doğa Koruma ve Milli Parklar Genel Müdürlüğünce görevlendirilecek, alanlarında uzman birer üye; ç) Nevşehir Ticaret ve Sanayi Odasınca görevlendirilecek bir üye; d) Görüşülecek konu ile ilgili yer belediye başkanlığından görevlendirilecek bir temsilci üye; e) Görüşülecek konu Vakıflar Genel Müdürlüğü ile ilgili ise Vakıflar Bölge Müdürü veya Vakıflar Bölge Müdürlüğünden görevlendireceği bir temsilci üye. İlave olarak “Komisyonda görüşülecek konunun

niteliğine göre oy hakkı olmamak kaydıyla ilgili kurum ve kuruluşlardan uzman çağrılabilir; Komisyonun gündemiyle ilgili meslek odaları İdarenin davetiyle toplantıya gözlemci olarak katılabilir."

Alan Başkanlığı Komisyonunun Bakanlıklar, İl Yönetimi ve Yerel Yönetim temsilcilerini karar alma süreçlerine dahil ettiği; bu anlamda yerinden yönetim ve yönetişim ilkelerine daha yakın bir yapıda olduğu; bu açıdan bölgenin ihtiyaçlarına daha hızlı cevap verebileceği anlaşılmaktadır. Diğer taraftan koruma esasları ve kullanma şartlarının belirlenmesinde tüm yetkinin bir kurumda toplanması alınan kararlarda kontrol mekanizmasının az olmasına neden olabilmektedir. Yerel halkın plan kararlarına katılımı ise plan askı itiraz süreci ile sınırlanmıştır ve STKlar toplantılara yalnızca gözlemci olarak davet edilmektedir. Bu açıdan çok aktörlü fakat katılımcı olmayan bir plan hazırlama ve onaylama süreci söz konusudur.



Harita 5.2. Kapadokya Alan Başkanlığı sınırı (1 Haziran 2019 tarih ve 30791 sayılı RG)

5.6.4. Ürgüp ilçesine yönelik mevcut onaylı planlar

Ürgüp Merkez Mahallesi'ne yönelik Ürgüp Koruma Amaçlı İmar Planı 20.11.2014 tarihinde Kültür ve Turizm Bakanlığınca onaylanmış olup söz konusu plana ilişkin yapılacak düzenlemeler için Kapadokya Alan Başkanlığı yetkili hale gelmiştir. Ürgüp İlçesi üst ölçekli onaylı planda "kentsel (meskûn) yerleşik ve kentsel gelişme alanları" kullanımında kalmaktadır. Alt ölçekli planlarda ise konut alanları, konut gelişme alanları, turizm tesis alanları ve koruma alanları gibi kullanım kararları bulunmaktadır.

5.6.5. Ürgüp ilçesinde yerel topluluk özellikleri ve mimari

Osmanlı Döneminin ilk yıllarından XVII. yüzyıla kadar Kapadokya Bölgesinin en önemli merkezi Ürgüp olmuştur. Ürgüp'te tespit edilen en eski yerleşim yeri antik adı Tomisson olan Damsa Çayı yakınındaki Avla Dağlarındadır. Ürgüp civarında daha geç döneme ait en önemli kalıntılar Roma Dönemine ait kaya mezarlarıdır. Bizans döneminde önemli bir dini merkez olan Ürgüp, Selçuklular Döneminde iki önemli Şehre (Konya-Niğde) açılan kale konumundadır (Nevşehir Belediyesi, 2021).

395 yılından 11. yüzyılda Türk hakimiyetinin etkin olmasına kadar bölgede egemen kültür Hıristiyanlık olmuştur. Türk hakimiyetinin başlamasından 1923 nüfus mübadelesine kadar Hristiyan ve Müslüman halk Ürgüp'te beraber yaşamıştır (Dırık ve Tekinalp, 2022). Ermeni, Rum, Müslüman tüm yerel halk birbirinin gelenek-görenek ve alışkanlıklarından etkilenmiş ve ortak diyebileceğimiz bir kültürün oluşumuna katkı sağlamışlardır. Böyle bir politik ve demografik yapı içerisinde aynı doğal çevre koşulları ve aynı yerel malzeme kullanımı ile oluşturulan birliktelikte sosyal yaşam ve yaşama biçimlerinden kaynaklanan farklılıklara bağlı olarak yapılan evler kent içinde özellikle bezeme açısından kültürel çeşitlilik kavramlarının doğmasını sağlamıştır (Büyükmıhçı, 2000).

"19. yüzyılda Osmanlıda görülen modernleşme hareketlerinin etkileri önemli ölçüde Rum nüfusu barındıran Ürgüp'te de etkilerini göstermiştir. Konut tipleri yerel özellikler barındırmasının yanında dönemde kamusal alanda görülen değişimlerin de etkisi altındadır. Ayrıca topografyanın organik kaya dokusu ile dönemin özelliklerine sahip simetrik ve geometrik düzende yapılmış kentli konutların bir arada kullanılmasının oluşturduğu karşıtlık yerleşime özgü bir özelliktir." (Dırık ve Tekinalp, 2022).

6. BULGULAR VE TARTIŞMA

Bu bölüm Ürgüp mikro turizm kümesinde yer alan konaklama tesislerinin özellikleri, turizm firmalarının rekabetçiliğini etkileyen faktörlerin belirlenmesi, mevcutta uygulanan rekabetçilik faktörlerinin firma büyüklüğüne göre nasıl farklılaştığının belirlenmesi, mevcutta uygulanan rekabetçilik faktörlerinin girişimcinin yerli ya da yabancı olmasına göre nasıl farklılaştığının belirlenmesi, son olarak da rekabet faktörlerine ilişkin girişimci algısının belirlenmesine yönelik analizleri ve analiz sonuçlarına yönelik tartışmaları içermektedir.

6.1. Ürgüp Mikro Turizm Kümelenmesinde Yer Alan Konaklama İşletmelerinin Temel Özellikleri

Ürgüp mikro turizm kümelenmesinde yer alan konaklama işletmelerine yönelik yapılan anket çalışması sonucunda elde edilen verilere göre, işletmelerin temel özelliklerini özetlemek mümkündür. Ürgüp İlçesi'nde ankete katılan firmaları büyüklüklerine göre gruplandırdığımızda %42,2'sinin mikro işletme, %35,6'sının küçük işletme, % 22,2'sinin orta ve büyük işletme olduğu; yerli girişimci ya da yabancı girişimci olmasına göre gruplandırdığımızda % 53,33'ü yerel girişimciye dayalı işletme, % 46,66'sı yabancı girişimciye dayalı işletme olduğu görülmektedir. Tesis türüne göre gruplandırdığımızda %42,2'sinin otel ve %46,7'sinin butik otel olduğu; hizmet türüne göre %75,6'sının oda+kahvaltı hizmeti sunduğu, %20'sinin yarım pansiyon hizmet sunduğu görülmektedir. Girişimcilerinin cinsiyetine göre gruplandırdığımızda % 71,1'inin erkek, %20'sinin kadın ve %8,9'unun kadın ve erkek ortaklıklarından oluştuğu; girişimcilerinin eğitim durumuna göre gruplandırdığımızda %53,33'ünün lisans ve üzeri, %28,9'unun lise eğitimine sahip olduğu görülmüştür. Ankete katılan firmalar arasında ortalama oda sayısının 35,44, ortalama yatak kapasitesinin 75,07, ortalama çalışan sayısının 16,58, ortalama kadın personel sayısının 7,11 olduğu görülmektedir.

Girişimcilerin bölgeye yatırım yapma nedenlerine bakıldığında %97,8'inin ilçeye yönelik turistik talebin yüksek olması ve %53,3'ünün ilçenin yerlisi olması konusunda çoklu seçim yaptığı görülmektedir. Kuruluş yılına göre firmaları gruplandırdığımızda %20'sinin 2000 öncesi, %57,8'inin 2010-2019 yılı arasında, %15,6'sı 2020-2021 yılları arasında kurulduğu;

kuruluş aşamasında kamu finansman desteği kullanma açısından yalnızca %22,2'sinin destek aldığı görülmektedir.

2019 yılı için işletmede konaklayan yabancıların ortalaması %58,81, yüksek sezonda doluluk oranı ortalaması %80,03, ortalama kalış süresi ortalaması 2,21 gece, ortalama yıllık geceleme sayısı 16.923'dür. Ankete katılan firmaların %62,2'si işletmeleri dışında ek gelir saylayan bir faaliyete sahip olduğunu görülmüştür.

6.2. Rekabetçiliği Etkileyen Faktörlerin Belirlenmesine Yönelik Analizler

Mikro ölçekli turizm kümelerinde topluluk temelli turizm yaklaşımı çerçevesinde turizm firmalarına rekabet avantajı yaratan faktörlerin belirlenmesine yönelik yapılan analizler ve bu analizlerin sonuçlarına yönelik tartışmalar bu bölümde yer almaktadır.

Rekabetçilik puanlarının hesaplanması

Yöntem bölümünde de belirtildiği üzere konaklama işletmelerine yönelik yapılan analizlerde "rekabetçilik" puanı iki farklı şekilde ele alınmıştır: Talebe dayalı rekabetçilik puanı ve verimliliğe dayalı rekabetçilik puanı (Çizelge 6.1). Bu şekilde ikili bir gruplandırma yapılmasının sebebi firmaya yönelik talebin yüksek olması ile firmanın verimliliği açısından farklı rekabetçilik faktörlerinin önemli olabileceğini ortaya koymaktır.

Çizelge 6.1. Rekabetçilik puanının belirlenmesi ve analiz yöntemleri

Rekabetçilik Puanı	Rekabetçilik Puanını Hesaplamaya Yönelik Kullanılan Veriler (yıllık)	Analiz Yöntemi
Talebe dayalı rekabetçilik puanı	Yıllık ciro + ortalama kalış süresi+ yıllık toplam geceleme sayısı	Korelasyon Analizi Mann Whitney U Testi
Verimliliğe dayalı rekabetçilik puanı	Yıllık ciro/oda sayısı	

Anketlerde yer alan ciro verisini firmaların doğrudan açıklamak istemeyecekleri düşünülerek, ilgili soruda belirtilen ciro aralık değerleri arasından firmalar tarafından seçim yapılması istenmiştir. Veri giriş aşamasında ise firma tarafından seçilen ciro aralığının aritmetik ortalaması kullanılmıştır. Ortalama kalış süresi, yıllık toplam geceleme sayısı verisi ise talebe dayalı rekabetçilik puanına doğrudan eklenerek hesaplama yapılmıştır.

Verimliliğe dayalı rekabetçilik puanı ise ortalama olarak belirlenen yıllık ciro verisinin tesiste yer alan oda sayısına bölünmesi ile hesaplanmıştır. Oda başına yıllık olarak elde edilen ciro miktarı firmanın verimliliğini ölçmeye yönelik olarak kullanılmıştır.

İki farklı şekilde ele alınan rekabetçilik puanı ile rekabetçilik puanını etkileyen faktörler açısından karşılaştırma yapılmasına yönelik olarak spearman korelasyon analizi ve Mann Whitney U testi kullanılmıştır. Anlamlılık düzeyi olarak $p<0,05$ olması durumunda ilişki olduğu, $p>0,05$ olması durumunda ilişki olmadığı kabul edilmiştir.

Çizelge 6.2. Rekabetçiliği etkileyen faktörleri belirlemeye yönelik Spearman korelasyon analizi[4]

İlgili Literatür	Belirleyiciler	Talebe Dayalı Rekabetçilik Puanı		Verimliliğe Dayalı Rekabetçilik Puanı	
İşletme kaynaklarına dayalı olan bazı faktörler	Toplam Çalışan Sayısı	R	,898	R	,672
		P	,000	P	,000
		N	38	N	38
	Firma Büyüklüğü	R	,992	R	,817
		P	,000	P	,000
		N	38	N	38
	Çalışanın Eğitim Düzeyi (meslek lisesi ve üzeri olanların oranı)	R	-,011	R	-,096
		P	,953	P	,608
		N	31	N	31
	Girişimci Eğitim Düzeyi	Girişimci eğitim düzeyi değişkeninin kategorik olması, rekabetçilik puanı değişkeninin sürekli olması nedeniyle Mann Whitney U Testi ile analiz edilmiştir. Çizelge 6.4'e bakınız.			
	Sertifika Sayısı	R	,756	R	,572
		P	,000	P	,000
		N	38	N	38
İşletme dışından kaynaklı olan ve kümelenme modelinden gelen bazı faktörler	Tedarikçilerin Konumu (Aynı İl Olma Yüzdesi)	R	-,167	R	-,028
		P	,317	P	,868
		N	38	N	38
	Yerli/Yabancı Turist Oranı	R	-,573	R	-,452
		P	,000	p	,004
		N	38	n	38
	Küresel Pazarlamada Zorluk Yaşama	Küresel pazarlamada zorluk yaşama değişkenin kategorik olması, rekabetçilik puanı değişkeninin sürekli olması nedeniyle Mann Whitney U Testi ile analiz edilmiştir. Çizelge 6.4'e bakınız			

[4] Korelasyon analizi değişkenler arası ilişkilerin yönünü ve derecesini tanımlamak için kullanılan bir istatistiksel analiz tekniğidir. Değişkenler oransal ya da aralıklı ölçek ile elde edilmiş ancak normal dağılıma uygunluk göstermiyorsa spearman korelasyon analizi yapılır.

Çizelge 6.2. (devam) Rekabetçiliği etkileyen faktörleri belirlemeye yönelik Spearman korelasyon analizi

	Seyahat Acentelerince Getirilen Ziyaretçi Oranı	R	,456	r	,202
		P	,004	p	,224
		N	38	n	38
	Toplam İş birliği/ Dayanışma Sayısı	R	,324	r	,268
		P	,047	p	,104
		N	38	N	38
	Ortağa Sahip Olma	Ortağa sahip firma sahibi sayısının yetersiz olmasından dolayı analiz yapılamamıştır.			
	Kolektif Organlara Üyelik Sayısı	R	,426	R	,124
		P	,008	P	,459
		N	38	N	38
	Kuruluş Sırasında Kamu Finansmanı	Kuruluş sırasında kamu finansmanıdeğişkeninin kategorik olması, rekabetçilik puanı değişkeninin sürekli olması nedeniyle Mann Whitney U Testi ile analiz edilmiştir. Çizelge 6.4'e bakınız			
Mikro küme modelinden gelen bazı faktörler	Tamamlayıcı Turizm Ürünlerinin Sağlama Durumu	Tamamlayıcı turizm ürünlerinin sunumu değişkeninin kategorik olması, rekabetçilik puanı değişkeninin sürekli olması nedeniyle Mann Whitney U Testi ile analiz edilmiştir. Çizelge 6.4'e bakınız			
Sürdürülebilirlik ve topluluk temelli turizm yaklaşımdan gelen bazı faktörler	Kadın Çalışan Oranı	R	-,355	R	-,226
		P	,029	P	,173
		N	38	N	38
	Aile Üyesi Çalışan Varlığı	R	-,776	R	,005
		P	,000	P	,982
		N	20	N	19
	Girişimcinin Yerli Olup Olmaması	Girişimcinin yerli olup olmaması değişkeninin kategorik olması, rekabetçilik puanı değişkeninin sürekli olması nedeniyle Mann Whitney U Testi ile analiz edilmiştir. Çizelge 6.4'e bakınız			
	Ek Gelir Getiren Aktivite Sayısı	Ek gelir getiren aktivite sayısı değişkeninin kategorik olması, rekabetçilik puanı değişkeninin sürekli olması nedeniyle Mann Whitney U Testi ile analiz edilmiştir. Çizelge 6.4'e bakınız			
	Turizm Plan Karar Alma Süreçlerine Katılım Durumu	Turizm plan karar alma süreçlerine katılım durumu değişkeninin kategorik olması, rekabetçilik puanı değişkeninin sürekli olması nedeniyle Mann Whitney U Testi ile analiz edilmiştir. Çizelge 6.4'e bakınız			
	Çevreyi Koruma Tedbirleri Sayısı	R	,682	r	,502
		P	,000	p	,001
		N	38	n	38
	Ekonomik Dayanıklılık Puanı[5]	R	,282	r	,185
		P	,086	p	,266
		N	38	n	38

[5] Ekonomik Dayanıklılık Puanı için; mülkiyet sahipliği + ek gelir getiren faaliyet sayısı + ek gelir miktarı ana gelir kaynağınızın yüzde kaçı + gelir olmadan ayakta kalma süresi verisi kullanılmıştır.

Çizelge 6.3. Rekabetçiliği etkileyen faktörleri belirlemeye yönelik Mann Whitney U testi[6]

İlgili Literatür	Belirleyiciler	Değişken	Cevaplar	N	Ort.	Med.	Min.	Max.	Ss	Sıra Ort.	U P
İşletme kaynaklarına dayalı olan bazı faktörler	Toplam Çalışan Sayısı	Değişkenler oransal ya da aralıklı ölçek ile elde edilmiş olduğundan spearman korelasyon analizi kullanılmıştır. Çizelge 6.3.' bakınız.									
	Firma Büyüklüğü	Değişkenler oransal ya da aralıklı ölçek ile elde edilmiş olduğundan spearman korelasyon analizi kullanılmıştır. Çizelge 6.3.' bakınız..									
	Çalışanın Eğitim Düzeyi (meslek lisesi ve üzeri olanların oranı)	Değişkenler oransal ya da aralıklı ölçek ile elde edilmiş olduğundan spearman korelasyon analizi kullanılmıştır. Çizelge 6.3.' bakınız.									
	Girişimci Eğitim Düzeyi	Talebe Dayalı Rekabetçilik	Lise ve altı	13	45,12	44,99	44,44	45,80	0,50	15,15	106 0,082
			Yüksek okul ve üzeri	25	52,53	47,82	44,43	74,67	11,59	21,76	
			Toplam	38	50,00	45,19	44,43	74,67	10,00		
		Verimliliğe Dayalı Rekabetçilik	Lise ve altı	13	46,68	47,33	42,60	49,89	2,34	17,96	142,50, 538
			Yüksek okul ve üzeri	25	51,72	47,45	42,87	88,25	11,93	20,30	
			Toplam	38	50,00	47,39	42,60	88,25	10,00		
	Sertifika Sayısı	Değişkenler oransal ya da aralıklı ölçek ile elde edilmiş olduğundan spearman korelasyon analizi kullanılmıştır. Çizelge 6.3.' bakınız.									
	Mülk Sahipliği	Talebe Dayalı Rekabetçilik	Kiracı	14	47,23	44,90	44,44	74,56	7,92	14,71	101 0,043
			Mülk Sahibi	24	51,62	45,81	44,44	74,68	10,87	22,29	
			Total	38	50,00	45,20	44,44	74,68	10,00		
		Verimliliğe Dayalı Rekabetçilik	Kiracı	14	48,63	46,05	42,87	84,07	10,48	15,86	117 0,122
			Mülk Sahibi	24	50,80	47,73	42,60	88,25	9,85	21,63	
			Toplam	38	50,00	47,39	42,60	88,25	10,00		
İşletme dışından kaynaklı olan ve kümelenme modelinden gelen bazı faktörler	Tedarikçilerin Konumu (Aynı İl Olma Yüzdesi)	Değişkenler oransal ya da aralıklı ölçek ile elde edilmiş olduğundan spearman korelasyon analizi kullanılmıştır. Çizelge 6.3.' bakınız.									
	Yerli/Yabancı Turist Oranı	Değişkenler oransal ya da aralıklı ölçek ile elde edilmiş olduğundan spearman korelasyon analizi kullanılmıştır. Çizelge 6.3.' bakınız.									
	Küresel Pazarlamada Zorluk Yaşama	Talebe Dayalı Rekabetçilik	Evet	9	44,71	44,79	44,44	44,99	0,16	9,56	41,00 0,002
			Hayır	29	51,64	45,80	44,43	74,67	10,97	22,59	
			Toplam	38	50,00	45,19	44,43	74,67	10,00		
		Verimliliğe Dayalı Rekabetçilik	Evet	9	44,83	44,52	42,60	48,35	1,69	10,83	52,50 0,007
			Hayır	29	51,60	47,74	42,87	88,25	10,96	22,19	
			Toplam	38	50,00	47,39	42,60	88,25	10,00		
	Seyahat Acenteleri ile Getirilen Ziyaretçi Oranı	Değişkenler oransal ya da aralıklı ölçek ile elde edilmiş olduğundan spearman korelasyon analizi kullanılmıştır. Çizelge 6.3.' bakınız..									

[6] Mann-Whitney U testi, bağımsız örneklem t testine alternatif olan non-parametrik bir testtir. Bu test, benzer popülasyondan gelen iki bağımsız grup arasında ortalama farkına bakmak ve gruplar arasında fark ya da eşitliği belirlemek için kullanılır. Mann-Whitney U testi genellikle bağımlı değişken sıralı olduğunda ya da t-test için gerekli varsayımların sağlanmadığı durumlarda kullanılır. Bu test için birkaç gerekli ön-şart (varsayım) şöyle sıralanabilir: bağımsız değişkenin kategorik olması (örneğin, erkek ve kadın gibi), bağımlı değişkenin sürekli ya da sıralı olması (örneğin, programlama başarı puanı, tutum puanı, ya da programlamaya karşı öz-yeterlilik düzeyi), popülasyondan seçilen örneklemin random (rastgele) olması, gruplardan elde edilen skorların normal dağılım göstermemesi.

Çizelge 6.3. (devam) Rekabetçiliği etkileyen faktörleri belirlemeye yönelik Mann Whitney U testi

	Toplam İş birliği/ Dayanışma Sayısı	Değişkenler oransal ya da aralıklı ölçek ile elde edilmiş olduğundan spearman korelasyon analizi kullanılmıştır. Çizelge 6.3.' bakınız.									
	Ortağa Sahip Olma	Talebe Dayalı Rekabetçilik	Yok	35	47,89	44,99	44,43	74,67	7,13	Ortağa sahip firma sahibi sayısının yetersiz olmasından dolayı analiz yapılamamıştır.	
			Var	3	74,59	74,56	74,55	74,64	0,052		
			Toplam	38	50,00	45,19	44,43	74,67	10,00		
		Verimliliğe Dayalı Rekabetçilik	Yok	35	47,91	46,82	42,60	64,67	5,21		
			Var	3	74,42	84,07	50,94	88,25	20,44		
			Toplam	38	50,00	47,39	42,60	88,25	10,00		
	Kolektif Organlara Üyelik Sayısı	Talebe Dayalı Rekabetçilik	Evet	22	52,32	47,82	44,44	74,68	11,10	23,14	96
			Hayır	16	46,80	44,89	44,44	74,65	7,44	14,50	0,018
			Toplam	38	50,00	45,20	44,44	74,68	10,00		
		Verimliliğe Dayalı Rekabetçilik	Evet	22	52,32	47,39	42,60	88,25	12,59	20,57	152,50,
			Hayır	16	46,81	47,20	43,37	50,94	2,46	18,03	487
			Toplam	38	50,00	47,39	42,60	88,25	10,00		
	Kuruluş Sırasında Kamu Finansmanı	Talebe Dayalı Rekabetçilik	Hayır	33	50,54	45,20	44,44	74,68	10,59	19,55	81
			Evet	5	46,43	44,99	44,59	51,95	3,12	19,20	0,948
			Toplam	38	50,00	45,20	44,44	74,68	10,00		
		Verimliliğe Dayalı Rekabetçilik	Hayır	33	50,64	47,59	42,60	88,25	10,58	20,26	57,5
			Evet	5	45,78	45,28	44,20	48,35	1,79	14,50	0,280
			Toplam	38	50,00	47,39	42,60	88,25	10,00		
Mikro küme modelinden gelen bazı faktörler	Tamamlayıcı Turizm Ürünlerinin Sağlanması	Talebe Dayalı Rekabetçilik	Yok	28	48,79	44,89	44,43	74,67	9,314	8,75	27
			Var	10	53,37	49,84	44,79	74,64	11,56	14,8	0,03
			Total	38	50,00	45,19	44,43	74,67	10,00		
		Verimliliğe Dayalı Rekabetçilik	Yok	28	49,08	46,43	42,60	88,25	9,45	9,5	36
			Var	10	52,57	49,06	44,20	84,07	11,55	13,9	0,114
			Total	38	50,00	47,39	42,60	88,25	10,00		
Sürdürülebilirlik ve topluluk temelli turizm yaklaşımdan gelen bazı faktörler	Kadın Çalışan Oranı	Değişkenler oransal ya da aralıklı ölçek ile elde edilmiş olduğundan spearman korelasyon analizi kullanılmıştır. Çizelge 6.3.' bakınız.									
	Aile Üyesi Çalışan Varlığı	Talebe Dayalı Rekabetçilik	Hayır	18	51,29	45,80	44,43	74,67	11,00	21,94	136
			Evet	20	48,90	44,89	44,44	74,59	9,14	17,30	0,198
			Toplam	38	50,00	45,19	44,43	74,67	10,00		
		Verimliliğe Dayalı Rekabetçilik	Hayır	18	50,04	47,52	43,53	84,07	9,08	21,50	144
			Evet	20	49,96	45,45	42,60	88,25	11,00	17,70	0,292
			Toplam	38	50,00	47,39	42,60	88,25	10,00		
	Girişimcinin Yerli Olup Olmaması	Talebe Dayalı Rekabetçilik	Yerli	22	48,43	44,99	44,44	74,65	8,74	17,41	130
			Yabancı	16	52,15	46,81	44,44	74,68	11,46	22,38	0,174
			Toplam	38	50,00	45,20	44,44	74,68	10,00		
		Verimliliğe Dayalı Rekabetçilik	Yerli	22	47,52	47,07	42,60	64,67	4,90	17,75	137,50,
			Yabancı	16	53,41	47,52	43,49	88,25	13,84	21,91	255
			Toplam	38	50,00	47,39	42,60	88,25	10,00		
	Ek Gelir Getiren Aktivite Sayısı	Talebe Dayalı Rekabetçilik	Evet	12	48,60	44,79	44,44	74,60	8,65	15,58	109
			Hayır	26	50,65	45,81	44,44	74,68	10,66	21,31	0,140
			Toplam	38	50,00	45,20	44,44	74,68	10,00		
		Verimliliğe Dayalı Rekabetçilik	Evet	12	48,68	44,39	42,60	64,67	8,20	15,21	104,50,
			Hayır	26	50,61	47,65	43,53	88,25	10,82	21,48	106
			Toplam	38	50,00	47,39	42,60	88,25	10,00		
	Turizm Plan Karar Alma Süreçlerine Katılım	Talebe Dayalı Rekabetçilik	Evet	18	55,26	49,84	44,44	74,67	12,61	26,50	54
			Hayır	20	45,26	44,79	44,44	51,86	1,61	13,20	0,0001
			Total	38	50,00	45,19	44,44	74,67	10,00		
	Çevreyi Koruma Tedbirleri Sayısı	Verimliliğe Dayalı Rekabetçilik	Evet	18	54,32	49,06	42,60	88,25	13,07	24,67	87
			Hayır	20	46,11	45,28	42,87	54,02	2,86	14,85	0,007
			Total	38	50,00	47,39	42,60	88,25	10,00		
	Ekonomik Dayanıklılık Puanı	Değişkenler oransal ya da aralıklı ölçek ile elde edilmiş olduğundan spearman korelasyon analizi kullanılmıştır. Çizelge 6.3.' bakınız.									

Çizelge 6.2, 6.3'de yer alan analiz sonuçları şu şekildedir:

Talebe dayalı rekabetçiliği etkileyen faktörler: aile üyesi çalışan oranı (negatif yönde), kadın çalışan oranı (negatif yönde), mülk sahipliği, kolektif organlara üyelik sayısı/varlığı, toplam işbirliği/dayanışma sayısı, seyahat acentelerince getirilen ziyaretçi oranı, küresel pazarlamada zorluk yaşamama, yerli/yabancı turist oranı (negatif yönde), tamamlayıcı turizm ürünlerinin sunumu, toplam çalışan sayısı, firma büyüklüğü, sertifika sayısı, turizm plan karar alma süreçlerine katılım, çevre koruma tedbir sayısı.

Verimliliğe dayalı rekabetçiliği etkileyen faktörler: toplam çalışan sayısı, firma büyüklüğü, sertifika sayısı, yerli/yabancı turist oranı (negatif yönde), küresel pazarlamada zorluk yaşamama, turizm plan karar alma süreçlerine katılım, çevre koruma tedbir sayısı.

Analiz sonuçlarına göre, talebe ve verimliliğe dayalı rekabetçilik analizlerinden çıkan en önemli sonuç verimliliğe dayalı rekabetçiliği etkileyen faktörlerin aynı zamanda talebe dayalı rekabetçiliğe de katkı sağlamasıdır. Bu sonuç firma verimliliğini artığında, firmaya yönelik talebin, firma gelirlerinin de artacağını göstermektedir. Bu nedenle firmaların küresel olarak daha rekabetçi olmalarında verimlilik artışına neden olan rekabetçilik faktörlerine önem vermeleri gerekmektedir.

Rekabetçiliği etkileyen faktörlere yönelik analiz sonuçlarının tez çalışmasının hipotezleri çerçevesinde tartışılması

Analizler sonucunda elde dilen bulgular tez çalışmasının ilişkili hipotezi çerçevesinde tartışılmıştır (Çizelge 6.4).

İlişkili Hipotez:

- *Kümelenme yazınından gelen faktörlerin yanı sıra topluluk temelli turizm yaklaşımından gelen katılımcılık, ekolojik çevre koruma gibi faktörler firma ve destinasyon rekabetçiliğinin arttırılmasına katkı sağlar.*

Çizelge 6.4. Rekabetçiliğe etki eden faktörlerin belirlenmesine yönelik analiz sonuçlarının tartışılması

Yaklaşım	Analiz Sonuçlarının Tartışılması
Firma içi Kaynaklara Dayalı Faktörler	*Hem talebe dayalı rekabetçiliği hem de verimliliğe dayalı rekabetçiliği etkileyen faktörler:* toplam çalışan sayısı, firma büyüklüğü, sertifika sayısı ▸ Toplam çalışan sayısı, firma büyüklüğünün artması hem talebe dayalı hem de verimliliğe dayalı rekabetçiliğe katkı sağlamaktadır. Firmaların çalışan sayılarını ve firma büyüklüklerini artırmalarının verimliliklerini ve aynı zamanda firmaya yönelik talebi de artırdığı analiz sonuçları ile desteklenmiştir. ▸ Sertifikalar hizmet kalitesini artırmakta, kurumsallaşma açısından standartlar getirmektedir. Sertifika sayısının artması firmaların verimliliklerini ve aynı zamanda firmaya yönelik talebi de artırdığı analiz sonuçları ile desteklenmiştir. *Rekabetçiliğe etkisi olmayan faktörler:* çalışanların eğitim düzeyi, girişimcinin eğitim düzeyi
Kümelenme Yaklaşımına Dayalı Faktörler	*Hem talebe dayalı rekabetçiliği hem de verimliliğe dayalı rekabetçiliği etkileyen faktörler:* yerli/yabancı turist oranı, küresel pazarlamada zorluk yaşamama durumu ▸ Yabancı turistler ile çalışmak, küresel pazara ulaşmada sorun yaşamamak firmaların hem talebe hem de verimliliğe dayalı rekabetçiliğine katkı sağladığı analiz sonuçları ile desteklenmiştir. *Talebe dayalı rekabetçiliği etkileyen faktörler:* yerli/yabancı turist oranı, küresel pazarlamada zorluk yaşamama durumu, seyahat acenteleri ile gelen ziyaretçi oranı, iş birliği/dayanışma sayısı, kolektif kuruluşlara üyelik ▸ Seyahat acenteleri ile gelen ziyaretçi oranının artması da firmaların talebe dayalı rekabetçiliğini artırdığı analiz sonuçları ile desteklenmiştir. Seyahat acenteleri firmaların ağ bağlantılarını güçlendirmekte, küresel pazara ulaşmalarına katkı sağlamaktadır. ▸ Firmalar arasında iş birliği/dayanışma sayısı da ağ bağlantılarını artıran bir faktördür, firmaların talebe dayalı rekabetçiliğini artırdığı analiz sonuçları ile desteklenmiştir. ▸ Kolektif kuruluşlara üyelik durumu da ağ bağlantılarını artıran bir durumdur. Porter (1998) turizm endüstrisinde kolektif kuruluşlarla ilişkilerin önemini vurgulamaktadır. Kolektif kuruluşlara üyeliğin firmanın talebe dayalı rekabetçiliğini artırdığı analiz sonuçları ile desteklenmiştir. *Rekabetçiliğe etkisi olmayan faktörler:* Tedarikçilerin konumu (aynı il olması), kuruluş sırasında kamu finansmanı kullanma ▸ Firmaların tedarikçilerin aynı ilde konumlanmasının rekabetçiliği artıracağı öngörülmüştür; ancak sonuçlar Ürgüp örneğinde bu yönde çıkmamıştır. Ürgüp örneğinde tüm büyüklükteki firmaların yiyecek-içecek malzemelerini ve hijyen malzemelerini en yakın tedarikçilerden, mobilya ve tekstil ürünlerini ise diğer illerden aldıkları görülmüştür. Tüm büyüklükteki firmaların yığılmanın dışsallıklarından yararlandığı anlaşılmaktadır. Bu nedenle bu faktör rekabet avantajı yaratacak bir durum oluşturmadığı düşünülebilir. ▸ Küme yaklaşımında önemli rekabetçilik faktörlerinden birisi devletin firmaların bulunduğu ortamı iyileştirici yönde kapasite geliştirme, altyapı geliştirme vb. faaliyetleridir. Ürgüp'te girişimcilerin kapasitesinin geliştirilmesi açısından kuruluş aşamasında veya sonrasında sağlanan kamu fonlarının firma rekabetçiliklerine etkisi konusunda yapılan analizlerde, her iki rekabetçilik türü açısından da firma rekabetçiliğine bir etkisinin olmadığı tespit edilmiştir. ▸ Ortağa sahip olmanın firma rekabetçiliğine katkısı, ortaklığa sahip olan denek sayısının analiz için yetersiz olmasından dolayı tespit edilememiştir. Ürgüp mikro kümesinde ortaklığın firmalar açısından yaygın bir rekabet stratejisi olarak görülmediği anlaşılmaktadır.

Çizelge 6.4. (devam) Rekabetçiliğe etki eden faktörlerin belirlenmesine yönelik analiz sonuçlarının tartışılması

Mikro Küme Yaklaşımına Dayalı Faktörler	*Verimliliğe dayalı rekabetçiliği etkileyen faktörler:-* *Talebe dayalı rekabetçiliği etkileyen faktörler:* tamamlayıcı turizm ürünlerinin sunumu (kapsam ekonomisi) ▸ Kapsam ekonomilerinin oluşmasına katkı sağlayan firmaların turizmde mevcut turizm faaliyetlerini tamamlayıcı yönde turizm faaliyetine sahip olması firmaların talebe dayalı rekabetçiliğine katkı sağlamakta; ancak verimliliğe dayalı rekabetçiliğine etkisi bulunmamaktadır. Ölçek ekonomileri (Porter, 1980) ve kapsam ekonomilerinin (Poon, 2003: 136) maliyet tasarrufu ile verimlilik artışına neden olduğu literatürde tartışılmaktadır. Bu çalışmada beklenen tamamlayıcı turizm ürünlerine sahip olmanın verimliliğe dayalı rekabetçiliğe katkı sağlayacağı yönündedir; ancak Ürgüp mikro kümesi örneğinde tamamlayıcı turizm ürünü sunmanın verimliliğe dayalı rekabetçilik açısından bir katkısı olmadığı ortaya çıkmıştır. Bunun sebebi yapılan tamamlayıcı faaliyet ölçeğinin verimlilik artışlarına neden olabilecek düzeyde olmamasından kaynaklanması muhtemeldir. ▸ Mikro turizm kümelerinde firmalar arasında tamamlayıcılık-çapraz kümelenme konusunun firma ve bölge bazında rekabetçiliği etkileyen bir faktör olduğu düşünülmekle birlikte bu faktörü sağlıklı şekilde ölçmenin mümkün olmayacağı düşünülerek bir analiz yapılmamıştır. Ancak, konaklama tesislerinin %75,6'sının oda+kahvaltı hizmeti sunduğu, %20'sinin yarım pansiyon hizmet sunduğu görülmektedir. Oda kahvaltı hizmeti sunan konaklama işletmeleri, ziyaretçilerle tamamlayıcı turizm hizmet sağlayıcılarını bir araya getirmekte; diğer taraftan yarım pansiyon, tam pansiyon veya her şey dahil hizmet sunan konaklama işletmeleri ise ziyaretçilerin ihtiyaçlarını tek bir tesis bünyesinde karşılama eğiliminde olmaktadır. Michael'ın (2007: 28-29) ifade ettiği üzere "büyük firmalar ayrılabilir fonksiyonların birçoğunu kendi üretim süreçlerine entegre etmeye çalışabilirken, küçük bir turizm destinasyonunda hizmet çeşitliliğinin bir dizi firma tarafından sağlanabilmesi olasıdır". Dolayısıyla oda kahvaltı hizmeti sunan küçük firmalar tamamlayıcılığa ve çapraz kümelenmeye daha fazla katkı sağlamaktadır. Bu kapsamda Ürgüp mikro kümesinde tamamlayıcılık ilişkisinin güçlü olduğu değerlendirmesi yapılabilir.
Topluluk Temelli Turizm	*Verimliliğe dayalı rekabetçiliği etkileyen faktörler:* çevre korumaya yönelik önlem sayısı, plan kararlarına katılım sağlama ▸ Çevre korumaya yönelik önlem sayısının fazla olması ve plan kararlarına katılım sağlama firmaların hem talebe dayalı hem de verimliliğe dayalı rekabetçiliğini artırdığı analiz sonuçları ile desteklenmiştir. Bu kapsamda sürdürülebilirlik ve topluluk temelli turizm varsayımlarının temel iki ayağı analizler ile de desteklenmiştir. *Talebe dayalı rekabetçiliği etkileyen faktörler:* aile üyesi çalışan oranı (-), kadın çalışan oranı (-), mülk sahipliği, ▸ Analiz sonuçlarına göre, aile üyesi çalışan oranı ve kadın çalışan oranının artması firmaların talebe dayalı rekabetçiliğine olumsuz yönde etki yaptığı; verimliliğe dayalı rekabetçiliğe katkısının olmadığı tespit edilmiştir. Topluluk temelli turizm ile yerel ekonomik kalkınmanın sağlanmasında önemli konulardan birisi kadın istihdamı ve yerel halkın istihdamıdır; ancak analiz sonuçları firmalar açısından bu durumu desteklememektedir. ▸ Topluluk temelli yaklaşımda yerel halkın mülk sahipliği konusu vurgulanmaktadır. Analiz sonuçlarına göre mülk sahipliği talebe dayalı rekabetçiliği artırmakta; diğer taraftan verimliliğe dayalı rekabetçiliğe katkı sağlamamaktadır. *Rekabetçiliğe etkisi olmayan faktörler:* girişimcinin yerli ya da yabancı olması, ek gelir getiren faaliyet yürütme, ekonomik dirençlilik ▸ Girişimcinin yerli ya da yabancı olmasının firmaların talebe dayalı rekabetçiliğine ve verimliliğe dayalı rekabetçiliğine bir katkısının olmadığı analizler ile tespit edilmiştir. ▸ Yerel turizm girişimcisinin temel geçim kaynağı yalnızca turizm olmayabilir. Mikro ölçekli turizm destinasyonlarında yürütülen faaliyet sayısının artırılması yerel ekonomik kalkınma açısından önemli bir konudur. Fakat analiz sonuçları bu durumu desteklememektedir. Ek gelir getiren faaliyet varlığının firma rekabetçiliğine katkısının olmadığı tespit edilmiştir. ▸ Firmaların rekabetçiliği kadar ekonomik açıdan dirençli olması da önem taşımaktadır. Analiz sonuçlarına göre firma rekabetçiliği ile firmanın ekonomik dirençliliği arasında bir ilişki tespit edilememiştir.

6.3. Firma Büyüklüğünün Rekabetçilik Faktörlerine Etkisi

Mikro ölçekli turizm kümelerinde topluluk temelli turizm yaklaşımı çerçevesinde turizm firmalarına rekabet avantajı yaratan faktörlerin farklı firma büyüklüğüne etkisini ortaya koymaya yönelik yapılan karşılaştırmalı analizler ve bu analiz sonuçlarına yönelik tartışmalar bu bölümde yer almaktadır. Karşılaştırmalı analizler ile mikro ve küçük ölçekli firmaların, rekabetçiliği etkileyen faktörler açısından hangi stratejilere önem verdiği veya bu faktörler açısından orta ve büyük ölçekli firmalardan nasıl farklılaştığı ortaya koyulmak ve bir durum tespiti yapılmak istenmiştir (Çizelge 6.5). Bu karşılaştırmalı analizler ile aynı zamanda, sürdürülebilirlik ile küçük ölçekli turizm işletmelerinin doğrudan ilişkilendirilmesinin doğru olup olmadığının sınanması da hedeflenmiştir.

Çizelge 6.5. Rekabetçiliği etkileyen faktörler açısından karşılaştırmalı analizlerin yapısı

Karşılaştırmalı analiz konusu	Karşılaştırılan değişkenler	Analiz yöntemi
Rekabetçiliği etkileyen faktörlerin uygulanması	Mikro firma, küçük firma ota ve büyük firma	Ki-kare analizi

Rekabetçiliği etkileyen faktörler açısından firma büyüklüğüne göre karşılaştırma yapmak amacıyla oransal, aralıklı ya da sıralı veriler kategorik verilere dönüştürülmüş; firma büyüklüğü ile rekabetçiliğe yönelik tanımlanan belirleyiciler arasındaki ilişki Ki-kare analizi ile incelenmiştir. Oransal, aralıklı ya da sıralı verilerin kategorik verilere dönüştürülmesine yönelik gruplamalar kümülatif yüzde değeri %27'nin altında ise düşük, %27 ile %73 arasında ise orta, %73'ün üzerinde ise yüksek olarak gruplandırılmıştır. Analiz sonuçları Çizelge 6.6'de verilmiştir. Anlamlılık düzeyi olarak $p<0,05$ olması durumunda ilişki olduğu, $p>0,05$ olması durumunda ilişki olmadığı kabul edilmiştir.

Çizelge 6.6. Firma büyüklüğünün rekabetçilik faktörlerine etkisini ortaya koymaya yönelik Ki-kare analizi[7]

İlgili Literatür	Belirleyiciler	Cevaplar	Mikro Firma		Küçük Firma		Orta ve Büyük Firma		Toplam		Ki-kare Analizi
			N	%	n	%	n	%	n	%	Ki-kare P
İşletme kaynaklarına dayalı olan bazı faktörler	Çalışanın Eğitim Düzeyi (meslek lisesi ve üzeri olanların oranı)	Düşük	3	15,8	7	43,8	2	20,0	12	26,7	3,835*
		Orta	8	42,1	4	25,0	4	40,0	16	35,6	0,459
		Yüksek	8	42,1	5	31,3	4	40,0	17	37,8	
		Toplam	19	100,0	16	100,0	10	100,0	45	100,0	
	Girişimci Eğitim Düzeyi	Lise ve Altı	6	31,6	9	56,3	0	0,0	15	33,3	8,808
		Üniversite ve Üstü	13	68,4	7	43,8	10	100,0	30	66,7	0,012
		Toplam	19	100,0	16	100,0	10	100,0	45	100,0	
	Sertifika Sayısı	Orta	17	89,5	8	50,0	0	0,0	25	55,6	21,553
		Yüksek	2	10,5	8	50,0	10	100,0	20	44,4	0,0001
		Toplam	19	100,0	16	100,0	10	100,0	45	100,0	
İşletme dışından kaynaklı olan ve kümelenme modelinden gelen bazı faktörler	Tedarikçilerin Konumu (Aynı İl Olma Yüzdesi)	Düşük	5	26,3	3	18,8	3	30,0	11	24,4	1,808*
		Orta	8	42,1	9	56,3	3	30,0	20	44,4	0,810
		Yüksek	6	31,6	4	25,0	4	40,0	14	31,1	
		Toplam	19	100,0	16	100,0	10	100,0	45	100,0	
	Yerli/Yabancı Turist Oranı	Düşük	0	0,0	5	38,5	4	40,0	9	23,7	11,618
		Orta	8	53,3	4	30,8	6	60,0	18	47,4	0,022
		Yüksek	7	46,7	4	30,8	0	0,0	11	28,9	
		Toplam	15	100,0	13	100,0	10	100,0	38	100,0	
	Küresel Pazarlamada Zorluklar	Evet	8	42,1	3	18,8	0	0,0	11	24,4	
		Hayır	11	57,9	13	81,3	10	100,0	34	75,6	6,725*
		Toplam	19	100,0	16	100,0	10	100,0	45	100,0	0,026
	Seyahat Acentelerince Getirilen Ziyaretçi Oranı	Düşük	7	36,8	3	18,8	0	0,0	10	22,2	
		Orta	7	36,8	7	43,8	5	50,0	19	42,2	5,479*
		Yüksek	5	26,3	6	37,5	5	50,0	16	35,6	0,251
		Toplam	19	100,0	16	100,0	10	100,0	45	100,0	
	Toplam İş birliği/ Dayanışma Sayısı	Düşük	6	31,6	3	18,8	0	0,0	9	20,0	
		Orta	5	26,3	7	43,8	5	50,0	17	37,8	4,721
		Yüksek	8	42,1	6	37,5	5	50,0	19	42,2	0,324
		Toplam	19	100,0	16	100,0	10	100,0	45	100,0	
	Ortağa Sahip Olma	Hayır	19	100,0	15	93,8	7	70,0	41	91,1	
		Evet	0	0,0	1	6,3	3	30,0	4	8,9	7,494*
		Toplam	19	100,0	16	100,0	10	100,0	45	100,0	0,026
	Kolektif Organlara Üyelik	Evet	7	36,8	8	50,0	9	90,0	24	53,3	
		Hayır	12	63,2	8	50,0	1	10,0	21	46,7	7,549
		Toplam	19	100,0	16	100,0	10	100,0	45	100,0	0,023
	Kuruluş Sırasında Kamu Finansmanı	Hayır	13	68,4	12	75,0	8	80,0	33	73,3	
		Evet	6	31,6	4	25,0	2	20,0	12	26,7	0,484
		Toplam	19	100,0	16	100,0	10	100,0	45	100,0	0,825
Mikro küme modelinden gelen bazı faktörler	Tamamlayıcı Turizm Ürünlerinin Sağlanması	Hayır	15	78,9	10	62,5	5	50,0	30	66,7	
		Evet	4	21,1	6	37,5	5	50,0	15	33,3	2,664
		Toplam	19	100,0	16	100,0	10	100,0	45	100,0	0,264
Sürdürülebilirlik ve topluluk temelli turizm yaklaşımdan gelen bazı faktörler	Kadın Çalışan Oranı	Düşük	6	31,6	3	18,8	4	40,0	13	28,9	
		Orta	7	36,8	7	43,8	5	50,0	19	42,2	3,02*
		Yüksek	6	31,6	6	37,5	1	10,0	13	28,9	0,603
		Total	19	100,0	16	100,0	10	100,0	45	100,0	
	Aile Üyesi Çalışan Varlığı	Hayır	8	42,1	6	37,5	6	60,0	20	44,4	
		Evet	11	57,9	10	62,5	4	40,0	25	55,6	1,335
		Total	19	100,0	16	100,0	10	100,0	45	100,0	0,513
	Girişimcinin Yerli Olup Olmaması	Aynı İl	9	47,4	10	62,5	5	50,0	24	53,3	
		Diğer	10	52,6	6	37,5	5	50,0	21	46,7	0,856
		Toplam	19	100,0	16	100,0	10	100,0	45	100,0	0,652

[7] Kategorik veriler arasındaki ilişkiye Ki-kare bağımsızlık analizleri ile ele alınmaktadır. Gözlenen ve beklenen frekanslar arasındaki farkın anlamlı olup olmadığı temeline dayanır.

Çizelge 6.6. (devam) Firma büyüklüğünün rekabetçilik faktörlerine etkisini ortaya koymaya yönelik Ki-kare analizi

	Ek Gelir Getiren Aktivite Sayısı	Orta	12	63,2	9	56,3	6	60,0	27	60,0	
		Yüksek	7	36,8	7	43,8	4	40,0	18	40,0	0,173
		Toplam	19	100,0	16	100,0	10	100,0	45	100,0	0,917
	Turizm Plan Karar Alma Süreçlerine Katılım	Hayır	16	84,2	8	50,0	1	10,0	25	55,6	
		Evet	3	15,8	8	50,0	9	90,0	20	44,4	14,923
		Toplam	19	100,0	16	100,0	10	100,0	45	100,0	0,0001
	Çevreyi Koruma Tedbirleri	Düşük	7	36,8	1	6,3	0	0,0	8	17,8	
		Orta	9	47,4	12	75,0	1	10,0	22	48,9	24,6
		Yüksek	3	15,8	3	18,8	9	90,0	15	33,3	0,0001
		Toplam	19	100,0	16	100,0	10	100,0	45	100,0	
	Ekonomik Dayanıklılık Puanı	Düşük	4	21,1	5	31,3	1	10,0	10	22,2	
		Orta	10	52,6	7	43,8	4	40,0	21	46,7	3,019
		Yüksek	5	26,3	4	25,0	5	50,0	14	31,1	0,562
		Total	19	100,0	16	100,0	10	100,0	45	100,0	

*işaretli değişkenler için Monte Carlo Simulation ve diğer alanlar PearsonKikare Test

Ki-kare analizine göre, firma büyüklüğü ile "toplam çalışan sayısı, sertifika sayısı, küresel pazarlamada zorluk yaşama durumu, yerel/küresel ortağa sahip olma, STK'lar, meslek odaları veya yerel kalkınma kooperatifleri gibi kolektif kuruluşlara üye olma, işletmeyi ziyaret eden yerli/yabancı turist oranı, girişimcinin eğitim düzeyi, karar alma sürecine katılma, fiziki çevreyi korumaya yönelik önlemler alma" değişkenleri arasında istatistiki olarak anlamlı bir ilişki vardır ($p<0,05$). Bahse konu değişkenler dışında kalan diğer değişkenler ile firma büyüklüğü arasında istatistiki olarak anlamlı bir ilişki bulunmamıştır ($p>0,05$).

Analizler sonucunda elde edilen bulgular tez çalışmasının ilişkili hipotezi çerçevesinde tartışılmıştır (Çizelge 6.7).

İlişkili Hipotez:

- Topluluk temelli turizm yaklaşımı çerçevesinde rekabet faktörlerinin uygulanması açısından, mikro ve küçük ölçekli firmalar ile orta ve büyük ölçekli firmalar arasında önemli farklılıklar vardır. Bu faktörler çerçevesinde ortaya çıkan sonuçlara göre küçük ölçekli firmalar ile sürdürülebilirliği doğrudan ilişkilendirmek doğru bir yaklaşım değildir.

Çizelge 6.7. Rekabetçiliğe etki eden faktörler için firma büyüklüğüne göre karşılaştırmalı analiz sonuçlarına yönelik tartışmalar

Yaklaşım	Firma büyüklüğüne göre karşılaştırmalı analiz sonuçlarının tartışılması
Firma içi Kaynaklara Dayalı Faktörler	*İstatistiki olarak anlamlı ilişki bulunan faktörler:* girişimcinin eğitim düzeyi, sertifika sayısı ▸ Orta ve büyük firmalarda girişimcinin eğitim düzeyinin "üniversite ve üstü" olması oranı, mikro ve küçük firmalara göre oldukça yüksektir. Firma büyüklüğü arttıkça girişimci eğitim düzeyi artmaktadır. ▸ Sertifika sayısı, orta ve büyük firmalarda mikro ve küçük firmalara göre daha fazladır. Mikro ve küçük ölçekli firmalar hizmet kalitesine çok önem vermekle birlikte sertifikalar ile bu kalite düzeyini belgelememektedir. *İstatistiki olarak anlamlı ilişki bulunmayan faktörler:* çalışanların eğitim düzeyi ▸ Çalışanların eğitim seviyesi en yüksek mikro firmalarda, daha sonra küçük firmalarda ve en son orta ve büyük ölçekli firmalardadır. Bu konuda beklenen firma büyüklüğü arttıkça çalışanların eğitim düzeyinin artacağı yönündedir; ancak sonuçlar bu beklentiyi desteklememektedir.
Kümelenme Yaklaşımına Dayalı Faktörler	*İstatistiki olarak anlamlı ilişki bulunan faktörler:* küresel pazarlamada zorluk yaşama durumu, yerel/küresel ortağa sahip olma, kolektif kuruluşlara üye olma, işletmeyi ziyaret eden yerli/yabancı turist oranı ▸ Firma büyüklüğü ile küresel pazarlamada zorluk yaşama arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır. Firma büyüklüğü küçüldükçe küresel pazarlamada zorluk yaşama oranı artmaktadır. Özellikle mikro firmalar küresel pazarlamada zorluk yaşamakta; orta ve büyük firmalar arasında küresel pazarlamada zorluk çeken firma bulunmamaktadır. Farklı büyüklükteki firmalar arasında önemli farklar olmasına rağmen, internet ve dijital platformların (sosyal medya, küresel rezervasyon sistemleri) yaygın kullanımı nedeniyle mikro firmaların kısmen ve küçük firmaların ağırlıklı olarak küresel pazara entegre olduğu görülmektedir. ▸ Firma büyüklüğü arttıkça işletmeyi ziyaret eden yerli turist oranı azalmaktadır. Pazarlamadaki kısıtlamalar nedeniyle mikro ve küçük firmaların hedef ziyaretçileri ağırlıklı olarak yerli turistlerdir. Bu durum, küresel salgın gibi uluslararası sınırların uluslararası ziyaretçilere kapalı olduğu kriz dönemleri için avantajlı olabilir. ▸ Firma büyüklüğü ile ortağa sahip olma arasında anlamlı düzeyde farklılık bulunmaktadır. Mikro ve küçük firmaların çoğunlukla ortaklarının olmadığı, otel zincirlerinin bir parçası olmadıkları ve ortaklıkları rekabet stratejisi olarak kullanmadıkları da ortaya çıkmıştır. Öte yandan orta ve büyük ölçekli firmalarda ortak olma oranı da sınırlıdır (%30). Ürgüp'teki özellikle mikro ve küçük firmalar için ortaklığın çok yaygın bir rekabet stratejisi olarak görülmediği söylenebilir. ▸ Firma büyüklüğü ile STK'lar, meslek odaları, yerel kalkınma kooperatifleri veya turizm altyapı hizmet birlikleri gibi kolektif kuruluşlara üye olmak arasında anlamlı bir ilişki vardır. Firma büyüklüğü arttıkça kolektif yapılara üye olma durumu da artmaktadır. Bu tür organlara üyelik, ortak öğrenme, ağ oluşturma, pazarlama vb. gibi birçok yolla firmaların rekabet gücüne katkıda bulunabilir.

Çizelge 6.7. (devam) Rekabetçiliğe etki eden faktörler için firma büyüklüğüne göre karşılaştırmalı analiz sonuçlarına yönelik tartışmalar

Kümelenme Yaklaşımına Dayalı Faktörler	*İstatistiki olarak anlamlı ilişki bulunmayan faktörler:* aynı ilden mal tedarik etme oranı, tur operatörü/seyahat acentesi ile gelen ziyaretçi oranı, firmalar arasında işbirliği/dayanışma sayısı ▸ Firma büyüklüğü ile aynı ilçe veya ilden mal tedarik etme oranı arasındaki ilişki değerlendirilmiş ve anlamlı bir ilişki bulunamamıştır. Ürgüp örneğinde tüm büyüklükteki firmaların yiyecek-içecek malzemelerini ve hijyen malzemelerini en yakın tedarikçilerden, mobilya ve tekstil ürünlerini ise diğer illerden aldıkları görülmüştür. Tüm büyüklükteki firmaların yığılmanın dışsallıklarından yararlandığı anlaşılmaktadır. ▸ Firma büyüklüğü ile seyahat acenteleri ile gelen ziyaretçi oranı arasında herhangi bir ilişki tespit edilememiştir. Örneklem firmalar, tur operatörleri/seyahat acenteleri gibi aracı firmalara veya küresel online rezervasyon sistemlerine ödenen komisyonlardan şikayetçi olmakla birlikte; pazarlama ve yerel/küresel ağ bağlantılarına sahip olmak için bu aracılara ihtiyaç duymaktadırlar. Her ne kadar farklı büyüklükteki firmalar arasında tur operatörü/seyahat acentesi ile gelen ziyaretçi oranı açısından fark istatistiksel olarak anlamlı olmasa da orta ve büyük ölçekli firmalar yatak kapasitelerinin fazla olması ve hedef müşterilerinin ağırlıklı olarak yabancı olması nedeniyle tur operatörleri/seyahat acenteleri ile daha fazla çalışmaktadır. Mikro ve küçük firmalar, seyahat acenteleri yerine özellikle booking.com gibi küresel rezervasyon sistemlerini kullanmaktadırlar. ▸ Firma büyüklüğü ile işbirliği dayanışma sayısı arasında herhangi bir ilişki tespit edilememiştir. Ancak, orta ve büyük ölçekli firmalar diğer ölçekli firmalara göre daha fazla işbirliği/dayanışma yapmaktadır. Fazla rezervasyon (overbooking) yapmak ve müşteriyi tanıdık bir işletmeye yönlendirmek firmalar arasında en yaygın iş birliği türüdür. Mikro ve küçük firmalarda, orta ve büyük firmalara göre fazla rezervasyon uygulaması yaygın değildir. Bunun sebebi ise ekstra oda satmaları halinde, ziyaretçilerin rezervasyonları iptal etmemeleri halinde alternatif oda sunamamalarıdır. Orta ve büyük ölçekli firmalar ayrıca turizm fuarlarına katılım konusunda daha fazla iş birliği/dayanışma yapmaktadır. Mikro ve küçük firmalar ise ağırlıklı olarak turizm fuarlarına katılmamaktadır. ▸ Firma büyüklüğü ile kuruluş aşamasındaki kamu finansmanı arasında herhangi bir ilişki tespit edilememiştir. Firma büyüklüğü arttıkça kuruluş aşamasında kamu finansmanından yararlanma oranı azalmaktadır ancak aradaki fark anlamlı değildir. ▸ Firma rekabet edebilirliği için önemli faktörlerden biri yenilik kapasitesidir. Yöntem bölümünde bahsedildiği üzere firmaların son 10 yılda yaptığı yeniliklerin sayısı elde edilememiştir. Ancak, mikro ve küçük firmaların ağırlıklı olarak dekoratif iyileştirmelere, ürün çeşitlendirmesine, online rezervasyon sistemlerinin daha iyi kullanılmasına odaklandıkları; orta ve büyük ölçekli firmalar ise ağırlıklı olarak bilgi teknolojilerinin kullanımına, yönetimde iyileştirmelere, hizmet sunumunda verimlilik sağlayan teknolojilere sahip olmaya, yenilenebilir enerji kaynaklarının kullanımına, çevre dostu uygulamalara ve geri dönüşüme odaklandığı gözlemlenmiştir.

Çizelge 6.7. (devam) Rekabetçiliğe etki eden faktörler için firma büyüklüğüne göre karşılaştırmalı analiz sonuçlarına yönelik tartışmalar

Mikro Küme Yaklaşımına Dayalı Faktörler	*İstatistiki olarak anlamlı ilişki bulunan faktörler:* - *İstatistiki olarak anlamlı ilişki bulunmayan faktörler:* tamamlayıcı turizm ürünü sunma (kapsam ekonomisi) ▸ Firma büyüklüğü ile kapsam ekonomilerine neden olan tamamlayıcı turizm ürünü sağlama arasında herhangi bir ilişkinin olmadığı ortaya çıkmıştır. Firma büyüklüğü arttıkça kapsam ekonomilerinden yararlanma oranı da artmaktadır ancak farklı büyüklükteki firmalar aradaki fark anlamlı değildir. ▸ Ayrıca ankete katılan konaklama işletmelerinin %77,8'inin sadece oda ve oda kahvaltı hizmeti verdiği; oda kahvaltı hizmeti verenlerin ise %85,3'ü mikro ve küçük ölçekli firmalar olduğu tespit edilmiştir. Oda kahvaltı hizmeti sunan konaklama işletmeleri, ziyaretçilerle tamamlayıcı turizm hizmet sağlayıcılarını bir araya getirmekte; diğer taraftan yarım pansiyon, tam pansiyon veya her şey dahil hizmet sunan konaklama işletmeleri ise ziyaretçilerin ihtiyaçlarını tek bir tesis bünyesinde karşılama eğiliminde olmaktadır. Dolayısıyla oda kahvaltı hizmeti sunan küçük firmalar tamamlayıcılığa ve çapraz kümelenmeye daha fazla katkı sağlamaktadır. Böylece mikro turizm kümelenmelerinde firma büyüklüğüne bağlı olarak kapsam ekonomileri ile çapraz kümelenmenin negatif yönde çalışan mekanizmaya sahip olduğu ortaya çıkmaktadır.
Topluluk Temelli Yaklaşım	*İstatistiki olarak anlamlı ilişki bulunan faktörler:* karar alma sürecine katılım, çevre korumaya yönelik önlem sayısı ▸ Firma büyüklüğü ile karar alma sürecine katılım arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır. Firma büyüklüğü arttıkça turizm karar alma sürecine katılma oranı da artmaktadır. Analiz sonuçlarına göre vurgulanması gereken nokta, Ürgüp'teki mikro firmaların karar alma süreçlerinin dışında bırakıldığıdır. ▸ Turizm destinasyonunu çekici kılan ve karşılaştırmalı üstünlük sağlayan doğal kaynakların korunması için mikro ve küçük firmaların çevrenin korunmasına istatistiki olarak anlamlı derecede daha az önem verdikleri ortaya çıkmıştır. Konaklama işletmelerinin yarattığı çevre kirliliğinin düzeyinden bağımsız olarak, firma büyüklüğü arttıkça çevreyi korumaya yönelik alınan önlemlerin sayısının da arttığı ortaya çıkmıştır. Bu kapsamda küçük ölçekli işletmelerin daha sürdürülebilir bir yapıda olmadığı görülmektedir.
	İstatistiki olarak anlamlı ilişki bulunmayan faktörler: kadın çalışan oranı, aile üyesi çalışan varlığı, girişimcinin yerli olması, turizm dışında ek gelir getirici faaliyette bulunma, ekonomik dayanıklılık ▸ Firma büyüklüğü ile kadın çalışan oranı arasında istatistiki olarak anlamlı bir ilişki bulunamamıştır. ▸ Firma büyüklüğü ile aile üyesi çalışan varlığı arasında anlamlı bir ilişki bulunmamaktadır. Aile bireylerinin istihdam edilme oranı orta ve büyük firmalarda mikro ve küçük firmalara göre daha düşüktür; ancak fark istatistiki olarak anlamlı değildir. ▸ Girişimcinin yerli olması ile firma büyüklüğü arasında ise herhangi bir ilişki bulunamamıştır. Yerli firmaların anlamlı bir fark olmamakla birlikte en çok küçük ölçekli olduğu görülmektedir. ▸ Firma büyüklüğü ile turizm dışında ek gelir getirici faaliyette bulunmak arasında anlamlı bir ilişki bulunmamaktadır. Ancak orta ve büyük firmaların daha fazla oranda ek gelir getirici faaliyette bulunduğu görülmektedir. ▸ Firma büyüklüğü ile ekonomik dayanıklılık puanı arasında anlamlı farklılık bulunmamaktadır. Bununla beraber firma büyüklüğü arttıkça ekonomik dayanıklılık puanının arttığı görülmektedir.

6.4. Firmanın Yerel Girişimciye Dayalı Olmasının Rekabetçilik Faktörlerine Etkisi

Mikro ölçekli turizm kümelerinde topluluk temelli turizm yaklaşımı çerçevesinde firmanın yerli girişimci- yabancı girişimciye dayalı olmasının turizm firmalarına rekabet avantajı yaratan faktörlere etkisini ortaya koymaya yönelik yapılan karşılaştırmalı analizler ve bu analiz sonuçlarına yönelik tartışmalar bu bölümde yer almaktadır. Karşılaştırmalı analizler ile yerli girişimciye dayalı firmaların, rekabetçiliği etkileyen faktörler açısından hangi stratejilere önem verdiği veya bu faktörler açısından yabancı girişimciye dayalı firmalardan nasıl farklılaştığı ortaya koyulmak ve bir durum tespiti yapılmak istenmektedir. Bu karşılaştırmalı analizler ile aynı zamanda, sürdürülebilirlik ile yerli girişimciye dayalı turizm işletmelerinin doğrudan ilişkilendirilmesinin doğru olup olmadığının sınanması da hedeflenmektedir (Çizelge 6.8).

Çizelge 6.8. Rekabetçiliği etkileyen faktörler açısından firma büyüklüğüne göre karşılaştırmalı analizlerin yapısı

Karşılaştırmalı analiz konusu	Karşılaştırılan değişkenler	Analiz yöntemi
Rekabetçiliği etkileyen faktörler açısından karşılaştırmalı analizler	Firmanın yerli-yabancı girişimci olması	Ki-kare analizi

Rekabetçiliği etkileyen faktörler açısından firmanın yerel girişimci veya yabancı girişimci oluşuna göre karşılaştırma yapmak amacıyla oransal, aralıklı ya da sıralı veriler kategorik verilere dönüştürülmüş; firmanın yerel girişimci-yabancı girişimci oluşu ile rekabetçiliğe yönelik tanımlanan belirleyiciler arasındaki ilişki Ki-kare analizi ile incelenmiştir (Çizelge 6.9). Oransal, aralıklı ya da sıralı veriler verilerin kategorik verilere dönüştürülmesine yönelik gruplamalar kümülatif yüzde değeri %27'nin altında ise düşük, %27 ile %73 arasında ise orta, %73'ün üzerinde ise yüksek olarak gruplandırılmıştır. Anlamlılık düzeyi olarak $p<0,05$ olması durumunda ilişki olduğu, $p>0,05$ olması durumunda ilişki olmadığı kabul edilmiştir.

Çizelge 6.9. Firmanın yerli girişimci veya yabancı girişimciye dayalı olmasının rekabetçilik faktörlerine etkisini ortaya koymaya yönelik Ki-kare analizi[8]

İlgili Literatür	Belirleyiciler	Cevaplar	Yerel Girişimci Firma		Yabancı Girişimci Firma		Toplam		Ki-kare Analizi
			n	%	n	%	n	%	Ki-kare P
İşletme kaynaklarına dayalı olan bazı faktörler	Toplam Çalışan Sayısı	Düşük	6	25,0	6	28,6	12	26,7	2,303 0,316
		Orta	13	54,2	7	33,3	20	44,4	
		Yüksek	5	20,8	8	38,1	13	28,9	
		Toplam	24	100,0	21	100,0	45	100,0	
	Çalışanın Eğitim Düzeyi (meslek lisesi ve üzeri olanların oranı)	Düşük	7	35,0	3	16,7	10	26,3	4,309 0,116
		Orta	10	50,0	7	38,9	17	44,7	
		Yüksek	3	15,0	8	44,4	11	28,9	
		Toplam	20	100,0	18	100,0	38	100,0	
	Girişimci Eğitim Düzeyi	Lise ve altı	11	45,8	4	19,0	15	33,3	2,511 0,113
		Yüksekokul ve üzeri	13	54,2	17	81,0	30	66,7	
		Toplam	24	100,0	21	100,0	45	100,0	
	Sertifika Sayısı	Orta	15	62,5	10	47,6	25	55,6	0,492 0,483
		Yüksek	9	37,5	11	52,4	20	44,4	
		Toplam	24	100,0	21	100,0	45	100,0	
İşletme dışından kaynaklı olan ve kümelenme modelinden gelen bazı faktörler	Tedarikçilerin Konumu (Aynı İl Olma Yüzdesi)	Düşük	3	12,5	8	38,1	11	24,4	4,177 0,124
		Orta	13	54,2	7	33,3	20	44,4	
		Yüksek	8	33,3	6	28,6	14	31,1	
		Toplam	24	100,0	21	100,0	45	100,0	
	Yerli/Yabancı Turist Oranı	Düşük	6	37,5	2	9,1	8	21,1	4,498* 0,105
		Orta	5	31,3	10	45,5	15	39,5	
		Yüksek	5	31,3	10	45,5	15	39,5	
		Toplam	16	100,0	22	100,0	38	100,0	
	Küresel Pazarlamada Zorluk Yaşama	Evet	6	25,0	5	23,8	11	24,4	0 1
		Hayır	18	75,0	16	76,2	34	75,6	
		Toplam	24	100,0	21	100,0	45	100,0	
	Seyahat Acentelerince Getirilen Ziyaretçi Oranı	Düşük	7	29,2	3	14,3	10	22,2	3,732 0,155
		Orta	7	29,2	12	57,1	19	42,2	
		Yüksek	10	41,7	6	28,6	16	35,6	
		Toplam	24	100,0	21	100,0	45	100,0	
	Toplam İş birliği/ Dayanışma Sayısı	Düşük	5	20,8	4	19,0	9	20,0	0,495* 0,802
		Orta	10	41,7	7	33,3	17	37,8	
		Yüksek	9	37,5	10	47,6	19	42,2	
		Toplam	24	100,0	21	100,0	45	100,0	
	Ortağa Sahip Olma	Hayır	23	95,8	18	85,7	41	91,1	** 0,326
		Evet	1	4,2	3	14,3	4	8,9	
		Toplam	24	100,0	21	100,0	45	100,0	
	Kolektif Organlara Üyelik Durumu	Evet	13	54,2	11	52,4	24	53,3	0 1
		Hayır	11	45,8	10	47,6	21	46,7	
		Toplam	24	100,0	21	100,0	45	100,0	
	Kolektif Organlara Üyelik Sayısı	Orta	15	62,5	15	71,4	30	66,7	0,1 0,751
		Yüksek	9	37,5	6	28,6	15	33,3	
		Toplam	24	100,0	21	100,0	45	100,0	
	Kuruluş Sırasında Kamu Finansmanı	Almadı	17	70,8	16	76,2	33	73,3	0,005 0,926
		Aldı	7	29,2	5	23,8	12	26,7	
		Toplam	24	100,0	21	100,0	45	100,0	
Mikro küme modelinden gelen bazı faktörler	Tamamlayıcı Turizm Ürünlerinin Sağlanması	Hayır	17	70,8	13	61,9	30	66,7	0,100 0,751
		Evet	7	29,2	8	38,1	15	33,3	
		Toplam	24	100,0	21	100,0	45	100,0	
Sürdürülebilirlik ve topluluk temelli turizm yaklaşımdan gelen bazı faktörler	Kadın Çalışan Oranı	Düşük	5	20,8	8	38,1	13	28,9	1,893 0,388
		Orta	12	50,0	7	33,3	19	42,2	
		Yüksek	7	29,2	6	28,6	13	28,9	
		Toplam	24	100,0	21	100,0	45	100,0	
	Aile Üyesi Çalışan Varlığı	Hayır	7	29,2	13	61,9	20	44,4	3,626 0,057
		Evet	17	70,8	8	38,1	25	55,6	
		Toplam	24	100,0	21	100,0	45	100,0	

[8] Kategorik veriler arasındaki ilişkiye Ki-kare bağımsızlık analizleri ile ele alınmaktadır. Gözlenen ve beklenen frekanslar arasındaki farkın anlamlı olup olmadığı temeline dayanır.

Çizelge 6.9. (devam) Firmanın yerli girişimci veya yabancı girişimciye dayalı olmasının rekabetçilik faktörlerine etkisini ortaya koymaya yönelik Ki-kare analizi

	Ek Gelir Getiren Aktivite Sayısı	Orta	15	62,5	12	57,1	27	60,0	0,004 0,951
		Yüksek	9	37,5	9	42,9	18	40,0	
		Toplam	24	100,0	21	100,0	45	100,0	
	Turizm Plan Karar Alma Süreçlerine Katılım	Hayır	14	58,3	11	52,4	25	55,6	0,010 0,920
		Evet	10	41,7	10	47,6	20	44,4	
		Toplam	24	100,0	21	100,0	45	100,0	
	Çevreyi Koruma Tedbirleri	Düşük	3	12,5	5	23,8	8	17,8	6,541* 0,049
		Orta	16	66,7	6	28,6	22	48,9	
		Yüksek	5	20,8	10	47,6	15	33,3	
		Toplam	24	100,0	21	100,0	45	100,0	
	Ekonomik Dayanıklılık Puanı	Düşük	5	20,8	5	23,8	10	22,2	1,282 0,527
		Orta	13	54,2	8	38,1	21	46,7	
		Yüksek	6	25,0	8	38,1	14	31,1	
		Toplam	24	100,0	21	100,0	45	100,0	

*Monte Carlo Simülasyonu

** Fisher's Exact Test

Firmaların yerel girişimci veya yabancı girişimci olması açısından fark yaratan istatistiki olarak anlamlı az sayıda değişken tespit edilmiştir. Ki-kare analizi sonuçlarına göre, firmanın yerel girişimci-yabancı girişimci olması ile "aile üyesi çalışan varlığı" ve "fiziki çevreyi korumaya yönelik önlemler sayısı" arasında anlamlı ilişki bulunmaktadır ($p<0,05$). Diğer bir ifade ile yerel girişimciye dayalı firmalarda aile üyesi çalışan varlığı istatistiki olarak anlamlı derecede daha yüksektir; ayrıca yabancı girişimciye dayalı firmalarda fiziki çevreyi korumaya yönelik önlem sayısı istatistiki olarak anlamlı derecede daha fazladır. Bahse konu değişkenler dışında kalan diğer değişkenler ile firmanın yerli-yabancı girişimci olması arasında istatistiki olarak anlamlı bir ilişki bulunmamıştır ($p>0,05$).

Analizler sonucunda elde edilen bulgular tez çalışmasının ilişkili hipotezi çerçevesinde tartışılmıştır (Çizelge 6.10).

İlişkili Hipotez:

- Topluluk temelli turizm yaklaşımı çerçevesinde rekabet faktörlerinin uygulanması açısından, girişimcisinin yerli ya da yabancı olmasına göre önemli farklılıklar vardır. Bu faktörler çerçevesinde ortaya çıkan sonuçlara göre yerli girişimciye dayalı firmalar ile sürdürülebilirliği doğrudan ilişkilendirmek doğru bir yaklaşım değildir.

Çizelge 6.10. Rekabetçiliğe etki eden faktörler için firma girişimcisinin yerli-yabancı olmasına göre karşılaştırmalı analiz sonuçlarına yönelik tartışmalar

Yaklaşım	Firmanın yerli girişimciye dayanmasına göre karşılaştırmalı analiz sonuçlarının tartışılması
Firma içi kaynaklar	*İstatistiki olarak anlamlı ilişki bulunan faktörler:*- *İstatistiki olarak anlamlı ilişki bulunmayan faktörler:* toplam çalışan sayısı, çalışanların eğitim düzeyi, girişimcinin eğitim düzeyi, sertifika sayısı ▸ Firma girişimcisinin yerli olması ile toplam çalışan sayısı, çalışanların eğitim düzeyi, girişimcinin eğitim düzeyi, sertifika sayısı arasında bir ilişki tespit edilememiştir; fakat bu faktörler açısından yabancı firmalar daha yüksek değerlere sahiptir.
Kümelenme Yaklaşımı	*İstatistiki olarak anlamlı ilişki bulunan faktörler:*- *İstatistiki olarak anlamlı ilişki bulunmayan faktörler:* tedarikçilerin konumunun ayni il olma yüzdesi, yerli/yabancı turist oranı, seyahat acenteleri ile gelen ziyaretçi oranı, iş birliği/dayanışma sayısı, ortağa sahip olma ▸ Firmanın yerli girişimciye dayalı olup olmaması ile tedarikçilerin konumunun ayni il olma yüzdesi, yerli/yabancı turist oranı, seyahat acenteleri ile gelen ziyaretçi oranı, iş birliği/dayanışma sayısı, ortağa sahip olma durumu, kuruluş sırasında kamu finansmanı kullanma durumu arasında istatistiki olarak anlamlı bir ilişki bulunmamaktadır. ▸ Ürgüp örneğinde tüm büyüklükteki firmaların yiyecek-içecek malzemelerini ve hijyen malzemelerini en yakın tedarikçilerden, mobilya ve tekstil ürünlerini ise diğer illerden aldıkları görülmüştür. Tüm firmaların yığılmanın dışsallıklarından yararlandığı anlaşılmaktadır; ancak bu durum yerli girişimciye dayalı firmalar açısından kısmen daha fazladır. ▸ Firmalar arasında işbirliği yapma durumu açısından anlamlı farklılık olmamakla birlikte yabancı firmaların daha fazla işbirliği yaptığı görülmektedir. ▸ İstatistiki olarak anlamlı farklılık olmamakla birlikte, seyahat acenteleri tarafından getirilen ziyaretçi oranı ve küresel pazarlamada zorluk yaşama durumunun yerli girişimciye dayalı firmalarda daha yüksek olduğu görülmektedir. Pazarlamadaki kısıtlamalar nedeniyle yerli girişimciye dayalı firmaların hedef ziyaretçileri ağırlıklı olarak yerli turistlerdir. Seyahat acenteleri firmaların küresel pazara entegrasyonuna katkı sağlamaktadır. Analiz sonuçlarına göre yerli girişimciye dayalı firmalarda küresel pazara entegrasyon ihtiyacının daha fazla olduğu ve bu ihtiyacı karşılamak için seyahat acenteleri ile çalışmayı tercih ettikleri düşünülebilir. ▸ İstatistiki olarak anlamlı farklılık olmamakla birlikte, ortaklığa sahip olma durumunun yabancı firmalarda daha yüksek olduğu görülmektedir. Yerli girişimciye dayalı firmaların ortaklık oranının düşük olduğu (%4,2), otel zincirlerinin bir parçası olmadıkları ve ortaklıkları rekabet stratejisi olarak düşük düzeyde kullandıkları ortaya çıkmıştır. Öte yandan yabancı girişimciye dayalı firmalarda ortak olma oranı da sınırlıdır (%14,3). Ürgüp'teki firmalar için ortaklığın yaygın bir rekabet stratejisi olarak görülmediği söylenebilir. ▸ İstatistiki olarak anlamlı farklılık olmamakla birlikte, kuruluş sırasında kamu finansmanı kullanma durumu yerli girişimciye dayalı firmalarda daha yüksektir. *İstatistiki olarak farklılık bulunmayan faktörler* ▸ Küresel pazarlamada zorluk yaşama durumu, kolektif organlara üyelik açısından yerli-yabancı girişimciye dayalı firmalar arasında bir farklılık olmadığı analizler ile ortaya koyulmuştur (p=1)

Çizelge 6.10. (devam) Rekabetçiliğe etki eden faktörler için firma girişimcisinin yerli-yabancı olmasına göre karşılaştırmalı analiz sonuçlarına yönelik tartışmalar

Mikro Küme Yaklaşımı	*İstatistiki olarak anlamlı ilişki bulunan faktörler:-* *İstatistiki olarak anlamlı ilişki bulunmayan faktörler:* tamamlayıcı turizm ürünlerinin sunumu (kapsam ekonomisi) ▸ Firmanın yerli girişimciye dayalı olup olmaması ile tamamlayıcı turizm ürünlerinin sunumu (kapsam ekonomisi) arasında istatistiki olarak anlamlı bir ilişki bulunmamaktadır. Ancak, tamamlayıcı turizm ürünleri sunma durumu yabancı firmalarda daha yüksektir. ▸ Ayrıca ankete katılan konaklama işletmelerinin %77,8'inin sadece oda ve oda kahvaltı hizmeti verdiği; oda kahvaltı hizmeti verenlerin ise %62,5'i yerli girişimciye dayalı firmalar olduğu, %95,23 oranında yabancı girişimciye dayalı firma olduğu tespit edilmiştir. Oda kahvaltı hizmeti sunan konaklama işletmeleri, ziyaretçilerle tamamlayıcı turizm hizmet sağlayıcılarını bir araya getirmekte; diğer taraftan yarım pansiyon, tam pansiyon veya her şey dahil hizmet sunan konaklama işletmeleri ise ziyaretçilerin ihtiyaçlarını tek bir tesis bünyesinde karşılama eğiliminde olmaktadır. Oda kahvaltı hizmeti sunan yabancı girişimciye dayalı firmalar tamamlayıcılığa ve çapraz kümelenmeye daha fazla katkı sağlamaktadır. Böylece mikro turizm kümelenmelerinde kapsam ekonomileri ve çapraz kümelenmenin de mikro küme kavramında ele alındığı gibi (Hall ve diğerleri, 2007:144; Michael, 2007:26) yerli girişimciye dayandırılmasının doğru olmadığı görülmektedir.
Topluluk Temelli Turizm Yaklaşımı	*İstatistiki olarak anlamlı ilişki bulunan faktörler:* aile üyesi çalışan varlığı, çevre korumaya yönelik önlem sayısı ▸ Yerli firmalarda aile üyesi çalışan varlığı istatistiki olarak anlamlı derecede daha yüksektir. ▸ Yabancı firmalarda fiziki çevreyi korumaya yönelik önlem sayısı istatistiki olarak anlamlı derecede daha yüksektir. *İstatistiki olarak anlamlı ilişki bulunmayan faktörler:* kadın çalışan oranı, mülkiyet durumu, turizm dışında ek gelir getirici faaliyetlerde bulunmak, ekonomik dayanıklılık puanı, turizm karar alma süreçlerine katılım ▸ Girişimcinin yerli olması ile kadın çalışan oranı, mülkiyet durumu, turizm dışında ek gelir getirici faaliyetlerde bulunmak, ekonomik dayanıklılık puanı, turizm karar alma süreçlerine katılım arasında bir ilişki tespit edilememiştir. ▸ Kadın çalışan oranı ve ek gelir getiren faaliyet sayısı yerli firmalarda daha yüksektir. ▸ Ekonomik dayanıklılık puanı ve turizm karar alma süreçlerine katilim küçük bir farkla yabancı firmalarda daha yüksektir. Sonuçlar yerli ve yabancı girişimciye dayalı firmalar katılımcılık açısından pek fazla farklılaşmamaktadır.

6.5. Girişimcilerin Rekabetçilik Algısı

Mikro ölçekli turizm kümelerinde topluluk temelli turizm yaklaşımı çerçevesinde turizm firma girişimcilerinin rekabetçilik algısının firma büyüklüğüne ve firma girişimcilerinin yerli olmasına göre nasıl farklılaştığını ortaya koymaya yönelik yapılan karşılaştırmalı analizler (Çizelge 6.11) ve bu analiz sonuçlarına yönelik tartışmalar bu bölümde yer almaktadır.

Çizelge 6.11. Girişimcilerin rekabetçilik algılarına yönelik karşılaştırmalı analizlerin yapısı

Analiz konusu	Görüş Sorulan Konu	Karşılaştırılan değişkenler	Analiz yöntemi
Girişimci/firma yöneticisi görüşü	Firma rekabet gücünü belirleyen faktörler	Firma büyüklüğü Yerel girişimci-yabancı girişimci	Ki-kare analizi

Girişimci rekabetçilik algısını ortaya koymaya yönelik karşılaştırmalı analizlerde Ki-kare analizi kullanılmıştır. Girişimci rekabetçilik algısını ölçemeye yönelik 5li likert ölçeği tipinde sorular sorulmuştur (1 hiç önemli değil, 5 çok fazla önemli)**.** Elde edilen veriler analizlerde 1ve 2 cevabı için önemli değil, 3 cevabı için kısmen önemli ve 4 ve 5 cevabı için önemli olarak yeniden gruplama yapılarak kullanılmıştır.

6.5.1. Firma büyüklüğüne göre girişimci rekabet algısı

Firma büyüklüğüne göre girişimci rekabet algısı karşılaştırmalı analiz sonuçları Çizelge 6.12.'de yer almaktadır.

Çizelge 6.12. Firma büyüklüğüne göre girişimci rekabet algısı karşılaştırmalı analizler

Girişimci Rekabet Algısı			Cevaplar	Mikro Firma		Küçük Firma		Orta + Büyük Firma		Total		Ki-Kare P
				n	%	n	%	n	%	N	%	
Firma Kaynaklarına Dayalı Faktörler	Maliyetleri Düşürme		Önemli değil	11	57,9	11	68,8	3	30,0	25	55,6	
			Kısmen önemli	3	15,8	2	12,5	1	10,0	6	13,3	
			Önemli	5	26,3	3	18,8	6	60,0	14	31,1	5,482*
			Toplam	19	100,0	16	100,0	10	100,0	45	100,0	0,252
	Hizmet Kalitesini Artırma		Önemli	19	100,0	16	100,0	10	100,0	45	100,0	-
			Toplam	19	100,0	16	100,0	10	100,0	45	100,0	-
	Belgelendirme/ Sertifikasyon		Önemli değil	9	47,4	4	25,0	1	10,0	14	31,1	
			Kısmen önemli	2	10,5	3	18,8	1	10,0	6	13,3	
			Önemli	8	42,1	9	56,3	8	80,0	25	55,6	5,482*
			Toplam	19	100,0	16	100,0	10	100,0	45	100,0	0,242
	Dijitalleşme, Yazılım, Teknoloji/ Bilgi Teknolojilerini Kullanma		Önemli değil	0	0,0	2	12,5	0	0,0	2	4,4	
			Kısmen önemli	3	15,8	3	18,8	1	10,0	7	15,6	
			Önemli	16	84,2	11	68,8	9	90,0	36	80,0	4,349*
			Toplam	19	100,0	16	100,0	10	100,0	45	100,0	0,390
	Nitelikli Personel İstihdam Etme		Önemli değil	7	36,8	0	0,0	0	0,0	7	15,6	
			Kısmen önemli	1	5,3	2	12,5	0	0,0	3	6,7	
			Önemli	11	57,9	14	87,5	10	100,0	35	77,8	12,914*
			Toplam	19	100,0	16	100,0	10	100,0	45	100,0	0,008
	Kurumsallaşma		Önemli değil	7	36,8	4	25,0	1	10,0	12	26,7	
			Kısmen önemli	3	15,8	3	18,8	1	10,0	7	15,6	
			Önemli	9	47,4	9	56,3	8	80,0	26	57,8	3,318*
			Toplam	19	100,0	16	100,0	10	100,0	45	100,0	0,532
Kümelenme Yaklaşımından Gelen Faktörler	Yığılma	İlçede Turizm Altyapısının ve Destekleyici Sektörlerin Gelişmiş Olması	Önemli değil	4	21,1	7	43,8	2	20,0	13	28,9	
			Kısmen önemli	5	26,3	3	18,8	2	20,0	10	22,2	
			Önemli	10	52,6	6	37,5	6	60,0	22	48,9	2,884*
			Toplam	19	100,0	16	100,0	10	100,0	45	100,0	0,615
	Ağ Bağlantıları	Reklam, Tanıtım ve Pazarlama Yapma	Önemli değil	0	0,0	1	6,3	0	0,0	1	2,2	
			Kısmen önemli	2	10,5	1	6,3	2	20,0	5	11,1	
			Önemli	17	89,5	14	87,5	8	80,0	39	86,7	2,940*
			Toplam	19	100,0	16	100,0	10	100,0	45	100,0	0,655
		Firmalar Arası İş birliği ve Dayanışma Olması	Önemli değil	3	15,8	5	31,3	2	20,0	10	22,2	
			Kısmen önemli	2	10,5	3	18,8	3	30,0	8	17,8	
			Önemli	14	73,7	8	50,0	5	50,0	27	60,0	3,400*
			Toplam	19	100,0	16	100,0	10	100,0	45	100,0	0,516

Çizelge 6.12. (devan) Firma büyüklüğüne göre girişimci rekabet algısı karşılaştırmalı analizler

		Ortak Değerlere Sahip Olduğumuz Firmalar ile İş birliği	Önemli değil	3	15,8	0	0,0	0	0,0	3	6,7		
			Kısmen önemli	3	15,8	1	6,3	3	30,0	7	15,6	7,154*	
			Önemli	13	68,4	15	93,8	7	70,0	35	77,8	0,107	
			Toplam	19	100,0	16	100,0	10	100,0	45	100,0		
		Hem şehri Olduğumuz Sahip Olduğumuz Firmalar ile İş birliği	Önemli değil	12	63,2	12	75,0	6	60,0	30	66,7		
			Kısmen önemli	4	21,1	1	6,3	2	20,0	7	15,6		
			Önemli	3	15,8	3	18,8	2	20,0	8	17,8	1,734*	
			Toplam	19	100,0	16	100,0	10	100,0	45	100,0	0,835	
		Yakın Konumda Bulunan Firmalarla İş birliği	Önemli değil	3	15,8	5	31,3	0	0,0	8	17,8		
			Kısmen önemli	4	21,1	1	6,3	3	30,0	8	17,8		
			Önemli	12	63,2	10	62,5	7	70,0	29	64,4	5,667*	
			Toplam	19	100,0	16	100,0	10	100,0	45	100,0	0,239	
		Lider Firmalar ile İş birliği	Önemli değil	12	63,2	5	31,3	1	10,0	18	40,0		
			Kısmen önemli	4	21,1	4	25,0	2	20,0	10	22,2		
			Önemli	3	15,8	7	43,8	7	70,0	17	37,8	10,524*	
			Toplam	19	100,0	16	100,0	10	100,0	45	100,0	0,029	
	Yenilikçilik	Yenilikçi Olma	Önemli değil	0	0,0	1	6,3	0	0,0	1	2,2		
			Kısmen önemli	2	10,5	0	0,0	0	0,0	2	4,4		
			Önemli	17	89,5	15	93,8	10	100,0	42	93,3	4,628*	
			Toplam	19	100,0	16	100,0	10	100,0	45	100,0	0,350	
		Kapasite Geliştirme, Kolektif Kuruluşlarla İş birliği	Önemli değil	12	63,2	11	68,8	4	40,0	27	60,0		
			Kısmen önemli	5	26,3	2	12,5	5	50,0	12	26,7		
			Önemli	2	10,5	3	18,8	1	10,0	6	13,3	4,697*	
			Toplam	19	100,0	16	100,0	10	100,0	45	100,0	0,333	
		Kamu Kaynaklı Finansman, Eğitim, Desteği	Önemli değil	11	57,9	11	68,8	5	50,0	27	60,0		
			Kısmen önemli	2	10,5	1	6,3	1	10,0	4	8,9		
			Önemli	6	31,6	4	25,0	4	40,0	14	31,1	1,029*	
			Toplam	19	100,0	16	100,0	10	100,0	45	100,0	0,913	
		Üniversiteler ile iş birliği	Önemli değil	14	73,7	13	81,3	7	70,0	34	75,6		
			Kısmen önemli	1	5,3	1	6,3	1	10,0	3	6,7		
			Önemli	4	21,1	2	12,5	2	20,0	8	17,8	0,738*	
			Toplam	19	100,0	16	100,0	10	100,0	45	100,0	0,956	
Topluluk Yaklaşımdan Faktörler	Temelli Gelen	Yerel kültürü koruma ve geliştirme	Önemli değil	0	0,0	0	0,0	2	20,0	2	4,4		
			Kısmen önemli	1	5,3	0	0,0	0	0,0	1	2,2		
			Önemli	18	94,7	16	100,0	8	80,0	42	93,3	8,639*	
			Toplam	19	100,0	16	100,0	10	100,0	45	100,0	0,045	
		Yerel Kültürü Yansıtan Turizm Ürünleri Geliştirme	Önemli değil	0	0,0	2	12,5	2	20,0	4	8,9		
			Kısmen önemli	4	21,1	0	0,0	0	0,0	4	8,9		
			Önemli	15	78,9	14	87,5	8	80,0	37	82,2	8,871*	
			Toplam	19	100,0	16	100,0	10	100,0	45	100,0	0,067	
		Yerel Halk Kültürü ve Misafirperverliği	Önemli değil	0	0,0	2	12,5	0	0,0	2	4,4		
			Kısmen önemli	3	15,8	2	12,5	0	0,0	5	11,1		
			Önemli	16	84,2	12	75,0	10	100,0	38	84,4	5,594*	
			Toplam	19	100,0	16	100,0	10	100,0	45	100,0	0,236	
	Çevre Koruma	Doğal Çevre ve Kaynakları Koruma	Önemli değil	0	0,0	2	12,5	0	0,0	2	4,4		
			Kısmen önemli	3	15,8	2	12,5	0	0,0	5	11,1		
			Önemli	16	84,2	12	75,0	10	100,0	38	84,4	5,594*	
			Toplam	19	100,0	16	100,0	10	100,0	45	100,0	0,236	

*Monte Carlo Simülasyonu

Firma büyüklüğüne göre girişimci rekabet algısı karşılaştırmalı analiz sonuçlarını ele aldığımızda "nitelikli personel istihdam etme, yerel değerleri ve kültürü yansıtan turizm ürünleri geliştirme, yerel halk kültürü ve misafirperverliğinin önemini vurgulama, lider firmalar ile iş birliği" açısından firmalar arasında anlamlı farklılık olduğu tespit edilmiştir ($p<0,05$). Bahse konu değişkenler dışında kalan diğer değişkenler ile firma büyüklüğü arasında istatistiki olarak anlamlı bir farklılık bulunmamıştır ($p>0,05$).

Firma büyüklüğüne göre rekabetçilik algısı analiz sonuçları tartışma

Analizler sonucunda elde edilen bulgular tez çalışmasının ilişkili hipotezi çerçevesinde Çizelge 6.13'da tartışılmıştır.

İlişkili Hipotez:

- Rekabet faktörlerine ilişkin girişimci görüş ve algısında firma büyüklüğüne göre istatistiki olarak anlamlı farklılıklar vardır.

Çizelge 6.13. Firma büyüklüğüne göre rekabetçilik algısı analiz sonuçlarına yönelik tartışma

Yaklaşım	Firma büyüklüğüne göre rekabetçilik algısı
Firma içi Kaynaklara Dayalı Faktörler	*İstatistiki olarak anlamlı ilişki bulunan faktörler:* nitelikli personel istihdam etme, ▸ Nitelikli personel istihdam etme konusunda, orta ve büyük ölçekli firmaların diğer firma büyüklüklerine göre anlamlı düzeyde daha fazla önem verdiği görülmektedir. *İstatistiki olarak anlamlı ilişki bulunmayan faktörler:* maliyetlerin azaltılması, sertifikasyon, kurumsallaşma, dijitalleşme, yazılım, bilgi teknolojilerini kullanma, sertifikasyon ▸ Maliyetlerin azaltılması, sertifikasyon, kurumsallaşma, dijitalleşme, yazılım, bilgi teknolojilerini kullanma konularına orta ve büyük ölçekli firma sahibi/yöneticilerinin daha fazla önem verdiği görülmektedir. ▸ Üretim/hizmet sürecinde teknolojiyi kullanmaya mikro firmaların daha önem verdiği görülmektedir. Mevcut durumda ise üretim sürecinde teknolojiyi kullanma durumları oldukça düşüktür. *İstatistiki olarak arada fark olmayan faktörler:* Hizmet kalitesini artırma ▸ Hizmet kalitesini artırma konusuna tüm firma sahibi/yöneticileri çok önem verdiklerini belirtilmiştir.

Çizelge 6.13. (devam) Firma büyüklüğüne göre rekabetçilik algısı analiz sonuçlarına yönelik tartışma

Kümelenme Yaklaşımına Dayalı Faktörler	*İstatistiki olarak anlamlı ilişki bulunan faktörler:* lider firmalar ile iş birliği yapma ▸ lider firmalar ile iş birliği yapma açısından orta ve büyük ölçekli firmaların diğer firma büyüklüklerine göre anlamlı düzeyde daha fazla önem verdiği görülmektedir. Mikro ve küçük ölçekli firmalar lider firmalar ile aralarında iş birliğinin olmadığını veya olamayacağını dile getirmiştir. *İstatistiki olarak anlamlı ilişki bulunmayan faktörler:* firmalar arası iş birliği ve dayanışma olması, ortak değerlere sahip oldukları firmalar ile iş birliği yapma, hemşeri olunan firmalar ile iş birliği, ilçede turizm altyapısının ve destekleyici sektörlerin gelişmiş olması, yenilikçilik, reklam, tanıtım ve pazarlama yapma, kamu finansman, eğitim desteği, yenilikçilik, kolektif kuruluşlarla iş birliği ▸ Firmaların hedef pazarlarda görünürlüğünü sağlayan ve ağ bağlantılarını güçlendiren reklam, tanıtım ve pazarlama yapma konusuna, uygulamada küresel pazara bağlanma konusunda en fazla sıkıntı yaşayan, mikro firmalar tarafından daha fazla önem verilmektedir. ▸ Firmalar arası iş birliği ve dayanışma olması konusuna en çok mikro ölçekli firmalar önem verdiğini belirtmektedir. Uygulamaya yönelik karşılaştırmalı analiz sonuçlarına göre en fazla işbirliği yapan firmalar orta ve büyük ölçekli firmalardır. ▸ İş birliği yapılan firmalar açısından baktığımızda ortak değerlere sahip oldukları firmalar ile iş birliğine en çok önem veren küçük ölçekli firmalardır. ▸ ▸ Yakın konumda bulunan firmalarla iş birliği yapma konularına en çok önem veren orta ve büyük ölçekli firmalardır. Orta ve büyük ölçekli firmalar özetle kendi tesis türü ve büyüklüğünde olan, hizmet kalitesi açısından benzer yapıda olan, yakın konumda olan ya da lider olduğunu düşündüğü firmalar ile yakınlık kurmaktadırlar. ▸ ▸ Hemşeri olunan firmalar ile iş birliği firmalar açısından önem verilen bir konu değildir. ▸ ▸ Kamu finansman, eğitim desteği konularına en çok önem veren küçük ölçekli firmalardır. ▸ ▸ Kümelenme yaklaşımından gelen turizm altyapısının ve destekleyici sektörlerin gelişmiş olması, yenilikçilik konularına en çok önem veren orta ve büyük ölçekli firmalardır. ▸ ▸ Kolektif kuruluşlarla iş birliği konusuna en çok orta ve büyük ölçekli firmalar önem verdiğini belirtmektedir.
Topluluk Temelli Yaklaşım	*İstatistiki olarak anlamlı ilişki bulunan faktörler:* yerel değerleri ve kültürü yansıtan turizm ürünleri geliştirme ve yerel halk kültürü ve misafirperverliğinin önemini vurgulama ▸ Yerel değerleri ve kültürü yansıtan turizm ürünleri geliştirme, yerel halk kültürü ve misafirperverliğinin önemini vurgulama konularında girişimcilerin bakış açılarında anlamlı bir farklılık vardır ve bu konulara en çok önem veren küçük ölçekli firmalardır. Bu durum topluluk temelli yaklaşımın küçük ölçekli firmalara dayanması durumu ile uyumludur. *İstatistiki olarak anlamlı ilişki bulunmayan faktörler:* doğal çevreyi koruma ▸ İstatistiki olarak anlamlı bir farklılık olmamakla birlikte doğal çevreyi koruma konusuna en çok önem veren orta ve büyük ölçekli firmalardır.

6.5.2. Firmanın yerli girişimciye dayalı olmasına göre rekabet algısı

Firmanın yerel girişimci- yabancı girişimciye dayalı olmasına göre girişimci rekabet algısı karşılaştırmalı analiz sonuçları Çizelge 6.14.'de yer almaktadır.

Çizelge 6.14. Firmanın yerli girişimci- yabancı girişimciye dayalı olmasına göre rekabet algısı karşılaştırmalı analizleri

Girişimci Rekabet Algısı		Cevaplar		Mikro Firma		Küçük Firma		Total		Ki-Kare P
				n	%	N	%	N	%	
Firma Kaynaklarına Dayalı Faktörler	Maliyetleri Düşürme	Önemli değil		13	56,5	12	54,5	25	55,6	3,987* 0,160
		Kısmen önemli		1	4,3	5	22,7	6	13,3	
		Önemli		9	39,1	5	22,7	14	31,1	
		Toplam		23	100,0	22	100,0	45	100,0	
	Hizmet Kalitesini Artırma	Önemli		23	100,0	22	100,0	45	100,0	- -
		Toplam		23	100,0	22	100,0	45	100,0	
	Belgelendirme/ Sertifikasyon	Önemli değil		10	43,5	4	18,2	14	31,1	4,056* 0,132
		Kısmen önemli		4	17,4	2	9,1	6	13,3	
		Önemli		9	39,1	16	72,7	25	55,6	
		Toplam		23	100,0	22	100,0	45	100,0	
	Dijitalleşme, Yazılım, Bilgi Teknoloji Kullanma	Önemli değil		2	8,7	0	0,0	2	4,4	3,546* 0,131
		Kısmen önemli		2	8,7	5	22,7	7	15,6	
		Önemli		19	82,6	17	77,3	36	80,0	
		Total		23	100,0	22	100,0	45	100,0	
	Üretim/hizmet Sürecinde Teknolojilerini Kullanma	Önemli değil		2	8,7	0	0,0	2	4,4	3,546* 0,131
		Kısmen önemli		2	8,7	5	22,7	7	15,6	
		Önemli		19	82,6	17	77,3	36	80,0	
		Toplam		23	100,0	22	100,0	45	100,0	
	Nitelikli Personel İstihdam Etme	Önemli değil		4	17,4	3	13,6	7	15,6	0,306* 1
		Kısmen önemli		2	8,7	1	4,5	3	6,7	
		Önemli		17	73,9	18	81,8	35	77,8	
		Toplam		23	100,0	22	100,0	45	100,0	
	Kurumsallaşma	Önemli değil		7	30,4	5	22,7	12	26,7	1,580* 0,495
		Kısmen önemli		5	21,7	2	9,1	7	15,6	
		Önemli		11	47,8	15	68,2	26	57,8	
		Toplam		23	100,0	22	100,0	45	100,0	
Kümelenme Yaklaşımından Gelen Faktörler	Yığılma	İlçede Turizm Altyapısının ve Destekleyici Sektörlerin Gelişmiş Olması	Önemli değil	5	21,7	8	36,4	13	28,9	3,675 0,159
			Kısmen önemli	8	34,8	2	9,1	10	22,2	
			Önemli	10	43,5	12	54,5	22	48,9	
			Toplam	23	100,0	22	100,0	45	100,0	
	Ağ Bağlantıları	Reklam, Tanıtım ve Pazarlama Yapma	Önemli değil	0	0,0	1	4,5	1	2,2	1,648* 0,489
			Kısmen önemli	2	8,7	3	13,6	5	11,1	
			Önemli	21	91,3	18	81,8	39	86,7	
			Toplam	23	100,0	22	100,0	45	100,0	
		Firmalar Arası İş birliği ve Dayanışma Olması	Önemli değil	5	21,7	5	22,7	10	22,2	3,140* 0,234
			Kısmen önemli	2	8,7	6	27,3	8	17,8	
			Önemli	16	69,6	11	50,0	27	60,0	
			Toplam	23	100,0	22	100,0	45	100,0	
		Ortak Değerlere Sahip Olduğumuz Firmalar ile İşbirliği	Önemli değil	1	4,3	2	9,1	3	6,7	0,995* 0,647
			Kısmen önemli	3	13,0	4	18,2	7	15,6	
			Önemli	19	82,6	16	72,7	35	77,8	
			Toplam	23	100,0	22	100,0	45	100,0	

Çizelge 6.14. (devam) Firmanın yerli girişimci- yabancı girişimciye dayalı olmasına göre rekabet algısı karşılaştırmalı analizleri

		Hemşehri Olduğumuz Firmalar ile İş birliği	Önemli değil	14	60,9	16	72,7	30	66,7	
			Kısmen önemli	3	13,0	4	18,2	7	15,6	1,952* 0,414
			Önemli	6	26,1	2	9,1	8	17,8	
			Toplam	23	100,0	22	100,0	45	100,0	
		Yakın Konumda Bulunan Firmalarla İşbirliği	Önemli değil	1	4,3	7	31,8	8	17,8	
			Kısmen önemli	3	13,0	5	22,7	8	17,8	5,116* 0,081
			Önemli	19	82,6	10	45,5	29	64,4	
			Toplam	23	100,0	22	100,0	45	100,0	
		Lider Firmalar ile İş birliği	Önemli değil	9	39,1	9	40,9	18	40,0	
			Kısmen önemli	6	26,1	4	18,2	10	22,2	0,483 0,785
			Önemli	8	34,8	9	40,9	17	37,8	
			Toplam	23	100,0	22	100,0	45	100,0	
	Yenilikçilik	Yenilikçi Olma	Önemli değil	1	4,3	0	0,0	1	2,2	
			Kısmen önemli	1	4,3	1	4,5	2	4,4	0,899* 1
			Önemli	21	91,3	21	95,5	42	93,3	
			Toplam	23	100,0	22	100,0	45	100,0	
	Kapasite Geliştirme, Kolektif Kuruluşlarla İş birliği	Kamu Kaynaklı Finansman, Eğitim, Desteği	Önemli değil	12	52,2	15	68,2	27	60,0	
			Kısmen önemli	6	26,1	6	27,3	12	26,7	2,515* 0,350
			Önemli	5	21,7	1	4,5	6	13,3	
			Toplam	23	100,0	22	100,0	45	100,0	
		Kolektif Kuruluşlarla ile iş birliği	Önemli değil	15	65,2	12	54,5	27	60,0	
			Kısmen önemli	3	13,0	1	4,5	4	8,9	2,882* 0,261
			Önemli	5	21,7	9	40,9	14	31,1	
			Toplam	23	100,0	22	100,0	45	100,0	
		Üniversiteler ile iş birliği	Önemli değil	17	73,9	17	77,3	34	75,6	
			Kısmen önemli	2	8,7	1	4,5	3	6,7	0,252* 1
			Önemli	4	17,4	4	18,2	8	17,8	
			Toplam	23	100,0	22	100,0	45	100,0	
Topluluk Temelli Yaklaşımdan Gelen Faktörler	Yerel kültürü koruma ve geliştirme	Yerel Kültürü Yansıtan Turizm Ürünleri Geliştirme	Önemli değil	1	4,3	1	4,5	2	4,4	
			Kısmen önemli	0	0,0	1	4,5	1	2,2	1,186* 0,731
			Önemli	22	95,7	20	90,9	42	93,3	
			Toplam	23	100,0	22	100,0	45	100,0	
		Yerel Halk Kültürü ve Misafirperverliği	Önemli değil	3	13,0	1	4,5	4	8,9	
			Kısmen önemli	1	4,3	3	13,6	4	8,9	2,052* 0,383
			Önemli	19	82,6	18	81,8	37	82,2	
			Toplam	23	100,0	22	100,0	45	100,0	
	Çevre Koruma	Doğal Çevre ve Kaynakları Koruma	Önemli değil	0	0,0	2	9,1	2	4,4	
			Kısmen önemli	3	13,0	2	9,1	5	11,1	2,432* 0,394
			Önemli	20	87,0	18	81,8	38	84,4	
			Toplam	23	100,0	22	100,0	45	100,0	

*Monte Carlo Simülasyonu

Firma girişimcisinin yerli ya da yabancı olmasına göre girişimci rekabet algısı karşılaştırmalı analiz sonuçlarını ele aldığımızda "yakın konumda bulunan firmalarla iş birliği ve alışveriş

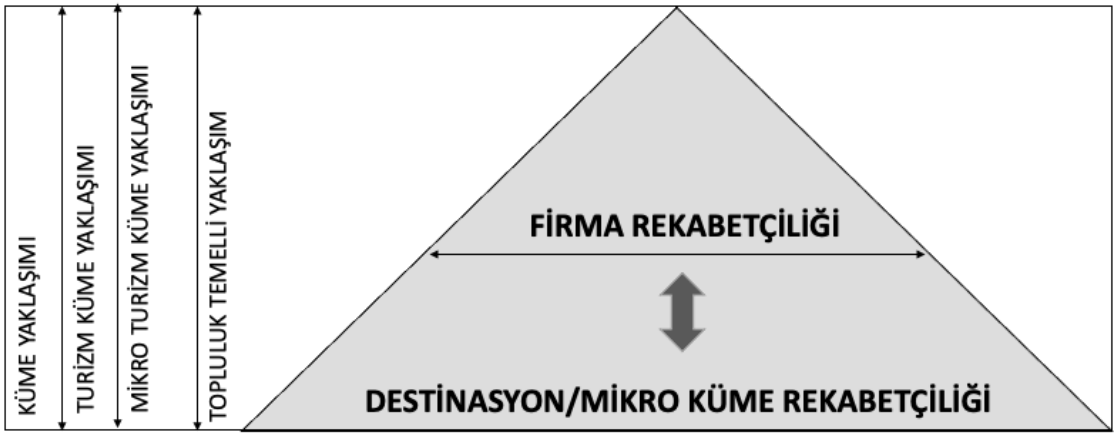
yapma” açısından firmalar arasında anlamlı farklılık olduğu tespit edilmiştir ($p<0,05$). Bahse konu değişkenler dışında kalan diğer değişkenler ile firma girişimcisinin yerli ya da yabancı olmasına arasında istatistiki olarak anlamlı bir farklılık bulunmamıştır ($p>0,05$).

Firmaların yerli girişimci ya da yabancı girişimciye dayalı olmasına göre rekabetçiliği etkileyen faktörler açısından uygulamada önemli farklılıklar olmamakla birlikte rekabetçilik algılarında da önemli bir farklılık bulunmaması, yerli veya yabancı girişimciye dayalı yapılan karşılaştırmaların bilimsel olarak anlamlı olmadığını göstermektedir. Bu nedenle yapılan analiz sonuçlarına yönelik tartışma bölümü bu bölüme eklenmemiştir.

7. TOPLULUK TEMELLİ KAVRAMSAL DESTİNASYON REKABETÇİLİK MODEL ÖNERİSİ

Destinasyon rekabetçiliğine yönelik ilgili literatürde yer alan tartışmalar çerçevesinde rekabetçilik kavramının göreceli ve karmaşık doğası, destinasyonda çekicilik yaratan doğal veya kültürel kaynaklar gibi niteliksel faktörlerin tam olarak ölçülmesinin mümkün olmaması ve tüm destinasyonlar için evrensel olarak uygulanabilir bir model önerisinin yöntemsel sebeplerle şüpheli olabileceği, ayrıca sürdürülebilirlik ve yerel halk refahı tartışmaları ile küçük destinasyonlarla ilgili tartışmaların yetersiz olması (Goffi ve Cucculelli, 2014) nedenleri ile; bu tez çalışması kapsamında mikro ölçekli turizm destinasyonları için kümelenme ve topluluk temelli turizm yaklaşımı çerçevesinde yalnızca kavramsal bir destinasyon rekabetçilik modeli geliştirilmiştir (Şekil 7.2 ve Ayrıca A3 Formatında Ek-6).

Modelde yer alacak rekabetçilik faktörlerini ele almak açısından kümelenme yaklaşımı ve yaklaşıma temel oluşturan Elmas Modeli'nde yer alan kuvvetler (Porter, 1990), küme kavramını turizme uyarlayan turizm küme tartışmaları, küme ölçeğinin önemini tartışmak açısından mikro ölçekli kümelenme yaklaşımı (Michael, 2007) ve ayrıca turizm kümelenme yaklaşımına yönelik kavramsal eksiklikleri tartışmak ve rekabetçilikte sürdürülebilirliğe vurgu yapmak açısından topluluk temelli turizm yaklaşımı (Murphy, 1985) kavramsal modelin temelini oluşturmaktadır (Şekil 7.1). Model, destinasyon düzeyinde rekabetçiliğin firma düzeyinde rekabetçilikten etkilendiği varsayımı üzerine kurulmuştur.

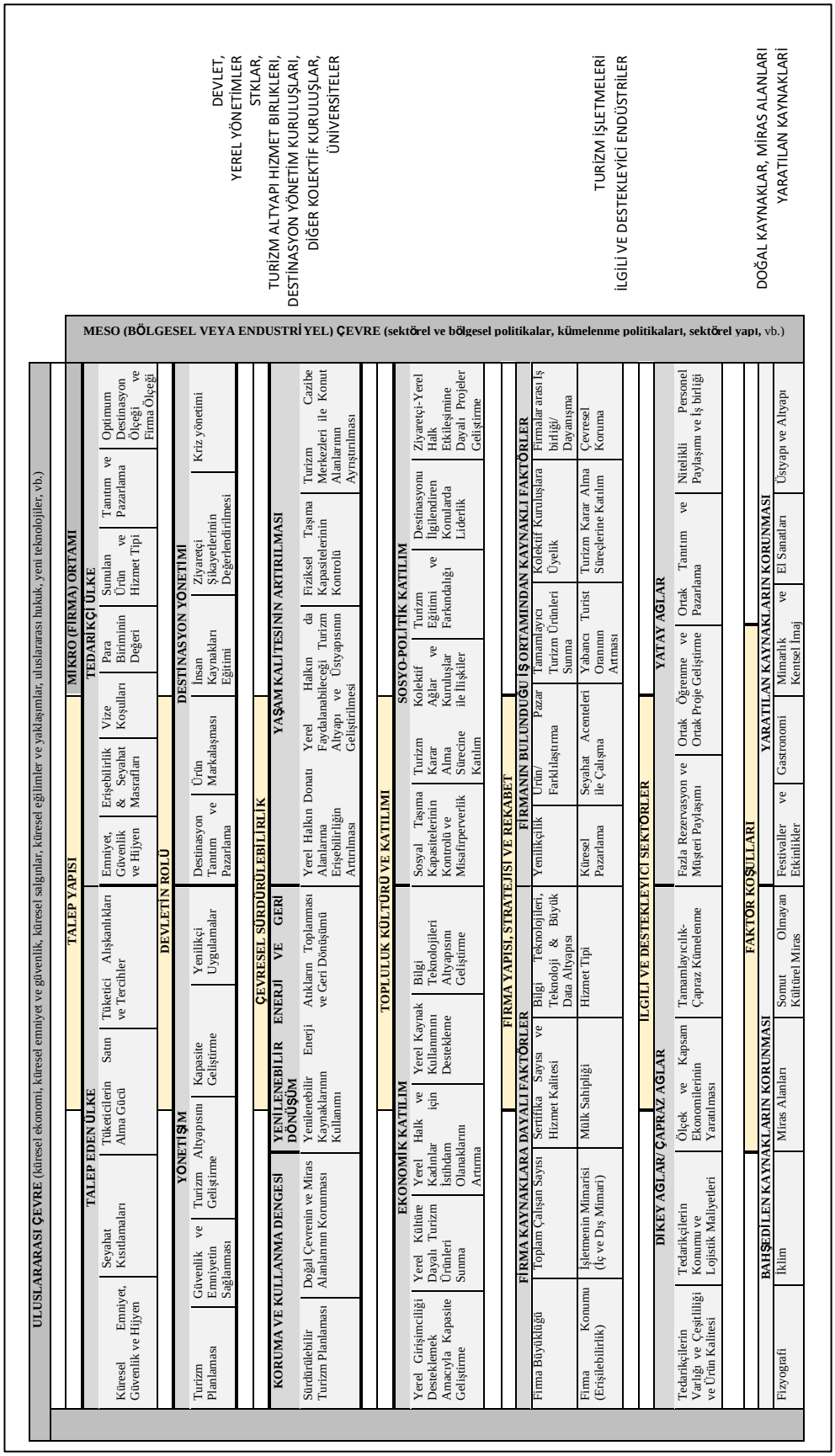


Şekil 7.1. Destinasyon kavramsal rekabetçilik modelinin geliştirilmesine temel oluşturan yaklaşımlar

Bu kavramsal model önerisinde ayrıca ulusal ve bölgesel rekabetçilikte karşılaştırmalı üstünlük yaratan faktörler yanında rekabetçi üstünlük sağlayan faktörler vurgulamaktadır. Destinasyon rekabetçiliğinde rekabet avantajı yaratan faktörler açısından firmaların ve kuruluşların katma değerli faaliyetlerinden kaynaklanan etkiler için turizm işletmeleri temel analiz birimi olarak ele alınmış ve işletme düzeyinde yapılan analiz sonuçları destinasyon modeline entegre edilmiştir.

Öneri kavramsal modelde besin zincirinin katmanları gibi destinasyonda turizm gelişiminin sağlanması ve rekabetçilik düzeyinin korunmasında önem verilmesi gereken rekabetçilik faktörleri katmanlı ve kümülatif bir yapı sergilemektedir. Kümede yer alan farklı aktörlerin her biri üst üste biriken bir değer sistemi yaratılmasına katkı sağlamaktadır. Bu sistemin en altında turizm için vazgeçilmez olan destinasyonda çekicilik yaratan doğal kaynaklar, miras alanları ve yaratılan kaynaklardır. Daha sonrasında çeşitli turizm işletmelerinin varlığı ve bu işletmelerin rekabetçiliği ile bu işletmeleri destekleyici ilgili endüstrilerin varlığı turizm gelişimi açısından ikinci vazgeçilmez koşuldur. Üçüncü olarak da firmanın dış çevrenin şekillenmesinde yönetişim anlayışı çerçevesinde oldukça önemli rol oynayan devletin (kamu kurumları ve yerel yönetimler ile birlikte STKlar, turizm hizmet birlikleri, meslek kuruluşları, kooperatifler gibi kolektif kuruluşların işbirliğinde) üstlendiği roldür.

İlerleyen bölümde, tez çalışmasının hipotezleri çerçevesinde topluluk temelli destinasyon rekabetçilik modeli önerisine temel oluşturan kümelenme, mikro kümelenme ve topluluk temelli turizm yaklaşımdan gelen faktörler ayrı başlıklar altında tartışılmıştır.



Şekil 7.2. Topluluk temelli kavramsal destinasyon rekabetçilik model önerisi şema

7.1. Kümelenme modeli çerçevesinde destinasyon rekabetçiliğini etkileyen faktörlerin açıklanması

Bu bölümde kavramsal destinasyon rekabetçilik modeli, firmalara rekabetçi avantaj sağlayan Elmas Modelin'de yer alan kuvvetler ve küme yaklaşımı, mikro küme yaklaşımı ve topluluk temelli turizm yaklaşımı çerçevesinde tartışılmıştır.

Zincirin en alt katmanında, tüm ölçekte turizm destinasyonlarında olduğu gibi mikro ölçekli turizm destinasyonlarında da rekabetçiliği belirleyen en önemli faktör, karşılaştırmalı üstünlük sağlayan doğal kaynaklar ve çekiciliklerdir. Bu faktörleri Porter'ın (1990) elmas modelinde firma faktör koşulları başlığı altında ele almak mümkündür. Kümelenme yaklaşımını turizm endüstrisine uyarlayan bazı çalışmalarda destinasyon için çekicilik yaratan bahşedilen doğal kaynaklar konusunda yeterli tartışma olmadığı konusunda eleştiriler bulunmaktadır.

Mikro ölçekli turizm destinasyonlarında turizm ürünü üretilmesine yönelik faktör koşulları Crouch ve Ritchie (1999) tarafından da belirtildiği üzere, çekicilik yaratan ve turizm ürünü olarak pazarlanan destinasyona ait "bahsedilen kaynaklar" (fizyografi, iklim, miras alanları, somut olmayan kültürel miras) ve insan çabası ile destinasyona özgü olarak "yaratılan kaynaklardır" (festivaller ve etkinlikler, gastronomy, mimarlık ve kentsel imaj, el sanatları, üstyapı ve altyapı). Faktör koşullarını oluşturan bahsedilen kaynaklar ile yaratılan kaynakların korunması ve taşıma kapasitelerini aşmadan geliştirilmesi destinasyonun rekabetçiliği açısından gerekliliktir. Bu konu topluluk temelli turizm yaklaşımının da temel varsayımlarından birisidir.

Destinasyon rekabetçiliği açısından ikinci faktör ilgili ve destekleyici sektörlerin varlığıdır. Turizm ürün geliştirme sürecinde turizm ana hizmet sağlayıcılarına (konaklama tesisleri, yeme-içme-eğlence, rekreasyon tesisleri, hediyelik eşya satıcıları, tur operatörü/seyahat acentesi, ulaştırma) girdi ürün sağlayan tedarikçilerin (gıda, mobilya, tekstil, temizlik hijyen ürünleri, bilgi teknolojileri) ve destekleyici sektörlerin (sağlık hizmetleri, sigortacılar, bankalar, vb.) varlığı destinasyon rekabetçiliğinde önemli bir role sahiptir ve bu ilişki ağı tedarik zincirini oluşturur.

Destinasyon rekabetçiliğinde dikey ağlarda turizme yönelik tedarikçi firmaların varlığı, çeşitliliği ve ürün kalitesi, bu tedarikçilerin konumu ve lojistik maliyetleri, ölçek ekonomilerinin yaratılmasına yönelik çalışmalar (örneğin firma büyüklüğünün artırılması, taşıma kapasiteleri aşılmadan turizm firma sayısının ve çeşitliliğinin artırılması, firmalar arasında entegre paket turların oluşturulması) veya kapsam ekonomisinin yaratılmasına yönelik çalışmalar (firma büyüklüğünün artırılması ve tamamlayıcı turizm ürünlerinin tek firma tarafından eş zamanlı sunumu veya destinasyon bazında turizm ürünlerinin çeşitlendirilmesi), ayrıca tamamlayıcılık ilişkilerini artırıcı yönde çalışmalar (örneğin oda+kahvaltı hizmet sunumu, firmalar arasında entegre paket turların oluşturulması, dış kaynak kullanımı) önemlidir.

Dikey ilişkiler ağı yanında destinasyon rekabetçiliği açısından destekleyici faktörleri yatay ilişkiler ağındaki işbirliğine dayalı ilişkilerin geliştirilmesi açısından görmek mümkündür. Benzer firmalar arasında rekabet hakim olmakla birlikte işbirliği ve dayanışma ilişkileri de önem taşımaktadır. Yatay ilişkiler ağındaki işbirliği ve dayanışma ilişkileri kapsamında oluşturulan sinerji bölgesel düzeyde verimlilik artışlarına neden olmaktadır. Fazla rezervasyon sonucu turisti tanıdık işletmeye yönlendirme, karşılıklı personel alışverişi, ortak tanıtım ve pazarlama yapma (örneğin fuarlarda ortak tanıtım), ortak proje geliştirme, ortak öğrenme, vb. iş birliği/dayanışma ilişkileri firma rekabetçiliği yanında destinasyon rekabetçiliğine katkı sağlayan faktörlerdendir.

Destinasyon rekabetçiliği açısından diğer önemli faktör devletin rolüdür. Turizm endüstrisinin temeli bir kamu malıdır (bir plaj, bir plaza, bir park veya müze) (P. E. Murphy, 1985: 59); su kaynaklarının, kamu hizmetlerinin, kanalizasyon sistemlerinin ve otoyolların sağlanması, büyük bir harcama gerektirir ve çoğu durumda turizm kaynaklarının kapsamlı bir şekilde geliştirilmesi için devlet yardımı kaçınılmaz görünmektedir (P. E. Murphy, 1985: 60-61). Ancak; günümüzde devletin rolü yeniden tanımlanmakta, eski dönemlerde olduğu gibi doğrudan yatırım ve özel sektörü teşvik eden devlet yerine, aktörleri koordine eden, yönlendiren, kamu-özel ortaklığını teşvik etmek için stratejik bir harekete geçirici olarak hareket eden; yönetim anlayışı yerine karar alma süreçlerinde katılımcılığı ve kamu yararını gözeten yönetişim anlayışına doğru bir yönelim vardır (Barın, 2014).

Diğer taraftan turizm sistemi sıklıkla oldukça parçalanmış olarak tanımlanmaktadır (P. E. Murphy ve A. E. Murphy, 2004: 291). Bu parçalanmış yapı, "hiçbir kuruluş veya bireyin

destinasyon geliştirme süreci üzerinde doğrudan kontrol uygulayamayacağı" varsayımına yol açmıştır (Jamal ve Getz, 1995; Reed, 1997). Bu anlamda turizm sektörünün yönetimi çok aktörlü bir yapıda olduğundan, mikro turizm kümelerinde turizm destinasyon rekabetçiliğinin sağlanmasına yönelik faktörler devletin farklılaşan rolü çerçevesinde iki farklı grup altında ele alınabilir. Birincisi mevzuatlarla devletin ana sorumluluk alanında tanımlanan konular açısından devletin öncü rol üstlendiği ve belirli alanlarda yönetişim anlayışı çerçevesinde yetkilerini paylaştığı faktörler; ikincisi ise devletin koordine edici rol üstlendiği çok aktörlü destinasyon yönetimi ile ilişkili faktörlerdir.

Bölgede sürdürülebilir bir turizm gelişimi için kamu kurumları ve yerel yönetimlerinin, planlama, güvenlik ve emniyetin sağlanması, kapasite geliştirme, turizm altyapısını geliştirme, destinasyonda yenilikçi uygulamalar (örneğin bölgeyi çekici hale getirici yeni festivaller oluşturma, kentsel mimari ögelerin yaratılması), kolektif kuruluşlar ile ilişkilerin geliştirilmesi konularında oynadığı rol büyük önem taşımaktadır.

Destinasyon rekabetçiliğinde yönetişim anlayışı çerçevesinde ele alınması gereken, devletin koordine edici ve denetleyici rol üstlenebileceği diğer önemli bir konu destinasyon yönetimidir. Destinasyona yönelik ortak tanıtım ve pazarlama yapma, bölgeye özgü ürünlerin markalaştırılması, insan kaynaklarının eğitimi, ziyaretçi şikayetlerinin değerlendirilmesi, kriz yönetimi, vb. konuları destinasyon rekabetçiliğinde önem taşımaktadır. Bu konular açısından ise katılımcı bir yaklaşımla rol alan destinasyon yönetim örgütleri, kolektif kuruluşlar ve üniversitelere önemli rol düşmektedir. Porter (1998) “kümelenmelere yönelik olarak turizm, hazır giyim ve tarım gibi birçok küçük ve orta ölçekli şirketten oluşan, ölçeğe duyarlı işlevler üstlenecek kolektif yapıları” vurgulamaktadır. Ayrıca Porter (1998) “birçok kümelenmenin üniversiteler, standart belirleyici kurumlar, düşünce kuruluşları, mesleki eğitim sağlayıcılar ve ticari birlikler gibi hükümet kurumlarını ve diğer kurumları içerdiğini” belirtmektedir.

Destinasyon rekabetçiliği açısından talep koşullarını 2 açıdan ele almak mümkündür. Birincisi talep eden ülkelerden kaynaklı faktörler, ikincisi ise turist talebinin yaratılmasında arz tarafını oluşturan ülke ve destinasyondan kaynaklı faktörlerdir.

Turizm ürününü talep eden ülkelerden kaynaklı faktörler, küresel çapta emniyet, güvenlik ve hijyen koşullarının elverişliliği, pazar ülkelerin uyguladığı seyahat kısıtlamaları, tüketicilerin satın alma gücü, tüketicilerin alışkanlıkları ve tercihleridir.

Turizm ürünü arz eden ülke ve destinasyondan kaynaklı faktörler ise, ülkenin güvenlik ve hijyen koşullarının elverişliliği, destinasyonların erişilebilirliği ve seyahat masrafları, vize koşulları, ülke para biriminin karşılaştırmalı değeri, ana hedef pazarlar yanında değişen tüketici tercihleri sonucunda sunulan ürün ve hizmet tipi ve bu ürünlere yönelik etkili tanıtım ve pazarlama yapılmasıdır.

Son olarak destinasyon rekabetçiliğine katkı sağlayan faktörlerden talep koşulları destinasyon ve firmaların ölçeği ile ilişkilidir. Destinasyona yönelik turizm talebi genellikle turist sayısı, otellerde veya diğer konaklama türlerinde kaldıkları gece sayısı ve harcadıkları parayla ölçülür (P. E. Murphy ve A. E. Murphy, 2004: 224). Bununla birlikte destinasyonu ziyaret eden turist sayısı, otellerde veya diğer konaklama türlerinde kalınan gece sayısı ve harcadıkları para gibi talebe yönelik göstergeler aslında destinasyon ölçeği ve destinasyonda yer alan firmaların ölçeği ile de ilişkilidir. Destinasyonda fiziksel ve sosyal taşıma kapasiteleri aşılmadan destinasyon ve firma ölçeğinin artması rekabetçiliğe olumlu katkı sağlayacaktır.

Destinasyon rekabetçiliği açısından diğer önemli faktör işletmelerin yapısı ve rekabetçiliğidir. Porter (2004) “rekabet edebilirlik ve ekonomik kalkınmanın köklerinin gerçek şirketlerin sofistike yapısından ve aynı zamanda bir ulusun firmalarının rekabet ettiği mikro ekonomik iş ortamının kalitesinden kaynaklandığını belirtmektedir. Bir destinasyondaki firmalar ne kadar rekabetçi ise turizm destinasyonu da o ölçüde rekabetçi olacaktır.

Bu tez çalışması kapsamında konaklama işletmelerinin rekabetçiliğini etkileyen faktörler niceliksel yöntemlere dayalı analizler ile ele alınmıştır. Bu analizlerde firma rekabetçiliği iki şekilde tanımlanmıştır: firma kaynaklarına dayalı faktörler ve firmanın bulunduğu iş ortamından kaynaklı faktörler. İlave olarak da talebe dayalı faktörler ve verimliliğe dayalı faktörler açısından da bir ayrım yapılmıştır.

7.2. Topluluk temelli turizm yaklaşımı çerçevesinde destinasyon rekabetçiliğini etkileyen faktörlerin açıklanması

Porter'ın (1990) elmas modelinde yer alan temel kuvvetler topluluk temelli turizm yaklaşımı açısından destinasyon rekabetçiliğine katkı sağlamakla birlikte, topluluk temelli turizm yaklaşımından gelen ve destinasyon rekabetçiliğine katkı sağlayan yerel halk katılımı ve ekolojik çevrenin korunması gibi sosyo-kültürel-politik konuların ayrıca ele alınması gerekmektedir. Bu kavramlar kümelenme yaklaşımında tartışılmamakta ve yaklaşım turizme uyarlandığında bu yönler açısından eksiklik bulunmaktadır.

Mikro ölçekli turizm destinasyonlarında, turizm ürünü olarak görülen ve turizmde konumu yeterince dikkate alınmayan yerel halkın kültürü, misafirperverliği ve turizme ekonomik ve politik katılımcılığı konuları destinasyonun uzun vadeli sürdürülebilir rekabetçiliği açısından önem taşımaktadır. Yerel halka rağmen gelişen bir turizm yapılanmasının uzun vadede başarılı olabilmesi mümkün değildir. Yerel halkın turizmin bir parçası olması ve turizme katılım sağlaması gerekmektedir. Timothy'e (1999) göre turizm geliştirme sürecine topluluk katılımı en az iki şekilde görülebilir: 1) karar verme sürecinde katılım ve turizmin gelişmesinin faydalarına katılım (aktaran Tosun, 2000).

Ekonomik katılım açısından önemli faktörler; yerel girişimciliği desteklemek amacıyla kapasite geliştirme, yerel kültüre dayalı turizm ürünleri sunmanın teşvik edilmesi, yerel halk ve kadınlar için istihdam olanaklarını artırma, yerel kaynak kullanımını destekleme, yerel girişimcilerin pazarlama ve tanıtım yapmasına kolaylık sağlayacak bilgi teknolojileri altyapısını geliştirmedir. Bu faktörlerin kolektif kuruluşların desteğiyle kamu kurumları ve yerel yönetimlerce yapılması öngörülmektedir.

Sosyo-politik katılım açısından önemli faktörler ise sosyal taşıma kapasitelerinin kontrolü ve misafirperverliğin korunması, turizm karar alma sürecine katılım, kolektif ağlar ve kuruluşlar ile ilişkiler, turizm eğitimi ve farkındalığı, destinasyonu ilgilendiren konularda liderlik ve ziyaretçi-yerel halk etkileşimine dayalı projeler geliştirmedir. Bu faktörlerin de kolektif kuruluşların desteğiyle kamu kurumları ve yerel yönetimlerce yapılması öngörülmektedir.

Topluluk temelli turizmde diğer önemli konu doğal kaynaklar ve kültürel mirasını yansıtan kaynak çekiciliklerinin korunması ve yenilenebilir kaynak potansiyelini gerçekleştirmesidir. Bu çerçevede çevresel sürdürülebilirlik konusu koruma kullanma dengesinin korunması, yenilenebilir enerji ve geri dönüşüm ve yaşam kalitesinin artırılması başlıklarında ele alınmıştır. Koruma kullanma dengesi açısından sürdürülebilir turizm planlaması, doğal çevrenin ve miras alanlarının korunması; yenilenebilir enerji ve geri dönüşüm açısından yenilenebilir enerji kaynaklarının kullanımı, atıkların toplanması ve geri dönüşümü gibi çevreci uygulamaların hayata geçirilmesidir; yaşam kalitesinin artırılması açısından ise yerel halkın donatı alanlarına erişebilirliğinin artırılması, yerel halkın da faydalanabileceği turizm altyapı ve üstyapısının geliştirilmesi, fiziksel taşıma kapasitelerinin planlama ile kontrolü, turizm cazibe merkezleri ile konut alanlarının ayrıştırılmasıdır.

8. SONUÇ VE ÖNERİLER

Tez çalışması kapsamında yapılan çalışmaları özetlemek gerekirse, mikro küme özellikleri gösteren Ürgüp İlçesi'nde yer alan konaklama işletmelerinin girişimcilerine veya yöneticilerine anket uygulanmış; anket uygulaması sonucunda elde edilen veriler dört açıdan analiz edilip tartışılmıştır: firma rekabetçiliğini etkileyen faktörlerin belirlenmesi, firma büyüklüğünün rekabetçilik faktörlerine etkisi, firmanın yerli girişimciye dayalı olmasının rekabetçilik faktörlerine etkisi ve girişimcilerin rekabet algısı. Firma düzeyinde yapılan analizler ile rekabetçiliğe ilişkin elde edilen sonuçlar ve destinasyon rekabetçiliğine ilişkin literatür çerçevesinde plancı ve yöneticiler için yol gösterici olabilecek kavramsal bir destinasyon rekabetçilik model önerisi geliştirilmiştir.

Firma rekabetçiliğini etkileyen faktörlerin belirlenmesi amacıyla rekabetçilik puanı talebe dayalı rekabetçilik ve verimliliğe dayalı rekabetçilik olarak iki farklı açıdan ele alınmıştır. Turizm destinasyonları ve firmaların rekabetçiliği genel olarak ziyaretçi sayıları ve turizm gelirleri ile ölçülme eğilimindedir. Bir bölgeye gelen ziyaretçi sayısı destinasyon ve firma ölçeği ile de ilişkilidir. Diğer taraftan Porter'a (1990) göre modern rekabet firmaların ölçeğine değil, verimliliğine bağlıdır. Bu tez çalışması ile rekabetçiliği etkileyen faktörlerin analizi sonucunda firma rekabetçiliğini belirleyen faktörler iki farklı açıdan ortaya koyulmuştur.

Firma rekabetçiliğini etkileyen faktörler açısından elde edilen sonuçları firma içi kaynaklar, kümelenme yaklaşımı, mikro küme yaklaşımı ve topluluk temelli turizm yaklaşımı başlıkları altında değerlendirmek mümkündür.

Firma içi kaynaklara dayalı faktörler açısından firma büyüklüğünün, çalışan sayısının ve sertifika sayısının artmasının hem talebe hem de verimliliğe dayalı rekabetçiliğe katkı sağladığı görülmektedir. Firma büyüklüğü ve çalışan sayısının artması ölçek ekonomilerinin sağlanması açısından önemlidir. Elde edilen sonuçlar firma büyüklüğünün finansal performans üzerinde önemli bir etkisi olduğu (Akben-Selcuk, 2016; Kallmuenzer ve Peters, 2018) yönündeki çalışmalar ile uyumludur. Sertifika sayılarının artması ise sunulan hizmet kalitesinin artması ve kurumsallaşma ile sonuçlanmaktadır. Firmalarca sunulan hizmet kalitesini belgeleyen sertifikaların sayısının artması ziyaretçi memnuniyetini artırmakta, o yönde talebe sahip kişileri firmaya ve destinasyona çekmekte ve aynı zamanda verimlilik

artışlarına sebep olmaktadır. Sertifikasyon konusunun talebe olan etkisine örnek vermek gerekirse, Covid 19 döneminde Güvenli Turizm Belgesine sahip konaklama işletmeleri daha fazla tercih edilmiştir. Diğer taraftan Yeşil Yıldız gibi çevreci sertifikalar enerji tasarrufları sağlanması açısından firmaların verimliliklerine uzun vadede katkı sağlamaktadırlar.

Kümelenme yaklaşımı açısından baktığımızda küresel ağ bağlantılarını temsilen yabancı turist sayısı, küresel pazara bağlanmada zorluk yaşamama durumunun hem talebe hem de verimliliğe dayalı rekabetçiliğe katkı sağladığı görülmektedir. Elde edilen sonuçlar küresel ağ bağlantılarının önemine vurgu yapan (Asheim ve Isaksen, 2002; Camagni, 1991) ve deniz kum güneş turizmine dayalı makro ölçekli turizm destinasyonlarına yönelik önceki çalışmalar (Erdoğanaras ve diğerleri, 2023; Erkuş-Öztürk, 2009) ile uyumludur. Ağ bağlantılarını temsilen firmalar arasında işbirliği ve dayanışma olması ve seyahat acenteleri ile gelen ziyaretçi oranının talebe dayalı rekabetçiliği artırdığı ancak verimliliğe dayalı rekabetçiliğe katkısının olmadığı görülmektedir.

Küme yaklaşımı açısından diğer önemli faktör olan firmaların yığılmasıdır. Bu açıdan tedarikçilerin aynı il olma yüzdesinin rekabetçiliğe bir katkısının olmadığı görülmektedir. Ürgüp mikro kümesinde tüm büyüklükteki firmaların yiyecek-içecek malzemelerini ve hijyen malzemelerini en yakın tedarikçilerden, mobilya ve tekstil ürünlerini ise diğer illerden aldıkları görülmüştür. Tüm firmaların yığılmanın dışsallıklarından faydalandığını söylemek mümkündür. Firmaların ortak konumun dışsallıklarından yararlanmasının rekabetçiliklerine etkisinin ölçülmesi açısından başka değişkenlere ihtiyaç duyulduğu veya bu verimlilik artışlarının bir saha çalışması ile tam olarak ölçülemeyeceği düşünülmektedir.

Literatürde devletle olan ilişkilerin (Albrecht, 2013; Burgos ve Mertens, 2017; Camison ve Fores, 2015; Erkuş-Öztürk, 2011; Karacaoğlu ve diğerleri, 2016; Kim ve Wicks, 2010; Tolkach ve diğerleri, 2013; Porter, 1990, 1998; Yordam ve Düşmezkalender, 2019) önemine vurgu yapan çalışmalar bulunmaktadır. Devletle olan ilişkiler açısından kuruluş aşamasında kamu finansmanı kullanımının firma rekabetçiliğine etkisi bulunmadığı ortaya koyulmuştur. Bazı durumlarda kuruluş sırasında kamu finansmanı kullanan firmaların belirli protokollere tabi olması ve bir süre için yenilik yapamaması, işletme faaliyetlerini sürdürecek finansmandan yoksun olabilmesi gibi durumlar bulunmaktadır. Bu firmaların rekabetçiliklerini artıracak stratejileri uygulamaları gerekmektedir.

Diğer taraftan kolektif kuruluşlarla olan ilişkilerin firmalara yönelik talep artışına neden olduğu ancak verimliliğe dayalı rekabetçiliğe bir katkısının olmadığı ortaya koyulmuştur. Elde edilen sonuçlar kolektif kuruluşların önemine vurgu yapan çalışmalar (Camison ve Fores, 2015; Erkuş-Öztürk ve Terhorst, 2011; Papatheodorou, 2004; Porter 1998) ile kısmen uyumludur.

Mikro küme yaklaşımı açısından kapsam ekonomilerini temsilen firmalarca tamamlayıcı turizm ürünü sunumunun rekabetçiliğe etkisine baktığımızda yalnızca talebe dayalı rekabetçiliği artırdığı görülmektedir . Elde edilen sonuçlar kapsam ekonomileri (Hall ve diğerleri, 2007: 142; Michael, 2007: 29; Poon, 1990) ile oluşan verimlilik artışı olması durumu ile uyumlu değildir. Firmalar arasındaki tamamlayıcılık ilişkisi-çapraz kümelenme konusunda ise firma rekabetçiliğini belirleyen faktörler açısından herhangi bir analiz yapılmamıştır. Mikro turizm kümelerinde tamamlayıcılık-çapraz kümelenme konusu firma bazında rekabetçiliği etkileyen bir faktör olmakla birlikte bölgesel bazda kalkınmaya katkı sağlayan bir faktör olarak ele alınmaktadır ve ölçülmesi oldukça fazla değişkeni bir arada ele almayı gerektirmektedir.

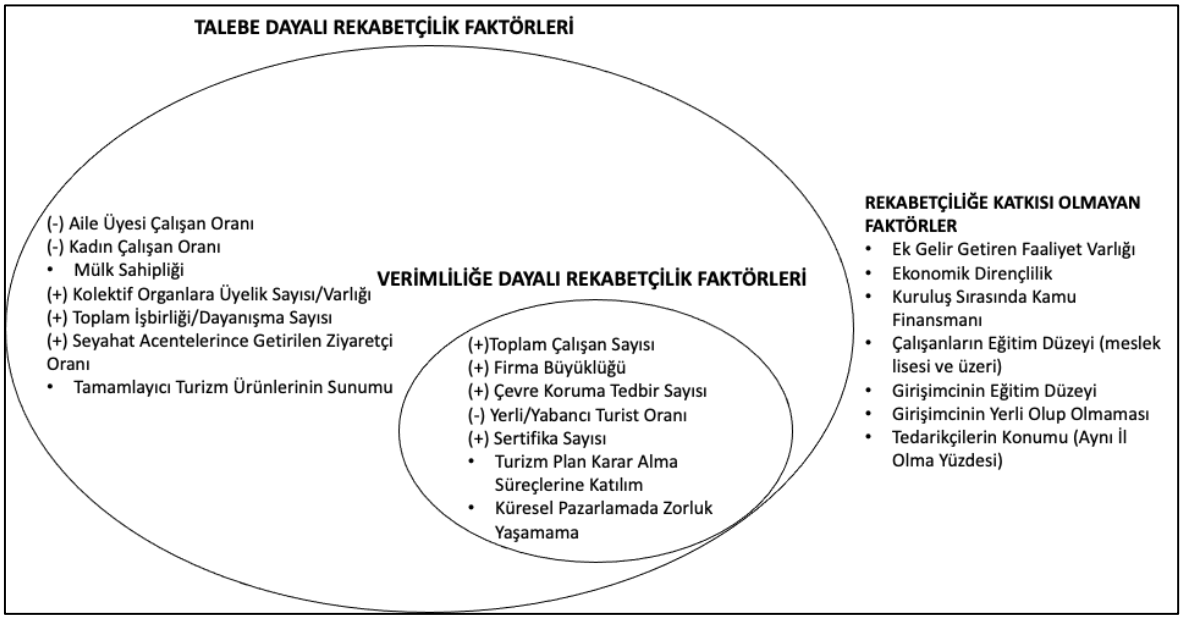
Son olarak topluluk temelli yaklaşım açısından baktığımızda turizm karar alma süreçlerine katılım ve çevre korumaya yönelik önlem sayısı fazla olan firmaların hem talebe dayalı hem de verimliliğe dayalı rekabetçilik açısından daha rekabetçi olduğu görülmektedir. Topluluk temelli yaklaşımının rekabetçiliğe katkı sağlayan iki temel ayağı bulunmaktadır: yerel halk katılımcılığı (Burgos ve Mertens, 2017; Iorio ve Corsale, 2014; Karacaoğlu ve diğerleri, 2016; Li ve diğerleri, 2007; Maldonado-Erazo ve diğerleri, 2020; P. E. Murphy, 1985: 123; Okazaki, 2008; Othman ve diğerleri, 2013; Tolkach ve diğerleri, 2013; Urano ve Nóbrega, 2020; Yordam ve Düşmezkalender, 2019; Yanes, Zielinski, Diaz-Cano, ve Kim, 2019) ve fiziki çevrenin korunmasıdır (Li ve diğerleri, 2007; Maldonado-Erazove diğerleri, 2020; Tolkach ve diğerleri, 2013; Urano ve Nóbrega, 2020; Yordam ve Düşmezkalender, 2019).

Elde edilen sonuçlar söz konusu literatür ile uyumludur. Elde edilen sonuçlar yerel halk katılımcılığı ve çevre koruma konularının önceki çalışmalardan farklı olarak turizm işletmeleri boyutunun ele alınması açısından önem taşımaktadır.

Ürgüp mikro kümesi, Arnstein'ın (1969) vatandaş katılımı merdiveninde 3. adımı (bilgilendirme) ve 4. adımı (danışma) temsil etmektedir. Ürgüp Belediyesi ve Kapadokya

Alan Başkanlığınca turizm kararlarının alınmasına yönelik sektörel toplantılar düzenlemektedir; ancak, mer'i mevzuata göre firma girişimcilerinin/yöneticilerinin görüşleri tavsiye niteliği taşımaktadır. Alanda yapılan görüşmelerde bazı firmaların siyasi güç odakları ve karar vericiler ile olan yakın ilişkileri nedeniyle turizme yönelik kararları etkileme veya kendi rekabetçiliklerine katkı sağlayacak kararların alınmasına yol açma durumlarının varlığı anket katılımcıları tarafından dile getirilmiştir. Sonuç olarak katılım yönteminin hangi şekilde olacağı tartışmalı bir konu olmakla birlikte turizmde plan karar alma süreçlerine katılım sağlayan firmaların her iki rekabetçilik türü açısından daha rekabetçi olduğu ortaya koyulmuştur.

Doğal kaynakların korunması, yenilenebilir enerji kaynaklarının kullanımı, katı atıkların geri dönüşümü konusunda daha hassas olan firmalar hem ziyaretçi sayılarını ve verimliliklerini artırmakta hem de destinasyonun uzun vadeli sürdürülebilirliğine katkı sağlamaktadır. Elde edilen sonuçlar topluluk temelli yaklaşımından gelen kavramların firma rekabetçiliğine katkısını ortaya koymuştur ve tez çalışmasının temel hipotezleri doğrulanmıştır.



Şekil 8.1. Rekabetçiliği etkileyen faktörlere yönelik analiz sonuçlarını gösteren diyagram[9]

[9] Şekil 8.1'de spearman korelasyon analizi sonuçlarına göre rekabetçiliği etkileyen faktörler açısından ilişkinin yönünü belirtmek üzere (-) veya (+) işareti koyulmuş; Mann Whitney U testi sonuçlarına göre değişkenler arasında ilişki yönü belirtilmemiş; değişkenler arasında anlamlı farklılık olup olmadığı görülmektedir.

Rekabetçiliği etkileyen faktörleri belirlemeye yönelik analizlerden çıkan en önemli sonuç verimliliğe dayalı rekabetçiliği etkileyen faktörlerin aynı zamanda talebe dayalı rekabetçiliğe de katkı sağlamasıdır. Bu sonuca göre bir firma verimliliğini artırdığında, firmaya yönelik talep de artacaktır. Bu açıdan firmaların küresel olarak daha rekabetçi olmalarında verimlilik artışına neden olan rekabetçilik faktörlerine daha fazla önem vermeleri gerekmektedir.

Tez çalışması kapsamında yapılan ikinci grup analiz firma büyüklüğünün rekabetçilik faktörlerine etkisinin ortaya koyulmasıdır. Analizler kapsamında farklı firma büyüklüğüne göre firmaların rekabetçiliğini etkileyen faktörler açısından firmalar arasında önemli farklılıklar bulunduğu ortaya koyulmuştur. Bu kapsamda firma büyüklüğünün rekabetçilik faktörlerine etkisine ilişkin ikinci hipotezi büyük oranda doğrulanmıştır. Firma büyüklüğünün rekabetçilik faktörlerine etkisi açısından kümelenme, mikro kümelenme ve topluluk temelli yaklaşım çerçevesinde üç ana sonuca ulaşılmıştır.

Öncelikle küme rekabetçiliğinin en önemli faktörlerinden biri olan ağ oluşturma konusunda; küresel pazarlamada zorluk yaşama, kolektif yapılara üyelik oranının az olması, ortağının az olması veya hiç olmaması, diğer firmalarla daha az iş birliği/dayanışma yapılması, işletmeyi ziyaret eden yabancı turist oranının daha düşük olması nedenleri ile mikro ve küçük firmaların yerel/küresel ağ bağlantılarının orta ve büyük firmalara göre daha zayıf olduğu tespit edilmiştir. Bu çalışma, ağırlıklı olarak KOBİ'leri temel alan bir mikro turizm kümesini temel almasına rağmen; bu sonucun makro ölçekli ve deniz-kum-güneş temelli turizm destinasyonları üzerine yapılan bazı çalışmalarla (Erkus Özturk, 2009; Erdoğanaras ve diğerleri, 2023) uyumlu olması dikkat çekicidir. Diğer taraftan coğrafi yığılma açısından ele alınan tedarikçilerin konumunun aynı il olma yüzdesi açısından farklı büyüklükteki firmalar arasında önemli bir farklılık olmadığı ve tüm firmaların yığılmanın dışsallıklarından yararlandığı görülmektedir.

İlave olarak, kümeyi oluşturan firmaların iç kaynaklarına dayalı faktörler açısından hizmet kalitesini temsilen sertifika sayısı açısından mikro ve küçük ölçekli firmalar ile orta ve büyük ölçekli firmalar arasında istatistiki olarak önemli farklılık olduğu tespit edilmiştir. Orta ve büyük ölçekli firmalarca sahip olunan sertifika sayısı mikro ve küçük ölçekli firmalara göre çok yüksektir. Orta ve büyük firmalar kurumsallaşmayı ve hizmet kalitesini arttırmak amacıyla belgelendirmeye daha çok önem vermektedir. Her ne kadar mikro ve küçük

firmalar, ziyaretçilerine sundukları hizmetin kalitesini artırmaya önem verseler ve çoğunlukla oda başına daha yüksek gecelik fiyatlar talep etseler de verilen hizmetin kalitesini ölçmek veya belgelemek için sertifika alma, zaman ve para maliyeti olarak görüldüğünden, mikro ve küçük firmalarca önem verilmemektedir. Türkiye'de Kovid 19 salgını sonrasında 30'dan fazla odalı konaklama işletmelerinde (tez çalışması kapsamında belirlenen aralığa göre kısmen orta ve büyük işletmeler için) güvenli turizm sertifikası zorunlu hale gelmiştir ve sürdürülebilirlik sertifikaları turizm işletmeleri arasında önem kazanmıştır.

İkincisi, mikro turizm kümelenmelerinde firma büyüklüğüne bağlı olarak kapsam ekonomileri ve çapraz kümelenmelerin negatif yönlü çalışma mekanizmaları olduğu tespit edilmiştir. Kapsam ekonomilerini temsilen tamamlayıcı hizmet sunumu orta ve büyük ölçekli firmalarda daha yaygındır. Mikro ölçekli turizm kümelerinde ağırlıklı firma büyüklüğünün küçük olması nedeniyle tamamlayıcılık ilişkisinin oluşmasında kapsam ekonomilerinin daha düşük düzeyde katkısı vardır. Ancak en büyük rol sunulan hizmet tipi ile ilişkilidir. Oda kahvaltı veya yalnızca oda hizmeti sunan mikro ve küçük işletmeler tamamlayıcılığa-çapraz kümelenmeye daha fazla katkı sağlamaktadır. Önceki çalışmalarda olduğu gibi kapsam ekonomileri ile çapraz kümelenmeyi aynı anda ilişkilendirmek çelişkili görünmektedir (Hall ve diğerleri, 2007: 142; Michael, 2007: 29). Firmalar arasındaki tamamlayıcılık ilişkisinin ya da ürün farklılaştırmanın doğrudan kapsam ekonomilerine yol açtığını düşünülemez. Ayrıca kapsam ekonomilerinin oluşması açısından firma ve destinasyon ölçeği de önem taşımaktadır.

Üçüncü olarak, topluluk temelli turizm açısından firma büyüklüğüne göre karşılaştırma yapılması ile, mikro ve küçük firmaların katılıma daha az önem verdikleri ya da mikro firmaların karar alma süreçlerinin dışında tutuldukları ortaya koyulmuştur. Mikro ve küçük firma girişimcilerinin turizm planlama süreçlerine daha az katılmalarının nedenleri bu çalışmanın kapsamı dışındadır; ancak eşitsiz güç ilişkileri (Arnstein, 1969; Tosun, 2000), turizm gelişiminin kurumsallaşması (Butler, 1980; Tosun, 2000), turizm planlama sürecinde insanların katılıma istekliliği (P. E. Murphy, 1985: 446), katılım düzeyini sınırlayan mevzuat düzenlemeleri gibi nedenler Ürgüp mikro kümesi için de geçerlidir.

Analiz sonuçlarına göre ayrıca mikro ve küçük firmaların çevrenin korunmasına, geri dönüşüme veya yenilenebilir enerji kaynaklarının kullanılmasına daha az önem verdikleri

ortaya çıkmıştır. Roberts ve Tribe (2008) "çevreye uygun turizm biçimlerinin doğayı kuşatandan ziyade küçük ölçekli ve yerel olarak sahip olunan olduğunun varsayıldığını, uygun düzenleyici önlemlerin ve performans göstergelerinin yokluğunda, yanlış yerde çok fazla uygunsuz veya kötü işletilen küçük ölçekli gelişmelerin çoğalabileceğini ve bunun da tek bir büyük gelişme kadar zararlı ve sürdürülemez olabileceğini" belirtmektedir. Katılım ve çevre korumaya yönelik sonuçlar sürdürülebilirliği küçük ölçekli turizm firmaları ile ilişkilendirmenin yanlış olduğu yönündeki teorik argüman (Butler, 1999; Roberts ve Tribe, 2008) ile uyumludur.



Şekil 8.2. Rekabetçiliği etkileyen faktörler açısından firma büyüklüğü piramidi[10]

Firma büyüklüğüne göre karşılaştırmalı analiz sonuçları, piramidin tepesinde büyük ve orta ölçekli firmaların, en altında ise mikro firmaların yer aldığı firma büyüklüğü piramidinde kavramsallaştırılmıştır (Şekil 8.2). Ürgüp mikro kümesinde, firma büyüklüğüne göre işletmeleri gruplandırdığımızda, mikro firma sayısının en fazla, orta-büyük ölçekli firma sayısının ise en az olduğu görülmektedir; ancak karşılaştırmalı analiz sonuçlarına göre orta ve büyük ölçekli firmaların rekabet faktörleri açısından en avantajlı firma grubu olduğu görülmektedir. Diğer taraftan mikro ve küçük firmaların tamamlayıcılığa- çapraz

[10] Firma büyüklükleri arasındaki aralıklar sembolik olarak bölünmüştür.

kümelenmeye, yerel halkın istihdamına, yerel girişimciliğe ve dolayısıyla bölgesel rekabetçiliğe katkıları önemlidir.

Üçüncü olarak firmaların rekabetçiliğini etkileyen faktörler açısından, girişimcinin yerli ya da yabancı olmasının rekabetçilik faktörlerine etkisine baktığımızda, çok az sayıda değişken için (yalnızca aile üyesi çalışan varlığı ve fiziki çevreyi korumaya yönelik önlemler sayısı) firmalar arasında istatistiki olarak anlamlı farklılıklar bulunduğu ve yerli-yabancı girişimci ayrımının anlamlı bir ayrım olmadığı ortaya koyulmuştur. Ayrıca sürdürülebilirlik ve topluluk temelli yaklaşımdan gelen rekabetçilik faktörleri ile yerli girişimcinin doğrudan ilişkilendirilmesinin doğru olmadığı analizler ile ortaya koyulmuştur. Bu kapsamda firma girişimcisinin rekabetçilik faktörlerine etkisine ilişkin ikinci hipotez düşük oranda doğrulanmıştır. Firma büyüklüğünün rekabetçilik faktörlerine etkisi açısından kümelenme, mikro kümelenme ve topluluk temelli yaklaşım çerçevesinde üç ana sonuca ulaşılmıştır.

İlk olarak kümelenme yaklaşımı açısından bakıldığında ve küme rekabetçiliğinin en önemli faktörlerinden biri olan ağ oluşturma konusunda bir değerlendirme yapıldığında; istatistiki olarak anlamlı düzeyde farklılık olmamakla birlikte yabancı girişimci firmaların ağ bağlantılarının daha güçlü olduğu görülmektedir (daha yüksek oranda yabancı turist, küresel pazarlamada sorun yaşamama, ortaklığa sahip olma oranının daha yüksek olması, daha fazla iş birliği/dayanışma yapma, kolektif organlara daha fazla üyelik durumu). Bu açıdan orta ve büyük ölçekli firmalar ile yabancı firmalar arasında paralellik bulunmaktadır.

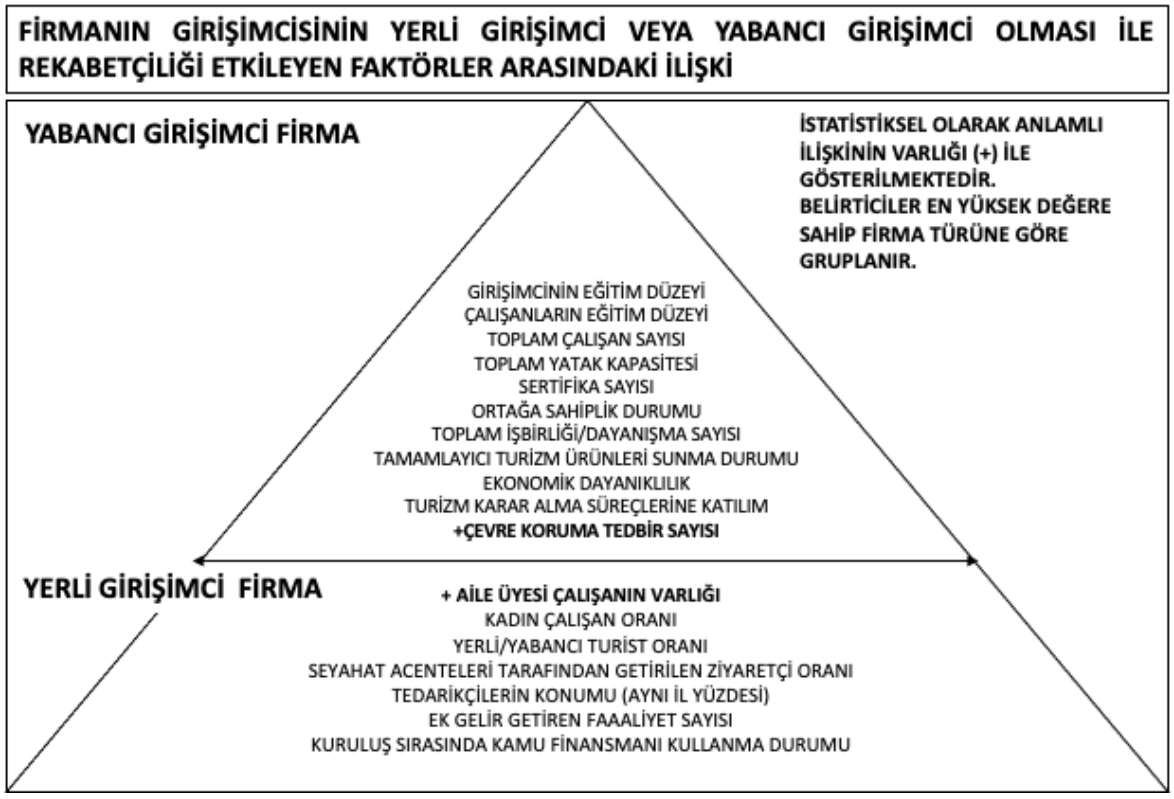
Firmaların coğrafi yığılmasının yerli girişimciye dayalı firmaların rekabetçiliğine etkisini ortaya koymak açısından, tedarikçilerin konumunun aynı il olma yüzdesi analizlerde ele alınmış; yerli ve yabancı girişimci firmalar arasında anlamlı farklılık olmadığı ortaya koyulmuştur. Tüm firmaların yığılmanın dışsallıklarından yararlandığı anlaşılmaktadır; ancak bu yararlanma durumu yerel girişimciye dayalı firmalar açısından kısmen daha fazladır.

İlave olarak firma içi kaynaklarına dayalı bazı faktörler açısından baktığımızda, toplam çalışan sayısı, hizmet kalitesini temsilen sertifika sayısı açısından yerli girişimciye veya yabancı girişimciye dayalı firmalar arasında anlamlı farklılık bulunmamaktadır; ancak yabancı girişimciye dayalı firmaların bu faktörlere yönelik daha fazla yatırım yaptığı görülmektedir.

İkinci olarak, mikro turizm kümelenme modelinde öne plana çıkan çapraz kümelenme ve kapsam ekonomilerinin firmanın yerli girişimci veya yabancı girişimci olması ile ilişkilendirilmesi açısından baktığımızda, firmalar arasında anlamlı farklılık yoktur; ancak yabancı firmaların kapsam ekonomilerine yol açan tamamlayıcı turizm ürünlerini sunma açısından daha ön plana çıktığı görülmektedir. Çapraz kümelenme- tamamlayıcılık ilişkisi açısından ise, yabancı girişimciye dayalı firmaların daha yüksek oranda oda kahvaltı veya sadece oda hizmeti sunarak daha fazla katkı sağladığı ve dolayısıyla bölgesel kalkınmaya daha yüksek oranda katkı sağladığı görülmektedir. Sonuç olarak yerel girişimciye dayalı mikro ölçekli turizm kümelerinin (Hall ve diğerleri, 2007: 142; Michael, 2007: 29) yerli girişimciye dayalı firmalar ile kapsam ekonomileri ve tamamlayıcılık ilişkisi yönündeki temel savlarının bu çalışma sonuçları ile de uyumsuz olduğu görülmektedir.

Üçüncü olarak, topluluk temelli turizm açısından karşılaştırma yapıldığında, yerel girişimciye dayalı firmalar ile yabancı girişimciye dayalı firmalar arasında doğal çevrenin korunması, geri dönüşüm veya yenilenebilir enerji kaynaklarının kullanılması açısından önemli düzeyde farklılık olduğu, yerel girişimciye dayalı firmaların çevre korumaya daha az önlem aldıkları ortaya çıkmıştır. Ayrıca firmalar arasında istatistiki olarak anlamlı düzeyde farklılık olmamakla birlikte yerli girişimciye dayalı firmaların plan kararlarına daha az katılım sağladıkları da ortaya çıkmıştır. Bu sonuçlar sürdürülebilirliği yerli girişimciye dayalı firmalar ile doğrudan ilişkilendirilmenin doğru olmadığı argümanı (Roberts ve Tribe, 2008) ile uyumludur.

İlave olrak yerel girişimciye dayalı firmalarda çalışan aile bireyi oranı istatistiki olarak anlamlı derecede daha yüksektir. İstatistiki olarak anlamlı farklılık olmamakla birlikte, yerel girişimciye dayalı firmalarda kadın istihdamı sağlama, ek gelir getiren faaliyet sayısı, tedarik sürecinde aynı ili kullanma oranı, kuruluş sırasında kamu finansmanı kullanma oranı yabancı girişimciye dayalı firmalara göre daha yüksektir. Bu açıdan bakıldığında yerel girişimciye dayalı firmaların yerel istihdama katkı sağlama, kadın istihdamı, gelirin bölge içinde kalması, gelir getiren faaliyet sayısının fazlalığı açılarından bölgesel kalkınmaya daha fazla katkı sağladıkları söylenebilir. Kuruluş sırasında kamu finansmanı kullanma oranının yerel girişimciye dayalı firmalarda daha yüksek olması da finansman desteklerinden yerel halkın yararlanması ve kapasitelerinin geliştirilmesi açısından olumlu bir göstergedir.



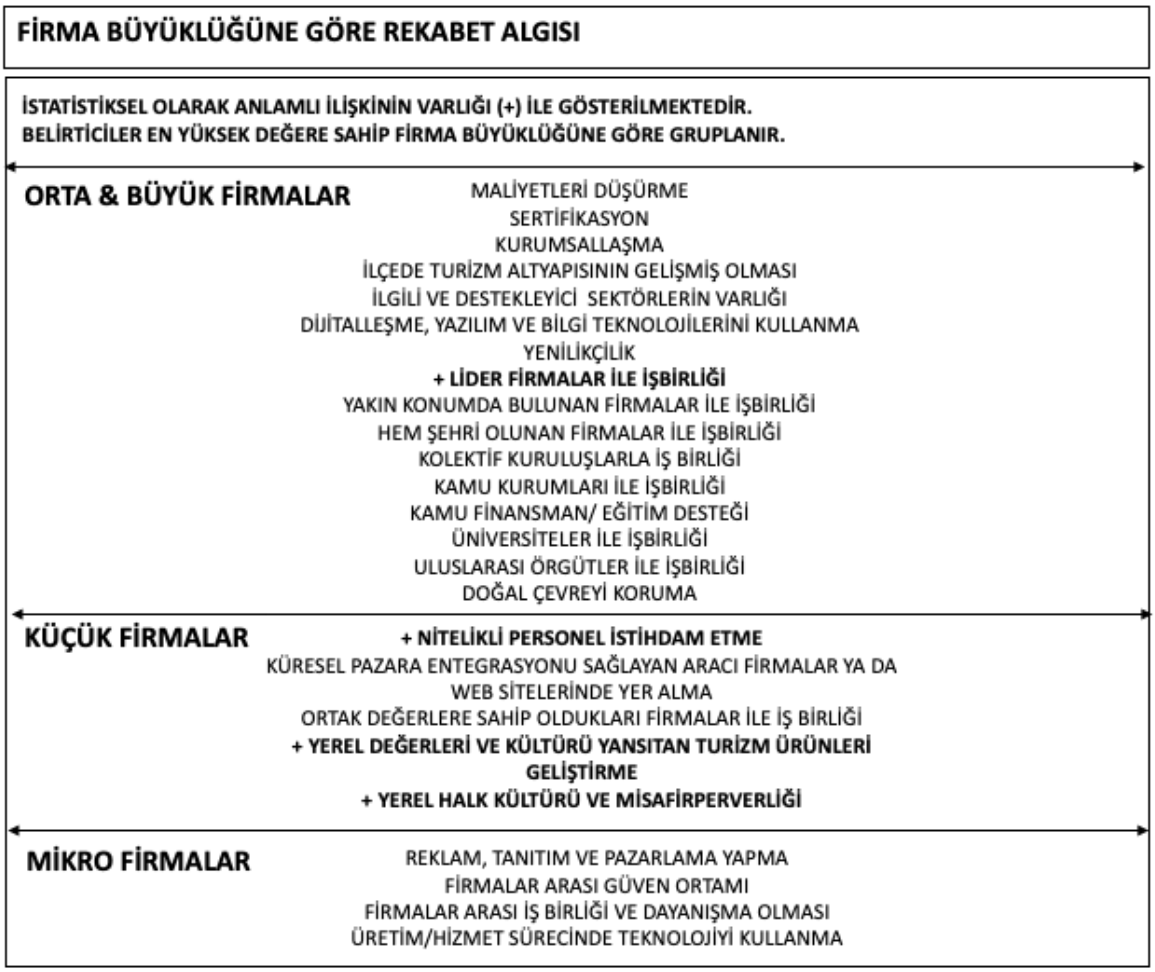
Şekil 8.3. Rekabetçiliği etkileyen faktörler açısından firmanın yerli girişimci-yabancı girişimciolma piramidi[11]

Bu çalışmanın sonuçları, piramidin tepesinde yabancı girişimci firmaların ve altında ise yerel girişimci firmaların yer aldığı, firmanın yerel girişimci-yabancı girişimci olma piramidinde kavramsallaştırılmıştır (Şekil 8.3). Yabancı girişimci firmalar piramidin tepesinde yer almakla birlikte yerel girişimci-yabancı girişimci firma sayısı birbirine yakındır (yerli girişimci firma oranı: %53,33 ve yabancı girişimci firma oranı: 46,66). Yapılan analiz sonuçlarına göre yerli-yabancı girişimci ayrımının anlamlı bir ayrım olmadığı ortaya koyulmuştur.

Dördüncü olarak farklı firma yapılarına göre girişimci rekabetçilik algısına ilişkin analiz sonuçlarını ele aldığımızda, rekabetçiliği etkileyen faktörlere yönelik farklı firma büyüklüğüne göre girişimci görüşlerinde (nitelikli personel istihdam etme, yerel değerleri ve kültürü yansıtan turizm ürünleri geliştirme, yerel halk kültürü ve misafirperverliğinin önemini vurgulama, lider firmalar ile iş birliği) bir miktar farklılık olduğu; ancak yerli girişimci ile yabancı girişimci bakış açılarında işbirliği yapılan firmanın yapısı hariç hemen

[11] Firmanın yerel girişimci veya yabancı girişimci olmasına göre belirlenen aralıklar sembolik olarak bölünmüştür.

hemen hiç faktör için farklılık olmadığı ortaya koyulmuştur. Analiz sonuçlarına göre, rekabetçiliği etkileyen faktörlere yönelik firma büyüklüğüne göre girişimci bakış açısı farklılıkları Şekil 8.4'de kavramsallaştırılmıştır. Firma büyüklüğüne göre belirlenen aralıklar sembolik olarak bölünmüştür.



Şekil 8.4. Firma büyüklüğüne göre girişimci rekabet algısı diyagramı

Elde edilen sonuçlar farklı firma büyüklüğüne ve girişimcinin yerli-yabancı olmasına göre detaylı olarak tartışma bölümünde ele alınmıştır. Ancak firmaların rekabetçilik algısı ile mevcutta yaptıkları uygulamalar aralarında bazı farklılıklar olduğu ortaya koyulmuştur. Bu durum girişimci algısına dayalı çalışmaların güvenilir olmadığını ortaya koymaktadır. Örnek vermek açısından yapılan bazı tespitler listelenmektedir.

- Üretim/hizmet sürecinde teknolojiyi kullanmaya mikro firmaların daha fazla önem verdiği görülmektedir. Mevcut durumda ise üretim sürecinde teknolojiyi kullanma durumları oldukça düşüktür.
- Firmaların hedef pazarlarda görünürlüğünü sağlayan ve ağ bağlantılarını güçlendiren reklam, tanıtım ve pazarlama yapma konusuna, uygulamada küresel pazara bağlanma konusunda en fazla sıkıntı yaşayan, mikro firmalar tarafından daha fazla önem verildiği belirtilmektedir.
- Firmalar arası iş birliği ve dayanışma olması konusuna en çok mikro ölçekli firmalar önem verdiğini belirtmektedir; karşılaştırmalı analizlerde ise orta ve büyük ölçekli firmaların daha fazla iş birliği yaptığı ortaya çıkmıştır.
- Kamu finansman, eğitim desteği konusuna daha çok küçük ölçekli firmaların önem verdiği görülmektedir. Karşılaştırmalı analizlerde ise en çok finansman desteği kullanan firma grubunun mikro firmalar olduğu görülmektedir.

Rekabetçiliği etkileyen faktörler açısından firmaların görüşleri ve uygulamaları arasında bazı farklılıklar olması, firmaların uygulamalarından bağımsız olarak girişimci veya yöneticilerin normatif bir bakış açısı sunmaları veya en eksik oldukları konuya daha fazla önem verdiklerini belirtmelerinden kaynaklanmaktadır.

İlave olarak firmaların yerli girişimci ya da yabancı girişimciye dayalı olmasına göre rekabetçiliği etkileyen faktörler açısından uygulamada ve görüşlerinde önemli bir farklılık bulunmaması, yerli veya yabancı girişimciye dayalı yapılan karşılaştırmaların bilimsel olarak anlamlı olmadığını göstermektedir. Ayrıca yerli girişimciye dayalı firmaların orta ve büyük ölçekli firmaların önem verdiği bazı konulara önem verdiğini belirtmesi yerli girişimciye dayalı firmaların mikro ve küçük ölçekli firmalar ile doğrudan paralel düşünceye sahip olmadığı sonucuna ulaşmamızı da sağlamaktadır.

Son olarak, tez çalışması kapsamında firma düzeyinde yapılan çeşitli analizler sonucunda elde edilen veriler ve ilgili literatür çerçevesinde mikro ölçekli turizm kümeleri için topluluk temelli kavramsal bir destinasyon rekabetçilik model önerisi (Şekil 7.2 ve Ayrıca A3 Formatında Ek-6) geliştirilmiştir. Destinasyonlarda çekicilik yaratan doğal veya kültürel kaynaklar gibi niteliksel faktörlerin tam olarak ölçülmesinin mümkün olmaması ve tüm destinasyonlar için evrensel olarak uygulanabilir bir model önerisinin yöntemsel sebeplerle

şüpheli olabileceği hususları çerçevesinde, bu tez çalışması kapsamında kavramsal bir destinasyon rekabetçilik model önerisi geliştirilmiştir. Bu modelde ulusal ve bölgesel rekabetçilikte karşılaştırmalı üstünlük yaratan faktörler yanında rekabetçi üstünlük sağlayan faktörler vurgulamaktadır. Destinasyon rekabetçiliğinde rekabet avantajı yaratan faktörler açısından firmaların ve kuruluşların katma değerli faaliyetlerinden kaynaklanan etkiler için turizm işletmeleri temel analiz birimi olarak ele alınmış ve işletme düzeyinde yapılan analiz sonuçları destinasyon modeline entegre edilmiştir.

Modelde yer alacak rekabetçilik faktörlerini ele almak açısından kümelenme yaklaşımı ve yaklaşıma temel oluşturan Elmas Modeli'nde yer alan kuvvetler, küme kavramını turizme uyarlayan turizm küme tartışmaları, küme ölçeğinin önemini vurgulamak açısından mikro küme yaklaşımı ve rekabetçilikte sürdürülebilirliğe vurgu yapmak açısından topluluk temelli turizm yaklaşımı kavramsal modelin temel çerçevesini oluşturmaktadır.

Mikro ölçekli turizm kümelerine yönelik öneri kavramsal rekabetçilik modelinde besin zincirinin katmanları gibi destinasyonda turizm gelişiminin sağlanması ve rekabetçilik düzeyinin korunmasında önem verilmesi gereken rekabetçilik faktörleri katmanlı ve kümülatif bir yapı sergilemektedir. Kümede yer alan farklı aktörlerin her biri üst üste biriken bir değer sistemi yaratılmasına katkı sağlamaktadır. Bu sistemin en altında turizm için vazgeçilmez olan destinasyonda çekicilik yaratan doğal kaynaklar, miras alanları ve yaratılan kaynaklar bulunmaktadır. Daha sonrasında ana hizmet sağlayıcı turizm işletmeleri ve ilgili endüstrilerin varlığı ve bu işletmelerin rekabetçiliği turizm gelişimi açısından ikinci vazgeçilmez bileşendir. Üçüncü olarak da firmanın bulunduğu dış ortamın şekillenmesinde yönetişim anlayışı çerçevesinde oldukça önemli rol oynayan devletin ve kolektif kuruluşların üstlendiği rol önem taşımaktadır.

Mikro ölçekli turizm kümelerine yönelik kavramsal rekabetçilik modelinde önem taşıyan tüm faktörler önceki bölümde detaylı olarak ele alınmaktadır; ancak modele ilişkin vurgulanması gereken nokta bölgesel bazda rekabetçiliğin sağlanması için firma büyüklüğünün artması ve destinasyon bazında firma sayısının ve ürün çeşitliliğinin artırılmasının ölçek ve kapsam ekonomilerinin elde edilmesi açısından gerekliliği konusudur. Firma büyüklüğü arttıkça ölçek ekonomilerine neden olan paket turlara dahil olma durumunun, kapsam ekonomilerine neden olan firmalarca tamamlayıcı hizmet sunumunun, firmaya ve bölgeye olan talebin ve aynı zamanda verimliliğin arttığı

görülmektedir. Bu artış açısından dikkat edilmesi gereken nokta hem fiziksel kaynakların fiziksel taşıma kapasiteleri aşılmadan sürdürülebilir kullanımı hem de yerel halkın misafirperverliğinin korunması açısından sosyal taşıma kapasitelerinin bölgesel düzeyde aşılmaması koşuludur. Bu kapasitelerin aşılmaması açısından, firmaların iş ortamını şekillendiren ve firmaların bulunduğu fiziksel çevrenin yapısını üst ve alt ölçekli planlar ve yatırım kararları çerçevesinde yönetişim anlayışı ile şekillendiren kamu kurumları ve yerel yönetimler önemli bir role sahiptir. Devletin yanında devlet ile firmalar arasında köprü görevi gören, firmaların haklarını koruyan veya görüşlerini temsil eden, bölgesel düzeyde altyapı gelişimi, bölgesel tanıtım, markalaşma vb. konularında görev üstlenen STKlar, turizm altyapı hizmet birlikleri, destinasyon yönetim kuruluşları gibi kolektif yapılar da önemli bir role sahiptir.

Mikro ölçekli turizm kümelerine yönelik kavramsal rekabetçilik modelinde önem taşıyan diğer bir konu firmalar arasında tamamlayıcılık veya simbiyotik ilişkinin artmasına katkı sağlayan uygulamaların (her şey dahil sistemi yerine oda+kahvaltı hizmet sunumu, dışkaynak kullanımı gibi) yaygınlaştırılmasıdır. Mikro küme kavramı (Michael, 2007) çok sayıda küçük ölçekli ve yerel halka dayalı firmalar arasındaki tamamlayıcılık ilişkisini çapraz kümelenme kavramı ile açıklamakta ve bu ortamda oluşan sinerji ve sunulan ürün çeşitliliği ile kapsam ekonomilerinin de oluştuğunu vurgulamaktadır. Ancak bu tez çalışması kapsamında elde edilen analiz sonuçlarına göre tamamlayıcılık ilişkisi açısından mikro küme modelinden farklı olarak vurgulanması gereken konu, Ürgüp mikro kümesinde yerli yerine yabancı girişimci firmaların tamamlayıcılık ilişkisine daha fazla katkı sağlaması ve orta ile büyük ölçekli firmaların kapsam ekonomilerine daha fazla katkı sağlamasıdır. Bu durumda firma büyüklüklerinin artması kapsam ekonomilerinin oluşmasına katkı sağlamakta ve diğer taraftan firma büyüklüğünün azalması tamamlayıcılığa katkı sağlamaktadır. Bu çerçevede mikro ölçekli turizm destinasyonlarının rekabetçiliği açısından firma büyüklüklerinin artması, ancak firmalar arasında tamamlayıcılığı artıran uygulamaların teşvik edilmesi gerekmektedir.

Firma girişimcisinin yerli olmasının firma rekabetçiliğine katkısı bulunmamaktadır. İlave olarak aile içi çalışan varlığının artırılması, kadın çalışan oranının artırılmasının firma rekabetçiliğine negatif yönde etkisi olduğu analizler kapsamında ortaya koyulmuştur. Yerli halkın istihdamının artırılması veya kadın istihdamının artırılması konuları sosyal ve ekonomik içerme kavramları ile ilişkilendirilmekte; topluluk temelli turizm yaklaşımında

yerel halkın turizm faaliyetinden elde ettiği faydaların artırılması, ekonomik ve politik katılımcılık, halkın yaşam kalitesinin artırılması konuları vurgulanmaktadır. Bu konular yerel ekonomik kalkınma açısından üzerinde önemle durulması gereken konulardır. Ancak firmalar tarafından baktığımızda ise yerel halk bir turizm ürünü olarak görülmekte ve mikro ölçekli bir turizm kümesinde misafirperverliğin korunması, yerel halk-turist etkileşimleri konuları firmalar açısından önem taşımaktadır. Bölgelerin rekabetçiliğinin firmaların rekabetçiliği ile ilişkili olduğu varsayımı ile taşıma kapasitelerinin korunduğu bir ortamda firmaların rekabetçiliğinin arttırılması yerel halk üzerinde doğrudan ve dolaylı olarak olumlu etki yaratacaktır. Bu nedenle, firmaların daha rekabetçi olmasında gerekli iş ortamının desteklenmesi ve firmaların rekabetçilik konusunda bilinçlendirilmesi kamu kurumları ve yerel yönetimlerce ayrıca ele alınması gereken konular olmalıdır.

Tez çalışmasına yönelik analiz sonuçları ve bu analizler sonucunda mikro turizm kümesine yönelik oluşturulan kavramsal destinasyon rekabetçilik model önerisinde yer alan önemli hususlar bu bölümde özetlenmiştir.

Bu tez çalışmasının yazım sürecinde ise bazı yöntemsel sınırlılıklar ile karşılaşılmıştır. En temel yöntemsel sınırlılık rekabetçiliği etkileyen çok fazla faktör olması, bazı faktörlerin ölçülebilir olmayışı, rekabetçiliği etkileyen faktörlerin bölge ve firma düzeyine göre farklılık göstermesi, ayrıca firma rekabetçiliğinin farklı disiplinlerin çalışma alanına girmesi nedeniyle firma rekabetçiliğini etkileyen tüm faktörlerin yalnızca bölgesel kalkınma literatürü çerçevesinde ve bir alan çalışması kapsamında ele alınmasının mümkün olmayışıdır.

Bu tez çalışmasında karşılaşılan diğer yöntemsel sınırlılık, rekabetçilik, kümelenme, turizm kümelenme yaklaşımı, mikro küme yaklaşımı ve topluluk temelli turizm yaklaşımlarının çok fazla alt çalışma alanına ayrılmasıdır. Bu farklı kavram ve yaklaşımlara dair literatür araştırması yapılması tez çalışmasının uzun bir zaman sürecine yayılmasına neden olmuştur.

Bu tez çalışmasına yönelik diğer bir sınırlılık alan araştırmasının yapıldığı zaman aralığının Covid-19 salgın dönemine denk gelmesidir. Pandemi döneminde uluslararası sınırların kapatılması ve karantina uygulamaları nedeniyle en çok etkilenen endüstrilerden birisi turizm olmuştur. Bu nedenle alan seçiminde ve yapılan analizlerde ciro, doluluk oranı, turist

gelişleri, yerli-yabancı turist oranı gibi anket sorularında Covid-19 pandemi dönemi öncesindeki son normal dönem olan 2019 yılı verileri firmalardan talep edilmiştir.

Bu tez çalışmasına yönelik diğer bir sınırlılık alan araştırması yapılmak istenen bazı işletme sahiplerinin bilimsel çalışmaların gerekliliğine inanmaması ve çalışma kapsamında elde edilecek sonuçların kendilerine fayda sağlamayacağı düşüncesi ile anket uygulamalarının gereksiz zaman kaybı olarak görmesidir. Ayrıca resmi tatil dönemlerinde işletmelerde yaşanan yoğunluk nedeniyle işletmeciler anket çalışmasına başka bir zamanda katılmayı önermiştir.

Bu tez çalışması ile yapılan çalışmalara ek olarak, bundan sonraki çalışmalar açısından bakıldığında, firma ve destinasyon rekabetçiliğine yönelik ilave çalışmalara ihtiyaç görülmektedir. İlk olarak, firma rekabetçiliğini etkileyen faktörler açısından daha fazla faktör için veya farklı büyüklükteki destinasyonlar için ilave araştırmalara ihtiyaç vardır. İkinci olarak, destinasyon rekabetçiliğine yönelik tez çalışması kapsamında önerilen kavramsal destinasyon rekabetçilik model önerisinin niceliksel çalışmalarla desteklenmesinde fayda görülmektedir.

Üçüncü olarak rekabetçiliği etkileyen faktörler açısından farklı firma yapılarına göre firmaların uygulamaları ile firma girişimcisi/yöneticisinin bakış açılarındaki farklılıkların ortaya koyulması ve görüşlere dayalı verilerin güvenilirliğinin daha detaylı olarak sorgulanmasında fayda görülmektedir. Yapılacak bu çalışma ile anketlerde görüşe dayalı destinasyon rekabetçiliği çalışmalarının yöntemi sorgulanmış olacaktır.

KAYNAKLAR

Agustin, E. S., Martini, R. and Setiyono, B. (2022). Evaluating rural tourism competitiveness: Application of PROMETHEE-GAIA method. *Cogent Economics & Finance,* 10(1), 1-16.

Aires, J., Costa, C. and Brandão, F. (2022). Exploring indicators and determinants to evaluate innovation in tourism firms -a systematic literature review. *Tourism,* 70(4), 656-673.

Akbaba, A. (2012). Understanding small tourism businesses: a perspective from Turkey. *Journal of Hospitality and Tourism Management,* 19, 31-47.

Akben-Selcuk, E. (2016). Factors affecting firm competitiveness: evidence from an emerging market. *International Journal of Financial Studies,* 4(9), 1-10.

Akın, M. H., Karamustafa, K. ve Öztürk, Y. (2021). Kapadokya bölgesinin destinasyon rekabetçiliğinin paydaşlar perspektifinden değerlendirilmesi. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi,* 5(1), 443-458.

Albrecht, J. N. (2013). Networking for sustainable tourism – Towards a research agenda. *Journal of Sustainable Tourism,* 21(5), 639-657.

Alexandros, P. N. and Metaxas, T. (2016). "Porter vs Krugman": history, analysis and critique of regional competitiveness. *Journal of Economics and Political Economy,* 3(1), 65-80.

Ambastha, A. and Momaya, K. (2004). Competitiveness of Firms: Review of theory, frameworks and models. *Singapore Management Review,* 26(1), 45-61.

Armatlı Köroğlu, B. (2011). "Bölgesel Küme Politikaları: Rekabet ve İşbirliği". *Yasal ve Yönetsel Boyutlarıyla Planlama*. Ankara: T.C. Bayındırlık ve İskan Bakanlığı, TAU, 317-331.

Armatlı Köroğlu, B., Özelçi Eceral, T. ve Varol, Ç. (2012). İhracatçi firmalar ve kümeler: istanbul kuyumculuk kümesi ihracat kapasitesi analizi. *METU JFA,* 29(1), 119-138.

Armatlı Köroğlu, B. (2013). İstanbul kuyumculuk kümesi yenilik ve tasarim kapasitesi. *Ekonomik Yaklaşım,* 81-102.

Armatli Köroğlu, B. and Özelçi Eceral, T. (2017). Rethinking space in production networks: network centrality and R&D activities in Ankara defense and aviation cluster. *Journal of Science,* 30(2), 17-33.

Armutlu, M. R., Y., G. H. ve F., A. A. (2016). *Turizmin bölgeler arası gelişmişlik farklarını gidermedeki rolü*. I. Alternatif Turizm Kongresi, Erzican, 296-300.

Asheim, B., Isaksen, A. (2002) Regional innovation systems. the integration of local "sticky" and global "ubiquitous" knowledge, *Journal of Technology Transfer*, 27(1), 31-56.

Barın, E. (2014). C*hanging tourism planning framework from holistic comprehensive planning to market-led partial development: The case of South Antalya tourism area.* Yüksek Lisans Tezi, Orta Doğu Teknik Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Ankara, 88-93.

Baggio, R., Scott, N. and Cooper, C. (2011). Design of tourism governance networks. *Tourist Destination Governance: Practice, Theories and Issues*, 1-15.

Banwet, D. K., Momaya, K. S. and Shee, H. (2003). Competitiveness through technology management: An empirical study of the Indian software industry. *International Journal of Services Technology and Management,* 4(2), 131-155.

Barney, J. (1991). Firm resources and sustained competitive Advantage. *Journal of Management,* 17(1), 99-120.

Becker, G. (1964). *Human capital: A theoretical and empirical analysis with special reference to education.* New York: Columbia University Press, 22-32.

Brandenburger, A. and Nalebuff, B. J. (1997). *Co-opetition.* New York: Currency Doubleday, 32-38.

Brasier, K. J., Goetz: , Smith, L. A., Ames, M., Green, J., Kelsey, T. and Whitmer, W. (2007). Small farm clusters and pathways to rural community sustainability. *Community Development*, 3, 8-22.

Bressan, A. and Pedrini, M. (2020). Exploring sustainable-oriented. *Tourism Planning & Development,* 17(5), 497-514.

Burgos, A. and Mertens, F. (2017). Participatory management of community-based tourism: a network perspective. *Community Development*, 48(4), 546-565.

Burnaz, E. and Ayyıldız, H. (2018). Destinasyon rekabetçiliği endeksi önerisi. *International Journal of Economic and Administrative Studies,* (21), 237-254.

Buhalis, D. and Main, H. (1998). Information technology ın peripheral small and medium hospitality enterpsises: strategic analysis and critical factors. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 10(5), 198-202.

Buhalis, D. (2000). *Marketing the competitive destination of the future.* London: University of Westminster, 82-93.

Butler, R. W. (1980). The concept of a tourist area cycle of evolution: ımplications for Management of Resources. *The Canadian Geographer / Le Géographe canadien,* 24(1), 5-12.

Butler, R. W. (1999). Sustainable Tourism: A state of the art review. *Tourism Georgraphies,* 3, 7-25.

Büyükmıhçı, G. (1999). *Osmanlı dönemi azınlık evlerinin mekansal özellikleri: Kayseri örneği.* Osmanlı Mimarlığının Yedi Yüzyılı 'Uluslarüstü Bir Miras' Kongresi, İstanbul, 297-301.

Camagni, R. (1991). *Innovation networks: spatial networks: spatial perspectives*. London: Belhaven Press, 48-52.

Camison, C. and Fores, B. (2015). Is tourism firm competitiveness driven by different internal or external specific factors?: New empirical evidence from Spain. *Tourism Management*, 48, 477-499.

Camarinha-Matos, L. M., Afsarmanesh, H. and Boucher, X. (2010). The role of collaborative networks in sustainability. In C.-M. L. M., B. X. and H. Afsarmanesh (Edt.), *Collaborative Networks For A Sustainable World*. St. Etienne (France): Springer, 1-16.

Capon, N., Farley, J. U. and Hoenig: (1990). Determinants of financial performance: a meta-analysis. *Management Science*, 36(10), 1143-1159.

Chaston, I. and Mangles, T. (1987). Core capabilities as predictor of growth in small manufacturing firms. *Journal of Small Business Management*, 35(1), 47-57.

Cihangir Çamur, K. and Cihangir, E. (2017). Turizm-temelli girişimciliğin gelişiminde yerel ve mekânsal dinamiklerin göreme (Nevşehir-Kapadokya) örneğinde analizi. *Yüzüncü Yıl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 1*(Özel Sayı-3), 1-12.

Chiutsi: and Mudzengi, B. K. (2012). Community tourism entrepreneurship for sustainable tourism management in southern africa: lessons from zimbabwe. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 2(8), 127-134.

Colarič-Jakše, L. M. and Ambrož, M. (2015). Actor-network theory and stakeholder collaboration: The case of Slovenia. *Mediterranean Journal of Social Sciences*, 6(3), 231-239.

Cracolici, M. F., Nijkamp, P. and Rietveld, P. (2008). Assessment of tourism competitiveness by analysing destination efficiency. *Tourism Economics*, 14(2), 325-342.

Crouch, G. I. and Ritchie, J. (1999). Tourism, competitiveness, and societal prosperity. *Journal of Business Research*, 137-152.

Crouch, G. I. (2011). Destination competitiveness: an analysis of determinant attributes. *Journal of Travel Research*, 50(1), 27–45.

Cunha: K. and Cunha, J. C. (2005). Tourism cluster competitiveness and sustainability: proposal for a systemic model to measure the impact of tourism on local development. *Brazilian Administration Review, 2*(2), 47-62.

Dırık, A. ve Tekinalp, P. (2022). 19. Yüzyılda ürgüp'te rumların yaşadığı mahallelerde yer alan konutlar üzerine mimari değerlendirme. *Hacettepe Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Dergisi,* 39(2), 682-710.

Donald, E. H. and Leila, M. C. (2009). Comparative study of the sustainability of donor-supported tourism clusters in developing economies. *Tourism Recreation Research*, 34(3), 269-282.

Döven, M. S. (2013). Şehir rekabetçiliğinin ölçümü: literatür incelemesi. *Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi,* 189-213.

Dredge, D. (2006). Policy networks and the local organisation of tourism. *Tourism Management,* 269-280.

Dulupçu, M. A. ve Sayın, M. (2020). Yerel ve bölgesel ekonomik kalkınma perspektifinde bölgesel rekabetçilik yaklaşımları ve bölgesel sektörel rekabetçilik üzerine değerlendirmeler. *Uygulamalı Sosyal Bilimler ve Güzel Sanatlar Dergisi,* 2(Special Edition), 1-19.

Durán-Román, J. L., Cárdenas-García, P. J. and Pulido-Fernández, J. I. (2021). Tourist tax to ımprove sustainability and the experience in mass tourism destinations: the case of andalusia (Spain). *Sustainability,* 13(42), 1-20.

Dwyer, L. and Kim, C. (2003). Destination Competitiveness: Determinants and Indicators. *Current Issues in Tourism,* 6(5), 369-414.

Enright, M. J. and Newton, J. (2004). Determinants of tourism destination competitiveness in asia pacific: comprehensiveness and universality. *Journal of Travel Research*, 43(4), 339-350.

Eraslan, H. ve Dönmez, C. Ç. (2015). Kümelenme yapılanmalarının önemi: makro, mezo ve mikro düzeyde bir değerlendirme. *Bartın Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi, 6*(11), 67-106.

Eraydın, A. and Armatlı Köroğlu, B. (2005). Innovation, networking and the new industrial districts: the characteristics of networks and local innovation capabilities in the Turkish industrial clusters. *Entrepreneurship and Regional Development*(17(4)), 237-266.

Eraydın, A., Armatlı-Köroğlu, B., Erkus-Özturk, H. ve Yaşar: S. (2007). *Politika ağlarının rekabet gücüne katkısı: izmir bölgesindeki yerleşmelerin gelişmesinde politika ağlarının rolü*. 2. Bölgesel Kalkınma ve Yönetişim Sempozyumu, İzmir, 1-24.

Erdoğanaras, F., Cihangir Çamur, K., Erol, D. ve Bıyıklı, M. (2023). Alanya turizm kümesinde firma büyüklükleri ve turizm sektörü ilişkilerinin mekânsal düzeyi. *Planlama,* 33(2), 234–250.

Erkus Özturk, H. (2009). The role of cluster types and firm size in designing the level of network relations: the experience of the Antalya tourism region. *Tourism Management,* 30, 589-597.

Erkuş Öztürk, H. (2009). Neden büyük firmalar turizmle yerel ekonomik kalkınmayı sağlamada halen önemli? Antalya örneği. *Planlama,* 2, 73-79.

Erkus-Öztürk, H. and Eraydın, A. (2010). Environmental governance for sustainable tourism development: collaborative networks and organisation building in the Antalya tourism region. *Tourism Management,* 31, 113-124.

Erkuş-Öztürk, H. (2011). Emerging importance of institutional capacity for the growth of tourism clusters: the case of antalya. *European Planning Studies,* 19(10), 1735-1753.

Erkuş-Öztürk, H. and Terhorst, P. (2011). Two micro-models of tourism capitalism and the (re)scaling of state–business relations. *Tourism Geographies*, 1-30.

Estevão, C. M. and Ferreira, J. J. (2009). Regional competitiveness of tourism. *Munich Personal RePEc Archive*, 1-19.

Fiorello, A. and Bo, D. (2012). Community-based ecotourism to meet the new tourist's expectations: an exploratory Study. *Journal of Hospitality Marketing & Management, 21*(7), 758-778.

Fernandes: , Belo, A. and Castela, G. (2016). Social network enterprise behaviors and patterns in smes: lessons from a portuguese local community centered around the tourism industry. *Technology in Society*, 44, 15-22.

Font, X., Torres-Delgado, A., Crabolu, G., Martinez, J. P., Kantenbacher, J. and Miller, G. (2023). The impact of sustainable tourism indicators on destination competitiveness: the european tourism ındicator system. *Journal of Sustainable Tourism*, 31(7), 1608-1630.

Galbreath, J. and Galvin, P. (2008). Firm factors, industry structure and performance variation: New empirical evidence to a classic debate. *Journal of Business Research* , 109-117.

Graci: (2013). Collaboration and partnership development for sustainable tourism. *Tourism Geographies*, 15(1), 25-42.

Gibson, L. and Lynch, P. (2007). Networks: comparing community experiences. In E. J. Michael (Edt.), *Micro-Clusters And Networks: The Growth of Tourism*. Oxford: Elsevier Ltd, 107-126.

Goffi, G. and Cucculelli, M. (2014). Components of destination competitiveness. the case of small tourism destinations in Italy. *International Journal of Tourism Policy*, 5(4), 296-326.

Gooroochurn, N. and Sugiyarto, G. (2005). Measuring competitiveness in the travel and tourism industry. *Tourism Economics*, 11(1), 25-43.

González-Rodríguez, M. R., Díaz-Fernández, M. C. and Pulido-Pavón, N. (2023). Tourist destination competitiveness: An international approach through the travel and tourism competitiveness index. *Tourism Management Perspectives*, 47(101127), 1-13.

Gray, B. and Wood, D. J. (1991). Collaborative alliances: Moving from practice to theory. *The Journal of Applied Behavioral Science*, 27 *(1), 3-22., 27*(1), 3-22.

Güneş, G. (2016). Toplum temelli ekoturizm. *I. Ulusal Alternatif Turizm Kongresi Bildiri Kitabı*. Erzincan: Erzincan Üniversitesi Turizm ve Otelcilik Meslek Yüksekokulu Yayınları, 40-45.

Hall, C. M., Lynch, P., Michael, E. J. and Mitchell, R. (2007). The contribution of the micro-cluster approach. In E. J. Michael (Edt.), *Micro-Clusters And Networks: The Growth of Tourism*. Oxford: Elsevier Ltd., 141-152.

Hall, C. M. and Michael, E. J. (2007). Issues in regional development. In E. J. Michael (Edt.), *Micro-Clusters And Networks: The Growth of Tourism*. Oxford, UK: Elsevier Ltd., 11-20.

Hall, C. M. (2009). Rethinking collaboration and partnership: A public policy perspective. *Journal of Sustainable Tourism,* 1(3), 274-289.

Harrison, B. (1992). Competition, thrust and reciprocity in the development of innovative regional milieus. *Papers of Regional Science,* 71(905), 45-52.

Harrison, D. and Schipani: (2007). Lao tourism and poverty alleviation: community-based tourism and the private sector. *Current Issues in Tourism*, 10(2), 194-230.

Hassan: (2000). Determinants of market competitiveness in an environmentally sustainable tourism industry. *Journal of Travel Research*, 38(3), 239-245.

Heath, E. (2002). Towards a model to enhance Africa's sustainable tourism competitiveness. *Journal of Public Administration,* 37(1), 327-353.

Heenan, D. A. (1978). Tourism and the community a drama in three acts. *Journal of Travel Research,* 16(4), 30-32.

Hjalager, A.-M. (2010). A review of innovation research in tourism. *Tourism Management,* 31(1), 1-12.

Hawawini, G., Subramanian, V. and Verdin, P. (2003). Is performance driven by ındustry or firm specific factors? a new look at the evidence. *Strategic Management Journal,* 24(1), 1-16.

Hing, V., Thangavelu: and Kong, R. (2023). *Technology, innovation, and firm competitiveness: Firm level analysis in Cambodia.* New York: Asian Development Bank Institute, 86-89.

Iorio, M. and Corsale, A. (2014). Community-based Tourism and Networking: Viscri, Romania. *Journal of Sustainable Tourism,* 22(2), 234-255.

İnternet: Cittaslow Organisation. (2019) *Cittaslow population criteria*. Web: https://www.cittaslow.org/news/time-interested-about-us, Son Erişim Tarihi: 17/02/2024.

İnternet: UNWTO and UNEP. (2005). *Making Tourism More Sustainable - A Guide for Policy Makers.* 10 2023 tarihinde UN E-library, Web: https://www.e-unwto.org/doi/epdf/10.18111/9789284408214, Son Erişim Tarihi: 06/01/2024.

İnternet: UNWTO. (1999). *Global Code of Ethics for Tourism.* 02 2020 tarihinde UNWTO, Web: https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/imported_images/37802/gcetbrochureglobalcodeen.pdf, Son Erişim Tarihi: 17/02/2024.

İnternet: UNWTO. (2022). *Glassary of Tourism Terms*. UNWTO, Web: https://www.unwto.org/glossary-tourism-terms, Son Erişim Tarihi: 23/11/2023.

İnternet: UN, The World Commission on Environment and Development. (1987). *Brundtland Report: Our Common Future*. 01 2020 tarihinde UN Official, Web: https://sustainabledevelopment.un.org/content/documents/5987our-common-future.pdf, Son Erişim Tarihi: 17/02/2024.

İnternet: Ürgüp Belediyesi. (2023). *Ürgüp Tarihçesi*. 10 2023 tarihinde Ürgüp Tarihçesi, Web: https://www.urgup.bel.tr/urgup/tarihce, Son Erişim Tarihi: 17/02/2024.

İnternet: WEF, W. E. (2020). *Global Competitiveness Report.* WEF. Web: https://www.weforum.org/publications/the-global-competitiveness-report-2020/, Son Erişim Tarihi: 17/02/2024.

Jamal, T. B. and Getz, D. (1995). Collaboration theory and community tourism planning. *Annals of Tourism Research,* 22(1), 186-204.

Jovanović: , Milić, V. J. and Krstić, B. (2014). Homogeneity analysis of south-eastern European countries according to tourism competitiveness performances. *Economic Research,* 27(1), 207–220.

Kachniewska, M. (2013). Towards the definition of a tourism cluster: entrepreneurship in tourism and sport. *Journal of Entrepreneurship Management and Innovation,* 9(1), 33 - 56.

Kale, E. (2016). Küçük ölçekli turizm girişimciliğinin özelliklerinin belirlenmesi. *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi,* 12(30), 45-52.

Kallmuenzer, A. and Peters, M. (2018). Entrepreneurial behaviour, firm size and financial performance: the case of rural tourism family firms. *Tourism Recreation Research,* 43(1), 2-14.

Karacaoğlu: , Yolal, M. and Birdir, K. (2016). Toplum temelli turizm projelerinde katılım ve paylaşım:Misi köyü örneği. *Çağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi,* 13(2), 103-124.

Kayar, Ç. H. and Kozak, N. (2010). Measuring destination competitiveness: an application of the travel and tourism competitiveness index (2007). *Journal of Hospitality Marketing & Management,* 19(3), 203-216.

Kayasü: and Yetişkul Şenbil, E. (2014). Evolving legal and institutional frameworks of neoliberal urban policies in Turkey. *ODTÜ Mimarlık Fakültesi Dergisi,* 31(2), 209–222.

Kısa Ovalı, P. (2007). Kitle turizmi ve ekolojik turizmin kavram, mimari ve çevresel etkiler bakımından karşılaştırılması. *Megaron YTÜ Mimarlık Fakültesi E-Dergisi,* 2(2), 64-79.

Keskin, H. ve Dulupçu, M. A. (2010). Kümelenmeler: bir literatür incelemesi. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi,* 15(1), 441-461.

Kim, N. and Wicks, B. E. (2010). *Rethinking tourism cluster development models for global competitiveness.* 2010 ICHRIE Conference, Amherst, 1-9.

Kitson, M., Ron, M. and Tyler, P. (2004). Regional competitiveness: an elusive yet key Concept? *Regional Studies*, 38(9), 991-999.

Koçak, B. (2018). *Tedarik zinciri ölçek ve kapsam ekonomileri modelinin araştırılması.* Doktora Tezi, Maltepe Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul,

Kozak, M. and Rimmington, M. (1999). Measuring tourist destination competitiveness: conceptual considerations and empirical findings. *International Journal of Hospitality Management*, 18(3), 273-283.

Kontogeorgopoulos, N. (2005). Community-based ecotourism in phuket and ao phangnga, thailand: partial victories and bittersweet remedies. *Journal of Sustainable Tourism*, 13(1), 4-23.

Kocatepe, U. (2022). *Turizm sektörünün Kapadokya-Nevşehir bölgesine sosyo-ekonomik katkıları ve karşılaştığı sorunlar üzerine*. Yüksek Lisans Tezi, Tekirdağ Namık Kemal Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Tekirdağ.

Krstic, B., Jovanovic: , Jankovic-Milic, V. and Stanisic, T. (2016). Examination of travel and tourism competitiveness contribution to national economy competitiveness of sub-Saharan Africa countries. *Development Southern Africa*, 33(4), 470-485.

Krugman, P. (1994). Competitiveness: a dangerous obsession. *Foreign Affairs*, 73(2), 28-44.

Kaku, R. (1997). The path of kyosei. *Harvard Business Review*, 75(4), 55-63.

Kumar, K. and Dissel, H. G. (1996). Sustainable collaboration: Managing conflict and cooperation in interorganizational systems. *MIS Quarterly*, 20(3), 279-300.

Kumar, C. (2005). Revisiting 'community' in community-based natural resource management. *Community Development Journal*, 40(3), 275-285.

Kumar: , Kumar, D. and Nicolau, J. L. (2024). How does culture influence a Country's travel and tourism competitiveness? A longitudinal frontier study on 39 countries. *Tourism Management*, 100(104822), 1-16.

Kuşat, N. (2010). KOBİ'ler için kümelenmelerin önemi ve turizm sektörü için kümelenmelerin uygunluğunun araştirilmasi. *Uluslararası Alanya İşletme Fakültesi Dergisi*, 2(2), 115-138.

Küçükaslan, A. and Ersoy, N. F. (2007). The determinants of competitive advantage and success factors of firms within the global competition. *Marmara Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi*, 23(7), 223-237.

Li, Y., Lai, K. and Feng, X. (2007). The problem of 'guanxi' for actualizing community tourism: a case study of relationship networking in China. *Tourism Geographies*, 9(2), 115-138.

Liargovas, P. and Skandalis, K. (2007). *Factors affecting firm competitiveness: the case of greek industry*. Master Thesis, University of Peloponnese, Department of Economics, Tripolis-Greece.

Loukissas, P. J. (1983). Public participation in community tourism planning: a gaming simulation approach. *Journal of Travel Research,* 22(1), 18-23.

Lynch, P. and Morrison, A. (2007). The role of networks. In E. J. Michael (Edt.), *Micro-Clusters And Networks: The Growth of Tourism*. Oxford: Elsevier, 43-62.

Maldonado-Erazo, C. P., Rama, D. R., Noboa-Viñán, P. and Álvarez García, J. (2020). Community-based tourism in ecuador: community ventures of the provincial and cantonal networks. *Sustainability,* 12(15), 1-30.

Marshall, A. (1920). *Principles of economics.* Londra: Macmillan, 102-108.

Mazanec, J. A., Wober, K. and Zins, A. H. (2007). Tourism destination competitiveness: from definition to explanation? *Journal of Travel Research,* 46, 86-95.

Mazzarol, T., Patmore, R. and Heemst, N. v. (2005). *Mapping industry clusters in the digital economy–using cluster analysis to identify emerging industries*. CRIC Cluster Conference, Ballarat, 1-13.

Mcgahan, A. M. and Porter, M. E. (1997). How much does industry matter, really?. *Strategic Management Journal,* 18(Summer Special Issue), 15-30.

Michael, E. J. (2007). Development and cluster theory. In E. J. Michael (Edt.), *Micro-Clusters And Networks: The Growth of Tourism.* Oxford, UK: Elsevier Ltd, 21-32.

Michael, E. J. and Hall, M. C. (2007). A path for policy. In E. J. Michael (Edt.), *Micro-Clusters And Networks: The Growth of Tourism*. Oxford: Elsevier Ltd., 127-140.

Murphy, P. E. (1983). Tourism as a community industry—an ecological model of tourism development. *Tourism Management,* 4(3), 180-193.

Murphy, P. E. (1985). *Tourism: a community approach* (Cilt 4). London & New York: Routledge, 122-128.

Murphy, P. E. and Murphy, A. E. (2004). *Strategic management for tourism communities bridging the gaps.* Clevedon, Buffalo, Toronto: Channel View Publications, 45-48.

Nordin: (2003). *Tourism clustering & ınnovation - paths to economic growth & development.* Östersund, Sweden: European Tourism Research Institute, 78-85.

Novelli, M., Schmitz, B. and Spencer, T. (2006). Networks, clusters and ınnovation in tourism: A UK experience. *Tourism Management,* 27(6), 1141-1152.

Okazaki, E. (2008). A community-based tourism model: ıts conception and use. *Journal of Sustainable Tourism,* 16(5), 511-529.

Othman, F., Sazali, F. and Mohamed, B. (2013). Rural and community based tourism development in malaysia: prospects for homestays as a social economy enterprise. *TEAM Journal of Hospitality and Tourism,* 10(1), 65-76.

Papatheodorou, A. (2004). Exploring the evolution of tourism resorts. *Annals of Tourism Research,* 31(1), 219-237.

Pelit, E., Baytok, A. ve Soybalı, H. H. (2015). Sürdürülebilir turizm mi turizmde sürdürülebilirlik mi kavramsal bir tartışma. *Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Elektronik Dergisi, Sürdürülebilir Turizm Kongresi Özel Sayısı,* 6(14), 39–58.

Perles Ribes, J. F., Rodríguez Ramón, A. and Sevilla, M. (2011). Determinants of the competitive advantage of residential tourism destinations in Spain. *Tourism Economics*, 17(2), 373-403.

Perles Ribes, J., Rodríguez Sánchez, I. and Ramón-Rodriguez, A. B. (2017). Is a cluster a necessary condition for success? the case of benidorm. *Current Issues in Tourism*, 4, 1575-1603.

Perroux, F. (1955). Note on the concept of "growth poles". In D. McKee, R. Dean, & W. H. Leahy (Edt.), *Regional Economics*. New York: The Free Press, 93-104.

Pizam, A. (1978). Tourism's impacts: the social costs to the destination community as perceived by ıts residents. *Journal of Travel Research,* 16(4), 8-12.

Polenske, K. (2004). Competition, collaboration and cooperation: An uneasy triangle in networks of firms and regions. *Regional Studies*, 38(9), 1029-1043.

Poon, A. (1990). Flexible specialization and small size: the case of caribbean tourism. *World Development,* 18(1), 109-123.

Poon, A. (1994). *Tourism, technology and competitive strategies.* Wallingford: CABI, 92-98.

Poon, A. (2003). Competitive strategies for a new tourism. In C. Cooper (Edt.), *Classic Reviews in Tourism*. Clevedon, Buffalo, Toronto: Channel View Publications, 130-142.

Porter, M. E. (1980). *Rekabet stratejisi: sektör ve rakip analizi teknikleri*. (G. Ulubilgen, Çev.) İstanbul: Aura Yayınevi, 45-62.

Porter, M. E. (1990). The competitive advantage of nations. *Harvard Business Review,* 3, 73-91.

Porter, M. E. (1998). Clusters and the new economics of Competition. *Harvard Business Review*, 76(6), 77-90.

Porter, Michael E. (2004). Building the microeconomic foundations of prosperity: findings from the business competitiveness index. In Michael E. Porter, Klaus Schwab, and Xavier Sala-i-Martin, (Edt.), *The Global Competitiveness Report 2003-2004.* Oxford University Press, 29–56.

Putnam, R. (2000). *Bowling alone: the collapse and revival of american community.* New York: Simon and Schuster, 85-93.

Pyke, F., Becattini, G. and Sengenberger, W. (1990). *Industrial districts and ınter-firm cooperation in Italy.* Geneva: International Institute for Labour Studies, 48-52.

Reed, M. G. (1997). Power relations and community based tourism planning. *Annals of Tourism Research,* 24(3), 566-591.

Ross, J. W., Beath, C. M. and Goodhue, D. L. (1996). Develop long-term competitiveness through IT assets. *Sloan Management Review, 38*(1), 31-42.

Roberts: and Tribe, J. (2008). Sustainability indicators for small tourism enterprises – An exploratory perspective. *Journal of Sustainable Tourism,* 16(5), 575-594.

Santos, C., Almeida, A. and Teixeira, A. (2008). Searching for clusters in tourism. a quantitative methodological proposal. *FEP Working Papers,* (293), 1-38.

Schmalensee, R. (1985). Do markets differ much? *American Economic Review,* 75(3), 341-351.

Schmitz, H. (1999). Global competition and local cooperation: success and failure in the sinos valley, Brazil. *World Development,* 27(9), 1627-1650.

Scott, N., Baggio, R. and Cooper, C. (2009). *Network analysis and tourism: From theory to practice.* Clevedon, UK: Channel View Publications, 102-108.

Sen, A. (1989). Development as capability expansion. *Journal of Development Planning,* 19, 41-58.

Sharma, M., Gupta, R., Sehrawat, R., Jain, K. and Dhir, A. (2023). The assessment of factors influencing Big data adoption and firm performance: Evidences from emerging economy. *Enterprise Information Systems*, 1-29.

Sigurðardóttir, I. and Steinthorsson, R. S. (2018). Development of micro-clusters in tourism: a case of equestrian tourism in northwest iceland. *Scandanian Journal of Hospitality and Tourism*, 18(3), 261-277.

Stawasz, E. (2019). Factors that shape the competitiveness of small ınnovative companies operating in ınternational markets with a particular focus on business advice. *Journal of Entrepreneurship, Management and Innovation,* 15(1), 78-82.

Stone, M. T. (2015). Community empowerment through community-based tourism: the case of chobe enclave conservation trust in botswana. In R. v. Duim, M. Lamers, & J. v. Wijk (Edt.), *Institutional Arrangements for Conservation, Development and Tourism in Eastern and Southern Africa*. Netherlands: Springer, 81-100.

Storper, M. (2005). Society, community, and economic development. *Studies in Comparative International Development,* 39, 30–57.

Sungur, O., Keskin, H., Demirgil, H., Şentürk, C. ve Dulupçu, M., A. (2013). *Kümelenme: bölgesel kalkınmada anahtar mı, kilit mi*?, Ankara: Nobel Yayınevi, 26-32.

Şen, A. ve Şit, M. (2015). Turizm gelirlerinin türkiye ekonomisindeki rolü ve önemi. *Dicle Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*(C:5 S:8), 30-45.

Tekeli, İ. (1990). Kapadokya turizm ve geliştirme bölgesinde planlama üzerine düşünceler. *Anatolia,* 1(5), 43-45.

Thomas, R., Shaw, G. and Page, J. S. (2011). Understanding small firms in tourism: a perspective on research trends and challenges. *Tourism Management,* 32(5), 963-976.

Timur: and Getz, D. (2008). A network perspective on managing stakeholders for sustainable urban tourism. *International Journal of Contemporary Hospitality Management,* 20(4), 445-461.

Tinsley, R. and Lynch, P. (2001). Small tourism business networks and destination. *Hospitality Management,* 20, 367–378.

Tremblay, P. (1998). The economic organization of tourism. *Annals of Tourism Research,* 25(4), 837-859.

Tolkach, D., King, B. and Pearlman, M. (2013). An attribute-based approach to classifying community-based tourism networks. *Tourism Planning & Development*, 319-337.

Tonny, L. and Robert, C. (2023). How social media marketing ımpacts the performance of star rated hotels. *Journal of Business, Economics and Management Research Studies,* 1(1), 25-32.

Tosun, C. (2000). Limits to community participation in the tourism development process in developing countries. *Tourism Management,* 21, 613-633.

Tsai, H., Song, H. and Wong, K. K. (2009). Tourism and Hotel Competitiveness Research. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 26, 522–546.

Uçak, E. (2012). *Dynamics of gentrification in a seashore town: The case of Alaçatı, Izmir.* İzmir: Izmir Institute of Technology, 45-62.

Urano, D. G. and Nóbrega, W. R. (2020). Community-based tourism and networks: an analysis of the collaborative relationships in the tucum network, Brazil. *Podium Sport Leisure and Tourism Review,* 9(3), 408-434.

Wernerfelt, B. (1984). A resource-based view of the firm. *Strategic Management Journal*, 5(2), 171-180.

Wheeller, B. (2003). Alternative tourism – a deceptive ploy. In C. Cooper (Edt.), *Classic Reviews in Tourism* (Chapter 12). Bristol, Blue Ridge: Channel View Publications, 62-68.

Williamson, O. E. (1975). *Markets and hierarchies: analysis and antitrust implications.* University of Illinois.

Wilkinson, I. and March, R. (2009). Conceptual tools for evaluating tourism partnerships. *Tourism Management,* 30(3), 455-462.

Yalçınkaya, T. and Güzel, T. (2019). A general overview of tourism clusters. *Journal of Tourism Theory and Research*, 5(1), 27-39.

Yanes, A., Zielinski: , Diaz-Cano, M. and Kim: -i. (2019). Community-based tourism in developing countries: a framework for policy evaluation. *Sustainability,* 11, 1-23.

Yin, R. K. (2018). *Case Study Research and Applications: Design and Methods* (Sixth Edition ed.). London: United States: SAGE Publications, 88-93.

Yordam: ve Düşmezkalender, E. (2019). Toplum temelli turizme kavramsal bir bakış. Y. Atayeter (Dü.), *6. Uluslararası Multidisipliner Çalışmaları Kongresi Sosyal Beşeri ve İdari Bilimler Tam Metin Kitabı*, Gaziantep, 229-237.

Yuhanis, A. A., Awang, K. and Saiton, Z. (2012). Challenges Faced by Micro, Small, and Medium Lodgings in Kelantan, Malaysia. *International Journal of Economics and Management*, 6(1), 167 – 190.

EKLER

EK 1. İllere göre tesise geliş ve geceleme istatistikleri (2019 yılı)

Çizelge 1.1. İllere göre tesise geliş ve geceleme istatistikleri (2019 yılı) (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2019)

İller	Tesise Geliş Sayısı			Geceleme		
	Yabancı	Yerli	Toplam	Yabancı	Yerli	Toplam
Adana	90 803	876 365	967 168	195 420	1 400 719	1 596 139
Adıyaman	4 085	217 786	221 871	5 894	322 499	328 393
Afyonkarahisar	28 588	1 019 679	1 048 267	59 215	2 118 457	2 177 672
Ağrı	10 991	67 684	78 675	18 931	113 263	132 194
Amasya	10 146	258 521	268 667	13 687	353 297	366 984
Ankara	471 648	2 416 894	2 888 542	975 267	3 907 853	4 883 120
Antalya	18 870 842	4 350 894	23 221 736	82 599 249	11 518 367	94 117 616
Artvin	27 836	252 014	279 850	47 770	382 733	430 503
Aydın	1 229 769	1 065 290	2 295 059	3 715 650	2 376 003	6 091 653
Balıkesir	236 400	1 220 784	1 457 184	412 428	2 540 551	2 952 979
Bilecik	5 557	91 333	96 890	8 259	140 368	148 627
Bingöl	532	58 602	59 134	673	79 994	80 667
Bitlis	2 806	145 351	148 157	3 826	228 633	232 459
Bolu	77 439	490 614	568 053	114 867	801 564	916 431
Burdur	4 193	124 137	128 330	6 961	200 080	207 041
Bursa	423 407	1 380 051	1 803 458	885 237	2 455 327	3 340 564
Çanakkale	289 018	797 457	1 086 475	367 609	1 472 614	1 840 223
Çankırı	2 869	76 467	79 336	5 272	124 165	129 437
Çorum	4 986	203 703	208 689	11 870	353 247	365 117
Denizli	538 522	345 696	884 218	633 640	544 075	1 177 715
Diyarbakır	41 961	494 735	536 696	61 624	750 917	812 541
Edirne	148 606	433 474	582 080	234 520	727 849	962 369
Elazığ	5 022	236 049	241 071	10 024	377 829	387 853
Erzincan	8 412	180 464	188 876	11 492	274 394	285 886
Erzurum	49 501	571 428	620 929	86 029	930 218	1 016 247
Eskişehir	46 552	621 062	667 614	87 146	927 906	1 015 052
Gaziantep	139 495	745 933	885 428	234 423	1 060 302	1 294 725
Giresun	5 118	224 088	229 206	7 840	346 343	354 183
Gümüşhane	770	79 123	79 893	1 160	128 541	129 701
Hakkari	2 970	100 961	103 931	4 299	137 251	141 550
Hatay	56 538	682 936	739 474	120 973	1 207 175	1 328 148
Isparta	10 718	345 155	355 873	18 842	526 085	544 927
Mersin	127 864	1 305 956	1 433 820	309 043	2 397 658	2 706 701
İstanbul	9 415 607	4 728 033	14 143 640	23 570 640	8 618 248	32 188 888
İzmir	1 142 910	2 288 557	3 431 467	2 978 827	4 269 886	7 248 713
Kars	8 779	210 425	219 204	14 551	396 349	410 900
Kastamonu	1 949	228 437	230 386	3 547	395 230	398 777
Kayseri	43 507	393 088	436 595	99 438	642 756	742 194
Kırklareli	8 197	122 868	131 065	13 037	194 289	207 326
Kırşehir	1 509	100 780	102 289	2 823	138 576	141 399
Kocaeli	122 172	648 850	771 022	273 513	1 264 318	1 537 831
Konya	167 539	1 081 581	1 249 120	246 367	1 445 629	1 691 996
Kütahya	9 964	297 624	307 588	19 079	686 591	705 670
Malatya	7 792	298 583	306 375	19 121	491 374	510 495
Manisa	23 579	502 592	526 171	58 982	884 132	943 114
Kahramanmaraş	6 896	306 307	313 203	13 543	516 128	529 671
Mardin	27 836	382 540	410 376	39 353	568 239	607 592
Muğla	2 797 528	1 722 516	4 520 044	10 161 366	4 335 856	14 497 222

EK 1. (devam) İllere göre tesise geliş ve geceleme istatistikleri (2019 yılı)

Çizelge 1.1. (devam) İllere göre tesise geliş ve geceleme istatistikleri (2019 yılı) (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2019)

Muş	3 138	118 114	121 252	3 898	262 328	266 226
Nevşehir	1 214 805	836 745	2 051 550	2 230 641	1 549 688	3 780 329
Niğde	2 178	80 344	82 522	3 777	115 491	119 268
Ordu	22 316	376 314	398 630	40 820	543 675	584 495
Rize	15 216	168 754	183 970	32 036	293 834	325 870
Sakarya	45 521	372 129	417 650	99 760	680 520	780 280
Samsun	30 680	412 552	443 232	62 494	621 684	684 178
Siirt	229	46 865	47 094	332	76 198	76 530
Sinop	3 160	182 240	185 400	6 637	399 298	405 935
Sivas	7 878	325 140	333 018	12 510	507 096	519 606
Tekirdağ	41 287	260 410	301 697	97 278	509 184	606 462
Tokat	2 455	262 958	265 413	6 472	487 560	494 032
Trabzon	186 054	440 411	626 465	489 028	749 248	1 238 276
Tunceli	527	33 637	34 164	1 076	44 009	45 085
Şanlıurfa	24 074	603 271	627 345	39 758	1 017 575	1 057 333
Uşak	2 794	101 988	104 782	5 237	152 991	158 228
Van	227 429	342 846	570 275	444 726	604 041	1 048 767
Yozgat	1 652	192 525	194 177	2 806	327 282	330 088
Zonguldak	13 487	224 209	237 696	16 920	381 606	398 526
Aksaray	10 565	175 972	186 537	19 122	276 953	296 075
Bayburt	189	20 309	20 498	218	29 478	29 696
Karaman	4 210	76 225	80 435	6 745	104 529	111 274
Kırıkkale	2 760	71 025	73 785	3 649	83 064	86 713
Batman	13 707	145 359	159 066	21 098	230 818	251 916
Şırnak	3 832	136 632	140 464	6 146	235 332	241 478
Bartın	7 475	272 499	279 974	12 417	496 069	508 486
Ardahan	3 304	56 900	60 204	7 161	132 313	139 474
Iğdır	20 974	67 949	88 923	27 864	92 626	120 490
Yalova	69 097	285 532	354 629	166 459	581 368	747 827
Karabük	89 345	218 227	307 572	108 614	281 428	390 042
Kilis	4 941	33 976	38 917	8 970	74 775	83 745
Osmaniye	3 040	84 986	88 026	4 665	116 037	120 702
Düzce	15 717	192 488	208 205	35 547	346 879	382 426
Toplam	38 853 764	42 012 998	80 866 762	132 808 208	78 478 855	211 287 063

EK 2. İllere göre tesis istatistikleri (bakanlık + belediye) (08.05.2020)

Çizelge 2.1. İllere göre tesis istatistikleri (bakanlık + belediye) (08.05.2020) (KTB, 2019)

Şehir	İşletme Belgeli Tesis Sayısı	İşletme Belgeli Oda Sayısı	İşletme Belgeli Yatak Sayısı	Tesis Başına Oda Sayısı	Tesis Başına Yatak Sayısı
Adana	112	5 367	10 473	47,9	93,5
Adiyaman	37	1 564	2 999	42,3	81,1
Afyonkarahisar	135	8 822	21 510	65,3	159,3
Aksaray	32	1 328	2 728	41,5	85,3
Amasya	83	1 590	3 421	19,2	41,2
Ankara	247	16 866	33 732	68,3	136,6
Antalya	1 811	265 732	594 387	146,7	328,2
Ardahan	29	648	1 246	22,3	43,0
Artvin	93	2 315	4 627	24,9	49,8
Aydin	215	18 182	39 459	84,6	183,5
Ağri	39	1 406	2 658	36,1	68,2
Balikesir	505	16 038	38 060	31,8	75,4
Bartin	308	2 677	6 534	8,7	21,2
Batman	17	861	1 726	50,6	101,5
Bayburt	6	211	393	35,2	65,5
Bilecik	25	723	1 446	28,9	57,8
Bingöl	9	339	660	37,7	73,3
Bitlis	23	905	1 795	39,3	78,0
Bolu	123	4 013	8 383	32,6	68,2
Burdur	72	1 440	2 965	20,0	41,2
Bursa	262	11 208	23 873	42,8	91,1
Denizli	54	3 975	8 003	73,6	148,2
Diyarbakir	53	2 974	5 865	56,1	110,7
Düzce	81	2 361	5 097	29,1	62,9
Edirne	126	3 853	8 460	30,6	67,1
Elaziğ	38	1 570	3 129	41,3	82,3
Erzincan	44	1 341	2 615	30,5	59,4
Erzurum	122	4 123	8 307	33,8	68,1
Eskişehir	65	3 390	6 879	52,2	105,8
Gaziantep	64	4 267	8 498	66,7	132,8
Giresun	74	1 665	3 407	22,5	46,0
Gümüşhane	20	533	1 080	26,7	54,0
Hakkari	17	461	981	27,1	57,7
Hatay	189	6 117	13 579	32,4	71,8
Isparta	67	2 188	4 678	32,7	69,8
Iğdir	14	575	1 099	41,1	78,5
Kahramanmaraş	75	2 449	4 848	32,7	64,6
Karabük	123	1 707	3 620	13,9	29,4
Karaman	12	601	1 166	50,1	97,2
Kars	53	1 824	3 676	34,4	69,4
Kastamonu	104	2 584	5 617	24,8	54,0
Kayseri	46	2 678	5 724	58,2	124,4
Kilis	7	259	532	37,0	76,0
Kocaeli	169	6 712	14 747	39,7	87,3
Konya	151	6 027	11 997	39,9	79,5
Kütahya	46	1 982	5 276	43,1	114,7

EK 2. (devam) İllere göre tesis istatistikleri (bakanlık + belediye) (08.05.2020)

Çizelge 2.1. (devam) İllere göre tesis istatistikleri (bakanlık + belediye) (08.05.2020) (KTB, 2019)

Kirklareli	30	1 278	2 519	42,6	84,0
Kirikkale	13	440	771	33,8	59,3
Kirşehir	13	727	1 473	55,9	113,3
Malatya	40	2 102	4 120	52,6	103,0
Manisa	107	3 820	8 323	35,7	77,8
Mardin	66	2 461	5 153	37,3	78,1
Mersin	509	14 615	34 654	28,7	68,1
Muğla	1 304	78 995	172 163	60,6	132,0
Muş	44	1 275	2 632	29,0	59,8
Nevşehir	430	11 320	25 314	26,3	58,9
Niğde	26	718	1 436	27,6	55,2
Ordu	69	2 251	4 619	32,6	66,9
Osmaniye	16	570	1 121	35,6	70,1
Rize	50	2 005	4 241	40,1	84,8
Sakarya	90	3 109	6 465	34,5	71,8
Samsun	54	2 407	4 877	44,6	90,3
Siirt	7	313	639	44,7	91,3
Sinop	84	1 669	4 253	19,9	50,6
Sivas	72	2 640	5 959	36,7	82,8
Tekirdağ	76	2 912	5 805	38,3	76,4
Tokat	66	2 033	4 342	30,8	65,8
Trabzon	112	4 855	10 130	43,3	90,4
Tunceli	7	164	322	23,4	46,0
Uşak	26	821	1 578	31,6	60,7
Van	67	2 792	6 095	41,7	91,0
Yalova	109	3 961	9 634	36,3	88,4
Yozgat	57	1 683	3 418	29,5	60,0
Zonguldak	44	1 666	3 326	37,9	75,6
Çanakkale	422	10 273	23 051	24,3	54,6
Çankiri	25	721	1 523	28,8	60,9
Çorum	49	1 552	3 090	31,7	63,1
Istanbul	1 960	103 546	204 027	52,8	104,1
Izmir	397	24 274	50 139	61,1	126,3
Şanliurfa	81	2 992	6 391	36,9	78,9
Şirnak	11	783	1 802	71,2	163,8
Türkiye Toplam	12 530	726 194	1 567 360		

EK 3. İlçelere göre tesise geliş ve geceleme istatistikleri (2019 yılı)

Çizelge 3.1. İlçelere göre tesise geliş ve geceleme istatistikleri (2019 yılı) (KTB, 2019)

İller	İlçeler	Tesise Geliş Sayısı			Geceleme		
		Yabancı	Yerli	Toplam	Yabancı	Yerli	Toplam
Ankara	Çankaya	319 021	1 147 823	1 466 844	673 168	1 760 889	2 434 057
	Aksu	1 359 113	353 065	1 712 178	7 094 624	891 623	7 986 247
	Alanya	5 825 161	868 485	6 693 646	20 647 541	2 418 690	23 066 231
	Kemer	2 727 649	512 463	3 240 112	13 370 355	1 596 749	14 967 104
	Konyaaltı	192 696	265 395	458 091	640 852	543 861	1 184 713
	Manavgat	5 256 101	535 236	5 791 337	24 946 578	1 742 760	26 689 338
	Muratpaşa	830 534	641 253	1 471 787	3 088 013	1 342 277	4 430 290
	Serik	2 584 823	781 864	3 366 687	12 544 704	2 115 563	14 660 267
	Didim	219 570	198 034	417 604	613 410	488 864	1 102 274
	Kuşadası	1 000 082	588 896	1 588 978	3 075 663	1 326 736	4 402 399
Balıkesir	Ayvalık	201 623	313 471	515 094	341 180	682 782	1 023 962
Bursa	Osmangazi	321 254	780 088	1 101 342	656 206	1 329 460	1 985 666
İstanbul	Bahçelievler	306 900	294 894	601 794	673 090	596 578	1 269 668
	Bakırköy	259 624	213 643	473 267	661 143	438 543	1 099 686
	Beşiktaş	548 190	254 907	803 097	1 423 716	485 908	1 909 624
	Beyoğlu	1 584 939	469 907	2 054 846	4 248 550	892 180	5 140 730
	Kadıköy	189 695	349 620	539 315	444 105	630 337	1 074 442
	Şişli	1 099 230	302 134	1 401 364	2 744 093	592 072	3 336 165
İzmir	Çeşme	106 219	412 011	518 230	324 243	929 217	1 253 460
	Konak	320 869	896 194	1 217 063	639 490	1 470 416	2 109 906
	Menderes	259 437	143 783	403 220	767 116	371 579	1 138 695
	Selçuk	282 242	100 314	382 556	888 398	215 015	1 103 413
Muğla	Bodrum	968 836	778 306	1 747 142	3 448 513	2 039 895	5 488 408
	Fethiye	240 340	137 399	377 739	926 725	354 244	1 280 969
	Marmaris	1 349 559	419 127	1 768 686	4 529 081	1 015 388	5 544 469
	Ortaca	186 832	34 162	220 994	1 010 382	97 517	1 107 899
Nevşehir	Merkez	488 780	242 562	731 342	915 354	394 829	1 310 183
	Ürgüp	498 250	206 568	704 818	915 253	349 549	1 264 802
182 İlçe Toplamı		35 930 780	21 315 720	57 246 500	127 838 348	43 969 437	171 807 785
81 İl Toplamı		38 853 764	42 012 998	80 866 762	132 808 208	78 478 855	211 287 063

EK 4. İlçelere göre tesis istatistikleri (bakanlık + belediye) (2019 yılı)

Çizelge 4.1. İlçelere göre tesis istatistikleri (bakanlık + belediye) (2019 yılı) (KTB, 2019)

İller	İlçeler	2021 yılı Nüfus (kişi)	Tesis Sayısı	Oda Sayısı	Yatak Sayısı	Tesis Başına Oda Sayısı	Tesis Başına Yatak Sayısı
Ankara	Altındağ	407 675	67	3 622	6 818	54	102
	Çankaya	949 265	99	7 799	15 596	79	158
Antalya	Aksu	75 633	29	14 979	33 347	517	1150
	Alanya	350 636	502	75 306	165 573	150	330
	Kaş	61 488	168	3 213	6 688	19	40
	Kemer	46 615	284	44 525	95 373	157	336
	Konyaaltı	199 609	77	3 783	8 025	49	104
	Manavgat	245 740	290	70 872	154 589	244	533
	Muratpaşa	521 183	194	11 506	23 603	59	122
	Serik	134 953	82	32 611	70 430	398	859
Aydın	Didim	93 876	41	3 715	7 800	91	190
	Kuşadası	125.812	104	12 277	26 728	118	257
Balıkesir	Ayvalık	72 371	156	4 754	10 922	30	70
	Edremit	164 696	119	4 679	12 572	39	106
Bursa	Osmangazi	884 451	122	6 893	14 825	57	122
Mersin	Erdemli	147 512	183	4 494	11 097	25	61
	Silifke	127 849	155	3 696	9 943	24	64
İstanbul	Bahçelievler	605 300	26	3 248	6 409	125	247
	Bakırköy	228 759	45	4 163	8 366	93	186
	Beşiktaş	178 938	70	6 037	12 369	86	177
	Beyoğlu	233 322	198	12 027	23 862	61	121
	Fatih	382 990	776	28 873	56 746	37	73
	Şişli	284 294	64	7 459	15 340	117	240
İzmir	Çeşme	48 167	103	5 272	11 066	51	107
	Konak	336 545	104	5 957	11 631	57	112
	Menderes	104 147	21	3 574	7 521	170	358
	Selçuk	37 689	21	2 753	5 873	131	280
Muğla	Bodrum	187 284	436	30 550	67 002	70	154
	Datça	24 519	221	3 210	8 299	15	38
	Fethiye	170 379	181	11 665	25 171	64	139
	Marmaris	95 849	277	23 793	50 906	86	184
Nevşehir	Merkez	153 117	218	3 999	8468	18	39
	Ürgüp	36 361	118	3 740	7694	32	65
182 İlçe Toplamı			7 280	543 204	1 163 412		
81 İl Toplam			12 530	726 194	1 567 360		

EK 5. Ürgüp İlçesi'nde anket yapılan konaklama tesislerine yönelik istatistiki dağılımlar

Çizelge 5.1. Ürgüp İlçesi'nde anket yapılan konaklama tesislerine yönelik istatistiki dağılımlar

Firma dağılımları		n	%
Firma büyüklüğü	Mikro firma	19	42,2
	Küçük firma	16	35,6
	Orta + büyük firma	10	22,2
	Toplam	45	100,0
Yerel girişimci/yabancı girişimci olma durumu	Yerli firma	24	53,33
	Yabancı firma	21	46,66
	Toplam	45	100,0
Asli Konaklama Tesisi için tesis türü	Otel	19	42,2
	Hotel	1	2,2
	Butik Otel	21	46,7
	Pansiyon	4	8,9
	Toplam	45	100,0
İşletmenin kuruluş yılı	2000 öncesi	9	20,0
	2000-2009	3	6,6
	2010-2019	26	57,8
	2020-2021	7	15,6
	Toplam	45	100,0
İşletme sahibinin cinsiyeti	Kadın	9	20,0
	Erkek	32	71,1
	Kadın+Erkek (Ortaklıklar için)	4	8,9
	Toplam	45	100,0
İşletme sahibinin eğitim durumu	İlköğretim (ilkokul+ortaokul)	2	4,4
	Lise	13	28,9
	Yüksekokul	2	4,4
	Lisans ve üstü	24	53,3
	Lisans/ lise (ortaklıklar için)	2	4,4
	Yüksekokul/ lisans (ortaklıklar için)	1	2,2
	Lisans/ lise/ ilköğretim (ortaklıklar için)	1	2,2
	Toplam	45	100,0
İşletmenin kuruluş aşamasında finansman desteklerinden yararlanma durumu	Evet	10	22,2
	Hayır	35	77,8
	Toplam	45	100,0
İşletme dışında ek gelir sağlanan faaliyet varlığı	Evet	28	62,2
	Hayır	17	37,8
	Toplam	45	100,0
İlçede yatırım yapma nedeni		n	%
İlçenin yerlisi olmak		24	53,3
İlçeye yönelik turistik talebin yüksek olması		44	97,8
İlçede yatırım maliyetlerinin düşük olması		6	13,3
İlçede işletme maliyetlerinin düşük olması		3	6,7
İlçe yeterince keşfedilmemiş bir turizm alanı olduğundan öncü firma olma isteği		6	13,3
Buradaki yaşam tarzını ve kültürü beğenme		12	26,7

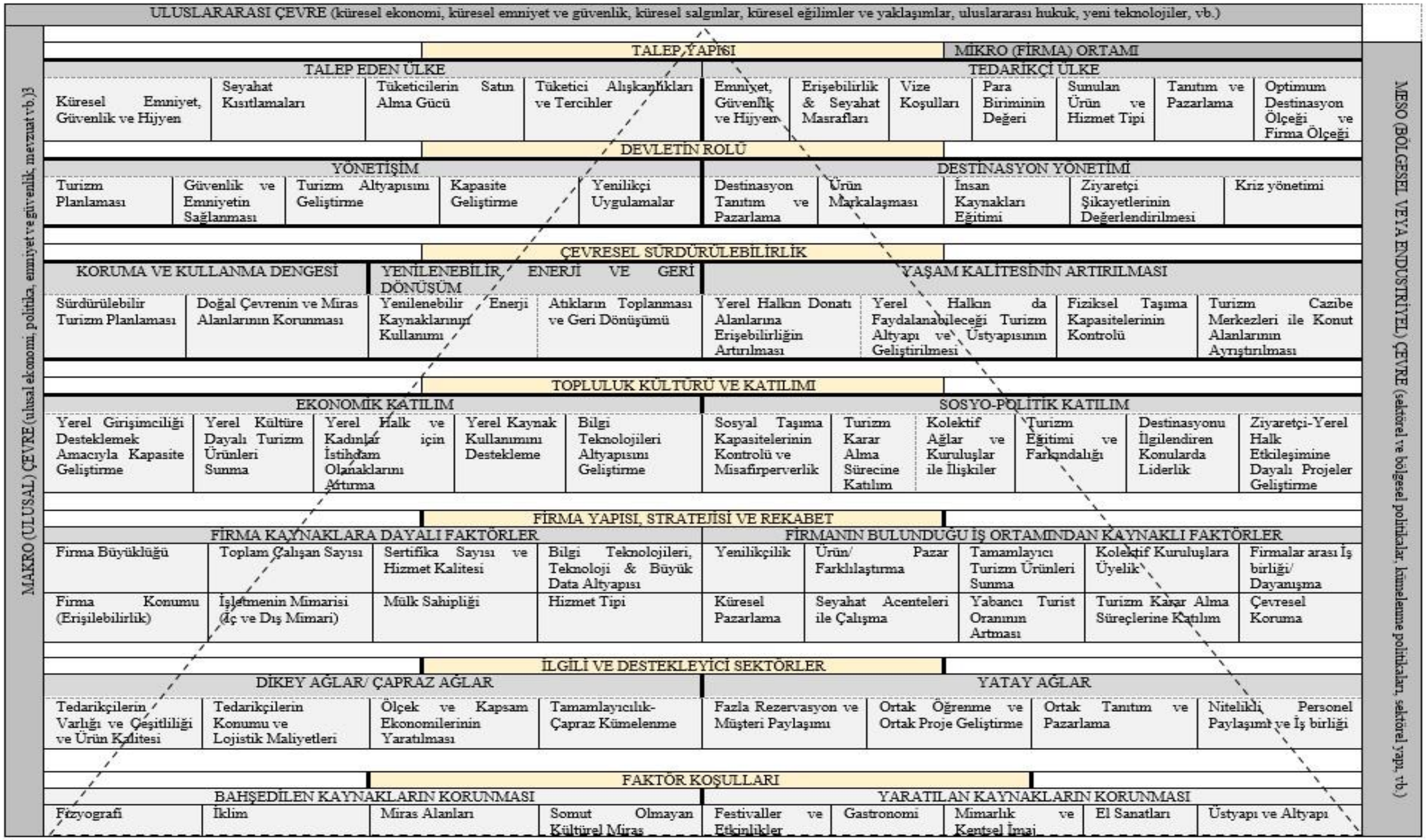
EK 5. (devam) Ürgüp İlçesi'nde anket yapılan firmalara yönelik istatistiki dağılımlar

Çizelge 5.1. (devam) Ürgüp İlçesi'nde anket yapılan konaklama tesislerine yönelik istatistiki dağılımlar

	N	Ortalama	Medyan	Minimum	Maximum	Ss
İşletmenizdeki oda sayısı	45	35,44	12,00	5,00	352,00	66,00
İşletmenizdeki toplam yatak kapasitesi	45	75,07	30,00	10,00	750,00	136,02
Mevcut durumda işletmede toplam çalışan sayısı	45	16,58	5,00	1,00	130,00	26,47
İşletmede çalışan toplam kadın personel sayısı	45	7,11	3,00	0,00	65,00	11,69
İşletmede konaklayan yabancıların 2019 yılı için yüzdesi	42	58,81	70,00	1,00	100,00	30,91
İşletme için 2019 yılı değerleri (covid19 pandemisi öncesi)	N	Ortalama	Medyan	Minimum	Maksimum	Ss
Yüksek sezonda doluluk oranı %	38	80,03	80,00	40,00	100,00	14,51
Düşük sezonda doluluk oranı %	38	32,21	30,00	10,00	90,00	20,33
Ortalama Kalış Süresi (gece)	28	2,21	2,00	1,00	4,00	,63
Yıllık toplam geceleme sayısı	38	16923,68	5850,00	1400,00	136000,00	31006,42

EK-6. Kavramsal destinasyon rekabetçilik modeli

Çizelge 6.1. Kavramsal destinasyon rekabetçilik modeli



EK-7. Anket formu

Ürgüp İlçesi Anket no:

TURİZM İŞLETMESİ ANKET SORULARI

Sizi, Gazi Üniversitesi Etik Komisyonundan 22.06.2021tarih/11 sayı ile izin alınan **Prof. Dr. Bilge ARMATLI KÖROĞLU** tarafından yürütülen "**Mikro Turizm Kümelerinin Rekabetçiliğinde Topluluk Temelli Yaklaşım: Ürgüp Örneği"** başlıklı araştırmaya davet ediyoruz. Bu çalışmaya katılmak tamamen gönüllülük esasına dayanmaktadır. Çalışmaya katılmama veya katıldıktan sonra herhangi bir anda çalışmadan çıkma hakkına sahipsiniz. Bu çalışmaya katılmanız için sizden herhangi bir ücret istenmeyecektir. Çalışmaya katıldığınız için size bir ödeme yapılmayacaktır. Çalışmadan elde edilecek bilgiler tamamen araştırma amacı ile kullanılacak olup kişisel bilgileriniz gizli tutulacaktır.

( ) Bu koşullarda anket sorularını cevaplamayı kabul ediyorum.

Adınız, Soyadınız:

_____

Firmadaki Göreviniz: 1( ) Sahibi / Ortağı / YK üyesi 2( ) Üst düzey yöneticisi 3( ) Bölüm Yöneticisi

4( ) İşyeri Yetkilisi 4( ) Diğer belirtiniz_____

Telefon:_____**E–**

Posta:_____@_____

İŞLETME YAPISI

1.İşletmenizin adı nedir.....

2.İşletmenin kuruluş yılı nedir?……..……

3.İşletmenin türü nedir? ( ) Limited ( ) Anonim ( ) Kollektif ( ) Komandit ( ) Diğer ……

4.Tesis türü nedir?

( ) Asli Konaklama Tesisleri
( ) Sağlık ve Spor Tesisleri
( ) Yeme-İçme-Eğlence Tesisleri

EK-7. (devam) Anket formu

( ) Rekreasyon Tesisleri
( ) Hediyelik Eşya Satış
( ) Tur Operatörü/Seyahat Acentesi
( ) Ulaştırma

5.Tesis türünüzü detaylı seçiniz?
Asli Konaklama Tesisi ise;

( ) Otel ( )Motel ( ) Tatil Köyü ( )Butik Otel ( ) Pansiyon ( ) Apart otel ( ) Hostel ( ) Kamping ( ) Kırsal Turizm Tesisleri (Çiftlik Evi-Köy Evi, Yayla Evi, Dağ Evi)

6.Tesis belgelendirme çeşidi nedir?
Asli Konaklama, Termal ve Sağlıklı Yaşam Tesisleri için;
( ) Bakanlık İşletme Belgeli ( ) Belediye Belgeli. ( ) Diğer (lütfen belirtin)……

7.Asli Konaklama Tesisleri, Termal ve Sağlıklı Yaşam Tesisleri için işletmenizde konaklama tipi nedir?
( ) Her şey dahil ( ) Yalnızca oda ( ) Oda+kahvaltı ( ) Yarım pansiyon ( ) Tam pansiyon

8.İşletmenizin kapasitesi nedir?
Asli Konaklama Tesisleri, Termal ve Sağlıklı Yaşam Tesisleri için işletmenizdeki oda sayısı nedir?.....

Asli Konaklama Tesisleri, Termal ve Sağlıklı Yaşam Tesisleri için işletmenizdeki toplam yatak kapasitesi nedir?.....

9.İşletmenizin sahip olduğu sertifikaları seçiniz.

Sertifika Adı	Var
Güvenli Turizm Sertifikası	( )
Bisiklet Dostu Konaklama Tesisi Sertifikası	( )
Yeşil Yıldız Belgesi	( )
GreenKey	( )
GreeningHotels	( )
EU Eco-Label	( )
BREEAM	( )
ISO 9001	( )
ISO 10002	( )
ISO 14000	( )
ISO 14001	( )
ISO 22000	( )
ISO 45001	( )

EK-7. (devam) Anket formu

Diğer sertifikalar varsa belirtiniz.....……

10.Turistin tesise ulaşma yollarının yüzdesi nasıldır? (Toplamı %100 olacak şekilde belirtiniz.)

Tesise Ulaşma Yolları	Yüzde %
İşletmenin web sayfasından Doğrudan RezervasyonYapma/Satın Alma	
Tur Operatörü/Seyahat Acentesi Paket Tur Kapsamında	
Hotels.com, Trivago.com, Airbnb gibi Web Siteleri Aracılığıyla	
Otel Birliği/Meslek Kuruluşu İş birliği ile Turisti Yönlendirme	
Diğer ……	

11.2019 yılı için işletmenizde konaklayan /satış yaptığınız kişilerin % kaç oranı yabancı ziyaretçidir?.

GİRİŞİMCİ YAPISI

12.İşletme sahibi cinsiyeti nedir?
( ) kadın ( ) erkek

13.İşletme sahibinin doğum yeri neresidir?
( ) Aynı İlçe

( ) Aynı İlFarklı İlçe

( ) Diğer İl/İlçe

( ) Yurt Dışı

Belirtiniz.....

14.İşletme sahibinin eğitim durumu nedir?
( ) İlkokul ( ) İlköğretim(İlkokul+Ortaokul) ( ) Lise ( ) Turizm Meslek Lisesi ( ) Yüksekokul

( ) Lisans ( ) Yüksek Lisans ( ) Doktora

EK-7. (devam) Anket formu

15.İşletmeyi kurma şekliniz nasıldır?
( ) Kendim kurdum

( ) Devraldım

( ) Ortak oldum

( ) Aile Mirası ise Kaç Kuşaktır Devam Ediyor belirtiniz.....

16.İlçede yatırım yapma nedeniniz nedir? (Birden fazla seçebilirsiniz.)
( ) İlçenin yerlisi olmak

( ) İlçeye yönelik turistik talebin yüksek olması

( ) İlçede yatırım maliyetlerinin düşük olması

( ) İlçede işletme maliyetlerinin düşük olması

( ) İlçe yeterince keşfedilmemiş bir turizm alanı olduğundan öncü firma olma isteği

( ) Buradaki yaşam tarzını ve kültürü beğenme

( ) Diğer (lütfen belirtin)

17.İşletmede çalışan aile üyeleri var mı?
( ) Hayır

( ) Evetse kaç kişi ve kimler.....……

18.İşletme kurulum aşaması veya sonrasında finansman desteklerinden yararlandınız mı?
( ) Hayır

( ) Evetse hangi kurumdan destek alındığı……..

19.İşletme sahibinin girişimcilik eğitimi alma durumu nedir?
( ) Hayır
( ) Evetse eğitimin nereden alındığını
belirtiniz.....……

İSTİHDAM YAPISI

20.Mevcut durumda toplam çalışan sayısı nedir?.....

EK-7. (devam) Anket formu

21.İşletmenizde çalışan toplam kadın personel sayısı kaçtır?.....

22.Mevcut durumda çalışanlarınızın eğitim düzeyini % dağılım olarak belirtiniz (Toplamı 100 olacak şekilde belirtiniz).

Eğitim Durumu	Tüm Çalışanlar içindeki Yüzdesi
İlkokul/ İlköğretim (ilkokul+ortaokul)	% .....
Lise	% .....
Turizm Meslek Lisesi	% .....
Turizm Meslek Yüksek Okulu	% .....
Üniversite ve Üstü	% .....
Toplam	%100

23.İşletmenizde çalışan personelin türüne göre ağırlıklı olarak nereli olduğunu tabloda işaretleyiniz.

	Aynı İlçe	Aynı İl	Başka İl	Yurt Dışı
Üst Düzey Yönetici	( )	( )	( )	( )
Orta Düzey Yöneticiler	( )	( )	( )	( )
İdari Personel	( )	( )	( )	( )
Teknik Personel	( )	( )	( )	( )
Aşçı, SPA Personeli, Animatör vb. Uzmanlaşmış Personel	( )	( )	( )	( )
Servis Personeli	( )	( )	( )	( )
Temizlik Personeli	( )	( )	( )	( )

EK-7. (devam) Anket formu

EKONOMİK HUSUSLAR

24.İşletmenize yönelik aşağıdaki değerleri 2019 yılı (covid19 pandemisi öncesi) için belirtiniz.

Yüksek Sezonda Doluluk Oranı %	
Düşük Sezonda Doluluk Oranı %	
Ortalama Kalış Süresi (gece)	
Yıllık Toplam Geceleme Sayısı	
Acente/Tur Operatörü/Satış Yapan İşletmeler için; Satış Yapılan Yıllık Toplam Kişi Sayısı	

25.2019 yılı (covid19 öncesi) için; Yıllık Cironuz (masraflarınız düşülmeden elde edilen gelir) Hangi Aralıktadır TL?

( ) 0-50.000 ( ) 50.000 -100.000 ( )100.000-200.000 ( ) 200.000-400.000 ( ) 400.000-600.000

( ) 600.000-800.000 ( ) 800.000-1.000.000 ( ) 1.000.000-2.000.000 ( ) 2.000.000-5.000.000

( ) 5.000.000-10.000.000 ( ) 10.000.000-50.000.000 ( ) 50.000.000-100.000.000

( )100.000.000-500.000.000 ( ) 500.000.000 ve üstü

26.Covid 19 pandemisi sonrası 2020 yılında doluluk oranınız/satış oranınız % kaç azaldı?

27.Covid 19 pandemisi sonrası 2020 yılında cironuz % kaç oranında azaldı?

EK-7. (devam) Anket formu

28.Firma rekabet gücünü etkileyen faktörlere ilişkin görüşünüzü belirtiniz?
(1 hiç önemli değil, 5 çok fazla önemli)

	1	**2**	**3**	**4**	**5**
Maliyetleri Düşürme	( )	( )	( )	( )	( )
Hizmet Kalitesini Artırma	( )	( )	( )	( )	( )
Belgelendirme/Sertifikasyon	( )	( )	( )	( )	( )
Reklam, Tanıtım ve Pazarlama Yapma	( )	( )	( )	( )	( )
Dijitalleşme, Yazılım, Bilgi Teknolojilerini Kullanma	( )	( )	( )	( )	( )
Üretim/Hizmet Sürecinde Teknolojiyi Kullanma	( )	( )	( )	( )	( )
Nitelikli Personel İstihdam Etme	( )	( )	( )	( )	( )
Kurumsallaşma	( )	( )	( )	( )	( )
Yenilikçi Olma	( )	( )	( )	( )	( )
Kamu Kaynaklı Finansman, Eğitim, vb. Desteği Kullanma	( )	( )	( )	( )	( )
İlçede Turizm Altyapısının Gelişmiş Olması	( )	( )	( )	( )	( )
Destekleyici Güçlü Alt Sektörlerin Varlığı	( )	( )	( )	( )	( )
Küresel Pazara Entegrasyonu Sağlayan Hotels.com, Trivago.com, Airbnb gibi Aracı Firmalar ya da Web Sitelerinde Yer Alma	( )	( )	( )	( )	( )
Küresel Pazara Erişim Sağlamamıza Yardım Edebilecek, Kamu Kurumu/Kuruluşu tarafından ücretsiz olarak Ulusal/Küresel Aracılık Hizmeti Sunabilecek (Hotels.com, Trivago.com, Airbnb gibi) İnternet Sitesi	( )	( )	( )	( )	( )
Yerel Değerleri ve Kültürü Yansıtan Turizm Ürünleri Geliştirme	( )	( )	( )	( )	( )
Yerel Halk Kültürü ve Misafirperverliği	( )	( )	( )	( )	( )
Doğal Çevre ve Kaynakları Koruma	( )	( )	( )	( )	( )
Yenilenebilir Enerji Kaynaklarını Kullanma	( )	( )	( )	( )	( )
Aileden/ Arkadaştan Destek Alma	( )	( )	( )	( )	( )
Firmalar Arası Karşılıklı Güven Ortamı	( )	( )	( )	( )	( )
Firmalar Arası İşbirliği ve Dayanışma Olması	( )	( )	( )	( )	( )
Ortak Değerlere Sahip Olduğumuz Firmalar ile İşbirliği	( )	( )	( )	( )	( )
Hemşehri Olduğumuz/ Benzer Etnik Kökene Sahip Olduğumuz Firmalar ile İşbirliği	( )	( )	( )	( )	( )
Yakın Konumda Bulunan Firmalarla İş birliği ve Alışveriş Yapma	( )	( )	( )	( )	( )
Lider Firmalar ile İş birliği	( )	( )	( )	( )	( )
Meslek Kuruluşları/ Turizm Altyapı Hizmet Birliği/ Sivil Toplum Kuruluşları ile iş birliği	( )	( )	( )	( )	( )
Kamu Kurumları ve Yerel Yönetimlerle İşbirliği	( )	( )	( )	( )	( )
Üniversiteler ile iş birliği	( )	( )	( )	( )	( )
Uluslararası Örgütler ile İş birliği	( )	( )	( )	( )	( )

EK-7. (devam) Anket formu

29.Kamu tarafından sağlanan girişimci desteği ya da diğer finansman destekleri <u>firma rekabet gücünüzü uzun vadede</u> nasıl etkiler.

	Katılmıyorum	**Kararsızım**	**Katılıyorum**
Firma Rekabetçiliğini Artırır	( )	( )	( )
Haksız Rekabet ve Tekele Neden Olur	( )	( )	( )
Başlangıç için Firma Rekabetçiliğini Artırmış Gibi Görünse De Uzun Vadede Ayakta Kalabilmek Açısından Firmayı Ekonomik Olarak Dayanıksız Yapar	( )	( )	( )

EKONOMİK DAYANIKLILIK

30.İşletmenizin 2019 yılında (Covid19 pandemidönemi öncesi) varsa kapalı olduğu aylar hangileridir? Birden fazla işaretleyebilirsiniz.

Aralık-Şubat	Mart Mayıs	Haziran- Ağustos	Eylül- Kasım
( )	( )	( )	( )

31.İşlettiğiniz yerin bulunduğu arsanın mülkiyet durumu nedir?

( ) Mülk Sahibiyim
( ) Kiraladım
( ) Bakanlık/Belediyeden Tahsisli
Tahsis süresi yıl…….

32.İşletmeniz dışında ek gelir sağladığınız faaliyet var mı?

( ) Hayır
( ) Evet

34.1. Evet ise aşağıdaki faaliyetlerden hangileridir? (Birden fazla seçenek seçebilirsiniz.)

( ) Ekip biçtiğiniz tarla

( ) Gayrimenkul (kiraya verilen alınıp satılan dükkan, ev vb.)

( ) Bir başka üretim birimi, üretim atölyesi, inşaat, imalat, tekstil

( ) Diğer turizm işletmesi

( ) Diğer

Lütfen sayısı ve konumunu belirtiniz……

EK-7. (devam) Anket formu

33. Elde ettiğiniz ek gelir miktarı ana gelir kaynağınızın yüzde kaçına denk gelmektedir?

( ) %0-%5
( ) %6-%10
( ) %11-%15
( ) %16-%20
( ) Diğer yüzde belirtiniz……

34.En yakın olarak Covid-19 pandemi döneminde de yaşadığınız gibi kriz dönemlerinde aşağıdaki yöntemlerden hangisine başvurduğunuzu seçiniz.

	Evet Başvurduk
Acil Eylem Planınızı Uygulama	( )
İşletmenin Faaliyetini Geçici Olarak Durdurma	( )
Birikimler ile Geçici Süre Sabit Maliyetleri Karşılama	( )
Ek Ekonomik Faaliyet Geliri ile İşletmeyi Finanse Etme	( )
İstihdam edilen Eğitimli Personel Sayısını Azaltma	( )
İstihdam edilen Düşük Eğitimli Personel Sayısını Azaltma	( )
Aile, Akrabadan, Arkadaştan Borç Alma	( )
Banka Kredisi Kullanma	( )
Kamu Finansman Desteği ya da İndirim-Muafiyet-Ertelemelerden Faydalanma	( )
Kalkınma Ajansından Finansman Desteği Alma	( )
Yerel Yönetimlerden (belediye, muhtarlık) Destek Alma	( )
Dernek, Vakıf, Meslek Kuruluşlarından Destek Alma	( )
AB, BM Kalkınma Programı gibi Uluslararası Örgütlerden Destek Alma	( )
Diğer varsa belirtiniz……	( )

EK-7. (devam) Anket formu

35.Gelir elde etmeden kendi birikimleriniz ile ne kadar süre ayakta kalabilirsiniz?
( ) 0-3 ay
( )4-6 ay
( )7-12 ay
( ) Diğer ……

36.Gelecek 5 yıl içinde işletmenizin daha rekabetçi ve dayanıklı olması için yeni planlarınız var mı?
( ) Hayır
( ) Evet

36.1. Gelecek 5 yıl içinde işletmenizin daha rekabetçi ve dayanıklı olması için yeni planlarınız nelerdir? (Birden fazla işaretleyebilirsiniz)

( )Acil Durum (salgın, deprem, ekonomik-politik krizler, vb. için) Eylem Planı Hazırlama
( )Mevcut İşletmeyi İyileştirme (ilave belge/sertifikalar, bilgi teknolojileri, yazılım, vb.)
( )Mevcut İşletme Ölçeğini Büyütme
( )Mevcut İşletme Ölçeğini Küçültme
( )Eğitimli Çalışan Sayısını Artırma
( )İlave Turizm İşletmesi Açma
( )Dijitalleşme, Bilgi Teknolojilerine Daha Fazla Önem Verme
( )Küresel Pazara Entegrasyonu Sağlayan Hotels.com, Trivago.com, Airbnb gibi Aracı Firmalar ya da Web Sitelerinde Daha Fazla Yer Alma
( )Yerel, Ulusal ve Küresel Firmalar ile İşbirliğini Artırma
( )Meslek Kuruluşları, Turizm Hizmet Altyapı Birliği, STKlar, vb ile İşbirliğini Artırma
( )Yeni Yerel Ortaklıklar Kurulması
( )Yeni Küresel Ortaklıklar Kurulması

EK-7. (devam) Anket formu

YENİLİKÇİLİK

37.Son 10 yılda işletmenizde yaptığınız varsa yenilik sayısı ve konusunu belirtiniz.....

38.Son 10 yılda işletmenizde yaptığınız varsa yenilikler ve yeni bilgiye ulaşmanızda kaynak olarak aşağıdakilerin önem derecesini belirtiniz. (1 çok az önemli, 5 çok fazla önemli)

Müşteri/Turistlerin Talepleri Sonucu	1	2	3	4	5
Şirket içi AR-GE Biriminin Yenilik için Çalışmaları Sonucu					
Fuarlara Katılım ile Yenilikçi Uygulamaları Takip Etme Sonucu					
Internet ile Yenilikçi Uygulamaları Takip Etme Sonucu					
Danışmanlık Firmalarından Yenilikçi Uygulamaları Öğrenme Sonucu					
Yerel Turizm İşletmelerinden Ortak Öğrenme Sonucu					
Rakip Küresel Turizm İşletmeleri ile İş birliği ya da Uygulamalarını Örnek Alma Sonucu					
Meslek Kuruluşları, STK, Birlikler, Vakıf, Dernekler ile İş birliği Sonucu					
Üniversiteler ile İş birliği Sonucu					
Uluslararası Örgütler ile İş birliği Sonucu					
Kamu Kurumları ve Yerel Yönetimler ile İş birliği Sonucu					

39.İşletmenizin kuruluşundan itibaren aldığınız patent var mı?

( ) Hayır

( ) Evetse konusu ve sayısını

belirtiniz.....

EK-7. (devam) Anket formu

AĞ YAPISI

40. İşletmenizde aşağıdaki çalışma yöntemleri veya konularda diğer işletmeler ile dayanışma-yardımlaşma ilişkiniz var mı?

	Var
Fazla Rezervasyon (Overbooking)	( )
Ana Hizmet Sunumuz Hariç diğer Hizmetler için Dışarıdan Hizmet Kullanma (Outsourcing)	( )
Turisti Tanıdık İşletmeye Yönlendirme	( )
Becerili İşgücünü Ödünç Verme/Alma	( )
Ortak Tanıtım ve Pazarlama Yapma	( )
Birlikte Yeni Ürün Geliştirme	( )
Diğer Belirtiniz.....	( )

41.İşletmenizce turizm hizmet sunumunda girdi ürün veya hizmet sağlayan firmaların sayısını konumsal olarak ilgili kutucuğa yazınız?

	Aynı ilçe	**Aynı il**	**Başka il**	**Yurt Dışı**
Gıda Toptancısı				
Mobilya				
Tekstil Ürünleri				
Temizlik Hijyen Ürünleri				
Tesis Yönetim Sistemleri/Yazılımları				
Sigortacılar				
Sağlık Hizmetleri				
Bankalar				
Kooperatifler				
Asli Konaklama Tesisleri				
Yeme-İçme-Eğlence Tesisleri, Rekreasyon Tesisleri				
Hava Yolu Firmaları				
Ulaştırma Firmaları (Araba Kiralama, taksi, vb.)				
Tur Operatörleri				
Seyahat Acenteleri				

42.Firmanız ulusal ya da küresel bir zincirin parçası mıdır?

( ) Hayır ( ) Evetse Bağlı Olunan İşletme Adı (örneğin Hilton).....

EK-7. (devam) Anket formu

43.İşletmenizin yerel ya da küresel ortağı var mı? Varsa hangisi belirtiniz.
( ) Yerel Ortak

( ) Küresel Ortak

Ortak Firma adını ve sektörünü belirtiniz.....

44.Turizm hizmeti sunumunda küresel pazara doğrudan bağlantı kurmakta sıkıntı yaşıyor musunuz?
( ) Evet

( ) Hayır

45.Turizm hizmeti sunumunda küresel pazara doğrudan bağlantı kurmakta sıkıntı yaşıyorsanız sebebi olabilecek önermelere ilişkin görüşünüz nedir?

	Katılmıyorum	**Kararsızım**	**Katılıyorum**
Bu Yönde Bir Vizyon, Amaç, Hedefimiz Bulunmamaktadır	( )	( )	( )
Yeterli Bilgiye Sahip Personel veya Teknolojik Donanıma Sahip Değiliz	( )	( )	( )
İnternet Sayfamız Olmadığından Küresel Pazarda Görünürlüğümüz Yeterli Değil	( )	( )	( )
Aracı Firmalara ya da Hotels.com, Trivago.com, Airbnb gibi Web Sitelerine Hizmet Bedeli Ödemek İstemiyoruz	( )	( )	( )
Fuar, Toplantı Gibi Uluslararası Etkinliklere Katılamıyoruz	( )	( )	( )
Küresel Pazara Erişim Sağlamamıza Yardım Edebilecek,Kamu Kurumu/Kuruluşu tarafından sağlanacak Ulusal/Küresel Aracılık Hizmeti Sunabilecek (Hotels.com, Trivago.com, Airbnb gibi) İnternet Sitesine İhtiyacımız Var	( )	( )	( )

EK-7. (devam) Anket formu

46.İlçenize yatırım yapan yabancı, büyük ölçekli küresel turizm işletmelerinin aşağıda konularda iş ortamınızı nasıl etkilediğini düşünüyorsunuz?

	Olumuz etkiliyor	**Etkilemiyor**	**Olumlu etkiliyor**
Güven İlişkilerini	( )	( )	( )
Dayanışma ve İş birliği Ortamını	( )	( )	( )
Rekabet Ortamını	( )	( )	( )
Yenilikçiliği ve Ortak Öğrenmeyi	( )	( )	( )
Kamu Fonlarından Pay Alma Şansımızı	( )	( )	( )
Söz ve Görüş Bildirme Hakkımızı	( )	( )	( )
Görüşlerimize Değer Verilme Durumunu	( )	( )	( )

KAMU KURUMLARI VE STKLAR İLE İLİŞKİLER

47.Üyesi olduğunuz bir meslek kuruluşu, sivil toplum kuruluşu, kooperatif, dernek vb. var mı?

( ) Evet

( ) Hayır

47.1. Üyesi olduğunuz bir kuruluş, STK varsa ilgili yere adını belirtiniz.

Turizm Meslek Kuruluşu	
Turizm Altyapı Hizmet Birliği	
Kooperatif	
Dernek	
Birlik	
Vakıf	
Otel Konsorsiyumu	
Diğer belirtiniz	

EK-7. (devam) Anket formu

48.Aşağıda yer alan konularda aldığınız destek var mı? Destek alınan kurum kuruluş adını belirtiniz.

	Kurum/Kuruluş Adı
Eğitim Alma (işgücü, girişimcilik eğitimi)	
İşgücü Temini	
Finansman Desteği (girişimci başlangıç desteği, buluş, ihtiyaç kredisi, vb.)	
Teknik, Hukuki, vb. Konularda Danışmanlık	
Sponsorluk Hizmetleri	
Tanıtım ve Pazarlama	
Restorasyon Konusunda Destek	
Yerel Tatların Tescillenmesi	
Küresel İhracat ve Pazar Bağlantısı Desteği	
İşletmenizde Yenilenebilir Enerji Kullanımına Yönelik Teşvik Sağlanması	
Sektör Sorunları için İşletmemizi İlçedeki Diğer Yerel İşletmeler ile Bir Araya Getiren Toplantılar Düzenlenmesi	
Ulusal/Uluslararası Aktörler ile İşletmemizi bir Araya Getiren Projeler ve Toplantılar Düzenlenmesi	
Üniversiteler ile İşletmemizi bir Araya Getiren Projeler ve Toplantılar Düzenlenmesi	
İşletmenin Bulunduğu Çevrenin Turizm Altyapısını Geliştirme	
İşletmenin Bulunduğu Doğal Çevrenin ve Tarihi Alanların Koruması	
İşletmenin Bulunduğu Alanda Peyzaj Düzenlemeleri	
Diğer alınan destek	

49.Firma olarak Kamu Kurumları, Yerel Yönetimler veya Turizm Altyapı Hizmet Birliğince yürütülen turizm planlama ve karar verme süreçlerine dahil oluyor musunuz?

( )Hayır

( )Evetse hangi şekilde katılım sağladığınızı belirtiniz.....

50.Firma olarak herhangi bir sosyal sorumluluk projesinin katılımcısı mısınız?

( )Hayır

( )Evetse proje adını belirtiniz.....

EK-7. (devam) Anket formu

EKOLOJİK HUSUSLAR

51.İlçede turizm gelişimine ilişkin tabloda yer alan göstergeler geleceğe yönelik olarak nasıl değişmelidir?

	Azalmalı	Aynı Kalmalı	Artmalı
İlçemizde Açılacak Yeni Turizm İşletme Sayısı	( )	( )	( )
İlçemizde Turizme Yönelik Altyapı Yatırımları	( )	( )	( )
İlçemizin Erişilebilirliğinin Artırılması İçin İlave Ulaşım Yatırımları	( )	( )	( )

52.İşletmeniz bünyesinde çevre korumaya yönelik yaptığınız uygulamalar varsa seçiniz.

		Var
Odalar	Müşteri Odadan Ayrıldığında Otomatik Kapanan Elektrik Sistemi	( )
	Tek Kullanımlık Bardak, Çatal Yerine Yıkanabilir Bardak, Çatal, Kaşık	( )
	Çevre Etiketli Ürünler (yastık, klima, vb.)	( )
	Yeniden Doldurulabilir Sabunluk, Şampuanlık	( )
	Camlar Açıldığında Otomatik Kapanan Klima	( )
	Enerji Tasarruflu Cihazlar	( )
	Amonyaklı Motorsuz Minibar Sistemi	( )
	Led Aydınlatma Sistemi	( )
	Hava Karışımlı Duş Başlıkları	( )
	2 Kademeli Rezervuar Sistemi	( )
	Duş Teknesi veya Derinliği Azaltılmış Küvet	( )
	Havlu, Yastık Kılıfı, Çarşaf ve Nevresimlerin Misafirlerin İsteğiyle Değiştirilebileceği Konusunda Bilgilendirme Kartı	( )
	Sigara İçilmeyen Odalar	( )
Ortak Alanlar	Merkezi Isıtma ve Soğutma Sistemi	( )
	Frekans İnventörü, Isı Pompası veya Eşanjör Cihazı	( )
	Bahçede Zaman Ayarlı Fıskiyeler	( )
	Ortak Alanlarda Fotoselli Musluklar ve Pisuvarlar	( )
	Su Tasarruflu Cihazlar	( )
	Harekete Duyarlı Aydınlatma Elemanları	( )
	Çevre Etiketli Deterjan ve Dezenfektan Kullanımı	( )
Geri Dönüşüm ve Arıtma	Organik Yemek Atıklarını Hayvan Barınağı vb. Göndererek Değerlendirme	( )
	Plastik, Kağıt, Cam, Metal Atıklarının Ayrıştırılması ve Belediyeye ya da Yetkilendirilmiş Bir Şirkete Teslim Edilmesi	( )
	Atık Pillerin Toplanması ve Yetkilendirilmiş Bir Şirkete Teslim Edilmesi	( )
	FlorasanAmpüller, Toner, Yağ Filtresi, Atık Yağlar gibi Tehlikeli Atıkların Toplanması ve Yetkilendirilmiş Bir Şirkete Teslim Edilmesi	( )
	Atık Yağların Biodizel/Elektrik Üretimine Yönelik Geri Dönüşümü için Yetkilendirilmiş Bir Şirkete Teslim Edilmesi	( )
	Mutfak Atık Suları İçin Yağ Tutucu Sistem	( )
	Yağmur Suyu Toplama Sistemi	( )
Yenilenebilir Enerji Kullanımı	Yenilenebilir Enerji Kaynaklarından Elektrik Elde Etme ve Kullanma	( )
	Termal Suyun Isınmada Kullanımı	( )
	Güneş Isısından Faydalanan Su Isıtma Sistemi	( )
	Trijenerasyon Sistemi (Doğalgazı Elektriğe Çeviren ve Sistemde Oluşan Isıdan Sıcak Su Üreten)	( )

EK-7. (devam) Anket formu

53.İşyerinizin bulunduğu çevrede aşağıdaki sorunların hangileri bulunmaktadır?

	Var
Çevre Kirliliği	( )
Gürültü Kirliliği	( )
Enerji Sıkıntısı (elektrik kesintisi vb.)	( )
Su Sıkıntısı	( )
Ulaşım Problemi	( )
Otopark Ihtiyaci	( )
Çöp Toplanma Sorunu	( )
Çöplerin Geri Dönüşümü Sorunu	( )
Fiziksel Altyapı Eksikliği	( )
Güvenlik Sorunu	( )
Doğal Kaynakların Tahrip Olması	( )
Arkeolojik Değerlerin Tahrip Edilmesi	( )
Kaçak Yapılaşma	( )
Sağlık ve Hijyen Sorunu	( )

Diğer sorunlarınızı belirtiniz……



Gazili olmak ayrıcalıktır…