



Turizm Sektöründe Girişimci Özelliği ile Girişimci Yeterliliğinin Girişim Başarısı ve Girişim Memnuniyeti Üzerindeki Etkisi: Balıkesir Örneği (The Effect of Entrepreneurial Characteristics with Entrepreneurial Competence on Entrepreneurial Success and Entrepreneurial Satisfaction in the Tourism Sector: Balıkesir Study)**

* Kudret GÜL ^a

^a Balıkesir University, Balıkesir Vocational School, Department of Hotel, Restaurant and Catering Services, Balıkesir/Türkiye

Makale Geçmişi

Gönderim Tarihi: 24.10.2024

Kabul Tarihi: 19.04.2025

Anahtar Kelimeler

Turizm

Girişimci özelliği

Girişimci yeterliliği

Girişim başarısı

Girişim memnuniyeti

Öz

İrili ufaklı çok sayıda girişimcilik türünün karşılaştığı turizm sektöründe, buna paralel çok farklı girişimci özellikleri ile de karşılaşılmaktadır. Sektördeki girişimci özelliklerinin ve girişimci yeterliliklerinin farklılaşması, beraberinde girişimci başarısının da farklılaşmasına neden olmaktadır. Farklılaşan girişimci başarısı ise doğal olarak turizm sektöründeki girişimci memnuniyetini de farklılaştırmaktadır. Bu yaklaşımdan hareketle çalışmanın amacı, turizm girişimciliğinde girişimci özelliklerinin ve girişimci öz yeterliliğinin girişim başarısı ile girişimci memnuniyeti üzerindeki etkisini belirlemektir. Araştırma verileri, Balıkesir’de konaklama, yiyecek içecek, seyahat acentacılığı, termal turizm ve kırsal turizm alanlarında faaliyet gösteren toplam 166 girişimciden elde edilmiştir. Veriler, anket tekniği ile Şubat 2022-Temmuz 2022 tarihleri arasında toplanmıştır. Araştırma sonuçları, verilerin elde edildiği Balıkesir’deki girişimcilerin yarıdan fazlasının girişimcilik alanı ile ilgili yeterli bilgi ve mesleki deneyime sahip olmadan girişimcilik başlattıklarını ve bu durumun, girişimci başarısını olumsuz etkilediğini göstermektedir. Ayrıca girişim başarısının eğitim düzeyine bağlı olarak ve girişimci yeterliliğinin ise cinsiyete dayalı olarak farklılaştığı, girişimci başarısının sektördeki faaliyet alanına göre değiştiği, girişimci yeterliliğinin girişim başarısı ve girişim memnuniyetini pozitif yönde etkilediği ve girişimci özelliklerinin ise sadece girişim başarısı üzerinde etkili olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bu bulgulardan hareketle, kamu kurumları ile meslek örgütlerinin genç ve yeni girişimcilere yönelik bilgilendirici eğitimler vermesi, veri sağlaması, girişimci yeterliliğini arttırmaya yönelik de üniversitelerin eğitim müfredatlarını güncellemeleri önerilebilir.

Keywords

Tourism

Entrepreneurial characteristic

Self-efficacy

Entrepreneurial success

Entrepreneurial satisfaction

Makalenin Türü

Araştırma Makalesi

Abstract

Large and small many entrepreneurship that are run in the tourism sector have different entrepreneurial characteristics. The differentiation of entrepreneurial characteristics and entrepreneurial competencies in the sector causes the entrepreneurial success to differ. The differentiating entrepreneurial success also differentiates the entrepreneurial satisfaction in the tourism sector. Based on this approach, the aim of the study is to determine the effects of entrepreneurial characteristics and entrepreneurial self-efficacy on entrepreneurial success and entrepreneurial satisfaction in tourism industry. The research data were obtained from a total of 166 entrepreneurs operating in the fields of accommodation, food and beverage, travel agency, thermal tourism and rural tourism in Balıkesir. The data were collected between February 2022 and July 2022 with the survey technique. Findings indicate that more than half of the entrepreneurs in Balıkesir started their entrepreneurship without having sufficient knowledge and professional experience in the field of entrepreneurship, and this situation negatively affects the entrepreneurial success. The research results also show that entrepreneurial success varies depending on the level of education, entrepreneurial competence varies based on gender, entrepreneurial success varies according to the field of activity in the sector, entrepreneurial competence positively affects entrepreneurial success and entrepreneurial satisfaction, and entrepreneurial characteristics only affect entrepreneurial success. Based on these findings, it can be recommended that public institutions and professional organizations provide informative training to young and new entrepreneurs, provide data, and that universities update their educational curricula to increase entrepreneurial competence.

* Sorumlu Yazar

E-posta: kgul@balikesir.edu.tr (K. Gül)

** Bu çalışma Balıkesir Üniversitesi Bilimsel Araştırma Projeleri Koordinatörlüğü tarafından desteklenmiştir. Proje Numarası: 2021/08

GİRİŞ

Girişimcilerin eğitim düzeyi, iş tecrübesi, sektör bilgisi, ikna kabiliyeti, planlama yeteneği ve örgütsel becerisi gibi kişisel özellikleri, onların bilişsel yeteneklerini etkileyerek girişimin başarısı veya başarısızlığında etkin bir rol oynar. Yeni teknolojiler, değişen koşullar ve turizm pazarındaki yeni eğilimler, turizm girişimcileri için yeni fırsatlar ortaya çıkarabildiği gibi, yeni tehditleri de beraberinde getirebilmektedir (Ye vd., 2019).

Turizm sektöründeki girişimciler diğer sektörlerdeki girişimcilere kıyasla bazı farklı kişilik özellikleri göstermektedirler. Deale (2016) turizm girişimciliğinin, girişimcilik ile ilgili kuramsal ve uygulamalı eğitim ile girişimcilik felsefesi ve turizm ilişkisinin kurulmasını zorunlu kıldığını belirtmektedir. Aynı yazar turizm girişimciliği eğitiminin ise risk alma, yenilikçilik, tecrübe paylaşımı ve sektörden girişimci danışmanlığı desteği gibi özel yeteneklerin geliştirilmesine dayalı bir eğitim süreci gerektirdiğini de ileri sürmektedir. Bu noktadan hareketle, sektörün farklı iş kollarında, farklı becerilere ve farklı girişimcilik özelliklerine sahip olan turizm girişimcilerinin girişim başarılarının da farklılaşacağı ileri sürülebilir. Aslan (2019), özellikle küçük ölçekli turizm girişimciliğinde, özgür hayat beklentisine dayalı kar elde etme amacının, girişimciliği sınırlandırdığı ve iş fırsatlarını ikinci plana iterek, girişim başarısı üzerinde ciddi sorunlara neden olduğunu belirtmektedir.

Kuşkusuz kar elde etmek, bir girişimcinin en temel amacıdır. Çalışma, başarının bir zorunluluk olduğu iş dünyasında, girişimci özelliklerinin ve yeterliliklerinin girişim başarısı veya başarısızlığı üzerindeki etkisini ortaya çıkarmayı amaçlamaktadır. Bu yolla, daha girişim başlatılmadan önce girişimci kaynaklı olası başarısızlık nedenlerinin belirlenebilmesi ve en büyük girişimcilik sorunu olan iflas sorununun çözümüne katkı sağlanabileceği düşünülmektedir. Çalışmanın ayrıca yeterli deneyim, bilgi, eğitim ve girişimcilik yeterliliğine sahip olmadan başlatılan girişimlerin karşılaşılabileceği olası sorunlara da ışık tutacağı öngörülmektedir. Bu noktadan hareketle, çalışmanın kuramsal kısmında, girişimci özellikleri, girişimci öz yeterliliği, girişimci başarısı ve girişimci memnuniyeti kavramları ve bu kavramlar arasındaki ilişki ele alınmıştır. İkinci kısımda ise kuramsal değerlendirmelerin test edilmesi amacıyla Balıkesir’de faaliyet gösteren turizm girişimcilerine yönelik yürütülen alan araştırması ve sonuçlarına yer verilmiştir.

Kuramsal Çerçeve

Turizmde Girişimci Özellikleri ve Girişimci Yeterliliği

İrili ufaklı çok sayıda girişimcinin faaliyet gösterdiği turizm sektöründe çok farklı girişimci özellikleri ve girişimci yeterlilikleri ile karşılaşmaktadır. Castro ve Zermeno (2021) girişimci özelliklerini yenilikçilik, risk alma, yaratıcılık, kendini kontrol edebilme, öz güven, fırsat bulma, fikir üretme, girişimcilik amacı, liderlik, süreklilik, etkinlik, ağ oluşturma, sorumluluk, sorun giderme, girişimi dönüştürme, dayanıklılık ve esneklik olarak sıralamaktadır. Holden (2016) ise bu özelliklere kararlılık, özveri, tutkulu olma ve akılcılığı da eklemektedir. Eckhardt ve Shane (2003) ise girişimcilik olgusunun, girişimci özelliklerinden çok insanların fırsatları nasıl keşfettikleri, bilgi asimetrisi ve kaynak erişimine yönelik sosyal sermayenin nasıl kullandığına ilişkin fırsat temelli bir yaklaşım ile açıklanabileceğini iddia etmektedirler. Ye vd. (2019) ise yüksek eğitim düzeyinin bir girişimcinin öngörü, hesaplama ve iletişim yeteneklerini geliştirerek, pazardaki değişikliklere daha hızlı tepki verebilmesine olanak verdiğini ileri sürmektedir.

Turizm sektöründeki girişimciler diğer sektörlerdeki girişimcilere kıyasla bazı farklı kişilik özellikleri göstermektedirler. Deale (2016) turizm girişimciliğinde, girişimcilik ile ilgili kuramsal ve uygulamalı eğitimin bütünleştirilmesi gerektiğini, turizm girişimciliği eğitiminin ise risk alma, yenilikçilik, tecrübe paylaşımı ve sektörden girişimci danışmanlığı desteği gibi özel yeteneklerin geliştirilmesine dayalı olarak yürütülmesi gerektirdiğini belirtmektedir. Wang vd. (2019) ise turizm girişimcisi olma nedenlerinin, kişisel geçim kaynağı sağlamak, belirli bir yaşam kalitesini yakalamak veya yaşam tarzını sürdürmek gibi kişisel nedenler ile karlı bir işletme kurmak, büyümeyi sağlamak ve hizmet kalitesi için bir itibar oluşturmak gibi iş odaklı nedenler olarak sınıflandırılabilceğini belirtmektedirler.

Turizm sektöründe üretimin emeğe dayalı olması sektöre girişleri kolaylaştırmaktadır. Diğer taraftan, hızlı ve sürekli değişen turist tercihleri de turizm sektöründeki KOBİ girişimcilerinin sayısını daha da arttırmaktadır. Pınar (2015) bu durumun, turizm sektöründeki girişimci güdülerinin, amaçlarının, beklentilerinin ve değerlerinin, tutumlarının, stratejilerinin ve başarı koşullarının değişmesine neden olduğunu ileri sürmektedir. Diğer taraftan, Turizm girişimciliğinde belirsizliklerin fazla, risklerin yüksek ve sektörün mevsimsel niteliğinin girişimciler için ciddi sorunlar ortaya çıkardığı da ileri sürülmektedir (Koh & Hatten, 2002; Solwoll vd., 2015). Mykletun ve Gyimothy (2010), turizm girişimcilerin ailelerini de işin içine kattıklarını ve yaşam tarzlarının girişimcilik faaliyetlerini etkileyebildiğini vurgulamaktadır. Hallak vd. (2012) ise her girişimci gibi turizm girişimcilerinin de kâr amacı olmakla beraber, bazılarının asıl hedefi istedikleri bir yere yerleşme olabilmektedir. Benzer bir yaklaşımla Haven-Tang & Jones (2008), turizm girişimcisi olmanın bu kadar kolay olmasının, zayıf iş modelleri ile sonuçlandığını ve “herkes yapabilir” mantığını ortaya çıkardığını ileri sürmektedir.

Konuya ilişkin yapılan değerlendirmeler dikkate alındığında, turizm girişimcilerinin özellikleri; motivasyonları özgürlük, farklı yaşam biçimleri arayışında olan, kar elde etme amacını ikinci plana itabilen, bir yere yerleşme ve sosyal çevre oluşturma peşinde olabilen, iş konusunda taklitten öteye geçemeyen ve yenilikçilik yetenekleri de yetersiz girişimci özellikleri olarak sıralanabilir (Bosworth & Farrell, 2011; Hallak vd., 2012; Kale, 2016; Aslan, 2019):

Turizm girişimciliğinde girişimci özelliklerinin yanında girişimci öz yeterliliği de başarıyı etkileyen önemli unsurlardan biridir. Hallak vd. (2015) yaptıkları çalışmada girişimcilerin coğrafi kimliğinin, girişimci öz yeterliliklerini olumlu etkilediği, girişimci öz yeterliliğinin ise hem kadın hem de erkek girişimcilerde performansı etkilediği ve erkek girişimciler arasında öz yeterlilik ve girişimci performansının daha yüksek olduğu sonucuna ulaşmışlardır. Küresel ve bölgesel krizlerden en fazla etkilenen girişimcilik türlerinden biri de turizm girişimciliğidir. Kırılgan ülkelerde, girişimcilerin bireysel dayanıklılığı daha önemli iken, istikrarlı ve gelişmiş ülkelerde ise girişimci öz yeterlilikleri daha önceliklidir (Renko vd., 2021). Weiermair vd. (2006), girişimci yeterliliğinin geliştirilebilmesi için kişisel ve sosyal becerilerin eğitim yoluyla mesleki bilgiler ile bütünleştirilmesi gerektiğini belirtmektedir.

Çekici faktörlerin yanında, kişisel ilgi, kendi kararlarını uygulayabilme, sorumlu kişi olmanın kazandırdığı prestij, tüm işletme süreçlerine dahil olabilme, toplum teşviki, yenilikçi ürünleri ile topluma ve ekonomiye katkı sağlayarak kendini kanıtlama gibi itici faktörler de girişimci olmayı çekici kılabilir (Holden, 2016; Wang vd., 2019). Girişimciliğin kişisel refah düzeyi üzerindeki etkisini belirlemeye yönelik yapılan bir çalışmada genç girişimciler arasında refah artışı kaynaklı girişimcilik niyeti yüksek iken, yaş arttıkça bu niyetin azaldığı, kadınların erkeklere kıyasla daha düşük girişimcilik niyetine sahip olduğu, eğitim düzeyi ve ülkenin gelişmişlik düzeyi yükseldikçe, refah

artışı kaynaklı girişimcilik isteğinin arttığı tespit edilmiştir (Amoros vd., 2021). Spivack & McKelvie (2021) ise yaş arttıkça girişimcilikte başarı ve başarısızlığa karşı daha az duyarlı oldukları, buna karşın genç girişimcilerin girişimcilik bağımlılığına ilişkin saplantı, öz değer ve geri çekilme/katılma boyutlarından daha fazla etkilendiklerini belirtmektedir.

Bir girişim başarısızlığını ruhsal açıdan atlatanların, sonraki girişimlerde başarılı olma olasılığı arttarken, aşırı şüphecilik ve kontrollü olma girişimcilik güdüsünü olumsuz etkilemekte, girişimci kimliği girişim sorunlarına bakış açısını ve girişim başarısını etkilemektedir (Murnieks vd., 2020). Girişimcinin eğitim düzeyi, iş tecrübesi ve sektör bilgisi gibi kişisel özellikleri de girişim başarısı üzerinde etkilidir (Ye vd., 2019). Diğer taraftan, küresel krizler, yetersiz politik ve iktisadi kurumlar, bölgeler arası çatışmalar, tedarik zincirinin bozulması, arz güvenliğini tehdit eden gelişmeler ve sosyal açıdan sorumsuz yaklaşımlar, girişimcilik faaliyetlerini olumsuz yönde etkilemektedir.

Turizmde Girişimci Başarısı ve Girişimci Memnuniyeti

Alan yazın incelemesine dayalı olarak yürütülen bir araştırmada, insanları girişimciliğe iten en önemli dışsal faktörlerin ekonomik ve finansal nitelikli olduğu, içsel faktörlerin ise kimlik, moral değerleri, girişimcilik tutkusu ve duygular olduğu sonucuna ulaşılmıştır (Murnieks vd., 2020). Temelde girişimcilik güdülerini etkileyen faktörler, itici faktörler veya çekici faktörler ya da ikisinin bileşimi olarak ortaya çıkan faktörler olarak üçe ayrılabilir. İtme faktörleri, hoşnut olunmayan iş veya istihdamı içerirken, çekim faktörleri başarı ihtiyacını, özerkliği ve finansal başarıyı içermektedir. Bu nedenle, girişimciliğe itilen bireyler ihtiyaç güdümlü girişimciler olarak nitelendirilirken, girişimciliğe çekilenler fırsat güdümlü girişimciler olarak adlandırılır (Amoros vd., 2021). İhtiyaç güdümlü zorunlu girişimcilik, istihdam eksikliğinden kaynaklanan ve yüksek yetenek gerektiren girişimcilik faaliyetleridir. Buna karşın fırsat güdümlü girişimcilik ise daha yüksek düzeydeki ihtiyaçları karşılamaya yönelik, daha fazla fırsatçılık, hırs ve heves gerektirir. Bu nedenle, beşerî sermaye çeşitliliğinin girişimcilik süreci üzerinde önemli etkiye sahip olduğu ve daha da önemlisi, benzer düzeyde beşerî sermayeye sahip bireylerin, farklı ortamlarda bulunduklarında tamamen farklı türde girişimcilik süreçlerine girebildikleri varsayılmaktadır (Dencker vd., 2021). Fırsat güdümlü girişimciler ile ihtiyaç güdümlü girişimciler benzer performans göstermekle beraber, ihtiyaç ve zorunluluk güdümlü girişimciliğin yaygın olduğu gelişmekte olan ülkelerde temkinli düşük girişimcilik daha yüksek refah düzeyi ile özdeşleştirilmektedir (Amoros vd., 2021). Ancak böylesi bir yaklaşımda dahi, ihtiyaç güdümlü girişimcilik türünün yeni işyerlerinin açılması, istihdam artışı ve kişisel refah artışında etkin bir rol oynadığı ileri sürülebilir.

Girişimcilikte fırsat temelli bakış açısı, girişimcilik sürecinin büyük ölçüde bireysel girişimcilerin kontrolü dışındaki faktörlere bağlı olduğunu vurgular (Eckhardt & Shane, 2003). Bu noktada genellikle girişimciliği destekleyen koşulların zayıf olduğu, daha istikrarsız ve başarısızlığın daha yaygın olduğu gelişmemiş ve gelişmekte olan ülkelerdeki girişimciler genellikle ihtiyaç güdümlü, buna karşın kurumsallaşma ile desteklenen ve daha istikrarlı gelişmiş ülkelerdeki girişimciler ise fırsat güdümlü girişimcilik özellikleri göstermektedir (Amoros vd., 2021; Porfirio vd., 2020). Bu noktadan hareketle, Góday vd. (2021) girişimcilik güdülerine yönelik yaptıkları araştırmada, bağımsızlık, kendini kanıtlama, bireysel beceri ve yeteneklerinden yararlanma arzusunun girişimciliği başlatan en önemli güdüler olduğu sonucuna ulaşmışlardır. Aynı araştırmada, bireyi iyi hissettiren ve kendini kanıtlama olanağı sağlayan çekim faktörlerinin girişim başarısını olumlu etkilerken, itici faktörler (başka seçeneği olmama, umutsuzluk, işsiz kalma, önceki işten memnuniyetsizlik vs) ile girişim başarısı arasında anlamlı bir ilişki olmadığı ortaya çıkmıştır.

Lu vd. (2020), girişimcilik bakış açısının “firma yaratma odaklı bakış”, “girişimcilik faaliyetleri odaklı bakış” ve “fırsat odaklı bakış” olmak üzere üçe ayrılabilirliğini ileri sürmektedir. Krammer & Gören (2021) ise girişimciliğin itici güçlerini, ekonomik iticiler (fırsatlar veya ihtiyaçlar), kurumsal özellikler (kurallar, düzenlemeler ve gayri resmi nitelikli kurumsallaşma), riskten kaçınma gibi bireysel özellikler, kültürel özellikler ve coğrafi özellikler olarak sınıflandırmaktadır. Altınışık & Külen (2020) ise girişimcileri, başkalarının göremediği piyasa boşluklarını ve fırsatları görüp, bu fırsatları değerlendirebilen ve fikirlerini uygulayabilmek için gerekli riskleri almaya yatkın kişiler olarak görmektedir. Holden (2016) girişimciliği cesaretlendirmenin en etkili yolunun, girişimcilere vergi avantajı sağlanması, girişimciliği teşvik edici mevzuatın oluşturulması, sermaye erişiminin kolaylaştırılması, finansal teşvikler, girişimciliğin devletçe teşvik edilmesi ve girişimciliğe ilişkin yeterli verilerin sağlanabilmesinden geçtiğini vurgulamaktadır.

Turizm faaliyetlerinin insan odaklı olması, turizm girişimciliğinde sosyal girişimciliği ön plana çıkarmaktadır. Alegre ve Berbegal-Mirabent (2016) turizm girişimciliğinde sosyal yenilikçiliğin başarı üzerinde etkili olduğunu, değer önerisi, uygun pazar araştırması ve paydaş katılımı faktörlerinin firmanın başarısına büyük ölçüde katkıda bulunduğunu vurgulamaktadır. Sigala (2016) ise turizmde sosyal girişimciliğin, sosyal değerler birlikte oluşturulması sürecinde yeni pazar fırsatlarının belirlenmesi, diğer piyasa aktörleriyle ilişki kurulması ve sosyal değişimi yönlendirmek için pazar yapısını etkileme süreçlerini kapsadığını belirtmektedir. Strobl & Kronenberg (2016), girişimcilerin işletme yaşam döngüsü boyunca güçlü ilişkileri tercih ettiğini, neslinden nesle geçiş ve rekabet ortamındaki değişikliklerin ise ağ yapılarını değiştirdiğini ileri sürmektedir. Özdemir (2009) ise turizm girişimciliği üzerine yaptığı bir araştırmada, yatırım öncesi küçük ölçekli turizm girişimcilerinin öncelik sırasına göre en fazla sermaye, yabancı dil, pazarlama ve işletme bilgisi desteğine ihtiyaç duydukları sonucuna ulaşmıştır. Yapılan bir başka araştırmada turizm girişimciliğinde dijital platformlara dayalı işbirliklerinin önemli olduğu, bu bağlamda 25-34 yaş bireyler arasında dijital platformlara dayalı işbirlikçi girişimcilik teşebbüsünün daha yüksek olduğu, yaşla birlikte bu eğilimin sürekli olarak azaldığı, kadınlar daha çok konaklama sektörünü tercih ederken, erkeklerin ulaştırma sektörünü tercih ettiği ve büyük şehirlerde yaşayan bireylerin konaklama ve ulaştırma girişimciliğine katılımının daha yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır (Leick vd., 2022).

Kuşkusuz girişimci memnuniyetini arttıran en önemli unsur, girişimciliğin sağlayacağı refah artışı beklentisidir. Wiklund vd. (2019) girişimcilik refahını, “girişimciliği başlatma, geliştirme, büyütme ve yürütme ile ilgili psikolojik işleyiş, memnuniyet deneyimi ve olumlu etkisi” olarak tanımlamaktadır. Bu tanımdan hareketle, girişimci güdülerini anlamada bir girişimcinin kişisel refah algısının ölçülmesinin oldukça önemli olduğu ortaya çıkmaktadır. Nitekim Pavot ve Diener (2008), girişimci yaşam memnuniyetinin kişisel refah algısının bir belirleyicisi olduğu varsayımı ile “yaşam memnuniyeti” ölçeği geliştirmiştir. Murnieks vd. (2020) ise girişimci güdülerinin girişim başarısı üzerindeki etkisinin değişkenlik gösterdiğini, girişimcilerin dışsal faktörlerden daha fazla etkilendiğini ve tutkulu girişimcilerin daha yüksek performans sergilediğini ileri sürmektedir.

Girişimci Özelliği ile Girişimci Yeterliliğinin Girişim Başarısı ve Girişim Memnuniyetine Etkisi

Bireysel faktörlerin yanında, kültürel ve ekonomik faktörler de girişimcilik faaliyetlerini olumlu veya olumsuz etkileyebilmektedir. Girişimciliğin özendirilmesinde üniversiteler, ticaret ve sanayi odaları, meslek odaları, danışmanlık kuruluşları, pazar araştırmacıları, halkla ilişkiler uzmanları ve iştirakçi firmalar da önemli rol oynamaktadır. Puumalainen vd. (2015) yaptıkları bir araştırmada, iktisadi kalkınma göstergelerinin güç mesafesi ve

bireysellik ile ilişkili olduğu, düşük güç mesafesinin artan bireysellik, akılcılık, bireyci değerler ve yüksek kalkınma ile örtüştüğü, ancak girişimciliğin, bireysellikten çok kolektivistliğin yaygın olduğu ve güç eşitsizliğinin meydan okunduğu ülkelerde daha yüksek olduğunu sonucuna ulaşmışlardır. Benzer bir yaklaşımla Stuetzer vd. (2018), belirsizlikten kaçınma ve güç mesafesinin yüksek olduğu kültürlerde risk alma eğiliminin azaldığı ve bu durumun ise düşük girişimcilik ile sonuçlandığını belirtmektedir. Aynı yazara göre bireysel başarısızlık korkusu, daha az risk alma, mevcut işlerde daha temkinli olma veya mevcut işleri büyüme konusunda azalan hırs düşük girişimcilik kültürünün bir yansıması olarak görülmektedir. Çelikkol vd. (2019) ise bireycilik, odaklanma ve hoşgörü gibi kültürel boyutların da girişimciliği desteklediğini belirtmektedir. Bu niteliği ile girişimcilik kültürü, üretim faktörleri ve kaynaklarının elverişli olduğu, insan sermayesi güçlü, endüstri çeşitliliği olan, mekânsal yapı ve örgütsel elverişliliğin olduğu ülkelerde gelişebilmektedir (Audretsch, 2020).

Yukarıdaki değerlendirmeler ışığında, kültürel yapının araştırmada ele alınan girişimci kişiliği, girişimci öz yeterliliği ve performansı üzerinde etkili olduğu ileri sürülebilir. Nitekim Stuetzer vd. (2018), tarihsel süreç içinde girişimcilik ile ilgili girişim ölçeği, faaliyetleri ve yönetim yapısını dikkate alan örgütsel bakış açısı, fırsatları keşfetme davranışına odaklanan davranışsal bakış açısı ve girişimciliği yenilikçilik veya büyüme gibi çıktılar temelinde sınıflandıran performansa dayalı bakış açısı olmak üzere üç temel bakış açısının ortaya çıktığını ileri sürmektedir. Altınışik ve Külen (2020), yenilikçiliğe, değişikliğe, başarısızlığa ve belirsizliğe karşı toleranslı, bireye karar verebilme, risk alma, fırsatları değerlendirebilme, ileriye görebilme, atılganlık, sorumluluk sahibi olma, özgürlük ortamı, birikim yapabilme ve girişimciliğe ilişkin aile içi destekler sağlayan kültürlerin girişimciliği özendirdiğini, tersi durumların girişimciliğin toplumda gelişmesini engellediğini vurgulamaktadırlar.

Bazı insanlar girişim başlatmayı sosyal statü ve kariyer kazanmak için bir şans olarak değerlendirirken, bazı insanların ise stresli ve bıkırtıcı bir süreç olarak değerlendirmektedir (Koh, 1996). Pınar (2015), başarılı girişimcilerin kişilik özelliklerini; yüksek düzeyde büyüme, kar, yönetsel ve finansal bağımsızlık güdüsü, nitelikli eğitim ve teknik bilgi, performans ve verimlilik artışından güdülenme, yeni girişimlerden hoşlanma, fırsatları değerlendirmekten hoşlanma, risk almaktan korkmama, sorun çözmekten hoşlanma, öz güvenli, akılcı, esnek, yenilikçi ve açık fikirli olma olarak sıralamaktadır. Koh (1996) ise yeni kurulan girişimlerin iflas oranı ilk üç yıl içinde oldukça yüksektir. Bu nedenle yeni girişimlerin hayatta kalması ve sosyo-ekonomik katkılarının devamı isteniyorsa, kurumsal destek kaçınılmazdır.

Turizm girişimcilerin ailelerini işin içine katmaları ve yaşam tarzları girişimcilik faaliyetlerini etkileyebilmekte (Mykletun & Gyimothy, 2010), bu girişimcileri özendiren belirli bir yere yerleşme arzusu (Hallak vd., 2012) ve etno-kültürel çekicilikler (Koh & Hatten, 2002) başarı ve başarısızlık üzerinde etkili olmaktadır. Dawson vd. (2011), turizm endüstrinin mevsimlik özelliğinin, özellikle küçük ölçekli girişimler ile kırsal alanlarda faaliyet yürüten girişimcileri, düzenlenecek etkinlik ve pazarlama faaliyetlerinde işbirliği yapmayı zorunlu kıldığını vurgulamaktadır. Aslan (2019) ise özellikle bazı küçük ölçekli turizm girişimcilerinin bilinçli olarak yaşam biçimi seçimi ve bağımsızlık algıları lehine ekonomik ve ticari büyüme fırsatlarından vazgeçebildiklerini, bunların sektörün mevsimsellik özelliğinden faydalanarak fırsatları değerlendiren ve algılanan girişimciliğin genellikle pazarlama uygulamaları ile sınırlı kaldığını vurgulamaktadır. Ioannides & Petersen (2003) ise bu girişimcilerin çoğunlukla “boşluk doldurucu” veya “çakma girişimci” olabildiğini ve önemli herhangi bir ürün veya yenilikçi süreçler geliştirme kanıtı sunamadıklarını ileri sürmektedir.

Girişimcilik başarısının sağladığı çok sayıdaki kazanımlara rağmen, girişimci olmanın getirdiği külfetler de bulunmaktadır. Girişimcilik, zaman, para, aile hayatı ve iş dışında yaşam kalitesinden fedakârlık etmek de dâhil olmak üzere çok çeşitli kişisel sorunları, stres, psikolojik sıkıntı ve özel hayattan fedakârlık etme gibi sorunları da içerebilmektedir. Girişimcilik faaliyetleri bu tür sosyal, duygusal, psikolojik ve fizyolojik sorunlara neden olmasına rağmen, bağımlılık yapıcı davranışların etkisiyle girişimciler girişimcilik faaliyetlerden vazgeçememektedirler (Spivack & McKelvie, 2021).

Araştırma Yöntemi

Araştırmanın amacı, turizm girişimciliğinde girişimci özelliklerinin girişimci başarısı ve girişimci memnuniyeti üzerindeki etkisini belirlemektir. Araştırma evreni, Balıkesir ili genelinde faaliyet gösteren girişimcilerden oluşmaktadır. Araştırmada, kolayda örnekleme yöntemi ile araştırmaya gönüllü olarak katılmayı kabul eden 166 turizm girişimcisine ulaşılabilmektedir. Katılımcılar; konaklama girişimcisi, termal turizm girişimcisi, seyahat acentacılığı girişimcisi, yiyecek içecek girişimcisi, kırsal alan turizm girişimcisi ve kadın girişimcilerden oluşmaktadır. Araştırmada istatistiksel olarak anlamlı bulgular elde edebilmek ve kıyaslamalar için her bir girişimci grubundan 30 örnekleme ulaşılmaya çalışılmıştır. Balıkesir’de 680 konaklama işletmesi, 99 seyahat acentası faaliyet göstermektedir (Tursab.org.tr). Araştırmada diğer alanlardaki girişimci sayısı ile ilgili herhangi bir veriye ulaşılamamış olsada, evren büyüklüğünün 5 000-10 000 arasında olduğu tahmin edilmektedir. Veriler Şubat 2022-Temmuz 2022 tarihleri arasında toplanmıştır. Bu araştırmada kullanılan verilerin toplanabilmesi için gerekli olan etik kurul izin belgesi Balıkesir Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler Etik Kurulu 08.04.2021 tarihi ve E-19928322-108.01-39311 sayı numarası ile alınmıştır. Veri toplamada anket tekniği kullanılmıştır. Anket formunun ilk 15 maddesinin oluşturulmasında Hallak vd. (2015), Ye vd. (2019), Wang vd. (2019), Góday vd. (2021), Amoros vd. (2021) ile Krammer & Gönen’nin (2021) çalışmalarından yararlanılmıştır. Anket formunun son beş maddesi ise Pavot ve Diener (2008) tarafından geliştirilen “Girişimci Yaşam Memnuniyeti” ölçeğinden aynen alınmıştır.

Araştırmada kullanılan anket formu üç bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde, katılımcıların demografik özelliklerine ilişkin sorular, ikinci bölümde girişimciler ile ilgili genel veri elde etmeye yönelik 2 adet kapalı uçlu ve 2 adet sıralı ölçek sorusu, üçüncü bölümde ise girişimci özelliklerinin girişim başarısı ve memnuniyeti üzerindeki etkisini belirlemeye yönelik 20 maddelik beşli Likert ölçeği bulunmaktadır.

Bir ölçümün güçlü olmasını sağlayan en önemli unsurlardan birisi geçerliliktir. Geçerlilik ölçümün amacına uygunluk ve ölçüm yapılan ana kütleye genelleme yapabilme anlamına gelir (Çakmur, 2012). Bu noktadan hareketle araştırmada, turizmde girişimci özelliklerinin girişim başarısı ve memnuniyeti üzerindeki etkisini belirlemek amacıyla ölçeğin ilk onbeş maddesi için açıklayıcı ve son beş maddesi için ise doğrulayıcı faktör analizinden faydalanılmıştır. Ölçeğin faktör analizine uygun olup olmadığını belirlemek için Kayser-Meyer-Olkin (KMO) değerine ve küresellik (Bartlett’s Test) derecesine bakılmıştır. KMO değerinin 0,5’den büyük olması, kullanılan veri setinin faktör analizine uygun olduğunu göstermektedir (Kalaycı, 2006).

Sosyal bilimlerde yapılan araştırmalarda yapılan ölçümlerin tutarlı olup olmadığının belirlemede güvenilirlik analizi de önemli bir yer tutmaktadır. Araştırmada güvenilirlik analizi kapsamında “Cronbach Alpha” analizi kullanılmıştır. Güvenilirlik hesaplarında sıkça kullanılan bir katsayı olan "Cronbach Alpha" katsayısı, maddeler arası korelasyon ortalamasını dikkate alarak iç güvenilirliği hesaplamaktadır (Aktürk & Acemoğlu, 2012). Cronbach Alpha katsayısı, 0 ile 1 arasında bir değer almakta ve bu değer, 0.70 üstünde olduğu durumlarda ölçeğin güvenilir

olduğu kabul edilmektedir (Sipahi, Yurtkoru & Çinko, 2006). Kalaycı (2006) ise bir ölçeğin alfa katsayı değeri $0,40 \leq \alpha < 0,60$ arasında ise ölçek düşük güvenilirliğe, ölçek değeri $0,60 \leq \alpha < 0,80$ arasında ise ölçek orta düzey güvenilirliğe ve ölçek değeri $0,80 \leq \alpha < 1,00$ arasında ise ölçek yüksek derecede güvenilirliğe sahip olduğunu belirtmektedir.

Güvenilirlik ve Geçerlilik Analizi

Araştırmada turizmde girişimci özellikleri ve yeterliliğinin girişim başarısı ve memnuniyetine etkisi (GÖYBM) ölçeğinin güvenilirliğini belirlemek amacıyla yapılan ön analizde, ölçek bütünü ($\Sigma\alpha = 0,855$) ile yüksek düzeyde güvenilirliğe sahip olduğu ortaya çıkmıştır ($0,80 < \alpha < 1,00$). Açımlayıcı faktör analizi sonucu belirlenen faktörlere dayalı yapılan son analizde ise GÖBM ölçek bütünü ($\alpha = 0,789$ ile orta düzeyde güvenilirliğe sahip olduğu tespit edilmiştir. Çalışmada, Pavot ve Diener'in (2008) çalışmasından aynen alınan "girişimci yaşam memnuniyeti" alt ölçeğinin güvenilirliği ($GYM = \alpha = 0,821$) ile yüksek düzeydedir. Bu değer aynı yazarlar tarafından yapılan altı çalışmada $0,79$ ile $0,89$ arasında değiştiği tespit edilmiştir. Çalışmada elde edilen değer ile diğer çalışmalarda elde edilen değerler örtüşmektedir. Ayrıca, girişimci öz yeterliliğinin ($GY = \alpha = 0,813$) ile yüksek düzeyde, girişimci özelliklerinin başarı etkisi ($GÖB = \alpha = 0,618$) ile orta düzeyde ve girişim başarısı alt ölçeğinin de ($GB = \alpha = 0,580$) ile düşük düzeyde güvenilirliğe sahip olduğu ortaya çıkmıştır.

Tablo 1. Ölçeğe İlişkin Güvenilirlik Analizi, KMO ve Bartlett Testi

Ölçekler	Cronbach's Alpha	KMO	Bartlett Testi
Girişimci Yaşam Memnuniyeti (GYM)	,821	0,782	$X^2=330,825$, df:10, $p<,000$
Girişimci Yeterliliği (GY)	,813	0,729	$X^2=318,152$, df:10, $p<,000$
Girişimci Özelliklerinin Başarı Etkisi (GÖB)	,618	0,500	$X^2=38,231$, df:3, $p<,000$
Girişim Başarısı (GB)	,580	0,500	$X^2=29,970$, df:1, $p<,000$
Turizmde Girişimci Özellikleri ve Yeterliliğinin Girişim Başarısı ve Memnuniyetine Etkisi Ölçek Bütünü (GÖYBM)	,789	0,749	$X^2=902,153$, df:190, $p<,000$

Çalışmada 20 maddelik turizmde girişimci özellikleri ve yeterliliğinin girişim başarısı ve memnuniyetine etkisi ölçeğinin (GÖYBM) yapı geçerliliğini test etmek için başvurulmuş ilk faktör analizinde KMO=0,793 olarak bulunmuştur. İlk analizde madde yükü $0,5$ altında olan üç madde ölçekten çıkartılarak elde edilen 17 maddelik ölçeğe yeniden faktör analizi uygulanmıştır. İkinci faktör analizinde madde yükü faktörler arasında eşit dağılmayan iki madde tespit edilmiş, bu maddeler de ölçekten çıkartılarak elde edilen 15 maddelik ölçeğe yeniden faktör analizi uygulanmıştır. Yapılan bu ikinci analizde KMO=0,749 ve küresellik derecesi (X^2)= 902,153 olarak bulunmuştur. Çalışmada, doğrulayıcı faktör analizi uygulanan "girişimci yaşam memnuniyeti" alt ölçeğinin KMO=0,782 bulunmuştur. Açımlayıcı faktör analizi uygulanan diğer alt faktörlerden "girişimci öz yeterliliğinin" KMO değeri (0,729), "girişimci özelliklerinin başarı etkisi" alt ölçeği (0,5) ile "girişim başarısı" alt ölçeğinin KMO değerleri ise (0,5) ile faktör analizine uygun olduğu ortaya çıkmıştır.

Tablo 2'deki değerler, araştırmada kullanılan ölçek bütünü ile alt ölçeklere ilişkin KMO değerlerinin $0,50$ 'den büyük olduğunu ve küresellik derecelerinin de tüm ölçeklerin örneklem yeterliliğine sahip olduğunu göstermektedir. Bu değerler, araştırmada elde edilen verilerden istatistiksel olarak anlamlı faktörler elde edilebileceğini işaret etmektedir. Çalışmada elde edilen bulgular, turizm girişimci yeterliliğinin girişim başarısı ve memnuniyetine etkisi ölçek bütünü ile ölçek bütünü oluşturan boyutlar arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişkinin olduğunu göstermektedir.

Faktör Analizi

Yapılan açımlayıcı faktör analizi sonucunda, toplam varyansın %61,5'ini açıklayan dört faktörlü bir ölçek elde edilmiştir. Toplam varyansın %27,6'sını açıklayan birinci faktör beş maddeden oluşmaktadır. Bu beş madde Pavot ve Diener (2008) tarafından oluşturulan “girişimci yaşam memnuniyeti” ölçeğinden aynen alınmış olup girişimcinin refah algısı ile ilgilidir. Toplam varyansın %16,67'sini açıklayan ve yine beş maddeden oluşan ikinci faktör ise girişimci öz yeterliliği ile ilgilidir. Bu nedenle faktöre, “Girişimci Yeterliliği” faktörü adı verilmiştir. Toplam varyansın %9,1'ini açıklayan ve girişimci özellikleri ile ilgili üç maddeden oluşan faktöre de “Girişimci Özellikleri” faktörü adı verilmiştir. Toplam varyansın %8'ini açıklayan ve iki maddeden oluşan son faktöre de “Girişim Başarısı” faktörü adı verilmiştir.

Tablo 2. Faktör Analizi

Faktörler	Yük	Öz Değer	Vary. (%)	Ort.	Alfa
1. Faktör (5 Madde): Girişimci Memnuniyeti		4,143	27,619	3,242	,776
16. Yaşadığım hayat, idealime yakındır	,677				
17. Hayat koşullarım mükemmeldir	,626				
18. Hayatımdan oldukça memnunum	,662				
19. Hayatta beklediğim önemli şeyleri elde edebildim	,798				
20. Eğer yeniden hayata gelseydim, hayatımdaki hiçbir şeyi değiştirmezdim	,690				
2. Faktör (5 Madde): Girişimci Yeterliliği		2,501	16,676	4,148	,794
9. Girişimimiz maddi ve maddi olmayan tüm kaynaklarını iyi değerlendirmektedir	,631				
10. İşletmemizde doğru kararlar alınmaktadır	,679				
11. Girişim performansımız tatmin edici düzeydedir	,809				
12. Girişimimiz genel olarak başarılıdır	,707				
13. Yapılan girişim beklentileri karşılamaktadır	,720				
3. Faktör (3 Madde): Girişimci Özellikleri		1,368	9,123	4,096	,742
2. Bireysel ihtiyaçlarımın girişimcilik motivasyonumu olumlu etkilediğini düşünüyorum	,737				
3. Demografik özelliklerimin (yaş, gelir, eğitim vs.) girişimciliğimi olumlu etkilediğini düşünüyorum	,713				
4. Kişilik özelliklerimin, girişimcilik başarıyı olumlu etkilediğini düşünüyorum	,548				
4. Faktör (2 Madde): Girişim Başarısı		1,212	8,083	3,575	,572
5. İşletmemizin karlılığı yeterli düzeydedir	,621				
7. İşimizdeki büyüme ve gelişme yeterli düzeydedir	,666				
TOPLAM			61,501	3,759	,850

Temel Bileşenler Analizi; KMO=0,749; Bartlett's Test (X²)=902,153; Açıkladığı varyans %61,5; Ort.=3,759; α=.749.

Araştırma Bulguları ve Tartışma

Katılımcıların demografik özelliklerini belirlenmeye yönelik yapılan betimleyici istatistik analizinde, katılımcıların %54,8'inin kadın, %45,2'sinin ise erkek olduğu ortaya çıkmıştır. Katılımcılardan %14,5'i 30 yaş ve altında, %46,4'ü 31 ile 40 yaş arasında, %33,7'si 41 ile 50 yaş arasında ve %5,4'ü ise 51 yaş ve üstündedir. Katılımcılardan %14,5'i ilk ve ortaokul mezunu, %45,8'i lise mezunu, %21,1'i önlisans mezunu ve %18,7'si ise lisans ve lisansüstü mezunudur. Veriler incelendiğinde, katılımcılar arasında kadın girişimci sayısının fazla olduğu, yaklaşık %80'inin 31-50 yaşa arasında olduğu ve lise mezunu girişimcilerin çoğunlukta olduğu anlaşılmaktadır. Veriler, girişimcilerin ağırlıklı olarak orta yaş grubuna mensup olduğunu göstermektedir. Girişimcilik öncesi, girişimcilik alanına ilişkin mesleki tecrübeye sahip olan katılımcıların oranı %44,6'dır. Girişim öncesi, girişimcilik alanına ilişkin herhangi bir mesleki tecrübeye veya deneyime sahip olmayan girişimcilerin oranı ise %55,4'dür. Bu

bulgu, Balıkesir’deki turizm girişimcilerinin çoğunlukla girişimcilik alanı ile ilgili yeterli deneyime sahip olmadan girişimcilik başlattığını ortaya koymaktadır.

Araştırmada, turizm sektörünün farklı alanlarında yapılan girişimcilik faaliyetlerinin girişimci başarısı ve memnuniyeti üzerinde farklılık ortaya çıkarıp çıkarmadığı belirlenmeye çalışılmıştır. Bu amaca yönelik yapılan betimleyici analizde, girişimcilerden %22,9’unun konaklama, %9,6’sının termal turizm, %21,7’sinin yiyecek içecek, %7,2’sinin seyahat acentacılığı ve %19,3’ünün de kırsal turizm alanında girişimcilik faaliyetleri yürüttüğü tespit edilmiştir. Katılımcılardan %19,3’ü de turizmde kadın girişimciliği yapmaktadır.

Tablo 3. Katılımcıların Yürüttüğü Turizm Girişimciliği Türleri

Girişimcilik Türü	Frekans	%
Konaklama Girişimciliği	38	22,9
Termal Turizm Girişimciliği	16	9,6
Yiyecek ve İçecek Girişimciliği	36	21,7
Seyahat Acentacılığı Girişimciliği	12	7,2
Turizmde Kadın Girişimciliği	32	19,3
Kırsal Turizm Girişimciliği	32	19,3
TOPLAM	166	100,0

Araştırmada, katılımcılardan sekiz seçenekli girişimci özelliklerini önem derecesine göre sıralamaları istenmiştir. Ural ve Kılıç (2011) veri analizinde kullanılan sıralama ölçeği değişkenlerinin aldığı değerlerin, birbirlerine üstünlükleri ya da önem derecesine göre sıralandığını belirtmektedir. Fabbris (2013) ise katılımcıların tercihlerini ve seçimlerini belirlemede bir veri toplama aracı olarak kullanılabilen sıralama ölçeği tekniğinin, seçim seti arasındaki öncelikleri belirlemede son derece uygun olduğunu ve maddeler arasındaki hiyerarşiyi ortaya çıkardığını vurgulamaktadır. Tekniğinin uygulanması, önceden belirlenen bir yapıya göre katılımcıların belli bir konudaki maddeleri en önemliden en önemsiz doğru sıralamasına dayanmaktadır. Çalışmada, katılımcılardan girişimci özelliklerine ilişkin maddelere verdiği değerler, en fazla önem verilen maddeden en önemsiz maddeye doğru “1., 2., 3., ...n” olarak sıralamaları istenmiştir. Sıralamad “1” değerine yaklaştıkça bir maddenin önem derecesi artmakta, uzaklaştıkça ise o maddeye verilen önem azalmaktadır.

Tablo 4’teki veriler, katılımcıların özgüvenli olmayı en önemli girişimci özelliği olarak gördüklerini ortaya koymaktadır. Bu özelliği, önem derecesine göre sırayla fırsatları değerlendirme, ekonomik bağımsızlık, risk almaktan hoşlanma, başarılı olma, yenilikçi kişilik, lider ruhluluk ve vizyonerlik izlemektedir. Tablo dikkatlice incelendiğinde, katılımcılar arasında bir girişimci özelliği olan özgüvenin birinci derecede en önemli girişimci özelliği olarak görüldüğü, girişim başarısı ile ilişkili fırsatları değerlendirmenin ikinci derecede önemli görüldüğü ve girişimde başarılı olmanın ise beşinci derecede önemli bir girişimci özelliği olarak algılandığı ortaya çıkmıştır. Bu bulgu, Balıkesir’deki turizm girişimcilerinin yeterince özgüvenli, fırsatçı ve başarı güdülü olduklarını ortaya koymaktadır.

Tablo 4. Girişimci Özelliklerinin Ağırlıklı Ortalaması

Girişimci Özellikleri	Frekans	Ağırlıklı Ortalama
Özgüvenli Olma	165	5,38
Fırsatları Değerlendirme	165	5,26
Ekonomik Bağımsızlık	165	5,18
Risk Almaktan Hoşlanma	163	5,01
Başarılı Olma	165	4,87
Lider Ruhlu Olma	163	4,31
Yenilikçi Kişilik	165	3,36
Vizyon ve Kararlılık	165	2,72

Araştırmada turizmde girişimci yeterliliğinin, girişim memnuniyeti ve girişim başarısı üzerindeki etkisini belirlemek amacıyla varyans analizine başvurulmuştur. Bu amaçla ilk olarak “cinsiyet” değişkenine dayalı uygulanan bağımsız örneklem T testinde, katılımcılar arasında sadece “girişimci yeterliliği” faktöründe istatistiksel olarak anlamlı bir algı farklılığı tespit edilmiştir ($F=4.046$ ve $p=0,046<0,05$). Ortalamalar, kadınlarda 12,4176 ve erkeklerde ise 12,1467’dir. Bu bulgu, erkeklerin kadınlara kıyasla girişimci yeterliliklerini daha yüksek olarak algıladıklarını ortaya koymaktadır. Ayrıca bu bulgu, katılımcıların girişimci özellikleri arasında “öz güvenli” olmayı birinci derecede önemli görmeleri ile paralellik göstermektedir. Katılımcılar arasında yaş değişkenine dayalı faktörlere yönelik herhangi bir algı farklılığı bulunmamaktadır.

Tablo 5. Turizmde Girişimci Özelliği ve Yeterliliğinin, Girişim Başarısı ve Girişim Memnuniyeti Üzerindeki Etkisine Yönelik Bulgular

Girişimci Profili Değişkenleri			N	Yük	S.S.	df	F	p
Cinsiyet*	Girişimci Memnuniyeti	Kadın	91	16,7143	3,85367	164	,144	,705
		Erkek	75	15,6133	3,58259			
	Girişimci Yeterliliği	Kadın	91	20,6484	3,14245	164	4.046	,046
		Erkek	75	20,8533	2,29978			
	Girişimci Özelliği	Kadın	91	12,4176	1,88011	164	,000	,994
		Erkek	75	12,1467	1,80610			
	Girişim Başarısı	Kadın	91	7,3736	1,67762	164	2,736	,100
		Erkek	75	6,8667	1,44571			
Yaş	Girişim Memnuniyeti	30 Yaş ve altı	24	15,8333	3,59549	2	,197	,821
		31-40 Arası	77	16,3766	3,39132			
		41 Yaş ve Üstü	65	16,1692	4,25577			
	Girişimci Yeterliliği	30 ve altı	24	21,3333	2,49637	2	,880	,417
		31-40 Arası	77	20,7922	2,42432			
		41 Yaş ve Üstü	65	20,4615	3,25517			
		Total	166	20,7410	2,78727			
	Girişimci Özelliği	30 Yaş ve altı	24	12,6250	1,76469	2	1,106	,333
		31-40 Arası	77	12,4026	1,73402			
		41 Yaş ve Üstü	65	12,0462	1,99555			
		Total	166	12,2952	1,84643			
	Girişim Başarısı	30 Yaş ve Altı	24	6,8750	1,82525	2	,625	,536
		31-40 Arası	77	7,2727	1,52726			
		41 Yaş ve Üstü	65	7,0923	1,58827			
		Total	166	7,1446	1,59265			
Eğitim	Girişimci Memnuniyeti	İlk/Ortaokul	24	16,5833	4,28259	3	1,606	,190
		Lise	76	16,3553	3,90795			
		Önlisans	35	16,8000	3,39377			
		Lisans	31	14,9355	3,21388			
	Girişimci Yeterliliği	İlk/Ortaokul	24	20,0833	3,71737	3	1,361	,257
		Lise	76	20,5921	2,65921			
		Önlisans	35	21,4857	2,53646			
		Lisans	31	20,7742	2,47265			
	Girişimci Özelliği	İlk/Ortaokul	24	12,1250	2,38314	3	,207	,891
		Lise	76	12,3158	1,83456			
		Önlisans	35	12,2000	1,77896			
		Lisans	31	12,4839	1,52471			
	Girişim Başarısı	İlk/Ortaokul	24	7,4167	1,81579	3	3,924	,010
		Lise	76	7,0789	1,57280			
		Önlisans	35	7,7143	1,48664			
		Lisans	31	6,4516	1,33763			

Tablo 5. Turizmde Girişimci Özelliği ve Yeterliliğinin, Girişim Başarısı ve Girişim Memnuniyeti Üzerindeki Etkisine Yönelik Bulgular (devamı)

Faaliyet Alanı	Girişimci Memnuniyeti	Konaklama	38	15,7368	3,30997	5	2,467	,035
		Termal turizm	16	14,0625	2,64496			
		Yiyecek içecek	36	16,1111	4,73152			
		Acenta	12	15,2500	4,22385			
		Kadın girişimci	32	17,3125	3,65829			
		Kırsal Turizm	32	17,2500	2,91824			
		Total	166	16,2169	3,76281			
	Girişimci Yeterliliği	Konaklama	38	21,2895	2,20451	5	1,800	,116
		Termal turizm	16	20,1875	2,13600			
		Yiyecek içecek	36	21,2778	3,01056			
		Acenta	12	21,5833	2,67848			
		Kadın girişimci	32	19,7813	3,14934			
		Kırsal turizm	32	20,4063	2,90560			
		Total	166	20,7410	2,78727			
	Girişimci Özelliği	Konaklama	38	12,6053	1,83862	5	1,293	,270
		Termal turizm	16	11,5625	1,82460			
		Yiyecek içecek	36	12,1111	1,99682			
		Acenta	12	12,2500	1,60255			
		Kadın girişimci	32	12,0625	2,10893			
		Kırsal turizm	32	12,7500	1,39122			
		Total	166	12,2952	1,84643			
	Girişim Başarısı	Konaklama	38	6,5000	1,35068	5	4,843	,000
		Termal turizm	16	6,2500	1,06458			
		Yiyecek içecek	36	7,0000	1,41421			
		Acenta	12	7,6667	1,55700			
		Kadın girişimci	32	7,7813	1,80919			
		Kırsal turizm	32	7,6875	1,61520			
		Total	166	7,1446	1,59265			
Girişimci Özelliği	Girişim	Total	166	16,2169	3,76281	9	1,769	,078
	Girişim Başarısı	Total	166	7,1446	1,59265	9	3,055	,002
Girişimci Yeterliliği	Girişim	Total	166	16,2169	3,76281	12	2,275	,011
	Girişim Başarısı	Total	166	7,1446	1,59265	12	2,764	,002

*Bağımsız Örneklem T-Testi uygulanmıştır.

Eğitim düzeyi değişkenine dayalı katılımcılar arasında sadece “girişim başarısı” faktöründeki algı farklılığı istatistiksel olarak anlamlıdır ($F=3,924$ ve $p=0,010<0,05$). Ortalamalar ilk/ortaokul mezunlarında 7,4167, lise mezunlarında 7,0789, önlisans mezunlarında 7,7143 ve lisans mezunlarında 6,4516’dır. Bu bulgu, turizm girişimcileri arasında kendilerini en fazla başarılı görenlerin önlisans mezunları olduğunu, en başarısız görenlerin ise lisans mezunlarının olduğunu göstermektedir. Bu bulgu aynı zamanda, Balıkesir’deki lisans mezunu turizm girişimcilerin kendilerini ilk/ortaokul ve lise mezunlarından dahi başarısız olarak değerlendirdiklerini ortaya koymaktadır. Bu bulgunun, ileride başka destinasyonlara ve sektörlere yönelik yapılacak çalışmalar ile kıyaslanmasının alan yazına daha fazla katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Faaliyet alanı değişkenine göre ise turizm girişimcileri arasında girişim memnuniyeti ($F=2,467$ ve $p=0,035$) ve girişim başarısı ($F=4,843$ ve $p=0,000$) faktörleri konusunda istatistiksel olarak anlamlı algı farklılığı bulunmaktadır. Girişimci memnuniyeti faktöründe ortalamalar kadın girişimciliğinde (17,3125), kırsal turizm girişimciliğinde (17,2500), yiyecek içecek girişimciliğinde (16,1111), konaklama girişimciliğinde (15,7368), acenta girişimciliğinde (15,2500) ve termal turizm girişimciliğinde (14,0625)’dir. Bu bulgular, kadın girişimcilerin turizm girişimciliğinde

en yüksek memnuniyet düzeyine sahip olduğunu göstermektedir. Kadın girişimcilerini memnuniyet düzeyi yüksekliğine göre kırsal turizm, yiyecek içecek, konaklama, acenta ve termal turizm girişimcileri izlemektedir. Bu bulgular aynı zamanda, sektördeki girişimcilik memnuniyetine yönelik son derece özgün veriler sunmaktadır. Gül'e göre (2023) turizm sektöründe kadın girişimciliği, kırsal turizm girişimciliği ve göreceli olarak yiyecek içecek girişimciliği KOBİ statüsündeki girişimciliklerdir. Buna karşın konaklama ile göreceli olarak acenta ve termal turizm girişimcilikleri daha kurumsal girişimcilik türleri arasındadır. Bu noktadan hareketle, araştırma bulguları sektördeki küçük girişimciler arasındaki girişimci memnuniyetinin büyük ölçekli girişimcilere kıyasla daha yüksek olduğunu ortaya koymaktadır. Girişim başarısı faktöründeki ortalamalar ise kadın girişimciliğinde (7,7813), kırsal turizm girişimciliğinde (7,76875), acenta girişimciliğinde (7,6667), yiyecek içecek girişimciliğinde (7,0000), konaklama girişimciliğinde (6,5000) ve termal turizm girişimciliğinde (6,2500)'dir. Bulgular incelendiğinde acenta girişimciliğindeki sıralama hariç girişimci başarısındaki ortalamaların girişimci memnuniyetindeki sıralama ile paralellik gösterdiği anlaşılmaktadır. Diğer bir deyişle, girişimci başarısı ile girişimci memnuniyeti arasında pozitif yönlü doğrusal bir ilişki bulunmaktadır. Ayrıca girişimci başarısı ve girişimci memnuniyeti ile ilgili elde edilen bulgular birlikte ele alındığında, Balıkesir'deki küçük ölçekli girişimcilerin büyük ölçekli girişimcilere kıyasla kendilerini daha başarılı gördükleri anlaşılmaktadır. Bunun nedenlerinin ileride başka destinasyonlara yönelik yapılacak araştırmalarda ele alınması, benzer bulguların elde edilip edilmeyeceğinin tespit edilmesi turizmde girişimci sorunlarının anlaşılabilmesine yönelik son derece önemli katkılar sağlayacaktır.

Araştırmada girişimci özelliklerinin, girişimci memnuniyeti ve girişimci başarısı üzerindeki etkisini belirlemek için başvuru T-Teste, girişimci özellikleri ile girişimci memnuniyeti arasındaki ($F=1,769$ ve $P=0,078$) ilişkinin istatistiksel olarak anlamsız olduğu ortaya çıkmıştır. Ancak, girişimci özelliği ile girişimci başarısı arasında ($F=3,055$ ve $P=0,002$) düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki bulunmaktadır. Bu bulgu, katılımcıların kişilik özelliklerinin, demografik özelliklerinin ve motivasyonlarının girişim başarısını etkilediğini düşündüklerini göstermektedir. Bu bulgular girişimci özelliklerinin girişim başarısını etkilediği yönündeki çalışmalar ile örtüşmektedir (Ye vd., 2019). Araştırmada girişimci yeterliliği ile girişimci memnuniyeti arasında ($F=2,275$ ve $P=0,011$) düzeyinde ve girişimci yeterliliği ile girişimci başarısı arasında ise ($F=2,764$ ve $P=0,002$) düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Bu bulguda, katılımcıların girişimcilerin kaynakları etkin kullanma, doğru kararlar alma ve girişimci performansına yönelik yeterliliklerinin girişimci başarısını ve memnuniyetini olumlu etkilediği yönünde görüşlere sahip olduklarını göstermektedir.

Tablo 6. Turizmde Girişimci Özellikleri ile Girişimci Yeterliliğinin, Girişim Başarısı ve Girişim Memnuniyeti Üzerindeki Etkisine Yönelik Korelasyon Analizi

Faktörler		GM	GY	GÖ	GB	Toplam
GM	Pearson Correlation	1	,209**	,163*	,422**	,786**
GY	Pearson Correlation	,209**	1	,248**	,262**	,658**
GÖ	Pearson Correlation	,163*	,248**	1	,233**	,520**
GB	Pearson Correlation	,422**	,262**	,233**	1	,641**
Toplam	Pearson Correlation	,786**	,658**	,520**	,641**	1

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Araştırmada turizmde girişimci özellikleri ile girişimci yeterliliğinin, girişim başarısı ve girişimci öz yeterliliği üzerindeki etkisini tespit edebilmek için korelasyon analizine de başvurulmuştur.

Tablo 6'daki veriler, girişimci memnuniyeti ile girişim başarısı ve girişimci yeterliliği arasında orta düzey, girişimci özellikleri ile ise zayıf düzeyde korelasyon ilişkisine sahip olduğunu göstermektedir. Girişimci yeterliliği ile girişimci özellikleri ve girişim başarısında ise orta düzey korelasyon ilişkisi bulunmaktadır. Girişimci özelliği ile girişim başarısı ve girişim yeterliliği arasında orta düzey, buna karşın girişim memnuniyeti arasında ise zayıf düzeyde korelasyon ilişkisi bulunmaktadır. Ölçek toplamı ile ölçek alt maddeleri arasındaki korelasyon ele alındığında ise en güçlü korelasyona ilişkisi girişim memnuniyeti ile, bunu girişimci memnuniyeti, girişim başarısı ve girişimci özellikleri korelasyon ilişkisi izlemektedir. Bu bulgular, daha önce varyans analizinde elde edilen bulgular ile paralellik göstermektedir. Diğer bir deyişle öngörüldüğü gibi girişim başarısı girişimci memnuniyetini pozitif yönde etkilemektedir. Girişimci yeterliliğinin, girişim başarısı ve girişimci memnuniyeti üzerindeki etkisi ise girişimci özelliklerine kıyasla daha etkili olduğu ortaya çıkmıştır.

Sonuç ve Öneriler

Turizm sektörü ekonomik, politik, sosyo-kültürel ve psikolojik risklerden en fazla etkilenen sektörlerden biridir. Sık sık krizlerle karşılaşılan sektörde, girişimci başarısı ve girişimci memnuniyetini konusu önem taşımaktadır. Ye vd. (2019) alan yazın taramasına dayalı yaptıkları bir değerlendirmede turizm girişimlerinin başarısında girişimcinin sosyo-demografik özelliklerinin, Lu vd. (2020) ise girişimci yeteneklerinin de etkili olduğunu ileri sürmektedirler.

Girişimci özellikleri ile girişimci yeterliliğinin girişim başarısı ve girişimci memnuniyeti üzerindeki etkisini belirlemek amacıyla yürütülen çalışmada, girişimcilerin yarısından fazlasının girişimcilik alanı ile ilgili yeterli bilgi ve mesleki deneyime sahip olmadan girişimcilik başlattığı ortaya çıkmıştır. Bu durum girişimci başarısı ve memnuniyeti açısından ciddi bir sorun olarak değerlendirilmektedir. Girişimciler, özgüvenli olmayı ve girişimci yeterliliğini en önemli girişimci özellikleri olarak görmektedirler. Bu özellikleri, önem derecesine göre sırayla fırsatları değerlendirme, ekonomik bağımsızlık, risk almaktan hoşlanma, başarılı olma, yenilikçi kişilik, lider ruhluluk ile vizyon ve kararlılık izlemektedir. Çalışmada girişimcilik özellikleri ile ilgili elde edilen bulgular alan yazındaki bazı çalışmalar ile örtüşmekle beraber (Mykletun & Gyimothy, 2010; Pınar, 2015), girişim başarısının, katılımcılar arasında altıncı derecede önemli bir girişimci özelliği olarak görülmesi oldukça düşündürücüdür.

Araştırmada başvuru alanı açıcı faktör analizinde, turizm girişimciliğinde girişimci özellikleri ile girişimci yeterliliğinin girişim başarısı ve memnuniyeti arasındaki ilişkiyi açıklayan dört faktörlü ölçek elde edilmiştir. Bunlar; girişimci özellikleri, girişimci yeterliliği, girişim başarısı ve girişim memnuniyeti faktörleridir. Bu dört faktörden hareketle, turizm girişimciliğinde girişimci özellikleri ile girişimci yeterliliğinin, girişim başarısı ve girişim memnuniyeti üzerindeki etkisini tespit edebilmek için başvuru alanı varyans analizinde, cinsiyet değişkenine dayalı olarak katılımcılar arasında sadece girişimci yeterliliği faktöründe algı farklılığını tespit edilmiştir. Erkekler, kendi girişimci yeterliliklerini kadınlara kıyasla daha yüksek olarak değerlendirmektedirler. Yaş değişkenine bağlı girişimciler arasındaki herhangi bir faktöre dayalı algı farklılığı ise istatistiksel olarak anlamlı değildir. Eğitim düzeyi değişkenine dayalı, katılımcılar arasındaki algı farklılığı sadece girişim başarısı faktöründe istatistiksel olarak anlamlıdır. En yüksek girişim başarısına sahip olduğunu düşünen grup önlisans mezunları iken, en düşük girişim başarısına sahip olduğunu düşünenler lisans mezunlarıdır. Bu sonuç, lisans mezunlarını girişim başarısı kriterlerinin daha farklı olabileceği veya başarı kriteri standartlarının daha yüksek olabileceği biçiminde yorumlanabilir. Bu konunun, ileride girişim başarısı kriterlerine yönelik yapılacak araştırmalarda aydınlatılması yararlı olacaktır.

Faaliyet alanına dayalı katılımcılar arasındaki algı farklılığı ise girişimci memnuniyeti ve girişimci başarısı faktörlerinde istatistiksel olarak anlamlıdır. Turizm girişimciliğinde girişimci memnuniyeti, en yüksekten en düşüğe doğru önem sırasına göre kadın girişimciliği, kırsal turizm girişimciliği, yiyecek içecek girişimciliği, konaklama girişimciliği, acenta girişimciliği ve termal turizm girişimciliği olarak sıralanmaktadır. Bu durum, sektördeki küçük girişimciler arasındaki girişimci memnuniyetinin büyük ölçekli girişimcilere kıyasla daha yüksek olduğunu göstermektedir. Girişimci başarısındaki sıralamada girişimci memnuniyeti ile paralellik göstermektedir. Önem sırasına göre kendilerini en başarılı gören girişimciler, kadın girişimciler, kırsal turizm girişimcileri, acenta girişimcileri, yiyecek içecek girişimcileri, konaklama girişimcileri ve termal turizm girişimcileridir.

Araştırmada girişimci özelliklerinin, girişimci başarısı üzerinde etkili olduğu, ancak girişimci memnuniyetini etkilemediği ortaya çıkmıştır. Araştırmada ortaya çıkan bu sonuç, katılımcıların kişilik özelliklerinin, demografik özelliklerinin ve motivasyonlarının girişim başarısı üzerinde etkili olduğunu düşündüklerini, ancak girişimci memnuniyetinin girişimci özelliklerine bağlı olmadığını göstermektedir. Bu sonuçlar aynı zamanda alan yazında girişimci özelliklerinin girişim başarısı üzerinde etkili olduğu yönündeki çalışmalar ile örtüşmektedir (Catana & Toma, 2021; Castro & Zermeno, 2021). Araştırmada girişimci yeterliliğinin ise hem girişimci memnuniyeti hemde girişimci başarısı üzerinde etkili olduğu ortaya çıkmıştır. Diğer bir deyişle katılımcılar, kaynakları etkin kullanma, doğru karar alma ve girişim performansına ilişkin girişimci yeterliliklerinin, girişim başarısını ve memnuniyetini olumlu etkilediğini düşünmektedirler.

Araştırmada başvuru korelasyon analizi sonuçları da varyans analizinde elde edilen sonuçlar ile paralellik göstermektedir. Korelasyon analizinde de girişim başarısının girişimci memnuniyetini pozitif yönde etkilediği, girişimci yeterliliğinin, girişim başarısı ve girişimci memnuniyeti üzerindeki etkisinin ise girişimci özelliklerine kıyasla daha yüksek olduğu ortaya çıkmıştır.

Çalışmada, alan yazındaki yaklaşımlar ve araştırma bulguları dikkate alınarak, turizm girişimciliğinin özendirilmesi ve sorunların çözümü için paydaşlara aşağıdaki öneriler geliştirilmiştir.

- Turizm sektörü her türlü ekonomik, politik, sosyo-kültürel, psikolojik ve sağlık risklerine karşı son derece duyarlı bir sektördür. Bu nedenle, girişim başarısını etkileyen risklerin belirlenmesi ve girişimcilerin bu risklerden korunabilmesi için gerekli önlemlerin alınması gerekmektedir.
- Toplumda girişimci yeterliliği teşvik edilmeli, kamu ve diğer paydaşlar bu noktada etkin rol oynamalıdır.
- Girişimci yeterliliği, girişimciliğin en önemli özelliklerinden biridir. Bu nedenle, KOSGEB başta olmak üzere merkezi yönetimin, yerel yönetimlerin, üniversitelerin, turizm örgütlerinin ve diğer paydaşların girişimcilerin girişimci yeterliliklerini artırıcı eğitimler vermesi önem taşımaktadır.
- Turizm girişimcilerine yönelik finansal yönetim, yenilikçilik ve pazarlama odaklı eğitim programları oluşturulması önerilebilir.
- Yeni ve genç girişimcilerin, sektördeki başarılı turizm girişimciler ile tecrübe paylaşımı ve karşılıklı etkileşime geçme fırsatları sağlanmalıdır.

Çalışmada araştırmanın kapsamı, kısıtlar nedeniyle Balıkesir’de faaliyet gösteren turizm girişimcileri ile sınırlandırılmıştır. İleride yapılacak çalışmalarda, küçük ve büyük ölçekli turizm girişimleri arasında girişimci yeterliliklerine ve özelliklerine dayalı girişim başarısının farklılık gösterip göstermediğinin ele alınması ve

araştırmanın başka destinasyonlara yönelik yürütülmesi turizmde girişimci sorunlarının anlaşılabilmesine önemli katkılar sağlayacaktır.

Beyan

Bu araştırmada kullanılan verilerin toplanabilmesi için gerekli olan etik kurul izin belgesi Balıkesir Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler Etik Kurulu 08.04.2021 tarihi ve E-19928322-108.01-39311 sayı numarası ile alınmıştır.

KAYNAKÇA

- Aktürk, Z. & Acemoğlu, H. (2012). Tıbbi araştırmalarda güvenilirlik ve geçerlilik. *Dicle Tıp Dergisi*, 39 (2), 316-319.
- Alegre, I. & Berbegal-Mirabent, J. (2016). Social innovation success factors: hospitality and tourism social enterprises. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 28 (6), 1155-1176, DOI: 10.1108/IJCHM-05-2014-0231
- Altınışik, İ. & Külen, C. (2020). Girişimcilik kültürü ve ekonomik büyüme ilişkisi: Teorik bir değerlendirme. *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 22(39), 277-290.
- Amoros, J. E., Cristi, O. & Naude, W. (2021). Entrepreneurship and subjective well-being: Does the motivation to start-up a firm matter? *Journal of Business Research*, 127, 389-398, <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.11.044>
- Aslan, S. (2019). Yaşam stili turizm girişimciliği üzerine kavramsal bir değerlendirme. *International Social Sciences Studies Journal*, 5(30), 617-625. Doi: 10.26449/sssj.1263
- Audretsch, D. B. (2020). Entrepreneurship and culture. *Eurasian Economic Review*, 10,1-8, <https://doi.org/10.1007/s40822-019-00132-2>
- Bosworth, G. & Farrell, H. (2011). Tourism entrepreneurs in Northumberland. *Annals of Tourism Research*, 38(4), 1474-1494.
- Castro, M. P. & Zermeño, M. G. G. (2021). Being an entrepreneur post-COVID19 – resilience in times of crisis: a systematic literature review. *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies*, 13(4), 721-746. DOI 10.1108/JEEE-07-2020-0246.
- Catana, Ş-A. & Toma, S-G. (2021). Entrepreneurship in the hospitality industry. Case study: Marriott International. *SEA-Practical Application of Science*, 9 (27/3), 221-225.
- Çakmur, H. (2012). Araştırmalarda ölçme-güvenilirlik-geçerlilik. *TAF Preventive Medicine Bulletin*, 11 (3), 339-344.
- Çelikkol, M., Kitapçı, H. & Döven, G. (2019). Culture's impact on entrepreneurship & interaction effect of economic development Level: An 81 Country Study. *Journal of Business Economics and Management*, 20 (4), 777-797, DOI:10.3846/jbem.2019.10180

- Dawson, D., Fountain, J. & Cohen, D. A. (2011). Seasonality and the lifestyle “Conundrum”: An analysis of lifestyle entrepreneurship in wine tourism regions. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 16 (5), 551-572, DOI: 10.1080/10941665.2011.597580
- Deale, C. S. (2016). Entrepreneurship education in hospitality and tourism: insights from entrepreneurs. *Journal of Teaching in Travel & Tourism*, 16 (1), 20-39, DOI:10.1080/15313220.2015.1117957
- Dencker, J. C., Bacq, S., Gruber, M. & Haas, M. (2021). Reconceptualizing necessity entrepreneurship: A contextualized framework of entrepreneurial processes under the condition of basic needs. *Academy of Management Review*, 46(1), 60-79, <https://doi.org/10.5465/amr.2017.0471>
- Eckhardt, J. T. & Shane, S. A. (2003). Opportunities and entrepreneurship. *Journal of Management*, 29 (3), 333-349.
- Fabbris, L. (2013). *Measurement Scales for Scoring or Ranking Sets of Interrelated Items*. Survey data collection and integration, (Edd.: Davino, C. ve Fabbris, L.), Verlag Berlin Heidelberg: Springer.
- Gódnány, Z., Machová, R., Mura, L. & Zsigmond, T. (2021). Entrepreneurship Motivation in the 21st Century in Terms of Pull and Push Factors. *TEM Journal*, 10 (1), 334-342, DOI: 10.18421/TEM101-42
- Gül, K. (2023). *Turizm Girişimciliği ve Turizm Girişimciliğinde Yenilikçilik: Balıkesir Örneği*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Hallak, R., Brown, G., & Lindsay, N. J. (2012). The place identity–performance relationship among tourism entrepreneurs: A structural equation modelling analysis. *Tourism Management*, 33(1), 143-154.
- Hallak, R., Assaker, G. & Lee, C. (2015). Tourism entrepreneurship performance: The effects of place identity, self-efficacy, and gender. *Journal of Travel Research*, 54(1) 36-51. DOI: 10.1177/0047287513513170
- Haven-Tang, C., & Jones, E. (2008). Labour market and skills needs of the tourism and related sectors in Wales. *International Journal of Tourism Research*, 10(4), 353-363.
- Holden, J. (2016). Principles of entrepreneurship. Edd.: George Clack and Mildred Neely, USINFO: U.S. Department of State, https://china.usembassy-china.org.cn/wp-content/uploads/sites/252/2016/12/principles_of_entrepreneurship_.pdf
- Ioannides, D. & Tage Petersen, T. (2003). Tourism ‘non-entrepreneurship’ in peripheral destinations: a case study of small and medium tourism enterprises on Bornholm, Denmark. *Tourism Geographies*, 5 (4), 408-435, DOI: 10.1080/1461668032000129146
- Kalaycı, Ş. (2006). *SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri*. Ankara: Asil Yayın Dağıtım Ltd.
- Kale E. (2016). Küçük ölçekli turizm girişimciliğinin özelliklerinin belirlenmesi. *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, 12 (30), 159-173.
- Koh, H. C. (1996). Testing hypotheses of entrepreneurial characteristics a study of Hong Kong MBA Students. *Journal of Managerial Psychology*, 11(3): 12-25.
- Koh, K. Y. & Hatten, T. S. (2002). The tourism entrepreneur: The overlooked player in tourism development studies. *International Journal of Hospitality & Tourism Administration*, 3(1), 21-48, DOI:10.1300/J149v03n01_02

- Krammer, S. M. S. & Gören, E. (2021). Wired in? Genetic traits and entrepreneurship around the World. *Technological Forecasting & Social Change*, 168, 1-14, <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2021.120788>
- Leick, B., Falk, M. T., Eklund, M. A. & Vinogradov, E. (2022). Individual-contextual determinants of entrepreneurial service provision in the platformbased collaborative economy. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 28 (4), 853-877, DOI 10.1108/IJEBR-09-2020-0585
- Lu, R., Lu, Q., Lv, D., Huang, Y., Li, S., Jian, Z. & Reve, T. (2020). The evolution process of entrepreneurship studies in The 21st Century: Research Insights from Top Business and Economics Journals. *Journal of Economic Surveys*, 34(4), 922-951, doi: 10.1111/joes.12365
- Murnieks, C. Y., Klotz; A. C. & Shepherd, D. A. (2020). Entrepreneurial motivation: A review of the literature and an agenda for future research. *Journal of Organizational Behavior*, 41, 115-143. <https://doi.org/10.1002/job.2374>
- Mykletun, R. J. & Gyimóthy, S. (2010). Beyond the renaissance of the traditional Voss sheep's-head meal: Tradition, culinary art, scariness and entrepreneurship. *Tourism Management*, 31(3), 434-446.
- Özdemir, C. (2009). Karacasu'da turizm girişimciliği araştırması. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 13 (1), 105-115.
- Pavot, W. & Diener, E. (2008). The satisfaction with life scale and the emerging construct of life satisfaction. *Journal of Positive Psychology*, 3, 137-152.
- Pınar, İ. (2015). The Specific Characteristics of entrepreneurship process in tourism industry. *Selçuk Ün. Sos. Bil. Ens. Dergisi*, 34, 75-86.
- Porfirio, A., Felício, J. A. & Carrilho, T. (2020). Family business succession: Analysis of the drivers of success based on entrepreneurship theory. *Journal of Business Research*, 115, 250-257. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.11.054>
- Puumalainen, K., Sjögrén, H. & Barraket, J. (2015). Comparing social entrepreneurship across nations: An exploratory study of institutional effects. *Canadian Journal of Administrative Sciences*, 32, 276-287. DOI: 10.1002/CJAS.1356
- Renko, M., Bullough, A. & Saeed, S. (2021). How do resilience and self-efficacy relate to entrepreneurial intentions in countries with varying degrees of fragility? A six-country study. *International Small Business Journal: Researching Entrepreneurship*, 39(2), 130-156, DOI: 10.1177/0266242620960456
- Sigala, M. (2016). Learning with the market: A market approach and framework for developing social entrepreneurship in tourism and hospitality. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 28 (6), 1245-1286, DOI: 10.1108/IJCHM-06-2014-0285
- Sollwoll, S., Alsos, G. A. & Bulanova, O. (2015). Tourism entrepreneurship-review and future directions. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 15 (1), 120-137, DOI: 10.1080/15022250.2015.1065592
- Spivack, A. J. & McKelvie, A. (2021). Measuring addiction to entrepreneurship. *Journal of Business Venturing Insights*, 15, 1-12, <https://doi.org/10.1016/j.jbvi.2020.e00212>

- Strobl, A. & Kronenberg, C. (2016). Entrepreneurial networks across the business life cycle: The case of Alpine hospitality entrepreneurs. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 28 (6), 1177-1203, DOI: 10.1108/IJCHM-03-2014-0147
- Stuetzer, M., Audretsch, D. B., Obschonka, M., Gosling, S. D., Rentfrow, P. J. & Potter, J. (2018). Entrepreneurship culture, knowledge spillovers and the growth of regions. *Regional Studies*, 52 (5), 608–618, DOI:10.1080/00343404.2017.1294251
- TURSAB.(2022). Balıkesir Turizmi (Haziran 2022). www.tursab.org.tr/assets/assets/uploads/sehir-raporlari/balikesir-turizmi-haziran-2022.pdf Erişim Tarihi: 12.03.2025
- Ural, A. & Kılıç, İ. (2011). *Bilimsel Araştırma Süreci ve SPSS ile Veri Analizi*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Wang, S., Hung, K. & Huang, W-J. (2019). Motivations for entrepreneurship in the tourism and hospitality sector: A social cognitive theory perspective. *International Journal of Hospitality Management*, 78,78-88, DOI: 10.1016/j.ijhm.2018.11.018
- Weiermair, K., Siller, H. J. & Mössenlechner, C. (2006). Entrepreneurs and entrepreneurship in alpine tourism. *Journal of Teaching in Travel & Tourism*, 6 (2), 23-40. DOI: 10.1300/J172v06n02_03
- Wiklund, J., Nikolaev, B., Shir, N., Foo, M. D. & Bradley, S. (2019). Entrepreneurship and well-being. *Journal of Business Venturing*, 34(4), 579-752.
- Ye, S., Xiao, H., Ying, T. & Zhou, L. (2019). Determinants of small accommodation business size: Evidence from Zhejiang province of China. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 31 (4), 1626-1646, DOI:10.1108/IJCHM-04-2018-0290

The Effect of Entrepreneurial Characteristics with Entrepreneurial Competence on Entrepreneurial Success and Entrepreneurial Satisfaction in the Tourism Sector: Balıkesir Study

Kudret GÜL

Balıkesir University, Balıkesir Vocational School, Balıkesir/Türkiye

Extended Summary

Tourism entrepreneurs have generally different lifestyle, their motivations are more free, the motivation to make a profit may be secondary among small-scale tourism entrepreneurs, family type entrepreneurship are more common, individual characteristics rather than institutional are more dominant, imitation is common and innovation is insufficient (Bosworth & Farrell, 2011; Hallak vd., 2012; Kale, 2016; Aslan, 2019). In addition to demographic characteristics, entrepreneurial competence is also one of the important factors affecting entrepreneurial success (Hallak vd., 2015; Wang vd., 2019). On the other hand, the impact of push factors (employment and necessity) and pull factors (opportunism, competence, ambition, enthusiasm, etc.) affecting entrepreneurship on entrepreneurial success differs (Amoros vd., 2021). As a result, the differentiation of entrepreneurial characteristics and entrepreneurial competencies in the sector causes the entrepreneurial success to differ. The differentiating entrepreneurial success also differentiates the entrepreneurial satisfaction in the tourism sector. Based on this approach, the aim of the study is to determine the effects of entrepreneurial characteristics and entrepreneurial self-efficacy on entrepreneurial success and entrepreneurial satisfaction in tourism industry.

The research data were obtained from a total of 166 entrepreneurs operating in the fields of accommodation, food and beverage, travel agency, thermal tourism and rural tourism in Balıkesir. The data were collected between February 2022 and July 2022 with the survey technique. The exploratory factor analysis indicates that a four-factor scale which explaining 61.5% of the total variance. The first factor, explaining 27.6% of the total variance, consisted of five items. These five items are related to entrepreneurial life satisfaction. Thus, this factor was named as "Entrepreneur Satisfaction". The second factor, which explains 16.67% of the total variance and consists of five items, is related to entrepreneurial self-efficacy.

Therefore, the factor was named as "Entrepreneurial Competence" factor. The factor consisting of three items related to entrepreneurial characteristics, explaining 9.1% of the total variance, was named as "Entrepreneurial Characteristics". The last factor consisting of two items, explaining 8% of the total variance, was named as "Entrepreneurial Success".

The study revealed that participants see self-confidence as the most important entrepreneurial characteristic. This characteristic is followed by evaluating opportunities, economic independence, risk-taking, being successful, innovative personality, leadership spirit and visionary, in order of importance. This finding reveals that tourism entrepreneurs in Balıkesir are sufficiently self-confident, opportunistic and success-motivated. In other words, entrepreneurs in Balıkesir show the characteristic of opportunity-motivated entrepreneurs.

The results of the independent sample T-test based on the gender variable used in the study indicate that men perceive their entrepreneurial competencies higher than women. Finding shows also that the difference in perception among the participants based on the education level variable was statistically significant in the "enterprise success"

factor. Associate degree graduates perceive themselves as the most successful, while those who perceive themselves as the least successful were bachelor's degree graduates.

The research findings show that there is a statistically significant difference in perception among participants regarding the factors of enterprise satisfaction ($F=2.467$ and $p=0.035$) and enterprise success ($F=4.843$ and $p=0.000$) based on the field of activity variable among tourism entrepreneurs. The entrepreneurs with the highest satisfaction level in tourism entrepreneurship are women entrepreneur. Rural tourism entrepreneurial, food and beverage entrepreneurial, accommodation entrepreneurial, agency and thermal tourism entrepreneurial follow women entrepreneurial in terms of high entrepreneurial satisfaction level.

Findings show also that entrepreneurial satisfaction among small entrepreneurs in the sector is higher than among large-scale entrepreneurs. On the other hand, entrepreneurial success is ranked from high to low as women entrepreneurship, rural tourism entrepreneurship, agency entrepreneurship, food and beverage entrepreneurship, accommodation entrepreneurship and thermal tourism entrepreneurship. The findings show a positive linear relationship between entrepreneurial success and entrepreneurial satisfaction. In addition, when the findings regarding entrepreneurial success and entrepreneurial satisfaction are considered together, it is understood that small-scale entrepreneurs in Balıkesir perceive themselves more successful than large-scale entrepreneurs.

In the research, T-Test was used to determine the effect of entrepreneurial characteristics on entrepreneurial satisfaction and entrepreneurial success. Results indicate that the relationship between entrepreneurial characteristics and entrepreneurial satisfaction ($F=1.769$ and $P=0.078$) was statistically insignificant. However, there was a statistically significant relationship between entrepreneurial characteristics and entrepreneurial success ($F=3.055$ and $P=0.002$). This finding shows that the participants perceive that their personality traits, demographic characteristics and motivations affect the success of the enterprise. In the research, a statistically significant relationship was found between entrepreneurial competence and entrepreneurial satisfaction ($F=2.275$ and $P=0.011$) and between entrepreneurial competence and entrepreneurial success ($F=2.764$ and $P=0.002$). This finding shows that the participants have the opinion that entrepreneurs' competence in using resources effectively, making the right decisions and entrepreneurial performance positively affects entrepreneurial success and satisfaction. All these results show that participants perceive that their personality traits, demographic characteristics and motivations are effective on the success of the enterprise, but entrepreneurial satisfaction does not depend on the entrepreneurial characteristics. These results are also consistent with the studies in the literature that entrepreneurial characteristics are effective on the success of the enterprise (Ye et al., 2019; Catana & Toma, 2021; Castro & Zermeno, 2021). The study show also that entrepreneurial competence has an impact on both entrepreneurial satisfaction and entrepreneurial success. In other words, participants perceive that entrepreneurial competences regarding effective use of resources, making the right decisions and entrepreneurial performance positively affect entrepreneurial success and satisfaction.

The correlation analysis results used in the study are also parallel to the results obtained in the variance analysis. The correlation analysis also indicate that entrepreneurial success positively affects entrepreneurial satisfaction, and the effect of entrepreneurial competence on entrepreneurial success and entrepreneurial satisfaction is higher compared to entrepreneurial characteristics.

As a result findings indicate that more than half of the entrepreneurs in Balıkesir started their entrepreneurship without having sufficient knowledge and professional experience in the field of entrepreneurship, and this situation negatively affects the entrepreneurial success. The research results also show that entrepreneurial success varies depending on the level of education, entrepreneurial competence varies based on gender, entrepreneurial success varies according to the field of activity in the sector, entrepreneurial competence positively affects entrepreneurial success and entrepreneurial satisfaction, and entrepreneurial characteristics only affect entrepreneurial success.

Considering the research findings, it is clear that in order to solve tourism entrepreneurship problems, the risks affecting the success of the enterprise should be determined and necessary precautions should be taken to protect entrepreneurs from these risks.

Entrepreneurial competence should be encouraged in society, and the public and other stakeholders should play an active role in this regard. At this point, it is important for stakeholders to provide training to entrepreneurs to increase their entrepreneurial competence. In particular, young entrepreneurs, women entrepreneurs, disadvantaged entrepreneurs and those who start their own businesses for the first time should be provided with opportunities to share experiences and interact with successful tourism entrepreneurs in the sector.

The scope of the study is limited to tourism entrepreneurs operating in Balıkesir due to constraints. In future studies, it will contribute to the literature to examine whether entrepreneurial success differs between small and large-scale tourism enterprises based on entrepreneurial competencies and to conduct the research in other destinations.

Ek 1. Etik Kurul İzni

Evrak Tarih ve Sayısı: 10.06.2021-E.39311



T.C.
BALIKESİR ÜNİVERSİTESİ REKTÖRLÜĞÜ
Rektörlük

Sayı :E-19928322-108.01-39311
Konu :Etik Kurul Onayı

10.06.2021

BALIKESİR MESLEK YÜKSEKOKULU MÜDÜRLÜĞÜNE

İlgi : 09.03.2021 tarihli ve 43745401/108.01/17398 sayılı yazı.

Yüksekokulunuz Öğretim Üyesi Doç Dr. Kudret GÜL'ün "**Turizm Girişimciliği ve Turizm Girişimciliğinde Yenilikçilik: Balıkesir Örneği**" adlı başvurusu için etik kurul onay belgesi isteği ile ilgili Sosyal ve Beşeri Bilimler Etik Komisyonu 08.04.2021 tarihli ve 2021/02 sayılı toplantısında alınan karar gereği düzenlenen onay belgesi ekte gönderilmiştir.

Bilgilerinizi ve gereğini rica ederim.

Prof. Dr. Mehmet NARLI
Rektör Yardımcısı

Bu belge, güvenli elektronik imza ile imzalanmıştır.

Belge Doğrulama Kodu :BSM5ZB57MB Pin Kodu :77792 Belge Takip Adresi : <https://www.turkiye.gov.tr/balikesir-universitesi-ebys>
Adres: Balıkesir Üniversitesi Rektörlüğü Çarşı Yerleşkesi 10145 Balıkesir Bilgi için: Necati Öztürk
Telefon: 2666121400 Faks: 2666121412 Uzman: Bilgiye İşlemci
Web: <http://www.balikesir.edu.tr>
Kep Adresi: balikesiruniversitesi@hs01.kep.tr



T.C.
BALIKESİR ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL VE BEŞERİ BİLİMLER ETİK KOMİSYONU
ONAY BELGESİ

Balıkesir Üniversitesi Balıkesir Meslek Yüksekokulu Öğretim Üyesi Doç Dr. Kudret GÜL'ün "**Turizm Girişimciliği ve Turizm Girişimciliğinde Yenilikçilik: Balıkesir Örneği**" adlı başvurusu için bilimsel etik kurul onay belgesi talebi komisyonumuzca değerlendirilmiş ve etik açıdan uygun bulunmuştur. 08.04.2021