



GİRESUN
ÜNİVERSİTESİ . UNIVERSITY



SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

Graduate School of Social Sciences

İŞLETME ANA BİLİM DALI
Yüksek Lisans Tezi

Abdullah Mürşit GÜREL
20152018041

2019

GİRESUN



T.C.
GİRESUN ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İŞLETME ANABİLİM DALI
İŞLETME TEZLİ YÜKSEK LİSANS PROGRAMI

TURİZM SEKTÖRÜNDE GİRİŞİMCİLİK: GİRESUN ÖRNEĞİ
ENTREPRENEURSHIP INTOURISM SECTOR; THE CASE OF
GİRESUN

YÜKSEK LİSANS TEZİ
ABDULLAH MÜRŞİT GÜREL

(20152018041)

Danışman

Doç. Dr. Kurtuluş Yılmaz GENÇ

GİRESUN- 2019

JÜRİ ÜYERİ ONAY SAYFASI

Giresun Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü'nün 17.06.2019 tarihli toplantısında oluşturulan jüri, Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı Yüksek Lisans öğrencisi Abdullah Mürşit GÜREL'in "Turizm Sektöründe Girişimcilik: Giresun Örneği" tezini incelemiş olup aday 04.10.2019 tarihinde, saat: 14:30'da jüri önünde tez savunmasına alınmıştır.

Aday çalışma, sınav sonucunda başarılı bulunarak jürimiz tarafından Yüksek Lisans/Doktora/Sanatta Yeterlik tezi olarak kabul edilmiştir.

Sınav Jürisi	Unvanı, Adı Soyadı	İmzası
Üye (Başkan)	Prof. Dr. Halis DEMİR	
Üye	Doç. Dr. Kurtuluş Yılmaz GENÇ (Danışman)	
Üye	Dr. Öğr. Üyesi Esra Gökçen KAYGISIZ	

ONAY

...../...../2019

Prof. Dr. Güven ÖZDEM
Enstitü Müdürü

YEMİN METNİ

Yüksek Lisans tezi olarak sunduğum “Turizm Sektöründe Girişimcilik: Giresun Örneği” adlı çalışmamın, tarafımdan bilimsel ahlak ve geleneklere aykırı düşecek bir yardıma başvurmaksızın yazıldığını ve yararlandığım kaynakların kaynakçada gösterilenlerden oluştuğunu, bunlara atıf yapılarak yararlanılmış olduğunu belirtir ve bunu onurumla doğrularım.

04/10/2019

Abdullah Mürşit GÜREL

ÖNSÖZ

Bu tez çalışmasında, girişimcilikle ilgili temel kavramlar ortaya koyduktan sonra, Giresun'daki turizm girişimciliği uygulamaları değerlendirilmiş ve bir alan araştırması ile Giresun'daki turizm işletmelerinin mevcut durumu, olanakları ve paydaşların beklentilerini tespit edilmiştir. Bu çerçevede, tez üç bölümden oluşmuştur. Birinci bölümde, girişimcilikle ilgili temel kavramlar tanımlanmış ve bu kavramların turizm sektöründeki yeri belirlenmiştir. İkinci bölümde, Giresun'daki turizm işletmelerinin durumu, Giresun'da, turizm faaliyetleri ile ilgili olanaklar, Giresun'un doğal, tarihi ve kültürel değerleri ayrıntılı olarak ortaya konulmuştur. Tezin üçüncü bölümünde, Giresun'daki turizm işletmelerinin mevcut durumu, olanakları ve paydaş beklentileri konusundaki bir alan araştırmasının sonuçları verilmiştir. Tez çalışması, sonuç ve önerilerin ortaya konulmasıyla sona ermektedir.

Tüm eğitim hayatım boyunca olduğu gibi, Yüksek Lisans Tezimi hazırlama sürecinde de her zaman yanımda olan aileme, emekleri, sevgi ve inançları için teşekkürü borç bilirim.

Tez konumun belirlenmesinden tezin teslim edilmesine kadar geçen süre boyunca bana yol gösteren, yardımını esirgemeyen, tecrübe ve bilgisiyle tezimin olgunlaşmasına katkı sağlayan tez danışmanım Doç. Dr. Kurtuluş Yılmaz GENÇ'e, en içten duygularıyla teşekkür ederim. Ayrıca, tez çalışmamda bana destek olan Dr. Gazanfer İLTAR'a çok teşekkür ederim. Tezin akademik yazına ve Giresun turizmine katkıda bulunmasını umut ederim.

Abdullah Mürşit GÜREL

Giresun – 2019

II

ÖZET

Bu çalışmanın amacı, girişimcilikle ilgili temel kavramları ortaya koyduktan sonra, Giresun'daki turizm girişimciliği uygulamalarını değerlendirmek ve bir alan araştırması ile Giresun'daki turizm işletmelerinin mevcut durumu, olanakları ve paydaşların beklentilerini tespit etmektir. Bu çerçevede, tez üç bölümden oluşmuştur. Birinci bölümde, girişimcilikle ilgili temel kavramlar tanımlanmış ve bu kavramların turizm sektöründeki yeri belirlenmiştir. İkinci bölümde, Giresun'daki turizm işletmelerinin durumu, Giresun'da, turizm faaliyetleri ile ilgili olanaklar, Giresun'un doğal, tarihi ve kültürel değerleri ayrıntılı olarak ortaya konulmuştur. Tezin üçüncü bölümünde, Giresun'daki turizm işletmelerinin mevcut durumu, olanakları ve paydaş beklentileri konusundaki bir alan araştırmasının sonuçları verilmiştir. Tez çalışması, sonuç ve önerilerin ortaya konulmasıyla sona ermiştir.

Alan araştırmasında, Giresun'da turizm sektörünün mevcut durumu bir GZTF (Güçlü yönler, zayıf yönler, tehditler ve fırsatlar) testi ve ilişkili bir anket formuna verilen yanıtların sıklık analizi çerçevesinde değerlendirilmesiyle elde edilen bulgularla ortaya konmuştur. Alan araştırmasının örnekleme, Giresun'u iyi tanıyan, kırk (40) kişiden oluşmuştur.

Alan araştırması sonucunda elde edilen temel bulgu, Giresun İli'nin turizm sektörü açısından sunduğu yenilik olanakları, fırsatlar ve yüksek kazanç imkânları ile girişimcilik açısından uygun bir il olmasıdır. Diğer taraftan, Giresun İli özellikle, deniz turizmini ve yaylacılığı da içeren doğa turizmi açısından fırsatlar sunmaktadır. Bu alanların yanı sıra, inanç turizmi, tarih turizmi gibi bileşenleri de içeren kültürel turizm açısından Giresun İli yeniliklere açıktır.

GZTF analizi çerçevesinde: Giresun İli'nin turizm sektörü açısından temel üstünlüğü sahip olduğu doğal ve tarihi varlıklardır. Bu çerçevede, İl'in temel zayıflıkları da altyapı yetersizliği, tanıtım ve lobicilik faaliyetlerinin eksikliği, farkındalık eksikliği ve özel sektör ilgisinin ve yatırımlarının azlığıdır. Giresun İli'nin önündeki başlıca fırsat, Karadeniz Bölgesi'nin yeni bir turizm destinasyonu olarak öne çıkmasıdır. Başlıca tehdit ise, bölge illeri arasındaki rekabet ve çevre kirliliğidir.

III

Bu tez çalışmasında elde edilen diğer bulgular şunlardır: Giresun, kendine özgü coğrafi yapısı, kentsel ve kırsal yerleşim alanları, yaylaları, yayla göçleri, bir festivale dönüşen fındık hasat dönemi, sonbaharda gerçekleşen ve her yıl tekrarlanan büyükşehirliere göçleri, denizi ve buna özgü davranış şekilleriyle, kültürel açıdan çok zenginlik barındıran bir ildir.

Karadeniz Bölgesi'nde yer alan Giresun İli, özellikle sıcak ve kurak ülkelerden gelen ve gelebilecek turistler için çok önemli bir uğrak noktası, "turizm destinasyonu" olabilir. Altyapı geliştirildiğinde, Giresun'a daha çok turist gelebilecektir; şehir ve çevresi daha cazip, daha çekici olabilecektir. Giresun'da mevcut durumda ya da sağlık hizmetlerinin daha da geliştirilmesiyle, sağlık turizmi faaliyetlerinin de yoğunlaşabileceği açıktır. Giresun'daki turizm işletmeleri, faaliyetlerinde, Giresun'un yöresel mutfağını, yöresel lezzetlerin daha çok öne çıkarmalıdır. Giresun, aynı zamanda, il olarak da güvenlik düzeyi yüksek olan bir ildir. Deniz ve karayolu ile ulaşım, yöresel güzelliklerin tadına varılarak seyahat etme imkânı sunmaktadır. Giresun ilini yerli ve yabancı turistler için çekici kılan en önemli unsurlardan biri de ilin sahip olduğu yaylalardır. Konaklama tesisleri, iç ve dış tasarım, sunulan hizmetler, çalışanların yetkinlikleri açılarından müşteri gereksinimlerini tatmin etmelidirler. Turistlerin misafirperver yerli halkla bütünleşmeleri teşvik edilmelidir.

Bu çerçevede, Giresun'da da esnafın yardımsever olması ve işletme çalışanların nezaketi son derece olağan bir durumdur. Göreli olarak düşük ücret ve fiyatlarla, yöre, daha cazip kılınabilir. Giresun ili, farklı heyecanlar yaşamak, yeni dostluklar kurmak, sakin bir ortamda yaşamak, denizi, plajları, manzara ve doğal cazibe alanlarıyla yaşam sevincini hissetmek in son derece uygun bir yöredir. Giresun'un turizm alanında en önemli eksikliği hizmet kalitesi ve tesislerdir.

Anahtar Kelimeler: Girişimcilik, Turizm, FÜTZ, Giresun, Altyapı, Doğa, Tarih, Kültür

ABSTRACT

The aim of this study is to put forward the basic terms about entrepreneurship, to evaluate the entrepreneurship activities in tourism sector in the Giresun province of Turkey, and to identify and evaluate the current conditions of tourism enterprises operating in this province, with a field research. The research also aims to learn the expectations of stakeholders. In this framework, the thesis includes three chapters. In the first chapter, the basic concepts about entrepreneurship and their situation in tourism sector is given. Then, in the second chapter, the conditions of Giresun's tourism enterprises, the probabilities of tourism in this province, the natural, historical and cultural values of this area are shown in details. The third chapter of the thesis includes an case study about the current conditions of tourism firms in Giresun province. This last chapter also includes evaluations about the probabilities of the sector, and the expectations of stakeholders. The thesis ends with a conclusion and several proposals.

In the field research, the current situation of the tourism sector of Giresun province was evaluated with a SWOT (Strengths, weaknesses, opportunities, threats) analysis, and the frequency results of the answers of participants to a survey form. The sample consisted of forty (40) participants, who are knowledgeable about the province of Giresun.

The basic finding after the field research is: Giresun is a suitable province for entrepreneurship, because it presents innovation, opportunities, and high income opportunities in tourism sector. On the other hand, Giresun province presents opportunities especially for nature tourism which includes sea tourism and plateau tourism. In addition to these areas, the province of Giresun is open to innovation for also the cultural tourism that includes elements as the tourism activities related with religious belief, or history based tourism.

In the frame of SWOT analysis: the basic strength of Giresun province in the tourism sector is its natural and historical properties. Again, the basic weaknesses of the province are the insufficiency in infrastructure, advertisement and lobbying activities, awareness, and the insufficiency of private sector interests and investments. The major opportunity for Giresun province is, the rise of Black Sea region in tourism sector. Finally, the major threats are the competition between the neighbor provinces, and the environmental pollution.

The other findings achieved in this study are the followings: The province of Giresun includes a cultural richness with its special geographical structure, urban and rural territories, plateaus, plateaus migrations, hazelnut harvest seasons, migrations to the large cities which is done in every autumn, and its sea and behavioral types special to the Black Sea culture.

Giresun province, which is located in Black Sea region, can be a very important tourism destination point for especially tourist from hot and droughty countries. Accordingly, when the infrastructure is improved, the city and its environment will be more attractive, the number of incoming tourists will increase. Moreover, the health tourism activities can increase, due to the developments in health service infrastructure.

The tourism firms of Giresun should put forward the local cuisine, local tastes among their services. On the other hand, the province of Giresun has a high security level. Again, there are many choices to reach Giresun. It can be reached by highway, airlines, or by ferries. The province of Giresun has many plateaus, which make the province more attractive for tourists. Accommodation opportunities, internal and external design, presented services, the competencies of employees should satisfy the customer needs. The integration of tourists with local people should be encouraged.

In this framework, the kindness and helpfulness of business owners and their employees are important. The province can be made more attractive with lower prices. The province of Giresun is a very suitable province to live different

excitements, to set up new friendships, to live in a restful environment. In addition, it has beautiful sea, seaside, beaches, landscape, and natural attraction areas which give the happiness of living. The most important weaknesses of Giresun are the quality of services, and facilities.

Key Words: Entrepreneurship, Tourism, SWOT, Giresun, Infrastructure, Nature, History, Culture



İÇİNDEKİLER

Özet	IV
Abstract	VI
Giriş.....	1
BİRİNCİ BÖLÜM	2
Girişimcilikle İlgili Temel Kavramlar	2
Girişimcilik Kavramı	2
İlgili Literatürün Değerlendirilmesi	4
Girişimciliğin İşlevleri	7
Girişimcilik Kuramları	9
Turizm Sektöründe Girişimcilik	11
İKİNCİ BÖLÜM	16
Giresun'daki Turizm Tesisleri	16
Giresun'daki Turizm Acentaları	16
Giresun'da Turizm Eylem Planı.....	16
Giresun'da Turizm Çeşitliliği	17
Giresun'daki Turizm Girişimciliğinin Önünü Açmak Amaçlı Devam Eden Projeler	30
Turizm Girişimcilerine Hibe Veren Kamu Kurumları.....	33
ÜÇÜNCÜ BÖLÜM	38
Alan Araştırması – Giresun'daki Turizm İşletmelerinin Mevcut Durumu –	
Olanakları-Paydaşların Beklentileri	38
Araştırmanın Amacı	38
Araştırmanın Yöntemi.....	38
Araştırmanın Ölçeği	38
Araştırmanın Kısıtları.....	39
Bulgular.....	39
Giresun İli'nde Turizmin Güçlü Yanları.....	41
Giresun'da Turizmin Zayıf Yanları	42
Giresun İli'nin Turizm Sektörü Açısından Önündeki Fırsatlar.....	43

VIII

Giresun İli'nin Turizm Sektörü Açısından Önündeki Tehditler	45
Giresun İli'nin Turizm Sektörü Açısından Yenilik Olanakları	45
Giresun İli'nde Turizm Sektörü Açısından Hedef Kitle	47
SONUÇ VE ÖNERİLER	73
KAYNAKÇA	82
ÖZGEÇMİŞ	88



IX

KISALTMALAR

Vd. ve diğerleri

Vb. ve benzeri

F Sıklık



TABLOLAR/ŞEKİLLER DİZİNİ

Tablo 1. Konaklama Tesisleri	18
Tablo 2. Giresun'daki Oteller ve Yatak Durumları – I	18
Tablo 3. Giresun'daki Oteller ve Yatak Durumları – II.....	19
Tablo 4. Giresun'daki Yöresel Ürünler Değerlendirme Tablosu.....	20
Tablo 5. Giresun'daki Seyahat Acentaları	21
Tablo 6. Katılımcıların Yaş Aralığı	39
Tablo 7. Katılımcıların Cinsiyeti.....	39
Tablo 8. Katılımcıların Eğitim Durumu.....	39
Tablo 9. Katılımcıların İşletme Sahibi Olup Olmaması.....	40
Tablo 10. Giresun İli'nde Turizmin Mevcut Durumu.....	40
Tablo 11. Giresun İli'nde Turizmin Güçlü Yanları	41
Tablo 12. Giresun İli'nde Turizmin Zayıf Yanları.....	42
Tablo 13. Giresun İli'nin Turizm Sektörü Açısından Önündeki Fırsatlar	43
Tablo 14. Giresun İli'nin Turizm Sektörü Açısından Önündeki Tehditler	44
Tablo 15. Giresun İli'nin Turizm Sektörü Açısından Yenilik Olanakları	45
Tablo 16. Giresun İli'nde Turizm Sektörü Açısından Hedef Kitle.....	47
Tablo 17. Giresun İli'nde Turizm Sektörü Olanaklı Olan Turizm Faaliyetleri	48
Tablo 18. Giresun İli'nde Turizm Çeşitleri.....	48
Tablo 19. Giresun İli'nde Mevcut Turizm İşletmelerinin Karlılık Düzeyi Tatmin Edici Midir?	49
Tablo 20. Giresun İli'nde Turizm Sektörünün En Önemli Eksiği Nedir?	49
Tablo 21. Giresun İli'nde Turizm Sektöründe Devlet Neler Yapmalıdır?.....	50
Tablo 22. Giresun'da gelişmiş bir altyapı sistemi vardır	52
Tablo 23. Giresun'da sağlık hizmetleri yeterlidir	52
Tablo 24. Giresun'da yöresel yiyecekler lezzetli ve çekicidir	52
Tablo 25. Giresun'da gece hayatı olanakları yeterlidir	53
Tablo 26. Bölgeye ulaşma olanakları yeterlidir	53
Tablo 27. Giresun, yeterli sayıda konaklama tesisine sahiptir.....	54
Tablo 28. Yöre halkı konuksever tavır göstermektedir.....	55
Tablo 29. Giresun, kaliteli konaklama tesislerine sahiptir	56
Tablo 30. Yöredeki esnaf yardım severdir	56
Tablo 31. Yöredeki çalışanlar naziktir	57
Tablo 32. Konaklama ücretleri yüksektir	57
Tablo 33. Giresun, yeni kültürler keşfetmek için uygun bir yerdir.....	58
Tablo 34. Giresun, farklı heyecanlar yaşamak için uygun bir yerdir.....	59
Tablo 35. Giresun, yeni arkadaşlıklar kurmak için uygun bir yerdir	59
Tablo 36. Giresun, büyükşehirlerin kalabalığından kaçmak için uygun bir yerdir..	60
Tablo 37. Giresun, stresten uzak, dinlenmek ve rahatlamak için uygun bir yerdir..	60

Tablo 38. Giresun, ilginç cazibe alanlarına sahiptir.....	61
Tablo 39. Giresun, manzara ve doğal cazibe alanlarına sahiptir.....	62
Tablo 40. Giresun'un, cezbedici bir denizi vardır.....	62
Tablo 41. Giresun, cezbedici plajlara sahiptir.....	63
Tablo 42. Giresun'un iklim koşulları tatil yapmaya elverişlidir	63
Tablo 43. Giresun'da plajlar temizdir	64
Tablo 44. Giresun'da deniz temizdir.....	65
Tablo 45. Giresun'da, genel çevre koşulları hijyen standartlarına uygundur.	65
Tablo 46. Giresun'daki konaklama tesisleri hijyen standartlarına uygundur.	66
Tablo 47. Giresun'da hizmet kalitesi çok yüksektir.....	66
Tablo 48. Giresun'un imajı çok iyidir.....	67
Tablo 49. Bölgedeki diğer illerden Giresun'un imajı daha iyidir	67
Tablo 50. Genel olarak, insanlar Giresun'da tatil yapmaktan memnundur	68
Tablo 51. Bölgedeki diğer illere göre Giresun'da fiyatlar daha düşüktür.....	68
Tablo 52. Giresun'da konaklama ücretleri düşüktür.....	69
Tablo 53. Giresun'da yiyecek-içecek fiyatları düşüktür	70
Tablo 54. Giresun'da alış-veriş ucuzdur	70
Tablo 55. Giresun'da eğlence ucuzdur.....	71
Tablo 56. Türkiye'deki diğer turistik merkezlere göre Giresun'da tatil daha ucuzdur	71

GİRİŞ

Turizm faaliyetleri, özellikle 20. Yüzyılın ikinci yarısından itibaren yaygınlaşmıştır. Ülke ekonomileri için en önemli gelir kaynaklarından bir olabilen bu sektör, toplumlar için refahın da bir göstergesidir. Ülkeler geliştikçe, toplumlar zenginleştikçe, turizm faaliyetlerine katılım oranları da yükselmektedir. Turizm faaliyetleri, aynı zamanda, sanayileşme sürecinde geri kalmış ülkelerin ve bölgelerin, Dünya'nın ya da ülkenin geri kalan bölgeleriyle bir denge kurması için fırsatlar yaratmaktadır. Evrensel kültürle tanışma, kültürel etkileşim, bilgi alış verişi, toplumların birbirine yaklaşması, bilginin aktarımı, ruhsal ve bedensel sağlığın korunması, refah artışı, yaşama anlam katma gibi kazanımlar turizm faaliyetleri ile ulaşılabilecek sonuçlardır.

Turizm girişimciliği, kar amacı gütmeye, risk alma, fırsatları değerlendirme ve yeniliğe dayalı turizm işletmeciliği faaliyetlerinin ortak adıdır. Günümüzde, bilgi birikiminin hızla artması, yaratıcılığın da çok daha gelişmesini, yaratıcılık faaliyetlerinin kapsamının genişlemesini sağlamıştır. Bu durum, turizm alanında da geçerlidir. Bu alanda da, sürekli bilgi aktarımının ve bilgi birikiminin sonucu olarak girişimcilik faaliyetleri sürekli olarak artmaktadır. Bu noktada, insanların turizmle ilgili talep kalitelerinin sürekli olarak yükselmesinin, hep daha iyi ve daha farklı olanın talep edilmesinin de bu konudaki yaratıcılık ve dolayısıyla yenilikçi turizm işletmeciliği ya da girişimciliği faaliyetlerini artırdığı, ilgili ürünlerin çeşitliliğini sağladığı savunulabilir.

Bu çalışmanın amacı, girişimcilikle ilgili temel kavramları ortaya koyduktan sonra, Giresun'daki turizm girişimciliği uygulamalarını değerlendirmek ve bir alan araştırması ile Giresun'daki turizm işletmelerinin mevcut durumu, olanakları ve paydaşların beklentilerini tespit etmektir. Bu çerçevede, tez üç bölümden oluşmuştur. Birinci bölümde, girişimcilikle ilgili temel kavramlar tanımlanmış ve bu kavramların turizm sektöründeki yeri belirlenmiştir. İkinci bölümde, Giresun'daki turizm işletmelerinin durumu, Giresun'da, turizm faaliyetleri ile ilgili olanaklar, Giresun'un doğal, tarihi ve kültürel değerleri ayrıntılı olarak ortaya konulmuştur. Tezin üçüncü

bölümünde, Giresun'daki turizm işletmelerinin mevcut durumu, olanakları ve paydaş beklentileri konusundaki bir alan araştırmasının sonuçları verilmiştir. Tez çalışması, sonuç ve önerilerin ortaya konulmasıyla sona ermektedir.



BİRİNCİ BÖLÜM

GİRİŞİMCİLİKLE İLGİLİ TEMEL KAVRAMLAR

1.1. Girişimcilik Kavramı

Bir mal ya da hizmet üreten ekonomik ve teknik birimler işletme olarak tanımlanmaktadır (Akdemir, 2009; Mucuk, 2013). Kar amacı güden, bir riske dayalı olarak kurulan, yenilikçi, fırsatları değerlendirmeye dayalı işletmelere girişim denir. Dolayısıyla, her girişim bir işletmedir ancak, her işletme bir girişim değildir.

İşletmeler eğer kar amacı güdüyorlarsa girişim olarak adlandırılabilirler. Dolayısıyla, sosyal amaçla kurulmuş örgütler, toplumsal ihtiyaçları karşılarken kar amacı olmayan kamu kurum ve kuruluşları girişim olarak nitelendirilemez. Ancak, özel sektör kuruluşları ile piyasada rekabet eden, kar amacı güden kamu kurumları girişim ya da teşebbüs olarak nitelendirilebilirler (Yener, 2018, s. 16).

İşletmeler, eğer riske dayalı olarak kurulmuşlarsa girişim olarak nitelendirilebilirler. Bu noktada, yaşamın bütün alanlarının riskler içerdiği savunulabilir. Ancak, girişimler, kar elde edemedikleri takdirde varlıklarını sürdüremeyecek kuruluşlardır (Yener, 2018, s. 16). Bu kurum ya da kuruluşların karşı karşıya oldukları temel risk ya da tehlike, onları kurmak ve geliştirmek için harcanan, ortaya konulan sermayeyi kaybetme olasılığıdır. Kuşkusuz, bu olasılık ne kadar yüksekse risk de o kadar yüksektir. Girişimler, riski azaltmak ya da riskin gerçekleşme olasılığını düşürmek için etkili çevre analizleri yapıp önlemler almalıdırlar.

Girişim niteliği taşıyan işletmelerin diğer bir ortak ve temel özelliği yenilikçi olmalarıdır (Pınar, 2015, s.76-80). Ticarileştirilebilen yaratıcılık olarak tanımlanabilecek yenilikçilik, günümüzün yüksek rekabet ortamında ayakta kalabilmek için temel kaynaklardan biri olarak ifade edilebilir. Yenilikçilik, kapsam

olarak oldukça geniştir. Birçok faaliyet yenilikçilik kapsamında değerlendirilebilir. Basit icattan herhangi bir işletme fonksiyonunda ortaya çıkabilecek her türlü değişiklik, eğer katma değer yaratıyorsa yenilikçilik olarak adlandırılabilir. Bu çerçevede, yönetim, pazarlama, tedarik, üretim, muhasebe, finansman, halkla ilişkiler, araştırma-geliştirme gibi işletmecilik fonksiyonlarında ortaya çıkan para kazandıran değişiklikler, yaratıcılık uygulamaları yenilik olarak nitelendirilebilir. Para kazandıran ya da müşterinin para ödemeye hazır olduğu yaratıcılık uygulamaları yenilik olarak adlandırılmaktadır. Yenilik kavramının kapsamı çok geniştir. Örneğin, bir şehirde bulunmayan bir işletmecilik şeklini o şehre getirmek de bir yeniliktir. Turizm işletmeciliği açısından ele alındığında, farklı uygulamaları bir İl'e taşıyarak turizm işletmeciliği yapmak da bir yeniliktir. Örneğin, belli bir ülkeden gelen turistleri daha çok memnun edebilmek için o ülkenin kültürünü, ekonomik yapısını, mutfağını-yemeklerini, insanların diğer beklentilerini araştırıp bu beklentiler çerçevesinde işletmecilik uygulamaları ilk kez yapıyorsa, bu da bir yeniliktir.

Girişimciliğin diğer bir önemli boyutu fırsatların değerlendirilmesidir. Girişimci, fırsatları değerlendirerek öne çıkabilir. Girişimciliğe ilişkin fırsatları belirlerken aşağıdaki sorular sorulabilir:

- Mevcut durum nedir?
- İnsanlar neye en çok ihtiyaç duymaktadırlar?
- Hangi ürünlerle insanlar yönlendirilebilir?
- İnsanlara talep edebilecekleri hangi ürünleri sunabilirim?
- Üretebileceğimiz hangi mal ve hizmetleri insanlar talep edebilir?
- Başka ülkelerde olup da benim ülkemde olmayan mal ve hizmetler hangileridir?
- Başka ülkelerde olup da belli bir ülkede olmayan mal ve hizmetler hangileridir?
- Başka şehirlerde olup da belli bir şehirde olmayan mal ve hizmetler hangileridir?
- Yöresel ürünler nelerdir ve nasıl pazarlanabilir?
- Güncel yenilikler nelerdir?

- Üniversitelerin gerçekleştirdiği yenilik uygulamaları nelerdir?
- Diğer işletmelerin ihtiyaç duyduğu ürünler nelerdir?
- Yurtdışından alınan hangi mallar ülkemizde üretilebilir?
- Hangi ürün grubu için tamamlayıcı ya da ikame ürünler gereklidir?

Turizm sektörü açısından ise şu sorular sorulabilir?

- Hangi turizm alanında faaliyet gösterilebilir?
- Hangi turizm çeşitleri vardır?
- Hedef kitle kimlerdir?
- Hedef kitle hangi ülkenin insanlarıdır?
- Turizm alanında hangi yeniliklerle piyasaya girilebilir?
- Hedef kitlenin istediği, talep ettiği mal ve hizmetler nelerdir?
- Fiyat ya da ücret politikası ne olmalıdır?
- Fiyat ve ücret ile ilgili yenilikler neler olabilir?
- Turizm sektörü ile ilgili altyapının gereklilikleri nelerdir?
- Altyapı ile ilgili hangi yenilikler geliştirilebilir?

Toplumların gelişmesi için hayati bir önemde olan girişimcilik faaliyetleri devletler, sivil toplum örgütleri ve diğer birey veya unsurların destekleriyle gerçekleştirilebilmektedir. Ülkelerin ilerlemesinde, refahın artmasında esas bir unsur olan bu faaliyet, ekonomik istikrarın temel unsurlarının kurulup gelişimini ve sürekliliğini sağlamayı amaçlamaktadır.

Girişimcilik eğilimi değişik nedenlerle ortaya çıkmaktadır. Girişimcilik eğitimlerine katılanların durumu incelendiğinde bağımsız, kimseden talimat almadan çalışabilme arzusu, belli bir konuda bilgi sahibi olmak, para kazanmak ya da çok para kazanmak, saygınlığı artırmak, yapılabilecek başka bir işin olmaması, teşviklerin cazipliği, gibi nedenler insanları girişimciliğe yönlendirebilmektedir (Akdemir, 2009; Pınar, 2015, s. 76-80).

Girişimcilik aynı zamanda çevresel etkilere çok açık olan bir konudur. Girişimcilik davranışı, çevresel koşullardan etkilenmektedir. Çevrenin girişimciliği

teşvik eden unsurları, eğitim sistemi, liberal bir ortam ve kültür, girişimcinin toplum nezdindeki saygınlığı da girişimciliğin ortaya çıkmasında etkilidir.

Buna göre, ilk olarak ilgili ulusal ve uluslararası literatür ortaya konacaktır (ör.: Ahmetoglu, Leutner, Chamorro-Premuzic, 2011; Beaver, 2002; Hatten, 1997; İrmış, Durak ve Özdemir, 2010; Kahya ve İmamoğlu, 2013; Karabulut, 2009; Lee, 1999; Megginson, Byrd ve Emeritus Megginson, 2000; Müftüoğlu ve Durukan, 2004; Stefanovic, Rankovic ve Prokic , 2014; Taşkın, 2012; Tiryaki, 2012; Uluköy, Demireli, Kahya, 2013; Vecchio, 2003).

1.2. İlgili Literatürün Değerlendirilmesi

Akademik olarak ilk olarak Fransız düşünür J. B. Say tarafından ortaya konan ‘girişimci’ (Ahmetoglu ve diğer, 2011; İrmış ve diğer., 2010; Taşkın, 2012), Fransızca’da ‘entreprende’, İngilizce’de ‘entrepreneur’ terimiyle belirtilir ve ‘girişmek’, ‘başlamak’, ‘el uzatmak’ anlamına gelir. Hatten (1997) girişimciyi ‘bir işletmeyi kurmanın ve sürdürmenin finansal, maddi ve psikolojik risklerini üstlenerek bir iş fırsatının yaratabileceği getiriye üstlenen kişi’ olarak tanımlamaktadır. Bu tanımda, risklerin gerçekleşmesi durumunda ortaya çıkabilecek olumsuzluklar ile elde edilebilecek getiri girişimciliğin özünü oluşturmaktadır. Ancak, bunun yanında, yaratıcılık ve inovasyon girişimci davranışın diğer çok önemli unsurlarıdır. Diğer taraftan, sosyal girişimcilikte olduğu gibi, bu davranış işletmecilik dışı alanlarda da görülebilir.

Girişimcilik kavramı tarihsel süreç içerisinde iktisat literatüründe özellikle Schumpeter ve Marx’ın düşünceleriyle öne çıkmaktadır (Pınar, 2015, s. 76-80; Yener, 2018, s.1-10). Buna göre, bu iki yazar ve düşünür, Klasik ve Neo-Klasik kuramların ‘çok sayıda küçük işletmenin kar etmeden varlığını sürdürdüğü denge içinde piyasalar’ yaklaşımını kabul etmezler. Klasiklerin tam istihdam ve tam rekabet yaklaşımları dışında konuyu değerlendiren Marx, girişimciyi “kapitalist” olarak adlandırmakta ve esas olarak kar odaklı çalıştığını belirtir. Bu çerçevede, kar elde etmek için “kapitalist” sürekli yeni teknoloji peşinde koşacaktır. Bu çaba, teknolojik ilerleme ve toplumsal değişim ile sonuçlanacaktır (Tiryaki, 2012; Yener, 2018, s.1-

10). Görüldüğü gibi, Marx da girişimcinin toplumsal dönüşümdeki rolünü tespit etmiş ve kendi açısından yorumlamıştır. Bu durum, girişimcinin kapitalist ekonominin temeli olduğu gerçeğinin de ortaya konmasıdır.

Girişimciliğin ‘yaratıcı yıkıcılık’ olarak adlandırılması yine Klasik ve Neo-Klasik yaklaşımları kabul etmeyen Schumpeter’e dayanır. Schumpeter’e göre insanlık tarihi ‘girişimcinin sürekli yaratıcı yıkıcılığının tarihidir’. Girişimci bu rolünü Klasiklerin iddiasının tersine taklit yolu ile değil, ona pazarda tekeli bir konum sağlayan ‘icatçılığın’ (yenilikçiliğine) borçludur (Tiryaki, 2012; Topkaya, 2013; Yener, 2018, s.1-10). Buna göre, Schumpeter de ekonomik ekonomik gelişmeyi doğrudan, temel aracı ‘inovasyon’ olan girişimcilerle ilişkilendirmektedir.

Beaver (2002)’e göre, insanların girişimci eğilimler göstermeleri psikolojik, ekonomik ve sosyolojik nedenlerle açıklanabilir (Beaver, 2002). Buna göre, psikolojik bakış çerçevesinde girişimcilik başarı ihtiyacı, kendilik kontrolü, risk-alma, bağımsızlığa düşkünlük ile yenilikçi ve yaratıcı eğilimler gibi özellikler ile açıklanabilir. Ekonomik yaklaşım da, yine girişimciliği ayırt edici bazı davranışlar ve özellikler ile açıklamakta ve bu tür faaliyetlerin ekonomi üzerindeki etkisine odaklanmaktadır. Benzer şekilde, sosyolojik yaklaşım da bir girişimcinin fırsatçı, maceraperest, hırslı, yenilikçi, öncü, üst düzeyde bir imaj yaratıcısı ve daha geniş bir finansal strateji uyarlama eğiliminde olması gerektiği düşüncesini içermektedir. Müftüoğlu ve Durukan (2004) da, girişimciliğin sosyal ve kültürel bir olgu olduğunu ifade etmektedirler.

Girişimcilik konusundaki yaklaşımlara ilişkin bir başka sınıflandırma bireysel, çevresel ve firma temelinde bakış çerçevesindedir (İrmiş ve diğerleri, 2010; Genç, 2015, s. 155-159). Buna göre, ‘bireysel yaklaşım’ girişimciliği bireysel özelliklerle ilişkilendirerek açıklamaktadır. Kişilik özellikleri, eğitim, ailede bir girişimcinin olup olmaması gibi durumlar girişimciliğe geçiş konusunda belirleyici olacaktır. Çevresel yaklaşım, girişimciliğin ortaya çıkmasında çevresel etkenlerin ve özellikle de kültürün önemine odaklanır. Bunun yanı sıra, ekonomik yapı, devlet politikaları gibi olgular da girişimcilik üzerinde daha çok etkide bulunan çevresel unsurlar olarak ele

alınmıştır. Firma yaklaşımı ise, girişimcinin özellikleri ile firmanın yaşam evreleri arasında doğrudan bir bağ kurmaktadır. Buna göre, girişimci fırsatlara odaklı, yaratıcı, yenilikçi, karlılığı amaçlayan bağımsız bir kişilik olarak varlığını devam ettirdikçe kurulu işletme de bir ‘girişim’ olma durumunu sürdürecektir. Bir başka ifade ile, ‘girişimci’ nitelik korunmalı, ancak, ‘tatmin olan yönetici’, ‘hayal kırıklığına uğrayan yönetici’ ve ‘klasik bürokrat’ olma durumları dikkatle değerlendirilmeli (Genç, 2015, s. 155-159; İrmış ve Diğerleri, 2010), sorgulanmalı ve ilgili aşamaların yaratacağı olumsuzluklardan olabildiğince uzak durulmalıdır. Böylece, işletme rekabette öne çıkabilecek, karlılık ve büyüme amaçlarına ulaşabilecektir.

Megginson ve Diğerleri (2000), girişimciliğin sınır tanımadığını, insanların her yaşta girişimci olabileceklerini vurgulamaktadırlar. Yazarlar, küçük işletmelerin yaşlılara da yeni fırsatlar ve esneklik sağladığını belirtmektedirler. Bu çerçevede, girişimcilik, insanlara günün istedikleri saatinde açabilecekleri ve kapatabilecekleri, istedikleri gibi tasarlayabilecekleri bir işyeri sağlamaktadır. Yine, girişimciliğin yaratıcılık, inovasyon, risk üstlenme, genel yönetim ve yüksek performans beklentisi gibi bileşenleri esastır (Genç, 2015, s. 155-159; Hatten, 1997; Lee, 1999). Buna göre, inovasyon, bir ürüne, sürece, pazara, maddeye ya da örgüte ilişkin olabilir. Risk, olası kayıplar ya da işin başarısız olmasına ilişkindir. Genel yönetim, işletmenin yürütülmesi ve işletme için gerekli kaynakların tahsisi işlevidir. Son olarak, performans özlemi, yüksek düzeylerde büyüme ve karlılık beklentisini yansıtır.

Megginson ve Diğerleri (2000) girişimciliğin bağımsızlık isteği, belli bir süreci başlatabilme ve sonuçlandırabilme, başarılı olma isteği, ailevi ve kişisel nedenler, hızlı ve çabuk sonuç beklentisi, hızlı bir şekilde yanıt verebilme, kendini işine adanma, girişimciliğe tasarlayarak ya da şansla başlamanın bir sonucu olduğunu belirtmektedirler (Megginson ve Diğerleri, 2000; Genç, 2015, s. 155-159). Benzer şekilde, Müftüoğlu ve Durukan (2004), girişimcilerin “yıkıcı yaratıcılık”la ekonomik büyümenin en önemli aktörü olduklarını ifade etmektedirler. Buna göre, söz konusu yıkıcı yaratıcılık, yeni tedarik kaynakları, yeni satış piyasaları, yeni ürünler, yeni

süreçler ve yeni örgütsel şekiller ortaya koyarak eskinin yerine koymayı ifade etmektedir. Diğer taraftan, girişimcilik, küçük yatırımlarla büyüyebilme becerisini de içermektedir (Altuntaş, 2012).

Megginson ve Diğerleri (2000), insanlara hizmet etme, karlılık odağı, çevreyi koruma gibi sosyal amaçlar ve büyüme odağının insanları işletme kurmaya yönlendirdiğini ifade etmektedirler. Literatür girişimcilik için en önemli beş unsurun (“big five”) risk üstlenme, başarı ihtiyacı, özerklik ihtiyacı, kişisel fayda ve kendilik kontrolü olduğunu belirtmektedir (Vecchio, 2003, s. 306). Stefanovic ve Diğerleri (2011) girişimcilerin kendi patronu olma, deneyimler ve eğitimden faydalanabilme, kendini kanıtlama, geliri artırma, aile üyelerine çalışma olanakları yaratma, kişisel tatmin ve büyüme, iş güvencesi elde etme, kişisel özgürlüğü sürdürebilme, aileye daha yakın olma ve ‘eğlence olsun diye’ gibi gerekçelerle bir işletme kurduklarını belirlemişlerdir.

Müftüoğlu ve Durukan (2004)’e göre, girişimcilerin evrensel özelliklerinin yanı sıra, yerel nitelikleri de önemlidir. Bu çerçevede, girişimcilik konusundaki çalışmalar, uygulamalar konunun bu yönünü de dikkate almalıdırlar.

Açıkça bilinmektedir ki; girişimcilik her meslek ve sektörde olanaklıdır. Her sektör yaratıcılığa, yenilikçiliğe açıktır ve riske dayalı fırsatlar barındırır. Benzer şekilde, girişimciler kendine güvenle, kararlılıkla, ileri görüşlülükle, planlı hareket ederek ve çevreye öncülük ederek ya da en azından uyararak her alanda başarılı olabilirler. Her sektörde dünyanın farklı yerlerindeki gelişmeler aktarılabilir, uygulanabilir. Yeni pazarlar her alanda bulunabilir ya da oluşturulabilir. Yine, sürekli değişim evrendeki temel yasadır. Bu çerçevede, sektör ile girişimcilik eğilimi birbirinden bağımsız olmalıdır. Bu çerçevede, turizm sektörü de girişimciliğin en yoğun olarak görülebileceği sektörlerden biridir. Özellikle 1960’lardan sonra gelişen turizm sektörü, hizmet sektörüne özgü yeniliklerin kolaylıkla uygulanabileceği bir işletmecilik alanıdır.

1.3. Girişimciliğin İşlevleri

Girişimciliğin birçok işlevi vardır. Toplumların gelişme düzeyleri ile girişimcilik düzeyleri arasında doğrusal bir ilişki olduğunu ülke deneyimleri ortaya koymaktadır. Bu çerçevede, girişimcilik ile ilgili deneyimler ne kadar eskiye gidiyorsa ülkelerin gelişmişlik düzeyleri de o kadar artmaktadır.

Girişimcilik, yeni işletmelerin kurulması, öncelikle istihdamı artırmaktadır. İstihdamın artması ile birlikte ülkedeki toplam gelir artmaktadır. Toplam gelirin artışı toplam talebi artırmakta, bu da toplam üretimi artırmaktadır. Toplam retim artırılabilmesi için toplam istihdamın da artması gerekmektedir. Bu olumlu döngü, ülke ekonomisini bytmektedir. Ekonominin büyümesi, devletin vergi gelirlerini artırmaktadır. Diğer taraftan, ekonomik büyümenin bir başka katkısı da, devletin doğrudan desteklemek zorunda kaldığı insanların sayısının azalması, bir başka ifade ile devletin üzerindeki sosyal destek ya da işsizlik desteği yükünün azalmasıdır. Diğer taraftan, ülke ekonomisinin büyümesi, ülkedeki huzur ve barış ortamını destekleyecek ve buna dayalı olarak devletin ilgili faaliyetler ile ilişkili harcamalarını azaltacaktır.

Girişimcilik, yeni işletme kurulması, başka işletmelerin kuruluşunu da tetikleyecektir ya da mevcut işletmelerin iş hacimleri artacaktır. Her iki durumda da istihdam artacak ve ülke ekonomisi büyüyecektir. Yukarıda ifade edilen sürecin veya döngünün her yeni işletme kuruluşunda gerçekleşme olasılığı vardır. rnek olarak, özel bir hastanenin kuruluşu, çevresinde birçok yeni işletmenin ortaya çıkmasını sağlayacaktır. Hastaların ilaç alabileceği eczaneler kurulacaktır. Hastaların ve hasta yakınlarının diğer ihtiyaçlarını karşılayabileceği lokantalar, kafeler, çay ocakları, taksi durakları, dolmuş durakları, oteller, pansiyonlar, marketler, tekstil mağazaları ortaya çıkacaktır. Bütün bu işletmeler kendileri istihdam yaratıp ülkedeki toplam geliri ve dolayısıyla toplam talebi artıracakları gibi, bunlarla iş yapan diğer işletmeler de yine iş hacimlerini artıracaklardır.

Girişimciliğin gelişimi, girişimcilerin başarısı ve rol model olmalarıyla da yeni işletmelerin kuruluşunu tetikleyebilir. Bu noktada, girişimcilerin refah düzeyi, toplumda sahip oldukları saygınlık düzeyi, ortaya koydukları ürünler ve bunların toplum için önemi konuları belirleyici olacaktır.

Uygun (2016), girişimciliğin işlevlerini şu şekilde ifade etmektedir (Uygun, 2016, s. 7-8):

- **Üretimi örgütleme ve üretimi gerçekleştirme:** Girişimciler ve girişimler, üretimi örgütleyerek ve üretimi gerçekleştirerek toplumsal gereksinimleri karşılarlar ve aynı zamanda toplumsal refahın artışına katkıda bulunurlar. Bu süreçte, rekabette ayakta kalabilmek için doğru stratejiler uygulamak, fiyat, ürün çeşitliliği ve odaklanma açısından doğru yöntemler belirleyip uygulamak işletmelerin başarısı için zorunlu unsurlardır.
- **Ürünleri çeşitlendirmek:** Girişimler ürün çeşitliliği sağlayarak da toplumsal refahın artışına katkıda bulunurlar. Ürün çeşitliliği, hem artan müşteri talep kalitesine bir yanıttır hem de müşteri talep kalitesinin yükselmesini sağlayan bir unsurdur. Ürün çeşitliliği sağlayabilmek için işletmelerin yaratıcılığı teşvik etmeleri, yenilikçi olmaları, toplumun beklentilerini doğru şekilde tespit etmeleri gerekir.
- **Yeni Pazarlar Oluşturma:** İşletmeler, varlıklarını sürdürmek için yeni pazarlar oluşturma eğilimi içerisindeyler. Yeni pazarlar oluşturma, aynı zamanda, yeni ürün ortaya koymanın ya da yenilikçiliğin de bir sonucudur. Yeni pazarlar, coğrafi, mesleki, gelir düzeyine göre, yaş veya cinsiyete, mesleğe ya da kültürel yönelimlere göre oluşturulabilir.
- **Yeni Pazarlama Yöntemleri Bulup Uygulama:** İşletmeler yeni pazarlama yöntemleri bulup uygulayarak da yenilikçiliklerini, girişimci niteliklerini ortaya koyabilirler. Ürün özelliklerini değiştirme, yeni fiyatlandırma yöntemleri uygulama, tutundurma faaliyetlerini yenileme ve yine yenilikçi dağıtım faaliyetleri ile işletmeler pazarlarını genişletebilirler, yeni pazarlara ulaşabilirler.
- **Sermaye Birikimi Yaratmak:** Girişimler ve girişimciler sermaye birikimi oluşturulmasına da katkıda bulunurlar. İşletmeler, elde ettikleri karları tekrar

ekonomiye kazandırarak ülkede sermaye birikimi oluşturulmasına katkıda bulunurlar. Sermaye birikimine dayalı olarak ülkede yeni yatırımlar daha kolaylıkla yapılabilir ve olumlu bir döngü oluşturulabilir. Kurulan her bir işletme yeni istihdam olanakları yaratarak ülkede toplam gelirin ve toplam talebin artmasını sağlayacak, bu da üretime olan ihtiyacı artıracığından yeni işletmelerin kurulmasını ya da mevcut işletmelerin üretim hacimlerinin artırılmasını destekleyecektir. İstihdam edilen her yeni birey, elde edeceği gelirle yeni işletmelerin kurulmasına katkıda bulunabilir ya da doğrudan bir işletmeyi tek başına kurabilir. Sermaye birikimi, böylece, ülkede refah artışının da temelini, kaynağını oluşturur. Ülkelerdeki refah artışının bölgesel etkilerinin de olacağı unutulmamalıdır.

1.4. Girişimcilik Kuramları

Girişimcilikle ilgili farklı kuramlar, farklı yaklaşımlar vardır. Bu kuramlar, girişimcinin ve girişimciliğin nasıl ortaya çıktığına odaklanmışlardır. Her ne kadar farklı kuramlar ve farklı yaklaşımlar olsa da bunların birbirlerini reddetmediği, tersine birbirlerini tamamladıkları, konuyu farklı boyutlarıyla ele aldıkları gözlemlenmiştir. Diğer taraftan, bilimin, özellikle sosyal bilimlerin farklı alanlarındaki yaklaşımların ya da kuramların, disiplinlerarası bir yaklaşımla birleştirilebildikleri, belli bir konuya uyarlanabildikleri de açıktır. Girişimcilikle ilgili başlıca yaklaşımlar şunlardır:

- Kişilik Özellikleri Yaklaşımı;
- Bilişsel Yaklaşım;
- Girişimsel Niyet Yaklaşımı;
- Beşeri Sermaye Yaklaşımı.

1.4.1. Kişilik Özellikleri Yaklaşımı

“Kişilik özellikleri yaklaşımı”, girişimci tavrın ve girişimciliğin ortaya çıkışında kişilik özelliklerinin belirleyici olduğuna vurgu yapan yaklaşımdır. Bu yaklaşıma göre, girişimcilerin kendilerine özgü özellikleri vardır ve bu özellikler onları

girişimci kıldığı gibi diğer insanlardan da farklı kılar (Gartner, 1988, s.11-20; Naffziger ve Diğerleri, 1994, s.30-38; Pınar, 2015, s.78; Uygun, 2016, s.35-52). Bu çerçevede, girişimciler birbirlerine benzer özelliklere sahiptirler ve birbirlerine benzer davranışlar sergilerler.

Kişilik özellikleri yaklaşımına göre, girişimcilerde en çok görülen ortak özellikler şunlardır: Kontrol odaklılık, başarı ihtiyacı, risk alma eğilimi, saygınlık ihtiyacı, kararlılık, kendine güven, bağımsızlık arzusu, amaç odaklı olma, çalışkan olma, sorun çözebilme, dürüstlük, sorumlulukla hareket edebilme, atılımcılık, insan ilişkileri becerisi, akılcı düşünebilme, sosyal sorumluluk davranışına sahip olmadır.

1.4.2. Bilişsel Yaklaşım

Girişimciliğe “bilişsel yaklaşım”, bireyleri girişimci kılan özelliklerin zihinsel oluşumunun kaynaklarını ortaya çıkarmaya odaklanmıştır. Bu yaklaşım, girişimcilerin işletmelerini kurmalarında ve onu büyütmelerinde zihinsel modellerden nasıl yararlandıklarını araştırır. Bu çerçevede, girişimcilerin algılarının, hafızalarının, zihinsel şemalarının, eğilimlerinin, bilişsel mekanizmalarının, niyetlerinin ve dış çevrenin zihinde temsil edilmesinin davranışları nasıl ve hangi etkilediği sorusunun yanıtları aranır (Baron, 1998, s.277-290; Baron, 2004, s.223-235; Mitchell ve Diğerleri, 2002, s.95-100; Uygun, 2016, s.55-71).

Bilişsel yaklaşıma göre, girişimciliğe, objektif gerçekliklerden çok bireylerin algıları yön verir. Bireyler, fırsatları ve riski zihinlerinde kurgularlar. Bu nedenle, algı ve diğer bilişsel unsurlar fırsatların değerlendirilmesi ve risklerin algılanması için son derece önemlidir. Buna göre, girişimciler, girişimci olmayanlara göre, bilişsel süreçleri bakımından farklılık gösterirler.

1.4.3. Girişimsel Niyet Yaklaşımı

Bu yaklaşım girişimsel niyetin nasıl ortaya çıktığını bulmaya odaklanır. Buna göre, bireysel ve bağlamsal şartlar, girişimsel niyetlerin oluşumu sürecinde akılcı ve

sezgisel düşünme sistemi ile etkileşim içerisine girer ve böylece girişim olarak ifade edilen örgüt ortaya çıkar. Bağlamsal şartlar, bireyin sosyal, politik ve ekonomik koşullarından, bireysel şartlar ise bireyin özgeçmişi, kişiliği ve yeteneklerinden oluşur. Yeni girişim başlatma niyeti, akılcı, analitik, nedensel düşünme süreci ile sezgisel, sonuç odaklı düşünme sürecinin bir sonucudur. Girişimsel niyet, zamanla, girişimsel davranışa dönüşmektedir. Davranışsal niyet kaynağını tutumlardan alır (Westhead ve diğerleri, 2003; Uygun, 2016, s.75-90).

1.4.5. Beşeri Sermaye Yaklaşımı

Girişimciliğe “beşeri sermaye yaklaşımı”, bilgi, beceri ve yeteneğin girişimcilikteki önemini ele alır. Bu kurama göre, başkalarına göre daha yüksek düzeyli girişimcilik bilgi, beceri ve yeteneğine sahip olan bireyler, girişimcilikte daha yüksek başarıya sahip olacaklardır (Becker, 1975; Uygun, 2016, s.93-131).

Beşeri sermaye kuramı, bireyin sahip olduğu bilgi, beceri ve yeteneğin ekonomik ve sosyal başarıdaki önemini vurgular. Bilginin iki temel kaynağı alınan eğitim ve yaşananlardır (deneyimlerdir). Sahip olunan bilgi, beceri ve yetenek ne kadar farklı, değerli ve kolayca ikame edilmeyen ya da taklit edilemeyen nitelikte ise, bu unsurlara dayalı olarak rekabet üstünlüğü elde etmek de o kadar kolay olacaktır. Beşeri sermaye, bireylerin okul ve staj dönemlerinde, iş yaşamlarında ve diğer deneyimlerinden elde edilebilir.

Bireylerin öğrenme kapasiteleri, mal ve hizmet üretiminde yer alan diğer kaynaklarla karşılaştırılabilir bir değere sahiptir (Lucas, 1988, s. 4-6). Bu nedenle de, beşeri sermaye, girişimciliğin ortaya çıkmasında ve sürdürülebilirliğinde son derece önemlidir.

1.5. Turizm Sektöründe Girişimcilik

Turizm sektörü, özellikle 1960 sonrasında hızla gelişmiştir. Bugün turizm, çok farklı alanlarda gerçekleşmektedir. Bir başka ifadeyle, turizm çeşitlenmiştir. Geleneksel turizm faaliyetlerinin yanı sıra, doğa turizmi, sağlık turizmi, kültür

turizmi, tarih turizmi, spor turizmi gibi farklı şekillerde gerçekleşen turizm faaliyetleri bütün Dünya'ya yayılmıştır (Altındal ve Sallan Gül, 2016, s. 116; Emir, 2000, 4-6; Pınar, 2015, s. 80-82). Turizm sektöründe ortaya çıkan gelişmenin nedenleri şunlardır:

- Toplumların gelirlerinin artması;
- Refahın ölçütlerinden birinin turizmin faaliyetlerine katılım olması;
- Ulaşım olanaklarının varlığı, yaygınlığı ve çeşitliliği;
- Turizm açısından cazibe alanları olan yerlerin tanıtımı ve insanların buralar hakkındaki farkındalığı;
- Devletlerin, hükümetlerin konuya sahip çıkmaları;
- İletişim teknolojisinin gelişimi;
- Turizme dönük altyapının hükümetler öncülüğünde güçlendirilmesi;
- Turizmin ülkeler için temel bir gelir kaynağına dönüşmesi;
- Turizmin önemli bir girişimcilik alanı olmasıdır.

Dalgın ve Diğerleri (2015), Türkiye'de turizm girişimciliğinin gelişimini özetlemişlerdir. Buna göre, Türkiye'de turizm girişimciliği özellikle 1980 yılı sonrasında gelişmiştir. 1982 yılında çıkarılan "Turizm Teşvik Kanunu" ile Devlet, Türkiye'de turizm girişimciliğini teşvik etmiştir. Turizm sektörü, Türkiye için en önemli gelir kaynaklarından biridir. Beşinci Beş Yıllık Kalkınma Planı'nda ve Altıncı Beş Yıllık Kalkınma Planı'nda turizmin çeşitlendirilmesine önem verilmiştir.

Turizm girişimciliği, farklı ülkelere insanları işbirliğini de içeren, çok boyutlu bir girişimcilik alanıdır. Bu girişimcilik türü de, bir özel sektör faaliyeti ise, kar odaklı, riske dayalı, yenilikle güçlenen ve fırsatları değerlendirmeye dayalı olan işletmecilik türlerinden biridir.

Turizm sektöründe yer alan girişimcilerin özellikleri incelendiğinde, risk alma, finansal bağımsızlık eğilimi, stratejik vizyona sahip olma, müşteri yönelimlerine odaklanma ve uyum sağlama çabası ya da gelişmeleri takip gibi niteliklere sahip oldukları görülmektedir (McGehee ve Kim, 2004; Pınar, 2015, s. 80). Hollick ve Braun (2005, s.3-5)'e göre, turizm sektöründeki girişimciler, belirli sosyal, halkla

ilişkiler, pazarlama ve iletişim becerileri ile diğer girişimcilerden ayrılmaktadırlar. Yine, Tajeddini (2010, s.222), işe yönelim ya da odaklanma becerilerinin turizm sektörü girişimcilerinin üstün hizmet kalitesi sağlamalarındaki etkisini vurgulamıştır. Buna ek olarak, Moriarty ve Diğerleri (2008, s. 223-227) de, turizm sektörü girişimcilerinin yenilikçi yönetim ve pazarlama yeteneklerinin ve üstün iletişim becerilerinin turizm girişimciliği süreçleri üzerinde çok olumlu etkileri olduğunu belirtmişlerdir. Künü ve Diğerleri (2015), turizm faaliyetleri arasındaki ilişkiyi, Doğu Karadeniz üzerinde gerçekleştirdikleri bir araştırma ile incelemişler ve iki değişken arasında pozitif ilişki olduğunu belirtmişlerdir.

Dünya nüfusu giderek artmaktadır. Diğer taraftan, Dünya’da, hemen her ülkede gelir düzeyi yükselmektedir. Gelir düzeyinin yükselmesi bazı ülkelerde çok hızlı, bazı ülkelerde orta düzeyde, bazı ülkelerde ise yavaş gerçekleşmektedir. Gelir düzeyinin yükselmesi çeşitli şekillerde refaha dönüşmekte, refaha yansımaktadır. Turizm faaliyetlerine katılım sonucunda ortaya çıkan harcamalar da bu gelir artışının bir sonucudur (Emir, 2000, s.4-6; Künü ve Diğerleri, 2015). Bu durum, aynı zamanda refah artışının da bir yansımasıdır.

Dünya’da, gelir düzeyi daha yüksek olan ülkelerin vatandaşlarının turizmle ilgili harcamaları çok daha yüksektir (Emir, 2000, s.8). Örneğin, 2000’li yıllarda, Çin Halk Cumhuriyeti’nin 1990’lardan sonra gerçekleştirdiği hızlı ekonomik büyümenin bir sonucu olarak ortaya çıkan gelir artışına dayalı, bu ülke vatandaşlarının katıldığı turizm faaliyetleri hemen her ülkede gözlemlenebilmektedir. Bir başka ifade ile Çinlileri, Dünya’nın hemen her ülkesinde, farklı turizm faaliyetleri içerisinde görmek olanaklıdır. Bu durum, Çin içerisinde ve Çin dışında, Çinlilere yönelik turizm girişimciliği faaliyetlerinin de artmasını beraberinde getirmiştir.

Turizmle ilgili girişimcilik faaliyetlerinde, yine başlangıçta bir karlılık analizi, risk analizi, fırsat analizi ve yenilik analizi yapmak gerekir (Sariaslan, 2010, s. 29-39). Bütün bu analizler, bir işletme kurmadan önce yapılması gereken üç analizi veren, pazar analizi, teknik analiz ve finansal analizden ayrı olarak düşünülmemelidir.

Turizmle ilgili bir işletme kurulmadan önce bir Pazar analizi yapılmalıdır. Bu analizde, turizmle ilgili bir işletmenin başarılı olup olamayacağı, hedef kitlenin kim olacağı, olası talep düzeyi ve gelir hacmi, elde edilen gelir ve karın beklentileri karşılayıp karşılayamayacağı değerlendirilmelidir. Bu aşamada, yine, üretim kapasitesi de ayrıntılı olarak ele alınmalıdır. Girdilerin hangi işletmelerden tedarik edileceği, tedarikçi seçeneklerinin kimler olabileceği üzerinde durulmalıdır.

Kuruluş yeri konusu, işletmenin nerede kurulacağı, hem Pazar analizini, hem teknik analizi, hem de finansal analizi yakından ilgilendirmektedir (Sarıaslan, 2010, s.29-39). Özellikle hizmet işletmelerinde, kuruluş yerinin doğru şekilde belirlenmesi çok önemlidir. Genel olarak, hizmet işletmelerinde kuruluş yeri pazara en yakın noktada kurulmalıdır. Bu bağlamda, pazarın nitelikleri, pazara özgü özellikler büyük önem kazanmaktadır. Diğer taraftan, turizmin çeşidi de kuruluş yeri konusunda belirleyici etkenlerden biridir. Örneğin, plaj turizmi için deniz kıyıları, kış turizmi için yoğun kar alan ve karın uzun süre yerden kalkmadığı dağlık alanlar, tarih turizmi için tarihi eserlerin çokça yer aldığı yöreler, sağlık turizmi için doğanın korunduğu, oksijeni bol ormanlık alanlar, jeo-termal tesislerin bulunduğu ya da sağlık kuruluşlarının, hastanelerin bulunduğu alanlar seçilmelidir. Bunun yanı sıra, kuruluş yeri analizlerinde olduğu gibi, ayrıntılı bir girdi maliyeti, üretim faktörü maliyeti değerlendirmesi yapılmalıdır.

Bir turizm işletmesi kurulurken yapılması gereken ikinci değerlendirme, teknik değerlendirmedir (Sarıaslan, 2010; s.79-122). İşletmenin hangi teknik özellikleri içereceği, varlık konumlandırmasının nasıl olacağı, işletmenin kapasitesinin ne olacağı konusu ayrıntılı olarak ele alınmalı, hesaplanmalıdır. İşletmede kaç kişi çalışacak, çalışanlar hangi niteliklere sahip olacak, işletmede hangi teknik birimler olacak konuları da örgütsel değerlendirmenin konuları olduğu gibi teknik değerlendirmeyi de ilgilendiren öğelerdir. Yine, çalışanların nerede barınacağı, kaç vardiya ile çalışılacağı konusu da ayrıntılı olarak üzerinde durulması gereken boyutlardır.

Turizmle ilgili bir girişim kurulurken ele alınması gereken bir diğer konu, yapılması gereken bir diğer analiz de finansal analizdir (Sarıaslan, 2010, s. 123-166) . Bu aşamada, basitçe, “Finansman nasıl sağlanacak?”, “Finansman kaynakları nelerdir?”, “İlk yatırım tutarı nedir?” ve “İşletme sermayesi ihtiyacı ne kadardır?” soruları yanıtlanacaktır. Bir turizm işletmesi aşağıdaki kaynaklardan finansman sağlayabilir:

- Devlet hibeleri;
- Faizsiz destekler;
- Banka kredileri;
- İş melekleri;
- Yakınlardan borç para alma;
- Kişisel mülkte bulunan varlıkları işletmeye aktarma;
- Finansal kiralama (leasing);
- Yavaş yavaş büyüme;
- Risk sermayesi şirketleri ile ortaklıklar kurma;
- Uluslararası hibelerdir.

İşletmeler, aynı zamanda hukuka uygun davranmalıdır. Hukukun ne gerektirdiği, hangi kanunların bilinmesi, takip edilmesi gerektiği, kanunların içeriği de işletme kurucuları tarafından asgari seviyelerde de olsa bilinmelidir. Bu çerçevede, Ticaret Kanunu, Borçlar Kanunu, İş Kanunu, Sendikalar Kanunu, İcra ve İflas Kanunu, Şirketler Kanunu ve Kıymetli Evrak Kanunu hakkında belli düzeyde bilgi sahibi olmak işletme kurucuları için bir üstünlük olacaktır.

Örgütsel analiz de turizm girişimlerini rekabet ortamına hazırlayan değerlendirmelerden bazılarını içerir. İşletmede kaç birim, kaç düzey olacak, ast-üst ilişkileri nasıl olacak gibi soruların yanıtları bu aşamada verilmelidir. Bu aşamada yine, yetki ve sorumlulukların ayrıntıları ortaya konulmalıdır. Yöneticilerin kimlerden ve nasıl seçileceği, çalışanların hangi niteliklere sahip olmaları gerektiği gibi konular bu aşamanın kapsamındadır.

Bir turizm işletmesinin kuruluşu ile ilgili yukarıda yapılan açıklamalar çerçevesinde, kuruluş aşamasında yanıtlanması gereken sorular şunlardır:

- İşletmenin önündeki fırsatlar nelerdir?
- İşletme hangi riskler ile karşı karşıyadır?
- İşletmenin olası karlılık düzeyi yıllara göre nedir?
- İşletme ile ilgili hangi yenilikler geliştirilebilir?
- Yenilik alanları nelerdir?
- İşletmenin kapasitesi ne olmalıdır?
- İşletmenin olası satış hacmi nedir?
- İşletmenin hedef kitlesi kimlerdir?
- İşletme hangi turizm alanında faaliyet gösterecektir?
- Hizmet ücretleri ne olacaktır?
- İşletmenin konumu neresidir?
- İşletmenin girdileri nelerdir?
- İşletmenin tedarikçileri kimlerdir?
- İşletmenin iç ve dış tasarımı nasıl olmalıdır?
- İşletmenin finansman kaynakları nelerdir?
- İşletme sermayesi miktarı ne olmalıdır?
- İlk yatırım tutarı nedir?
- Hukuksal yükümlülükler nelerdir?
- Tabi olunacak yasalar hangileridir?
- Çalışanların yetki ve sorumluluklarının çerçevesi ne olacaktır?
- İşletmede kaç birim olacaktır?
- İşe alınacak personelde aranacak nitelikler nelerdir?

İKİNCİ BÖLÜM

GİRESUN'DAKİ TURİZM GİRİŞİMCİLİĞİ

Doğu Karadeniz'de yer alan Giresun İli, turizm açısından önemli varlıklara sahiptir. Bu çerçevede, doğal ve tarihi varlıklar ile yöre kültürünün, turizm faaliyetleri açısından Giresun İli'ni önemli bir alana dönüştürme potansiyeli vardır. Bu durum Doğu Karadeniz'in genel doğal, tarihi ve kültürel yapısı ile de doğrudan ilişkilidir (Bekdemir ve Fatsa, 2015; Fatsa, 2018; Künü ve Diğerleri, 2015, s. 89).

Giresun İli, tarihi (Balcı, 2015, s.35; Karaman, 2015, s.24;), tarihsel varlıkları (Emecen, 2015, s. 14), ekonomik yapısı (Kuruca, 2015, s. 41), öne çıkan tarihi ve kültürel şahsiyetleri (Yüksel, 2015, s. 72), sosyolojik yapısı (Kadioğlu, 2015, s.81), edebi yaşamı (Elmas, 2015, s. 392), yöresel ağzı ve ağızları (Tekin, 2015, s. 396), halk edebiyatı (Öksüz, 2015a, s. 424; Öksüz, 2015b, s. 492), yaylacılık ve otçu göçü geleneği (Güleç, 2015, s. 506), bütünsel olarak kültürü (Bakırcı, 2015, s. 512) ve kültürel varlıkları (İltar, 2015, s. 517), kırsal sanatı (Nefes, 2015, s. 537), müzeleri ve kütüphaneleri (Güleç ve Güleç, 2015, s. 547), doğal yapısı, coğrafi konumu ve mutfağı ile turistler için son derece çekici bir il olabilir.

Bu bölüm, yukarıda ifade edilen turizm ile ilişkili değerleri ekonomik değerlere ve kazanca dönüştürmede temel olan altyapı ve üstyapı unsurlarını içeren 5 üst başlık altında toplanmıştır. Bu başlıklara kaynak oluşturan veriler ilgili Kamu Kurumlarından talep edilerek ya da bu kurumlara ait resmi internet sitelerinden temin edilmiştir.

1- Turizm Tesisleri

- a. Konaklama tesisleri
- b. Yeme-içme tesisleri
- c. Yöresel ürünler Değerlendirilmesi

2- Turizm Acentaları**3- Giresun'da Turizm Eylem Planı**

- a. Turizm Rotaları Setinin hazırlanması
- b. Hediyelik Yöresel Cam ve Gümüş Ürünlerin Üretimi ve Pazarlanması
- c. Fındık Müzesi ve Tema Parkı

4- Giresun'da Turizm Çeşitliliği

- a. Kültür Turizmi
- b. Doğa Turizmi
- c. İnanç Turizmi
- d. Sağlık Turizmi
- e. Tıp Turizmi
- f. Termal ve SPA-Wellness Turizmi
- g. İleri Yaş Turizmi

5- Giresun'daki Turizm Girişimciliğinin Önünü Açmak Amaçlı Devam Eden Projeler

- a. Zeytinlik Mevkii Sokak Sağlıklaştırma ve Kentsel Tasarım Projesi
- b. Giresun Botanik Ada ve Gemiler Çekeği Çevre Düzenlemesi Projesi
- c. Şebinkarahisar Tarihi Kale Sokağı Evleri Restorasyon Projesi
- d. Yeşil Yol Projesi
- e. Yeşil Yolun Pınarları
- f. Göksu Travertenleri

6- Turizm Girişimcilerine Hibe Veren Kamu Kurumları

- a. Doğu Karadeniz Projesi Bölge Kalkınma İdaresi Başkanlığı (DOKAP)
- b. Doğu Karadeniz Kalkınma Ajansı (DOKA)
- c. Tarımsal ve Kırsal Kalkınmayı Destekleme Kurumu (TKDK)
- d. Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeleri Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı (KOSGEB)

1- Turizme Tesisleri

a. Konaklama tesisleri

Giresun İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü verilerine göre 2018 yılında Giresun’u 6.210 yabancı turist ziyaret etmiş olup bu turistler, Giresun’da toplamda 10.499 gün konaklama yapmışlardır. Yerli turist olarak ili 182.313 kişi ziyaret etmiş ve bu kişiler toplamda konaklama 258,328 gün Giresun’da konaklama yapmışlardır. Bu rakamlara karşılık ilin toplam yatak kapasitesi 3.612’dir. Turizm sezonunun kısa olması sebebiyle sezonda konaklama talebi karşılanamamaktadır. Konaklama imkânlarının yetersiz olması turizm sezonunda (Mayıs-Eylül) fiyatların yükselmesine ve dolaylı olarak kayıt dışı konaklamaların gerçekleşmesine sebep olmaktadır. Bu nedenle özellikle Kültür Turizm Bakanlığı İşletme Belgeli tesis yatırımlarının Giresun'a çekilmesi ve kaliteli konaklama kapasitesinin artırılması Turizm sektörünün gelişmesine önemli katkılar sunacaktır (Emir, 2000; Fatsa, 2018; İltar 2014).

Tablo 1: Konaklama Tesisleri

AYLAR	GELİŞ SAYISI										GECELEME SAYISI													
	YABANCI					YERLİ					YABANCI					YERLİ								
	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2012	2013	2014	2015	2016	2017
OCAK	218	44	77	85	87	139	4282	3380	4772	5063	5813	7843	511	67	67	93	136	326	7882	4949	5804	7934	8059	10936
ŞUBAT	27	32	85	63	89	143	3264	3486	4566	5035	5889	8706	35	49	111	83	121	303	5911	75228	6371	7325	8234	11979
MART	49	49	119	98	137	244	3787	4082	5068	6356	7144	10310	50	65	64	119	205	470	6149	6024	7247	8531	10055	14636
NİSAN	215	38	125	326	191	182	3350	3044	6173	6702	7760	11985	216	133	229	565	225	354	6063	5089	12914	8773	10957	15963
MAYIS	128	145	228	257	369	440	3976	3835	6729	9318	10221	17590	221	227	450	306	690	1242	5738	2758	9392	11305	13094	27173
HAZİRAN	153	184	254	279	156	406	4910	7100	7176	7759	6437	10924	229	250	353	482	195	678	7288	10307	10305	10471	8090	16536
TEMMUZ	450	431	494	608	349	1311	5340	4987	5947	9246	13538	29424	584	510	641	966	546	2518	8357	6823	7188	12696	17086	39773
AĞUSTOS	404	959	861	959	469	1011	3838	12711	10445	12711	12543	21856	532	1567	1162	1567	903	1940	5612	16521	10445	16521	16191	26665
EYLÜL	158	146	358	270	369	664	4187	3735	6981	7011	9853	17301	215	207	553	440	554	1313	5440	5401	8270	8898	11709	25032
EKİM	199	150	176	197	294	215	3225	3750	6085	6891	7105	11872	2400	202	250	313	546	354	5163	5261	7519	11293	9753	17662
KASIM	154	116	134	107	174	163	3918	3905	6125	5974	7251	9458	2462	148	219	249	354	308	6496	5428	7333	8591	9173	13932
ARALIK	75	94	80	90	114	151	2918	3210	6050	5712	8433	9575	169	115	111	134	346	223	6496	4621	7331	7814	28898	13771
TOPLAM	2230	1875	2049	3330	2798	5069	47454	51165	77117	86828	101945	166844	7624	2528	4310	5296	4821	10029	75135	73746	102701	119166	151299	234058

Tesise Geliş/Geceleme Yerli Ve Yabancı Turist Sayısı (*GKVTM 2018 Yılı Kayıtları*).

Giresun’da turizm işletme belgeli yatak kapasitesinin 2017 yılı sonu itibariyle 3000'e ulaşması, özellikle 4 veya 5 yıldızlı yeni otel yatırımlarının Giresun'a çekilmesi, hâlihazırda faaliyet gösteren turizm işletme belgeli tesislerin kapasitelerinin artırılması veya yenileme yatırımlarının desteklenmesine yönelik çalışmalar yapılması hedeflenmektedir. İldeki turizme yönelik tesislerin dağılımı şöyledir (Emir, 2000; Fatsa, 2018; İltar 2014):

İlde, işletme ve yatırım belgeli 26 otel vardır. Bunlardan 2 tanesi 4 yıldızlı, 19 tanesi 3 yıldızlı, 4 tanesi 2 yıldızlı ve 1 tanesi 1 yıldızlıdır. Mahalli idarelerce belgelendirilen konaklama tesisleri sayısı 19; yaylalardaki konaklama tesisleri sayısı 8 olarak kayıtlara girmiştir (*GKVTM 2018 Yılı Kayıtları*).

Tablo 2: Giresun'daki Oteller ve Yatak Durumları – 1

TOPLAM			İŞLETME BELGELİ			BELEDİYE BELGELİ			KAMU MİSAFİRHANE			ÖZEL İDARE BELGELİ			YATIRIM BELGELİ			
TESİS SAYISI	ODA SAYISI	YATAK SAYISI	TESİS SAYISI	ODA SAYISI	YATAK SAYISI	TESİS SAYISI	ODA SAYISI	YATAK SAYISI	TESİS SAYISI	ODA SAYISI	YATAK SAYISI	TESİS SAYISI	BUNGAL OV EV	ODA SAYISI	YATAK SAYISI	TESİS SAYISI	ODA SAYISI	YATAK SAYISI
85	1775	3741	29	866	1710	25	436	917	20	288	589	9	2	185	525	6	361	718

Giresun'daki oteller ve yatak durumları (GKVTM 2018 Yılı Kayıtları).

Tablo 3: Giresun'daki Oteller ve Yatak Durumları - 2

Yıldız	Adet	Oda sayısı	Yatak Kapasitesi
4 yıldızlı	1	85	179
3 yıldızlı	16	545	1092
2 yıldızlı	6	166	299
1 yıldızlı	1	15	30
pansiyon	3	21	42
apart	1	24	48
Butik	1	10	20
<u>Toplam</u>	29	866	1710

Giresun'daki turizm turizm işletme belgeli oteller ve yatak durumları (GKVTM 2018 Yılı Kayıtları).

b. Yeme içme tesisleri

Giresun'da son yıllarda yeme içme tesisi / restoranlarda sürekli artış gözlenmektedir. Özellikle Turizmin uzun vadeye yayılması ve konaklama gün sayısının artması ile birlikte bu alanda önemli ivme kazanacağı öngörülmektedir. İlde faaliyet gösteren önemli tesislerin sayısı 27 olarak verilmektedir. Ancak günümüzde bunlardan sadece 2 tanesi turizm işletme belgesine sahiptir. Bu konuda ilerleme sağlamak amacı ile ilin ilgili kamu kurum ve kuruluşları tarafından finansal olarak destek faaliyetleri başlatılmıştır. (*GKVTM Kayıtları*).

Yukarıdaki değerlendirme tablosunda yer alan ürünlere ek olarak Giresun Tel Kadayıf, Görele Kemeçesi, Giresun Tabancası, Giresun Tavası, İsebella Üzümü ürünleri de Giresun İlinin yöresel ürünler envanterinde bulunmaktadır. (*Doğu Karadeniz Kalkınma Ajansı Verileri*)

2- Turizm Acentaları

Turizm acentaları sektöründe Giresun'da henüz istenilen seviyede olmamasına rağmen 11 adet firma bulunmaktadır. Bu firmaların büyük bir kısmı nakliye ve ulaşım sektöründe faaliyet göstermektedirler. Sadece turizm faaliyeti ile iştilal eden firma sayısı çok az sayıdadır. Özellikle dışardan direk turist getirmeye odaklanan firma bulunmamaktadır. Turizmle ilgili firmaların tamamı Giresun'dan dışarıya turist götürmeye odaklanmışlardır. Bu da ilin turizm açısından gelişimine olumsuz etki yapmaktadır (*GKVTM Kayıtları*).

Tablo 5: Giresun'daki Seyahat Acentaları

S.N	BELGE NO	MERKEZ	ŞUBE	TESİS ADI	GRUBU
1	3736	GİRESUN		OR-Gİ TURİZM	A
2	2861	GİRESUN		ÇOTANAK TURİZM	A
3	9560	GİRESUN		ARETİAS TURİZM	A
4	7555	GİRESUN		TATİLCE TURİZM	A
5	6534	GİRESUN		TS DERYA TRAVEL	A
6	5098	GİRESUN		İSTANBUL SEMA TURİZM	A
7	3351	İSTANBUL	GİRESUN	HUDEYBİYE TURİZM	A
8	5525	GÖRELE		MÜGENAZ TURİZM	A
9	7065	GİRESUN		AYMAÇ TURİZM	A
10	5311	GÖRELE	GİRESUN	TAVACI TURİZM	A
11	8920	GİRESUN		28 CEKA TURİZM	A
12	5390	İSTANBUL	GİRESUN	FINDIKKALE TURİZM	A
13	8072	SAMSUN	BULANCAK	TOMRİS TURİZM	A
14	9684	GÖRELE		YEŞİL BEYAZ TURİZM	A
15	8708	SAMSUN	BULANCAK	TE-TUR TURİZM	A

16	10933	TİREBOLU		TİREBOLU TRAVEL TURİZM	A
17	10222	BULANCAK		BULANCAK TURİZM	A
18	5001	İSTANBUL	GİRESUN	STT İSTANBUL TRAVEL	A

Giresun'daki Seyahat Acentaları (GKVTM 2018 Yılı Kayıtları).

3- Giresun'da Turizm Eylem Planının Ana Hatları

İlin turizm eylem planının hazırlanmasına yönelik oluşturulan komisyon aylık rutin olarak Giresun Valisi başkanlığında toplanmakta, talep ve öneriler değerlendirilerek eylem planının hazırlanma çalışmaları sürdürülmektedir. Bu bağlamda şimdiye kadar ön plana çıkan konular şunlardır:

a. Giresun Turizm Eylem Planının Hazırlanması

Turizm alanlarının tanıtımı, projelendirilmesi, koordinasyonu ve turizm faaliyetlerinin çeşitlendirilerek mevsimsellik etkisinin azaltılması amacıyla ildeki bütün paydaşların katılımı ile kurumlar için rehber niteliğinde olacak “Giresun 2023 Turizm Eylem Planı” hazırlanması planlanmaktadır.

b. Turizm Rotaları Setinin hazırlanması:

İlde bulunan önemli tarihi ve turistik destinasyonların görselleri ile birlikte hazırlanması ve bu görsellerin www.giresun.com.tr sitesine aktarılması ve kitapçık haline getirilerek ilgili kurum ve kuruluşlara dağıtılması planlanmaktadır.

c. Hediyelik Yöresel Cam ve Gümüş Ürünlerin Üretimi ve Pazarlanması

Yöresel ürünlerin ticarileşmesinin sağlanması kapsamında cam ve gümüş ürünlerinin ilgili kurum ve kuruluşlarca üretimi sağlanarak satış noktalarında pazarlanması planlanmaktadır. 2014 yılında tamamlanan TR90 Yöresel Ürünler Stratejisi'nde Giresun'da 17 adet yöresel ürün 13 kıstas ile değerlendirilmiş ve bunlardan sadece 4 tanesinin bilinirliğinin olduğu, fındık hariç diğer yöresel ürünlerin bilinirlik düzeylerinin ise sadece yerel düzeyde olduğu tespit edilmiştir. İlin yöresel ürünlerinin önemli bir kısmının dış pazarlamaya uygun olmasına rağmen, ticarileştirilmesine yönelik olarak koruma, taklitle mücadele, ortak marka, ortak

tanıtım gibi konularda yapılan çalışmaların istenilen seviyede olmadığı gözlemlenmiştir. Günümüzde yükselen değer olarak ortaya çıkan yöresel ürünlerin kayıt altına alınmaması, ortak bir bilinç oluşturulmaması ve bu ürünlere yönelik ortak satış alanlarının oluşturulmaması bu ürünlerin markalaşması ve ticarileşmesinin önündeki en önemli sorunlardır.

d. Fındık Müzesi ve Tema Parkı

Fındık en çok ihraç ettiğimiz 5 tarım ürününden biri olmasına rağmen ülkemizde fındığın tanıtımının yapıldığı bir müze ve tematik park bulunmamaktadır. Fındığın anavatanı olan Giresun'da bir müze ve tematik parkın kurulması kenti cazibe merkezi haline getirebilecek, kentte turizmi canlandırabilecek, kentin ulusal anlamda tanınırlığını pekiştirebilecek ve küresel anlamda bilinirliğini artıracak önemli projelerden biri olarak görülmektedir. Bu müze ve tematik park, kendi asli görevi dışında araştırma, geliştirme, tanıtım vb. hizmetler de sunacaktır.

4- Giresun'da Turizm Çeşitliliği

a. Kültür Turizmi

Trabzon Kültür Varlıklarını Koruma Bölge Kurulu Müdürlüğü kayıtlarına göre Giresun il merkezinde 4 adet sit alanı, 183 adet kültür varlığı ve 8 adet tabiat varlığı bulunmaktadır. Sit alanlarından Giresun Kalesi (I. derece), Giresun Kalesi'nin Batı Yüzü (III. derece) ve Giresun Adası (II. derece) arkeolojik; Zeytinlik Mevkii (III. derece) ise kentsel sit alanıdır. Kültür varlıklarından 119 tanesi konut; 21 tanesi dini yapılar; 13 tanesi su yapısı; 13 tanesi ticaret yapısı; 12 tanesi kamu yapısıdır. Sivil mimarlık örnekleri olan konutlardan çoğu Zeytinlik Mevkii'nde, Çınarlar Mahallesi, Hacı Hüseyin Mahallesi ve Kale Mahallesi'nde bulunur. Geleneksel konutlar, sayı bakımından fazla olması nedeni ile ayrı bir kitap olarak hazırlanmaktadır. Bu konutların genel özellikleri Zeytinlik Mevkii bölümünde kısmen anlatılmıştır. Dini yapılardan 14 tanesi cami; 3 tanesi türbe ve mezarlık; 4 tanesi de kilise yapılarıdır. Su yapılarından 7 tanesi çeşme; 3 tanesi köprü; 1 tanesi değirmen, 1 tanesi de hamam yapısıdır. Bu yapılar dışında Fiyala Yolu, Millet Bahçesi ve Nihat Bey Anıtı diğer tescilli kültür varlıklarındandır (Fatsa, 2018; İltar 2014: 35).

b. Doğa Turizmi

Doğa turizmi faaliyetlerinin yapıldığı alanları korunan alanlar (yönetime tabi) ve henüz doğa turizmi faaliyetlerinin kontrol edilmediği kontrolsüz alanlar olarak iki başlık altında incelemek mümkündür. Korunan alanlar, milli parklar, tabiat parkları, tabiat anıtları, tabiatı koruma alanları, doğal sit alanları, sulak alanlar, yaban hayatı koruma ve geliştirme sahaları, özel çevre koruma bölgeleri ve benzeri koruma statüsü bulunan, biyolojik çeşitliliğin, doğal ve bununla ilişkili kültürel kaynakların korunması ve devamlılığının sağlanması amacıyla ilgili mevzuata göre tespit edilen ve yönetilen kara ya da deniz alanlarıdır.

Giresun; doğa ve deniz turizminin aynı anda yaşanabileceği bir coğrafyada yer alır. İl Merkezindeki Giresun Kalesi Mesire Alanı ve Giresun Adası turistik açıdan görülmeye değer yerlerdir. Kümbet, Bektaş, Yavuzkema1 ve Sisdağı yaylaları başta olmak üzere Giresun'da birçok yayla bulunmaktadır. Bu yaylalarda yaz dönemi çeşitli şenlikler yapılmaktadır. Ayrıca her yıl Aksu Deresi ağzında halk arasında Mayıs Yedisi diye bilinen uluslararası düzeyde şenlikler düzenlenmektedir. Giresun'un doğu ve batısındaki sahiller kilometrelerce uzayıp giden tabii plajlar halindedir. Giresun doğal maden suları ile de ünlüdür. Merkez İnişdibi Beldesi, Dereli Pınarlar Köyü ve Alucra Aktepe köyünde Maden suyu kaynakları bulunmaktadır. Zengin bitki örtüsü, çağlayanlarla son derece temiz havası olan dağ ve yaylalarımızda günübirlik kamp kurma, doğa yürüyüşleri, dağcılık, tırmanma, at ve bisiklet sporu konularında yararlanmak mümkündür. *(T.C. Orman ve Su İşleri Bakanlığı Doğa Koruma ve Milli Parklar Genel Müdürlüğü Alan Araştırma Raporu)*

Yaylalar

Yayla turizmi açısından önemli bir potansiyele sahip olan Giresun ilinde, yaylalar genelde ilin kuzey bölümlerinde ve Doğu Karadeniz Dağları üzerinde yoğunlaşmaktadır. İl genelinde 400'ün üzerinde yayla mevcuttur. Öne çıkan yaylalarımız şunlardır:

1. Kümbet Yaylası,
2. Bektaş Yaylası,
3. Kulakkaya(Yavuz Kemal Yaylası)
4. Sisdağı Yaylası,
5. Paşakonağı Yaylası,
6. Tamdere Yaylası.
7. Karaovacık Yaylası
8. Kazıkbeli Yaylası,
9. ambaşı Yaylası(Serpin, Karagl bölümü)
10. Aksu-Kızıltaş-Sarıecek Yaylaları
11. akrak Yaylası,
12. ıkırıkkapı Yaylası,
13. Tamdere Yaylası.
14. Karaduğa Yaylası
15. Alacadağ Yaylası



Giresun İlinde Doğa Turizmi Amaçlı Kullanılan ve Koruma Statülü Alanlar Turizm Merkezleri:

- 1- Aksu Turizm Merkezi
- 2- Yavuzkema1 (Kulakkaya) Turizm Merkezi
- 3- Bektaş Turizm Merkezi
- 4- Kümbet Turizm Merkezi

Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın hazırlamış olduğu Türkiye Turizm 2023 Stratejisi'nde Biyolojik çeşitlilik ve doğal kaynaklar açısından oldukça zengin olan bölge, yayla koridoru olarak gösterilmiş; Samsun'dan Hopa'ya kadar olan alanda yayla turizminin geliştirilmesi ve alternatif turizm türleri ile birleştirilerek turistler için daha cazip hale getirilmesi önerilmiştir (*Doğu Karadeniz Turizm Master Planı, Doğu Karadeniz 2023 Stratejisi*).

c. İnanç Turizmi

İnanç Turizmi başlığı ile cami, türbe, mezarlık, kilise, manastır ve kaya mezarları değerlendirilmiştir. Bu bağlamda yapılan tespitlerde tarihi eser olarak Trabzon Kültür Varlıklarını Koruma Bölge Müdürlüğü kayıtlarına göre Giresun genelinde 52 tanesi cami, 12 tanesi türbe, 4 tanesi mezarlık, 31 tanesi kilise, 4 tanesi de kaya mezarıdır. Giresun'da günümüze kadar ulaşabilen en eski cami Şebinkarahisar'daki Behramşah Camisi'dir. Kaynaklar, yapıyı Beylikler döneminde Mengücek Beyi Muzafferüddin Muhammed'in inşa ettirdiğini belirtir. Ancak yapının son cemaat yeri Osmanlı dönemi ekidir. 1586-1587 yılında inşa edilen Şebinkarahisar Kurşunlu Camisi de özgün planını günümüze kadar koruyabilen camilerdendir. Giresun'a dair 15. ve 16. yüzyıl arşiv kayıtlarında çok sayıda caminin adı zikredilmektedir. Bu camilerden pek çoğunun 19. yüzyılın ikinci yarısında yıkılarak yeniden inşa edildiği görülmektedir (İltar 2014: 11-19).

Doğu Karadeniz Bölgesi'ndeki tarihi camilerin özellikle Arap turizmine açılabilmesi için ÇAYKUR tarafından Sevgi ve Sabır Abideleri Doğu Karadeniz Camileri isimli kitap Türkçe/İngilizce olarak bastırılmış ve ilgili turizm tesislerine dağıtımı sağlanmıştır. Tarihi camilerin çoğunda başlatılan restorasyon çalışmalarıyla birlikte görünürlük sağlanmış ve bu camilere olan ziyaret sayılarında artış sağlanmıştır.

Giresun'da tescil kaydı bulunan 12 adet türbe bulunmaktadır. Dörtgen ya da çokgen planlı olarak inşa edilen bu türbelerin tamamı tek katlı olup, hiçbirinde kripta bölümü yer almaz. Türbelerden yalnızca Giresun merkezde yer alan Seyit Vakkas türbesi bir plan çerçevesinde inşa edilmiştir. Rizeli Mehmet Ali Bey tarafından 1888 yılında, o zamanlardaki ahşap ziyaretgâhın yerine inşa ettirilen türbenin, arşiv kayıtlarında projeleri mevcuttur. Bunun dışındaki türbeler halk tipi olarak yorumlanabilecek basit planlı yapılardır (İltar 2014: 15).

Ülkemizin özellikle batı ve doğu bölgelerindeki inanç turizmine yönelik önemli ilgi ve talep Giresun'da daha düşük seviyede görülmektedir. Yukarıdaki tespitler göz önünde bulundurulduğunda Giresun'da efsanelerle anılan çok sayıda türbe vardır. Bu efsanelerin araştırmalara konu edilerek yayın haline getirilmesi, yöredeki inanç turizmi faaliyetlerine olan ilgiyi artıracaktır.

Giresun'da Osmanlı Döneminden çok sayıda mezarlık vardır. Bir kısmı tescil edilmiş olan bu mezarlıklardan en eskisi Keşap'taki Hisarüstü Köyü Mezarlığıdır. Bu mezarlıkta 1600'lü yıllardan kalma mezar taşları bulunmaktadır. Piraziz Beyler Mezarlığı, Bulancak Burunucu, Yalıköy ve Talipli Köyleri Mezarlıkları, Eynesil Ören ve Aralık Mezarlıkları, Görele Çavuşlu ve İsmailbeyli Mezarlıkları, Şebinkarahisar Merkez, Avutmuş, Biroğlu ve Oynargöl Mezarlıkları, Tirebolu Karaahmetli Köyü Mezarlığı Osmanlı Döneminden günümüze, gömü yapılagelen mezarlıklar olup bu mezarlıklarda çok sayıda Osmanlı Dönemi mezar taşları vardır. Bu mezarlık ve mezar taşları, Giresun İli Osmanlı Mezar Taşları isimli kitapta ayrıntılı bir şekilde tanıtılmıştır (İltar 2014: 15).

Mezar taşlarına olan ilgi son dönemlerde artmıştır. Ancak Giresun'daki tarihi mezarlıklar özgün dokusunu bütüncül olarak koruyamadığından yeterli ilgi görmemektedir. Bulancak Burunucu Köyü Mezarlığı gibi tarihi mezar taşlarının yoğun olarak yer aldığı alanlarda yeni definlerin engellenmesi ve tarihi alanda yapılacak düzenlemelerle Ahlat ve Üsküdar örnekleri burada da kısmi olarak yaşatılabilir.

Giresun ve çevresindeki kiliselerde plan itibari ile en çok benimsenen tip, üç nefli bazilikal plan şemasıdır. Bu şema, Karadeniz bölgesinde Bizans döneminden itibaren en çok tercih edilen plan kuruluşu olmuştur. Giresun'da az sayıda örneği bulunan diğer bir plan şeması ise

tek nefli kilise ve şapellerdir. Ana kaya kütesinin oyulmasıyla inşa edilen kaya kiliselerinin Giresun'da üç örneği bulunur. Bunlardan ilki Giresun merkezdeki Meryemana Kaya Kilisesi'dir. Kilise, doğu-batı yönünde uzunlamasına dikdörtgen planlı ve tek nefli bir yapıdır. Nefin ucunda, kademeli bir şekilde daralan apsis yer alır. Kilisenin zemini, yer yer doğal kayanın düzlenmesiyle, geri kalan yerlerin toprakla doldurulmasıyla oluşturulmuştur. Zeminde yapılan kurtarma kazısında üç adet mezar ve sarnıca ulaşan bir su kanalı ortaya çıkarılmıştır. Buluncak Acısu Deresi kenarındaki kayaya oyularak inşa edilmiş olan Acısu Kaya Kilisesi üç katlıdır. Yapı kompleksi, kuzey-güney doğrultusunda birbirleriyle bağlantılı olarak yerleştirilmiş tek nefli üç şapel, bir arcosolium mezar ile farklı planlı mekânlardan meydana gelmektedir. Alucra'nın Çakrak Köyü'ndeki kaya kilisesinin kısmi kalıntıları günümüze ulaşmıştır. Sarp bir arazideki kayalıkların arasına duvar örülerek inşa edilmiş olan kilisenin duvarlarında fresk izleri görülmektedir. Giresun'da yer alan tek manastır, Şebinkarahisar'ın Sarıyer Köyü'nde bulunan Meryemana Manastırındır. Komplekste maşatlık, şapel, bahçe, ayazma, çeşme, mezar yapısı, manastır, kilise ve dehliz yapıları yer alır. Manastır kompleksi, doğal kayanın oyuğuna inşa edilmiş olup dört kademeli bir plan şeması sergiler. Birinci kademede bahçe ve bahçedeki ayazma, çeşme-sarnıç ve mezar yapısı bulunur. İkinci kademede mutfak, salon, kiler gibi birimler bulunur. Üçüncü kademede yan yana dört adet keşiş odası ve önünde büyükçe bir teras yer alır. Dördüncü kademede bir kilise ve beşik tonozlu dehliz bulunur. Kilise, bazilikal planlı olup, üç neflidir (İltar 2014: 16-18).

Giresun'daki kilise ve manastırlar, buradaki inanç turizminin başat unsurlarıdır. Şimdilik bahsedilen bu yapılara yeterli ilgi olmasa da önümüzdeki günlerde ildeki turizm patlamasının bu yapılarla birlikte ilerleme sağlayacağı aşikardır. Bu nedenle ildeki bazı manastır ve kiliseler restore edilmiş olup, Şebinkarahisar Meryemana Manastırı'na turizm acentaları tarafından yaz aylarında turlar başlatılmıştır.

d. Sağlık Turizmi

Sağlık turizminin tanımında gerek ülkemizde gerekse uluslararası alanda ciddi bir gayretin olduğu gözlemlenmektedir. Daha önceleri sağlık turizminden özellikle ve genellikle tıp turizmi anlaşılırken son dönemlerde bu yaklaşımın sağlık turizmi kavramına tam karşıt gelmediği ve olması gerekeni tam olarak ifade etmediği yönünde artan oranda itirazlar

yükselmektedir. Önceleri belki de bir ihtiyaçtan kaynaklı olarak tıp turizmi ile sağlık turizmi eşanlamlı olarak kullanılırdı. Artık bunun böyle olmaması gerektiği, sağlık turizmi kavramını bir şemsiye kavram olarak kabul etmek gerektiği, sağlık turizmi kavramının altında çeşitli alt tanımların yapılmasının zorunluluğu, bu alt tanımlarda titiz davranılması gerektiği hususunda tüm sektör oyuncularını birbirine benzer görüşler ifade etmektedir. Türkiye ve dünyadaki gelişmeleri yakın takibe alan T.C. Sağlık Bakanlığı Sağlık Turizmi Daire Başkanlığı bu bağlamda, biraz da Türkiye gerçekliğinden hareketle, sağlık turizminde şöyle bir sınıflandırmaya gitmekte olup, ülkemizde sağlık turizmi yaygın olarak bu şekliyle kullanılmaktadır:



e. Tıp Turizmi

İngilizce (Medical Tourism) teriminden devşirilerek Türkçe’de Medikal Turizm olarak ifade edilen tıp turizmi ile sağlık turistinin iyilik halinin gelişmesi için yapılan tıbbi işlem ya da etkinlik anlaşılmaktadır (Tram 2006: 26). “Hastalığın iyileştirilmesi” durumu, tıbbi checkup, sağlık taraması, diş tedavisi, kalp ameliyatı, protez takılması, kanser tedavisi, nöroşirurji, organ nakilleri ve nitelikli tıbbi müdahaleleri gerektiren diğer işlemleri içermektedir. Bunlara ek olarak daha çok tedavi ve cerrahi müdahale amaçlı seyahatleri vurgulayan tıp turizmi son dönemlerde sağlık turizminin önemli bir unsuru olarak turizm literatürüne girmiştir.

Sağlıktaki son yıllarda yapılan yatırım ve gelişmelerden Giresun da kısmen payını almıştır. Bölge halkının sağlık hizmetlerinin sunulmasına ilaveten çevre ülkelerden gelen yabancılara da sağlık hizmeti sunulmaya başlanmıştır. Sağlıkta bölgede birçok yeni yatırım, teknolojik gelişmeler ve sağlık insan kaynağı artırılmıştır. Üniversite hastanesinin kurulması önemli bir adım olmuştur. 350 yataklı eğitim ve araştırma hastanesi hizmete girmesiyle birlikte Giresun sağlıkta hak ettiği yerini almaya başlamıştır.

Giresun’da nüfusuna göre azımsanmayacak sayıda sağlık kuruluşu ve sağlık insan gücü mevcuttur. Buna rağmen Giresun’da sağlık turizminin gelişmemesinin temel sebebi sağlık

yatırımı ve sağlık insan gücünün azlığı değildir. Asıl sebep belirli bir yol haritasının çıkartılmaması, ilin genel olarak dışa açılmaması ve etkin tanıtım ve pazarlamanın yapılmamasıdır (<https://giresunism.saglik.gov.tr/>).



Giresun Merkez Aksu Mahallesi'nde 350 yataklı Eğitim ve Araştırma Hastanesinin inşaatı tamamlanma aşamasına gelmiştir. Modern görünümü ve hizmet alanlarıyla hastane İlin sağlık taleplerini il içerisinde karşılayacak bir konuma sahip olacaktır.

Sağlık turları, özellikle sağlık seyahat acentalarının yapabileceği en potansiyel sağlık turizmi türlerinden birisidir. Burada yine 50-60 kişilik gruplar özellikle kültür turları veya ileri yaş turları gibi bir yapı ile Giresun'a gelip 10-15 günlük tatillerini yapacaklardır. Bu turlar belirli sağlık hizmetleri ve sağlık taramaları (checkup) ile kombine edilmiş olacaktır. Hatta özellikle Hindistan da olduğu gibi belirli turlarda promosyon olarak bedava sağlık checkupları bile kombine edilmiş turla satılabilir (<https://giresunism.saglik.gov.tr/>).

f. Termal ve SPA-Wellness Turizmi

Günümüzde turizm türleri amaca, talebe ve insanların zevk ve hobilerine göre çok çeşitlilik göstererek değişik alanlardaki yeniliklerle giderek zenginleşirken, sağlık turizmi de zinde kalmayı bir yaşam biçimi haline getirmiş, ruh ve beden güzelliğine önem veren insanlara da hizmet vermeye başlamıştır. Ülkemiz termal kaynak olarak dünyada ilk 7 içerisinde, Avrupa'da ise 1'inci sıradadır. Ancak tesis ve alt yapı olarak çok gerilerde olan ülkemiz için termal kaynaklar, gelecekte çok önemli olabilecek bir sağlık turizmi çeşidini oluşturmaktadır. Giresun sahilde geniş bir sınıra sahip olup da daha keşfedilmemiş çok fazlaca değerlere sahiptir. Doğu Karadeniz Dağlarının eteklerinde yaylalar, ormanlar, buz gibi suları ve daha birçok doğal güzellikleri ile keşfedilmemiş bir hazine olarak insanlığın hizmetine hazır beklemektedir. Termal turizm ile ilgili henüz Giresun'da bir tesis ya da tesis yapımına katkı sağlayacak termal kaynak bulunmadığından ilde yaşayanlar yakınlığı nedeni

ile Samsun Havza ve Rize'deki termal tesisleri tercih etmektedirler. Giresun'da termal turizmden bahsetmek henüz imkansız olsa da yeni faaliyete geçen otellerin çoğunda SPA hizmeti verilmektedir (<https://giresunism.saglik.gov.tr/>).

g. İleri Yaş Turizmi

Yine son dönemde Sağlık Turizminde yaşlıların bakımı ile ilgili kurulan tesisler ve bu amaçla yapılan seyahatlerde yaşlanan dünya nüfusu için Sağlık Turizminin yeni bir türü olarak turizm faaliyetlerinde yerini almaya başlamıştır. Dünya Sağlık Örgütü'ne (WHO) göre sağlık, fiziksel ve ruhsal olarak tam iyilik halidir. Yani insanoğlu fiziken, ruhen ve psikolojik olarak tam iyilik halinde olmadıkça tam sağlıklı değildir. Bu açıdan bakıldığında yoğun stres altına yaşayan insanoğlunun çalışma ortamından ayrılıp bir süre iş hayatından uzak kalması veya depresif atak geçiren bir psikiyatri hastası doğal ortamda dinlenmesi, tatil yapması en iyi tedavi metotlarından birisidir. Geçekten tarih boyunca yeşil tabiat ve akıp giden sular şifa kaynağı olmuştur.

Sağlık turizminin sadece hastanelerdeki tedavi ve ameliyatlardan ibaret olmadığı çok kapsamlı bir sektör olduğu düşünüldüğünde Giresun'un önemi bir daha öne çıkmaktadır. Başta rehabilitasyon hizmetlerinde olmak üzere depresyon ve anksiyete olmak üzere psikiyatri alanında da dünyanın en önemli bir tedavi merkezi olabilir. Dünya nüfusunun hızla yaşlandığı özellikle gelişmiş batı ülkelerinde %20 'leri geçen yaşlı nüfusa ömrünün sonunda ikinci baharını yaşatacak yegâne bölge Giresun'un yaylaları ve tabiatıdır.

Giresun'da kurulacak bir kaç tane yaşlı köyü; tarımsal etkinlikler, kültürel geziler ve denizle birleştirildiğinde dünyaca ünlü eşi ve benzeri olmayan bir sağlık turizmi destinasyonu olacaktır. Şebinkarahisar Tamzara Mahallesi, iklimi bakımından astım vb. hastalıklara iyi geldiğinden il merkezinde yaşayan pek çok ileri yaştaki insan yaz aylarını bu mahallede kiraladıkları evlerde geçirirler. Yine ilde yaşayan ileri yaştaki insanların önemli bir bölümü yaz aylarını yayla ve köylerinde yer alan geleneksel konutlarında geçirirler. Bu durumun turizm değeri haline getirilmesi çalışmaları devam etmektedir (<https://giresunism.saglik.gov.tr/>).

5- Giresun'daki Turizm Girişimciliğinin Önünü Açmak Amaçlı Devam Eden Projeler

Kalkınma Bakanlığı ve diğer ilgili kurumların finans desteği ile başlatılan ya da başlatılmak üzere olan projeler şunlardır:

a. Zeytinlik Mevkii Sokak Sağlıklaştırma ve Kentsel Tasarım Projesi

2019 yılına kadar bölgeye gelen ziyaretçi sayısında %30 artış sağlanması ve ili ziyaret eden yerli ve yabancı turistlerin kalış süreleri en az 2 gün uzatılması hedeflenmektedir. Tarihi Zeytinlik semtinin tam olarak turizme kazandırılması durumunda restore edilecek evlerin otel-pansiyon ve kafe restoran hizmeti vermesi beklenmektedir. Bu da istihdamı ve ilin turizmden aldığı payı arttıracak olup ilin kalkınmasına katkı sağlayacaktır. Proje kapsamında tarihi zeytinlik semtinin UNESCO dünya tarihi kültür mirası listesine alımı ile ilgili başvurusu planlanmaktadır. Dik Sokak'a ve Sokak başı Caddesine cephesi bulunan 27 adet konutun cephe restorasyonu tamamlanması, Dik Sokak başta olmak üzere proje alanında kalan sokakların alt yapısı (elektrik, su, kanalizasyon, doğalgaz) ve zemin döşemesi aslına uygun bir şekilde özgün malzemelerle yenilenmesini, Semtin ortasında yer alan bir sahanın, çevre düzenlemesi ve peyzajı yapılarak sosyal yaşam alanına dönüştürülmesi Zeytinlik Senti'ndeki geleneksel konutların tapu bilgileri ilk geldisinden itibaren tercüme edilerek evlerin tarihçeleri çıkarılıp her evin girişine tabela olarak asılması işleri tamamlanmıştır. Zeytinlik Evleri'nin tipolojisini anlatan ve semt hakkında bilgi veren bir kitabın hazırlanması, semt tarihine ve kültürüne ilişkin turizm ve tanıtım amaçlı materyaller hazırlanıp ve dağıtımı yapılması, semt içi yönlendirme ve tanıtım tabelaları yerleştirme çalışmaları ise devam etmektedir. (<http://www.doka.org.tr/>)

b. Giresun Botanik Ada ve Gemiler Çekeği Çevre Düzenlemesi Projesi

Proje ile ilgili DOKA tarafından 2013 yılında fizibilite raporu hazırlanmış ve 2014 yılında DOKAP tarafından Kalkınma Bakanlığına sunulmuştur. Bakanlık tarafından kabul edilen proje ile Gemilerçekeği sosyal dinleti alanları, ada peyzaj çalışması öngörülmektedir. Yaklaşık 16 milyon civarında olan proje bütçesi ile Giresun'un en önemli turistik değeri olan Giresun Adasının aslının korunarak turizme kazandırılması ve il adına turizm marka değeri

ortaya çıkarılması planlanmaktadır. Projenin ilk ayağı olan kıyı yakasındaki rekreasyon çalışmaları tamamlanmıştır. (<http://www.dokap.gov.tr/>).

c. Şebinkarahisar Tarihi Kale Sokağı Evleri Restorasyon Projesi

Şebinkarahisar Kaymakamlığı tarafından hazırlanarak, Doğu Karadeniz Kalkınma Ajansı tarafından kabul edilen proje ile; Şebinkarahisar Kalesi, Taşhanlar ve Fatih Camisinin bulunduğu bölgede, tarihi dokunun korunarak 38 adet yapının dış cephe, çatı ve sokak sağlıklılaştırması planlanmaktadır. (<http://www.doka.org.tr/>)

d. Yeşil Yol Projesi

Bu proje Kültür ve Turizm Bakanlığı'nca Doğu Karadeniz Turizm Master Planı çerçevesinde hazırlandı. Yeşil Yol'la yaylalar birbirine bağlanacak, ziyaretçiler yöredeki bütün yaylaları daha rahat gezme ve konaklama imkânı bulacak, turizm gelişecek ve bölgeye ekonomik katkı sağlanacak. Projeye göre, 800 kilometre uzunluğunda yayla yolu yapılacak ve yaylalar birbirine bağlanacak. Ayrıca güzergâh boyunca yöresel mimariye uygun yayla evleri yapılacak. Yayla evleri konusunda Çevre ve Şehircilik Bakanlığı ile özel sektör birlikte çalışacak. Karadeniz sahil yoluna alternatif bir otoyolun ve Samsun-Sarp arasında bir tren yolunun da planlanıyor. Doğu Karadeniz Turizm Master Planı Uygulamalarının en önemli lokomotifini olan ve Master Plan çerçevesinde öne çıkan yayla ve turizm merkezlerini üst kottan birbirine bağlayan, başlangıcı Samsun ili bitişi Artvin Sarp sınır kapısı olan ve Artvin, Bayburt, Giresun, Gümüşhane, Ordu, Rize, Samsun ve Trabzon illerini kapsayan Yeşil Yol projesidir. Bu kapsamda, 2013-2015 yıllarında DOKAP illerine toplam 131 milyon TL ödenek aktarılmıştır. Aktarılan bu ödenek ile 600 km'lik kısımda yol çalışmaları tamamlanmıştır.

e. Yeşil Yolun Pınarları

OKAP bölgesi illerinden olan Giresun'un Dereli, Bulancak ve Yağlıdere ilçelerinin Yeşil Yol Güzergahında bulunan alanlarının Doğu Karadeniz Turizm Master Planında belirtilen önerilere uygun olarak tarihi, doğal ve kültürel potansiyelin harekete geçirilmesi, sürdürülebilir turizm altyapısının ortaya çıkarılması ve bölgenin turistik cazibe merkezi haline getirilmesine katkıda bulunulmasıdır. Proje kapsamında Yeşil Yol güzergahına yapılacak olan düzenlemelerden etkilenecek gruplar; yerli ve yabancı turistler ile Yeşil Yol ağını kullanarak seyahat edenlerdir. Yaylalar arasındaki geçişler değerlendirildiğinde yaklaşık 100.000-150.000 kişilik bir kitle yapılacak olan düzenlemelerden doğrudan faydalanacaklardır. (<http://www.doka.org.tr/>)

f. Göksu Travertenleri

Projenin genel amacı; Bölgenin kültür ve turizm potansiyelini harekete geçirerek, bölgedeki ekonomik ve sosyal kalkınmaya katkı sağlamaktır. DOKAP bölgesi illerinden Giresun ili Dereli ilçesi Pınarlar Köyünde bulunan Göksu bölgesinin Yeşil Yol güzergahı öncelikli olacak şekilde ve Doğu Karadeniz Turizm Master Planında belirtilen önerilere uygun olarak doğal yapısının ve kaynaklarının korunması, tarihi, doğal ve kültürel potansiyelin harekete geçirilmesi, sürdürülebilir turizm altyapısının ortaya çıkarılması ve bölgenin turistik cazibe merkezi haline getirilmesine katkıda bulunulmasıdır. (<http://www.doka.org.tr/>)

6- Turizm Girişimcilerine Hibe Veren Kamu Kurumları**a. Doğu Karadeniz Projesi Bölge Kalkınma İdaresi Başkanlığı (DOKAP)**

Merkezi Giresun olan Başkanlığımız; 03.06.2011 tarih ve 642 sayılı Kanun Hükmünde Kararname ile kurulmuş, 2012 Nisan ayında ise faaliyetlerine başlamıştır. Doğu Karadeniz Projesi Bölge Kalkınma İdaresi Başkanlığı (DOKAP BKİ); Doğu Karadeniz Projesi'nin (DOKAP) uygulamalarını koordine etmek ve bu kalkınma projelerinin uygulandığı illerdeki yatırımların gerektirdiği araştırma, planlama, programlama, projelendirme, izleme, değerlendirme ve koordinasyon hizmetlerinin yerine getirilmesini yerinde sağlayarak bölgenin kalkınmasını hızlandırmak amacıyla, Kalkınma Bakanlığına bağlı tüzel kişiliğe sahip Merkezi bir kamu teşkilatıdır. Doğu Karadeniz Projesi (DOKAP), yüzölçümü 58.923 km2 büyüklüğünde ve 9 ili (Artvin, Bayburt, Giresun, Gümüşhane, Ordu, Rize, Samsun, Tokat ve Trabzon) içine alan, 4.525.274 (2015) kişinin yaşadığı bir bölgede uygulanmaktadır (<http://www.dokap.gov.tr/>).

DOKAP BKİ'nin Görevleri

- i. Bölgelerin kalkınmasının hızlandırılması amacıyla ilgili kurum ve kuruluşların proje ve faaliyetlerinin uyum ve bütünlük içinde yürütülmesini sağlayacak eylem planları hazırlamak, bunların uygulanmasını koordine etmek, izlemek ve değerlendirmek,
- ii. Eylem planları kapsamındaki kamu yatırımlarının etkili ve verimli bir şekilde yürütülmesi için kurumlar arası koordinasyonu sağlamak,
- iii. Eylem planlarının gerektirdiği yatırımlara ilişkin teklifleri ilgili kurum ve kuruluşlarla işbirliği içinde hazırlamak, önceliklendirmek ve ilgili kurum ve kuruluşlar ile Kalkınma Bakanlığı'na göndermek,
- iv. Bölgedeki kurum ve kuruluşlar tarafından yürütülen yatırım projelerini izlemek ve değerlendirmek,
- v. İlgili kamu kurum ve kuruluşlarınca talep edilmesi hâlinde, yatırım projelerinin geliştirilmesine yardımcı olmak, bu sürece gerektiğinde Kalkınma Bakanlığı'nın belirleyeceği usul ve esaslara göre malî ve teknik destek sağlamak,
- vi. Bölge planlarının tamamlayıcılığını ve bütünlüğünü gözeterek, kalkınma ajanslarının ortak ve daha etkili çalışmalarına yardımcı olmak ve bu konularda görüş ve öneriler geliştirmek,
- vii. Bölgelerinin gelişme potansiyeline, sorunlarına ve imkânlarına dair araştırma, etüt, proje ve incelemeler yapmak veya yaptırmak,
- viii. Kamu kesimi, özel kesim ve sivil toplum kuruluşları için başta kurumsal kapasite ve beşeri kaynak konuları olmak üzere, Kalkınma Bakanlığı'nın belirleyeceği usûl ve esaslara göre mevcut proje ve programlarla mükerrerlik oluşturmayacak yenilikçi destek programları tasarlamak ve uygulamak,
- ix. Kalkınma Bakanlığı tarafından verilecek diğer görevleri yapmaktır.

b. Doğu Karadeniz Kalkınma Ajansı (DOKA)

Merkezi Trabzon'da bulunan T.C.Doğu Karadeniz Kalkınma Ajansı(DOKA), Artvin, Giresun, Gümüşhane, Ordu, Rize ve Trabzon illerini kapsayan TR90 Doğu Karadeniz bölgesinde, ekonomik ve sosyal gelişmeyi katılımcı bir yaklaşımla planlamak ve uygulamak üzere 5449 sayılı yasanın 3,8 ve geçici 2'nci maddelerine dayanılarak Resmi Gazetede yayımlanan 2009/15236 sayılı "Bazı Düzey2 Bölgelerinde Kalkınma Ajansları Kurulması" hakkındaki Bakanlar Kurulu Kararnamesiyle kurulmuştur.

Ajans kurulumundan sonra İlimizde faaliyete başlayan DOKA Giresun Yatırım Destek Ofisi faaliyetlerini sürdürmektedir.Özellikle yatırımcıların bilgilendirilmesi, yatırım yeri tahsisi, kurumlar arası koordinasyon ve teşvik belgelerinin süreçlerinden sorumlu olan Yatırım destek Ofisleri aynı zamanda yatırımcılara diğer kurumların hibe ve destekleri hakkında da bilgilendirmektedir. İlimizde proje bilgilendirme ve teşvik belgesi düzenlemesi ile ilgili çeşitli bilgilendirmelerde bulunan YDO İldeki önemli projelerin hayata geçmesi için de kurumlara teknik destek vermektedir. Ayrıca ilin iş ve yatırım ortamına ilişkin sorunlar ve ildeki önemli sektörler hakkında çalışmalar yapan YDO, İlin ve bölgenin yurt içi ve yurtdışı platformlarda tanıtılmasına katkı sunmakta olup paydaşların da görüş ve taleplerini dikkate alarak faaliyetlerini sürdürmektedir.

c. Tarımsal ve Kırsal Kalkınmayı Destekleme Kurumu (TKDK)

Tarım ve Kırsal Kalkınmayı Destekleme Kurumu (TKDK), AB ve uluslararası kuruluşlardan sağlanan kaynakların, kırsal kalkınma programlarının uygulanmasına yönelik faaliyetlerde kullanılmasını sağlamak amacıyla 18 Mayıs 2007 tarih ve 5648 sayılı Kanunla kurulmuştur. Gıda Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı'nın ilgili kuruluşu olan TKDK, kamu tüzel kişiliğini haiz, idari ve mali özerkliğe sahip, özel bütçeli bir kamu kurumudur.

TKDK, Avrupa Birliği Katılım Öncesi Yardım Fonları ile desteklenecek Katılım Öncesi Yardım Aracı Kırsal Kalkınma (IPARD) Programı'nın uygulayıcısıdır. Avrupa Birliği tarafından aday ve potansiyel aday ülkelere destek olmak amacıyla oluşturulan, Katılım Öncesi Yardım Aracı'nın Kırsal Kalkınma Bileşeni IPARD ile AB'nin OTP'na uyumuna yönelik kapasitenin geliştirilmesi için tarım sektörünün rekabet gücünün arttırılması ve kırsal alanların sürdürülebilir kalkınması hedeflenmektedir.

TKDK Giresun İl Koordinatörlüğü 2012 yılı Şubat ayında kurulmuş olup, 5 Mayıs 2012 tarihi itibarıyla şehir merkezinde bulunan hizmet binasında faaliyetlerine başlamıştır. 2012 yılı içerisinde 2 iç denetim akabinde Hazine Müsteşarlığı'nın ve son olarak da Avrupa Birliği Komisyonunun yapmış olduğu denetimi başarıyla geçmiş ve 2013 yılında Akreditasyon sürecini tamamlayarak yetki devrini almıştır.

II. Faz İl Koordinatörlüklerinden biri olan TKDK Giresun İl Koordinatörlüğü halen 24 Uzman ve 5 Destek Personeli ile Merkez Sultan Selim Mahallesiindeki hizmet binasında faaliyetlerini sürdürmektedir.

d. Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeleri Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı (KOSGEB)

İşletmelere özgü sorunların işletmeler tarafından projelendirildiği ve projelendirilen maliyetlerin desteklenebildiği destek programıdır. Bu programla, belirli amaç ve hedefler doğrultusunda yürütülecek faaliyet adımlarını ve başarı ölçütlerini tanımlayabilen rekabetçi ve büyüme potansiyeline sahip KOBİ'ler daha nitelikli desteklere erişme imkânı bulmaktadır. Programın amacı, KOBİ'lerde proje kültürü ve bilincinin oluşturulması, işletmelerin proje yapabilme kapasitelerinin geliştirilmesi ve esnek destekleme sistemine olan ihtiyacın karşılanmasıdır. Program kapsamındaki projeler için sağlanan KOSGEB desteğinin üst limiti 150.000 TL olup, proje harcamaları birinci ve ikinci bölgelerde %50, üçüncü, dördüncü, beşinci ve altıncı bölgelerde %60 oranında geri ödemesiz olarak desteklenmektedir (www.kosgeb.gov.tr).

KOSGEB Desteklerinden Faydalanma Durumu

Giresun ili TESK (Esnaf ve Sanatkârlar Odası) üyesi işletmelerin 2015 yılında KOSGEB Desteklerinden faydalanma durumu aşağıdaki gibidir.

- Genel destek programı destekleri: toplam tutar: 56.794,00 tl toplam işletme sayısı: 4
Nitelikli eleman istihdam desteği: 56.794,00 tl işletme sayısı: 4

- Girişimcilik destek programı: toplam tutar: 454.597,66 tl toplam işletme sayısı: 54
- İşletme giderleri desteği: 134.603,61 tl işletme sayısı: 36
- İşletme kuruluş desteği: 15.050,15 tl işletme sayısı: 23
- Kuruluş dđnemi makine, teğhizat ve ofis donanımı desteği: 302.447,90 tl 30
- Sabit yatırım desteği: 2.496,00 tl işletme sayısı: 1



ÜÇÜNCÜ BÖLÜM ALAN ARAŞTIRMASI

GİRESUN'DAKİ TURİZM İŞLETMELERİNİN MEVCUT DURUMU – OLANAKLARI - PAYDAŞLARIN BEKLENTİLERİ

3.1. Araştırmanın Amacı

Alan araştırması, Giresun'da turizm sektörü ile ilişkili olarak mevcut durumu tespit etmek, insanların memnuniyet düzeylerini ve beklentilerini belirleyerek sektörün gelişimi için önerilerde bulunmaktır.

3.2. Araştırmanın Yöntemi

Alan araştırması, Giresun'da, işveren, çalışanlar ve öğrencilerden oluşan bir örneklem grubu üzerinde, bir anket formu ile gerçekleştirilmiştir. Araştırma, Mart 2018'de yapılmıştır. Anket formu araştırmacı tarafından oluşturulmuştur. Anket formunda 35 soru vardır. Bu sorular, Giresun'un fiziksel altyapısı, sağlık hizmetlerinin durumu, yöresel yiyecekler, gece hayatı, yöreye ulaşma olanakları, konaklama tesislerinin yeterliliği, halkın konukseverliği, esnafın konukseverliği, çalışanların nezaketi, konaklama ücretleri, Giresun'un yeni kültürler keşfetmek, yeni arkadaşlıklar kurmak, dinlenmek ve farklı heyecanlar yaşamak için uygunluğu, Giresun'un cazibe alanlarına sahip olması, ikliminin, çevre koşullarının, doğal alanlarının uygunluğu ve çekiciliği, plajının, denizinin temizliği ve cazibesi, hijyen durumu, insanların memnuniyeti, mal ve hizmet kalitesi, mal ve hizmet fiyatlarının uygunluğu ile ilişkilidir. Araştırma, araştırmacının ilgililerle yüzyüze görüşmesi ile gerçekleştirilmiştir. Soru formu 40 kişi tarafından yanıtlanmıştır. Alan araştırması ile elde edilen veriler, sıklık analizi değerlendirilmiş ve yorumlanmıştır.

3.3. Araştırmanın Ölçeği

Alan araştırmasında, 35 sorudan oluşan bir soru formu kullanılmıştır. Ölçek, araştırmacı tarafından oluşturulmuştur.

3.4. Araştırmanın Kısıtları

Alan araştırması, Giresun ili ile sınırlıdır. Araştırma, Mart 2018'deki durumu, algıları ve beklentileri yansıtmaktadır. Araştırmada veri elde etme yöntemi olarak bir anket formu kullanılmıştır. Soru formu 40 kişiye uygulanmıştır. Araştırma, Giresun'daki turizm sektörü ile sınırlıdır.

3.5. Bulgular

3.5.1. Katılımcılara İlişkin Demografik Bilgiler

3.5.1.1. Katılımcıların Yaş Aralığı

Tablo 6. Katılımcıların Yaş Aralığı

Yaş	Sıklık	Yüzde (%)
21-30	4	10
31-40	11	27,5
41-50	12	30
51-60	13	32,5
61 ve üzeri	-	-

3.5.1.2. Katılımcıların Cinsiyeti

Tablo 7. Katılımcıların Cinsiyeti

Cinsiyet	Sıklık	Yüzde
Kadın	11	27,5
Erkek	29	72,5

3.5.1.3. Katılımcıların Eğitim Durumu

Tablo 8. Katılımcıların Eğitim Durumu

Eğitim Düzeyi	Sıklık	%
İlkokul	-	0
Ortaokul	-	0
Lise	7	17,5
Önlisans	5	12,5
Lisans	23	57,5

Yükseklisans	3	7,5
Doktora	2	5

3.5.1.4. Katılımcıların İşletme Sahibi Olup Olmaması

Tablo 9. Katılımcıların İşletme Sahibi Olup Olmaması

	Sıklık	Yüzde (%)
İşletme Sahibi	17	42,5
İşletme Sahibi Değil	23	57,5
Turizm Sektöründe İşletme Sahibi Olanlar	11	64,7 (İşletme sahipleri içerisindeki oran)

3.6. Açık Uçlu Sorular Yoluyla Giresun İli'nde Turizm Sektörünün Mevcut Durumu - Güçlü Yönler – Zayıf Yönler – Fırsatlar – Tehditlerin Belirlenmesi

3.6.1. Giresun İli'nde Turizmin Mevcut Durumu

Tablo 10. Giresun İli'nde Turizmin Mevcut Durumu

İfade	Sıklık
Turizm için hazır değil, turizm altyapısı yetersiz.	15
Gizli bir cennettir.	15
Tanıtım yetersiz.	10
Giresun'da turizm sektörü genel olarak yetersiz.	8
Tesisler yeterli değil, işletmecilik zayıf.	6
Konaklamasız ziyaretler ya da kısa süreli konaklamaya dayalı turizm var.	4
Turizm eylem planı yapılmamış.	2
Hedeflere ulaşılamamış, gelişme yetersiz.	2
Geçerken uğranılan bir yer.	2
Girişimci anlayış yok. Projeler yetersiz.	2
Turizm açısından cazip bir yer değil.	2

Örgütlenme yetersiz; pazar komşu illere kaptırılmış.	2
Rehberlik hizmetleri yetersiz.	1
Turizm destinasyonları hazır değil.	1
Uygulamada yeterli heyecan yok	1
Kapasitesinin, potansiyelinin altındadır. Gelişmeye açıktır.	1
Çok az turist gelmektedir.	1
Deniz turizmi zayıf.	1
Doğa turizmi canlandırılmalıdır.	1
Sezonsal yoğunluk var.	1
Yayla turizmi öne çıkmaktadır ve güçlüdür.	1
Merkez’de yetersiz.	1
Yerli ve yabancı turistler bir arada hedeflenmelidir.	1
Giresun Ada’sı turizme kazandırılmalıdır. Giresun Kale’si daha cazip hale getirilmelidir. Şahan Kayası, Gelinkaya tanıtılmalıdır. Doğal güzellikler ortaya çıkarılmalıdır. Efsaneye dayalı turizm geliştirilmelidir. Bir turizm komisyonu oluşturulmalıdır. Kış turizmi ve kayak merkezleri öne çıkarılmalıdır.	1

Yukarıdaki tabloda da görüldüğü gibi, katılımcılar, genel olarak, Giresun’da turizmin yetersiz olduğunu düşünmektedirler.

3.6.2. Giresun İli’nde Turizmin Güçlü Yanları

Tablo 11. Giresun İli’nde Turizmin Güçlü Yanları

İfade	Sıklık
Doğal güzellikler.	23
Yaylalar; yaylacılık kültürü. Kümbet Yaylası, Bektaş Yaylası.	13
Deniz)	12
Giresun’un tarihi ve tarihi eserler. Harşit Savunması. Giresun Kalesi.	10
Giresun Adası	8

Ulaşım kolaylığı.	4
Giresun kültürü.	3
Mavi göl.	2
Kuzualan Şelalesi.	2
Doğal yapının korunmuş olması.	2
Endemik yapı.	2
Sosyal medyayı iyi kullanan bir kitlenin varlığı.	2
Efsaneler	1
Halkının insan ilişkileri bakımından güçlü olması.	1
Modern ve yeniliklere açık bir il oluşu.	1
Yaşam için dört mevsim uygun olması.	1
Alternatif turizm olanakları.	1
Buzul göller.	1
Gedikkaya.	1
Konum	1
Doğal ürünler.	1
Giresun mutfağı. Fındık ürünleri.	1
İnanç turizmi için mevcut olanaklar.	1
Konaklama tesisleri.	1

Tablo 11’de de görüldüğü gibi, Giresun İli’nin turizm açısından güçlü yanları doğal güzellikleri tarihi, mutfağı da içeren kültürü olarak belirlenmiştir.

3.6.3. Giresun İli’nde Turizmin Zayıf Yanları

Tablo 12. Giresun İli’nde Turizmin Zayıf Yanları

İfade	Sıklık
Alt yapının eksiklikleri. Tesislerin yetersizliği. İşletmeciliğin iyi olmaması, çalışanların yetersizliği. Profesyonelleşmenin olmaması. Plansızlık. Beş yıldızlı bir otelin olmaması. Yayıllardaki tesislerin yetersizliği. Giresun’u cazip kılacak unsurların olmaması. Toplu yemek için restoranların olmaması. Acentelerin yetersizliği.	20

Ulaşım olanaklarının yetersizliği, iç kesimlere ulaşımın zorluğu, yol inşaatlarının devam etmesi. Hızlı tren olmaması.	5
Yatırımların yetersizliği.	5
Tanıtımın yetersiz oluşu.	5
Teşviklerin yetersizliği. Prosedür yoğunluğu.	3
Özel ilgiye sahip turistler için kültürel öğelerin ön plana çıkarıldığı uygulamaların bulunmaması. Milli mücadele müzesi, tiyatro, eğitim müzesi, fındık müzesi olmaması, Zeytinlik Bölgesi'nin gelir getirici şekilde işletilememesi.	2
Çevresel olumsuzluklar (Çirkin yapılaşma, doğal alanların kirletilmesi.)	2
Küçük bir il olması.	2
Otopark sorunu.	2
Turizm kültürünün olmaması, anlayış ve bakış açısına ilişkin yetersizlikler.	2
Adaya ulaşımın tekelci yapıda olması.	1
Kültürel öğelerin ön plana çıkarılamaması.	1
Yerli yatırımcının hazır olmaması.	1
Plajların değerlendirilememesi.	1
İklim şartları.	1
Misafirlerin sadece konaklayıp, şehri gezmemeleri.	1
Turizm oluşumlarının kişisel ve birbirinden bağımsız olmaları.	1

Giresun İli'nin turizm açısından zayıf yanları arasında öne çıkan temel unsurlar, altyapı'nın, tanıtım faaliyetlerinin ve farkındalığın yetersizliğidir.

3.6.4. Giresun İli'nin Turizm Sektörü Açısından Önündeki Fırsatlar

Tablo 13. Giresun İli'nin Turizm Sektörü Açısından Önündeki Fırsatlar

İfade	Sıklık
Yayla turizmi, deniz turizmi olanakları, efsanelere dayalı tarihi zenginliklerin varlığı, yemek kültürü,	15

misafirperverlik, Giresun Adası, Mavi Bayrak almamış sahiller. Doğa ve inanç turizmi olanakları. Harşit Savunması.	
Doğanın bozulmaması.	8
Giresun Adası'nın varlığı.	7
Tarihsel zenginliklerin varlığı.	6
Yeni projelere açık olma.	2
Komşu illerin yaptığı yanlışlıklardan dersler çıkarıp özgün bir eylem planı ile hedefe odaklanmak.	2
Yeni girişimcilik olanaklarına açık alanların varlığı.	2
Türkiye'de iç turizmin canlı olması. Karadeniz turu yapan çok sayıda firma bulunması. Başka illerde yaşayan Giresunluların sayısının çokluğu.	2
Seyir Terası Projesi.	1
Ulaşım kolaylığı.	1
Kentsel dönüşümle şehrin mimarisinin iyileştirilmesi.	1
Karadeniz Bölgesi'nin turizm için yeni bir destinasyon olması. Karadeniz Bölgesi'ne yeni yatırımların yapılacak olması.	1
Festival turizmi olanakları.	1
Yönetici portföyü, bilgi.	1
Restorasyon çalışmaları ile barınmaya uygun hale getirilebilecek yapıların turizme açılabilme olanakları.	1

Tablo 13'ün de yansıttığı şekilde, Giresun İli özellikle doğa, tarih ve kültür turizmi açısından önemli fırsatlar sunmaktadır ve dolayısıyla girişimciliğe açıktır. Bu çerçevede, doğanın bozulmaması bir fırsattır. Yine, ulaşım kolaylığı, birçok tarihsel ve doğal varlığa sahip olma durumu girişimcilik açısından önemlidir.

3.6.5. Giresun İli'nin Turizm Sektörü Açısından Önündeki Tehditler

Tablo 14. Giresun İli'nin Turizm Sektörü Açısından Önündeki Tehditler

İfade	Sıklık
Karadeniz illeri arasındaki rekabet. Çevre illerin giderek artan gücü. Ordu ve Trabzon arasında sıkışmış olma.	11
Giresun'un lobicilik faaliyetleri konusundaki yetersizlikleri. Sivil inisiyatifin yetersizliği.	6
Giresun halkının turizm konusundaki hazırlıksızlıkları.	5
Tesislerin yetersizliği. Turizm sektörü elemanlarının kalifiye olmamaları. Altyapının yetersizliği.	4
Yayla turizmde komşu illerin gerisinde kalınması.	4
Trabzon Lobisi'nin gücü.	3
İklim özellikleri.	2
Çevre kirliliği. Atık su, çöplerin oluşturduğu kirlilik.	2
Çarpık kentleşme.	2
Ordu İli'nin çok öne çıkması.	1
Ordu ve Trabzon arasında sıkışmış olma.	1
Bilinçsiz yatırım olasılıkları.	1
Ekonomik sorunlar.	1
Bireysel çıkarlara dayalı yaklaşımlar.	1
Denetim faaliyetlerinin yetersizliği.	1
Ulaşım olanaklarının yetersizliği.	1
Yeni projelerin sayısının azlığı ve proje konusundaki genel yetersizlik. Girişimcilik faaliyetlerinin yetersizliği.	1

Tablo 14, Giresun İli'nin turizm sektörü açısından ne tür tehditlerle karşı karşıya olduğunu ortaya koymaktadır. Buna göre, özellikle komşu illerle olan rekabet işletmecilik açısından ve girişimcilik fırsatları bakımından en önemli tehdit unsurudur. Bunun yanında, farkındalığın artırılması ciddi bir gerekliliktir. Altyapının yetersizliği, lobicilik faaliyetleri konusunda istenen seviyede olmama, tesislerin yetersizliği de önemli diğer tehdit unsurlarıdır.

3.6.6. Giresun İli'nin Turizm Sektörü Açısından Yenilik Olanakları

Tablo 15. Giresun İli'nin Turizm Sektörü Açısından Yenilik Olanakları

İfade	Sıklık
Yenilikçi tanıtım.	5
Yaylalardaki tesislerin yenilikçi tasarımı.	4
Teleferik projeleri.	3
Kafa yapısının değişmesi yönünde faaliyetler.	3
Gizli doğal ve tarihi güzelliklerin ortaya çıkarılması.	3
Giresun Sahili'nin yenilikçi düzenlenmesi.	3
Ekolojik köy hayatı.	2
Yüzey araştırması ve kazılar.	2
Plajların yeniden düzenlenmesi.	2
Vejetaryen mutfağı. Ot yemekleri.	2
Kale ile Zeytinlik Mahallesi'nin ticaret alanı olarak kullanılması. Kale'nin daha cazip hale getirilmesi.	2
Sanatsal faaliyetlerin artırılması. Amatör sahnelerin oluşturulması. Millet Bahçesi'nin bir sanatsal mekâna dönüştürülmesi.	2
Fındık temelli tanıtım.	2
Giresun Adası'nı ön plana çıkaran projeler. Adanın turizme kazandırılması.	2
Deniz ve su sporları.	2
Bir master planın oluşturulması. Katılımcı yöntemle bir eylem planı oluşturulması.	2
Dağ gezileri. Dağ ve doğa turizmi.	2
Doğa sporları konusundaki olanaklar.	1
Tabiat parkı olanakları. Kuzualan tabiat parkı.	1
Fındık ve fındık ürünleri.	1
Yerel el sanatları.	1
Arkeolojik kazı ile tarihsel alanların ortaya çıkarılması.	1
Endemik bitkiler.	1

Deniz ve doğa sporları.	1
İnanç turizmi olanakları.	1
Konaklama işletmeleri, eğlence mekanları.	1
Sanat atölyeleri.	1
Mimari alanda iyileştirme.	1
Doğal güzelliklerin yenilikçi sunumu.	1
Yat turizmi ve marina.	1
Şahankaya'sı ve Gelinkaya'nın turizme kazandırılması.	1
Efsaneye dayalı turizm olanaklarının değerlendirilmesi.	1
Ulaşımında yenilikler yapılması.	1
Bir turizm komisyonu oluşturulması.	1
Kış turizmi için kayak merkezleri oluşturulması.	1
Konaklama tesislerinin yenilikçi tasarımı.	1

Tablo 15, Giresun İli'nin turizm açısından yenilik olanaklarını ortaya koymaktadır. Bu çerçevede, özellikle yenilikçi tanıtım, yenilikçi tasarım faaliyetlerinin artırılması gerekmektedir. Yörede, teleferik projeleri, kafa yapısının değişmesi, sahilin yenilikçi düzenlenmesi, gizli doğal ve tarihi değerlerin ortaya çıkarılması, ekolojik köy projeleri, dağlar ve yaylaların turizme kazandırılması, tabiat parkları, kış ve spor turizmi olanakları, sektör açısından yenilik alanları olarak öne çıkmaktadır.

3.6.7. Giresun İli'nde Turizm Sektörü Açısından Hedef Kitle

Tablo 16. Giresun İli'nde Turizm Sektörü Açısından Hedef Kitle

İfade	Sıklık
Yerli ve yabancı turistler	12
Arap turistler (8); İranlı turistler. (3)	11
Yerli turistler	7
Yabancı turistler	3
Gurbetçi Giresunlular	3
Yaşlı çiftler	1
Gençler	1

Balkan ülkelerinden turistler	1
Gürcüler	1
Turki Cumhuriyetlerinden turistler.	1
Güney ve Batı Anadolu'daki vatandaşlarımız.	1
Spor takımları.	1
Komşu illerdeki vatandaşlarımız.	1
Fotoğraf meraklıları.	1
Doğa tutkunları, doğa yürüyüşçüleri.	1

Tablo 16, Giresun İli'nde turizm faaliyetlerinin hedef kitlesinin kimler olması gerektiğini göstermektedir. Bu çerçevede, yerli ve yabancı turistler, Giresun dışında yaşayan Giresunlular, Arap turistler, Balkan ülkelerinden turistler, Gürcüler, Turki Cumhuriyetlerden turistler, yaşlılar, gençler, komşu illerden insanlar, fotoğraf meraklıları, spor takımları, doğa tutkunları, doğa yürüyüşçüleri hedef kitleler arasında yer alabilir.

3.6.8. Giresun İli'nde Turizm Sektörü Olanaklı Turizm Faaliyetleri

Tablo 17. Giresun İli'nde Turizm Sektörü Olanaklı Olan Turizm Faaliyetleri

İfade	Sıklık
Doğada konaklama, çadır ve karavan konaklaması, pansiyon konaklaması, köy evlerinde konaklama	13
Günlük geziler	6
Deniz turları; ada turları, dalış	5
Yayla turizmi; yayla turları	5
Yerel tur operatörlüğü	3
Doğa turizmi; doğa yürüyüşü	3
Yat turizmi	2
Kış turizmi; kayak.	2
Spor turizmi	1
Bisikletle dağ turları	1
Su turizmi; rafting	1
Sağlık turizmi	1

Tablo 17'nin de içerdığı şekilde, Giresun İli'nde olanaklı turizm faaliyetleri, doğa konaklaması, çadır ve karavan konaklamasını da içeren doğa turizmi, pansiyon konaklaması, köy evlerinde konaklama, yat ve dalış turizmini de içeren deniz turizmi, yerel tur operatörlüğü, kış turizmi, spor turizmi ve sağlık turizmidir.

3.6.9. Giresun İli'nde Turizm Çeşitleri

Tablo 18. Giresun İli'nde Turizm Çeşitleri

İfade	Sıklık
Doğa turizmi, ekoturizm	19
Deniz turizmi	14
Yayla turizmi.	14
Su sporlarına dayalı turizm, rafting.	5
Yöresel ürünlere dayalı turizm, yemek, gastronomi	5
Spor turizmi	4
Kültür	4
Sağlık turizmi	4
İnanç turizmi	4
Köy yaşamı	3
Yamaç paraşütü	3
Kış turizmi	3
Yat turizmi	3
Kongre turizmi	3
Tarih turizmi	3
Televizyonculuk	2
Atlı doğa yürüyüşleri	1
Çim kayağı	1

Tablo 18, Giresun İli'ndeki olası turizm çeşitlerini yansıtmaktadır. Deniz turizmi, yayla turizmi, doğa turizmi, kış turizmi, inanç turizmi, televizyonculuk, atlı doğa yürüyüşleri, kongre turizmi, çim kayağı, tarih turizmi, girişimcilik açısından da var olan potansiyeli özellikle yenilik kaynakları açısından ortaya koymaktadır.

3.6.10. Giresun İli'nde Mevcut Turizm İşletmelerinin Karlılık Düzeyi Tatmin Edici midir?

Tablo 19. Giresun İli'nde Mevcut Turizm İşletmelerinin Karlılık Düzeyi Tatmin Edici midir?

	Sıklık	Yüzde (%)
Evet	4	10
Hayır	16	40
Bilgim yok	19	47,5
İşletme türüne göre değişir.	1	2,5

3.6.11. Giresun İli'nde Turizm Sektörünün En Önemli Eksiği Nedir?

Tablo 20. Giresun İli'nde Turizm Sektörünün En Önemli Eksiği Nedir?

İfade	Sıklık
Tanıtım	7
Konaklama	6
Yatırımcı eksikliği, girişimci eksikliği, özel teşebbüs eksikliği, yenilikçiliğin olmaması	6
Kalifiye eleman yetersizliği	5
Eğitim, farkındalık eksikliği	5
Hizmet sektörü, hizmet kalitesindeki istikrarsızlık, ikram	4
Altyapı	4
Ulaşım olanaklarının yetersizliği	3
Temizlik	2
Trafik sorunu	2
Her konuda eksik.	1
Alış – veriş merkezi olmaması	1
Müzelerin yetersizliği, Milli Mücadele Kahramanları Müzesi olmaması, Fındık Müzesi olmaması,	1
İşletmeciliğin iyi olmaması	1
Çeşit eksikliği	1
Birlik olamama. Yerel işletmelere destek konusundaki yetersizlikler	1

Tesislerin yetersiz oluşu	1
---------------------------	---

Tablo 20, Giresun İli'nin turizm sektörü açısından eksikliklerini içermektedir. Buna göre, en önemli yetersizlikler, tanıtım, tesisler ve altyapı, eğitim, kalifiye eleman, çeşit, birlik olamama ya da bireysel çıkarların öne çıkarılması, işletmecilik ve müzeler konularındadır.

3.6.12. Giresun İli'nde Turizm Sektöründe Devlet Neler Yapmalıdır?

Tablo 21. Giresun İli'nde Turizm Sektöründe Devlet Neler Yapmalıdır?

İfade	Sıklık
Altyapı geliştirilmelidir. (6)	6
Tanıtım desteği (3)	3
Yatırımcılar teşvik edilmelidir. (3)	3
Çevre koruma (2)	2
Yaylaların imarı ile ilgili düzenleme (2)	2
Turistik liman (2)	2
Gerekli yaptırımlar uygulanmalıdır. (2)	2
Ulaşım geliştirilmelidir. (2)	2
Yatırım prosedürleri hafifletilmelidir.	1
Yerli halk bilinçlendirilmelidir.	1
Ekonomik destek.	1
Turistik tesisler	1
Tarihi alanlar turizme kazandırılmalıdır.	1
Eğitim hizmeti, ücretsiz yabancı dil eğitimi.	1

Giresun İli'nde devlet turizmin gelişmesi için ne yapmalıdır? Devlet, altyapıyı geliştirmeli, tanıtım desteği sağlamalı, halkın farkındalığını artırmalı, girişimcileri teşvik etmeli, doğal çevreyi korumalı, tarihi alanları ortaya çıkarmalı ve ücretsiz yabancı dil eğitimi vermelidir. Özellikle, bir turistik liman inşa edilmeli ve ulaşım ağı geliştirilmelidir.

3.7. Giresun İli'nde Turizm Sektörüne İlişkin Değerlendirmelerin Beşli Likert Ölçeğine Göre Sorulan Sorular Çerçevesinde Belirlenmesi

Tablo 22. Giresun'da gelişmiş bir altyapı sistemi vardır.

Soru 13. Giresun'da gelişmiş bir altyapı sistemi vardır.											
1: Kesinlikle katılmıyorum. 2: Katılmıyorum. 3: Kararsızım. 4: Katılıyorum. 5: Kesinlikle katılıyorum. O: Ortalama S: Standart Sapma											
1		2		3		4		5		O.	S.
F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	2,575	0,782
0	0	17	42,50	9	22,50	8	20	2	5		

N=40

Tablo 22'de de görüldüğü gibi, “Giresun'da gelişmiş bir altyapı sistemi vardır.” ifadesine katılımcıların 2'si (%5), “Kesinlikle katılıyorum.”, 8'i (%20) “Katılıyorum”, 9'u (%22,50), “Kararsızım.”, 17'si (%42,50) “Katılmıyorum.” şeklinde yanıt vermişlerdir. Cevapların ortalaması 2,575; standart sapması ise 0,782'dir.

Katılımcılar, Giresun'da gelişmiş bir altyapı sistemi olduğuna inanmamaktadırlar. Altyapı geliştirildiğinde, Giresun'a daha çok turist gelebilecektir; şehir ve çevresi daha cazip, daha çekici olabilecektir.

Tablo 23. Giresun'da sağlık hizmetleri yeterlidir.

Soru 14. Giresun'da sağlık hizmetleri yeterlidir.											
1: Kesinlikle katılmıyorum. 2: Katılmıyorum. 3: Kararsızım. 4: Katılıyorum. 5: Kesinlikle katılıyorum. O: Ortalama S: Standart Sapma											
1		2		3		4		5		O.	S.
F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	3,3	1,11
0	0	9	22,50	13	32,50	15	37,50	3	7,50		

N=40

Tablo 23'te de görüldüğü gibi, “Giresun'da sağlık hizmetleri yeterlidir.” ifadesine katılımcıların 3'ü (%7,50), “Kesinlikle katılıyorum.”, 15'i (%37,50) “Katılıyorum”, 13'ü (%32,50), “Kararsızım.”, 9'u (%22,50) “Katılmıyorum.” şeklinde yanıt vermişlerdir. Cevapların ortalaması 3,30; standart sapması ise 1,11'dir.

Katılımcıların yaklaşık %45'i Giresun'da sağlık hizmetlerinin yeterli olduğunu düşünmektedirler. Üniversite araştırma hastanesi dahil, birçok sağlık kurumu ya da kuruluşu olan Giresun'da sağlık hizmetleri yeterlidir. Bu çerçevede, Giresun'da mevcut durumda ya da sağlık hizmetlerinin daha da geliştirilmesiyle, sağlık turizmi faaliyetlerinin de yoğunlaşabileceği açıktır. Bu anlamda, sağlık alanında uzmanlaşma, belli alanlarda daha çok öne çıkma yönünde bir politika devlet ve özel sektör sağlık işletmeleri tarafından uygulanabilir.

Tablo 24. Giresun'da yöresel yiyecekler lezzetli ve çekicidir.

Soru 15. Giresun'da yöresel yiyecekler lezzetli ve çekicidir.											
1: Kesinlikle katılmıyorum. 2: Katılmıyorum. 3: Kararsızım. 4: Katılıyorum. 5: Kesinlikle katılıyorum. O: Ortalama S: Standart Sapma											
1		2		3		4		5		O.	S.
F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	4,225	2,15
1	2,50	2	5,00	4	10,00	13	32,50	20	50,00		

N=40

Tablo 24'te de görüldüğü gibi, "Giresun'da yöresel yiyecekler lezzetli ve çekicidir." ifadesine katılımcıların 20'si (%50,00), "Kesinlikle katılıyorum.", 13'ü (%32,50) "Katılıyorum", 4'ü (%10,00), "Kararsızım.", 2'si (%5,00) "Katılmıyorum.", 1'i (%2,5), "Kesinlikle katılmıyorum." şeklinde yanıt vermişlerdir. Cevapların ortalaması 4,225; standart sapması ise 2,15'tir.

Katılımcıların %82,50'si Giresun'da yöresel yiyeceklerin lezzetli ve çekici olduğunu düşünmektedirler. Giresun'daki turizm işletmeleri, faaliyetlerinde, Giresun'un yöresel mutfağını, yöresel lezzetlerin daha çok öne çıkarmalıdır. Tanıtım faaliyetlerinin odak noktalarından biri de Giresun'un lezzetli, farklı yiyecekleri ya da yemekleri olmalıdır.

Tablo 25. Giresun'da gece hayatı olanakları yeterlidir.

Soru 16. Giresun'da gece hayatı olanakları yeterlidir.											
1: Kesinlikle katılmıyorum. 2: Katılmıyorum. 3: Kararsızım. 4: Katılıyorum. 5: Kesinlikle											

katılıyorum. O: Ortalama S: Standart Sapma											
1		2		3		4		5		O.	S.
F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	1,84	0,86
1	2,50	17	43,59	8	20,51	2	5,13	1	2,56		

N=39

Tablo 25'te de görüldüğü gibi, "Giresun'da gece hayatı olanakları yeterlidir." ifadesine katılımcıların 1'i (%2,56), "Kesinlikle katılıyorum.", 2'si (%5,13) "Katılıyorum", 8'i (%20,51), "Kararsızım.", 17'si (%43,59) "Katılmıyorum.", 1'i (%2,5), "Kesinlikle katılmıyorum." şeklinde yanıt vermişlerdir. Cevapların ortalaması 1,84; standart sapması ise 0,86'dır.

Katılımcıların %46,09'u, Giresun'da gece hayatı olanaklarının yetersiz olduğu fikrindedirler. Giresun, Türkiye'nin en güvenli şehirlerinden biridir. Giresun, aynı zamanda, il olarak da güvenlik düzeyi yüksek olan bir ildir. Bunun yanı sıra, insanların beklentileri ilgili alanda daha çok işletmenin kurulmasıyla karşılanabilir. Böylece, güvenliğin yüksek düzeyde olmasıyla ortaya çıkan olumlu durum daha da güçlenecektir.

Tablo 26. Bölgeye ulaşma olanakları yeterlidir.

Soru 17. Bölgeye ulaşma olanakları yeterlidir.											
1: Kesinlikle katılmıyorum. 2: Katılmıyorum. 3: Kararsızım. 4: Katılıyorum. 5: Kesinlikle katılıyorum. O: Ortalama S: Standart Sapma											
1		2		3		4		5		O.	S.
F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	3,897	2,35
0	0	7	17,95	1	2,56	20	51,13	11	28,21		

N=39

Tablo 26'da da görüldüğü gibi, "Bölgeye ulaşma olanakları yeterlidir.." ifadesine katılımcıların 11'i (%28,21), "Kesinlikle katılıyorum.", 20'si (%51,13) "Katılıyorum", 1'i (%2,56), "Kararsızım.", 7'si (%17,95) "Katılmıyorum." şeklinde yanıt vermişlerdir. Cevapların ortalaması 3,897; standart sapması ise 2,35'dir.

Anket formunu yanıtlayanların %79,33'ü, bölgeye ulaşma olanaklarının yeterli olduğunu ifade etmektedirler. Giresun şehrine, kara, hava ve deniz yollarıyla ulaşım olanaklıdır. Yakın zamanda hizmete girmiş olan Ordu-Giresun Havalimanı ile yöre, ulusal ve uluslararası hızlı ve güvenli ulaşım ağını daha da güçlendirmiştir. Deniz ve karayolu ile ulaşım, yöresel güzelliklerin tadına varılarak seyahat etme imkânı sunmaktadır. Giresun ilini yerli ve yabancı turistler için çekici kılan en önemli unsurlardan biri de ilin sahip olduğu yaylalardır. Tertemiz havası, çam ağaçları, yöreye özgü otları, diğer bitki ve hayvan türleriyle son derece üstün niteliklere sahip doğal ortam sunan yaylalar da “Yeşil Yol” projesi ile birbirlerine ve Karadeniz Bölgesi’ndeki diğer illerin yaylalarına bağlanmaktadır. Giresun’da seyahat etmek, doğal güzelliklerinden ötürü son derece olumlu, mutlu edici bir deneyimdir.

Tablo 27. Giresun, yeterli sayıda konaklama tesisine sahiptir.

Soru 18. Giresun, yeterli sayıda konaklama tesisine sahiptir.											
1: Kesinlikle katılmıyorum. 2: Katılmıyorum. 3: Kararsızım. 4: Katılıyorum. 5: Kesinlikle katılıyorum. O: Ortalama S: Standart Sapma											
1		2		3		4		5		O.	S.
F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	2,41	0,76
10	25,64	14	35,90	5	12,82	9	23,08	1	2,56		

N=39

Tablo 27’de de görüldüğü gibi, “Giresun, yeterli sayıda konaklama tesisine sahiptir.” ifadesine katılımcıların 1’i (%2,56), “Kesinlikle katılıyorum.”, 9’u (%23,08) “Katılıyorum”, 5’i (%12,82), “Kararsızım.”, 14’ü (%35,90) “Katılmıyorum.”, 10’u (%25,64), “Kesinlikle katılmıyorum.” şeklinde yanıt vermişlerdir. Cevapların ortalaması 2,41; standart sapması ise 0,76’dır.

Katılımcıların sadece %23,64’ü, Giresun’da yeterli sayıda konaklama tesisi olduğunu düşünmektedirler. Diğer bir ifadeyle, katılımcıların %61,54’ü, Giresun’da konaklama tesislerinin yetersiz olduğu fikrindedirler. Bu konuda, devlet ve özel sektör, daha cazip, farklı ya da gösterişli, ilgi çekebilecek, insanların beklentilerine uygun tesislerin inşa edilmesi için harekete geçmelidirler. Bu noktada, hedef kitleler belirlenerek, özellikle onların beklentilerini karşılayan tesisler oluşturulmalıdır. Konaklama tesisleri, iç ve dış tasarım, sunulan hizmetler,

çalışanların yetkinlikleri açılarından müşteri gereksinimlerini tatmin etmelidirler. Devlet, bu konuda özel sektör kuruluşlarını teşvik etmelidir; onlara finansman olanakları sağlamalı ve onlara öncülük etmelidir.

Tablo 28. Yöre halkı konuksever tavır göstermektedir.

Soru 19. Yöre halkı konuksever tavır göstermektedir.											
1: Kesinlikle katılmıyorum. 2: Katılmıyorum. 3: Kararsızım. 4: Katılıyorum. 5: Kesinlikle katılıyorum. O: Ortalama S: Standart Sapma											
1		2		3		4		5		O.	S.
F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	4,153	1,93
1	2,56	2	5,13	3	7,69	17	43,59	16	42,03		

N=39

Tablo 28’de de görüldüğü gibi, “Giresun, yeterli sayıda konaklama tesisine sahiptir.” ifadesine katılımcıların 16’sı (%42,03), “Kesinlikle katılıyorum.”, 17’si (%43,59) “Katılıyorum”, 3’ü (%7,69), “Kararsızım.”, 2’si (%5,13) “Katılmıyorum.”, 1’u (%2,56), “Kesinlikle katılmıyorum.” şeklinde yanıt vermişlerdir. Cevapların ortalaması 4,153; standart sapması ise 1,93’tür.

Örnekleme oluşturanların %85,62’si Giresun halkının konuksever olduğunu düşünmektedirler. Yöre halkının bu özelliği, turizmle ilgili tanıtım faaliyetlerinde özellikle vurgulanmalıdır. Türklerin genel olarak misafirperver bir millet oldukları açıktır. İnsanların misafirperverliği, güvenlik ile ilgili kaygıların da en aza inmesini sağlamaktadır. Bu çerçevede, turistlerin yerli halkla bütünleşmeleri teşvik edilmelidir.

Tablo 29. Giresun, kaliteli konaklama tesislerine sahiptir.

Soru 20. Giresun, kaliteli konaklama tesislerine sahiptir.											
1: Kesinlikle katılmıyorum. 2: Katılmıyorum. 3: Kararsızım. 4: Katılıyorum. 5: Kesinlikle katılıyorum. O: Ortalama S: Standart Sapma											
1		2		3		4		5		O.	S.
F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	2,564	1,194
7	17,96	13	33,33	10	25,64	8	20,51	1	2,56		

N=39

Tablo 29’da da görüldüğü gibi, “Giresun, kaliteli konaklama tesislerine sahiptir.” ifadesine katılımcıların 1’i (%2,56), “Kesinlikle katılıyorum.”, 8’i (%20,51) “Katılıyorum”, 10’u (%25,64), “Kararsızım.”, 13’ü (%33,33) “Katılmıyorum.”, 7’si (%17,96), “Kesinlikle katılmıyorum.” şeklinde yanıt vermişlerdir. Cevapların ortalaması 2,564; standart sapması ise 1,194’dir.

Katılımcıların sadece 23,07’si Giresun’un kaliteli konaklama tesislerine sahip olduğu düşüncesindedirler. Yukarıda da ifade edildiği gibi, müşteri beklentilerine uygun konaklama tesislerinin inşası için devlet ve özel sektör yeni yatırımlar yapmalıdırlar. Bu konuda, öncelikli olarak hedef müşteri kitlelerinin belirlenmesi ve onların gereksinimlerini karşılamaya odaklı bir hareket şekli izlenmelidir.

Tablo 30. Yöredeki esnaf yardımseverdir.

Soru 21. Yöredeki esnaf yardımseverdir.											
1: Kesinlikle katılmıyorum. 2: Katılmıyorum. 3: Kararsızım. 4: Katılıyorum. 5: Kesinlikle katılıyorum. O: Ortalama S: Standart Sapma											
1		2		3		4		5		O.	S.
F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	3,410	1,58
2	5,12	7	17,95	11	28,21	11	28,21	8	20,51		

N=39

Tablo 30’da da görüldüğü gibi, “Yöredeki esnaf yardımseverdir.” ifadesine katılımcıların 8’i (%20,51), “Kesinlikle katılıyorum.”, 11’i (%28,21) “Katılıyorum”, 11’i (%28,21), “Kararsızım.”, 7’si (%17,95) “Katılmıyorum.”, 2’si (%5,12), “Kesinlikle katılmıyorum.” şeklinde yanıt vermişlerdir. Cevapların ortalaması 3,410; standart sapması ise 1,58’dir.

Anket formunu yanıtlayanların %48,72’si yöredeki esnafın yardımsever olduğu düşüncesindedir. Yardımseverlik, Türk kültürünün en önemli özelliklerindedir. Bu çerçevede, Giresun’da da esnafın yardımsever olması son derece olağan bir durumdur. Esnafın bu yöndeki tavırları daha çok turistlerin yöreye çekilmesine katkıda bulunabilir. Bu özelliğin, aynı zamanda tipik bir davranış olduğu vurgusu yapılmalı, güvenlik duygusunun da bu şekilde güçlenmesi sağlanmalıdır.

Tablo 31. Yöredeki çalışanlar naziktir.

Soru 22. Yöredeki çalışanlar naziktir.											
1: Kesinlikle katılmıyorum. 2: Katılmıyorum. 3: Kararsızım. 4: Katılıyorum. 5: Kesinlikle katılıyorum. O: Ortalama S: Standart Sapma											
1		2		3		4		5		O.	S.
F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	3,512	1,41
2	5,12	10	25,64	10	25,64	15	38,46	5	12,82		

N=39

Tablo 31’de de görüldüğü gibi, “Yöredeki çalışanlar naziktir.” ifadesine katılımcıların 5’i (%12,82), “Kesinlikle katılıyorum.”, 15’i (%38,46) “Katılıyorum”, 10’u (%25,64), “Kararsızım.”, 10’u (%25,64) “Katılmıyorum.”, 2’si (%5,12), “Kesinlikle katılmıyorum.” şeklinde yanıt vermişlerdir. Cevapların ortalaması 3,512; standart sapması ise 1,41’tür.

Anket formunu yanıtlayanların %51, 28’i yöredeki çalışanların nazik olduğunu ifade etmişlerdir. Bu şekildeki bir olumlu algı, yöreye daha çok turist çekilebilmesi açısından çok önemlidir. Tanıtım programlarında, çalışanların bu özelliği öne çıkarılan konulardan biri olmalıdır. Bu özellik, yukarıda ifade edilen, esnafın yardımsever olmasıyla bütünleştirilerek öne çıkarılmalıdır.

Tablo 32. Konaklama ücretleri yüksektir.

Soru 23. Konaklama ücretleri yüksektir.											
1: Kesinlikle katılmıyorum. 2: Katılmıyorum. 3: Kararsızım. 4: Katılıyorum. 5: Kesinlikle katılıyorum. O: Ortalama S: Standart Sapma											
1		2		3		4		5		O.	S.
F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	2,948	1,111
3	7,68	14	35,90	9	23,08	8	20,51	5	12,82		

N=39

Tablo 32’de de görüldüğü gibi, “Konaklama ücretleri yüksektir.” ifadesine katılımcıların 5’i (%12,82), “Kesinlikle katılıyorum.”, 4’ü (%20,51) “Katılıyorum”, 9’u (%23,08), “Kararsızım.”, 14’ü (%35,90) “Katılmıyorum.”, 3’ü (%7,68), “Kesinlikle katılmıyorum.” şeklinde yanıt vermişlerdir. Cevapların ortalaması 2,948; standart sapması ise 1,111’dur.

1		2		3		4		5		O.	S.
F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	3,743	1,862
2	5,12	4	10,26	10	25,64	9	23,08	14	35,90		

N=39

Tablo 34'te de görüldüğü gibi, "Giresun, farklı heyecanlar yaşamak için uygun bir yerdir." ifadesine katılımcıların 14'ü (%35,90), "Kesinlikle katılıyorum.", 9'u (%23,08) "Katılıyorum", 10'u (%25,64), "Kararsızım.", 4'ü (%10,26) "Katılmıyorum.", 2'si (%5,12), "Kesinlikle katılmıyorum." şeklinde yanıt vermişlerdir. Cevapların ortalaması 3,743; standart sapması ise 1,862'dur.

Anketi yanıtlayanların %58,98'i Giresun'un farklı heyecanlar yaşamak için uygun bir yer olduğunu düşünmektedirler. Giresun, zorlu coğrafik yapısı, çetin yer şekilleri, sürekli yağışlı olan iklimi, yaylaları, kanyonları, denizi, farklı kültürleri ile yeni heyecanlar için uygun bir ildir. Bu özellik, turizmi, heyecanların tatmin edileceği bir etkinlik olarak görenler için Giresun'u çok cazip hale getirmektedir; turizm tanıtım programlarında vurgulanmalıdır.

Tablo 35. Giresun, yeni arkadaşlıklar kurmak için uygun bir yerdir.

Soru 26. Giresun, yeni arkadaşlıklar kurmak için uygun bir yerdir.											
1: Kesinlikle katılmıyorum. 2: Katılmıyorum. 3: Kararsızım. 4: Katılıyorum. 5: Kesinlikle katılıyorum. O: Ortalama S: Standart Sapma											
1		2		3		4		5		O.	S.
F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	3,487	1,479
3	7,68	6	15,38	6	25,38	17	43,59	7	17,95		

N=39

Tablo 35'te de görüldüğü gibi, "Giresun, yeni arkadaşlıklar kurmak için uygun bir yerdir." ifadesine katılımcıların 7'si (%17,95), "Kesinlikle katılıyorum.", 17'si (%43,59) "Katılıyorum", 6'u (%25,38), "Kararsızım.", 6'sı (%15,38) "Katılmıyorum.", 3'ü (%7,68), "Kesinlikle katılmıyorum." şeklinde yanıt vermişlerdir. Cevapların ortalaması 3,487; standart sapması ise 1,479'dur.

Giresun'un yeni arkadaşlıklar kurmak için uygun bir yer olduğunu ifade edenlerin oranı %61,54'tür. Yörenin olumlu davranışlara sahip ve yeni dostluklara açık insanların böyle bir algıyı ortaya çıkardığı savunulabilir. Turizm tanıtım programlarında değinilmesi gereken bir özelliktir.

Tablo 36. Giresun, büyükşehirlerin kalabalığından kaçmak için uygun bir yerdir.

Soru 27. Giresun, büyükşehirlerin kalabalığından kaçmak için uygun bir yerdir.											
1: Kesinlikle katılmıyorum. 2: Katılmıyorum. 3: Kararsızım. 4: Katılıyorum. 5: Kesinlikle katılıyorum. O: Ortalama S: Standart Sapma											
1		2		3		4		5		O.	S.
F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	4,358	1,546
1	2,56	0	0	1	2,56	19	48,72	18	46,15		

N=39

Tablo 36'da da görüldüğü gibi, "Giresun, büyükşehirlerin kalabalığından kaçmak için uygun bir yerdir." ifadesine katılımcıların 18'i (%46,15), "Kesinlikle katılıyorum.", 19'u (%48,72) "Katılıyorum", 1'i (%2,56), "Kararsızım.", 1'i (%2,56), "Kesinlikle katılmıyorum." şeklinde yanıt vermişlerdir. Cevapların ortalaması 4,358; standart sapması ise 1,546'tır.

Katılımcıların %94,87'si Giresun'un büyük şehirlerin kalabalığından kaçmak isteyenler için uygun bir yöre olduğunu düşünmektedirler. Üstün niteliklere sahip coğrafi yapısı Giresun'u büyükşehirlerden uzaklaşmak isteyenler için uygun bir yer haline getirmektedir. Birbirinden uzak olarak inşa edilen evleriyle kırsal yerleşimi, dağları, yaylaları, fındık bahçeleri, kanyonları, denizi ve plajları ile Giresun, kendine özgü bir yaşam sürmek isteyenlerin tercih edebileceği bir ildir. Yörede, kamp çadırları kurmak için çok uygun alanlar vardır.

Tablo 37. Giresun, stresten uzak, dinlenmek ve rahatlamak için uygun bir yerdir.

Soru 28. Giresun, stresten uzak, dinlenmek ve rahatlamak için uygun bir yerdir.											
1: Kesinlikle katılmıyorum. 2: Katılmıyorum. 3: Kararsızım. 4: Katılıyorum. 5: Kesinlikle katılıyorum. O: Ortalama S: Standart Sapma											
1	2	3	4	5	O.	S.					

F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	4,447	1,705
1	2,63	0	0	1	2,63	15	39,47	21	55,26		

N=38

Tablo 37’de de görüldüğü gibi, “Giresun, stresten uzak, dinlenmek ve rahatlamak için uygun bir yerdir.” ifadesine katılımcıların 21’i (%55,26), “Kesinlikle katılıyorum.”, 15’i (%39,47) “Katılıyorum”, 1’i (%2,63), “Kararsızım.”, 1’i (%2,63), “Kesinlikle katılmıyorum.” şeklinde yanıt vermişlerdir. Cevapların ortalaması 4,447; standart sapması ise 1,705’dir.

Katılımcıların %94,73’ü Giresun’un stresten uzak, dinlenmek ve rahatlamak için uygun bir yer olduğunu düşünmektedirler. Üstün niteliklere sahip coğrafi yapısı Giresun’u dinlenmek için uygun bir yer haline getirmektedir. Birbirinden uzak olarak inşa edilen evleriyle kırsal yerleşimi, dağları, yaylaları, fındık bahçeleri, kanyonları, denizi ve plajları ile Giresun, dinlenmek için uygun bir yerdir. Özellikle sonbahar ve kış ayları, kırsal alanda kendine özgü bir yaşam için uygun olanaklar sunmaktadır. Yörede, yaylalarda ve diğer alanlarda, kışın da insanların faydalanabileceği uygun tesisler vardır.

Tablo 38. Giresun, ilginç cazibe alanlarına sahiptir.

Soru 29. Giresun, ilginç cazibe alanlarına sahiptir.											
1: Kesinlikle katılmıyorum. 2: Katılmıyorum. 3: Kararsızım. 4: Katılıyorum. 5: Kesinlikle katılıyorum. O: Ortalama S: Standart Sapma											
1		2		3		4		5		O.	S.
F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	3,394	1,65
3	7,9	8	21,05	9	23,68	7	18,42	11	28,95		

N=38

Tablo 38’de de görüldüğü gibi, “Giresun, ilginç cazibe alanlarına sahiptir.” ifadesine katılımcıların 11’i (%28,95), “Kesinlikle katılıyorum.”, 7’si (%18,42) “Katılıyorum”, 9’u (%23,68), “Kararsızım.”, 2’si (%21,05) “Katılmıyorum.”, 3’ü (%7,9), “Kesinlikle katılmıyorum.” şeklinde yanıt vermişlerdir. Cevapların ortalaması 3,394; standart sapması ise 1,65’dir.

Katılımcıların %47,37'si Giresun'un ilginç cazibe alanlarına sahip olduğuna inanmaktadırlar. Bu noktada öne çıkan elbette doğal yapıdır. Dağlar, yaylalar, deniz ve plajlar, kanyonlar yöreyi ilginç, çekici kılmaktadır.

Tablo 39. Giresun, manzara ve doğal cazibe alanlarına sahiptir.

Soru 30. Giresun, manzara ve doğal cazibe alanlarına sahiptir.											
1: Kesinlikle katılmıyorum. 2: Katılmıyorum. 3: Kararsızım. 4: Katılıyorum. 5: Kesinlikle katılıyorum. O: Ortalama S: Standart Sapma											
1		2		3		4		5		O.	S.
F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	4,567	2,33
1	2,70	1	2,70	1	2,70	7	18,92	27	72,97		

N=37

Tablo 39'da da görüldüğü gibi, "Giresun, manzara ve doğal cazibe alanlarına sahiptir." ifadesine katılımcıların 27'si (%72,97), "Kesinlikle katılıyorum.", 7'i (%18,92) "Katılıyorum", 1'i (%2,70), "Kararsızım.", 1'i (%2,70) "Katılmıyorum.", 1'i (%2,70), "Kesinlikle katılmıyorum." şeklinde yanıt vermişlerdir. Cevapların ortalaması 4,567; standart sapması ise 2,33'dir.

Katılımcıların %91,89'u Giresun, manzara ve doğal cazibe alanlarına sahip olduğu gerçeğini dile getirmektedirler. Yukarıda bu konunun nedenleri birçok kez farklı ifadelerle ortaya konmuştur. Turizm için, özellikle kurak, yeşilin olmadığı ülkelerin insanları için son derece önemli bir durumdur.

Tablo 40. Giresun'un, cezbedici bir denizi vardır.

Soru 31. Giresun'un, cezbedici bir denizi vardır.											
1: Kesinlikle katılmıyorum. 2: Katılmıyorum. 3: Kararsızım. 4: Katılıyorum. 5: Kesinlikle katılıyorum. O: Ortalama S: Standart Sapma											
1		2		3		4		5		O.	S.
F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	3,486	1,522
3	8,11	5	13,51	8	21,62	13	35,14	8	21,62		

N=37

Tablo 40'ta da görüldüğü gibi, "Giresun'un, cezbedici bir denizi vardır." ifadesine katılımcıların 8'i (%21,62), "Kesinlikle katılıyorum.", 13'ü (%35,14) "Katılıyorum", 8'i (%21,62), "Kararsızım.", 5'i (%13,51) "Katılmıyorum.", 3'ü (%8,11), "Kesinlikle katılmıyorum." şeklinde yanıt vermişlerdir. Cevapların ortalaması 3,486; standart sapması ise 1,522'dir.

Anket formunu yanıtlayanların % 56,76'sı Giresun'un cezbedici bir denizi olduğunu düşünmektedirler. Turizm açısından son derece önemli bir özelliktir. Özellikle Giresun Merkez ilçedeki plajlar ilişkili faaliyetler için son derece uygundur ve çok ilgi görmektedir. Tanıtım amacıyla kullanılan fotoğraflarda mutlaka yer verilmelidir.

Tablo 41. Giresun, cezbedici plajlara sahiptir.

Soru 32. Giresun, cezbedici plajlara sahiptir.											
1: Kesinlikle katılmıyorum. 2: Katılmıyorum. 3: Kararsızım. 4: Katılıyorum. 5: Kesinlikle katılıyorum. O: Ortalama S: Standart Sapma											
1		2		3		4		5		O.	S.
F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	2,972	1,180
5	13,52	10	27,03	8	21,62	9	24,32	5	13,51		

N=37

Tablo 41'de de görüldüğü gibi, "Giresun, cezbedici plajlara sahiptir." ifadesine katılımcıların 5'i (%13,51), "Kesinlikle katılıyorum.", 9'u (%24,32) "Katılıyorum", 8'i (%21,62), "Kararsızım.", 10'u (%27,03) "Katılmıyorum.", 5'i (%13,52), "Kesinlikle katılmıyorum." şeklinde yanıt vermişlerdir. Cevapların ortalaması 2,972; standart sapması ise 1,180'dir.

Anket formunu yanıtlayanların % 37,83'ü Giresun'un cezbedici plajlara sahip olduğunu düşünmektedirler. Turizm açısından son derece önemli bir özelliktir. Özellikle Giresun Merkez ilçedeki plajlar ilişkili faaliyetler için son derece uygundur ve çok ilgi görmektedir. Tanıtım amacıyla kullanılan fotoğraflarda mutlaka yer verilmelidir.

Tablo 42. Giresun'un iklim koşulları tatil yapmaya elverişlidir.

Soru 33. Giresun'un iklim koşulları tatil yapmaya elverişlidir.											
1: Kesinlikle katılmıyorum. 2: Katılmıyorum. 3: Kararsızım. 4: Katılıyorum. 5: Kesinlikle katılıyorum. O: Ortalama S: Standart Sapma											
1		2		3		4		5		O.	S.
F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	3,621	1,526
2	5,41	4	10,81	8	21,62	15	40,54	8	21,62		

N=37

Tablo 42'de de görüldüğü gibi, "Giresun'un iklim koşulları tatil yapmaya elverişlidir." ifadesine katılımcıların 8'i (%21,62), "Kesinlikle katılıyorum.", 15'i (%40,54) "Katılıyorum", 8'i (%21,62), "Kararsızım.", 4'ü (%10,81) "Katılmıyorum.", 2'si (%5,41), "Kesinlikle katılmıyorum." şeklinde yanıt vermişlerdir. Cevapların ortalaması 3,621; standart sapması ise 1,526'dır.

Giresun'un iklim koşullarının tatil için uygun olduğunu düşünenlerin oranı %62,16'dır. Ilıman ve sürekli yağışlı iklim özellikle sıcak ve kurak ülkelerin insanlarını davet etmek için önemli bir yöresel özelliktir.

Tablo 43. Giresun'da plajlar temizdir.

Soru 34. Giresun'da plajlar temizdir.											
1: Kesinlikle katılmıyorum. 2: Katılmıyorum. 3: Kararsızım. 4: Katılıyorum. 5: Kesinlikle katılıyorum. O: Ortalama S: Standart Sapma											
1		2		3		4		5		O.	S.
F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	3,297	1,076
4	10,81	2	5,41	14	37,84	13	35,14	4	10,81		

N=37

Tablo 43'te de görüldüğü gibi, "Giresun'da plajlar temizdir." ifadesine katılımcıların 4'ü (%10,81), "Kesinlikle katılıyorum.", 13'ü (%35,14) "Katılıyorum", 14'ü (%37,84), "Kararsızım.", 2'si (%5,41) "Katılmıyorum.", 4'ü (%10,81), "Kesinlikle katılmıyorum." şeklinde yanıt vermişlerdir. Cevapların ortalaması 3,297; standart sapması ise 1,076'dır.

Giresun'un plajlarının temiz olduğunu ifade edenlerin oranı %45,95'tir. Plajların temizlenmesi işi bir kamu hizmeti şeklinde sunulmalıdır. Bu özellik tanıtımda vurgulanmalıdır. Giresun'un bu konudaki duyarlılığı özellikle vurgulanmalıdır.

Tablo 44. Giresun'da deniz temizdir.

Soru 35. Giresun'da deniz temizdir.											
1: Kesinlikle katılmıyorum. 2: Katılmıyorum. 3: Kararsızım. 4: Katılıyorum. 5: Kesinlikle katılıyorum. O: Ortalama S: Standart Sapma											
1		2		3		4		5		O.	S.
F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	3,486	1,430
3	8,1	5	13,51	6	16,22	17	45,95	6	16,22		

N=37

Tablo 44'te de görüldüğü gibi, "Giresun'da deniz temizdir." ifadesine katılımcıların 6'sı (%16,22), "Kesinlikle katılıyorum.", 17'si (%45,95) "Katılıyorum", 6'sı (%16,22), "Kararsızım.", 5'i (%13,51) "Katılmıyorum.", 3'ü (%8,1), "Kesinlikle katılmıyorum." şeklinde yanıt vermişlerdir. Cevapların ortalaması 3,486; standart sapması ise 1,430'dur.

Katılımcıların %62,17'si Giresun'da denizin temiz olduğunu düşünmektedirler. Deniz odaklı turizm ve sağlık bir çevre için son derece önemlidir.

Tablo 45. Giresun'da, genel çevre koşulları hijyen standartlarına uygundur.

Soru 36. Giresun'da, genel çevre koşulları hijyen standartlarına uygundur.											
1: Kesinlikle katılmıyorum. 2: Katılmıyorum. 3: Kararsızım. 4: Katılıyorum. 5: Kesinlikle katılıyorum. O: Ortalama S: Standart Sapma											
1		2		3		4		5		O.	S.
F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	3,027	1,063
3	8,11	10	27,03	10	27,03	11	29,73	3	8,11		

N=37

Tablo 45'te de görüldüğü gibi, "Giresun'da, genel çevre koşulları hijyen standartlarına uygundur." ifadesine katılımcıların 3'ü (%8,11), "Kesinlikle katılıyorum.", 11'i (%29,73)

“Katılıyorum”, 10’u (%27,03), “Kararsızım.”, 10’u (%27,03) “Katılmıyorum.”, 3’ü (%8,11), “Kesinlikle katılmıyorum.” şeklinde yanıt vermişlerdir. Cevapların ortalaması 3,027; standart sapması ise 1,063’tür.

Giresun’da, genel çevre koşulları hijyen standartlarına uygun olduğunu düşünenlerin oranı 37,84’tür. Çevre koşullarının sağlık açısından uygunluğu temel bir cazip olma nedenidir.

Tablo 46. Giresun’daki konaklama tesisleri hijyen standartlarına uygundur.

Soru 37. Giresun’daki konaklama tesisleri hijyen standartlarına uygundur.											
1: Kesinlikle katılmıyorum. 2: Katılmıyorum. 3: Kararsızım. 4: Katılıyorum. 5: Kesinlikle katılıyorum. O: Ortalama S: Standart Sapma											
1		2		3		4		5		O.	S.
F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	3,216	0,967
2	5,41	5	13,51	15	40,54	13	35,14	2	5,41		

N=37

Tablo 46’da da görüldüğü gibi, “Giresun’daki konaklama tesisleri hijyen standartlarına uygundur.” ifadesine katılımcıların 2’si (%5,41), “Kesinlikle katılıyorum.”, 13’ü (%35,14) “Katılıyorum”, 15’i (%40,54), “Kararsızım.”, 5’i (%13,51) “Katılmıyorum.”, 2’si (%5,41), “Kesinlikle katılmıyorum.” şeklinde yanıt vermişlerdir. Cevapların ortalaması 3,216; standart sapması ise 0,967’dir.

Giresun’daki konaklama tesisleri hijyen standartlarına uygun olduğunu düşünenlerin oranı %40,55’tir. Turizm işletmeleri bu yönde eğitimler almalıdırlar. Devlet, bu konuda, işletmeleri eğitmeli ve denetlemelidir.

Tablo 47. Giresun’da hizmet kalitesi çok yüksektir.

Soru 38. Giresun’da hizmet kalitesi çok yüksektir.											
1: Kesinlikle katılmıyorum. 2: Katılmıyorum. 3: Kararsızım. 4: Katılıyorum. 5: Kesinlikle katılıyorum. O: Ortalama S: Standart Sapma											
1		2		3		4		5		O.	S.
F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	2,810	0,898
5	13,51	9	24,32	14	37,84	6	16,22	3	8,11		

N=37

Tablo 47’de de görüldüğü gibi, “Giresun’da hizmet kalitesi çok yüksektir.” ifadesine katılımcıların 3’ü (%8,11), “Kesinlikle katılıyorum.”, 6’sı (%16,22) “Katılıyorum”, 14’ü (%37,84), “Kararsızım.”, 9’u (%24,32) “Katılmıyorum.”, 5’i (%13,51), “Kesinlikle katılmıyorum.” şeklinde yanıt vermişlerdir. Cevapların ortalaması 2,810; standart sapması ise 0,898’tür.

Katılımcıların sadece %24,33’ü Giresun’da hizmet kalitesinin yüksek olduğunu düşünmektedirler. Bu konu, yöredeki en önemli eksiklik olarak değerlendirilmiştir. Hizmet kalitesinin yükseltilmesi konusunda işletmeler eğitimler almalı, uzmanlar istihdam etmeli, Devlet bu konu üzerinde önemle durmalıdır. Daha iyi hizmet için Devlet’in yönlendirmesi son derece önemlidir.

Tablo 48. Giresun’un imajı çok iyidir.

Soru 39. Giresun’un imajı çok iyidir.											
1: Kesinlikle katılmıyorum. 2: Katılmıyorum. 3: Kararsızım. 4: Katılıyorum. 5: Kesinlikle katılıyorum. O: Ortalama S: Standart Sapma											
1		2		3		4		5		O.	S.
F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	3,486	1,338
2	5,41	4	10,81	11	29,73	14	37,84	6	16,22		

N=37

Tablo 48’de de görüldüğü gibi, “Giresun’un imajı çok iyidir.” ifadesine katılımcıların 6’sı (%16,22), “Kesinlikle katılıyorum.”, 14’ü (%37,84) “Katılıyorum”, 11’i (%29,73), “Kararsızım.”, 4’ü (%10,81) “Katılmıyorum.”, 2’si (%5,41), “Kesinlikle katılmıyorum.” şeklinde yanıt vermişlerdir. Cevapların ortalaması 3,486; standart sapması ise 1,338’dir.

Katılımcıların 54,06’sı Giresun’un imajının çok iyi olduğu fikrindedirler. Giresun tanıtıldıkça, müşteri memnuniyet düzeyi arttıkça, imaj da daha olumlu hale gelecektir.

Tablo 49. Bölgedeki diğer illerden Giresun’un imajı daha iyidir.

Soru 40. Bölgedeki diğer illerden Giresun’un imajı daha iyidir.											
1: Kesinlikle katılmıyorum. 2: Katılmıyorum. 3: Kararsızım. 4: Katılıyorum. 5: Kesinlikle katılıyorum.											

katılıyorum. O: Ortalama S: Standart Sapma											
1		2		3		4		5		O.	S.
F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	3,135	1,368
3	8,11	11	29,73	9	24,32	6	16,22	8	21,62		

N=37

Tablo 49’da da görüldüğü gibi, “Bölgedeki diğer illerden Giresun’un imajı daha iyidir.” ifadesine katılımcıların 8’i (%21,62), “Kesinlikle katılıyorum.”, 6’sı (%16,22) “Katılıyorum”, 9’u (%24,32), “Kararsızım.”, 11’i (%29,73) “Katılmıyorum.”, 3’ü (%8,11), “Kesinlikle katılmıyorum.” şeklinde yanıt vermişlerdir. Cevapların ortalaması 3,135; standart sapması ise 1,368’dir.

Giresun’un bölgedeki diğer illerden daha iyi bir imajı olduğunu düşünenlerin oranı %37,84’tür. Bölgede, turizm konusunda daha ileri giden, Trabzon, Rize, Ordu gibi iller vardır. Bu çerçevede, bu illerdeki kamu kurumlarıyla ve işletmelerle yapılacak işbirliği Giresun’un da turizmde daha iyi ve daha çok insana hizmetler sunmasını kolaylaştıracak, böylece ilin olumlu imajı da güçlenecektir.

Tablo 50. Genel olarak, insanlar Giresun’da tatil yapmaktan memnundur.

Soru 41. Genel olarak, insanlar Giresun’da tatil yapmaktan memnundur.											
1: Kesinlikle katılmıyorum. 2: Katılmıyorum. 3: Kararsızım. 4: Katılıyorum. 5: Kesinlikle katılıyorum. O: Ortalama S: Standart Sapma											
1		2		3		4		5		O.	S.
F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	3,918	1,156
1	2,7	0	0	6	16,22	24	64,86	6	16,22		

N=37

Tablo 50’de de görüldüğü gibi, “Genel olarak, insanlar Giresun’da tatil yapmaktan memnundur.” ifadesine katılımcıların 6’sı (%16,22), “Kesinlikle katılıyorum.”, 24’ü (%64,86) “Katılıyorum”, 6’sı (%16,22), “Kararsızım.”, 1’i (%2,7), “Kesinlikle katılmıyorum.” şeklinde yanıt vermişlerdir. Cevapların ortalaması 3,918; standart sapması ise 1,156’dur.

Katılımcıların % 81,08'i genel olarak, insanlar Giresun'da tatil yapmaktan memnun olduğu kanısındadırlar. Olumlu bir sonuçtur. Memnuniyet düzeyi, hizmet niteliklerinin iyileştirilmesi ve çeşitlendirmeye birlikte yükselecektir.

Tablo 51. Bölgedeki diğer illere göre Giresun'da fiyatlar daha düşüktür.

Soru 42. Bölgedeki diğer illere göre Giresun'da fiyatlar daha düşüktür.											
1: Kesinlikle katılmıyorum. 2: Katılmıyorum. 3: Kararsızım. 4: Katılıyorum. 5: Kesinlikle katılıyorum. O: Ortalama S: Standart Sapma											
1		2		3		4		5		O.	S.
F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	3,378	1,519
2	5,41	8	21,62	10	27,03	8	21,62	9	24,32		

N=37

Tablo 51'de de görüldüğü gibi, "Bölgedeki diğer illere göre Giresun'da fiyatlar daha düşüktür." ifadesine katılımcıların 9'u (%24,32), "Kesinlikle katılıyorum.", 8'i (%21,62) "Katılıyorum", 10'u (%27,03), "Kararsızım.", 8'i (%21,62) "Katılmıyorum.", 2'si (%5,41), "Kesinlikle katılmıyorum." şeklinde yanıt vermişlerdir. Cevapların ortalaması 3,378; standart sapması ise 1,519'dir.

Katılımcıların %45,94'ü Giresun'da fiyatların ve ücretlerin diğer illere göre daha düşük olduğu yönünde düşünceleri vardır. İşletmeler, sattıkları mal fiyatlarını ve hizmet ücretlerini düşürmek için yerli girdi oranlarını yükseltmelidirler. Bunun yanında, bazı üretim faktörleri, bizzat işletmeler tarafından da üretilebilir.

Tablo 52. Giresun'da konaklama ücretleri düşüktür.

Soru 43. Giresun'da konaklama ücretleri düşüktür.											
1: Kesinlikle katılmıyorum. 2: Katılmıyorum. 3: Kararsızım. 4: Katılıyorum. 5: Kesinlikle katılıyorum. O: Ortalama S: Standart Sapma											
1		2		3		4		5		O.	S.
F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	3,270	1,408
2	5,41	9	24,32	11	29,73	7	18,92	8	21,62		

N=37

F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	3,081	1,098
1	2,67	13	35,14	8	21,62	12	32,43	3	8,11		

N=37

Tablo 54’te de görüldüğü gibi, “Giresun’da alış-veriş ucuzdur.” ifadesine katılımcıların 3’ü (%8,11), “Kesinlikle katılıyorum.”, 12’si (%32,43) “Katılıyorum”, 8’i (%21,62), “Kararsızım.”, 13’ü (%35,14) “Katılmıyorum.”, 1’i (%2,67), “Kesinlikle katılmıyorum.” şeklinde yanıt vermişlerdir. Cevapların ortalaması 3,081; standart sapması ise 1,098’tür.

Giresun’da ucuz alış-verişin olanaklı olduğunu düşünenlerin oranı %40,54’tür. Konu Türkiye’deki ve Dünya’daki ekonomi ile yakından ilişkilidir.

Tablo 55. Giresun’da eğlence ucuzdur.

Soru 46. Giresun’da eğlence ucuzdur.											
1: Kesinlikle katılmıyorum. 2: Katılmıyorum. 3: Kararsızım. 4: Katılıyorum. 5: Kesinlikle katılıyorum. O: Ortalama S: Standart Sapma											
1		2		3		4		5		O.	S.
F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	2,864	0,868
3	8,1	11	29,73	13	35,14	8	21,62	2	5,41		

N=37

Tablo 55’te de görüldüğü gibi, “Giresun’da eğlence ucuzdur.” ifadesine katılımcıların 2’si (%5,41), “Kesinlikle katılıyorum.”, 8’i (%21,62) “Katılıyorum”, 13’ü (%35,14), “Kararsızım.”, 11’i (%29,73) “Katılmıyorum.”, 3’ü (%8,1), “Kesinlikle katılmıyorum.” şeklinde yanıt vermişlerdir. Cevapların ortalaması 2,864; standart sapması ise 0,868’tür.

Giresun’da eğlencenin ucuz olduğunu düşünenlerin oranı %27,03’tür.

Tablo 56. Türkiye’deki diğer turistik merkezlere göre Giresun’da tatil daha ucuzdur.

Soru 47. Türkiye’deki diğer turistik merkezlere göre Giresun’da tatil daha ucuzdur.											
1: Kesinlikle katılmıyorum. 2: Katılmıyorum. 3: Kararsızım. 4: Katılıyorum. 5: Kesinlikle katılıyorum. O: Ortalama S: Standart Sapma											

1		2		3		4		5		O.	S.
F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	3,552	1,328
1	2,63	5	13,16	9	23,68	18	47,37	5	13,16		

N=38

Tablo 56’da da görüldüğü gibi, “Türkiye’deki diğer turistik merkezlere göre Giresun’da tatil daha ucuzdur.” ifadesine katılımcıların 5’i (%13,16), “Kesinlikle katılıyorum.”, 18’i (%47,37) “Katılıyorum”, 9’u (%23,68), “Kararsızım.”, 5’i (%13,16) “Katılmıyorum.”, 1’i (%2,63), “Kesinlikle katılmıyorum.” şeklinde yanıt vermişlerdir. Cevapların ortalaması 3,552; standart sapması ise 1,328’dur.

Türkiye’deki diğer turistik merkezlere göre Giresun’da tatilin daha ucuz olduğunu düşünenlerin oranı 60,53’tür. Konu, genel ekonomi ile yakından ilişkili olduğu gibi uygulanan fiyat politikalarıyla da bağlantılıdır.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Bu tez çalışması, Giresun'daki turizm olanakları konusunu, bu konudaki beklentileri ve değerlendirmeleri içermektedir. Tez çalışması, genel olarak girişimcilik, Giresun'daki turizm potansiyeli ve bir alan araştırması alt başlıklarından oluşmuştur.

Çalışmada elde edilen temel bulgu, Giresun'daki turizm sektörünün girişimcilik açısından uygun olmasıdır. Bu çerçevede, Giresun İli'nde, turizm sektörü açısından fırsatlar, yenilik olanakları, yüksek kazanç olasılığı söz konusudur. Yöre, özellikle doğa ve kültür turizmi faaliyetleri açısından girişimciliğe uygundur. Buna göre, deniz turizmi, dağ turizmi, kültür turizmi, spor turizmi, yayla turizmi, serüven odaklı turizm faaliyetleri açısından Giresun İli fırsatlar, yenilik olanakları içermekte ve yüksek kazanç olanakları sunmaktadır.

Yapılan alan araştırması sonucunda, Giresun İli'nde turizm altyapısının yetersizliği, tanıtımın eksikliği, turizm eylem planının yapılmamış olması, örgütlenmenin yetersizliği ve farkındalık eksikliği, giderilmesi gereken temel zayıflıklar olarak belirlenmiştir. Bu zayıflıkların giderilmesi Giresun İli'nde turizmin gelişmesi ve bu temelde girişimcilik faaliyetlerinin artırılması açısından son derece önemlidir. Bu çerçevede, altyapı, yenilikçi dönüşümlerle geliştirilmeli, yeni tesisler inşa edilmeli, tanıtım faaliyetleri çeşitlendirilerek yoğunlaştırılmalıdır. Bu konularda, devletin öncülüğü büyük önem taşımaktadır.

Giresun İli, özellikle doğal güzellikleri, tarihi eserleri, konumu ve efsaneleri ile turizm sektörü açısından güçlüdür. Yaylalar, deniz, Giresun Kalesi ve diğer kaleler, Giresun Adası, Mavi Göl, Kuzualan Şelalesi, bitki örtüsü ve yaşam için dört mevsim uygunluk, Giresun'da girişimcilerin turizm işletmesi kurarken dayanacağı temel unsurlar olmalıdır. Yenilik odaklı, fırsatlara dayalı işletmecilik, bu alanlara odaklanmalıdır.

Doğanın bozulmamış olması, tarihi alanların varlığı, Türkiye'de iç ve dış turizmin canlı olması, Karadeniz Bölgesi'nin turizm sektörü için yeni bir destinasyon olması, Giresun İli için turizm sektöründeki fırsatlardır. Giresun'da yatırımcılar ve Devlet, bu fırsatları göz önünde bulundurarak turizm ile ilgili girişimcilik projelerini oluşturmalarıdır. Türkiye'de ve Karadeniz Bölgesi'nde turizm sektörünün gelişme evresinde oluşu, riskleri azaltmaktadır.

Karadeniz illeri arasındaki rekabet, çevre illerin giderek artan gücü, Ordu ve Trabzon arasında sıkışmış olma, Giresun'un lobicilik faaliyetleri konusundaki yetersizlikleri, sivil inisiyatifin yetersizliği, Giresun halkının turizm konusundaki hazırlıksızlıkları, tesislerin yetersizliği, turizm sektörü elemanlarının kalifiye olmamaları, altyapının yetersizliği, yayla turizmde komşu illerin gerisinde kalınması, iklim özellikleri, ekonomik sorunlar, bireysel çıkarılara dayalı yaklaşımlar ve genel girişimcilik faaliyetlerinin yetersizliği, Giresun İli'nin turizmle ilgili işletmecilik faaliyetlerinde karşılaşılabileceği başlıca tehditlerdir. Giresun'da turizm sektöründe yatırım yapacak olanlar, bu tehditlerin gerçekleşme ve işletmeye zarar verme olasılıklarını en aza indirecek şekilde stratejilerini belirlemelidirler. Bunun için de yapılması gereken, çevredeki fırsatların, güçlü yönleri öne çıkaran stratejilerle değerlendirilmesidir.

Giresun İli'nde gerçekleşebilecek en önemli turizm faaliyeti "doğa turizmi"dir. Doğanın çekici bütün unsurlarının bu kapsamda yer alabileceği açıktır. Dağ turizmi, yayla turizmi, deniz turizmi, su sporlarına dayalı turizm, yöresel ürünlere dayalı turizm, sağlık turizmi, inanç turizmi, köy yaşamı, yamaç paraşütü, kış turizmi, tarih turizmi, yat turizmi, kongre turizmi, televizyonculuk, atlı doğa sporları ve çim kayağı, Giresun'da gerçekleştirilebilecek başlıca turizm faaliyetleridir. Girişimcilik açısından yatırım yapacaklar bu alanların herhangi birinde ya da birçoğunda yatırım yapabilirler.

Girişimsel niyet yaklaşımı açısından bireysel ve bağlamsal özellikler, girişimciliğe başlama açısından son derece önemlidir. Giresun'da turizm sektöründe girişimcilik, bireysel olduğu kadar yukarıda ifade edilen bağlamsal koşullar, özellikle güçlü yanlar ve fırsatlar değerlendirilerek başlatılmalı, bu süreçte zayıflıklar ve tehditler de mutlaka göz önünde bulundurulmalıdır.

Kişilik özellikleri yaklaşımı açısından, girişimciliğe başlamak için önemli olan, kişinin özellikleri, nitelikleridir. Bu çerçevede, eğitimle, girişimci kişilik özellikleri kazandırmak, yapılması gerekenlerden biridir. Bu konuda, Devletin mevcut uygulamalarını daha da ileriye taşıması gerekir. Örnek olarak, geleneksel köy evlerinin çokça bulunduğu Giresun'da, bu

evlerin bir turizm alanı olabileceği konusunda ve ilişkili diğer konularda, toplumun bilinçlendirilmesi gerekir.

Giresun'daki turizm yatırımcıları, yerli ve yabancı turistleri, komşu ülkelerden, özellikle Arap ülkelerinden turistleri hedef kitle olarak belirlemelidirler.

Turizm, Türk ekonomisi için son derece önemli konulardan biridir. Ülke ekonomisinin gelir gider dengesinin sağlanmasında ve bu konuda bir fazlanın ortaya çıkmasında, cari açığın kapatılmasında, dış ticaret açığının kapatılmasında turizm çok önemli bir gelir kaynağıdır. Türkiye'de Devlet, özellikle 1980 sonrasında turizme çok önem vermiş, bu konudaki altyapıyı oluşturmuş, özel sektörü teşvik etmiştir. Bu konu çok büyük yatırımlar yapılmıştır.

Türkiye, turizmde, çok farklı turizm türlerinde faaliyetlerin olanaklı olduğu bir ülkedir. Olağan, rutin turizm faaliyetlerine ek olarak, sağlık turizmi, serüven turizmi, doğa turizmi, toplantı-kongre turizmi, spor turizmi, kültür turizmi, tarih turizmi bu alanlardan bazılarıdır. Farklı turizm alanları gelirleri de artırmakta, gelir kaynaklarını çeşitlendirmektedir. Bir başka ifade ile turizm faaliyetlerinin çeşitliliği Türkiye için çok önemli bir üstünlüktür.

Karadeniz Bölgesi'nde yer alan Giresun İli, özellikle sıcak ve kurak ülkelerden gelen ve gelebilecek turistler için çok önemli bir uğrak noktası, "turizm destinasyonu" olabilir.

Giresun'da gerçekleştirilen alan araştırmasında ulaşılan sonuçlara göre aşağıdaki değerlendirmeler bir kez daha vurgulanmalıdır:

Katılımcılar, Giresun'da gelişmiş bir altyapı sistemi olduğuna inanmamaktadırlar. Altyapı geliştirildiğinde, Giresun'a daha çok turist gelebilecektir; şehir ve çevresi daha cazip, daha çekici olabilecektir.

Katılımcıların yaklaşık %45'i Giresun'da sağlık hizmetlerinin yeterli olduğunu düşünmektedirler. Üniversite araştırma hastanesi dâhil, birçok sağlık kurumu ya da kuruluşu olan Giresun'da sağlık hizmetleri yeterlidir. Bu çerçevede, Giresun'da mevcut durumda ya da sağlık hizmetlerinin daha da geliştirilmesiyle, sağlık turizmi faaliyetlerinin de yoğunlaşabileceği açıktır. Bu anlamda, sağlık alanında uzmanlaşma, belli alanlarda daha çok

öne çıkma yönünde bir politika devlet ve özel sektör sağlık işletmeleri tarafından uygulanabilir.

Katılımcıların %82,50'si Giresun'da yöresel yiyeceklerin lezzetli ve çekici olduğunu düşünmektedirler. Giresun'daki turizm işletmeleri, faaliyetlerinde, Giresun'un yöresel mutfağını, yöresel lezzetlerin daha çok öne çıkarmalıdır. Tanıtım faaliyetlerinin odak noktalarından biri de Giresun'un lezzetli, farklı yiyecekleri ya da yemekleri olmalıdır.

Katılımcıların %46,09'u, Giresun'da gece hayatı olanaklarının yetersiz olduğu fikrindedirler. Giresun, Türkiye'nin en güvenli şehirlerinden biridir. Giresun, aynı zamanda, il olarak da güvenlik düzeyi yüksek olan bir ildir. Bunun yanı sıra, insanların beklentileri ilgili alanda daha çok işletmenin kurulmasıyla karşılanabilir. Böylece, güvenliğin yüksek düzeyde olmasıyla ortaya çıkan olumlu durum daha da güçlenecektir.

Anket formunu yanıtlayanların %79,33'ü, bölgeye ulaşma olanaklarının yeterli olduğunu ifade etmektedirler. Giresun şehrine, kara, hava ve deniz yollarıyla ulaşım olanaklıdır. Yakın zamanda hizmete girmiş olan Ordu-Giresun Havalimanı ile yöre, ulusal ve uluslararası hızlı ve güvenli ulaşım ağını daha da güçlendirmiştir. Deniz ve karayolu ile ulaşım, yöresel güzelliklerin tadına varılarak seyahat etme imkânı sunmaktadır. Giresun ilini yerli ve yabancı turistler için çekici kılan en önemli unsurlardan biri de ilin sahip olduğu yaylalardır. Tertemiz havası, çam ağaçları, yöreye özgü otları, diğer bitki ve hayvan türleriyle son derece üstün niteliklere sahip doğal ortam sunan yaylalar da "Yeşil Yol" projesi ile birbirlerine ve Karadeniz Bölgesi'ndeki diğer illerin yaylalarına bağlanmaktadır. Giresun'da seyahat etmek, doğal güzelliklerinden ötürü son derece olumlu, mutlu edici bir deneyimdir.

Katılımcıların sadece %23,64'ü, Giresun'da yeterli sayıda konaklama tesisi olduğunu düşünmektedirler. Diğer bir ifadeyle, katılımcıların %61,54'ü, Giresun'da konaklama tesislerinin yetersiz olduğu fikrindedirler. Bu konuda, devlet ve özel sektör, daha cazip, farklı ya da gösterişli, ilgi çekebilecek, insanların beklentilerine uygun tesislerin inşa edilmesi için harekete geçmelidirler. Bu noktada, hedef kitleler belirlenerek, özellikle onların beklentilerini karşılayan tesisler oluşturulmalıdır. Konaklama tesisleri, iç ve dış tasarım, sunulan hizmetler, çalışanların yetkinlikleri açılarından müşteri gereksinimlerini tatmin etmelidirler. Devlet, bu

konuda özel sektör kuruluşlarını teşvik etmelidir; onlara finansman olanakları sağlamalı ve onlara öncülük etmelidir.

Örnekleme oluşturanların %85,62'si Giresun halkının konuksever olduğunu düşünmektedirler. Yöre halkının bu özelliği, turizmle ilgili tanıtım faaliyetlerinde özellikle vurgulanmalıdır. Türklerin genel olarak misafirperver bir millet oldukları açıktır. İnsanların misafirperverliği, güvenlik ile ilgili kaygıların da en aza inmesini sağlamaktadır. Bu çerçevede, turistlerin yerli halkla bütünleşmeleri teşvik edilmelidir.

Katılımcıların sadece 23,07'si Giresun'un kaliteli konaklama tesislerine sahip olduğu düşüncesindedirler. Yukarıda da ifade edildiği gibi, müşteri beklentilerine uygun konaklama tesislerinin inşası için devlet ve özel sektör yeni yatırımlar yapmalıdırlar. Bu konuda, öncelikli olarak hedef müşteri kitlelerinin belirlenmesi ve onların gereksinimlerini karşılamaya odaklı bir hareket şekli izlenmelidir.

Anket formunu yanıtlayanların %48,72'si yöredeki esnafın yardımsever olduğu düşüncesindedir. Yardımseverlik, Türk kültürünün en önemli özelliklerindedir. Bu çerçevede, Giresun'da da esnafın yardımsever olması son derece olağan bir durumdur. Esnafın bu yöndeki tavırları daha çok turistlerin yöreye çekilmesine katkıda bulunabilir. Bu özelliğin, aynı zamanda tipik bir davranış olduğu vurgusu yapılmalı, güvenlik duygusunun da bu şekilde güçlenmesi sağlanmalıdır.

Anket formunu yanıtlayanların %51, 28'i yöredeki çalışanların nazik olduğunu ifade etmişlerdir. Bu şekildeki bir olumlu algı, yöreye daha çok turist çekilebilmesi açısından çok önemlidir. Tanıtım programlarında, çalışanların bu özelliği öne çıkarılan konulardan biri olmalıdır. Bu özellik, yukarıda ifade edilen, esnafın yardımsever olmasıyla bütünleştirilerek öne çıkarılmalıdır.

Konaklama ücretlerinin yüksek olduğunu belirtenlerin oranı %33,33'tür. Bu sonuca göre, daha baskın olan algı yöredeki konaklama ücretlerinin yüksek olmadığı yönündedir. Bu durum, Giresun'a daha çok turist çekilmesi açısından bir üstünlüktür ve tanıtım programlarında özellikle vurgulanmalıdır. Fiyatların yüksek olmaması, hizmet sunumunda

yöresel girdilerin daha yüksek oranda kullanımı ile açıklanabilir. Yine, görel olarak düşük ücret ve fiyatlarla, yöre, daha cazip kılınabilir.

Katılımcıların % 89,75'i, Giresun'un yeni kültürler keşfetmek için uygun bir yer olduğunu düşünmektedirler. Giresun, kendine özgü coğrafi yapısı, kentsel ve kırsal yerleşim alanları, yaylaları, yayla göçleri, bir festivale dönüşen fındık hasat dönemi, sonbaharda gerçekleşen ve her yıl tekrarlanan büyükşehirlere göçleri, denizi ve buna özgü davranış şekilleriyle, kültürel açıdan çok çeşitlilik barından bir ildir. Aynı zamanda, göç yolları üzerinde bulunma da tarihsel olarak Giresun'un kültürel zenginliğini ve çeşitliliğini artırmıştır. Kemençe müzik aletinin varlığı ve özellikle ilin doğusunda yaygın kullanımı bir başka önemli özelliktir. Turizmle ilgili tanıtımda, bu kültürel zenginlik vurgulanmalıdır.

Anketi yanıtlayanların %58,98'i Giresun'un farklı heyecanlar yaşamak için uygun bir yer olduğunu düşünmektedirler. Giresun, zorlu coğrafi yapısı, çetin yer şekilleri, sürekli yağışlı olan iklimi, yaylaları, kanyonları, denizi, farklı kültürleri ile yeni heyecanlar için uygun bir ildir. Bu özellik, turizmi, heyecanların tatmin edileceği bir etkinlik olarak görenler için Giresun'u çok cazip hale getirmektedir; turizm tanıtım programlarında vurgulanmalıdır.

Giresun'un yeni arkadaşlıklar kurmak için uygun bir yer olduğunu ifade edenlerin oranı %61,54'tür. Yörenin olumlu davranışlara sahip ve yeni dostluklara açık insanların böyle bir algıyı ortaya çıkardığı savunulabilir. Turizm tanıtım programlarında değinilmesi gereken bir özelliktir.

Katılımcıların %94,87'si Giresun'un büyük şehirlerin kalabalığından kaçmak isteyenler için uygun bir yöre olduğunu düşünmektedirler. Üstün niteliklere sahip coğrafi yapısı Giresun'u büyükşehirlere uzaklaşmak isteyenler için uygun bir yer haline getirmektedir. Birbirinden uzak olarak inşa edilen evleriyle kırsal yerleşimi, dağları, yaylaları, fındık bahçeleri, kanyonları, denizi ve plajları ile Giresun, kendine özgü bir yaşam sürmek isteyenlerin tercih Özellikle sonbahar ve kış ayları, kırsal alanda kendine özgü bir yaşam için uygun olanaklar sunmaktadır. Yörede, yaylalarda ve diğer alanlarda, kışın da insanların faydalanabileceği uygun tesisler vardır.

Katılımcıların %47,37'si Giresun'un ilginç cazibe alanlarına sahip olduğuna inanmaktadırlar. Bu noktada öne çıkan elbette doğal yapıdır. Dağlar, yaylalar, deniz ve plajlar, kanyonlar yöreyi ilginç, çekici kılmaktadır.

Katılımcıların %91,89'u Giresun, manzara ve doğal cazibe alanlarına sahip olduğu gerçeğini dile getirmektedirler. Yukarıda bu konunun nedenleri birçok kez farklı ifadelerle ortaya konmuştur. Turizm için, özellikle kurak, yeşilin olmadığı ülkelerin insanları için son derece önemli bir durumdur.

Anket formunu yanıtlayanların % 56,76'sı Giresun'un cezbedici bir denizi olduğunu düşünmektedirler. Turizm açısından son derece önemli bir özelliktir. Özellikle Giresun Merkez ilçedeki plajlar ilişkili faaliyetler için son derece uygundur ve çok ilgi görmektedir. Tanıtım amacıyla kullanılan fotoğraflarda mutlaka yer verilmelidir.

Anket formunu yanıtlayanların % 37,83'ü Giresun'un cezbedici plajlara sahip olduğunu düşünmektedirler. Turizm açısından son derece önemli bir özelliktir. Özellikle Giresun Merkez ilçedeki plajlar ilişkili faaliyetler için son derece uygundur ve çok ilgi görmektedir. Tanıtım amacıyla kullanılan fotoğraflarda mutlaka yer verilmelidir.

Giresun'un iklim koşullarının tatil için uygun olduğunu düşünenlerin oranı %62,16'dır. Ilıman ve sürekli yağışlı iklim özellikle sıcak ve kurak ülkelerin insanlarını davet etmek için önemli bir yöresel özelliktir.

Giresun'un plajlarının temiz olduğunu ifade edenlerin oranı %45,95'tir. Plajların temizlenmesi işi bir kamu hizmeti şeklinde sunulmalıdır. Bu özellik tanıtımda vurgulanmalıdır. Giresun'un bu konudaki duyarlılığı özellikle vurgulanmalıdır.

Katılımcıların %62,17'si Giresun'da denizin temiz olduğunu düşünmektedirler. Deniz odaklı turizm ve sağlık bir çevre için son derece önemlidir.

Giresun'da, genel çevre koşulları hijyen standartlarına uygun olduğunu düşünenlerin oranı 37,84'tür. Çevre koşullarının sağlık açısından uygunluğu temel bir cazip olma nedenidir.

Giresun'daki konaklama tesisleri hijyen standartlarına uygun olduğunu düşünenlerin oranı %40,55'tir. Turizm işletmeleri bu yönde eğitimler almalıdırlar. Devlet, bu konuda, işletmeleri eğitmeli ve denetlemelidir.

Katılımcıların sadece %24,33'ü Giresun'da hizmet kalitesinin yüksek olduğunu düşünmektedirler. Bu konu, yöredeki en önemli eksiklik olarak değerlendirilmiştir. Hizmet kalitesinin yükseltilmesi konusunda işletmeler eğitimler almalı, uzmanlar istihdam etmeli, Devlet bu konu üzerinde önemle durmalıdır. Daha iyi hizmet için Devlet'in yönlendirmesi son derece önemlidir.

Katılımcıların 54,06'sı Giresun'un imajının çok iyi olduğu fikrindedirler. Giresun tanıtıldıkça, müşteri memnuniyet düzeyi arttıkça, imaj da daha olumlu hale gelecektir.

Giresun'un bölgedeki diğer illerden daha iyi bir imajı olduğunu düşünenlerin oranı %37,84'tür. Bölgede, turizm konusunda daha ileri giden, Trabzon, Rize, Ordu gibi iller vardır. Bu çerçevede, bu illerdeki kamu kurumlarıyla ve işletmelerle yapılacak işbirliği Giresun'un da turizmde daha iyi ve daha çok insana hizmetler sunmasını kolaylaştıracak, böylece ilin olumlu imajı da güçlenecektir.

Katılımcıların % 81,08'i genel olarak, insanlar Giresun'da tatil yapmaktan memnun olduğu kanısındadırlar. Olumlu bir sonuçtur. Memnuniyet düzeyi, hizmet niteliklerinin iyileştirilmesi ve çeşitlendirmeye birlikte yükselecektir.

Katılımcıların %45,94'ü Giresun'da fiyatların ve ücretlerin diğer illere göre daha düşük olduğu yönünde düşünceleri vardır. İşletmeler, sattıkları mal fiyatlarını ve hizmet ücretlerini düşürmek için yerli girdi oranlarını yükseltmelidirler. Bunun yanında, bazı üretim faktörleri, bizzat işletmeler tarafından da üretilebilir.

Katılımcıların %40,54'ü Giresun'da konaklama ücretlerinin düşük olduğu kanısındadırlar. Bu ücretlerin daha da düşürülebilmesi genel ekonomi ile ilişkili olduğu gibi işletmelerin yaklaşımlarıyla da ilişkilidir. Maliyetlerin düşürülmesi konusunda çalışmalar yapılmalıdır.

Giresun'da yiyecek-içecek fiyatlarının düşük olduğuna inananların oranı %40,54'tür. Yerel malzemelerin daha çok kullanımı fiyatları daha da düşürebilir. Giresun'da ucuz alış-verişin olanaklı olduğunu düşünenlerin oranı %40,54'tür. Konu Türkiye'deki ve Dünya'daki ekonomi ile yakından ilişkilidir. Türkiye'deki diğer turistik merkezlere göre Giresun'da tatilin daha ucuz olduğunu düşünenlerin oranı 60,53'tür. Konu, genel ekonomi ile yakından ilişkili olduğu gibi uygulanan fiyat politikalarıyla da bağlantılıdır.

ÖNERİLER:

- Giresun'da turizm altyapısı geliştirilmelidir.
- Turizm girişimciliği öncelikli olarak teşvik edilmelidir.
- Turizm sektörü personeli eğitilmelidir.
- Turizm işletmelerinde ulusal ve uluslar standartlar esas alınarak hizmet verilmesi sağlanmalıdır.
- Çevre illerle ortak projeler geliştirilerek işbirliği sağlanmalıdır.
- Kamu kurumları ve özel sektör işbirliği sağlanmalıdır.
- Bireysel çıkarlara dayalı yaklaşımlardan kaçınılmalıdır.
- Turizm faaliyetlerinde çeşitlilik sağlanmalıdır.
- Tanıtım ve lobicilik faaliyetleri geliştirilmelidir.
- Tanıtım ve lobicilik faaliyetlerinde profesyonel işletmelerle çalışılmalıdır.
- Giresun ülke içinde ve ülke dışında da tanıtılmalıdır.
- Çevre kirliliği önlenmelidir.
- Ulaşım ağları geliştirilmelidir.
- Deniz turizmi, deniz ulaşım ağları geliştirilerek de daha üst bir düzeye taşınmalıdır.
- Giresun'un bütün doğal, kültürel ve tarihi varlıkları insanlara sunulmalıdır.
- Ülke içerisinde ve ülke dışarısında turizm elçileri belirlenmelidir.
- Giresun'daki okullarda turizm eğitimi verilmelidir.
- Turizm meslek liselerinin sayısı artırılmalıdır.

KAYNAKÇA

- Ahmetoglu, G., Leutner, F., Chamorro-Premuzic (2011). EQ-nomics: Understanding the Relation Between Individual Differences in Trait Emotional Intelligence and Entrepreneurship. *Personality and Individual Differences*, 51, 1028-1033.
- Akhtar, A., Topping, K. J., Tariq, R. H. (2011). Entrepreneurial Attitudes among Potential Entrepreneurs. *Pakistan Journal of Commerce and Social Sciences*, 5(1), 12-46.
- Akdemir, Ali (2009). İşletmeciliğin Temel Bilgileri. Bursa: Ekin Yayınevi.
- Altuntaş, B. (2012). Otobüsten İndim BMW'ye Bindim. İstanbul: Destek Yayınevi.
- Altındal, Y., Sallan Gül, S. (2016). Turizm Sektöründe Kadın Girişimcilerin Risk Alma Deneyimleri. *Toplum ve Demokrasi*, 10(21), 115-131.
- Balcı, S. (2015). Milli Mücadele'de Giresun. Bekdemir, Ü., Fatsa, M. (Edt.) (2015). Geçmişten Günümüze Giresun. Giresun İl Özel İdaresi Kültür Serisi – 4, içerisinde.
- Bakırcı, M. (2015). Giresun'da Nesiller Arasında Kültürel Değerlerde Değişme. Bekdemir, Ü., Fatsa, M. (Edt.) (2015). Geçmişten Günümüze Giresun. Giresun İl Özel İdaresi Kültür Serisi – 4, içerisinde.
- Bekdemir, Ü., Fatsa, M. (Edt.) (2015). Geçmişten Günümüze Giresun. Giresun İl Özel İdaresi Kültür Serisi – 4.
- Baron, Robert A. (1998). "Cognitive Mechanisms in Entrepreneurship: Why and When Entrepreneurs Think Differently than Other People", *Journal of Business Venturing*, 13(4), 275-294.
- Baron, Robert A. (2004). "The Cognitive Perspective: A Valuable Tool for Answering Entrepreneurship's Basic Why Question", *Journal of Business Venturing*, 19 (29), 221-239.
- Beaver, G. (2002). Small Business, Entrepreneurship and Enterprise Development. England: Pearson Education Limited.
- Becker, Gary S. (1975). Human Capital. The National Bureau of Economics Research, İkinci Baskı, New York, Amerika Birleşik Devletleri.
- Dalgın, T., Karadağ, L., Bingöl, Z. (2015). Türkiye'de Turizm Girişimciliğinin Gelişimi ve Turizmle İlgili Sağlanan Teşvikler. *Ekonomi ve Yönetim Araştırmaları Dergisi*, 4(1), 174-184.

- Dönmez Polat, D. (2011). Girişimcilik Motivasyonu ve İşletme Yenilikçiliği Arasındaki İlişkinin Araştırılmasına Yönelik Turizm İşletmelerinde Bir Araştırma. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 6(2), 227-254.
- Elmas, N. (2015). Geçmişten Günümüze Giresun'da Edebi Hayat. Bekdemir, Ü., Fatsa, M. (Edt.) (2015). Geçmişten Günümüze Giresun. Giresun İl Özel İdaresi Kültür Serisi – 4, içerisinde.
- Emecen, F. M. (2015). Tarihi Bir Liman Kenti Giresun. Bekdemir, Ü., Fatsa, M. (Edt.) (2015). Geçmişten Günümüze Giresun. Giresun İl Özel İdaresi Kültür Serisi – 4 içinde.
- Emir, G. (2000). Doğu Karadeniz Bölgesi'nde Turizm, Ekonomik Etkileri ve Talep Tahminleri. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. İstanbul: İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Erdoğan, Z. (2012). Girişimcilik ve KOBİ'ler: Kavramlar, Sorunlar ve Çözüm Önerileri. Bursa: Ekin Yayınevi.
- Fatsa, M. (2018). İlçe Oluşunun 85. Yılında Bulancak. Bulancak Belediyesi Kültür Serisi: 1.; İstanbul.
- Gartner, William B. (1988). "Who is an Entrepreneur? Is the Wrong Question?, American Journal of Small Business, 12(4), 11-32.
- Genç, K. Y. (2015). Girişimcilik Kurslarına Katılanların Temel Eğilimleri Üzerine Bir Araştırma. Dokuz Eylül Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi, 16(2), 155-176.
- Güleç, M. M. (2015). Yaylacılık ve Otçu Göçü Geleneğine Sosyolojik Bir Bakış. Bekdemir, Ü., Fatsa, M. (Edt.) (2015). Geçmişten Günümüze Giresun. Giresun İl Özel İdaresi Kültür Serisi – 4, içerisinde.
- Güleç, H., Güleç, N. (2015). Giresun'da Müzeler ve Kütüphaneler. Bekdemir, Ü., Fatsa, M. (Edt.) (2015). Geçmişten Günümüze Giresun. Giresun İl Özel İdaresi Kültür Serisi – 4, içerisinde.
- Hollick, M., Braun, P. (2005). Lifestyle Entrepreneurship: The Unusual Nature of Tourism Entrepreneur. *Proceedings of the Second Annual AGSE International Entrepreneurship Research Exchange*, Swisburne Press, Melbourne, 10-11.
- İltar, G. (2014), Giresun Kültür Envanteri, Giresun Valiliği Yayınları, İstanbul 2014.

- İltar, G. (2015). Giresun İli'nin Kültür Varlıkları Üzerine Bir Değerlendirme. Bekdemir, Ü., Fatsa, M. (Edt.) (2015). Geçmişten Günümüze Giresun. Giresun İl Özel İdaresi Kültür Serisi – 4, içerisinde.
- İrmiş, A., Durak, İ., Özdemir, L. (2010). Girişimcilik Kültürü: Anadolu Girişimciliğinden Örnekler. Bursa: Ekin Yayınevi.
- Hatten, T. S. (1997). Small Business: Entrepreneurship and Beyond. USA: Prentice- Hall, Inc.
- Kadıoğlu, S. (2015). Çepniler. Giresun'un Sosyolojik Kökenine Dair. Bekdemir, Ü., Fatsa, M. (Edt.) (2015). Geçmişten Günümüze Giresun. Giresun İl Özel İdaresi Kültür Serisi – 4, içerisinde.
- Kahya, C., İmamoğlu, İ. K. (2013). Sosyo-Demografik Özellikler ve Girişimcilik İlişkisinin Yerel Kalkınma Bağlamında Değerlendirilmesi (Bayburt İli Örneği). *Akademik Bakış Dergisi* (Uluslararası Hakemli Sosyal Bilimler E-Dergisi), 38, 1-14.
- Karabulut, A. T. (2009). Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Özelliklerini ve Eğilimlerini Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma. *Marmara Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi*, 26(1), 331-356.
- Karaman, O. (2015). 19. Yüzyılın İkinci Yarısı ve 20. Yüzyılın Başlarında Giresun. Bekdemir, Ü., Fatsa, M. (Edt.) (2015). Geçmişten Günümüze Giresun. Giresun İl Özel İdaresi Kültür Serisi – 4, içerisinde.
- Kuruca, N. (2015). Giresun'un İktisadi Tarihi. Bekdemir, Ü., Fatsa, M. (Edt.) (2015). Geçmişten Günümüze Giresun. Giresun İl Özel İdaresi Kültür Serisi – 4, içerisinde.
- Künü, S., Hopoğlu, S., Sökmen Gürçam, Ö., Güneş, Ç. (2015). Turizm ve Bölgesel Kalkınma Arasındaki İlişki: Doğu Karadeniz Bölgesi Üzerine Bir İnceleme. *Iğdır Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 7, 71-93.
- Lee, J. (1999). Impact of Culture on Entrepreneurship. *AAM Journal*, 4(2), 1-22.
- Lucas, Robert (1988). "On the Mechanics of Economic Development", *Journal of Monetary Economics*, 22, 3-42.
- McGehee, R., Kim, K. (2004). Motivation for Agri-Tourism Entrepreneurship. *Journal of Travel Research*, 43(2), 161-170.

- Megginson, W. L., Byrd, M. J., Emeritus Megginson, L. C. (2000). *Small Business Management: An Entrepreneur's Guidebook*. Third Edition. USA: Irwin McGraw-Hill.
- Mitchell, Roland K., Busenitz, Lowell, Lant, Theresa, Mcdougall, Patricia P., Morse, Eric A., Smith, Brock J. (2002). "Toward a Theory of Entrepreneurial Cognition: Rethinking the People Side of Entrepreneurship Research", *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 27(2), 93-104.
- Moriarty, J., Jones, R., Rowley, J., Kupiec – Teahan, B. (2008). Marketing in Small Hotels: A Qualitative Study. *Marketing Intelligence & Planning*, 26(3), 293-315.
- Mucuk, İsmet (2013). *Modern İşletmecilik*. İstanbul: Türkmen Kitabevi.
- Müftüoğlu, T., Durukan, T. (2004). *Girişimcilik ve KOBİ'ler*. Ankara: Gazi Kitabevi.
- Okhominina, D. (2015). Entrepreneurial Orientation and Psychological Traits: The Moderating Influence of Supportive Environment. *Journal of Behavioral Studies in Business*. <http://www.researchgate.net/publication/242748294>
- Naffziger, W. Douglas, Hornsby, S. Jeffrey, Kuratko, F. Donald (1994). "A Proposed Research Model of Entrepreneurial Motivation", *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 18(3), 29-41.
- Nefes, E. (2015). Giresun Yöresinin Kırsal Sanatı Üzerine Bir Değerlendirme. Bekdemir, Ü., Fatsa, M. (Edt.) (2015). *Geçmişten Günümüze Giresun*. Giresun İl Özel İdaresi Kültür Serisi – 4, içerisinde.
- Öksüz, M. (2015a). Giresun Yöresi Halk Edebiyatı. Bekdemir, Ü., Fatsa, M. (Edt.) (2015). *Geçmişten Günümüze Giresun*. Giresun İl Özel İdaresi Kültür Serisi – 4, içerisinde.
- Öksüz, M. (2015b). Giresun Yöresinde Dualar ve Beddualar. Bekdemir, Ü., Fatsa, M. (Edt.) (2015). *Geçmişten Günümüze Giresun*. Giresun İl Özel İdaresi Kültür Serisi – 4, içerisinde.
- Pırnar, İ. (2015). The Specific Characteristics of Entrepreneurship Process in Tourism Industry. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 34: 75-86.
- Sarıaslan, H. (2010). *Yatırım Projelerinin Hazırlanması ve Değerlendirilmesi*. Ankara: Turhan Kitabevi.
- Stefanovic, I., Rankovic, L., Prokic, S. (2011). Entrepreneurs' Motivational Factors: Empirical Evidence From Serbia. *Serbian Journal of Management*, 6(1), 73-83.

- Taşkın, E. (2012). Başarılı Girişimcilerin Ortak Özellikleri. *Girişimcilik ve KOBİLER: Kavramlar, Sorunlar ve Çözüm Önerileri*. Editör: Prof. Dr. B. Zafer Erdoğan; içinde. Bursa: Ekin yayınevi.
- Tajeddini, K. (2010). Effect of Customer Orientation and Entrepreneurial Orientation on Innovativeness: Evidence from the Hotel Industry in Switzerland. *Tourism Management*, 31(2), 221-231.
- Tekin, F. (2015). Giresun Ağzıları. Bekdemir, Ü., Fatsa, M. (Edt.) (2015). Geçmişten Günümüze Giresun. Giresun İl Özel İdaresi Kültür Serisi – 4, içerisinde.
- Tiryaki, A. (2012). İktisat Teorisinde Girişimcilik. *Girişimcilik ve KOBİLER: Kavramlar, Sorunlar ve Çözüm Önerileri*. Editör: Prof. Dr. B. Zafer Erdoğan; içinde. Bursa: Ekin yayınevi.
- Topkaya, Ö. (2013). Tarihsel Süreçte Girişimcilik Teorisi: Girişimciliğin Ekonomik Büyüme ve İstihdam Boyutu. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 8(1), 29-54.
- Uygun, Ramazan Kahraman (2016). *Girişimcilik Teori ve Uygulamaları*. Birinci Baskı. Bursa: Ekin Yayınevi.
- Veccio, R. P. (2003). Entrepreneurship and Leadership: Common Trends and Common Threads. *Human Resource Management Review*, 13, 303-327.
- Yener, S. (2018). İktisadi Kuramlar ve Girişimcilik. Sinop Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 2(3), 13-38. DOI: 10.30561/sinopUSD.428591
- Yurtseven, H. R. (2007). *Girişimcilik: Küçük Bir İşletme Kurmak ve Yönetmek*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Yüksel, A. (2015). Giresunlu Tarihi ve Kültürel Şahsiyetler. Bekdemir, Ü., Fatsa, M. (Edt.) (2015). Geçmişten Günümüze Giresun. Giresun İl Özel İdaresi Kültür Serisi – 4, içerisinde.
- Uluköy, M., Demireli, C., Kahya, V. (2013). KOSGEB Girişimcilik Kurslarına Katılan Katılımcıların Girişimcilik Profiline Yönelik Bir Alan Araştırması. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 8(2), 79-96.
www.marmaragirisim.com

Westhead, Paul, Ucbasaran, Deniz, Wright, Mike (2003). "Differences between Private Firms Owned by Novice, Serial and Portfolio Entrepreneurs: Implications for Policy Makers and Practitioners", *Regional Studies*, 37(2), 187-200.

RAPORLAR

1. T.C. Kalkınma Bakanlığı, DOKAP Bölge Kalkınma İdaresi Başkanlığı 2014-2018 Eylem Planı
2. T.C. Kalkınma Bakanlığı, DOKAP Bölge Kalkınma İdaresi Başkanlığı DOKAP Eylem Planı Giresun Çalışmaları
3. T.C. Kalkınma Bakanlığı, DOKAP Bölge Kalkınma İdaresi Başkanlığı DOKAP 2017 II. Dönem Giresun İli Yeşil Yol İzleme Sonuçları
4. Giresun Ticaret Borsası Giresun Kent Vizyonu Anket Sonuç Raporu
5. Giresun Ticaret Borsası Giresun Sosyo Ekonomik Envanteri
6. Giresun İli Turizm Sektörü İhtiyaç Analizi Eylem ve Yatırım Önerileri Raporu
7. T.C. Orman ve Su İşleri Bakanlığı Doğa Koruma ve Milli Parklar Genel Müdürlüğü Alan Araştırma Raporu

İNTERNET Siteleri

<https://giresunism.saglik.gov.tr/> (Erişim Tarihi: 04.03.2019)

<http://www.dokap.gov.tr/> (Erişim Tarihi: 04.04.2019)

<http://www.doka.org.tr/> (Erişim Tarihi: 04.05.2019)

<http://www.giresunkulturturizm.gov.tr/TR-144551/il-kultur-ve-turizm-mudurlugu.html>

(Erişim Tarihi: 04.05.2019)

ÖZ GEÇMİŞ

Abdullah Mürşit GÜREL 20 Temmuz 1960 yılında Giresun Merkez İlçede doğdu. İlk ve orta öğrenimini Giresun’da lise öğrenimini İstanbul’da tamamladı.

İlk ticari deneyimi kaldırım gazeteciliği ve seyyar satıcılıktır. Üretmek ve kazanmak için ticaretin temel eğitimini alma fırsatı buldu. Sürekli ilerlemek –öğrenmek ve yaptığı işin en iyisi olmak arzusuyla zevkini tattı. Orta öğrenim sırasında okul ve kulüp basket takımında çabuk karar verme ve takım ruhunu öğrendi.

Üniversiteye başladığı 1978 yılından itibaren hayat mücadelesi ile hedefleri birleştirdi, iş hayatındaki başarıları sosyal hayatını da güçlendirdi. Alaylı tecrübesi akademik tecrübeye dönüştü, İşletme Yüksek Lisans eğitimi tez aşamasında olmakla beraber konusu “Giresun’da Turizm İstihdamı” olarak belirlenmiştir.

Giresun ilinde GÜREL AİLESİNİN bir ferdi olarak birçok STK’da aktif görevler aldı. İlin sosyal ve ekonomik hayatında, Giresun yerel yönetimlerinde Belediye Meclis başkan vekilliği ve İl Genel Meclisinde başkanlık yaparak gelişimine katkı yapma fırsatı buldu. Bundan sonraki hayatında da aynı hedeflerle Giresun İli geleceğine hizmet etmeye kararlıdır.