



Türk Turizm Araştırmaları Dergisi

2020, 4(4): 3378-3391.

DOI: [10.26677/TR1010.2020.568](https://doi.org/10.26677/TR1010.2020.568)

ISSN: 2587-0890 Dergi web sayfası: <https://www.tutad.org>



ARAşTIRMA MAKALESİ

Kültür Turizminin Kadın Girişimcilerin Yaptıkları Yeniliklere Etkisi: Boğatepe Köyü'nün Örnek Vaka Analizi ile İncelenmesi

Dr. Öğr. Üyesi Aytaç TOPTAŞ, Bandırma Onyediy Eylül Üniversitesi, Erdek Meslek Yüksekokulu, Balıkesir, e-posta: atoptas36@hotmail.com
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3517-7351>

Öz

Doğru Ekspresi'nin turizm treni olarak yeniden seferlere başlamasıyla birlikte, Kars ve bölge illere yönelik turizm talebi artmıştır. Kültürel değerleri yerinde görmeye yönelik yapılan kültür turlarını fırsat gören Boğatepe Köyü kadın girişimcileri kültürel miraslarına sahip çıkarak önemli çalışmalar yapmaya başlamışlardır. Yaptıkları bu yenilik çalışmalarını girişimci kadınlara örnek olarak göstermek ve farklı bölgelerde yaşayan kadınları kültür turizmine yatırım yapmaları için cesaretlendirmek bu çalışmanın amacını oluşturmaktadır. Nitel araştırma modelinin kullanıldığı bu çalışmada betimsel çalışma yapılmıştır. Elde edilen bilgiler doküman haline getirilerek, kadın girişimcilerin yaptıkları çalışmalar incelenmiş ve örnek olarak gösterilmiştir. Yapılan araştırmalar sonucunda, köyde yaşayan kadınların kültürel değerlerine sahip çıktıkları, bu değerlerin sürdürülebilmesi için Türkiye'deki ilk peynir müzesini açtıkları, ürettikleri ürünleri pazarlayabilmek amacıyla dernek kurdukları, yabancı dil kurslarına katıldıkları, yöresel tıbbi bitkileri koruma atölyesini kurarak yüksek gelir elde ettikleri bulgularına varılmıştır. Çalışmanın sonuçlarının Türkiye'de kültürel değerlerin yoğun olduğu bölgelerde yaşayan kadın girişimcilere kültür turlarına ürün hazırlamaları için cesaret vereceğini söylemek mümkündür. Kadınların en iyi bildikleri kültürel değerleri yenilik yaparak turizm pazarına sunmaları ve kadın girişimcilere yol gösterecek örnek çalışmaları bu makaleye özgün değer katmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Kültür Turizmi, Kadın Girişimci, Yenilikçilik, Kültürel Değerler, Kars.

Makale Gönderme Tarihi: 24.06.2020

Makale Kabul Tarihi: 06.10.2020

Önerilen Atıf:

Toptaş, A. (2020). Kültür Turizminin Kadın Girişimcilerin Yaptıkları Yeniliklere Etkisi: Boğatepe Köyü'nün Örnek Vaka Analizi ile İncelenmesi, *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(4): 3378-3391.
© 2020 Türk Turizm Araştırmaları Dergisi.



Journal of Turkish Tourism Research

2020, 4(4): 3378-3391.

DOI: [10.26677/TR1010.2020.568](https://doi.org/10.26677/TR1010.2020.568)

ISSN: 2587-0890 Journal Homepage: <https://www.tutad.org>



RESEARCH PAPER

The Impact of Cultural Tourism on the Innovations of Women Entrepreneurs: Investigation of Boğatepe Village by Case Study Analysis

Assistant Prof. Dr. Aytaç TOPTAŞ, Bandırma Onyedi Eylül University, Erdek Vocational School, Balıkesir, e-posta: atoptas36@hotmail.com
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3517-7351>

Abstract

As the Doğu Ekspresi started to operate as a tourism train again, the demand for tourism for Kars and the provinces in the region has increased. Boğatepe Village women entrepreneurs, who took the opportunity of cultural tours to see cultural values in place, started to carry out important works by protecting their cultural heritage. The purpose of this study is to show these innovation studies as an example to entrepreneur women and to encourage women living in different regions to invest in cultural tourism. A descriptive study was carried out in this research in which qualitative research model was used. The information obtained was documented and the studies of women entrepreneurs were examined and shown as examples. As a result of this research, they came out with village women living cultural values, these values they opened the first cheese museum in Turkey to sustain the association established in order to market the products they produce, they attend foreign language courses, establishing a workshop protect the local medicinal plants was concluded that the findings they have obtained higher revenues. Results of the study busy living in the region where the cultural values of female entrepreneurs in Turkey would dare say it is possible to prepare products to cultural tours. Innovation of the cultural values that women know best by presenting them to the tourism market and their case studies that will guide women entrepreneurs add unique value to this article.

Keywords: Cultural Tourism, Women Entrepreneur, Innovation, Cultural Values, Kars.

Received: 24.06.2020

Accepted: 06.10.2020

Suggested Citation:

Toptaş, A. (2020). The Impact of Cultural Tourism on the Innovations of Women Entrepreneurs: Investigation of Boğatepe Village by Case Study Analysis, *Journal of Turkish Tourism Research*, 4(4): 3378-3391.

© 2020 Türk Turizm Araştırmaları Dergisi.

GİRİŞ

Ülkelerin ekonomik kalkınmasında iş yapabilir düzeyde olan insanların üretime katılmaları önemlidir. Bütün sektörlerde olduğu gibi turizm sektöründe de kadınların üretime dahil edilmeleri gerekir. Dünya genelinde kültürel değerlerin korunduğu bölgelere doğru turizm talebindeki artış dikkat çekmektedir. Kültür turizmine katılan turistlerin gittikleri bölgelerde yaşam şekillerini ve kültürel değerleri önem ve merakla satın aldıkları ve bölge insanına ekonomik fayda sağladıkları bilinmektedir.

Doğu Ekspresinin kültür turizmi amaçlı kullanılmaya başlanmasıyla birlikte, Kars ve bölge illerde turist sayısı artmış buna bağlı olarak da turizm gelirleri artış göstermiştir. Kültür turlarındaki bu artış, otel girişimcileri ve turizm hizmet amaçlı açılan yeni işletmelerin yanı sıra Kars Boğatepe Köylü girişimci bir kişinin yıllar boyunca imkansızlıklar nedeniyle göç vermiş köyüne geri dönmesiyle başlayan süreçte, kadınların girişimci ruhlarını da harekete geçirmiştir. Bu durum karşısında çoğunluğu kadınlarda oluşan 45 girişimci Boğatepe Çevre ve Yaşam Derneğini kurmuşlardır. Yenilikçilik ve proje çalışmalarında bulunan yerel kadınların büyük çoğunluğu ilkokul mezunu olup, köyde yaşayan ev hanımlarından oluşmaktadır. Yaptıkları kültürel faaliyetler hem özel kesimden hem de kamudaki ilgili kurum ve kuruluşlardan yoğun ilgi görmüş ve sempatiyle bakılan bu topluluğa destekler artmıştır.

Bu çalışmada; son yıllarda Doğu Ekspresinin turistik tren olarak kullanılmasıyla birlikte Kars Boğatepe Köyünde yaşayan kadınların turizmde üretime nasıl dahil oldukları, neler yaptıkları örnek olarak gösterilmiş ve kadın girişimcilerin cesaretlendirilmesi hedeflenmiştir. Buna ek olarak, yapılan çalışma kapsamında, kadın girişimci, yenilikçilik, kültür turizmi ve kültürel değerler kavramsal açıdan incelenmiş ilgili alanlarda literatür taraması yapılmıştır. Verilerin elde edilmesi amacıyla bölgede yaşayan kadınların internet ortamı, sosyal medya, basın ve televizyonlarda vermiş oldukları röportajlar ve bilgiler araştırılmış. Ulaşılan bilgiler irdelenmeye çalışılmıştır.

Elde edilen bulgulara göre, daha önce hiç turist ağırlamayan ve az kişi tarafından bilinen bu köy dünya gündemine taşınmış, bölgeye yapılan kültür turlarının programlarına alınarak turistlerin gezi rotalarına dahil edilmiş ve yoğun olarak ziyaret edilen bir turizm köyü olmuştur. Girişimci bir kişi tarafından başlatılan projeler önceden sürekli göç veren bu köye geri dönüşleri başlatmıştır. Bu başarı o köyde yaşayan insanların örnek gösterilecek çalışmalarının sonucudur. Kültür turizm potansiyelinin yüksek olduğu bölgelerde kültürel varlıklar, yöresel yiyecek ve içecekler, doğal yaşam, çevrenin sürdürülebilirliği turistlerin ilgisini çekmektedir. Bu ilgi ve talebe karşı o bölgede yaşayan insanların üretmiş olduğu kültürel değerlerin ciddi anlamda ekonomik katkı sağladığı görülmüş ve girişimciler için kültürel turistik ürünlere yatırım yapmaları bağlamında tartışılmıştır.

KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Kültür Turizmi

Turizmin başlangıcında yapılan geziler tatil amaçlı değildir. Yapılan ilk gezilerin amacı bilinmeyen yerleri görme ve öğrenme içgüdüsünün kültür gezileri olmasıdır. Kültür turizmi; ilk olarak 1980'li yıllara Avrupa Komisyonu'nda kültürel değer ve kültürel kimlikleri ortaya koymak amacıyla bir sözcük olarak kullanılmıştır (Çulha, 2008: 1829). Kültür turizmi bir bölgenin, toplumun veya grubun kim olduğu, nasıl yaşayıp neler yedikleri, tarihini, sanatını, yaşam şekillerini, inançlarını, sürdürülebilir kültürel miraslarını insanların ziyaret etmeleriyle ilişkilidir (Erdoğan, 2020: 344).

Kültür turizmi; turizm talebindeki artış yönelimin olduğu bölgenin sosyal ve kültürel değerlerin yanı sıra doğal çevrenin sürdürülebilir özelliklerin korunması ve bölge halkına ekonomik fayda sağlanmasında en etkili araçlardan birisidir. Doğal özelliklerin yanı sıra tarihi ve kültürel varlıkların korunması, sanat eserlerinin, sosyo-ekonomik ve bölgenin geleneksel turistik değerlerin ürün biçiminde turistlerin hizmetine sunulduğu bir hizmet anlayışıdır (Saçılık ve Toptaş, 2017: 109).

Tablo 1: Kültür Turizminin Özellikleri

Ekonomik Özellikleri	Katılımcı Özellikleri	Yöre Halkı Özellikleri
Kültür turlarının yapıldığı turizm bölgelerinde gelir artışları olmakta ve bu durum ekonomik üstünlük niteliği taşımaktadır.	Kültür turlarına katılanların gelir seviyeleri ve toplumsal statüleri üstündür ve satın alma güçleri vardır.	Kültürel değerlerin korunduğu sürece tükenme riski yoktur. Bu değerleri sürdürülebilmek için yöre halkı bilinçlidir.
Kültürel değerlere olan ilgi sürekli artış gösterdiğinden istikrarlı bir talep özelliği vardır.	Kültürel değerlere ilgi duyan turistlerin ve bu değerleri koruyan kişilerin eğitimi topluluklardan oluştuğu görülmektedir.	Gelecek nesillere duyarlılıkları fazladır. Tarihe, kültürel mirasa ve çevreye duyarlılıkları vardır.
Kültür turlarının yapıldığı yerlerde kamu ve özel kesim yatırımları artış gösterir.	Daha fazla zamanın harcandığı yoğun tur programlarının yapıldığı paket turları tercih eden kişilerdir.	Turizm gelirlerine bağlı olarak Yöre halkının ekonomik refahı ve yaşam kalitesi yüksektir.
Turistik etkinliklerde sezon sorunu yoktur. 12 aya yayılabilir.	Bilgili ve duyarlı turist tiplerinden oluştuğu için çevreye duyarlı kişilik özellikleri vardır.	Turizm aktivitelerine ve üretime katılım bilinçleri vardır.
Kültür turlarının gelir arttırıcı etkisi dış ve iç turizm gelirlerinin artışını sağlar.	Gittikleri yerlerin tarihine, kültürüne, yaşam şekillerine değer verirler. Meraklı ve saygılıdır.	Kültürel değerlerin korunması ve sürdürülebilmesi için çalışırlar.
Turizm hareketliliğinin artması yeni iş imkanları doğurur ve bölge insanına istihdam sağlar.	İletişim ve etkileşim kaliteleri yüksek kişilerdir.	Kültürel değerleri ile ilgili eğitim alma ve öğrenme duyguları gelişmiştir.

Kaynak: (Emekli, 2006: 55).

Kültür turlarına katılan turistlerin kültürel çekicilik motivasyonuna dahil olmaları ilgilerini çeken kültürel değerleri gerçek ortamlarında görmek amacıyla oldukları bilinmektedir. Bahçe (2009: 2)'e göre, Kültürel değerlere yapılan seyahatlerin kültürel değerlere karşı o bölgede yaşayan insanların duyarlılığının arttığı, bu değerlerin korunduğu, etkileşim, iletişim yeteneklerinde artış

ve gelir seviyelerinin güçlendiği, yaşam kalitelerinin yükseldiği görülmüştür (Kızılırmak ve Kurtuldu, 2005: 102).

Kültür turlarında genel olarak tarihi yerler, eserler, müzeler, eski uygarlıklara ait kalıntıların görülmesi amaç edinilse de yerel yemekler, yöresel mutfak, müzik, dans, ekolojik ürünler, doğal güzellikler, festivaller ve fuarlar seyahatlerin orijinal özellikleri içinde yer almaktadır (Saçılık ve Toptaş, 2017: 109). Kültür turizm talebinin oluşabilmesi için kültürel değerlerin gelecek kuşaklara aktarılması ve sürdürülebilirliğinin sağlanması gerekir. Bu kapsamda Du Cros, (2001: 166)'e göre, sürdürülebilir kültürel mirasların planlanmasının doğru şekilde yapılması, var olan kültürel değerlerin zarar görmemesi, sosyo-ekonomik, çevresel, kültürel değerlerin benimsenerek turizm paydaşları tarafından dikkate alınması gerekir. Yapılan planlama sürecinde turistler, özel sektör temsilcileri, kamu sektörü, yerel halk, yerel yönetimler, bölgesel ve uluslararası örgütler birlikte çalışmalıdır. Kültür turizmi; ekonomik getirileri, tarihsel değerleri, çevresel faktörleri ve yaşam şekillerini olumlu yönde etkileyen, kültürel değerlere gösterilecek ilgi ve devamlılığını sağlayacak projelerle desteklenmesi gereken bir turizm çeşididir.

Kültür turlarına katılan kişilerin gelir ve eğitim seviyeleri yüksektir. Bu durum ekonomiye ve yöre halkıyla oluşan iletişim ve etkileşim kalitesi, kültürel değerlerin sürdürülebilirliğine olumlu katkılar sağlamaktadır. Kültür kavramı son yıllarda dünya genelinde ortaya çıkan ekonomik ve sosyal kalkınma sayesinde yoğun olarak turistlerin gündeminde yer almaya başlamış ve talep artışları gözlemlenmiştir (Emekli, 2006: 55).

Kültürel değerlerin yanı sıra çevre sorunlarının ortaya çıkmasına sebep olarak; doğal ve kültürel değerlerin kirletilmesi, sınırsız kullanılması, plansız yapılaşma, alt yapıların yetersizliği, tarihi ve kültürel değerlerin yeterince korunmaması, doğal kaynaklara bağlı lüks tüketimin artması, tükenmeyen bir ekonomik kaynak olarak görülmesi gösterilebilir. Bu sebepler, fazlasıyla doğal çevrenin taşıma kapasitesinin üzerine çıkmasına neden olmuş ve sürdürülebilir tarih, doğal kaynaklar ve çevrenin nimetlerinden gelecek nesillerin de yaralanması açısından, doğal kaynakların sınırlı olduğu ve gerekli çabalar gösterilmez ise tükenebileceği gerçeğini anlatma gerekliliğini ortaya koymuştur. Kültür turlarının gezi rotalarına kültürel değerlerin yoğun olduğu bölgelerin dahil edilebilmesi için, merak uyandıran ve satın alınması kıymetli olan varlıkların turizm pazarına korunarak sunulması gerekmektedir. Yapılan çalışmalarda kültürel değerlere yönelik talebin her yıl artarak devam ettiği görülmüştür (Uygar ve Baykan, 2007; Üstüner, 2019).

Kadın Girişimci

Girişimcilik kelimesi Fransızca kökenli 'entreprendre' fiilinden gelmektedir. Türkçede "üstlenmek" anlamına gelen bu fiil, literatürde farklı disiplinlerde kullanılmaktadır. İşletme bilimindeki gelişmelerle birlikte girişimcilikle ilgili farklı tanımlar yapılmıştır. Girişimci kavramını 18. yüzyılda akademik amaçlı ilk kullanan ekonomist Richard Cantillon'dur (Küçükaltan, 2012: 22).

Girişimciler, amaçladıkları üretimini gerçekleştirebilmek için emek, sermaye, doğal kaynaklar, teknoloji ve girişimcilik ruhunu bir araya getiren ve kar amacı güden, fırsatları görerek değerlendiren, değişik ürün teknikleri kullanan, ürettiği ürünleri pazarlama yeteneği sergileyen ve bunu sistematik olarak yapan, yenilik çalışmalarında planlı davranışlar sergileyen kişilerdir. Ekonomik olarak yaptıkları yatırımlarda istihdam olanağı sağlayarak ülke ve bölge insanına katkı sağlarlar (Toptaş, 2018: 5644). Son yıllarda Türkiye'de yapılan stratejik eylem planlarının tamamında girişimcilere yönelik özendirici destek programları görülmektedir. Türkiye'nin halen yürürlükte olan 2013-2023 Turizm Stratejileri Eylem Planında, ülkenin doğal değerleri, kültürel

ve tarihi mirasları, coğrafi değerlerinin korunması, kullanılması ve turizm sektörüne bu alternatiflerinin geliştirilerek artırılması aynı zamanda turizmden alınacak payın yükseltilmesi hedeflenmiştir (T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2007: 27). Bu bağlamda, turizm sektörüne ve turizmin bir çeşidi olan kültür turlarına girişimciler tarafından yapılacak yatırımlar ekonomik ve sosyal alanda fayda sağlayacaktır.

Uygulamaya koyulan doğru proje ve programlar yöre insanlarına yeni imkanlar ve iş olanakları sunacaktır. Gelirlerin ve yaşam koşullarının gelişmesi kültürel değerlere olan bilincin artmasına, gelir getirici etkisi sebebiyle korunmasına yardımcı olacaktır. Aydemir vd., (2011: 551)'e göre, bu olumlu etkilerin devam edebilmesi için girişimcilerin yapacakları yatırımlar önem teşkil etmektedir.

Girişimcilik kavramının farklı disiplinlerin ilgi alanı içinde yer almasıyla birlikte 1980'li yıllardan itibaren dünya genelinde kadın girişimcilik kavramı önem kazanmaya başlamıştır. Kadın girişimcilerin karakteristik özellikleri, bağımsız ve özgüvenli yönelimde olmaları, iş kontrollerinde hırsları giderek artmıştır. Girişimci kadınların genellikle ticaret ve hizmet sektöründe aktif olarak yer aldıkları ve iş ortamında kendilerine özgü roller üstlendikleri gözlenmiştir (Çelebi, 1997: 19).

Kadınlar tarih boyunca içinde yaşadıkları toplumun yapısı, özellikleri, yaşam şekillerine göre şartların el verdiği imkanlar doğrultusunda ekonomik faaliyetlere ve üretime katılmışlardır. Özellikle 18. yüzyılın ikinci yarısında başlayan sanayi devrimi süreciyle bu faaliyetlerinin hızlandığı söylenebilir (Ayaz, 1993: 175). Kadınların mevki, güç, yetki ve girişimcilik mücadelelerinin 21. yüzyılda güçlendiği, iş ortamında kendilerini erkek hakimiyetinden kurtardıkları görülmektedir. Kadın girişimcilerin ekonomik ve sosyal hayata önemli fırsatlar sundukları, ülke ekonomisinin gelişmesine yarar sağladıkları, ortaya çıkan fırsatları yenilikçi bir tarzla yaklaştıkları söylenebilir (Ece ve Ergeneli, 2019: 436).

Gelişmiş ülkelerde kadın girişimcilerin iş yaşantısında daha aktif oldukları ve varlıklarını hissettirdikleri görülmesine rağmen, Türkiye'nin de içinde yer aldığı gelişmekte olan ülkelerde kadın girişimciliğine yönelik çalışmaların yetersiz olduğu, gelişmemiş ülkelerde ise kadınların çalışma ve iş hayatında varlıklarının yok denecek kadar az olduğu söylenebilir. Bu durum ülkelerin ekonomik gelişmesi ve kalkınması ile doğrudan ilgilidir. Kadın girişimcilerin yeni fikir ve ürün geliştirme konusunda mükemmel oldukları, pazarlama, yönetim, eğitim ve insan ilişkileri konusunda çok iyi oldukları tespit edilmiştir (Soysal, 2010; Özdemir, 2016; Ülgen, vd., 2017; Ece ve Ergeneli, 2019), tarafından yapılan çalışmalar bunu destekler niteliktedir.

Dünyada 1970 yılında yaşanan ekonomik bunalımdan sonra birçok ülkede olduğu gibi Türkiye'de de kadın girişimcilik uluslararası kuruluşların önerileri doğrultusunda uyum programlarından etkilenmiştir. Uygulamaya koyulan uyum politikalarının etkisi kadınların ekonomik olarak gelir getirecek küçük iş yeri kurma girişimlerini başlatmıştır. Kadın girişimcilerin küçük iş yerleri açarak ekonomik katkı sağladıkları ve hane gelirlerini arttırdıkları görülmüştür. Bu durum ücretli işte çalışma isteklerinde yükselişe, iş bulamayan kadınların ekonomik bağımsızlıklarını sağlayabilmek için kendi iş yerlerini açmalarına sebep olmuştur (Yetim, 2002: 82).

Kadın girişimciler, üretim faktörlerini bir araya getirerek üretilen mal ve hizmetleri pazarlayan, kar amacı güden, risk almayı seven, bilgili, cesaretli ve yetenekli kişiler olarak bilinir. İltar vd., (2019: 32), kadın girişimciliği, birliklere ve odalara üye olan, sosyal güvenlik kurumlarından birinde kendini güvenceye almış, mal ve hizmet üreterek, bu ürünleri pazarlayan, istihdam sağlayan, kar amacı güden ve risk almayı seven işveren konumundaki kişiler olarak tanımlamışlardır.

Türkiye’de kadın girişimciler, iş kadınları, iş yerinde çalışan ve kendi hesabına çalışan kadınlar olarak sınıflandırılmıştır. Kadınların sunulan eğitim olanaklarından bazı faktörler nedeniyle yararlanamamaları iş kurma ve çalışma konusunda yeterliliklerini etkilemektedir (Yetim, 2002: 81). Türkiye’de kadın girişimcilerin oranının düşük olduğu bilinmektedir. Bunun en önemli sebebi kültürel yaşamdan kaynaklı kadın-erkek eşitsizliğidir. Birçok olumsuzluğa rağmen, Türkiye’de başarılı işlere imza atan örnek gösterilebilecek kadın girişimciler vardır. 1990 yılından itibaren ticaretle uğraşan kadın girişimcilerin sayısında artış gözlenmiştir.

Yenilikçilik

Yenilik kelimesi Latince kökenli bir sözcük olup ‘innovatus’ sözcüğünden türetilmiştir. Türkçede “yenilik, yeni ve değişik bir şey yapmak, yenileştirmek” anlamına gelen bu sözcük, var olan fikirlerin üzerine yeni yorumlar ekleyerek, ekonomik büyümede belirleyici rol oynar. Aynı zamanda, kültürel, toplumsal ve yönetim alanları yöntemlerinde de kullanılan bir kavramdır (Aykanat ve Yıldız, 2016: 207).

Porter (1995: 97), yenilikçiliği teknolojik ve yeni gelişmelerin metotlar yoluyla, etkilenen ürünlerin kendisini ve süreçleri geliştirirken çevresel etkileri ele aldığından ve yeni pazar ile dağıtım şekillerinin haricinde, yenilik çalışmalarının endüstriyel rekabetçiliği arttırdığından ve çevre düzenlemelerine uyarak ürünün performans ve kalitesinin geliştiğinden bahsetmiştir. Drucker (1998: 2), yenilikçiliği, mevcutta var olan kaynakların girişimciler tarafından yeni ifadeler eklenerek yenilenmesi veya kapasitelerinin arttırılarak refah seviyesinin yükseltilmesi işlemi şeklinde ifade etmişlerdir. Yenilikçilik kavramını farklı yazarlar ilgi alanlarına göre tanımlanmışlardır. Bagozzi ve Lee (1999: 220), yenilik maliyetlerini, belirsizliği, sosyal uygunluğu kapsayan maliyetlere ve yaşam döngüsü süresine değinmiştir. Yenilik özelliklerinin etkisine ilave yaparak, pazarlama, iletişim ve kültürel yeniliklerin etkilerinden bahsetmiş, rekabet gücü ile pazarlama programlarının yenilik seçimlerini etkilediğini belirtmiştir. Boer ve During (2001: 83), yenilikçiliğin temel faaliyetlerinin hedef oluşturma, süreci tasarlama ve organize etme, ilerlemeleri izleyerek gerek duyulduğunda ayarlamalar yapan bir sürecin yönetilmesi olarak, Ertuğ ve Kaya (2017: 193), yeni ve değerli olan bir düşüncenin veya bilginin doğru zamanda ortaya çıkarak topluma yararlı ürün ya da sürece dönüştürme olarak tanımlanmışlardır. Ayriyeten, yeniliğin düşünce ve teknoloji gelişiminden, geliştirilen ürünlerin yönetimi ve pazarlama faaliyetlerinin öneminden bahsedilmiştir. Yeni düşünce biçimleri, üretileni deneme ve insanların sosyal-ekonomik faaliyetlerinde kullanmasını benimseme kapsamında olan yenilik, aynı zamanda fikirlerin farklı aşamalara geçirildiği bir süreç olması ve var olan kaynakların kullanılarak ortaya çıkan sorunların yaratıcı bir şekilde çözülmesidir (Er, 2013: 80).

Alışılmış iş kalıplarının farklılaştırılmaya başlaması aşamasında girişimci düşünce devreye girmektedir. Girişimciler başkalarının yaptığı işleri taklit etmezler. Aksine, başkalarının görmediği fırsatları görür ve değerlendirirler. Bu düşünce yeni bir şeyi var etme yeteneği olan yaratıcılık kavramı ve var olan kaynakları risk alarak öncü olmayı kapsayan yeni düşüncelerle birleştirmek, ürün ve hizmet kalitesinde düşüncelerin değişmesini beraberinde getirir.

Girişimci düşüncenin temelinde risk alma, öncü olma, rekabetçi düşünce, yaratıcılık ve yenilikçilik vardır. Her ne kadar aralarında bir bağ olsa da yaratıcılık ve yenilikçilik genelde birlikte kullanılan kavramlar olmasına rağmen, aynı şeyler değildir. Yaratıcılık yeni fikirler üreten bir süreçtir ve bu fikirler tamamen yenisidir. Oysaki yenilikçilik yaratıcılık sürecinin sonucunda üretilen yeni fikirlerin ortaya koyulma yeteneğidir (Yahyagil, 2001: 10).

Yenilik fikirlerinin oluşmasında beklenmedik başarı ve başarısızlık gelişmeleri, yenilik için fırsat doğuran uyumsuzluklar, daha öncekinin yerine yeni tasarımların koyulduğu süreç değişimleri,

sektör ve pazarın durumu ile demografik yapıda ortaya çıkan değişiklikler vardır. Yenilik temelde süreç ve ürün yeniliği şeklinde bir sınıflandırmaya tabi tutulsa da pazarlama, organizasyon, hizmet yeniliği gibi tanımlamalar da yapılmıştır (Yavuz, 2010: 38).

Yenilikçiliğin temel ilkeleri ve yenilikçinin özellikleri bir arada düşünülmesi gereken kavramsal değerlerdir. Yenilikçilik ilkelerinde; yenilikçiliğin ortaya çıkardığı fırsatların analizi, algılamak, sormak ve dinlemek, odaklanmak, küçük başlangıçlar yapabilmek, iletişim yeteneği, ödül ve takdir ve başarının dehanın değil çalışmanın ürünü olduğu ilkeleri vardır. Bu ilkelerle yenilikçinin alanında uzman ve bilgili olması, bakış açısının farklı olması, merak, sorgulama yeteneği, bilgi bütünlük sezgisi, basit çözümlerden ziyade global çözüm üretme yetenekleri örtüşmektedir. Yenilikçiler, bilgi teknolojisinin sağladığı fırsatları ve yenilikleri herkesten önce benimseyen ve uygulamaya koyan kişilerdir (Özgül ve Yücel, 2018: 338).

Turizm sektöründe inovasyon konusuna odaklanma son yıllarda artış göstermektedir. Özellikle yönetim, ürün, pazarlama ve sürece bağlı katkıların gözden geçirildiği, girişimcilikte yeniliğin önemli belirleyici olarak kabul edilmesi, yeniliklerin kritik bir faktör olduğu tanımlanmıştır (Hjalager, 2010: 1).

Kültürel Değerler

Kültürel değerler; toplumlara çeşitli olanakları sunan, yerel halkın yaşam kalitesini arttıran çok boyutlu bir kavramdır. Kültürel değerler toplumun üyelerine ortak geçmişlerini hatırlatarak aralarında birlik ve dayanışmayı arttırmakla beraber insanların tarih boyunca birlikteliğini güçlendiren değerlerdir. Toplumun kültürel değerlerini koruması ve gelecek nesillere aktarması aynı zamanda değerler konusunda bilinç algısının geliştirilmesi gerekir. Kültürel mirasın bölgenin ekonomik kalkınmasında önemli etkilerinin olması olumlu beklentileri de beraberinde getirmiştir (Öktem ve Kalyoncu, 2020: 219).

Kültürel değerler, kültürel miras kavramıyla eş anlamlı kullanılmaktadır. Ekonomik mal varlığı açısından miras, bir nesilden diğer nesle aktarım şeklinde gerçekleşmektedir. Kültür turizminin temelini kültürel değerler ve kültürel miras bileşenleri oluşturmaktadır. Kültürel mirasın somut olması veya olmamasına bakılmadan gelecek nesillere aktarılması ve ihtiyaçların karşılanması için sürdürülebilirliğinin sağlanması gerekmektedir (Ağcakaya ve Can, 2020: 791).

Kültürel miras; somut kültürel miras ve somut olmayan kültürel miras olarak iki alanda incelenir. Somut kültürel miraslar gözle görülen, elle tutulan nesnelere oluştuğundan dolayı koruma altına alınan değerlerdir. Tarihsel değerler ve sit alanları bunlara örnek gösterilebilir. Somut olmayan kültürel miras kavramına, inançlar, kurallar ve manevi unsurlar dahil edilmiştir. Aynı zamanda kültürel miras kavramı içine birçok konu girmekte olup, doğal ve kültürel öğeleri de kapsayan çok yönlü bir kavramdır. Kültürel değerler; tarih, el sanatları, eserler, eğitim çalışmaları, folklor, ritüeller, şölenler, görsel sanatlar, doğal değerler, kır yerleri, parklar, nehirler, flora, fauna, kültürel merkezler, adalar ve dağlar, yaşam şekilleri, gelenek, görenek gibi öğeleri de içinde barındırmaktadır. Kültürel mirasın somut olması veya olmamasına bakılmadan gelecek nesillere aktarılması ve ihtiyaçların karşılanması için sürdürülebilirliğinin sağlanması gerekmektedir (Erdoğan, 2020: 344).

Toplulukların kültürel değerlerinin yanı sıra tarihi eserlerden, cami, türbe, han, hamam, çeşme, anıtsal ve tescilli yapı ve varlıklar, çeşme, su kemeri, kervansaray, saat kulesi gibi eserler sayılabilir. Arkeolojik eserlerden antik kent kalıntıları, ören yerleri, kale, sur, tapınak, kilise, sinagog, manastır, kilise, sarnıç, yer altı arkeolojik eserler gibi tarihi özelliği olan değerler kültürel miras kavramı içine dahil edilmektedir (Aslan ve Çolak, 2016: 55).

Kültürel değerlerin sağladığı hoşgörü hem tarihi birliktelik hali hem de ekonomik turizm değerleri açısından, sürdürülebilir bir bilinç ile gelecek nesillere aktarılabilir. Kültürel değerlerin korunduğu ülkelere yönelik uluslararası turist akışını tespit etmek için çalışma yapan Zhang vd., (2017: 968), uluslararası turist akışları üzerine 81 başlangıç ülkesinden 32 varış ülkesi arasındaki ikili turizm akışlarını analiz etmiştir. Bu analiz sonuçlarından birisi de daha yüksek hoş görüsü olan ülkelerin, daha fazla turist çektiğidir.

Yapılan çalışmayla kültürel değerlerin bir miras olarak korunup, sahiplenilmesinin önemi olduğu, sürdürülebilir bir anlayışla gelecek nesillere aktarılması gerekliliği ve kültür turizmine bu değerlerin yenilenerek sunulmasının girişimcilere ve bölge insanına ekonomik katkı sağlayacağı söylenebilir.

YÖNTEM

Türkiye’de kadınların üretime katılmaları, bilgi ve yeteneklerini cesaretlendirilerek girişimcilik ruhlarının geliştirilmesi son derece önemlidir. Kültür turlarına katılan turistlerin gittikleri bölgelerin kültürel varlıklarına ve değerlerine önem verdikleri bilinmektedir. Bu düşünceden yola çıkarak, gündemde olan ve araştırmanın konusunu belirleyen Kars Boğatepe Köyü kadın girişimcilerinin örnek çalışmaları ele alınmıştır. Boğatepe Köyü kadın girişimcileri ile Boğatepe Çevre ve Yaşam Derneği üyelerinin yaptıkları yaratıcılık ve yenilik çalışmalarını ortaya çıkarmak, aydınlatmak ve değerlendirmek amacıyla betimsel çalışma yapılmıştır. Çalışmadan elde edilen veriler örnek vaka olarak ele alınmıştır. Konu detaylı incelenmiş ve vakanın ilgili bağlamsal koşulları irdelenmiştir.

Bu çalışmada sosyal medya, yazılı ve görsel basın, internet veri tabanlarında yer alan Kars Boğatepe Köyü, Boğatepe Çevre ve Yaşam Derneği anahtar kelimeleri kullanılmıştır. Taramaların taranması 10 Mart 2020 ile 1 Haziran 2020 tarihleri arasında gerçekleştirilmiştir. Araştırmaların örnek olayda anlatılan köye ve kadın girişimcilere yönelik olup olmadığının tespiti yapılmıştır. Elde edilen bilgiler, doğruların ve yanlışların herkes için değişiklik gösterdiği, olaya doğru eğilim yaklaşımının analitik düşünmede büyük rolü olduğunu göstermiştir. Bu bağlamda, takım çalışmasının önemli örneklerinden olan Kars Boğatepe Köyü girişimcilerinin yapmış oldukları bu faaliyetler rapor haline getirilmiştir. Yapılan çalışmaların tespit edilmesinden sonra, kültür turlarının yoğun olduğu bölgelerdeki kadın girişimcilere cesaretlenerek en iyi bildikleri kültürel varlıklarını kazanca nasıl dönüştürebilecekleriyle ilgili örnekler verilmiştir. Bu çalışmanın sonuçlarının hem kadın girişimcilere hem de ülke ekonomisine katkı sağlayacağı düşünülmüştür.

BULGULAR

Doğu kültürlerinde kadınların köy yaşantılarını erkeğin işine bağımlı olarak sürdürdükleri, kültürel değerler konusunda bilgi ve becerilerinin yüksek olduğunu, kendilerine fırsat verildiği zaman neler yapabileceklerini, risk alma, sorumluluk yüklenme, takım çalışmasına uyumlulukları, eğitilmiş olma arzu ve isteklerini, yaratıcılık, yenilikçilik, kendini ispatlama arzularının güçlü olduğunu, üretimde sağlık ve kaliteye önem verdiklerini, desteklendikleri zaman olumlu girişimcilik faaliyetleri sürdürebileceklerini ve kültürel değerlerin korunmasında üstlendikleri rolün önemini ortaya koyabilmek için yapılan bu çalışma örnek olay olarak kültür turlarının yapıldığı diğer bölgelerdeki kadın girişimcilere yol gösterecektir. Bu kapsamda, Kars iline bağlı yaklaşık bir saatlik mesafede 2400 rakımda bulunan Boğatepe Köyü girişimci köylü kadınların çalışmalarından önce ismi ilde bile bilinmeyen bir konumdayken günümüzde dünya genelinden gelen turistlerin uğrak yerlerinden olmuştur ve internet sitelerinde, sosyal medya ve

yazılı görsel basında sürekli anılmaya başlamıştır. Bu çalışmalarını çoğunluğu ilkökul mezunu kadınları yapması büyük ilgi ve sempati toplamış destekler her kesimden artarak devam etmiştir.

Girişimci bir kişinin öncü olmasıyla başlayan süreçte, Boğatepe Çevre ve Yaşam Derneği 2007 yılında 45 kadın ve 15 erkek üye tarafından kurulmuştur. Derneğin hedefi; kırsalda yaşayan kadınların toplumda yer alması olarak belirtilmiştir. Kadınların aile içinde söz hakkı sahibi olması ve gelecek nesillere sağlıklı bir yaşam bırakmayı hedef edinen dernek, kısa sürede kamu ve özel kesim desteğini de yanına alarak amaçlarını gerçekleştirmek için yoğun bir çalışma içine girmişlerdir. Geçmişten gelen kültürel miraslarının önemli bir hazine olduğunu anlayan dernek üyeleri, gelecek nesillere bu mirası aktarabilmek için örnek çalışmalar yapmaya başlamıştır.

Köyde yaşayan ve derneğe üye olan kadınlar gerek sosyal medyada gerekse internet ve televizyon kanallarında yaptıkları çalışmalarla ilgili bilgi vermişlerdir. Doğal değerlerinin sonradan farkına vardıklarını ve bu değerleri kültür turizmine katılan turistlerin hizmetine sunmalarının beklentilerinin üzerinde ilgi gördüğünü ve kendilerine ekonomik fayda sağladıklarını söylemişlerdir. Köyde yaşayan kadınların yöresel ürünlerle hazırladıkları yemeklerin hem kendilerini hem de çocuklarını sağlıklı beslediğine, geçmişlerinden gelen bu gastronomik mirasın sürdürülebilirliğinin sağlanmasının önemli olduğuna inanmışlardır.

Hindistan'dan gelen ve bitkiler üzerine uzman bir doktor olan Vinot Kumar isimli bir bitki doktorunun köyde yapmış olduğu çalışmalarda 650 farklı bitki çeşitliliği olduğunu öğrenen kadınlar 35 farklı bitki türünün tedavi amaçlı nasıl kullanılacağıyla ilgili eğitim almaya başlamışlardır. Bu kapsamda sağlık ve beslenme kursları olarak bu bitkileri sağlık turizmi amaçlı kullanmaya başlamışlardır. Doğal ortamlardan topladıkları bu bitkileri kurdukları bitki kurutma atölyesinde işleyerek 12 ay boyunca hem kendileri için hem de köyü ziyaret eden turistlerin sağlığı için kullanmaya başlamış ve satışını yapmışlardır.

Kültür paylaşımı için ekoturizme yöneldiklerini ve yabancı turistleri ağırlamaya başladıklarında özgüvenlerinin arttığını söyleyen kadınlar, köyde ürettikleri ürünlere organik sertifika almışlar ve ürettikleri ürünlerin markalaşmasını sağlayarak tescillendirmişlerdir. Marka ve imaj yaratmanın önemli olduğunu öğrenmişler ve pazarlama tekniklerini kullanarak köy ortamında doğal olarak ürettikleri ürünlerini yüksek karlılık oranlarıyla satabilmişlerdir.

Kültürel değerlerinin farkına varmaya başladıkları zaman köye gelen turistlerle iletişimlerini kolaylaştırmak için dernek öncülüğünde Fransızca kursları açtırmışlar ve köylü kadınlar turistlerle etkileşimlerini arttırabilmek için İngilizce ve Fransızca öğrenmeğe başlamışlardır. Açılan bu kurslara yoğun katılım sağlamışlardır. Fransızca dilinin yöresel kullandıkları terekeme aksanına uygun olduğunu kendilerinin de gırtlaktan konuşmaya yatkın olduklarını iddia ederek bu dile yönelmişlerdir. Köyde yaşayan kadınlar satışa sundukları ürünlerinin tanıtımı için yabancı dil bilgilerini geliştirme çabaları devam etmektedirler.

2010 yılında yörede üretilen 32 farklı peynirin gelecek nesillere aktarılması ve kendilerinin bu değerlerden ekonomik fayda sağlamaları için Türkiye'deki ilk peynir müzesini kurmuşlardır. Köyün tarihi yapılarından birinde kurulan bu müze, bölgeye gelen insanlar tarafından yoğun ilgi görmektedir. Ürettikleri peynirleri, köyü ziyarete gelen turistlere doğal ortamda hazırlanmış önemli bir değer ve marka olarak satmaktadırlar. Aynı zamanda internet ortamında yapmış oldukları çalışmalarla yoğun ilgi gören ve satış yapan Boğatepe köy mandırası adlı siteyi kurmuşlar, üretmiş oldukları ürünlerini Türkiye geneline satmaya başlamışlardır. Üretmiş oldukları peynirlerin yapım aşamasını profesyonel turist rehberi gibi anlatan kadınlar daha sonra bu peynirlerden ziyaretçilere ikram etmekte ve yoğun satış yapmaktadırlar.

Daha önce üretmiş oldukları ürünler eşleri tarafından aracı ve toptancılara ucuz fiyatlardan satılırken, kurmuş oldukları dernek ve birliktelikleriyle ürünlerini birinci elden turistlere daha

yüksek fiyatlarla karlılık oranlarını arttırarak satmaya başlamışlardır. Önceden kendi ihtiyaçları kadar yöresel ürünleri üreten kadınlar, bölgeye kültür turlarının artmasıyla birlikte ürünlerine yoğun talep olduğunu ve üretimlerini talebi karşılayacak oranda yükselttiklerini söylemişlerdir.

Köyün doğal ortamında konaklamak isteyen turistlerden gelen talebi karşılayabilmek için doğal köy evlerini misafir konaklama yerleri olarak hazırlamışlar ve gelen turistlerin köy hayatını kısa süreli de olsa yaşamasına imkan sağlamışlardır. Konaklama talebine göre kapasite arttırma hedefinde oldukları, söyleyen kadınlar, kendi köyelerine özel bütün kültürel miraslarını yenileyerek kullanmayı amaçlamışlardır. Sıradaki projelerinin doğal sabun yapım çalışmaları olduğunu bilgisini vermişlerdir.

Köyde yaşayan kadınların rakım ve iş yüklerinden dolayı eklem ağrılarının arttığını gören dernek, üyeleri için köye yoga hocaları getirerek köy kadınlarının bu alanda eğitim almalarını sağlamıştır. Bu durum, yılın altı ayını sıfırın altında derecelerde geçiren köy kadınlarının vücutlarını köy ortamında nasıl çalıştıracaklarını öğrenmelerine yardımcı olmuştur. Ticari faaliyetlerinin yanı sıra sosyal fayda sağlayıcı çalışmaları ilgi, sempati ve dikkat çekmektedir.

Yapmış oldukları bu çalışmalarla özgüvenleri yükselmiş, eşlerine sağladıkları destekler beklentilerin üzerine çıkmaya başlayınca faaliyetlerini arttırarak devam ettirmişlerdir. Kendi ifadelerinden “evden ahıra giderken iş kadını olduk” sözü örnek teşkil edecek bir söylem olarak sosyal medyada ve çeşitli kanallarda dolaşmaya başlamıştır. “Üretmeyen toplum mahvolmaya mahkumdur.” Üretime herkesin katılması gerektiği bilinciyle hareket etmeleri diğer kadın girişimcilere örnek teşkil edecek söylemlerdir.

TARTIŞMA, SONUÇ ve ÖNERİLER

İnsanların kültürel ve doğal varlıklarını bilinçsiz ve gereğinden fazla hor kullanması ve bu değerleri sınırsız bir kaynak olarak görmesi, çevrenin kirlenmesine ve kültürel değerlerin yok olmasına sebep olmaktadır. Bu çalışmayla kültürel değerlerin korunmasında kadınların önemi ve hem günümüzde hem de sürdürülebilmesi durumunda gelecek nesillere sağlayacağı gelir etkisi ve bölgenin kalkınmasına yaptığı olumlu sonuçlar ortaya koyulmaya çalışılmıştır.

Girişimcilik ruhunu ortaya çıkarabilmenin en önemli yollarından birisi eğitimidir. Eğitimle birlikte kadınlara fırsat verilip özgüvenlerini arttırıcı desteklerin sağlanması durumunda ulusal ve uluslararası düzeyde üretim yapabilecekleri görülmüştür. Kadınlar, geçmişlerinden gelen kültürel değerlerini öğrenerek, bunları gelecek nesillere aktaracak önemli bir değer kaynağıdır. Bu örnek olay analizi sonucunda kadın girişimcilere bildikleri işler ve uzmanlık konularında fırsat verildiği zaman, neler yapabilecekleri, kaynakları etkin ve verimli kullanacakları tespit edilmiştir. Eğitim seviyelerini yükseltmek için kadınlara verilecek destekler olumlu sonuçlarıyla birlikte her kesime katkı sağlayacaktır.

Girişimcilik ruhu her ne kadar doğuştan gelen nitelikleri ön plana çıkarsa da toplumun değerleri, normları, sosyal ve politik koşulları belirleyici olmaktadır. Bölgedeki kültürel değerleri önemsemek ve kadın girişimcilerin hırslı, azimli, kararlı oldukları gerçeğiyle hareket ederek, onların erkeğe bağlı olmadan kendi ekonomik bağımsızlığını kazanabileceği ve toplumdaki konumlarını güçlendirecekleri projelerin hayata geçirilmesi son derece önemlidir. Kadınlar doğaları gereği daha duyarlı ve koruyucudurlar. Bu bağlamda, kültürel değerlerin korunmasında ve gelecek nesillere aktarılmasında önemli görevler üstlenecekleri bilinmelidir.

Kadın girişimcilerin devlet kurumları ve sivil toplum kuruluşları tarafından verilen teşvik ve hibe programlarından haberdar olmaları için gerekli çalışmaların yapılması önemlidir. Belli dönemlerde yapılan teklif çağrularına proje hazırlayabilmeleri mümkün olmamaktadır. Son

yıllarda oldukça artan hibe ve teşvik projesi hazırlama kuruluşlarının istedikleri rakamları ödeyebilme güçlerinin ve yetkilerinin olmadığı düşünüldüğünde bu sorunun çözülmesi ve teşvik imkanlardan yararlanmaları sağlanmalıdır. Girişimciler için finansal destek sağlayan kuruluşlara verilen projeler puanlamaya tabi tutularak sıralama yapılmaktadır. Birçok kuruluş kadın girişimcilerin yaptıkları projeleri için ek puan vermektedir. Son yıllarda uygulamaya koyulan bu desteklerin artırılarak devam ettirilmesi ve kadın girişimcilere sağlanan desteklerin kültür turizminin yoğun olduğu bölgelerdeki kadınlara yüz yüze görüşmelerle anlatılması ve üretime katılmaları için cesaretlendirilmeleri gerekir. Kadın girişimciliğin gelişmesi toplumsal gelişimin önemli göstergelerindendir. Bu bağlamda, toplumsal dayanışma oldukça önemlidir. Kadın girişimcilerin yok olup gitmelerine izin vermemek gerekmektedir.

Kültürel ve çevresel değerlerin korunması için kamu ve özel kesimin birlikte hareket ederek, etkin politikaların uygulanması ve girişimcilerin bu alanlara yatırım yapmaları teşvik edilmeleri gerekmektedir. Değerlerin korunmasında paydaşların üzerlerine düşen görevleri yasalara ek olarak gönüllülük esaslarına göre yapmaları sağlanmalı ve sürekli gündemde tutularak korunması gerekir. İlgili kamu kuruluşları, sivil toplum örgütleri, yerel yönetimler, özel sektör temsilcileri, girişimciler ve yöre halkının bir araya gelerek kültürel sorumluluğun kontrolü sağlanmalıdır. Bu sorumluluk bilincinin oluşturulması kültürel değerlerin bir miras olarak gelecek nesillere aktarılmasına önemli katkı sağlayacaktır.

Kültürel ve çevresel değerlerin ulusal ve uluslararası alanda ilgi gördüğü bu ilgiye karşı oluşacak talebin ekonomik olarak katkılarının anlatılarak yöre halklarının bilinçlendirilmesi ve harekete geçirilmesi gerekir. Kaybolan veya kaybolmaya yakın değerlerin araştırılarak tekrar canlandırılması için çalışmalar yapılmalıdır. Toplumların farklı kültürlerle etkileşim kalitesi önemsenmelidir. Karşılıklı kültürel etkileşim de deneyimlerin zenginleşmesi, kadınların duyarlılığı, birikim, bilgi ve becerilerini ortaya koyabilecekleri projelerinin desteklenmesinde ve onlara yol gösterilmesinde her kesime görev düştüğü bilinmelidir.

Her çalışmada olduğu gibi, bu çalışmanın da bazı kısıtları vardır. İlk olarak, bu çalışmanın örneğini Kars Boğatepe Köyü Çevre ve Yaşam Derneği üyeleri ve köyde yaşayan kadınlar oluşturmaktadır. Dolayısıyla çalışmanın sonuçlarını ne iller için ne Türkiye için ne de kültür turizminin yoğun olduğu bölgelerde faaliyet gösteren kadın girişimciler için genellemek söz konusu değildir. Yapılacak yeni çalışmalarda verilerin “olgubilim” fenomenoloji deseniyle toplanması yoluna gidilmesinin daha uygun olacağı düşünülmektedir. İkinci olarak, Bölgesel olarak yapılan bu çalışmanın sonuçlarının, kültür turizminin yapısal olarak özellikleriyle kavramsal ve sektörel olarak uyum gösterip göstermediğinin belirlenmesi yararlı olacaktır. Kültür turizmi ve kültürel değerlerin korunmasının ekonomik, sosyal ve girişimcilik konularının işlendiği, kapsamın genişletildiği, yeni akademik çalışmalara ihtiyaç vardır. Yaşamın her alanında olduğu gibi girişimcilik ve kültürel değerlerin korunması konusunda örnek olayların ve öykülerin anlatılması gerekir. Bu bağlamda, Boğatepe Köyünde yaşayan kadınların yapmış oldukları çalışmalar örnek olarak gösterilmiş, farklı bölge ve toplumlarda yaşayan kadınların girişimcilik özelliklerini ortaya koymaları ve örnek olaydan yararlanarak daha aktif çalışmalar yapmaları için cesaretlendirilmeleri hedeflenmiştir.

KAYNAKÇA

Ağcakaya, H. ve Can, İ. I. (2020). Somut Olmayan Kültürel Miras Kapsamında Mutfak Kültürünün Sürdürülebilirliği: Türkiye'deki Gastronomi Müzeleri Örneği, *Gastroia: Journal of Gastronomy and Travel Research*, 3(4): 788-804.

- Aslan, Z. ve Çokal, Z. (2016). Profesyonel Turist Rehberinin Kültürel Değerlere Katkısına İlişkin Turist Algılamaları, *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 4(1): 53-69.
- Ayaz, N. (1993). Türkiye’de Çalışan Kadınların Sorunlarına Yönelik Bir İnceleme (Tekstil İşkolundan Örnekler), *D.E.Ü. İ. İ.B.F. Dergisi*, 8 (1): 175-191.
- Aydemir, B., Saylan, U. ve Özdemir, M. İ. (2011). Turizm Girişimciliği ve Bölgesel Kalkınma: Balıkesir Örneği, (Editör) Aktan, C.C., Altunyuva, F., Çetin, A.K., Dursun, A., Aladağ, A.F., Gökçe, S.G.: Fırat Kalkınma Ajansı 1. Uluslararası Bölgesel Kalkınma Konferansı içinde (ss.551-559) Malatya: Başak Matbaacılık ve Tanıtım Hiz. Ltd. Şti.
- Aykanat, Z. ve T. Yıldız (2016). Karizmatik Liderlik ve Örgütsel Yenilikçilik İlişkisi Üzerine Bir Araştırma, *Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 11 (2): 199-228.
- Bahçe, A. S. (2009). Kırsal Gelişimde Kültür (Mirası) Turizmi Modeli, *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 25: 1-12.
- Bagozzi, R. P. and Lee, K. H. (1999). Consumer Resistance To, and Acceptance of, Innovations, *Advances in Consumer Research*, 26, 218-225.
- Boer, H. and During, W. E (2001). Innovation, What Innovation? A Comparison Between Product, Process and Organizational Innovation Int. J, *Technology Management*, (22)3: 83-107.
- Çulha, O. (2008). Kültür Turizmi Kapsamında Destekleyici Turistik Ürün Olarak Deve Güreşi Festivalleri Üzerine Bir Alan Çalışması, *Journal of Yaşar University*, 3 (12): 1827- 1852.
- Çelebi, N. (1997). Turizm Sektöründeki Küçük İşyeri ve Örgütlerinde Kadın Girişimciler. T.C. Başbakanlık Kadının Statüsü ve Sorunları Genel Müdürlüğü, Ankara: 1-90.
- Drucker, P. F. (1998). The Discipline of Innovation, *Harvard Business Review*, November- December, 1-8.
- Du Cros, H. (2001). A New Model to Assist in Planning for Sustainable Cultural Heritage Tourism, *International Journal of Tourism Research*, 3, 165-170.
- Ece, S. ve Ergeneli, A. (2019). Mikro Kredi Kullanan ve Kullanmayan Kadınların Girişimci Kişilik Özellikleri: Şırnak Örneği, *Business and Economics Research Journal*, 10(2): 435-450.
- Emekli, G. (2006). Coğrafya, Kültür ve Turizm: Kültürel Turizm, *Ege Coğrafya Dergisi*, (15): 51-59.
- Er, H. P. (2013). Girişimcilik ve Yenilikçilik Kavramlarının İktisadi Düşüncedeki Yeri: Joseph A. Schumpeter, *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 29, 76-85.
- Erdoğan, H. A. (2020). Arkeolojik Kültür Varlıkları Turizmi (Arkeoturizm) Planlamasında Arkeolog Etkisi, *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 43, 343-351.
- Ertuğ, N. ve Kaya, H. (2017). Hemşirelik Öğrencilerinin Bireysel Yenilikçilik Profilleri ve Yenilikçiliğin Önündeki Engellerin İncelenmesi, *Hemşirelikte Eğitim ve Araştırma Dergisi*, 14(3): 192-197.
- Hjalager, A. M. (2010). A Review of Innovation Research into Tourism. *Tourism Management*, (31)1: 1-12.
- İlter, B., Kundak, S. ve Cenikli, V. S. (2019). Sürdürülebilir Kırsal Kalkınmada Bir Alternatif Olarak Kadın Girişimciliği: Afyonkarahisar Örneği, *Girişimcilik İnovasyon ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi*, 3(5): 30-37.
- Kızılırmak, İ. ve Kurtuldu, H. (2005). Kültürel Turizmin Önemi ve Tüketici Tercihlerinin Belirlenmesine Yönelik Bir Çalışma, *Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, 1, 100-120.

- Küçükaltan, D. (2012). Genel Bir Yaklaşımla Girişimcilik, *Trakya Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü*, 22-28.
- T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı. (2007). Türkiye'nin Turizm Stratejileri 2023, Eylem Planı 2007-2013, Turizm Gelişim Bölgeleri İçinde (ss.27-35) Ankara: T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Yayınları 3085.
- Porter, M. E. (1995). Toward A New Conception of Environment-Competitiveness Relationship, *Journal of Economic Perspectives*, 9 (4): 97-118.
- Öktem, M. K. ve Kalyoncu, G. (2020). Kültürel Miras ve Yerel Kalkınma, *Uluslararası Tarih ve Sosyal Araştırmaları Dergisi*, 23, 213-222.
- Özdemir, L. (2016). Kişilik Özelliklerinin Bir Girişimcilik Boyutu Olan Denetim Odağı Üzerindeki Etkisi, *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, 17(2): 131-149.
- Özgül, E. ve Yücel, E. (2018). Girişimcilik Merakı ile Yenilikçilik Arasındaki İlişkide Girişimcilik Öz-Yeterliliğinin Aracılık Rolü, *Yönetim Bilimleri Dergisi*, 16 (31): 331-353.
- Saçılık, Y. M. ve Toptaş, A. (2017). Kültür Turizmi ve Etkileri Konusunda Turizm Öğrencilerinin Algılarının Belirlenmesi, *Turizm Akademik Dergisi*, 4(2): 108-119.
- Soysal, A. (2010). Kadın Girişimcilerin Özellikleri, Karşılaştıkları Sorunlar ve İş Kuracak Kadınlara Öneriler: Kahramanmaraş İl'inde Bir Araştırma, *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 5(1): 71-95.
- Toptaş, A. (2018). Kırsal Turizme Yatırım Yapmak Girişimciler İçin Cesaret Verici Mi veya Cesaret Kırıcı Mı? - Yeşilyurt Köyü Yatırımcılarının Bakış Açısı, *Social Sciences Studies Journal*, 4(26): 5643-5650.
- Üstüner, M. (20019). *Kültür Turizmi Deneyimlerinin Müşteri Memnuniyetine Etkisi: Diyarbakır Örneği*, Yayımlanmamış yüksek lisan tezi, Batman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Batman.
- Uygur, M. ve Baykan, E. (2007), Kültür Turizmi ve Turizmin Kültürel Varlıklar Üzerindeki Etkileri. *Gazi Üniversitesi Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, 2, 30-49.
- Ülgen, B., Aktaş, E., ve Aslan, E. H. (2017). Kadın Girişimcilerin "Güç Mesafesi" ve "Belirsizlikten Kaçınma" Kültürel Boyutlarına İlişkin Algılarının Değerlendirilmesi, *İstanbul Ticaret Üniversitesi Girişimcilik Dergisi*, 1(1): 27-71.
- Yahyagil, M. Y. (2001). Örgütsel Yaratıcılık ve Yenilikçilik, *Yönetim Dergisi*, 12(38): 7-16.
- Yavuz, Ç. (2010). *İşletmelerde İnovasyon (Yenilikçilik) Stratejileri ve Örgütsel Performans İlişkisinin Çanakkale Seramik A.Ş. İşletmesi Örneğinde Boylam Analizi Yöntemiyle İncelenmesine Dönük Bir Araştırma*, Yayımlanmamış yüksek lisans tezi, Onsekiz Mart Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Çanakkale.
- Yetim, N. (2002). Sosyal Sermaye Olarak Kadın Girişimciler: Mersin Örneği, *Ege Akademik Bakış Dergisi*, 2(1): 79-92.
- Zhang, Y. S., Li, X. and Wu, T. (2019). The Impacts of Cultural Values on Bilateral International Tourist Ows: A Panel Data Gravity Model, *Current Issues in Tourism*, 22(8): 967-981.