Turkish Studies **Economics, Finance, Politics**

Volume 14 Issue 4, 2019, p. 1567-1580
DOI: 10.29228/TurkishStudies.36933
ISSN: 2667-5625
Skopje/MACEDONIA-Ankara/TURKEY

INTERNATIONAL
BALKAN
UNIVERSITY

EXCELLENCE FOR THE FUTURE
IBU.EDU.MK

Research Article / Araştırma Makalesi

Article Info/Makale Bilgisi

✍ Received/Geliş: 06.09.2019

✓ Accepted/Kabul: 20.12.2019

📅 Report Dates/Rapor Tarihleri: Referee 1 (11.09.2019)-Referee 2 (22.10.2019)

This article was checked by iThenticate.

OTEL YATIRIMLARINDA KURULUŞ YERİ SEÇİMİ VE AGLOMERASYON KOŞULLARININ ETKİSİ

Ebru ULUCAN - İsmail KIZILIRMAK***

ÖZ

Hangi sektörde olursa olsun bir işletmenin faaliyeti sürecinde alınması gereken en önemli kararlardan biri de yatırım kararlarıdır. Tüm yatırımcıların ana amacı; ödemiş oldukları yatırım tutarını en kısa sürede geri kazanmaktır; bu nedenle kendileri için en verimli yatırımlara yönelmek istemektedirler. Turizm sektörü de sağladığı olumlu ekonomik getiriler açısından ülkeler arasında en çok yatırım yapılan sektörlerden biridir. Ancak; geri dönüş oranının uzun olması ve risk taşımasından dolayı, turizm yatırım projelerinin özenli bir şekilde gerçekleştirilmesi gerekmektedir. Turizm projeleri geliştirilirken dikkat edilmesi gereken faktörlerden biri de yatırım kararlarını etkileyen faktörlerdir. Bu faktörlerin başında da talep, bölgenin kaynakları, ulaşılabilirlik gibi faktörler ve fizibilite çalışmaları gelmektedir.

Bu çalışma, otel işletmelerinin yatırım kararlarında ve kuruluş yeri seçiminde etkili olan faktörlerin ve bu faktörler arasında aglomerasyon (toplanma) koşullarının ne derece önemli olduğunu incelemek amacıyla yapılmıştır. Bu amaç doğrultusunda; İstanbul'da bulunan dört ve beş yıldızlı otelleri temsilen beş yatırımcı ile yüz yüze görüşme yapılmış ve yatırım kararları esnasında dikkate aldıkları faktörler öğrenilmeye çalışılmıştır.

Yapılan araştırmanın sonucunda; yatırım kararları alınırken en çok yatırımın geri dönüş oranı hızı ve pazardaki eksiklikleri giderme amacı hareket unsuru olarak bulunmuştur. Öte yandan; kuruluş yeri seçimini etkileyen faktörler içinde de en çok aglomerasyon koşulları ve hukuki

* Öğr. Gör., İstanbul Ticaret Üniversitesi; Doktora Öğrencisi, İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği ABD, E-posta: eulucan@ticaret.edu.tr

** Prof. Dr., İstanbul Üniversitesi, E-posta: ikizilirmak@yahoo.com

faktörlerin yüksek önem taşıdığı, ekonomik faktörlerin ise sonraki sırayı takip ettiği görülmüştür.

Anahtar Kelimeler: Aglomerasyon, İstanbul, Kuruluş Yeri, Otel Yatırımı

THE SITE OF ESTABLISHMENT CHOICE IN HOTEL INVESTMENTS AND THE IMPACT OF AGGLOMERATION EFFECT

ABSTRACT

Regardless of which sector it is, investment decisions are one of the most important decisions to be taken in the process of business activity. The main goal of all investors is to recover the amount of investment they have paid as soon as possible, so they want to move towards the most efficient investments for themselves. The tourism sector is also one of the most invested sectors among the countries in terms of the positive economic returns it provides. However, as the rate of return is long and the risks are high, tourism investment projects should be carried out in a diligent manner. That's why; during a tourism project development process; the factors that affect investment decisions should be considered. These factors include demand, resources of the region, availability and feasibility studies.

This study aims to analyze the factors which are effective on investment decisions of hotel establishments and site of establishment choice; and to analyze the importance of agglomeration effect among those factors. Regarding to this aim; an interview has been completed with five investors of four and five star hotels in İstanbul and it has been tried to learn which factors they take into consideration during their investment decisions.

According to the results; it has been found that return of investment pace and aim of completing the niche in the market are the most selected motives for investment in hotel business. Also; it has been seen that the agglomeration effect and legal factors are the most important factors among the factors effecting the site of establishment choice, and economical factors are following.

STRUCTURED ABSTRACT

One of the most important decisions that must be taken into consideration during the period of the establishment of a business, no matter which sector is, is investment decisions. Since the main aim of all entrepreneurs is to make a profit in a short time by evaluating their resources correctly, they want to turn to the most efficient investments for themselves. Entrepreneurs also need to understand the concept of investment well in order to make the right decisions in achieving this goal.

The concept of investment, in its most general form, is defined as 'the transfer of resources to specific areas by abandoning the present use

with the expectation of a number of future benefits'. It is also explained in different disciplines in different ways. For example; in the field of business, it is defined as "the conversion of cash assets into plant goods", while in macroeconomic terms, it is stated as "the portion of the future period transferred to production activities by not consuming and exporting goods produced and imported in a country for a certain period" (Şenel, 2007; Olalı, 1990).

The tourism sector is accepted as an important sector by developing countries as well as developed countries; due to its economic effects such as providing foreign currency input, generating multiplier effects, increasing direct and indirect employment. Because of these outcomes, countries focus on investments that develop the tourism sector.

Tourism investment is defined as "the provision of capital that can be used in more than one year in order to make the activities that are the aim of a tourism enterprise in satisfactory conditions, to develop, to ensure competitiveness and to purchase the necessary revolving funds" (Kuru and Özen, 1998).

Tourism investments are considered as risky investments that are not very attractive to entrepreneurs because their return of investment pace take many years, and they are quickly affected by all kinds of economic, political, political and social events and have a labor-intensive structure. For these reasons, it is obliged to implement policies regarding the promotion of tourism investments in every country in a way that is not contrary to international obligations (Bahar, 2007; Kozak et al., 2012).

One of the important points to consider when developing incentive and planning policies related to tourism investments, is the factors affecting investment decisions. Factors such as the potential and realized demand for the region, the resources of the region, accessibility and feasibility studies and etc. play an effective role in deciding whether tourism investment can be made in a region.

The aim of this study is to examine the factors affecting investment decisions of 4 and 5 star hotels in Istanbul and the role of agglomeration conditions in these factors. Regarding to this aim, the hotels operating in Istanbul and continuing to invest according to the investment zones was taken out, then the hotel investors in Istanbul were interviewed using face-to-face interview technique and the factors considered most in the selection of the site of establishment were tried to be determined. Also; a two sectioned survey has been used in order to support the interview results quantitatively.

During the interview, three half-structured questions have been asked to the investors of four and five star hotels in İstanbul. The data collected from the interview have been analyzed and the answers have been generally interpreted. The data collected from the survey has been analyzed by using Fuzzy TOPSIS method which is one of the multiple criteria decision making methods.

Fuzzy TOPSIS is a method used for easier decision making process in fuzzy occasions caused by subjective judgements. It has an algorithm developed by Chen in 2000, with 9 steps that starts with the attendees' subjective evaluations of decision criteria by their importance levels.

Then, those evaluations are being turned into triangular numbers which creates a fuzzy occasion. After all algorithmic calculations, at the end, the evaluated alternatives by using the decision criteria have been lined up. In this research, the factors effecting the site of establishment choice (natural factors, economical factors, socio-cultural factors, legal factors, psychological factors and agglomeration effect) has been given to the investors as decision criteria. Only the importance weight of the decision criteria has been analyzed as the alternative evaluation is regardless of the research's topic.

As a result of answers collected from the interview; it has been seen that investors give their investment decisions with the motive of return of investment pace and meeting the market needs by filling the gaps in the competition. One of the other common ideas collected from the answers is, the most considered factors during choosing the site of establishment are agglomeration effect and legal factors. The economical factors are also important for the investors in the third place. The results of fuzzy analysis; the investors' importance weight has been focused on legal factors and agglomeration effect. These results also support the results of the researches confronted during literature review.

As conclusion, it is important to emphasize that, the sensitive feasibility studies should be completed by considering the changing demand conditions and market dynamics during investment. Especially; the site of establishment of the investment should be chosen effectively by considering the agglomeration effect. This will also help the investors to make effective competitive analysis, to fill the gaps in the competition and to gain their investments faster with this competitive advantage.

Keywords: Agglomeration, Istanbul, Site of Establishment, Hotel Investment

Giriş

Faaliyet sektörü ne olursa olsun bir işletmenin ekonomik ve faaliyet ömrü sürecinde dikkatle alınması gereken kararlardan biri yatırım kararlarıdır. Bir işletme sahibinin ya da yatırımcının önceliği, yatırımlarını olabilecek en hızlı şekilde geri alıp kâr elde etmek olduğundan; kendileri için en verimli yatırımlara yönelmek istemektedirler. Yatırımcıların bu süreçte doğru kararları verebilmeleri için de yatırım konusunu iyi bilmeleri ve yatırım projelerini iyi analiz etmeleri gerekmektedir.

Yatırım kavramı en genel haliyle, “gelecekte sağlanabilecek bir dizi faydanın beklentisi ile sahip olunan kaynakların bugünkü kullanımından vazgeçilerek belirli alanlara aktarılması” şeklinde tanımlanmakla birlikte farklı alanlarda farklı ifadelerle de açıklanmaktadır. Örneğin; işletme alanında “nakdi varlıkların tesis mallarına dönüştürülmesi” olarak tanımlanırken; makroekonomik açıdan, “belli bir dönem için bir ülkede üretilen ve ithal edilen malların tüketilmeme ve ihraç edilmeme suretiyle gelecek dönemin üretim faaliyetlerine aktarılan kısmı” olarak ifade edilmektedir (Şenel, 2007; Olalı, 1990).

Turizm sektörü de sahip olduğu döviz girdisi sağlama, çarpan etkisi oluşturma, doğrudan ve dolaylı istihdamı artırma gibi ekonomik etkilerinden dolayı; gelişmiş ülkeler kadar gelişmekte olan ülkeler tarafından da önem verilen bir sektördür. Bu öneminden dolayı ülkeler; turizm sektörünü geliştirici yatırımlara ağırlık vermektedirler.

Turizm yatırımı ise; “bir turizm işletmesinin amacı olan faaliyetlerin tatmin edici koşullar içinde yapılabilmesi, geliştirilmesi, rekabet gücünün sağlanabilmesi için bir yıldan daha uzun sürede kullanılabilecek sermayenin sağlanması ve gerekli döner sermaye varlıklarının satın alınması” olarak tanımlanmaktadır (Kuru ve Özen, 1998).

Turizm sektörünün yapısı gereği geri dönüşüm süresinin uzun olması, her türlü ekonomik, politik, siyasi ve toplumsal faktörlerden kolayca etkilenmesi ve emek yoğun bir işgücüne ihtiyaç duyması gibi nedenler; turizm yatırımlarını, girişimcilerin gözünde fazla cazip olmayan riskli bir konuma getirmektedir. Bu riski en verimli şekilde yönetebilmek adına ülkeler; turizm yatırımlarının uluslararası mevzuata da aykırı olmayacak şekilde yatırımları teşvik etmekte ve turizm yatırımları ile ilgili politikaların uygulanmasını desteklemektedirler (Bahar, 2007; Kozak vd., 2012).

Turizm yatırımları ile ilgili teşvik ve planlama politikaları geliştirilirken dikkat edilmesi gereken noktalardan biri de yatırım kararlarını etkileyen faktörlerdir. Bölgeye olan potansiyel ve gerçekleşen talep, bölgenin kaynakları, ulaşılabilirlik gibi faktörler ve fizibilite çalışmaları, bir bölgeye turizm yatırımının yapılıp yapılamayacağı konusunda karar almada etkili rol oynamaktadır.

Bu çalışmada, İstanbul’daki 4 ve 5 yıldızlı otellerin yatırım kararlarını etkileyen faktörler ve bu faktörler içerisinde yer alan aglomerasyon (toplanma) koşullarının rolünü incelemek amaçlanmıştır. Bu amaç doğrultusunda; İstanbul’da faaliyette olan ve yatırımı devam eden otellerin yatırım bölgelerine göre dağılımı çıkarılmış, ardından yüz yüze görüşme tekniği kullanılarak İstanbul’daki otel yatırımcıları ile görüşülmüş ve kuruluş yeri seçiminde en çok dikkate alınan faktörler belirlenmeye çalışılmıştır.

Yatırım ve Turizm Yatırımı Kavramları

Farklı disiplinlerde farklı şekillerde tanımlanan yatırım kavramı; en temel haliyle, bir işi yapabilmek için belli miktardaki sermayenin o iş için kullanılması olarak ifade edilmektedir (Şenel, 2007). Ekonomi alanında mikro ve makro boyutlarda ele alınan yatırım; mikro düzeyde, belli bir dönem içinde bir işletmenin reel sermayesine, mal ve stoklarına yaptıkları ilaveler olarak; makro boyutta ise, belli bir dönemde üretilen ve ithal edilen malların tüketilmeyerek gelecek dönemlere aktarılması olarak tanımlanmaktadır (Olalı ve Korzay, 1993; Kahraman, 2010). İşletme açısından değerlendirildiğinde ise; işletmeye uzun vadede para akışını sağlayacak her türlü harcama, yatırım olarak kabul edilmektedir (Usta, 2014).

Yapılan tanımlar dikkate alındığında; yatırımları, a) brüt ve net yatırımlar, b) sabit sermaye ve stok yatırımı, c) bağımsız ve uyarılmış yatırımlar ve d) reel ve mali yatırımlar olarak dört kategoride sınıflandırmak mümkün olmaktadır (Şenel, 2007:5-6). Öte yandan; bir işletmenin var olabilmesi için gerekli olan arazi, bina, makine ve teçhizatlar, her türlü donanım gibi unsurlar ve bunların sağlanması için yapılan her türlü harcama ile stoklar da yatırım kapsamında değerlendirilmektedir (Usta, 2014).

Turizm yatırımı; turizm işletmelerinin faaliyetlerinin amacına uygun olarak gerçekleştirilmesi için gerekli olan bir yıldan uzun vade ile kullanılabilecek sermaye, mal ve varlıkların temin edilmesi olarak tanımlanmaktadır (Uğurlu, 2016). Dolayısıyla turizm yatırımları; yerli ve yabancı ziyaretçilerin her türlü konaklama, yeme-içme, eğlenme ve dinlenme faaliyetleri gerçekleştirebilecekleri işletme ve işletme içi her türlü makine ve donanımı kapsamaktadır (Olalı ve Korzay, 1993; Kahraman, 2010).

Turizm yatırımları genellikle; bir turizm işletmesinin sektörel faaliyetlerini sürdürebilmesi için gerekli olan geliri elde edebilmek, pazar yapısını ve turizm ürününü çeşitlendirerek küresel çapta elde edilecek geliri artırmak ve yatırılan sermayeyi geri kazanmak amacıyla yapılmakta olup; alt yapı yatırımları, üst yapı yatırımları ve diğer hizmet tesisi yatırımları olarak üç grupta toplanmaktadır (Sele, 2009; Kahraman, 2010; Şenel, 2017):

• Alt yapı yatırımları; yol, liman, köprü gibi altyapı tesisleri ile su, elektrik, kanalizasyon gibi temel hizmetleri içeren yatırımlardır.

• Üst yapı yatırımları; turistlerin geçici olarak konaklama ve geceleme ihtiyaçlarını karşılamaya yönelik otel, motel ve pansiyon gibi yataklı tesislere yapılan yatırımlardır. Bu yatırımlar, turizm yatırımlarının en önemli kısmını oluşturmaktadırlar.

• Diğer hizmet tesisi yatırımları ise; altyapı ve konaklama dışında kalan ve turistlerin yeme-içme, eğlenme, spor yapma gibi ihtiyaçlarını karşılayacak tesisler için yapılan yatırımlardır.

Turizm Yatırımlarında Yatırım Kararı Süreci ve Fizibilite

Yatırımlar, işletmenin performansını geliştirmek ve olumlu geri dönüşler elde etmek amacıyla yapıldığından ve her türlü dışsal değişikliğe duyarlı olduğu için doğru bir planlamaya ihtiyaç duymaktadırlar (Tainen, 2013; Rahmani, 2017). Bu noktada devreye yatırım kararı süreci girer. Her ne kadar yatırımlar, firmaların kendi iş alanına ve kültürüne göre değişiklik gösterse de yatırım kararı alınırken uygulanması gereken süreçler benzer özellik gösterirler (Tainen, 2013). Niskanen ve Niskanen, 2007 yılında yaptıkları bir çalışmada, bu süreci şu şekilde gruplandırmışlardır:

- Projenin ortaya çıkışı,
- Ön araştırma,
- Fizibilite çalışmaları,
- Değerlendirme ve en uygun yatırım projesinin seçimi,
- Yatırım projesinin finansmanı,
- Projenin uygulanması,
- Değerlendirme ve kontrol.

Yatırım kararının daha rasyonel alınması için oldukça önemli taşıyan aşamalardan biri de fizibilite çalışmalarıdır. Fizibilite (yapılabilirlik), bir ekonomik faaliyetin gerçekleştirilmesi için gerekli olan mal veya hizmet üretim tesisine ayrılacak olan kaynaklarla, bu tesisin işletme aşamasında yaratacağı kaynakların karşılaştırılması sonucunda varılan bir yargı olarak tanımlanmaktadır (Kahraman, 2010). Diğer bir deyişle; yatırımdan elde edilecek potansiyel gelirin, yatırım tutarını karşılayıp karşılamayacağını ve seçilen bölgede yeterli talep oluşturup oluşturamayacağını ortaya koyan bir analiz olarak da ifade edilmektedir.

Bir yatırım projesinin uygulanabilir olup olmadığını belirlemek amacıyla yapılan fizibilite çalışmaları dört aşamadan oluşan incelemeleri kapsamaktadır. Ekonomik incelemeler, yatırımın ekonomik etkilerinin ve pazar payının araştırıldığı incelemelerden; finansal incelemeler, yatırımın genel maliyetinin, ihtiyaç duyulacak finansal kaynak türünün ve miktarının, yatırımın başabaş noktasının belirlendiği incelemelerden oluşmaktadır. Hukuki incelemeler, yatırım yapılacak işletmenin hukuki yapısını ve izlenmesi gereken yasal süreci; teknik incelemeler ise, yatırımın mühendislik boyutunu içeren her türlü teknik özelliklerine yönelik araştırmaları kapsamaktadır (Kahraman, 2010; Erkan vd., 2015; Uğurlu, 2016).

Turizm Yatırımlarında Kuruluş Yeri Seçimi ve Etkileyen Faktörler

En genel haliyle; bir işletmenin her türlü faaliyetini sürdürdüğü coğrafi bölge olarak tanımlanan kuruluş yeri, bir işletmenin uzun dönemli faaliyetlerini gerçekleştirdiği yer olarak da ifade edilmektedir. (Tirmikioğlu Çınar, 2010). Turizm yatırımları açısından düşünüldüğünde ise kuruluş yeri seçimi; turizm ürünlerinin istenen kalitede üretilebilmesi için en düşük maliyetle en

yüksek kâr potansiyelini sağlayan destinasyonun seçilmesi olarak tanımlanmaktadır (Erkan vd., 2015). Bu açıdan değerlendirildiğinde; kuruluş yeri, işletmelere yatırım aşamasındayken düşük maliyet, faaliyet aşamasındayken ise kârlılık sağlayan bir bölge olması açısından önem taşımaktadır (Tırmıkçıoğlu Çınar, 2010; Akgöz, 2018).

Tüm sektörlerde olduğu gibi turizm yatırımcıları da bir işletme kurarken, maliyetleri düşürecek bölgelerin seçilmesinden taraf olmaktadır. Bu seçimi yapabilmek için de verimlilik, ekonomiklik ve kârlılık başta olmak üzere birçok faktörü uzun vadede inceleyerek analiz etmektedirler (Uğurlu, 2016).

Kuruluş yeri seçiminde dikkate alınan faktörler incelendiğinde; yerli ve yabancı kaynaklarda farklı şekillerde sınıflandırıldıkları görülmektedir. Örneğin, Barutçugil (1989) bu faktörleri; *turistik çekicilik durumu, altyapı ve ulaşım olanakları, girdi sağlama kolaylığı ve bölgenin turizm açısından öncelikleri* şeklinde sıralarken; Yang ve Lee ise (1997); fiyat, kalite, esneklik, rekabet ve performans gücü olarak belirtmektedir (Akgöz, 2018). Ancak turizm endüstrisi mikro ve makro düzeyde birçok unsurdan kolayca etkilenebildiği için; kuruluş yeri seçimini etkileyen faktörleri (1) doğal faktörler, (2)ekonomik faktörler, (3)hukuki faktörler, (4)sosyo-kültürel faktörler ve (5)psikolojik faktörler olmak üzere altı başlık altında toplamak mümkündür (Olalı ve Korzay, 1993; Ertuğral, 1998; Kahraman, 2010; Ermağan vd., 2017; Akgöz, 2018).

Aglomerasyon (Toplanma) Koşulları

Turizm yatırımlarında kuruluş yeri seçiminde dikkate alınması gereken faktörlerden biri de yukarıda söz edilen faktörlerin verimliliğinin oluşturduğu aglomerasyon (toplanma) koşullarıdır. Aglomerasyon kelime anlamı olarak; bir bölgede etkili olan faktörlerin o bölgeye birçok işletmeyi çekmesi olarak tanımlanmaktadır (Ertuğral ve Yakar, 1997). Bir başka deyişle, kuruluş yeri seçiminde dikkate alınan doğal, ekonomik, hukuki, psikolojik ve sosyo-kültürel faktörlerin bir lokasyonda yarattığı olumlu sonuçların diğer işletmeler tarafından fark edilerek, işletmelerin o bölgede yoğunlaşması olarak da ifade edilebilir.

Turizm yatırımlarında aglomerasyon, otellerin verimliliğine ve çevreye sağladığı olumlu ekonomik ve sosyo-kültürel katkılar sebebiyle, yatırımcılar tarafından önemsenmektedir. Bu faydaları Canina ve diğerleri (2005) üretim ve talep yönlü faydalar olarak iki grupta toplamaktadır. Aglomerasyon üretim açısından, küme içerisinde yer alan bireysel otellere tedarik kanallarına ve özel hizmetlere daha hızlı ve kolay ulaşma imkânı sağlarken; talep açısından ise, tüketicilerin araştırma maliyetlerini en aza indirmektedir (Canina vd., 2005). Yine aynı şekilde; aglomerasyon etkisi sayesinde bölgede istihdam olanakları artacak, sosyo-kültürel çevre gelişecek, teknolojik ve altyapı çalışmaları güçlenecek ve tekelciliğin getirmiş olduğu baskıcı fiyatlandırma kırılarak adil rekabet de sağlanabilecektir (Ertuğral ve Yakar, 1997).

Bir bölgede turizm yatırımları anlamında aglomerasyon etkisi oluştururken; aglomerasyonun faydaları kadar zararları olabileceği de unutulmamalıdır. Özellikle aglomerasyonun olumlu etkileri nedeniyle gerçekleştirilen aşırı turizm yatırımı neticesinde bölgenin taşıma kapasitesini aşmasına sebep olarak, bölgedeki ekolojik ve sosyo-kültürel dengenin bozulmasına yol açmakla birlikte çevresel zararlara yol açacaktır (Ertuğral ve Yakar, 1997; Ertuğral, 1998). Bu nedenle kuruluş yeri olarak düşünülen bölgedeki aglomerasyon imkânları ve bölgenin büyüme potansiyeli özellikle analiz edilmelidir.

İlgili Çalışmalar

Kuruluş yeri seçimine yönelik yapılan çalışmalar incelendiğinde; yerli ve yabancı literatürde birçok farklı yöntem bulunduğu göze çarpmaktadır. Özellikle matematiksel ve çok kriterli karar verme yöntemlerin kullanıldığı çalışmaların sayısı, her geçen gün artmaktadır. Tekstil, nakliye ve bankacılık sektörlerinde yapılan çalışmalarda, Fuzzy (bulanık) AHP ve Fuzzy TOPSIS yöntemlerini

karşılaştırmalı olarak kullanılmıştır (Ertuğrul ve Karakaşoğlu, 2007; Öztürk vd., 2009). Tırmıkçıoğlu Çınar'ın 2010 yılında yapmış olduğu çalışma da bankacılık sektörü üzerine olup; Güneydoğu Anadolu bölgesindeki beş il üzerinde Fuzzy TOPSIS yöntemini kullanarak en uygun destinasyon belirlenmeye çalışılmıştır.

Turizm sektöründe kuruluş yeri seçimine yönelik çalışmalar incelendiğinde; yine Fuzzy TOPSIS yönteminin sıkça kullanıldığı, bununla birlikte farklı yöntemlerin uygulandığı da görülmektedir. Ermağan ve diğerleri (2017) yaptıkları bir çalışmada, kuruluş yerini etkileyen faktörleri dikkate alarak üç alternatif arasından otel açılışı için en uygun destinasyonu belirlemişlerdir. Akgöz (2018) ise; Kırgızistan'da yapmış olduğu çalışmada çoklu karar verme yöntemlerinden biri olan MULTIMOORA yöntemini kullanarak, en uygun destinasyonları sıralamıştır.

Kuruluş yeri seçiminde aglomerasyon koşullarının etkisini ölçen çalışmalara bakıldığında ise Ertuğral ve Yakar'ın 1997 yılında ve Ertuğral'ın 1998 yılında yaptığı çalışmalar öne çıkmaktadır. Her iki çalışmanın da genel sonucunda; otel işletmelerinin özellikle turistik çekicilik özelliklerine sahip bölgelerde yoğunlaştığını ve aglomerasyon bölgelerinin birçok faktörü kapsamasından dolayı, otel yatırımcıları tarafından tercih edildiği anlaşılmıştır.

Song ve Ko (2017), Seul'de yaptıkları bir çalışmada talep fonksiyonunu kullanarak geliştirdikleri iki matematiksel modelin analizi sonucunda talep ve aglomerasyon etkisinin eşzamanlı olarak işlediğini ortaya koymuşlardır. Buna göre; talep öncelikli olarak manzara, ulaşım, iş merkezlerine yakınlık ve bölgedeki aglomerasyon koşullarından etkilenmektedir. Yang ve diğerleri (2012) ise; özellikle yüksek standartlı otellerin kuruluş yeri seçerken aglomerasyon koşullarını çok fazla dikkate almadıklarını, ancak; ulaşılabilirlik söz konusu olduğunda özellikle metroya yakın olan bölgelerin oteller tarafından yoğunlaşma alanı olarak tercih edildiklerini vurgulamışlardır.

Yöntem

Araştırmanın Amacı

Yapılan çalışmalardan yola çıkarak hazırlanan bu çalışmanın amacı; otel yatırımlarında kuruluş yeri seçiminde hangi faktörlerin daha etkili olduğunu ortaya koymaktır. Bununla birlikte; bir diğer amaç da söz konusu faktörler içinde aglomerasyon etkilerinin ne kadar dikkate alındığını belirlemektir.

Araştırmanın Örneklemi

Keşifsel özelliğe sahip bu çalışmanın örneklemi, İstanbul'daki dört ve beş yıldızlı otellerin yatırımcıları oluşturmaktadır. Tüm yatırımcılara tek tek ulaşmak mümkün olmadığından, kartopu örnekleme yöntemiyle katılımcılara ulaşılmıştır. Kullanılan analiz yönteminin verimliliğini düşürmemek adına ve alınan cevapların bir süre sonra birbirini tekrar etmeye başlamasından dolayı örneklem sayısı 5 katılımcı ile sınırlandırılmıştır.

Araştırmada ayrıca, literatür taramasında elde edilen kuruluş yeri seçimini etkileyen faktörler kullanılmıştır. Söz konusu faktörler; doğal, ekonomik, sosyo-kültürel, hukuki ve psikolojik faktörler ile aglomerasyon koşulları olarak belirlenmiştir. Katılımcıların bu faktörleri değerlendirmeleri istendiğinden, bu faktörler de örneklem kapsamına dâhil edilmiştir.

Veri Toplama Teknikleri ve Analiz

Araştırma verileri, nitel araştırmalarda kullanılan yüz yüze görüşme tekniği ile araştırmacı tarafından bizzat toplanmıştır. Yüz yüze görüşme tekniği; bireylerin herhangi bir konu hakkındaki bakış açılarını ve öznel deneyimlerini açıklamaya yarayan bir yöntem olduğundan tercih edilmiştir. Görüşmeler yapılırken, konuya uygun yarı yapılandırılmış soru formu kullanılmıştır. Ayrıca;

katılımcıların görüşlerini nicel olarak da destekleyebilmek adına; kuruluş yeri faktörlerini ve yatırım bölgelerini değerlendirebilecekleri iki bölümlük bir anket formu da kullanılmıştır.

Veriler analiz edilirken; görüşme esnasında kayıt altına alınan bilgiler yazıya dökülerek katılımcılara okutulup doğruluğu onaylatıldıktan sonra, betimsel analiz aracılığı ile genel olarak yorumlanmıştır. Daha sonra bu yorumları desteklemek adına, katılımcıların kuruluş yeri faktörlerine yönelik yaptıkları değerlendirmeler ve her bir değerlendirmenin önem ağırlıkları çok kriterli karar verme yöntemlerinden biri olan Fuzzy TOPSIS yöntemi ile analiz edilmiştir.

Öznel yargıların oluşturduğu bulanık ortamlarda karar vermeyi kolaylaştırmak için kullanılan Fuzzy TOPSIS yönteminde; katılımcılar, ilk önce kendilerine sunulan karar kriterlerinin öznel yargıları kullanarak önem derecesini belirlemede, daha sonra da verilen alternatifleri belirledikleri karar kriterlerine göre sıralamaktadır. Bu çalışmada da katılımcılara kuruluş yeri faktörleri karar kriteri olarak verilmiş, ancak yatırım bölgelerinin sıralaması araştırma konusu dışında kaldığından analiz sürecine dâhil edilmemiştir.

Bulgular

Yapılan görüşmeler esnasında; yaşları 45-60 arasında değişen beş erkek yatırımcıya üç adet soru sorulmuştur. Sorulan sorular yatırımcıların kuruluş yeri seçiminde dikkat ettikleri faktörlere yönelik olup, alınan cevapların sonucunda en çok hangi faktöre önem verdiklerine ulaşılmak amaçlanmıştır. Sorulara verilen cevaplar aşağıdaki şekilde özetlenmektedir.

1. Yatırım kararlarını alırken öncelikle hangi faktörleri göz önünde bulunduruyorsunuz?

K1: Bir yatırımcı olarak elbette en büyük önceliğimiz yatırım geri dönüş oranıdır. Dolayısıyla seçtiğimiz bölgenin ekonomik koşulları bizim için oldukça önemli. Öte yandan yatırım yaparken o bölgenin ihtiyaçlarını da dikkate almak durumundayız. Bu da hassas bir pazar araştırmasını gerekli kılıyor. Bu doğrultuda; o lokasyonda var olan diğer işletmeleri ve sundukları hizmetleri araştırmak da kaçınılmaz oluyor.

K2: Yatırım kararı alırken dikkate aldığımız en temel unsur, o yatırımın bize neyi ne kadar sürede kazandıracağıdır. Her yatırımcı ortaya koyduğu yatırım tutarını olabildiğince hızlı bir şekilde geri almak ister. Tabii bu da tek başına yeterli değil. Diğer taraftan bölgenin ihtiyaçları doğrultusunda müşteri memnuniyetini de ön planda tutarak bir marka haline gelebilmek de bizim için önemli. Bu sebeple bir bölgede ihtiyaç duyulan eksiklikleri tamamlayacak bir yatırım yapmaya özen gösteriyoruz.

K3: Bizim için yatırımlarda dikkate aldığımız konuların başında elde ettiğimiz kazanç dışında, yaptığımız yatırımın halkın ihtiyaçlarını ve mevcut eksiklikleri gidermek gelir. Böylece aranan, tercih edilen bir işletme olmak en önemli önceliğimizdir.

K4: Yatırım kararlarını alırken önem verdiğimiz konu, yatırım yaptığımız bölgenin eksiklerini giderecek bir yatırım yapmak. Böylece diğer işletmelerde bulunmayan unsurları da giderecek işletmeler oluşturmayı planlıyoruz.

K5: Bir yatırım yapmak istediğimizde öncelikle değişen talep ihtiyaçlarına ve genel konjonktüre uyum sağlamayı amaçlıyoruz. İlla beş yıldızlı otel kuralım demek yerine, daha fokus hizmetler veren işletme ortaya koymayı istiyoruz. Bu sebeple yatırım kararlarımızı var olan eksiklikleri gidermeye yönelik alıyoruz.

2. Fizibilite çalışmalarının (genel olarak sektörde) yeterince rasyonel ve özenli yapıldığını düşünüyor musunuz? Sizin fizibilite çalışmalarında özellikle dikkat ettiğiniz hususlar nelerdir?

K1: Açıkçası ben pek düşünmüyorum. Her ne kadar biz çalışmalarımızda özenli davransak da genel olarak birçok yatırımcıda “param var haydi otel yapalım” algısının hâkim olduğunu gözlemliyorum. Bunun sebepleri elbette ki ayrı bir tartışma konusu, yine de özellikle arz-talep analizlerinde yeterli özenin gösterilmediği de ortada. Biz çalışmalarımızda öncelikli olarak bölgedeki talebi ve arzı ortaya koyup, bölgenin ne kadarlık bir arza ihtiyaç duyduğunu ortaya çıkarmaya çalışıyoruz. Bunun yanı sıra ekonomik karlılık analizleri de bizim üstünde durduğumuz konular.

K2: Fizibilite çalışmaları yeterince özenli yapılmıyor bence. Sadece gelen-giden turist sayısına bakarak “buraya turist nasılsa geliyor, haydi otel yapalım” mantığı ile hareket etmenin çok da doğru olduğunu düşünmüyorum. Bizim çalışmalarımızda üzerinde durduğumuz temel konu yatırımın geri dönüş süresine yönelik çalışmalar ile bölgenin turizm gelişme potansiyelidir.

K3: Biz fizibilite çalışmalarında; temel ekonomik ve teknik analizlerin dışında bölgedeki turizm işletmelerinin sayısı ve durumunu da dikkate alıyoruz. Oldukça kapsamlı bir rakip analizi yapıyoruz.

K4: Her yatırımcı kendi kararlarında kendi sorumluluğunu üstlenir. Dolayısıyla bizim dışımızda kimse işini yapmıyor diyemem. Çalışmalarımızda ekonomik analizler ve pazar analizleri büyük bir rol oynuyor.

K5: Elbette ki her yatırımcı kendince özeniyordur ancak ne kadar yeterli onu ayrıca tartışmak gerekir. Cebindeki paraya güvenerek sektörün dinamiklerini bilmeden “biz bir yapalım da gerisini sonra hallederiz” şeklinde bir yatırım kararı kuşkusuz verimsiz olacaktır. Çünkü hizmet sektöründeyiz ve bir otel kurmak bir iş merkezi kurmaya benzemiyor. Bu yüzden fizibilite analizlerinin çok hassas ve değişen talepleri dikkate alacak şekilde yapılması gerekiyor bence.

3. Bir otelin kuruluş yerine karar verirken dikkate aldığınız faktörler (doğal faktörler, hukuki faktörler, ekonomik faktörler, psikolojik faktörler, sosyo-kültürel faktörler, aglomerasyon koşulları) nelerdir? Neden?

K1: Saydığınız faktörler içerisinde en çok ekonomik ve hukuki faktörler ile toplanma koşullarını dikkate alıyoruz. İstanbul otelciliği, kıyı şeridi otelciliği gibi olmadığı için; doğal faktörler belli bir noktaya kadar etkili olabiliyor. Diğer faktörler de şehrin kendi dinamiği içerisinde her zaman belli bir yer buluyor zaten.

K2: Bizim en çok dikkate aldığımız faktörler; açıkçası ekonomik ve hukuki faktörler. Diğer faktörler de elbet bir noktada önemli ancak bölgedeki hukuksal koşullar ve yapı-imar izinleri çok daha önem taşıyor.

K3: Bu faktörler içinde hukuki faktörler, ekonomik faktörler ve bölgedeki turizm gelişme olanakları oldukça önem taşıyor. Onun dışında bölgede sosyo-kültürel etkinliklerin varlığı da önemli ancak bu faktörün önceliği bölgeye gelen turistlerin profiline göre değiştirilebiliyor.

K4: Bölgedeki ekonomik faktörler ve hukuki faktörler en belirleyici unsurlar. Daha sonra doğal koşullar ve toplanma koşulları geliyor.

K5: Bizim için en önemli faktörler ekonomik faktörler ve bölgedeki toplanma koşullarıdır. Daha sonrasında, hukuki faktörler ve doğal koşullar geliyor. Ancak burada bölgedeki toplanma koşullarının önemini vurgulamak istiyorum. Çünkü bir bölgede yatırım yapmayı belirleyecek en temel nokta orada var olan diğer yatırımlardır. “Burada hiç otel yok, hadi yapalım” diyerek hareket etmek çok da mantıklı gelmiyor açıkçası. Çünkü bölgenin büyüme potansiyelini bilmiyorsun, oraya turist gelir mi gelmez mi bunu bilmiyorsun. Oysa halihazırda turizm bölgesi haline gelmiş yerleri seçmek sana da yol gösterir.

Yapılan görüşmelerin sonunda katılımcılara kuruluş yeri faktörlerini değerlendirebilecekleri bir anket formu verilmiştir. Kuruluş yerini etkileyen faktörler karar kriterleri olarak sunulmuştur. Katılımcıların yaptıkları değerlendirmeler, Fuzzy TOPSIS algoritması çerçevesinde Chen (2000) tarafından geliştirilen dilsel değişken ve üçgen sayı tablolarına dönüştürülerek sırasıyla Tablo 1 ve Tablo 2’de gösterilmiştir.

Tablo 1: Kuruluş Yeri Seçimi Etkileyen Faktörlerin Dilsel Değişkenleri

	KV ₁	KV ₂	KV ₃	KV ₄	KV ₅
Doğal Faktörler (C₁)	O	OD	ÇD	ÇY	OY
Ekonomik Faktörler (C₂)	Y	OY	ÇY	ÇY	Y
Sosyo-kültürel Faktörler (C₃)	OY	OY	OY	Y	O
Hukuki Faktörler (C₄)	Y	Y	Y	ÇY	Y
Psikolojik Faktörler (C₅)	OY	OY	ÇD	OY	ÇD
Agglomerasyon/Toplanma Koşulları (C₆)	Y	Y	ÇY	Y	ÇY

Söz konusu bu tabloda yer alan O, OD vb. ifadeler Chen (2000) tarafından Fuzzy TOPSIS algoritması için kullanılmak üzere oluşturulan 7’li Likert skalasında Çok Düşük, Düşük, Orta Düşük, Orta, Orta Yüksek, Yüksek ve Çok Yüksek ifadelerini kapsamaktadır. Katılımcılar kendilerine verilen değerlendirme kriterlerini, öznel yargılarını kullanarak, önem derecesine göre değerlendirirler. Tablo 1’de de görüldüğü üzere; söz konusu yatırımcılar, kendilerine verilmiş olan faktörleri kendilerince değerlendirmişlerdir.

Tablo 2: Dilsel Değişkenlerin Üçgen Sayılara Dönüştürülmesi

	KV ₁	KV ₂	KV ₃	KV ₄	KV ₅
Doğal Faktörler (C₁)	0.3;0.5;0.7	0.1;0.3;0.5	0;0;0.1	0.9;1;1	0.5;0.7;0.9
Ekonomik Faktörler (C₂)	0.7;0.9;1	0.5;0.7;0.9	0.9;1;1	0.9;1;1	0.7;0.9;1
Sosyo-kültürel Faktörler (C₃)	0.5;0.7;0.9	0.5;0.7;0.9	0.5;0.7;0.9	0.7;0.9;1	0.3;0.5;0.7
Hukuki Faktörler (C₄)	0.7;0.9;1	0.7;0.9;1	0.7;0.9;1	0.9;1;1	0.7;0.9;1
Psikolojik Faktörler (C₅)	0.5;0.7;0.9	0.5;0.7;0.9	0;0;0.1	0.5;0.7;0.9	0;0;0.1
Agglomerasyon Toplanma Koşulları (C₆)	0.7;0.9;1	0.7;0.9;1	0.9;1;1	0.7;0.9;1	0.9;1;1

Tablo 2’deki sayılar; katılımcıların karar kriterlerini değerlendirirken kullandıkları dilsel değişkenlerin sayısal olarak hesaplanabilmesi için, yine Chen’in ortaya koyduğu üçgen sayı karşılıklarını ifade etmektedir. Söz konusu bu karşılıklar ÇD=0;0;0,1’den ÇY=0.9;1;1’e doğru artan, birbirinin ardılı olan üçgensel sayılar olarak belirlenmiştir. Tabloda ise; bir önceki tabloda kullandıkları dilsel ifadelerin üçgensel sayı karşılıklarıdır. Yapılan dönüştürmenin sonunda, elde edilen Fuzzy üçgen sayılar; Fuzzy TOPSIS algoritmasının 4’üncü aşaması uyarınca, aritmetik ortalama ile hesaplanmış ve karar kriterlerinin Fuzzy ağırlıkları Tablo 3’te gösterilmiştir.

Tablo 3: Karar Kriterlerinin Fuzzy Ağırlıkları

	C1	C2	C3	C4	C5	C6
Ağırlık	0.36;0.50;0.82	0.74;0.90;0.98	0.50;0.70;0.88	0.80;0.92;1	0.30;0.42;0.94	0.78;0.94;1

Önem ağırlıklarının hesaplanması; ikinci tabloda yer alan her bir satırdaki rakamların kendi basamağı içerisinde toplanıp, toplam katılımcı sayısına bölünmesi ile gerçekleştirilmiştir. Bu şekilde alınan aritmetik ortalamalar; her bir karar kriterinin ne kadar önemli olduğunun anlaşılmasını sağlamaktadır. Ağırlık ortalamalarının değerleri 1'e ne kadar yakınsa, o kriter diğerlerine göre daha önemli olarak kabul edilmektedir. Buna göre katılımcıların, sırasıyla, en çok *Aglomerasyon Koşulları*, sonra da *Hukuki Faktörler* ve *Ekonomik Koşullar* kriterlerine önem verdikleri görülmektedir.

Sonuçlar

Turizm yatırımlarında kuruluş yeri seçimini etkileyen faktörlerin ve toplanma koşullarının bu faktörler arasındaki yerinin bulunmasını amaçlayan bu çalışmada; katılımcılar ile yüzyüze görüşmeler yapılmış ve yatırım kararlarından etkili olan unsurlar öğrenilmeye çalışılmıştır. Bu doğrultuda yatırımcılara üç soru sorularak daha sonra kuruluş yeri faktörlerini kendi öznel kararları doğrultusunda önem derecelerine göre değerlendirmeleri istenmiştir.

Sorulara verilen cevaplar genel olarak değerlendirildiğinde; yatırımcıların hemen hepsinin yatırım kararlarını almadan önce titiz çalışmaların yapılması gerektiği konusunda hemfikir oldukları görülmektedir. Yatırım kararlarında dikkate aldıkları unsurlara yönelik birinci sorunun cevaplarına göre; tüm yatırımcıların temel önceliği sermayelerini en kısa sürede geri alabilecekleri yatırımlara yönelmektir. Bunun dışında bölgedeki yatırım eksikliklerini de tamamlama arzusu yatırımcıları harekete geçiren bir başka unsur olarak karşımıza çıkmaktadır.

Fizibilite analizlerinin etkinliğine yönelik ikinci soruya verilen cevaplar değerlendirildiğinde ise; yatırımcıların fizibilite çalışmalarının tüm sektör genelinde yeterince özenilerek yapılmadığını düşündükleri ortaya çıkmaktadır. Bazı yatırımcıların kararlarını hızlı ve etraflıca düşünmeden aldıkları, gerekli talep ve ihtiyaç analizleri yapılmadan girişimlerde bulundukları ifade edilmektedir. Bununla beraber turizm sektörünün yapısı gereği sürekli değişen dinamikleri göz önüne alacak çalışmaların yapılması ve gerektiğinde yatırım danışmanlığı firmalarından yardım alınması da önerilmektedir.

Kuruluş yeri seçimini etkileyen faktörlerin önem derecesine yönelik üçüncü soruya verilen cevaplarda tüm yatırımcılar için hukuki ve ekonomik faktörlerin önem taşıdığı ön plana çıkmaktadır. Öte yandan; toplanma koşulları da yatırımcılar tarafından bölgedeki turizm potansiyelini analiz edebilmek ve ileriye yönelik talep tahminlerini yapabilmek adına önem taşıyan bir faktör olarak değerlendirilmektedir.

Anket kapsamında, kuruluş yerini etkileyen faktörlere yönelik yaptıkları değerlendirmenin sonuçları da ağırlık katsayıları dikkate alınarak, görüşmenin üçüncü sorusunda verdikleri yanıtlarla benzerlik göstermektedir. Önem ağırlıkları göz önüne alındığında en çok önem taşıyan faktörler “Hukuki Faktörler (C₄)” ve “Toplanma Koşulları (C₆)” olarak belirlenmiş; bunu da ekonomik faktörler izlemiştir. Söz konusu bu sonuçlar literatürde Ertuğral ve Song ve Ko tarafından yapılan çalışmalarla da örtüşmektedir.

Son olarak genel bir değerlendirme yapılacak olursa; turizm yatırım kararları alınırken değişen talep koşullarını ve pazar dinamiklerini dikkate alacak şekilde hassas fizibilite çalışmalarının yapılması gerektiğini belirtmek yerinde olacaktır. Özellikle; değişen müşteri ihtiyaçlarını karşılayabilecek ürün çeşitlendirmesinin yapılması veya sırf yeterli para var diye lüks işletme açmak yerine gerekiyorsa daha fokus hizmetler sunan bir işletme açılması gibi uygulamalar müşteri

memnuniyeti ve rekabet avantajı sağlayabilecektir. Bununla birlikte; işletmelerin kaynaklarını da daha verimli yönetmelerini ve sabit yatırım maliyeti tasarrufunu da gündeme getirecektir.

Yine aynı şekilde, yatırımın yapılacağı kuruluş yerinin doğru bir şekilde seçilmesi; yatırımların geri dönüşlerinin de daha kısa olmasıyla birlikte bölgenin kalkınması açısından da faydalı olacaktır. Kuruluş yeri seçiminde aglomerasyon (toplanma) koşullarının dikkate alınması da bölgedeki turizm potansiyelini iyi analiz ederek daha doğru tahminlemeler yapılması ve diğer işletmelerin görece eksik görülen yönlerini kapatan bir işletme kurma açısından yatırımcılara avantaj sağlayacaktır. Ancak bunu yaparken de “bölgede aynı tarz işletmeler var nasılsa, bir tane daha olsun” demek yerine, bölgenin gerçekten yeni bir işletmeye ihtiyacı olup olmadığını ve bölgenin taşıma kapasitesinin aşıp aşılmadığını da analiz etmek gerekmektedir. Veya bir bölgede otel olmasa da nasıl olsa gelişir diyerek yatırım kararı vermek yerine bölgenin gelişme potansiyelini iyi analiz etmek gerekmektedir. Ancak bu sayede toplanma koşullarının etkilerinden en verimli şekilde faydalanmak mümkün olacaktır. Böylece mevcut pazar içerisinde rekabet avantajı da sağlama fırsatı bulunabilecektir. Aksi takdirde bölgedeki pastadan pay alabilmek zorlaşacak, işletmeler birbirinin faaliyetlerini olumsuz yönde etkileme riskini taşıyacaklardır.

KAYNAKÇA

- Akgöz, E. (2018). Turizm işletmelerinde kuruluş yeri seçimine MULTIMOORA yöntemiyle karar verilmesi. 2. Uluslararası Avrasya Sosyal Bilimler Kongresi Bildiriler Kitabı, 4-7 Nisan, Side, Antalya, 574-589.
- Bahar, O. (2007). Bölgesel kalkınmada turizm sektörünün ekonomik açıdan yeri ve önemi, *Muğla Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi (İLKE)*, No:19.
- Barutçugil, İ. (1989). *Turizm İşletmeciliği*. İstanbul: Beta Basım Dağıtım.
- Canina, L.; Enz, C.A. & Harrison, J.S. (2005). Agglomeration effects and strategic orientations: evidence from the U.S. lodging industry. *Academy of Management Journal*, 48(4), 565-581.
- Erkan, M.; Şahin, M. A. & Nasöz, P. (2015). Turizm işletmelerinde muhasebe, finans ve yatırım proje değerlemesi. İçinde O. Akova, İ. Kızılırmak, H. Tanrıverdi (editörler) *Turizm İşletmeciliği Temel Kavramlar ve Uygulamalar*, 321-347, Ankara: Detay Yayıncılık.
- Ermağan, U.; Kızılırmak, İ & Yazırdağ, M. (2017). Konaklama işletmeciliğinde kuruluş yeri seçiminin TOPSIS yöntemiyle uygulanması. 4. Disiplinlerarası Turizm Araştırmaları Kongresi, 9-12 Kasım, Kuşadası, Aydın, 90-106.
- Ertuğral, S. M. & Yakar, G. (1997). Sürdürülebilir çevrede aglomerasyon alandaki turizm yatırımlarının etken ve etkinliğine ilişkin bir alan çalışması. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 8(1-2), 95-98.
- Ertuğral, S. M. (1998). Otel işletmelerinde kuruluş yeri seçimi: İstanbul'daki beş ve dört yıldızlı oteller ile ilgili bir alan araştırması. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 9(Eylül-Aralık), 33-38.
- Ertuğrul, İ. & Karakaşoğlu, N. (2008). Comparison of fuzzy AHP and fuzzy TOPSIS methods for facility location selection. *The International Journal of Advanced Manufacturing Technology*, 39(7-8), 783-795.
- Kahraman, N. (2010). *Turizm Yatırım Projeleri Analizi*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Kuru, Ş. & Özen, T. (1998). *Turizm Yatırımları*. İstanbul: Özkan Ofset Matbaacılık.
- Kozak, N.; Akoğlu Kozak, M. & Kozak, M. (2012). *Genel Turizm – İlkeler ve Kavramlar*. Ankara: Detay Yayıncılık.

- Olalı, H. (1990). *Turizm Politikası ve Pazarlaması*, İstanbul: İşletme Fakültesi Yayını, No: 228.
- Olalı, H. & Korzay, M. (1993). *Otel İşletmeciliği*. İstanbul: Beta Yayınları.
- Öztürk, A.; Ertuğrul, İ. & Karakaşoğlu, N. (2008). Nakliye firması seçiminde bulanık AHP ve bulanık TOPSIS yöntemlerinin karşılaştırılması. *Marmara Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 15(2), 785-824.
- Rahmani, F. (2017). Affecting investment in the tourism sector. *Journal of Administrative Management, Education and Training (JAMET)*, 13(1), 230-237.
- Selek, D. (2009). *Turizm Sektöründe Yabancı Sermaye Yatırımları: 1980 Dönemi Sonrası Üzerine Bir İnceleme*, Yüksek Lisans Tezi, Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İktisat Ana Bilim Dalı, Isparta.
- Song, B.D. & Ko, Y.D. (2017). Quantitative approaches for location decision strategies of a hotel chain network. *International Journal of Hospitality Management*, 67(2017), 75-86.
- Şenel, S. A. (2007). Turizm sektöründe yatırım kararları. *Selçuk Üniversitesi Karaman İ. İ. B. F. Dergisi*, 12(9), 1-12.
- Tainen, P. (2013). *Driving Factors of Tourism Investment Decisions and Lapland's Attractiveness in Tourism Investments*. Yüksek Lisans Tezi, Laurea Uygulamalı Bilimler Üniversitesi, Espoo, Finlandiya.
- Tırmıkçıoğlu Çınar, N. (2010). Kuruluş yeri seçiminde bulanık TOPSIS yöntemi ve bankacılık sektöründe bir uygulama. *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 12(18), 37-45.
- Uğurlu, K. (2016). Turizm tesisi yatırımlarında ön fizibilite çalışmalarının ve SWOT analizinin önemi: Bolu Göynük doğa oteli örneği. *Bartın Üniversitesi İ. İ. B. F. Dergisi*, 7(13), 434-459.
- Usta, Ö. (2014). *İşletme Finansı ve Finansal Yönetim*, Ankara: Detay Yayıncılık.
- Yang, J. & Lee, H. (1997). An AHP decision model for facility location selection. *Facilities*, 15(9-10), 241-254.
- Yang, Y.; Wong, K.K.F. & Wang, T. (2012). How do hotels choose their location? Evidence from hotels in Beijing. *International Journal of Hospitality Management*, 31(2012), 675-685.