



**SOSYAL GİRİŞİMCİLİK VE
SÜRDÜRÜLEBİLİR TURİZM:
UZUNDERE ÖRNEĞİNDE BİR
KARMA YÖNTEM ARAŞTIRMASI**

Özgür ÇALKIN

**Doktora Tezi
Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Ana Bilim Dalı
Doç. Dr. Cem IŞIK
2021
Her Hakkı Saklıdır**

**T.C.
ATATÜRK ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
TURİZM İŞLETMECİLİĞİ VE OTELCİLİK ANA BİLİM DALI**

Özgür ÇALKIN

**SOSYAL GİRİŞİMCİLİK VE SÜRDÜRÜLEBİLİR TURİZM:
UZUNDERE ÖRNEĞİNDE BİR KARMA YÖNTEM ARAŞTIRMASI**

DOKTORA TEZİ

**TEZ YÖNETİCİSİ
Doç. Dr. Cem IŞIK**

ERZURUM - 2021



TEZ BEYAN FORMU

SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜNE

BİLDİRİM

Atatürk Üniversitesi Lisansüstü Eğitim ve Öğretim Uygulama Esaslarının ilgili maddelerine göre hazırlanmış olduğum “Sosyal Girişimcilik ve Sürdürülebilir Turizm: Uzundere Örneğinde Bir Karma Yöntem Araştırması” adlı tezin tamamen kendi çalışmam olduğunu ve her alıntıya kaynak gösterdiğimi taahhüt eder, tezimin/raporumun kâğıt ve elektronik kopyalarının aşağıda belirttiğim koşullarda saklanmasına izin verdiğimi onaylarım.

Gereğini bilgilerinize arz ederim *.

Tezimin/Raporumun tamamı her yerden erişime açılabilir.

Tezimin/Raporumun makale için **altı ay**, patent için **iki yıl** süreyle erişiminin ertelenmesini istiyorum.

Özgür ÇALKIN

29.09.2021

Aslı ıslak imzalıdır

*** LİSANSÜSTÜ TEZLERİN ELEKTRONİK ORTAMDA TOPLANMASI, DÜZENLENMESİ VE ERİŞİME AÇILMASINA İLİŞKİN YÖNERGE**

.....
ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

Çeşitli ve Son Hükümler

Lisansüstü tezlerin erişime açılmasının ertelenmesi MADDE 6– (1) Lisansüstü teze ilgili patent başvurusu yapılması veya patent alma sürecinin devam etmesi durumunda, tez danışmanının önerisi ve enstitü anabilim dalının uygun görüşü üzerine enstitü veya fakülte yönetim kurulu iki yıl süre ile tezin erişime açılmasının ertelenmesine karar verebilir.

(2) Yeni teknik, materyal ve metotların kullanıldığı, henüz makaleye dönüşmemiş veya patent gibi yöntemlerle korunmamış ve internette paylaşılması durumunda 3. şahıslara veya kurumlara haksız kazanç imkanı oluşturabilecek bilgi ve bulguları içeren tezler hakkında tez danışmanının önerisi ve enstitü anabilim dalının uygun görüşü üzerine enstitü veya fakülte yönetim kurulunun gerekçeli kararı ile altı ayı aşmamak üzere tezin erişime açılması engellenebilir.

Gizlilik dereceli tezler MADDE 7– (1) Ulusal çıkarları veya güvenliği ilgilendiren, emniyet, istihbarat, savunma ve güvenlik, sağlık vb. konulara ilişkin lisansüstü tezlerle ilgili gizlilik kararı, tezin yapıldığı kurum tarafından verilir. Kurum ve kuruluşlarla yapılan işbirliği protokolü çerçevesinde hazırlanan lisansüstü tezlere ilişkin gizlilik kararı ise, ilgili kurum ve kuruluşun önerisi ile enstitü veya fakültenin uygun görüşü üzerine üniversite yönetim kurulu tarafından verilir. Gizlilik kararı verilen tezler Yükseköğretim Kuruluna bildirilir.

(2) Gizlilik kararı verilen tezler gizlilik süresince enstitü veya fakülte tarafından gizlilik kuralları çerçevesinde muhafaza edilir, gizlilik kararının kaldırılması halinde Tez Otomasyon Sistemine yüklenir.



SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

Graduate School of Social Sciences

TEZ KABUL TUTANAĞI

SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜNE

Doç. Dr. Cem IŞIK danışmanlığında, Özgür ÇALKIN tarafından hazırlanan bu çalışma 29/09/2021 tarihinde aşağıda isimleri yazılı jüri tarafından Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Anabilim Dalı'nda Doktora Tezi olarak kabul edilmiştir.

Başkan : Prof. Dr. Atilla AKBABA	Aslı ıslak imzalıdır
Jüri Üyesi : Doç Dr. Cem IŞIK	Aslı ıslak imzalıdır
Jüri Üyesi : Prof. Dr. Ebru Günlü KÜÇÜKALTAN	Aslı ıslak imzalıdır
Jüri Üyesi : Prof. Dr. Atılhan NAKTİYOK	Aslı ıslak imzalıdır
Jüri Üyesi : Prof. Dr. Gökalep Nuri SELÇUK	Aslı ıslak imzalıdır

Aslı ıslak imzalıdır
Prof. Dr. Sait UYLAŞ
Enstitü Müdürü

İÇİNDEKİLER

ÖZET.....	IV
ABSTRACT	V
KISALTMALAR DİZİNİ	VI
TABLolar DİZİNİ	VII
ŞEKİLLER DİZİNİ	IX
GİRİŞ	1

BİRİNCİ BÖLÜM**KAVRAMSAL ÇERÇEVE**

1.1. GİRİŞİMCİLİK KAVRAMI	1
1.1.1. Girişimciliğin Önemi.....	3
1.1.2. Girişimcilik Teorileri.....	6
1.1.3. Turizm ve Girişimcilik	13
1.2. SOSYAL GİRİŞİMCİLİK KAVRAMI	15
1.2.1. Sosyal Girişimciliğin Önemi	20
1.2.2. Sosyal Girişimcilik Teorileri.....	22
1.2.3. Sosyal Girişimciliğin Bazı Kavram ve Uygulamalardan Ayrılan Özellikleri...28	
1.2.4. Turizm ve Sosyal Girişimcilik	37
1.3. SOSYAL GİRİŞİMCİLİK DAVRANIŞ ÖNCÜLLERİ	44
1.3.1. Empati	45
1.3.2. Ahlaki Yükümlülük.....	46
1.3.3. Sosyal Girişimcilik Özyeterliği	46
1.3.4. Algılanan Sosyal Destek	47
1.4. SOSYAL GİRİŞİMCİLİK DENEYİMİ	47
1.5. SOSYAL GİRİŞİMCİLİK EĞİLİMİ	47
1.6. SÜRDÜRÜLEBİLİR TURİZM TUTUMU	48
1.6.1. Sürdürülebilir Turizm Tutumu Bileşenleri.....	51
1.6.1.1. Algılanan Turizm Etkileri.....	52
1.6.1.2. Beklenen Turizm Sürdürülebilirliği.....	54
1.6.2. Sürdürülebilir Turizm ve Sosyal Girişimcilik	55

İKİNCİ BÖLÜM
SOSYAL GİRİŞİMCİLİK VE SÜRDÜRÜLEBİLİR TURİZM: BİR KARMA
YÖNTEM ARAŞTIRMASI

2.1. ARAŞTIRMANIN AMACI VE PROBLEMİ	59
2.2. ARAŞTIRMANIN MODELİ VE TEORİK DAYANAKLARI	61
2.3. ARAŞTIRMA HİPOTEZLERİNİN GELİŞTİRİLMESİ.....	67
2.4. ARAŞTIRMANIN SINIRLILIKLARI.....	69
2.5. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ	70
2.5.1. Nicel Aşama Tasarımı	73
2.5.2. Nitel Aşama Tasarımı.....	74
2.5.3. Evren ve Örneklem.....	75
2.5.4. Veri Toplama Araçlarının Geliştirilmesi.....	77
2.5.5. Araştırmada Kullanılan Analiz Yöntemleri	78
2.5.5.1. Nicel Verilerin Analizi	78
2.5.5.2. Nitel Verilerin Analizi	82

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM
ANALİZ VE BULGULAR

3.1. NİCEL BULGULAR	84
3.1.1. Demografik ve İstihdam Değişkenlerine İlişkin Bulgular	84
3.1.2. Turizm Kavramı ve Sektörüne Yönelik Bulgular	86
3.1.3. Araştırma Değişkenlerine İlişkin Açıklayıcı Faktör Analizi ve Madde Analizi Sonuçları.....	88
3.1.3.1. Sosyal Girişimcilik Davranış Öncüllerine İlişkin Bulgular.....	88
3.1.3.2. Sürdürülebilir Turizm Tutumu Değişkenine İlişkin Bulgular	91
3.1.4. Araştırmada Kullanılan Ölçeklere İlişkin Aritmetik Ortalamalar	94
3.1.5. Ölçüm Modelinin Değerlendirilmesi	98
3.1.6. Yapısal Model Değerlendirmesi.....	101
3.1.7. Hipotez Testleri	104
3.2. NİTEL BULGULAR.....	105
3.2.1. Katılımcıların Empati, Ahlaki Yükümlülük, Sosyal Destek, Özyeterlik ve Sosyal Girişimcilik Algıları	106

3.2.2. Katılımcıların Turizmin Etkileri ve Sürdürülebilir Turizme Yönelik Algıları	121
SONUÇ VE ÖNERİLER.....	129
KAYNAKÇA	145
EKLER.....	172
EK 1. Sosyal Girişimcilik Davranış Öncülleri Kod Matrisi.....	172
EK 2. Sürdürülebilir Turizm Tutumu Kod Matrisi	173
EK 3. Sürdürülebilir Turizm Tutumu Kod Bulutu	174
EK 4. Sosyal Girişimcilik Davranış Öncülleri Kod Bulutu	175
EK 5. Anket Formu	176
EK 6. Yarı Yapılandırılmış Görüşme Soruları	178
EK 7. Nicel Aşama Saha Araştırması İzni	179
EK 8. Nitel Aşama Saha Araştırması İzni	180
ÖZGEÇMİŞ.....	181

ÖZET**DOKTORA TEZİ****SOSYAL GİRİŞİMCİLİK VE SÜRDÜRÜLEBİLİR TURİZM:
UZUNDERE ÖRNEĞİNDE BİR KARMA YÖNTEM ARAŞTIRMASI****Özgür ÇALKIN****Tez Danışman: Doç. Dr. Cem IŞIK****2021, 181 sayfa****Jüri: Doç Dr. Cem IŞIK (Danışman)****Prof. Dr. Atilla AKBABA****Prof. Dr. Ebru GÜNLÜ KÜÇÜKALTAN****Prof. Dr. Atılhan NAKTİYOK****Prof. Dr. Gökalp Nuri SELÇUK**

Sürdürülebilir turizmin sağlanmasına duyulan ihtiyaç her geçen gün farklı yönetim ve uygulamaların yaratılmasına sebep olmaktadır. Söz konusu uygulamalar arasında sosyal girişimciliğin etkisi günümüzde daha çok fark edilmeye başlamıştır. Artan ihtiyaç ve isteğe rağmen sürdürülebilir turizm ve sosyal girişimcilik olgularının bir arada ele alındığı çalışma sayısı kısıtlıdır. Bu bağlamda sosyal girişimcilik deneyimi, sosyal girişimcilik davranış öncülleri, sosyal girişimcilik eğilimi ve sürdürülebilir turizm tutumu kavramlarının birarada ele alınması bu araştırmanın amacını oluşturmaktadır. Araştırma amacı doğrultusunda karma araştırma yöntemlerinden sıralı açıklayıcı desen tercih edilmiştir. İki aşamadan oluşan araştırmanın nicel aşamasında anket tekniğiyle Uzundere sakinlerinden elde edilen 341 anketlik veri seti üzerinden kısmi en küçük kareler yapısal eşitlik modellemesi (KEKK-YEM) kullanılarak ölçüm modeli ve yapısal model değerlendirildikten sonra önyüklem prosedürü ile hipotezler test edilmiştir. Nitel aşamasında ise yerel yönetimler ve sivil toplum kuruluşu yöneticileriyle yapılan yarı yapılandırılmış görüşmeler sonucu elde edilen verilerle içerik analizi yapılmıştır. Verilerin analizinde SPSS 21, SMARTPLS 3 ve MAXQDA 2020 programları kullanılmıştır.

Araştırma sonuçlarına göre Uzundere sakinleri, yerel yönetimler ve sivil toplum kuruluşu yöneticilerinin sosyal girişimcilik eğilimlerinin oluşmasında sosyal girişimcilik deneyimi, sosyal girişimcilik davranış öncülleri ve sürdürülebilir turizm tutumlarının etkili olduğu ve Uzundere’de sosyal girişimcilik uygulamalarının gerçekleştirilmesine uygun bir potansiyelin olduğu tespit edilmiştir. Elde edilen sonuçlar doğrultusunda Uzundere’de sürdürülebilir turizmin sağlanmasında sosyal girişimciliğe yönelik faaliyetlerin gerçekleştirilmesi önerilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Sosyal Girişimcilik Deneyimi, Sosyal Girişimcilik Davranış Öncülleri, Sosyal Girişimcilik Eğilimi, Sürdürülebilir Turizm Tutumu, Sakin Şehir.

ABSTRACT**Ph. D. DISSERTATION****SOCIAL ENTREPRENEURSHIP AND SUSTAINABLE TOURISM: A MIXED
METHOD RESEARCH IN THE CASE OF UZUNDERE****Advisor: Assoc. Prof. Dr. Cem IŞIK****2021, 181 pages****Jury: Assoc. Prof. Dr. Cem IŞIK (Advisor)****Prof. Dr. Atilla AKBABA****Prof. Dr. Ebru GÜNLÜ KÜÇÜKALTAN****Prof. Dr. Atılhan NAKTİYOK****Prof. Dr. Gökalp Nuri SELÇUK**

The need for sustainable tourism leads to the creation of different management and practices every day. Among these practices, the effect of social entrepreneurship has begun to be noticed more today. Despite the increasing need and demand, the number of studies on sustainable tourism and social entrepreneurship is limited. In this context, the aim of this research is to consider the concepts of social entrepreneurship experience, social entrepreneurship antecedents, social entrepreneurship intention and sustainable tourism attitude together. For the purpose of the research, exploratory sequential design, one of the mixed research methods, was preferred. In the quantitative phase of the research, which consists of two stages, the measurement model and structural model were evaluated using the partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM) on the data set of 341 questionnaires obtained from the residents of Uzundere with the questionnaire technique, and then the hypotheses were tested with the bootstrap procedure. In the qualitative phase, content analysis was conducted with the data obtained as a result of semi-structured interviews with local governments and non-governmental organizations' managers. SPSS 21, SMARTPLS 3 and MAXQDA 2020 programs were used in the analysis of the data.

According to the results of the research, it has been determined that social entrepreneurship experience, social entrepreneurship antecedents and sustainable tourism attitudes are effective in the formation of social entrepreneurship intentions of Uzundere residents, local administrations and non-governmental organization managers and that there is a suitable potential for the realization of social entrepreneurship organisations in Uzundere. In line with the results obtained, it is recommended to carry out activities for social entrepreneurship in providing sustainable tourism in Uzundere.

Keywords: Social Entrepreneurship Experience, Social Entrepreneurship Antecedents, Social Entrepreneurship Intention, Sustainable Tourism Attitude, Slow City.

KISALTMALAR DİZİNİ

AH	Ahlaki Yükümlülük
AVE	Average Variance Extracted (Açıklanan Ortalama Varyans)
ATE	Algılanan Turizm Etkileri
AEF	Algılanan Ekonomik Fayda
ASD	Algılanan Sosyal Destek
ASM	Algılanan Sosyal Maliyet
BTS	Beklenen Turizm Sürdürülebilirliği
CR	Composite Reliability (Bileşik Güvenilirlik)
ÇS	Çevresel Sürdürülebilirlik
EM	Empati
HTMT	Heterotrait –Monotrait (Çoklu Boyut-Tekli Boyut Kriteri)
KEKK-YEM	Kısmi En Küçük Karalar Yapısal Eşitlik Yöntemi
OZ	Sosyal Girişimcilik Özyeterliği
Q ²	Tahmin Uygunluğu
R ²	Açıklanan Varyans
SGDEN	Sosyal Girişimcilik Deneyimi
SGDÖ	Sosyal Girişimcilik Davranış Öncülleri
SGE	Sosyal Girişimcilik Eğilimi
TME	Toplum Merkezli Ekonomi
TKME	Toplum Katılımını Maksimize Etme
VIF	Variance Inflation Factor (Varyans Büyütme Faktörü)
ZMS	Ziyaretçi Memnuniyeti Sağlama

TABLOLAR DİZİNİ

Tablo 1.1. Girişimciliğe İlişkin Teorik Yaklaşımlar	7
Tablo 3.1. Demografik Değişkenlere İlişkin Bulgular	84
Tablo 3.2. İstihdam Değişkenlerine İlişkin Bulgular	85
Tablo 3.3. “Turizm kavramı sizce ne ifade eder?” Çoklu Yanıt Sorusuna Verilen Yanıtlara İlişkin Bulgular.....	86
Tablo 3.4. Katılımcıların Görüş ve Öneriler Sorusuna Verdikleri Yanıtlara İlişkin Bulgular	87
Tablo 3.5. Sosyal Girişimcilik Davranış Öncülleri Ölçeğine İlişkin Madde Analizi.....	89
Tablo 3.6. Sosyal Girişimcilik Deneyimi ve Sosyal Girişimcilik Eğilimine İlişkin Madde Analizi	90
Tablo 3.7. Sosyal Girişimcilik Davranış Öncülleri Ölçeğine İlişkin Açıklayıcı Faktör Analizi.....	90
Tablo 3.8. Algılanan Turizm Etkilerine İlişkin Madde Analizi	91
Tablo 3.9. Algılanan Turizm Etkilerine İlişkin Açıklayıcı Faktör Analizi	92
Tablo 3.10. Beklenen Turizm Sürdürülebilirliğine İlişkin Madde Analizi	93
Tablo 3.11. Beklenen Turizm Sürdürülebilirliğine İlişkin Açıklayıcı Faktör Analizi ...	94
Tablo 3.12. Sosyal Girişimcilik Deneyimi ve Eğilimine İlişkin Aritmetik Ortalamalar.....	95
Tablo 3.13. Sosyal Girişimcilik Davranış Öncüllerine İlişkin Aritmetik Ortalamalar...	96
Tablo 3.14. Algılanan Turizm Etkilerine İlişkin Aritmetik Ortalamalar.....	97
Tablo 3.15. Beklenen Turizm Sürdürülebilirliğine İlişkin Aritmetik Ortalamalar	97
Tablo 3.16. Ölçüm Modelinin Geçerliliğine ve Güvenirliğine İlişkin Bulgular	99
Tablo 3.17. Fornell-Larcker Kriteri Değerleri.....	100
Tablo 3.18. HTMT Ayırt Edici Geçerlilik Sonuçları	101
Tablo 3.19. VIF Değerleri	101
Tablo 3.20. Yapısal Model R ² Değerleri	102
Tablo 3.21. Yapısal Model F ² Değerleri.....	103
Tablo 3.22. Önyükleme Yol Analizi Katsayıları.....	104
Tablo 3.23. Önyükleme Aracılık Analizi Sonuçları.....	104
Tablo 3.24. Hipotezlerin Kabulü veya Reddi.....	105

Tablo 3.25. Sosyal Girişimcilik Deneyimi, Eğilimi, Davranış Öncüleri ve Sürdürülebilir Turizm Tutumuna İlişkin Algılara Yönelik Elde Edilen Verilerin Bütünleştirilmesi.....	135
Tablo 3.26. Sosyal Girişimcilik Deneyimi Değişkenine İlişkin Elde Edilen Verilerin Bütünleştirilmesi.....	140



ŞEKİLLER DİZİNİ

Şekil 1.1. Girişimcinin Ekonomik Gelişmedeki Rolü.	5
Şekil 1.2. Sosyal Girişimcilik ve Sürdürülebilir Turizm Arasındaki Bağlantılar	56
Şekil 2.1. Planlı Davranış Modeli	62
Şekil 2.2. Araştırma Modeli.....	66
Şekil 2.3. Sıralı Açıklayıcı Desen için Görsel Model.....	72
Şekil 3.1. Ölçüm Modeli.....	99
Şekil 3.2. Yapısal Model.....	103
Şekil 3.3. Uzundere’de Gözlemlenen Sorunlar	106
Şekil 3.4. Sosyal Sorunlar	108
Şekil 3.5. Ekolojik Sorunlar.....	111
Şekil 3.6. Ekonomik Sorunlar	113
Şekil 3.7. Uzundere’deki Sorunların Çözümüne Yönelik Faaliyetler	114
Şekil 3.8. Uzundere’deki Sorunlara Yönelik Kamu Kurumlarının Gerçekleştirdiği Faaliyetler.....	115
Şekil 3.9. Uzundere’deki Sorunlara Yönelik Sivil Toplum Kuruluşlarının Gerçekleştirdiği Faaliyetler	116
Şekil 3.10. Geleceğe Yönelik Planlar	117
Şekil 3.11. Algılanan Sosyal Desteğe Yönelik Kategoriler.....	118
Şekil 3.12. Dezavantajlı Bireylere Yönelik His.....	119
Şekil 3.13. Dezavantajlı Bireylere Yardım Etme Motivasyonu Sağlayan Sebepler.....	120
Şekil 3.14. Turizmin Etkileri	122
Şekil 3.15. Sürdürülebilir Turizme Yönelik Tutuma İlişkin Oluşturulan Kategoriler..	124
Şekil 3.16. Uzundere’de Yapılması Önerilen Faaliyetler	126

TEŞEKKÜR

Günlük yaşamın içinde karşılaştığı sorunları yok saymak ya da geçiştirmek yerine onları çözmek için gayret eden, şartlarına aldırış etmeden daima devam eden ve bu sayede dünyaya bakış açımın gelişmesinde sarsılmaz bir tahta oturan anneme,

Eğitim hayatımın her aşamasında benden desteğini esirgemeyen kıymetli aileme; kan bağı olmadan da aile olmanın mümkün olduğunu bana hatırlatan arkadaşlarım ve ailelerine,

Doktora eğitimimle birlikte girişimcilik alanyazınıyla tanışmamı sağlayan, tez çalışmamın şekillenmesinde kapısını her çaldığımda bilgi ve deneyimlerini benimle paylaşan danışman hocam Doç. Dr. Cem IŞIK'a,

Görüş ve önerileriyle tezime katkılar sunan, savunma jürimdeki kıymetli hocalarım Prof. Dr. Ebru GÜNLÜ KÜÇÜKALTAN, Prof. Dr. Atılhan NAKTİYOK, Prof. Dr. Atilla AKBABA ve Prof. Dr. Gökalp NURİ SELÇUK'a,

Doktora eğitimim için geldiğim Atatürk Üniversitesi'ne, görev aldığım Turizm Fakültesi'nin akademik ve idari kadrosunda yer alan tüm çalışma arkadaşlarıma,

Saha araştırmamı yaptığım dönemde güler yüzü, samimiyeti ve misafirperverliğiyle gönlümü fetheden başta Fadime olmak üzere tüm Uzundere halkına,

Elimi taşın altına koymaya üşenmediğim sürece ortak paydalarda buluşabileceğime inandığım, dünyada olup bitenler karşısında kayıtsız kalmamayı şiar edinmiş her bir dünya vatandaşına şükranlarımı sunuyorum.

Erzurum -2021

Özgür ÇALKIN

GİRİŞ

1980'lere kadar turizm sektörünün büyümesi, planlı bir kalkınma hedefinin koordineli stratejilerinden ziyade değişen pazarlara uyum sağlamak ve yerel acil durumlara anlık çözümler üretmek yoluyla gerçekleşmiştir (Murphy, 1983). 2000'li yıllarla birlikte ise endüstriyel üretim ve tüketim modellerinin yaygınlaşması ve teknoloji alanındaki gelişmelerle birlikte düşük enerji maliyetleri ve artan harcanabilir gelirler seyahat hareketlerinin artmasına yol açmıştır (Pollock, 2015). Ucuz seyahat ve kitle turizmiyle birlikte turizmin her geçen gün artan bir hızla büyümesi refah eşitsizliği, kaynak kıtlığı, biyolojik çeşitliliğin kaybı (Sheldon, Pollock ve Daniele, 2017), arz kaynaklarının aşırı kullanımı, kalabalıklaşma, kirlilik, kötü çalışma koşulları gibi çeşitli sorunları beraberinde getirmiştir (Pollock, 2015; Sheldon vd., 2017). Turizmin olumsuz etkilerinin fark edilmesiyle birlikte bir afet mi yoksa bir lütuf mu olduğuna dair ortaya çıkan tartışmalar turizm gelişiminin bazen çekişmeli, bazen de yıkıcı bir hâl aldığını göstermektedir. Nitekim turizm kaynaklarının kullanımının turizmin gelişimini sağladığı gibi ev sahibi toplulukların turizmin olası etkilerine karşı hazırlıklı olmaması durumunda eski yaşam tarzlarının yıkılmasına ve mevcut ekonomilerin bozulmasına yol açtığı göz ardı edilemez bir gerçektir (Murphy, 1983).

Turizmin taşıdığı "bir dönüşüm ajanı olması" misyonu, nerede olursa olsun gelişimiyle birlikte toplumu ve çevresini değiştirmesini sağlamaktadır. Turizmin gelişimiyle birlikte gerçekleşen kalkınma, yerel kaynaklara yeni değerler kazandırarak sektöre doğrudan dâhil olsun ya da olmasın yerel halkın başarısında önemli bir faktör haline gelmektedir (Murphy, 1983). Bir taraftan özellikle yerel toplulukların ekonomik gelişimine katkıda bulunan turizmin öte yandan olumsuz etkilerinin de yaygınlaşmaya başlaması (Pollock, 2015), turizmin geçim kaynaklarının sürdürülebilirliği ve değerlendirilmesi konularının önemini ön plana çıkararak (De Lange ve Dodds, 2017) turizmin gelişimine yönelik alternatif yaklaşımların yolunu açmaktadır (Aquino, Lück ve Schänzel, 2018). Turizmin gelişimine yönelik alternatif bir yaklaşım olan sürdürülebilir turizm, geleneksel turizmin olumsuz etkilerine eleştirel bir bakış açısı sunmaktadır (Butler, 1999). Aynı zamanda turizmin, destinasyonların doğal, kültürel ve tarihi potansiyeli üzerindeki olumsuz etkilerinin ürün geliştirme, hizmet ve tanıtım faaliyetleri yoluyla (Ünsever, Yılmaz ve Arıkan, 2013) azaltılmasını sağlamakta ve bu sayede hem

turistlerin hem de turizm sektörünün mevcut ihtiyaçlarını karşılarken gelecek nesiller için refahı garanti etmeyi amaçlamaktadır (Butler, 1999).

Sürdürülebilir kalkınmanın sağlanmasında etkili bir itici güç konumunda olan diğer bir kavram ise girişimciliktir. Girişimcilik, hem ekonomik hem de toplumsal gelişimin temeli olan özelliğiyle II. Dünya Savaşı'nın sona ermesi ve sanayi ülkelerinin yeniden inşa edilme ihtiyacıyla birlikte, 1900'lerin ortalarında araştırmacıların odak noktası haline gelmeye başlamıştır. (Hoppe, 2016). Sınırlı maddi kaynakların kısıtladığı belirsiz bir çevrede faaliyet gösteren bireyin yenilikçilik özelliği ile ekonomik refahı artırma arayışı olarak tanımlanan girişimciliğin (Hwee Nga ve Shamuganathan, 2010), gelir dağılımını dengeleme, sermaye oluşturma, durgun ekonomileri harekete geçirme, ekonomik güvenliği sağlama, ekonomik büyümeyi hızlandırma ve işsizlik sorununu çözme gibi özelliklerinden dolayı ülkelerin ekonomik seviyelerinin gelişiminde büyük etkisi olmaktadır (Sondari, 2014). Ekonomik kalkınma ve büyümenin motoru, istihdamı artıran bir dizi faaliyetler bütünü olması özellikleriyle girişimcilik; riskleri üstlenerek, gerekli zamanı ve çabayı harcayarak değerli ve farklı bir şey yaratma süreci olarak da değerlendirilebilmektedir (Abu-Saifan, 2012).

Kabileler ve köyler arasındaki ticaret kadar eski bir geçmişe sahip olan ticari girişimcilik, istihdam ve yenileşim yoluyla toplumların ekonomik olarak kalkınmasında ve refaha erişmesinde itici bir güç konumuna sahiptir (Schumpeter, 1934). Kurumsal bağlama, ülkelerin ekonomik düzeyine, mevcut kurumsal yapı ve uygulamalara göre farklılık arz eden ticari girişimciliğin toplumsal sorunların sürdürülebilir bir şekilde ele alınması açısından etkili olduğu kanıtlanmamıştır (Alvord, Brown ve Letts, 2002). Bununla birlikte girişimciliğin, sadece ekonomik değer yaratan potansiyel bir rekabet avantajı kaynağı olmasıyla değil, aynı zamanda zor ve karmaşık sorunlara çözüm sunmasıyla da bilindiği yadsınamaz bir gerçektir (Drucker, 2007; Houppermans, 2010). Bu noktada yenilik ve yaratıcılık yoluyla da değer yaratan; ancak sadece ekonomik hedeflerden ziyade hem sosyal hem de ekonomik hedeflere odaklandıkları için ticari girişimcilerden farklı olan sosyal girişimciler ön plana çıkmaktadır (Seelos ve Mair, 2005).

Piyasa başarısızlıkları ya da piyasadaki mevcut eksiklikler sosyal girişimcilik açısından farklı girişimcilik fırsatları yaratmaktadır (Austin, Stevenson ve Wei-Skillern,

2006). Sosyal girişimciler, özellikle gelişmekte olan ülkelerde yenilikçi ve yaratıcı stratejileri ile sosyal sorunları yönetilebilir sorunlara dönüştürebilmektedir (Seelos ve Mair, 2005). Genel olarak nüfusun tamamından daha olumlu bir bakış açısına sahip olan sosyal girişimcilerin bağlamsal kısıtlamalar tarafından cesaretlerinin kırılma ihtimali ticari girişimcilere nazaran daha düşük olabilmektedir (Haugh, 2005). Hükümet ve piyasa yapılarının etkin bir şekilde geliştirilemediği gelişmekte olan ülkeler bağlamında, sosyal girişimciler, etkileyici bir ölçekte genişleyen ve büyüyen yenilikçi girişimlerle ortaya çıkmakta, çok çeşitli insani, sosyal, ekonomik ve kültürel sorunları ele alarak sürdürülebilir kalkınmayı da teşvik etmektedir (Seelos ve Mair, 2005). Benzer şekilde finansal sınırlılıklar, bürokrasi ve piyasanın esnek olmaması gibi çevresel bağlamlardaki kısıtlama ortamlarında da sosyal girişimcilik, kaynakları toplamada ve alt pazar fırsatlarının aktifleştirmesinde oldukça önemli bir rol üstlenmektedir (Haugh, 2005).

Girişimcilik, turizm alanında yiyecek-içecek satış noktaları, konaklama, tur operatörleri, mobil uygulama geliştiricileri, yerel faaliyetler gibi birçok alanda risk alabilen yaratıcı bireylere iş fırsatları sunmaktadır (Sheldon vd., 2017). Bununla birlikte girişimci etkisi olmayan destinasyonlar sadece ana akım turizm ürünlerini sunarak başarılı olabilmekte; ancak turizm potansiyellerinden tam olarak yararlanamamaktadır (Ateljevic ve Li, 2009). İklim değişikliği, insan hakları, yoksulluk, su ve doğal kaynakların bozulması gibi dünyanın en acil sorunları ile mücadelede küresel işbirliğine paralel olarak, şiddetle tavsiye edilen bir yol da, girişimcilik yoluyla daha sürdürülebilir iş uygulamalarına geçiş yapılmasıdır (Volkmann, Tokarski ve Ernst, 2012). Çevresel veya sürdürülebilirlikle ilgili kaygıların temelde sosyal kaygılar olduğu ölçüde, sosyal girişimcilik, az gelişmiş topluluklarda refah yaratmaktan, gıda kalitesini veya bulunabilirliğini iyileştirmeye, sürdürülebilir iş uygulamaları yoluyla çevrenin korunmasına kadar çok geniş bir yelpazeyi kapsayabilmektedir (Bornstein, 2004). Sosyal girişimciliğin bu yönüne bağlı olarak turizm sektörü, ticari girişimcilerin yanı sıra sektörde artan olumsuzluklarla beraber faaliyet gösteren kuruluşların çevresel ve sosyal olarak daha sorumlu olma baskısının hızla büyümesi (Pollock, 2015) ve kâr güdüsünü dünyayı daha iyi yönde değiştirme misyonuyla birleştirerek, sektörü ileriye taşımak ve dönüşüm yoluyla destinasyonları etkilemek amacı taşıyan sosyal girişimcilere sunduğu fırsatlarla olgunlaşmaktadır (Sheldon vd., 2017).

İnsanlar daha uzun yaşadıkça, sağlık hizmetlerindeki olanaklar geliştikçe, gelir dağılımları daha eşitsizleştikçe ve büyüyen ekonomik kalkınma sosyal destek için daha büyük beklentiler yarattıkça yeni sosyal ihtiyaçlar ortaya çıkmaktadır. Ancak devlet bütçeleri, özellikle sosyal mal ve hizmetlerin girişimci arzı için bir boşluk açan küresel mali ve ekonomik krizin sonuçlarıyla birlikte artan ihtiyaç ve beklentilere ayak uyduramamaktadır (OECD, 2010). Artan bu ihtiyaçları karşılama niteliğine sahip olan sosyal girişimcilik, sadece sosyal (Mair ve Marti, 2006; Kerr, 2007; Praszkie, Nowak ve Coleman, 2010; Houtbeckers, 2014) ve çevresel sorunlara (Kerr, 2007; Praszkie vd., 2010; Houtbeckers, 2014) çözüm aramakla sınırlı değildir; aynı zamanda mevcut sosyal ve çevresel koşulların korunması, iyileştirilmesi ve sürdürülmesi amacı da taşımaktadır (Yujuico, 2007; Zahra, Rawhouser, Bhawe, Neubaum ve Hayton, 2008; Rowshan ve Forouharfar, 2014). Bu yönüyle sosyal girişimciliğin turizmin sürdürülebilirliği ve kapasitesinin değerlendirilmesindeki etkisinin ve rolünün incelenmesi, araştırmacılar ve uygulayıcılar açısından bir ihtiyaç olarak görülmektedir (De Lange ve Dodds, 2017). Teorik yapının yanı sıra alanyazındaki bazı çalışmaların, bir sosyal girişim kurma niyeti gibi sosyal girişimcilik niyetinin öncülleri araştırılırken hem daha kapsamlı ve hipotez test eden araştırmalara (Hockerts, 2017) hem de daha farklı yöntemlerle ele alınmasına ilişkin çağrıları bulunmaktadır (Çelebi, Pınar ve Eriş, 2020). Bu bağlamda bu çalışmanın amacını sürdürülebilir turizm ve sosyal girişimciliğin bir arada ele alınması, ilişkilendirilmesi ve mevcut literatürdeki çağrılara bir yanıt verilmesi oluşturmaktadır.

Çevresel sorunların artması ve doğal kaynakların azalması gibi küresel düzeyde yaygınlaşmış problemlerle başa çıkmada, turizm destinasyonlarının sürdürülebilir turizmin yanı sıra benimsediği yaklaşımlardan biri de yavaş şehir hareketidir (Knox, 2005). Sürdürülebilir turizmin sağlanmasında gösterilen çabalar aynı zamanda yavaş şehirlerin gelişmesinde önemli rol oynamaktadır (Ünsever vd., 2013). Yavaş şehir hareketinin yerel toplulukların tarihini, doğal ortamını, sosyokültürel değerlerini ve ekonomik gelişimini inşa edip sürdürme özelliğine sahip olması, hem yerel çevrelerin sürdürülebilir gelişimi ile (Su, Chang ve Yeh, 2017) hem de turizm ve sürdürülebilir kalkınma ile doğrudan bağlantılı olduğunu göstermektedir (Ekinci, 2014). Bu bilgiler doğrultusunda bu araştırma kapsamında araştırma sahası olarak yavaş şehir özelliğine sahip olan Uzundere ilçesi tercih edilmiştir.

Turistik destinasyonlarda yerel düzeyde turizm planlamasının, genel kalkınma hedeflerine, yerel halk tarafından belirlenen önceliklere, yerel fırsatların bütünlüğünü ve kalitesini korumak için koordine edilen kamusal ve özel çabalara dayalı olarak yapılması mevcut ekonomik faaliyeti tamamlayan ve bu küçük izole topluluklar tarafından istenen yaşam biçimini koruyan turizm gelişimine yol açacağı umulmaktadır (Murphy, 1983). Söz konusu planlama ve geliştirme çalışmaları genellikle özel sektör atılımları, turizm trendleri, sivil toplum kuruluşlarının tutumu, hükümet ve yerel yönetimlerin kararları etkisinde gerçekleşmekte; bu süreçlerde yerel topluluklar kendi yaşam ve gelecekleri üzerinde çok az kontrol sahibi olabilmektedir (Pinel, 1998). Oysa ki turizmin desteklenmesi ve sürdürülebilirliğinin sağlanması açısından yerel toplulukların turizm planlama ve geliştirme süreçlerine katılımının sağlanmasıyla yaşadıkları bölge üzerinde söz sahibi olması oldukça önemlidir (Özdemir ve Kervankıran, 2011). Esasında bu farkındalıkla birlikte, turizmin gelişmekte olduğu bölgelerde yerel halkın turizme yönelik tutumunun belirlenmesi, yerel halkın turizmi desteklemediği durumlarda ortaya çıkan olumsuz şartların azaltılmasında önemli bir rol oynamaktadır (Sheldon ve Abenoja, 2001; Jackson, 2008). Bu bilgiler ışığında bu araştırmanın örneklemini Uzundere yerel halkı ile Uzundere’de faaliyet gösteren ve turizm kararlarında söz sahibi olduğu düşünülen yerel yönetim ve sivil toplum kuruluşu yöneticileri oluşturmaktadır.

Bu çalışmanın teorik temellerini Ajzen (1991) tarafından Gerekçeli Eylem Teorisi’ne dayalı olarak oluşturulan Planlı Davranış Teorisi oluşturmaktadır. Gerekçeli Eylem Teorisi’ne göre bireylerin iradeleri doğrultusunda gerçekleştirdiği davranışlarının belirleyicileri niyetlerdir. Niyetleri belirleyen faktörleri davranışa yönelik tutum ve sübjektif normlar oluşturmaktadır. Teoriye göre niyet, davranışlara yönelik tutumun, davranış sonuçlarının ve davranış sonuçlarının değerlendirilmesinde kullanılan inançların bir fonksiyonu olarak değerlendirilirken; sübjektif normlar ise normatif inançların bir fonksiyonu olarak konumlandırılmaktadır (Fishbein ve Ajzen, 1975). Gerekçeli Eylem Teorisi’nin devamı niteliğinde olan Planlı Davranış Teorisi, bireyin iradesi dışındaki davranışları irdelemektedir. Teoriye göre davranışlar sadece iradeyle gerçekleşmemekte, temelinde niyetler bulunmaktadır. Bireylerin davranışlarını belirleyen niyetleri açıklamada tutum, kişisel norm ve algılanan davranışsal kontrolden yararlanılmaktadır. Niyetlerin yanı sıra bireyin davranışlarının oluşmasında etkili olan arka plan faktörlerini ise bireysel (kişilik, duygular, zekâ, değerler, genel tutumlar ve deneyim), sosyal (eğitim,

yaş, cinsiyet, gelir, din, ırk, etnik köken, kültür) ve enformasyona (bilgi, deneyim, medya etkisi) yönelik faktörler oluşturmaktadır (Ajzen, 2005).

Bireylerin davranışlarını açıklamak ve tahmin etmek üzere tasarlanmış olan Planlı Davranış Teorisi, girişimcilik eğiliminin tespit edilmesinde de kullanılmakta ve girişimcilik niyetleri ve davranışlarının sağlam bir öngörücüsü olarak görülmektedir (Kautonen, van Gelderen ve Fink, 2015). Bu bilgiler ışığında bu çalışma kapsamında araştırma modeli oluşturulurken Ajzen (2005)'in Planlı Davranış Teorisi'nde önermiş olduğu yapıdan hareketle sosyal girişimcilik deneyimi arka plan faktörü olarak; algılanan turizm etkileri ve beklenen turizm sürdürülebilirliği tutum faktörü olarak; empati, davranışa yönelik tutumun temsili olarak; ahlaki yükümlülük sosyal normlar için bir temsil olarak; özyeterlik iç davranışsal kontrol için bir temsil olarak ve algılanan sosyal destek dış davranışsal kontrol için bir temsil olarak değerlendirilmiştir. Bu kapsamda turizm sektöründe uzun yıllardır öncelikli bir ihtiyaç olarak ele alınan sürdürülebilir turizmin ve sürdürülebilir turizme olan ihtiyacın giderilmesinde etkin olduğu düşünülen sosyal girişimciliğin bir arada incelenmesi amacı taşıyan bu araştırmanın yanıt aradığı temel soru "Sosyal girişimcilik, sürdürülebilir turizmin sağlanmasında etkili bir yol olarak algılanmakta mıdır?" olarak belirlenmiştir. Araştırmanın temel sorusu bağlamında oluşturulan alt sorular ise aşağıda sıralanmıştır:

1. Araştırmanın örneklemini oluşturan Uzundere sakinleri ile yerel yönetim ve sivil toplum kuruluşu yöneticilerinin sosyal girişimcilik deneyimleri ne düzeydedir?
2. Araştırmanın örneklemini oluşturan Uzundere sakinleri ile yerel yönetim ve sivil toplum kuruluşu yöneticilerinin sosyal girişimcilik eğilimleri ne düzeydedir?
3. Araştırmanın örneklemini oluşturan Uzundere sakinleri ile yerel yönetim ve sivil toplum kuruluşu yöneticilerinin sosyal girişimcilik davranış öncüllerine ilişkin (empati, ahlaki yükümlülük, özyeterlik, algılanan sosyal destek) algıları ne düzeydedir?
4. Araştırmanın örneklemini oluşturan Uzundere sakinleri ile yerel yönetim ve sivil toplum kuruluşu yöneticilerinin sürdürülebilir turizm tutumları ne düzeydedir?

5. Sosyal girişimcilik deneyimi turizmin etkilerinin algılanması üzerinde etkili midir?
6. Sosyal girişimcilik deneyimi beklenen turizm sürdürülebilirliğini etkilemekte midir?
7. Sosyal girişimcilik deneyimi sosyal girişimcilik davranış öncüllerini etkilemekte midir?
8. Algılanan turizm etkileri sosyal girişimcilik davranış öncüllerini etkilemekte midir?
9. Beklenen turizm sürdürülebilirliği sosyal girişimcilik davranış öncüllerini etkilemekte midir?
10. Sosyal girişimcilik davranış öncülleri sosyal girişimcilik eğiliminin oluşmasında etkili midir?
11. Sosyal girişimcilik deneyiminin sosyal girişimcilik eğilimi üzerindeki etkisinde algılan turizm etkileri ve sosyal girişimcilik davranış öncülleri aracı etkiye sahip midir?
12. Sosyal girişimcilik deneyiminin sosyal girişimcilik eğilimi üzerindeki etkisinde beklenen turizm sürdürülebilirliği ve sosyal girişimcilik davranış öncülleri aracı etkiye sahip midir?
13. Sosyal girişimcilik deneyimi, sürdürülebilir turizm tutumu ve sosyal girişimcilik davranış öncülleri sosyal girişimcilik eğiliminin oluşmasında etkili midir?
14. Araştırmanın örneklemini oluşturan Uzundere sakinleri ile yerel yönetim ve sivil toplum kuruluşu yöneticilerinin Uzundere’de sürdürülebilir turizmin sağlanmasında sosyal girişimciliği etkili bir yol olarak görmekte midir?

Planlı Davranış Teorisi’nden hareketle kurgulanan bu çalışmada karma araştırma yöntemlerinden sıralı açıklayıcı desen tercih edilmiştir. Karma araştırma yönteminde nicel ve nitel araştırma yaklaşımları bir arada kullanılarak birden fazla bakış açısıyla tüm bulguların bütünleştirilmesi amaçlanmaktadır (Teddlie ve Tashakkori, 2015). Bu bağlamda Greene, Caracelli ve Graham (1989) ve Giannakaki (2005)’nin karma araştırma yöntemi tercih edilirken dikkate alınmasını önerdiği gerekçeler göz önünde bulundurulmuştur. Çalışma, nicel yöntemle başlatılan araştırmanın bulguları, saha gözlemleri ve alanyazının yeniden gözden geçirilmesi ve yeni araştırma soruları

hazırlanıp nitel yöntemin de eklenerek araştırmanın karma yöntemle dönüştürülmesi yönüyle gelişim gerekçesine; her iki yöntemde de aynı olgular ve aynı teorik yapıdan faydalanılması yönüyle üçgenleme gerekçesine uygunluk arz etmektedir. Ayrıca nitel aşamada elde edilen bulguların nicel aşamada elde edilen bulguları açıklaması ve detaylandırmada kullanılması da araştırmanın söz konusu karma yöntem gerekçelerinden olan genişletmeye uygunluk arz ettiğini göstermektedir.

Sıralı açıklayıcı karma desende genel olarak nicel veri toplama, veri toplama sürecinin ana yönünü temsil etmekte ve ilk sırada gelmektedir. Araştırmacı, çalışma amacına, nicel ve nitel araştırma sorularının kapsamına ve her aşamanın özel tasarımına bağlı olarak nitel veri toplama ve analizine ya da her ikisine öncelik verebilmektedir (Morgan, 1998). Diğer taraftan öncelik kararı, araştırmacının ilgi alanına, çalışmanın hedef kitlesine ve araştırmacının çalışmada vurgulamak istediği şeye bağlı olarak da alınabilmektedir (Creswell, 2003). Bu bilgiler doğrultusunda iki aşamadan oluşan sıralı açıklayıcı karma desenin ilk aşamasında nicel yöntemden faydalanılmış, kolayda örnekleme tekniğiyle Uzundere sakinlerinin konuyla ilgili tutum ve eğilimlerini tespit etmek amacıyla anket uygulanmıştır. Bu kapsamda değişkenler arasındaki ilişki ve etki yollarını göstermek amacıyla bir model geliştirilmiştir. Araştırma sahasından elde edilen veriler SPSS 20 programı aracılığıyla analize hazırlanmış, tanımlayıcı istatistikler çıkarılmıştır. Araştırma modeline bağlı olarak oluşturulan ölçüm modeli ve hipotez testleri SMART PLS 3 programı kullanılarak kısmi en küçük kareler yapısal eşitlik modellemesi (KEKK-YEM) ve ön yükleme (bootstrapping) yöntemiyle gerçekleştirilmiştir.

Araştırmanın ikinci aşamasında ise nitel araştırma yöntemlerinden fenomenoloji deseninden faydalanılmıştır. Fenomenoloji, felsefi olarak gerçekliğin, onları deneyimleyen bireylerin algılarına bağlı olarak oluştuğunu kabul etmekte ve olay ve durumları anlamının yolunun onların nasıl deneyimlendiğinin araştırılmasının gerekliliğine bağlamaktadır. Fenomenolojide bireylerin farkında olduğu halde ayrıntılı ve derin bir anlayışa sahip olmadığı olay ve durumlara odaklanılmaktadır (Husserl, 2012). Bu kapsamda amaçta örnekleme tekniğinden faydalanılarak Uzundere'ye ilişkin turizm kararlarında söz sahibi olduğu düşünülen yerel yönetimler ve sivil toplum kuruluşu yöneticileriyle yarı yapılandırılmış görüşmeler yapılmıştır. Görüşmelerden elde edilen verilerle içerik analizi yapılmıştır. Son olarak her iki aşamada yapılan analizlerden elde

edilen bulgulara dayalı olarak bütünlleştirilmiş sonuçlar yazılmış ve öneriler geliştirilmiştir.

Üç bölümden oluşan araştırmada, birinci bölümde kavramsal çerçeveye yer verilmiş, girişimcilik konusunda genel bir bilgilendirme yapıldıktan sonra araştırma değişkenleri tanıtılmıştır. Çalışmanın ikinci bölümünde araştırmanın amacı, problemi, yöntemi, araştırmada kullanılan veri toplama araçları, veri analizi yöntemleri, araştırma modeli ve hipotezlerinin sunulduğu yöntem aşaması yer almaktadır. Araştırma kapsamında yapılan analizlerden elde edilen nicel ve nitel bulgular üçüncü bölümde ele alınmış, sonuç, çalışmanın alanyazına katkısı, tartışma ve öneriler konularına ise son bölümde yer verilmiştir.



BİRİNCİ BÖLÜM

KAVRAMSAL ÇERÇEVE

1.1. GİRİŞİMCİLİK KAVRAMI

Sosyal bilimlerde herhangi bir kavram analiz edilirken bilim insanları arasında yaygın olarak kullanılan net bir tanımdan yararlanılır. Hébert ve Link (2006), bu çalışmaya konu olan girişimcilik kavramının tanımlarının pek çoğunun girişimciliği oluşturduğunu (yönetici, yüklenici, firma sahibi, sermaye tedarikçisi, sektör lideri) ancak mutlak girişimci olmadığını ifade etmektedir. Peki bu durumda girişimcilik nasıl tanımlanır? Bu noktada girişimcilik olgusunun açıklanmasına yönelik üç farklı bakış açısı dikkati çekmektedir. İlk olarak girişimciliğin, ekonomide üretim faktörlerini organize eden, aktif olarak yenilenmeye ve değişime katkıda bulunan bireyler ve organizasyonlarla (yeni, eski, büyük, küçük) ilgili olduğu; mevcut bir dengeyi yıkan Schumpeterian girişimciliği ya da ekonomiyi dengeye doğru hareket ettiren Kirznerci girişimciliği bu kapsamda değerlendirilmektedir (Henrekson, 2007).

Girişimciliğin ilişkilendirildiği ikinci bir bakış açısı, kendi iradesiyle bu işlevi yerine getirmeye karar verebilen belirli bireyler tarafından gerçekleştirilen bir faaliyet olması yönündedir. Böyle yapmayı tercih ettikleri göz önüne alındığında toplumsal bakış açısında, girişimcilerin gerçekleştirdiği faaliyetler verimli, verimsiz hatta yıkıcı olarak değerlendirilebilmektedir (Baumol, 1990). Üçüncü olarak; kendi kendine hizmet eden araçlar olma misyonuyla, yüksek özel getiriye yol açacak olan girişimsel işlevi yerine getiren bireyler girişimci olarak görülmektedir (Henrekson, 2007). Yıldırım (2013) ise girişimciliğin genel anlamda iki farklı şekilde ele alındığını öne sürmektedir. Araştırmacıya göre girişimcilik, bir yandan üretim faktörlerinin bir araya getirilip mal ve hizmetin üretildiği, pazarlandığı ekonomik, hukuki ve teknik organizasyonlar olarak açıklanırken diğer bakış açısında ise işletme kurmak maksadıyla bireylerin sarf ettikleri çabalar ve katlandıkları zorluklar olarak tanımlanmaktadır.

Etimolojik olarak girişim, Fransızca “entreprende” ve Almanca “unternehmen” sözcüklerinden türetilen ve üstlenmek anlamına gelen bir kavramdır (Carton, Hofer ve Meeks, 1998). Türk Dil Kurumu (2020)’na göre ise bir işe girişme, teşebbüs anlamı

taşımaktadır (sozluk.gov.tr). İlk kez 17. yüzyılda Fransız askeri terminolojisinde kullanılan girişimci kavramı, uzun askeri yolculuklara rehberlik eden kişiyi anlatmakta kullanılmıştır. Alanyazında ise ilk kez İrlandalı ekonomist Richard Cantillon (1987) tarafından ortaya konmuş ve fırsatları değerlendirmek için risk üstlenen kişi olarak ifade edilmiştir.

Girişimciliğin kökeni, işlevi ve niteliği konularında ekonomi tabanlı geniş bir alanyazın bulunmaktadır (Parker, 2004). Girişimcilik, bireyden ülke düzeyine farklı analiz seviyelerini kapsayan ve tam olarak açıklanamamış çok boyutlu bir kavram olarak değerlendirilmekte; ekonomi, sosyoloji, psikoloji, yönetim (Wennekers ve Thurik, 1999), finans, tarih ve antropoloji gibi pek çok disiplinde verimli bir şekilde araştırılabilmektedir (Low ve MacMillan, 1988). Ekonomi alanyazınında, Say (1832) ve Schumpeter (1934)'in girişimcileri ekonomik ilerlemenin arkasındaki hızlandırıcılar ve yenilikçiler olarak tanımlayan geleneği bir temel olarak yer bulmuştur (Dees, 2001). Her ne kadar olguyla ilgi çok geniş bir alanyazın olsa da ortak bir tanımın yapılamamasındaki temel sorun, araştırmacıların yapmış oldukları tanımlamalarda girişimciliğin bir yönünü yakalamasına rağmen bütün resmin yakalayamamış olmasıdır (Low ve MacMillan, 1988).

Girişimcilik, değişim yönetimi, yenileşim, teknolojik ve çevresel boşluk, yeni ürün geliştirme, küçük işletme yönetimi, bireysellik ve endüstri evrimi gibi birbirine yakın ve birbiriyle örtüşen karmaşık yapıların iç içe geçmesiyle ortaya çıkan çok katmanlı bir kavramdır (Low ve MacMillan, 1988). Ortak söylemde girişimci olmak bir iş kurmakla ilgilidir; fakat bu, çok zengin bir tarihe sahip ve çok daha önemli anlamları olan terimin üstünkörü bir ifadesidir (Dees, 2001). Girişimci, ekonomik analiz konusunu oluşturan en zor ve en ilgi çekici karakterlerden biridir. Uzun zaman firma davranışını belirleyen hiyerarşinin tepesi olarak kabul edilmiş ve böylece serbest girişim toplumunun dinamikliği için ağır bir sorumluluk taşımıştır. Açıkça tanımlanmış bir formu ve işlevi olmayan, gölgede kalmış bir kavram olmasına rağmen klasik iktisatçıların kaynaklarında sıkça rastlanan bir kavram olmuştur (Baumol, 1968). Girişimcilik kavramı sadece halk arasında değil akademik pek çok çalışmada da iş sahipliği ve yeni işletme kurma ile özdeşleştirilmektedir (İraz, 2010). Yenilik yapma, değer yaratma, risk alma, fırsat arayışı içinde olma, kâr elde etme, kaynakları bir araya getirme gibi aşamalardan oluşan girişimcilikle ilgili olgular, yeni kurulan bir işletmede olabileceği gibi mevcut bir işletmede de gerçekleştirilebilmektedir (Kraus, 2013).

Dees (2001) girişimcileri; spesifik olarak yeni ve daha iyi şeyler yapmanın yollarını bularak, ekonomik ilerlemeyi teşvik eden girişimlerde bulunan bireyler olarak tanımlayarak girişimcilerin değer yaratan yönlerine vurgu yapmaktadır. Shane ve Venkataraman (2000)'a göre girişimcilik, mal ve hizmetlerin keşfedilmesi, değerlendirilmesi ve tanıtılması, örgütlenme biçimleri, piyasalar, süreçler ve daha önce yapılmamış şeylerin ortaya çıkarılması için fırsatların yakalanmasıdır. Girişimcilik olgusu, Küçükaltan (2009) tarafından ise üretim, pazarlama, yönetim ve finansman alanında etkin bir koordinasyon sağlama becerisi olarak ifade edilmektedir.

Gerber (2015), iş kuran herkesin içinde fiilen girişimci, yönetici ve teknisyen olmak üzere üç insanı taşıdığını vurgulamaktadır. Girişimciler, bilinmeyenle ilgilenen, olasılıklardan olanaklar yaratan, kaosları uyuma çeviren, geleceği kurcalayan, içimizdeki vizyon sahibi kişilerdir. Özdevecioğlu ve Karaca (2015) girişimciliği, yaratıcılık ve yenilik yoluyla riskin makul düzeyde göze alındığı, ticari kâr elde etmeyi ve toplumsal fayda yaratmayı aynı potada eritip benimseyen bir değer oluşturma süreci olarak tanımlamaktadır. De Lange ve Dodds (2017), girişimciliğin sosyal güdümlü olsun veya olmasın bir fırsat arayışı ve ister sosyal ister ekonomik değere dayalı yenilik olduğunu belirterek kavramın yeniliği içermesi yönüne işaret etmektedir.

İlgili alanyazın incelendiğinde girişimcilik kavramı tanımlanırken yenileşim, risk alma, yaratıcılık (Filion, 2011; Döm, 2017; Güney, 2017), değer yaratma, liderlik, ekonomik sistemin dinamosu, fırsatları tanıma, eylem odaklılık, değişim öncüsü olma (Filion, 2011), dinamiklik, esneklik, gelişim odaklı olma gibi unsurların sıklıkla kullanıldığı görülmektedir (Güney, 2017). Mevcut tanımlamalardan hareketle girişimcilik kavramının araştırmacılar tarafından farklı bakış açılarıyla ele alındığı ve kavramın sürekli değişen ve gelişen bir niteliğe sahip olduğu söylenebilir.

1.1.1. Girişimciliğin Önemi

1990'lı yıllardan günümüze küreselleşmenin tüm dünyada etkinliğini arttırması sonucu, rekabet yoğun bir ortamın oluşması ve işletmelerin farklı faaliyet alanlarına girmesi, girişimciliğin önemini ve işlevini arttırmakta; (Küçükaltan, 2009) bireylerin girişimci davranış sergileyerek değer yaratmaları da başarının, büyümenin ve sürdürülebilir rekabet avantajı elde etmenin itici bir gücü haline gelmektedir (Kraus,

2013). Nitekim, ilgili alanyazında ekonomilerin yapıtaşları olan girişimciler ile ekonomik istikrar, büyüme ve refah kavramları birarada ele alınmaktadır (Özdevecioğlu ve Karaca, 2015).

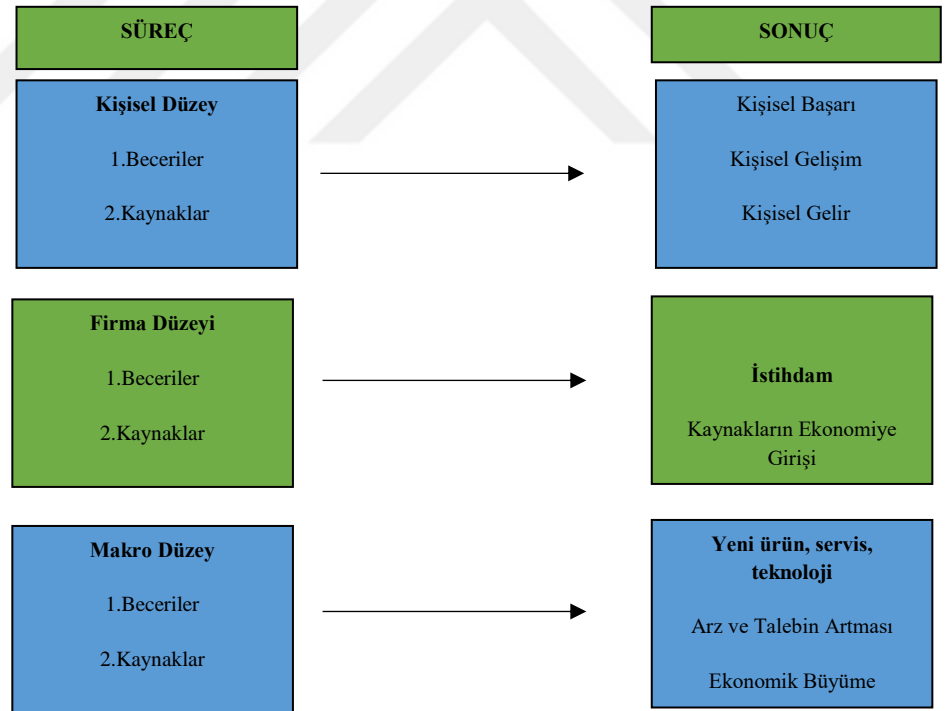
Girişimcinin merkezi faaliyet alanı, psikolojik yönleri, eğitimin toplumsal değişkenleri, aile gibi arka plan faktörleri ve iş geliştirmeyi mümkün kılan faktörlere çevresel düzeyde odaklanarak ya da ekonomik, sosyal ve kültürel açıdan analiz ederek bireysel veya grup seviyesinde iş yaratımıdır (Cuervo, Ribeiro ve Roig, 2007). Yeni iş alanları üretip, yenilikler katarak ekonomide rekabet gücünü artırma yoluyla ülkenin dünya ekonomisindeki yerini belirleyen girişimciliği, (Özdevecioğlu ve Karaca, 2015) bir döneme kadar sadece Schumpeter (1934) ve kısmen de Knight (1921) hayata aktarmış ve kavrama atfedilen önemle orantılı olarak belirli bir faaliyet alanını kavrama tahsis etmiştir. Bir sektörde düşüşler yaşanması, girişimcinin yokluğuna bağlanmakta ve ödemeler dengesindeki krizler de benzer şekilde tartışılmaktadır. Böylece hem mikro hem de makro problemlerin analizinde girişimci, önemli bir yer tutmaktadır. Girişimci, başrolde olsun veya olmasın, küçük bir karakter olmadan pratikte yer alan bir özelliğe sahiptir (Baumol, 1968).

Küçükaltan (2009) milli gelir, ekonomik büyüme, istihdam gibi ülke ekonomilerinde önem arz eden makro ekonomik parametrelerin, girişimcilik faaliyetlerinin etkinliğinin artırılması ve teşvikiyle paralellik taşıdığını vurgulamaktadır. Piyasadaki rekabet baskısını arttırmak yoluyla, diğer firmaların etkinliklerini ve verimliliklerini iyileştirmeye ve yenilik yapmaya zorlayan girişimcilerin elde ettikleri başarı topluma yeni ve farklı iş olanakları ve refah sağlarken, tüketicilere de çeşitlilik sunmaktadır (İraz, 2010). Girişimcilik, işletmeler açısından da çeşitli keşifler, buluşlar, yenilikler, ürünler ve süreçlerin olgunlaştığı bir zemindir (Balachandran ve Sakthivelan, 2013).

Girişimcilik düzeyinin artmasıyla gerçekleşen ekonomik büyüme girişimciliğin genel kabulünü güçlendirmiş (Tutar, Altınkaynak ve Terzi, 2017), birçok ülkede girişimciliğin teşvik edilmesinin devlet politikası haline getirilmesine yol açmıştır. İşsizlik sorununun artması, birtakım çevresel ve toplumsal sorunları çözmeye yönelik girişimcilik anlayışı sergilenerek toplumun menfaatine hizmet eden girişimlerin daha fazla itibar görmesi, girişim sayılarının artmasıyla birlikte rekabet ortamının oluşması

yine girişimciliğe verilen önemin artmasının sebepleri arasındadır (Döm, 2017; Tutar vd., 2017).

Ball (2005), girişimciliğin önemli olmasının başka nedenleri arasında kişisel gelişim için veya sosyal problemleri çözmek için bir araç olarak rol oynamasını saymaktadır. Nitekim bireyin kendini gerçekleştirme, bağımsız olma ve bağımsız çalışma gibi üst düzey ihtiyaçları, bireyi risk almaya ve girişimci olmaya teşvik etmektedir (Döm, 2017). Bu düşünceye paralel olarak Güney (2017), girişimcilerin ekonomideki rolünü kişisel düzey, firma düzeyi ve makro düzeyde olmak üzere üç farklı süreç olarak ele almıştır (bkz. Şekil 1.1.). Kişisel düzeyde beceriler, kaynaklar, motivasyon ve isteklere bağlı olarak gelişen girişimcilik süreci, kişisel başarı, kişisel gelişim, kişisel gelir ve bireysel tatmin sağlayarak sonuçlanabilmektedir. Aynı koşullarda firma düzeyinde gerçekleşen girişimcilik süreci, kaynakların ekonomiye girişini sağlayarak istihdama katkıda bulunurken, ekonomide arz ve talebin artması ve büyüme yoluyla yeni ürün, servis ve teknolojilerde de iyileşmeler sağlamaktadır.



Şekil 1.1. Girişimcinin Ekonomik Gelişmedeki Rolü (Güney, 2017).

Şu ana dek ele alınan çalışmalarda, girişimciliğin önemine ilişkin fikirlerin ortak noktası; ekonomik büyümeye katkı sağlaması, işsizlik sorununa alternatif çözümler

sunması, ulusal ve uluslararası arenada rekabet avantajı elde etmede etkili olması, bireylerin kişisel başarı sağlayarak kendilerini gerçekleştirmelerinde ve kişisel tatmin sağlamalarında etkin bir rol üstlenmesi olarak sıralanabilir.

1.1.2. Girişimcilik Teorileri

Girişimcilik kavramı, geçmişten günümüze çeşitli yaklaşımlarla ele alınmakta ve bu yaklaşımlar ortak bir mirası ve dili paylaşıyorlar da karşıladığı gereksinimler ve algılanış biçimleriyle işlevsel açıdan girişimciliğin farklı yönlerine işaret etmektedir (Nooteboom, 1993). Özellikle 1980'lerde, durgunluk döneminde enflasyonun yaşanması ve yüksek işsizlik oranları, arz yönlü ekonomiye ve bunun altında yatan faktörlere yeniden bir ilgi oluşmasına neden olmuştur. Bireylerin, kararlarını ekonomik büyüme içinde toplanan eylem türlerine nasıl dönüştürdükleri, bu noktada az bilinen bir durum haline gelmiştir. Bu durum 1980'ler ve 1990'larla birlikte, küçük işletmelerin yeniden canlanması ve girişimciliğin dirilmesi gibi iki olguya dikkat çekilmesine yol açmaktadır (Wennekers ve Thurik, 1999).

Girişimciliğin üstlendiği tarihsel işlevselliği, her geçen gün öneminin de artmasını sağlamıştır. Bilgi toplumunda ekonomik arenada temel unsur olan girişimcilik kavramının, sanayi toplumundaki kapitalist, sermayedar, iş insanlığı ve patron gibi kavramlardan ayrı tutulması ve kavramın, insan unsurunun risk alma ve piyasalaşma boyutlarıyla ekonomik değer yaratma özelliğinin ön plana çıkarılması gerekmektedir (Karadal, 2016; Güney, 2017). Girişimcilik kavramının birarada kullanıldığı kavramlarla olan farklılıklarının ve gelişiminin anlaşılması açısından kavrama ilişkin teorik yaklaşımların bilinmesi önem arz etmektedir. Girişimciliğe ilişkin teorik yaklaşımlar, Veciana (2007) tarafından ekonomik, psikolojik, sosyokültürel ve yönetsel olarak kategorize edilmiştir (bkz. Tablo 1.1.). Araştırmacının bu yaklaşımları incelediği mikro düzey bireysel, mezo düzey grup, makro düzey ise ülke ve küresel düzeyde girişimciliği işaret etmek için kullanılmıştır.

Tablo 1.1. Girişimciliğe İlişkin Teorik Yaklaşımlar

	ANALİZ DÜZEYİ	EKONOMİK YAKLAŞIM	PSİKOLOJİK YAKLAŞIM	SOSYO-KÜLTÜREL YAKLAŞIM	YÖNETİMSEL YAKLAŞIM
MİKRO (Bireysel Düzey)	*Üretim faktörlerinden biri olarak girişimcilik fonksiyonu (1832) *Girişimsel kâr teorisi (1927) *Belirsizlik altında meslek seçimi teorisi (1978)		*Kişisel özellikler teorisi (1936) *Psikodinamik teori	*Marjinalleştirme Teorisi (1970) *Rol teorisi *Ağ teorisi (1954)	*Leibenstein'in x-verimlilik teorisi (1968) *Girişimcinin davranış teorisi
MEZO (Grup Düzeyi)	*İşlem maliyet teorisi (1937)			*Kuluçka teorisi *Evrin teorisi	
MAKRO (Küresel-Ülke Düzeyi)	*Schumpeter'in ekonomik gelişme kuramı (1932) *İç kaynaklı bölgesel kalkınma teorisi (1986)		*Kirzner'in girişimci teorisi (1973)	*Weber'in ekonomik kalkınma teorisi (1905) *Sosyal değişim teorisi (1992) *Nüfus ekolojisi teorisi (1977) *Kurumsal teori	

Kaynak: (Veciana, 1995-1999).

- Girişimcilik ekonomik yaklaşımlar çerçevesinde mikro düzeyde *üretim faktörlerinden biri olarak, girişimsel kâr teorisi ve belirsizlik altında meslek seçimi teorisi* olarak ele alınmaktadır. Alfred Marshall, toprak, sermaye ve işgücü ile birlikte girişimciliği yeni bir rekabet gücü faktörü olarak değerlendirmektedir. (Veciana 1995-2007). 18. yüzyıla gelindiğinde Fransız ekonomist Jean Baptiste Say (1767-1832) girişimciyi, ekonomik kaynakları yüksek verimlilik alanlarına kaydıran kişi olarak tanımlamaktadır (Dees, 2001). Girişimcinin üretim faktörlerinden biri olma işlevi temel olarak, insan ihtiyaçlarını karşılamak için hangi ürünün üretileceğine karar vermek; gerekli üretim araçlarına (maddi araçlar, sermaye ve emek) karar vermek ve bunları elde etmek; genel üretim planını oluşturmak veya üretim faktörlerinin en uygun kombinasyonuna karar vermek; tüm üretim ve pazarlama sürecini yönetmek ve süreçle ilişkili riskleri üstlenmek gibi kriterlerden oluşmaktadır (Veciana 1995-1999). Girişimci, üretim faktörlerini yönetip kâr elde ederek ekonomik sistemin merkezinde yer edinmektedir (Drucker, 2007).

Girişimci kâr teorisinde, girişimciliğin risk alma yönüne vurgu yapılmaktadır (Cantillon, 1987; Knight, 1921 gibi). Nitekim Drucker (2007), girişimcilerin tüm ekonomik faaliyetlerde olduğu gibi sermayeye ihtiyaçları olsa da kapitalist, yatırımcı ya da işveren olmadıklarını ifade etmekte; ekonomik bir faaliyette bulunan herkes gibi risk aldıklarını belirtmektedir. *Belirsizlik altında meslek seçme kuramında* ise belirli kişilerin ücretli bir işte çalışmayı tercih ederken, belirli kişilerin ise neden girişimci olmayı tercih ettikleri irdelenmektedir. Lucas (1978), bireylerin doğuştan gelen yetenekleri açısından farklılık gösterdiklerini ve girişimciliği tercih ettiklerini vurgulamıştır. Knight (1921), belirsizlikle karşı karşıya olan girişimcinin kendine güven, yargı, cesaretli bir doğa, öngörü ve şans gibi belirli özelliklere sahip olması gerektiğini ifade etmektedir. Knight (1921)'in bu konudaki önemli katkılarından biri de bireylerin bir çalışan ya da girişimci olma kararının, her sektörde riske göre belirlenmiş göreceli karşılıklarının olduğunu tespit etmesidir.

Ekonomik yaklaşımlar çerçevesinde mezo düzeyde ele alınan *işlem maliyeti teorisi*, işlem maliyetleri temelinde yeni firmaların yaratılmasını açıklamaya çalışmaktadır. Yeni firmaların oluşturulması, yeni girişimcilik fikrinin veya projenin satışı ve hibrit formların ortaya çıkması, işlem maliyetleri teorisinin bireysel ve kurumsal düzeyde firmaların yaratılmasını açıklayan varsayımlarıdır (Dew, Velamuri ve Venkataraman, 2004).

Ekonomik yaklaşımlar çerçevesinde makro düzeyde yer alan *ekonomik gelişme teorisi*, ünlü ekonomist Joseph Schumpeter'in, girişimciliğin yenileşim gerektirdiğine ve girişimcinin yeni şeyler yapmaktan veya yapılmakta olan şeyleri yeni bir yolla yapmaktan sorumlu olduğuna ilişkin düşüncesine dayanmaktadır. Schumpeter (1934)'e göre, ekonomik kalkınmanın bir faktörü olarak yeni firmaların yaratılması, üretken faktörlerin yeni bir kombinasyonunu gerçekleştiren girişimcinin davranışına bağlıdır. Günümüze yakın dönemlerde girişimciyi piyasa faaliyetlerinin koordinatörü olarak gören Baumol (1993) da ekonomik gelişme teorisine katkıda bulunmuştur. Romer (1986)'in geliştirdiği *iç kaynaklı bölgesel kalkınma teorisi* ise girişimciliğin yayılma etkisine dayanmaktadır. Buna göre her yeni yatırım, yatırımı yapan şirket dışında bir yaygınlaştırma etkisi yaratmaktadır. Bu bilgi yayılımı, belirli bir sektördeki ve bölgedeki firmaların fiziksel ve beşeri sermaye ile Ar-Ge yatırımları yapmalarını sağlayıp üretkenliğini artırarak içsel büyümeyi sürdürmeye zemin hazırlamaktadır (Veciana, 2007).

- 1970’li yıllarda başlayan ve radikal nitelikteki *psikolojik yaklaşımlar* teorisi, *mikro düzeyde* kişisel özellikler teorisi ve psikodinamik teori olarak ele alınmaktadır. *Kişilik özellikleri* teorisine göre yeni bir girişim kurmaya karar veren kişinin, nüfusun geri kalanından ve başarılı olan girişimcilerin daha az başarılı olanlardan farklı bir psikolojik profili bulunmaktadır. Başarılı girişimciler için karar verebilme, azim ve deneyim gibi özellikler kıt kaynaklardan kâr elde etmelerini sağlayan kişisel özelliklerdir. Ayrıca bir girişimcinin başarılı olması için bu özelliklerin hepsinin en azından belirli bir düzeyde, aynı anda bir arada olması gerekmektedir (Veciana, 1989). Cuervo vd., (2007)’ye göre bireylerin girişimci olarak incelenmesi, onların durumlarını açıklayan kişisel özellikler, psikolojik profil (başarıya olan gereksinim, kontrol etme kapasitesi, belirsizlik toleransı ve risk alma eğilimi) ve psikolojik olmayan (eğitim, deneyim, ağlar, aile gibi) değişkenlerin analiz edilmesini gerektirmektedir.

Girişimcilik teorisini, ekonomik büyümeyi teşvik etmek amacıyla gerçekleştirilen kamu terfi uygulamalarına adapte eden ilk kişi olan McClelland (1965), bireylerin psikolojik ihtiyaçlarını yakın ilişkiler kurma ihtiyacı, güç elde etme ihtiyacı ve başarıma ihtiyacı olarak üç genel başlıkta ele almaktadır. Her birey farklı kombinasyonlarda olmakla birlikte bu ihtiyaçlara sahiptir ve bunlarla belirli bir yönde davranmaktadır (Döm, 2017). Bir girişimcide bulunması gereken kişilik özellikleri, Marangoz (2018) tarafından ise hayalcilik, yenilik ve yaratıcılık, bağlılık ve azim, hırslılık ve kararlılık, iyimserlik, kendine güven, fırsat yönelimi, başarı ihtiyacı, vizyon, içsel kontrol odağı, belirsizliğe karşı tolerans, risk almak, strese karşı dayanıklılık, planlama, liderlik ve kendi geleceğine yön verme olarak sıralanmaktadır.

Akademide ve uygulamada çok fazla yer edinemeyen *psikodinamik teori*, girişimcilik tarzının potansiyel bir tehlike taşıdığı varsayımına dayanmaktadır. Girişimcinin çatışmalarının doğası ve kendine özgü liderlik tarzı başlangıçta işletme açısından yararlı olsa da mevcut tarzında ısrarcı olması, işletmeyi kurumsallaştırmayı ya da karar verme modellerini reddetmesi ve çevresel dinamizme ve rekabete uyum sağlayamamasının işletmenin yıkımına da yol açabileceği düşünülmektedir (De Vries, 1977).

Kirzner (1973)'in girişimci kuramı, *psikolojik yaklaşım* çerçevesinde *makro düzeyde* ele alınmaktadır. Kirzner (1973), girişimciyi iş fırsatlarına karşı uyanık olan kişi olarak tanımlamakta, girişimcinin arz ve talebin eşleşmesini kolaylaştırdığını, piyasadaki kusurlu ve dengesiz durumları dengeye doğru iteceğini vurgulamaktadır. Girişimcinin ekonomide oynadığı önemli rolü de ifade etmesine rağmen Kirzner (1973)'in girişimcinin uyanıklığı ve kişisel yeteneğine olan vurgusu, bu yaklaşımı psikolojik yaklaşımlar içerisinde değerlendirmeye sebep olmuştur.

- Girişimciliğe ilişkin teorik yaklaşımların üçüncüsü olan *sosyo-kültürel yaklaşımlar* çerçevesinde *mikro düzeyde marjinalleştirme teorisi, rol teorisi ve ağ teorisi* bulunmaktadır. *Marjinalleştirme teorisine* göre, belirli bir sosyal sistemin çevresindeki uyumsuz bireyler (dini, kültürel, etnik, göçmen azınlık grupları veya işsizler) girişimci olabilmektedir. Bu bireylerin marjinal sosyal konumları itici bir güçtür ve girişimciliği onlar için özellikle çekici bir alternatif haline getiren psikolojik etkilere sahiptir. Kendi girişimini yaratmak, sadece bir ticari anlaşma elde etme imkânı değil, aynı zamanda sosyal ödüller ve takdir anlamına da gelmektedir. Yeni firma yaratma oranının belirli coğrafi bölgelerde diğerlerine nazaran daha yüksek olmasının nedenlerini açıklamaya çalışan *rol teorisi*, bu durumu girişimcilik kültürüyle açıklamaktadır. Buna göre girişimcilerin var olduğu aile ortamlarında yeni girişimcilerin ortaya çıkma ihtimali daha yüksektir (Veciana, 2007).

Sosyo-kültürel yaklaşımlar, mezo düzeyde ağ teorisi, kuluçka teorisi ve evrim teorisi olarak ele alınmaktadır. *Ağ teorisi*, girişimcilik işlevinin bir sosyal ilişkiler ağında meydana geldiği ve geliştiği fikrine dayanmaktadır. Yeni girişimlerin ihtiyaç duyduğu kaynaklar ve fırsatlar arasındaki etkileşim, bilginin geçişi, ürün ve hizmet alışverişi ve normatif nitelikleri içermektedir. İlişkilerin düzeyi, sıklığı ve karşılıklılığına bağlı olarak girişimci, tedarikçiler, müşteriler, bankalar, kamu veya özel kurumlar ile aile üyeleri ve arkadaşlar arasında güçlü veya zayıf bağlar oluşmaktadır (Veciana, 2007). Sosyal ağlardaki ilişkiler; işbirliği, rekabet ve agresif etkileşimler gibi zıtlık içeren sosyal davranışları da temsil edebilmektedir. Bu tür etkileşimler destekleyici ya da saldırgan bir yapıyla sonuçlanabilmektedir (Krause, Croft ve James, 2007).

Kuluçka teorisine göre, belirli kuruluşların (sanayi kuruluşları, araştırma merkezleri veya üniversiteler) varlığı, yalnızca belirli bir bölgedeki yeni firma oluşumlarının sayısını değil, aynı zamanda özelliklerini de belirlemektedir (Veciana, 2007). Ekonomik gelişme ve değişimi açıklama amacını güden *evrim teorisinin* temel kaygısı ise firma davranış kalıplarının ve piyasa sonuçlarının zaman içinde müştereken belirlendiği dinamik süreçtir. Evrimsel yaklaşımlarını “neo-Schumpeterci” olarak adlandıran Nelson ve Winter (1982)’e göre organizasyonlar sabit bir ortamda kendi kendini idame etme görevlerinde tipik olarak aynı şeyin daha fazlasına yönelik büyük bir değişim içindedirler. Kasıtlı seçimlerden ziyade üretim, reklam, işe alma, işten çıkarma ve yenileşim rutinleri organizasyonun işleyişini büyük ölçüde belirlemektedir.

Sosyo-kültürel yaklaşımların makro düzeyde kapsadığı teoriler Weber’in ekonomik kalkınma teorisi, sosyal değişim teorisi, nüfus ekolojisi teorisi ve kurumsal teoridir. Girişimcilik olgusunu sosyo-kültürel bir perspektiften ele alan ve inceleyen ilk yazar, Max Weber (1905)’e göre kapitalist girişimcinin davranışı dini inançlar tarafından güçlü bir şekilde şartlandırılmıştır. *Weber’in ekonomik kalkınma kuramı* Cochran (1960)’ın araştırmasında kültürel faktörlerin ekonomik kalkınmanın motoru olarak girişimci davranış üzerinde büyük bir etkisi olduğu bulgusuyla desteklenmektedir.

Sosyal değişim teorisinin temel varsayımı sosyal özelliklerin girişimci ruhun temel belirleyicisi olduğudur (Veciana, 2007). Teoriye göre taraflar bir defaya mahsus değiş tokuş yapmaktan ziyade karşılıklı çıkarlara hizmet etmek için nispeten istikrarlı, uzun vadeli ilişkilere girmekte ve bu ilişkileri sürdürmektedir. Bir sosyal değiş tokuş, iki aktörün birbirine ekonomik veya sosyo-duygusal açıdan değerli bir şey vermesi karşılığında değerli bir şey almasıyla oluşur. Ödüllendirilen davranışlar veya faaliyetler olumlu sonuçlar yaratır ve bunların tekrarlanması muhtemeldir (Blau, 2017).

Nüfus ekolojisi teorisi, çevrenin yeni örgütsel formların veya işletmelerin doğumunu, büyümesini ve ölümünü belirlediği temel varsayımıyla temellendirilmektedir. Teori, biyolojiden ilham alarak sosyoloji alanında geliştirilmiştir. Benzer kavramları belirtmek için farklı terimler kullanmasına rağmen, ekonomik analiz ile güçlü bir ilişkisi bulunmaktadır. Bu teorinin temel amaçlarından biri, yeni kuruluşlardaki çeşitliliğe neden olan ve açıklayan çevresel faktörlerin neler olduğunu belirlemektir (Veciana, 2007). *Kurumsal teoride* ise çevresel faktörlerin girişimcilik üzerindeki etkisi araştırılmaktadır.

Kurumlar, insanların etkileşimini şekillendirmek için tasarladıkları her türlü kısıtlamayı içermektedir. Başkalarıyla kurulan günlük etkileşimlerde, ister aile içinde, ister dış sosyal ilişkilerde veya iş faaliyetlerinde olsun, yönetim yapısı resmi kuralların etkisiyle ortaya çıkan davranış kuralları, davranış normları ve gelenekler gibi gayri resmi kurallar tarafından ezici bir şekilde yönlendirilmektedir (North, 1990).

- Girişimcilik teorilerinin incelendiği son yaklaşım olan *yönetimsel yaklaşım* mikro düzeyde Leibenstein'in X-Verimlilik Teorisi (1968) ve girişimcinin davranış teorisinden oluşmaktadır. Yeni firma oluşumunda girişimcinin rolünü ve görevini yönetimsel bir perspektiften açıklayan ilk teori olan *Leibenstein'in X-Verimlilik teorisi* girdiler ve çıktılar pazarlanabildiği ve fiyatları bilindiği sürece girdileri çıktılara dönüştüren faaliyetlerin kârının tahmin edilebileceği düşüncesine dayanmaktadır. Buna göre başarılı olmak isteyen girişimcilerin piyasa boşluklarını doldurması, farklı pazarları birbirine bağlaması, tamamlayıcı ve bağlayıcı bir rol üstlenmesi gerekmektedir (Leibenstein, 1968).

Girişimcinin davranış teorisi, girişimci potansiyeli olan bireylere rehberlik edebilmeleri açısından girişimcinin davranışlarını tanımlamayı, açıklamayı ve geliştirmeyi amaçlamaktadır. Bu teoriye göre psikolojik özellikler, girişimcinin kişiliğinin değiştirilmesi imkânsız veya zor bir parçası olarak kabul edilirken, davranışın öğrenilebilen becerilere veya yeteneklere dayandığına inanılmaktadır (Veciana, 2007). Girişimciler değişimi liderlik, motivasyon, krizleri çözme ve risk alma gibi yetenekleri sayesinde gerçekleştirmektedir (Parker, 2004). Drucker (2007), bazı araştırmacılara göre girişimciliğin bir kişilik özelliği olmadığını belirtmektedir. Bu görüşte, karar vermeye yüzleşen her insanın girişimci olmayı ve girişimci davranmayı öğrenebileceği vurgulanmaktadır. Girişimcilik bu durumda kişilik özelliğinden ziyade bir davranış biçimidir ve temelinde sezgiden ziyade kavramsal teori yatmaktadır.

Entelektüel tarih boyunca girişimcinin pek çok yüz edindiği ve farklı roller üstlendiği görülmektedir. Bu noktada Hébert ve Link (1989), ekonomi alanyazınında yer alan temaları statik ve dinamik roller olarak kategorize etmiştir. Girişimcinin finansal sermayenin tedarikçisi, yönetici, denetçi, işletmenin sahibi, üretim faktörlerinin bir işvereni olması gibi nitelendirmeleri statik; belirsizlikle ilgili risk üstlenen kişi, yenilikçi, karar verici, endüstriyel lider, ekonomik kaynakların düzenleyicisi ya da koordinatörü,

yüklenici, ara bulucu ve kaynakları alternatif kullanımlara ayıran kişi gibi nitelikleri ise dinamik rollerini temsil etmektedir. Araştırmacılara göre statik bir dünyada belirsizlik ve değişimin yokluğu, eylemleri sadece hâlihazırda öğrenilmiş şeylerden ibaret kılmakta ve geçmişte uygulanmış prosedürlerin tekrarını uygulayan girişimci, pasif bir unsur hâline gelmektedir. Dinamik girişimcilik teorileri statik olanlara nazaran daha eylemsel bir yapıya sahip olduğundan girişimci dirençli bir figür haline gelebilmektedir.

1.1.3. Turizm ve Girişimcilik

Alanyazın incelendiğinde girişimcilerin davranışları, dinamikleri ve türlerini anlama ihtiyacının evrimleştiği görülmektedir (Hurley, 1999). Bu çerçevede girişimcilik, farklı şekillerde sınıflandırılmıştır. Schaper (2002)'a göre girişimcilik geleneksel girişimcilik, işletme girişimciliği ve sosyal girişimcilik olmak üzere üç türe ayrılmaktadır. Top (2006) ise girişimciliğin organize olma, ortaya çıkma, şekillenme ve icra edilme türlerine göre sınıflandırılmakla birlikte daha çok düşünsel, durumsal, eylemsel ve organize olma biçimlerine göre incelendiğini belirtmektedir. P. Dacin, M. Dacin ve Matear (2010) yaptıkları çalışmada girişimciliği geleneksel, kurumsal, kültürel ve sosyal girişimcilik olmak üzere dört grupta ele almaktadır. Bu çalışmada girişimcilik alanyazınında birbirinden bağımsız olarak irdelenen girişimcilik türleri dikkate alınmaktadır. Bu bağlamda yaygın olarak kullanılan kurumsal girişimcilik, iç girişimcilik, ekogirişimcilik, etnik girişimcilik, kadın girişimciliği, etik girişimcilik, girişimci girişimciliği, stratejik girişimcilik, bilgi girişimciliği, sanat girişimciliği, göçmen girişimciliği, küresel girişimcilik, teknoloji girişimciliği, sanal girişimcilik, spor girişimciliği, yenilikçi girişimcilik ve sosyal girişimciliğin genel anlamda başlıca girişimcilik türlerini oluşturduğu kabul edilmektedir. Kapsamı turizm alanıyla sınırlı olduğundan çalışmanın bu kısmında sadece turizm sektöründe yaygın olarak karşılaşılan girişimcilik türlerine yer verilecektir.

Morrison (2006), mevcut ve başlangıç aşamasında olan girişimcilerin kendi sosyal ve iş çevrelerinde farklı şekillerde ortaya çıktıklarını vurgulamaktadır. Bu bağlamda araştırmacı, turizm sektöründe sıklıkla karşılaşılan girişimcilik türlerini çift girişimciliği, etnik girişimcilik, kadın girişimciliği, iç girişimcilik, yaşam tarzı girişimciliği, mikro girişimcilik, portföy girişimciliği, seri girişimcilik ve sosyal girişimcilik olarak tespit etmiştir.

Çift girişimciliği, iş ve aile sorumluluklarını daha etkili yöneten ortaklaşa bir iş sahibi olan ve evli veya evli olmayan çiftler olarak tanımlanmaktadır. (Smith, 2000). Bir çiftin, bir şaraphanenin yönetimine tamamlayıcı beceri ve kaynaklarla katkıda bulunmaları çift girişimciliğine bir örnektir (Morrison, 2006). Etnik girişimcilik, genellikle etnik iş pazarlarında faaliyet gösteren, etnik azınlık gruplarından gelen girişimcilerin oluşturduğu sosyal ve ticari iş sistemleridir. Etnik girişimcilik, aile kurumunu korumak için turizm pazarına aile istihdamı aracılığıyla hizmet veren çoklu kuşak olarak da anılmaktadır (Basu, 2004).

Kurum içi girişimcilerin mevcut bir kuruluş adına yenilikler yapması iç girişimcilik olarak değerlendirilmektedir. Geleneksel girişimcilerden farklı olarak iç girişimciler, özerklik, risk türü ve beklenen ödüller açısından bir dizi başka farklılıklar yaratmaktadırlar (Carrier, 1997). İç girişimciliğe zemin hazırlayan yapıları ve değerleri besleyen ve iç girişimcilik yönelimleri olan şirketler, bu tür özelliklere sahip olmayan kuruluşlardan daha fazla büyüme eğilimindedir (Antoncic ve Hisrich, 2001). Geleneksel bir otel işletmesinde çalışan ikinci nesil bir aile üyesinin işletmeyi, yeniden yapılandırma stratejisini benimseyen bir konaklama işletmesine dönüştürmesi iç girişimciliğe örnektir (Morrison, 2006).

Balachandran ve Sakthivelan (2013), yaşam tarzı girişimcileri, kişisel ilgi alanlarını ve yeteneklerini kendi geçimini sağlama becerisiyle birleştirerek tutkularını kâr elde etme kaygısının önüne koyan kişiler olarak tanımlamaktadır. Yaşam tarzı girişimcileri belirli bir ilgisi, tutkusu, yeteneği veya bilgisi olan bir alanda uzun vadeli, sürdürülebilir ve uygulanabilir bir yaşam sağlamak için işini geliştirmeyi ve büyütmeyi amaçlayan bir iş modelini kasıtlı olarak seçmektedir. Morrison (2006), tüm yıl boyunca çalışan bir kayak hocasının tatil yapacağı dönemde inzivaya çekilmek yerine işletmede çalışmasını yaşam tarzı girişimciliğine bir örnek olarak göstermektedir. Nitekim yaşam tarzı girişimcilerinin sahip olduğu ortak hedefler arasında sevdikleri bir şeyi yaparak geçimini sağlamak ve serbest çalışmayı kolaylaştıracak şekilde geçimini sağlamak, iyi bir iş-yaşam dengesi sağlamak yer almaktadır (Balachandran ve Sakthivelan, 2013).

Morrison (2006), konaklama işletmelerinin aile ortamını anımsatan kahvaltı dahil konaklama sunmalarını mikro; turizm işletmelerinde konaklama ve faaliyetler açısından çeşitlendirme yapılmasını portföy girişimciliği; seyahat pazarlaması olgusu yeniden

tanımlanırken geleneksel bir sokak satıcısından seyahat.com'a; sonra dot.com'a dönüşmesini seri girişimcilik örneği olarak değerlendirmektedir. Araştırmacının tespit ettiği girişimcilik türlerinin yanı sıra günümüzde eko girişimcilik, kırsal turizm girişimciliği, turizm girişimciliği, sürdürülebilir girişimcilik, doğa temelli turizm girişimciliği, tarım turizmi girişimciliği gibi girişimcilik türlerinin de turizm alanyazınında yer edindiği görülmektedir (Işık, Günlü Küçükaltan, Çelebi, Çalkın, Enser ve Çelik 2019).

Drucker (2007)'ın "*İnsan doğadaki bir şey için bir kullanım bulana ve böylece ona ekonomik değer bahşedene kadar kaynak diye bir şey yoktur. O zamana kadar her bitki bir ot ve her mineral sadece başka bir kayadır*" söylemi Koh ve Hatten (2002) tarafından turizm girişimcileri açısından yorumlanmıştır. Turizmde başarılı olma hedefi taşıyan bir toplumun turizminin gelişmesinde, o toplumun kişiliği olma özelliğine sahip turizm girişimcilerinin yokluğunda, bir topluluğun su kaynakları turizm kaynağı olarak değil, belki de doğal çöplükler olarak görülebilir; dağlar manzara noktaları veya potansiyel kayak alanları değil, doğal engellerdir; flora ve fauna korunmaya değer yaban hayatı değil, doğal besin kaynaklarıdır ve tarihi eserler kültürel bir miras değil, geçmiş dönemlerin terkedilmiş halleridir.

Yukarıda verilen bilgilerden hareketle girişimciliğin kavramsal olarak sürekli gelişen ve değişen yapısına paralel olarak uygulamada da dönüşüm sağlayan dinamiklere sahip olduğu söylenebilir. Bu bakımdan turizm sektörünün kendine has özellikleri arasında yer alan ve gelişim ve değişime yönelik duyarlılığını temsil eden dinamiklik özelliği, girişimcilik ekosistemi açısından da öne çıkan bir niteliğe sahiptir. Bu ortak payda temelinde bireylere iş fırsatları sağlama potansiyeline sahip olan turizm sektörünün ilerleyebilmesi ve kaynaklarının daha etkin ve verimli bir biçimde kullanılabilmesi açısından girişimcilerin kritik önem arz ettiği yadsınamaz bir gerçektir.

1.2. SOSYAL GİRİŞİMCİLİK KAVRAMI

Ekonomik kalkınma için büyük bir güç olan girişimciliğin (Schumpeter, 1934) önemli olmasının nedenleri arasında sosyal problemleri çözmek için bir araç olarak rol oynaması da yer almaktadır (Ball, 2005). Girişimcilerin sahip olduğu kişisel kâr güdüsü, özel girişime ve sosyal refaha güç veren merkezi araçtır, bu yüzden girişimciler sadece

ekonomi açısından değil, aynı zamanda sosyal olarak da toplum piramidinin tepesinde bulunmaktadır (Schumpeter, 2002). Sosyal refah perspektifinden bakıldığında, özellikle kişisel amaçlara ulaşma sürecinde girişimciler yeni pazarlar, yeni endüstriler, yeni teknoloji, yeni kurumsal biçimler, yeni işler yoluyla üretken davranmakta ve sosyal refahı artıran bir misyon üstlenmekte (Venkataraman, 1997), kalkınmanın, sosyal gelişmenin ve ekonomik büyümenin temelini oluşturmaktadır (Özdevecioğlu ve Cingöz, 2009).

Yalnızca ekonomik hayatın değil sosyal hayatın da değişimini sağlayarak harekete geçiren bir olgu olan girişimcilik, toplumdaki dezavantajlı grupların konumlarını güçlendiren, akademik ilerlemede farklı bir dinamik oluşturan, sanat yaşamını zenginleştiren, çevre problemlerine çözümler arayan çok boyutlu bir kavramdır (Özdevecioğlu ve Karaca, 2015). Bu noktada son zamanlarda girişimciliğin önemli bir yönünü oluşturan sosyal girişimciliğin (Ball, 2005) hem ekonomik hem de sosyal refaha katkıda bulunmada önemli bir rol üstlendiği fark edilmektedir (Dees, 2001; Harding, 2004). Bu nedenle sosyal girişimcilik, hem gelişmiş ülkeler hem de gelişmekte olan ülkeler açısından oldukça önemli görülmekte (Yujuico, 2007); bu önemi sosyal girişimciliğin son yıllarda özellikle toplumsal değişimle ilişkili olarak çeşitli gelenekler ve bağlamlarda kendine daha geniş bir yer edinmesini sağlamaktadır (Biddulph, 2018).

Hem teorik hem de pratik anlamda kabul gören girişimcilik, çok gelişmiş ve olgunlaşmış bir alan olsa da (Rahim ve Mohtar, 2015) bir alt kategorisi olan sosyal girişimcilikle ilgili tarihsel süreç irdelendiğinde sosyal girişimciliğin kısmen yeni bir kavram olduğu (Dees, 2001; Pollock, 2015; Rahim ve Mohtar, 2015) ve akademik platformda henüz rağbet görüyor olmasına rağmen olgu olarak yeni olmadığı dikkat çekmektedir. Her zaman sosyal girişimciler olmuştur ancak sosyal girişimcilik tabiri ile nitelendirilmemişlerdir (Dees, 2001). Sosyal girişimcilikle ilgili terimler ilk kez 1960'lar ve 1970'lerde sosyal değişim alanyazınında kullanılmıştır (Pollock, 2015; Sheldon vd., 2017). 1970'ler ve 80'ler arası dönemde mevcut sosyal sorunları çözme misyonuna sahip sosyal işletme dalgası, takip eden yıllar içerisinde toplulukların yeniden geliştirilmesi, azınlık desteği, çevrenin korunması gibi sosyal sorunları ele alan (Tanimoto, 2008) ve artan toplumsal eşitsizliğe bir yanıt veren yaygın bir kullanım alanı edinmiştir (Pollock, 2015; Sheldon vd., 2017). 1990'larda ise sosyal girişimcilik gelişmekte olan toplumlarda çevre sorunları, yoksulluk, insan hakları ihlalleri, işsizlik gibi küresel sosyal sorunları ve

nasıl sürdürülebilir bir yapı inşa edileceğine dair soruları gündeme getirmiştir (Tanimoto, 2008).

Sosyal girişimcilik alanyazını incelendiğinde, kavramın evrensel olarak kabul edilmiş tutarlı ve standart bir tanımının olmadığına sürekli olarak vurgu yapıldığı görülmektedir (Seelos ve Mair, 2005; Short, Moss ve Lumpkin, 2009; Volkmann vd., 2012; Gordon, 2015). Kavramın ortak bir tanıma kavuşamamasının nedenleri arasında yeterli bir eleştirel anlayışın olmaması (Dees, 2001), pratik düzeyde önemli ölçüde gelişmesine rağmen teorik düzeyde yeterince gelişmemiş olması (Abu-Saifan, 2012), araştırmalarda çoğunlukla tanımlamalara odaklanması (P. Dacin vd., 2010), sosyal girişimcilik açısından önemli görülen sosyal değer terimi ile ekonomik değer arasındaki ikilemin sosyal girişimciliğe yönelik öznel değerlendirmeler yapılmasını engellemesi (Santos, 2012), araştırma alanlarının ekonomi, girişimcilik, sosyoloji, psikoloji (M. Dacin, P. Dacin ve Tracey, 2011; Volkmann vd., 2012), siyaset bilimi ve antropoloji gibi farklı disiplinlerde ortaya çıkması yer almaktadır (M. Dacin vd., 2011). Tüm bu nedenler, kavramın ortak bir tanımının olmamasının yanı sıra, yapılan tanımların da zayıf olmasına ve diğer çalışma alanlarıyla olan sınırlarının belirsiz ve bulanık kalmasına sebep olmuştur (Mair ve Marti 2006; Abu-Saifan, 2012).

Her geçen gün biraz daha popülerlik kazanan sosyal girişimcilik kavramı (Dees, 2001; Abu-Saifan, 2012), farklı insanlar için farklı şeyler ifade etmektedir (Dees, 2001). Sosyal girişimciliği tanımlamak, yeni organizasyonlar ve iş modelleri tasarlamak, inşa etme, başlatma ve sürdürme ile ilgili riskleri alan bireylerin ve grupların motivasyonlarını takdir etmeyi gerektirmektedir (Zahra, Gedajlovic, Neubaum ve Shulman, 2009). Kavramın tanımlanmasında kahraman girişimci örneklerine dayalı anlatım mantığı; işe dayalı ideal tip organizasyon modelleri ve toplumsal değerlere ve sosyal adalete dayalı mantıktan faydalanılmaktadır (Nicholls, 2010). Sosyal girişimciliğin tek bir tanımını araştırmak, farklı biçimlerinin ortaya çıktığı tarihsel gelenekleri ve ayrı amaçları göz ardı etmeye sebep olacaktır (Gordon, 2015). Bu bakış açısından hareketle sosyal girişimcilikle ilgili alanyazının oluşturulmasında kilit rol oynayan küresel kuruluşlar, iş liderleri ve araştırmacıların fikirlerine ağırlık verilerek sosyal girişimcilik kavramının tanımlarına aşağıda yer verilecektir.

Sosyal girişimcilik terimi ilk kez 1972'de, Joseph Banks'ın sosyal sorunları sürdürülebilir çözümlerle ele almak ve yönetim becerilerini kullanma ihtiyacını tanımlamak için yazdığı "The Sociology of Social Movements" adlı çığır açan çalışmasında kullanılmıştır (El Ebrashi, 2013). Takip eden süreçte kavramın alanyazına kazandırılmasında Bill Drayton (1980) etkili olmuştur. Küresel düzeyde sosyal girişimciliği destekleyen ilk kuruluş olan Ashoka Vakfı'nın kurucusu Drayton, kavramı tanımlarken, sosyal girişimciliğin sektörlere ve topluma kazandırdığı sistemik değişimlere odaklanmaktadır: "*Sosyal girişimciler sadece bir balık vermek ya da balık tutmayı öğretmekle yetinmezler; balıkçılık endüstrisini dönüştürmedikçe dinlenmezler*" (www.ashoka.org). Sosyal girişimcilik alanında tanınmış bir diğer uluslararası kuruluş olan Skoll Vakfı ise sosyal girişimcileri statükoyu bozan ve dünyayı daha iyi bir yer hâline getiren yeniliklerin yaratıcıları ve toplumun değişim ajanları olarak tanımlamaktadır (www.skoll.org).

Kavramın ilk tanımlarında sosyal girişimciliği destekleyen küresel kuruluş ve vakıfların yanı sıra Charles Leadbeater (1997) gibi iş fikri liderleri etkili olmuştur. Leadbeater (1997), sosyal girişimciliği dezavantajlı bir grubun faydası için sosyal amaçları yerine getirirken girişimci davranışı kullanmak olarak tanımlamaktadır. Söz konusu girişimciler, insanlar, bina, ekipman gibi yetersiz kullanılan kaynakları belirlemekte ve karşılanmamış sosyal ihtiyaçları karşılamak için bunları kullanmanın yollarını bulmaktadırlar.

Seelos ve Mair (2005), bu olguyu yeni kaynaklar bularak bunları farklı şekillerde birleştirip toplum için sosyal değer yaratma çabası olarak değerlendirmekte ve sosyal girişimciliğin sosyal sorunları çözmeye misyonuna vurgu yapmaktadır. Austin vd., (2006), sosyal girişimciliği, kâr amacı gütmeyen kuruluşlar, iş dünyası ve devlet sektörleri içinde veya genelinde meydana gelebilecek yenilikçi ve sosyal değer yaratan faaliyetler olarak tanımlayarak, sosyal girişimciliğin sektörler içerisindeki konumunu gündeme getirmiştir.

Austin vd. (2006), sosyal girişimciliği sivil toplum kuruluşları, işletme veya kamu sektörü içinde gerçekleşebilen yenilikçi, sosyal değer yaratan faaliyetler olarak nitelendirmektedir. Tüm girişimcilik faaliyetlerinin istihdam yaratarak, yeniliği teşvik ederek ve vergi geliri oluşturarak belirli bir miktarda sosyal değer yarattığını belirten Mair ve Marti (2006), sosyal girişimcilik kavramının aslında genel girişimcilikten ayrılmaz

yönüne işaret ederken Haugh (2005), sosyal girişimciliği, girişimcilerin eşzamanlı olarak ekonomik, sosyal ve çevresel hedeflerin peşinde koşması olarak tanımlayarak sosyal girişimciliğin sadece sosyal odaklı olmadığını ve çok yönlü bir doğası olduğunu ortaya koymaktadır.

Mair ve Marti (2006), sosyal girişimciliği sosyal değişimi hızlandırmak ve sosyal ihtiyaçları ele almak için kaynakların yenilikçi kullanımı ve kombinasyonunu içeren fırsatların kovalandığı bir süreç olarak ifade etmektedir. Benzer şekilde Zahra vd. (2009)'a göre sosyal girişimcilik, yeni girişimler yaratarak veya mevcut organizasyonları yenilikçi bir şekilde yöneterek sosyal refahı artırmak amacıyla fırsatları keşfetmek, tanımlamak ve kullanmak için üstlenilen faaliyetleri ve süreçleri kapsamaktadır. Süreç yaklaşımını benimseyen Wang, Yuen, Wong ve Li (2020), sosyal girişimciliği ekonomik, sosyal ve çevresel sürdürülebilir kalkınma hedeflerini gerçekleştirirken mevcut kaynakların yenilikçi kullanımının söz konusu olduğu bir girişimcilik süreci olarak tanımlamaktadır. Balachandran ve Sakthivelan (2013) sosyal, çevresel, eğitimsel ve ekonomik koşullara yardım etme, iyileştirme ve dönüştürme çabasına değinerek sosyal girişimciliğin çok yönlü doğasına farklı misyonları bağlamında dikkat çekmektedir. Günümüze yakın dönemlerde kavramın davranışsal yönüne dikkat çeken Hockerts (2015) ise sosyal girişimciliği iş ilhamlı kazanılmış gelir stratejileri uygulanarak dezavantajlı insanlara faydalı olmayı amaçlayan ve açık bir sosyal misyonu takip eden davranışlar olarak tanımlamaktadır.

Tanım ve yaklaşımların heterojen olmasına rağmen (P. Dacin vd., 2010; Sloan, Legrand ve Simons-Kaufmann, 2014) sosyal girişimciliğin toplumsal sorunlara çözüm sunarak toplumsal değer yaratma amacı hususunda bir fikir birliği bulunmaktadır (P. Dacin vd., 2010; M. Dacin vd., 2011). Tanımların genellikle girişimcilik ve sosyal misyon kavramlarının kombinasyonundan türetildiği farklı çalışmalarda da ifade edilmiştir (Mair ve Marti 2006). Kümbül Güler (2011) ise sosyal girişimcilik tanımlamalarında en sık tekrar eden ifadeleri sosyal ihtiyaçlara dikkat çekebilme, sorunların çözümünde yenilikçi yaklaşımları benimseme, ekonomik, sosyal ve çevresel odaklı örgüt yaratabilme, sosyal değer yaratma misyonuna sahip olma, sorunların çözümünde eldeki kaynaklarda sınırlama kabul etmeme ve sosyal sorunları fark edebilme olarak sıralamıştır.

Bu araştırma sosyal girişimciliğin hayırsever kuruluşlar, kooperatifler, sosyal ekonomide faaliyet gösteren kuruluşlar, sosyal misyona sahip yenilikçi girişimciler, sosyal işletme girişimlerinden kâr odaklı sosyal işletmelere kadar çeşitli bireylerin ve kuruluşların gerçekleştirebilecekleri bir dizi uygulama, süreç ve davranış olarak düşünüldüğünü kabul etmektedir (Kannampuzha ve Hockerts, 2015). Nitekim sosyal girişimcilik kavramı bireysel düzeyde, kurumsal veya toplumsal ortamları değiştiren kişileri; toplumsal düzeyde, kurumsal boşlukları doldurmak için (Mair ve Marti, 2006) toplumsal hareketlerin neden olduğu sosyal değişimi (Alvord vd., 2002) ve örgütsel düzeyde, sermaye yönetiminden ziyade işbirliği ilkelerini takip ederek sosyal etki yaratmak için yenilikçi pazar temelli yaklaşımlar kullanan yardımsever, sosyal amaçlı organizasyonların faaliyetlerini tanımlamak için kullanılmaktadır (Dees, 2012).

1.2.1. Sosyal Girişimciliğin Önemi

Hem akademik disiplinleri aşan ve geleneksel ekonomi ve iş geliştirme varsayımlarına meydan okuyan (Leadbeater, 1997) hem de sosyal hareketler ve kâr amacı gütmeyen kuruluşlar çerçevesine sahip olan (Mair ve Marti, 2006; Perrini ve Vurro, 2006) ve küresel ölçekte önemli bir ekonomik (Mair ve Marti 2006; Zahra vd., 2008; P. Dacin vd., 2010) olgu hâline gelen sosyal girişimcilik, sosyal refah ve ticari yönlerin birleşimi olarak kabul edilmesiyle birlikte daha fazla önem kazanmaya başlamış (Short vd., 2009) ve çağımızın en hızlı büyüyen sosyal hareketlerinden biri hâline gelmiştir (Dredge, 2017). Sosyal girişimciliğe yönelik artan bu ilgi, sosyal girişimcilerin dünya ölçeğinde ciddi sosyal sorunları ele alıp sosyal refahı artırırken, çoğu zaman kârlara bakılmaksızın oynadığı rolden kaynaklanmaktadır (Zahra vd., 2008). Sektörler arası (Mair ve Marti, 2006) ve disiplinlerarası (Mair ve Marti, 2006; M. Dacin vd., 2011) odağı olması sebebiyle çekici bir alan hâline gelen sosyal girişimcilik, ekonomik sistemdeki etkileri, yeni iş modellerini yayması, yeni sektörler yaratması, ihmal edilen sosyal sorunları çözmesiyle derinleşmekte ve büyümekte (Santos, 2012), sivil toplum kuruluşları, üniversiteler, sektör temsilcileri ve akademisyenlerin toplumsal değişimi destekleyen ve sosyal sorunlara çözümler arayan sosyal girişimcilik alanına daha fazla önem vermesiyle birlikte (Günlü, 2015) karmaşık bir şekilde de olsa hızla ilerlemektedir (Sheldon vd., 2017).

Huybrechts ve Nicholls (2012)'e göre hem uygulayıcılar, hem akademik çevreler açısından sosyal girişimcilik söylemine olan ilgi artışı dört ana itici güçten kaynaklanmaktadır. Birincisi, toplumsal ve çevresel alanlarda küresel zorlukların patlamasıdır (iklim değişikliği ve çevresel bozulmalar; eşitsizlik ve yoksulluk; temel sağlık hizmetlerine, temiz suya ve enerjiye erişim eksikliği; toplu göç; uluslararası terörizm). İkinci etken, insanlar arasında küresel bağlılığı artıran ve sosyal ve çevresel ihtiyaçları belirleme ve bunlara yanıt verme yeteneğini artıran sosyal medyanın yükselişidir. Üçüncü itici güç, devletin rolünün yeniden tanımlanması ve dördüncüsü, sosyal organizasyonların sürdürülmesine yönelik büyüyen zorluktur. Santos (2012) ise bulunduğu dönem itibariyle sosyal girişimciliğin son on yıldaki olağanüstü büyümesini, gelişen teknoloji, yenileşim ve girişimci bir ruhla zamanın can sıkıcı sosyal ve çevresel sorunlarına geleneksel yardım ve hayır kurumlarına dayalı çabalardan daha iyi çözümler sunabilmesine bağlamaktadır. İşletmelerin tek odak ve sorumluluğunun hissedar kârını en yüksek seviyeye getirmek olduğu yönündeki kapitalizm ile ilişkili temel inancın hâkimiyetini kaybediyor olması, işletmelerin kurumsal farkındalık ve sosyal fayda yaratmak gibi amaçlarla sosyal bir gündemlerinin olmasını sağlamakta, bu da sosyal girişimciliğin önemi artırmakta ve bu alanı geliştirmektedir (Pollock, 2015).

Gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerde ortaya çıkan sosyal sorunlar, bu sorunları çözenin, sosyal değer üretmenin ve genel olarak insan yaşamını iyileştirmenin bir yolu olarak sosyal girişimciliğin önemini artırmıştır (Urbano, Toledano ve Soriano, 2010). Sadece sorunlara çözüm arayışı değil, aynı zamanda olumlu gelişmeler de, sosyal girişimciliğin insan için daha iyi varoluş koşullarının önünü sosyal refah, mutluluk ve sürdürülebilir kalkınmayı sağlayarak açmasına olanak tanımaktadır (Rowshan ve Forouharfar, 2014). Odak noktasında insan ve insana dair sorunların olması, sosyal girişimcilerin başarı öykülerinin medyadaki artan varlığıyla ve çok sayıda popüler bilim yayınlarıyla da birlikte sosyal girişimcilik halkın da ilgisini çekmektedir (Volkman vd., 2012). Özellikle çok sayıda sosyal ihtiyacı karşılaması ve toplum yapısında yaşam kalitesini geliştirmesi sosyal girişimcilerin halk tarafından kabul edilmesini ve saygı duyulmasını sağlamaktadır (Abu-Saifan, 2012).

1.2.2. Sosyal Girişimcilik Teorileri

Sosyal girişimcilik olgusunun ne anlama geldiğine dair kesin bir fikir birliğinin olmaması (Perrini ve Vurro, 2006) ve sosyal girişimcilik olgusu için araştırma alanının henüz net bir şekilde tanımlanmamış olması (Short vd., 2009), kavramın bulanık hâle gelmesine neden olmuştur (Nicholls, 2010). Bu durum, alana yönelik artan ilgiye rağmen sosyal girişimciliğin tutarlı bir teorik çerçevesi bulunmamasıyla sonuçlanmaktadır (Austin vd., 2006; Weerawardena ve Mort, 2006). Karmaşık sosyal sorunları çözen bireylerin başarı hikâyelerinin sosyal girişimcilik alanını meşrulaştırmak için kullanıldığına değinen Abu-Saifan, (2012) teorik çerçeve eksikliğine yönelik olarak, sosyal girişimciliği girişimcilik teorisine bağlayan teorik bir çerçeve gerektiğini belirtmektedir. Öte yandan M. Dacin vd. (2011), sosyal girişimcilik üzerine çalışmaların, girişimcilik çalışmaları, sosyal yenileşim¹ ve kâr amacı gütmeyen kuruluş yönetimi dâhil olmak üzere bir dizi alanın kesiştiği bir çalışma alanı oluşturduğunu ifade etmektedir. Hem ortak paydalar taşıdığı sektörlerle karıştırılması, hem de kendilerinden önceki araştırmacıların sosyal girişimcilik alanındaki teorik çerçeve eksikliğine yönelik çağrılarını bazı araştırmacılar tarafından dikkate alınmıştır. Yapılan bu çalışmalarda sosyal girişimcilik sosyal yenileşim, kurumsal teori, topluluk ekolojisi teorisi ve bütünlük adalet teorisi gibi teorilerle ilintili olarak ele incelenmiştir.

Sosyal girişimcilik alanyazını incelendiğinde sosyal girişimcilik faaliyetlerinin bazı araştırmalarda üçüncü sektör² kapsamında ele alındığı fark edilmektedir. Geleneksel özel sektörün veya kamu sektörünün parçası olmayan girişim ve kuruluşlardan oluşan ayrı bir üçüncü sektör fikrini 1973 yılında ortaya atan Etzioni, üçüncü sektörü devlet ve piyasadaki ayrı, her ikisini dengeleyen alternatif bir sektör olarak tanımlamıştır. Etzioni (1973)'ye göre ne birincil olarak piyasa mantığıyla ne de bürokratik bir emir komuta zinciri aracılığıyla yönetilemeyen şeylerin, üçüncü sektörün parçası olması gerekmektedir. Diğer

¹ Hem tüketiciler hem de üreticiler olarak bireylerin ve toplulukların yaşam kalitesini ve refahını iyileştiren yeni hizmetleri belirleyerek ve sunarak sosyal sorunlara yanıt veren bir inovasyon türü. Sosyal yenileşimde gerçekleştirilen sosyal yenilikler, her biri bireylerin işgücündeki konumlarının iyileştirilmesine katkıda bulunan yeni yetkinlikler, işler ve işgücü piyasasına katılım biçimleriyle ilgili olabilmektedir (OECD, 2010).

² Genellikle kâr amacı gütmeyen sektörle ve daha yakın zamanlarda özellikle Avrupa literatüründe "sosyal ekonomi" ile eşanlamlı olarak kullanılır. Terim, sektörün kamu ve özel sektör arasında yer aldığı fikrini yansıtmaktadır. Üçüncü sektör, dernekler, hayır kurumları, topluluk temelli kuruluşlar vb. dâhil olmak üzere bir dizi kuruluştan oluşmaktadır (OECD, 2010).

bir deyişle piyasa ve devletin kendi başlarına tüm sorunları düzenleyip çözememeleri başlıca sosyal meseleleri ele almak için yeni yaklaşımlara ihtiyaç oluşturmaktadır (Nicholls, 2006).

Toplumlar, sosyal açıdan önemli ürünler sağlamanın ve sosyal sorunları çözenin daha etkili yollarını aradıkça iş dünyası, hükümet ve kâr amacı gütmeyen sektörler arasındaki sınırlar değişmektedir. Üçüncü sektörün bu yeniden keşfi, sosyal fayda sağlamak için yaratıcı ve verimli yollar bulabilenlere çeşitli girişimcilik fırsatları yaratmaktadır (Dees, 2001). Üçüncü sektör kuruluşları, kazanılan geliri ve topluluk odaklı yönetişimi destekleme eğilimindedirler (Haugh, 2005). Aslında, bu kuruluşlar para ve güç kullansalar da bu araçları birincil araç olarak değil başka türden birincil kaynaklarıyla (maddi ve sembolik, insani ve fiziksel) birleştirerek kullanmaktadır ve faaliyetleriyle farklı yaşam biçimleri temelinde toplumu (toplumun bazı bölümlerini veya alanlarını) başka bir şekilde inşa etmektedir (Donati, 2008). Bununla birlikte girişimcilik ve ekonomik büyüme arasında güçlü bir bağlantı olduğu varsayımının, üçüncü sektörlerdeki girişimcilik süreçlerinin ihmal edilmesine yol açtığı da göz ardı edilemez bir gerçektir (Perrini, Vurro ve Costanzo, 2010).

Donati (2008), üçüncü sektörün devlet ve piyasa mekanizmasının başarısızlıklarını gideren veya bu iki yapıyı ortadan kaldırmaya yönelik bir alan olmadığını, bir toplum vizyonu taşıdığını ve sosyal hedeflerini siyasi kural ve sadece kâr yoluyla gerçekleştirmediğini belirtmektedir. Oysa ki üçüncü sektörün sayısız analizi, genellikle geleneksel özel sektörün veya devletin toplumsal ihtiyaçları etkinlik ve verimlilik açısından yeterince karşılayamamasına yanıt olarak geliştiğini göstermektedir (Defourny, 2014).

Sivil toplumun yaratılması ve sürdürülmesi, kamu hizmetlerinin verimli ve etkili bir şekilde sunulması, sosyal açıdan sorumlu işletmelerin ve sosyal girişimlerin geliştirilmesi, sosyal içermenin teşvik edilmesi ve yoksun toplulukların yeniden canlandırılması ve demokratik kültür ve hesap verebilirliğin sağlanması açısından üçüncü sektörün varlığı önem arz etmektedir (Osborne, 2008). Üçüncü sektörü önemli kılan ve uzun süredir devam eden özelliklerinden biri de pek çok geleneksel kâr amacı gütmeyen kuruluş ve birçok yarı kamusal ürün ve hizmetin üretimi yoluyla (sağlık, kültür, eğitim, sosyal eylem, ağırlama hizmetleri, spor, boş zaman, çevre, savunuculuk vb. alanlarda)

elde edilen kaynakların (Defourny, 2014), devletin makro topluluğundan ve ailenin mikro topluluğundan farklı bir niteliğe sahip olan sivil toplum (Jenei ve Kutı, 2008) ve gönüllü faaliyetler aracılığıyla yeniden dağıtılması için harekete geçirmesidir. Girişimci rolün, faydacı bakış açısına sahip gönüllü çalışanların üretkenlik hedefiyle kombinasyonu, birçok üçüncü sektör örgütünün, işsizliği azaltma veya istihdam sağlama gibi çalışmaların ön saflarında yer almasını sağlamaktadır. Ekonomik ve sosyal hayatın düzenlenmesinde üçüncü sektör içerisinde yer alan dernekler, vakıflar, kooperatiflerin yanı sıra sosyal girişimcilik faaliyetlerinden de faydalanılmaktadır. Sosyal girişim kuşaklarının maaşlı işçiler, gönüllüler, kullanıcılar, destek kuruluşları ve yerel kamu yetkilileri gibi farklı ortaklıklar ve çeşitli kategorilerdeki aktörlerin katılımıyla oluşan yapısı, daha homojen sosyal gruplar tarafından kurulan geleneksel üçüncü sektör kuruluşlarıyla farklı olmasını sağlamaktadır (Defourny, 2014).

Genellikle sosyal ihtiyaçlara yeni çözümler üretmek olarak tanımlanan sosyal yenileşim, pazar temelli değildir ve kamu sektörü, kâr amacı gütmeyen ya da kâr amacı güden özel sektörler gibi herhangi bir sektörde yer alabilir. Bu nedenle bazı araştırmacılar sosyal yenileşimi, sosyal girişimcilikten farklı olarak pazar dışında da yer alan diğer kamu ve üçüncü sektör girişimlerinin de dahil edilebileceği daha geniş bir şemsiye (Mulgan, Tucker, Ali ve Sanders, 2007) ya da üçüncü sektörde sosyal etki yaratan birincil mekanizmalardan biri olarak değerlendirmektedir (Anheier vd., 2014). Alanyazında pek çok çalışmada girişimciliğin yenilikçi yönüne dikkat çekilmektedir (Schumpeter, 1934; Hébert ve Link, 1989; Drucker, 2007; Işık vd., 2019). Ancak, Schumpeter (1934)'in işaret ettiği gibi, geçici niteliğe sahip girişimcilik kârlarından uzaklaşan rakipler, başarılı bir girişimin yenileşim stratejisini taklit edebilmekte, bu noktada, çoğu girişimci işletme, yeni bir girişimcilik fırsatı belirleyemedikçe ve bundan yararlanamadıkları sürece yalnızca buldukları şartları en iyi şekilde kullanmaya çalışan firmalar hâline gelmektedirler. Bu noktada sosyal girişimcilerin pek çok farklı alanda sosyal değer ve sistemik değişim yaratan yenileşimciler olduğu bilgisi ön plana çıkmaktadır.

Birlikte ele alındığında girişimci ekonominin ilerleme kaydetmesi, bilgi ekonomisinin büyümesi, küresel ağların genişlemesi ve teknolojik olmayan yenileşim hizmetlerine duyulan ihtiyaç gibi faktörlerin etkisiyle ortaya çıkan sosyal yenileşimin gerçekleştiği ortamda önemli bir dönüşümün yaşandığı fark edilmektedir (OECD, 2010). Bu noktada bazı araştırmacıların sosyal girişimciliği yenilikçi bakış açısıyla nasıl ele

aldıklarına bakmanın faydalı olacağı düşünülmektedir. Mair ve Marti (2006), sosyal girişimciliği sosyal ihtiyaçların karşılanmasında kaynakların yenilikçi kullanımını ve kombinasyonunu içeren bir sosyal değişim süreci olarak ifade etmektedir. Benzer bakış açısıyla Tanimoto (2008), sosyal girişimcileri sosyal değişim yenilikçisi olarak değerlendirmektedir. Schumpeter (1934)'in girişimcilik açısından yeniliklerin önemine ilişkin vurgusuna karşılık Tanimoto (2008), sosyal girişimcilerin gerçekleştirdiği sosyal yeniliklerin yeni teknolojilere değil, sosyal hizmetler sunan yeni sosyal sistemlere odaklanması gerektiğinin altını çizmektedir. Benzer şekilde Iyengar (2014), insanların hızla ve sürekli değişen günlük yaşamlarına nasıl adapte olacakları sorusuna yanıt arayan sosyal yenilikçilerin, sosyal değişimi düşünme ve anlama biçimlerini küresel bir hareket olarak betimleyerek sosyal girişimciliğin yenilikçilikle olan bağlantısına dikkat çekmektedir.

Tıpkı geleneksel kâr amacı güden yenilikçilerde olduğu gibi faaliyetleri piyasa ve piyasa dışı oyuncular tarafından gözlemlendiğinden, sosyal girişimlerin başarılı fikirleri taklit edilebilmektedir. Piyasa dışı oyuncuların (örneğin hayır kurumları, sivil toplum kuruluşları ve hükümetler) sosyal girişim davranışını taklit etmeleri ve kâr amaçlı kuruluşların sosyal girişimin yarattığı ekonomik kazancın bir kısmını ele geçirmeye çalışmaları muhtemel olsa da, sosyal girişimin belirli uygulamalarının benimsenmesi hem piyasa hem de piyasa dışı oyuncular tarafından yeniliğin yayılması ve üretilen sosyal etkinin artmasını sağlamaktadır (Hockerts, 2010). Nitekim Balachandran ve Sakthivelan (2013), sosyal girişimcilerin değişim yaratan ve küresel sorunlara yönelik üretilen yenilikçi çözümlerinin başkaları tarafından kopyalanabilen yönüne işaret etmektedir. El Ebrashi (2013), sosyal girişimcilerin taklit edilmeye yönelik kasıtlı davrandığı durumlarda birer dönüştürücü sosyal girişimci olduklarını ve bireyler ve kuruluşlar tarafından benimsenen fikirler yoluyla sosyal etkinin yaygınlaşması sonucunda, seri sosyal girişimcilere dönüştüklerini ifade etmektedir. Sosyal girişimciliğin taklit edilebilir olması düşüncesi, Kannampuzha ve Hockerts (2015)'in sosyal yenilikçiler için kendi girişimlerinin rakipler tarafından kopyalanması sosyal etki yaratma amacından daha öncelikli olduğu tespitiyle benzeşmekte, aynı zamanda sosyal yenileşimle sosyal girişimciliğin ortak bir yönü olarak dikkat çekmektedir. Sosyal yenileşim uygulamalarının ülkeler, eylemler ve kültürler açısından değişiklik göstermesi yine sosyal girişimcilikle benzeşen yönleri arasındadır (Öztürk, 2016).

Andersson ve Ford (2016), sosyal girişimcilik açısından sosyal değişimi gerçekleştirmede yeni fikirler üreten ve teşvik eden, kâr amacı gütmeyen kuruluşların merkeziliğinde sosyal girişimciliği, topluluk ekolojisi³ teorisiyle bir arada ele almıştır. İstikrarı sağlayan fikirler etrafında inşa edilen ekolojik perspektifte, istikrarı neyin sürdürdüğünü ya da tehdit ettiğini anlamak için nüfus yapılarında meydana gelen uzun süreli değişimlerin veya sağlanan dengeyi bozan ani olayların incelenmesi tavsiye edilmektedir (Astley 1985). Sosyal girişimcileri incelemek ve tasvir etmek ne kadar ilginç olsa da, sosyal girişimcilerin ve sosyal girişim kuruluşlarının sıradan kâr amacı gütmeyen kuruluşlardan farkını anlamak veya dünyayı değiştiren sosyal olarak girişimci kâr amacı gütmeyen kuruluşlarla ilgili vaka çalışmaları yürütmek, bazı yenilikçi kâr amacı gütmeyen kuruluşların gelişirken diğerlerinin neden başarısız olduğuna odaklanarak sosyal girişimcilik alanını geliştirmek için etkili görülmektedir. Nüfus ekolojisi teorisi, bu tür meseleleri, nüfusun yerleşik nüfusunun ne kadar yerleşik olduğuna bakarak ve analizler yoluyla yaşam döngüsünü daha iyi anlayarak kuruluşların dönüşüm yaşamasına katkı sağlamaktadır (Andersson ve Ford, 2016).

Santos (2012), sosyal girişimciliğin gerçekten de yoksullara ve dezavantajlı gruplara fayda yaratmasını sağlamak için, iyi ve adil ilişkiler kurmaya yönelik normatif yönergelerin varlığını zorunlu görmektedir. Bu düşünceden hareketle, pazarlama ve kamu politikası alanyazınında sunulan bütünleştirici adalet modelinin sosyal girişimciliğe uyarlanarak önerilen normatif etik modelde (Santos ve Laczniak, 2009), temel unsurlar ahlaki felsefe teorilerinden, kurumsal sosyal sorumluluk çerçevelerinden ve dini doktrinden türetilmiştir (Santos, 2013). Dağıtımçı adalet alanında, ahlaki felsefede, yönetim teorisinde ve dini doktrinde çeşitli düşünce dallarında sunulan adalet ve eşitlik kavramlarını bütünleştiren bütünleştirici adalet modelinde yer alan katolik sosyal öğretim, erdem etiği, klasik faydacılık, paydaş teorisi ve küresel sürdürülebilirlik, sosyal açıdan sorumlu yatırım gibi perspektifler (Santos ve Laczniak, 2009), sömürü amacı taşımayan gerçek sözleşmeler, dezavantajlı gruplarla birlikte değer yaratma, çevreyi tehlikeye atmadan tüketime yatırım, tüm paydaşların menfaat temsili ve kârın kısa vadede

³ Topluluk ekolojisi araştırmaları, örgütsel popülasyonlara ve yerleşik popülasyonlar içerisindeki dinamiklere ve dengeleyici güçlere odaklanılarak ortaya çıkan örgütsel formların var oluş süreciyle ilgili bir bakış açısı sergilemektedir (Carroll 1984).

en yüksek seviyeye çıkarılması yerine uzun vadeli kâr yönetimine odaklanan yönetim gibi unsurları ortaya çıkarmaktadır (Santos, 2012).

Bütünleşik adalet modelinde yer alan sürdürülebilir ekosistemler ifadesi küresel sürdürülebilirlik anlayışıyla uyumlu niteliktedir. Sürdürülebilir bir ekosistem yaratmak, yalnızca şu anda değil gelecekte de insani ve ekolojik gelişimimizi sürdürecektir koşulların teşvik edilmesini, aynı zamanda sosyal girişimcilerin ve sosyal girişimcilik organizasyonlarının kendi bireysel çabalarından ziyade daha büyük resme ve ortak faydaya odaklanmasını gerektirmektedir (Santos, 2012). Nitekim Hockerts (2010), sosyal girişimcilik alanında gelecekteki araştırmaların odağının bireyden ve organizasyondan sektörel olgulara kaydırılacağını ummaktadır. Sürdürülebilir ekosistemlerin yaratılması, bu tür bir odak değişikliğini destekleyecek, ancak aynı zamanda sektörler arası iş birliğini attıracaktır (Santos, 2012).

Spesifik olarak, kurumsal bir bakış açısından, insanların davranışları büyük ölçüde içinde yaşadıkları toplumun değerleri ve kurumları tarafından şekillendirilmektedir. Yeni bir girişim yaratma kararı, bir teşvik ve fırsat yapısı aracılığıyla topluma katılan farklı ajanların eylemlerini koşullandıran mevcut kurumsal çerçeve tarafından koşullandırılmaktadır (Veciana ve Urbano 2008). Sosyal girişimcilerin özellikle çevrelerinde var olan karşılanmamış sosyal ihtiyaçlar tarafından yönlendirilmeleri nedeniyle kurumsal çevrenin önemi artmaktadır. Bu bakış açısı, sosyoloji, siyaset bilimi, ekonomi ve organizasyon teorisinden içgörülerini bir araya getirmekte ve sonuç olarak kavram hakkındaki anlayışı zenginleştirmek için ekonomik temelli teorilerden ziyade disiplinler arası bir yaklaşım tavsiye edilebilmesinin yolunu açmaktadır. Bu nedenle Urbano vd., (2010) sosyal girişimcilik üzerinde etkisi olan farklı faktörlere ilişkin daha net bir açıklama edinebilmek amacıyla sosyal girişimciliği kurumsal bir bakış açısıyla incelemiştir.

Urbano vd., (2010), modellerinde resmi olmayan kuruluşlar çerçevesinde sosyal girişimciliği ortaya çıkarabilecek faktörler olarak sosyal değer, girişimsel ve sorumlu sosyal tutumlar ve sosyal ağları; resmi kuruluşlar çerçevesinde ise sosyal girişimciliğin uygulama aşaması ve destek mekanizmalarını kullanmışlardır. Araştırma sonucunda sosyal girişimcilerin, toplumun yeni sosyal değerleri ile yerel toplumun sosyal sorunlarını

çözmek için bir şeyler yapmaya yönelik kişisel ve proaktif⁴ tutumlar tarafından yönlendirildiği ve toplumun resmi kuruluşlarla birlikte sosyal girişimcilere finansal destek sunan mekanizmaların (sosyal ağlar) elde edilmesinde ve projelerin uygulanmasında kilit bir faktör olduğu belirlenmiştir. Sosyal girişimciler diğer girişimlere benzer şekilde faktörlerin birleşimiyle yönlendirilse bile resmi olmayan kuruluşlar sosyal girişimlerin ortaya çıkışında ve resmi kurumsal yapılardaki boşlukları doldurmak açısından büyük önem taşımaktadır.

1.2.3. Sosyal Girişimciliğin Bazı Kavram ve Uygulamalardan Ayrılan Özellikleri

Sosyal girişimcilik alanyazınında, kavramın hayırseverlik, sosyal işletme, sosyal yenileşim, kurumsal sosyal sorumluluk gibi kavramlarla arasındaki sınırların bulanıklaştığı ve kesin ayrımlarının yapılamadığı hususu sıklıkla tekrar edilmektedir. Ayrıca kâr amacı güden ve kâr amacı gütmeyen işletmeler arasındaki sınırların bulanıklığı sosyal girişim kavramının tanıtılmasında karışıklığa sebep olmaktadır (De Lange ve Dodds, 2017). Bunun yanı sıra Abu-Saifan (2012), hayırseverlik ve sosyal odaklı uygulamaların haricinde sosyal aktivizm ve çevreciliğin de sosyal girişimcilik olarak adlandırıldığını belirtmektedir. Kapsadığı tüm uygulamalar yeni olmasa da moda hâline gelen ve örgütsel, endüstriyel, coğrafi veya diğer boyutlarda çeşitlenmeye devam eden sosyal girişimciliğin, kahramanların başarı öykülerinin anlatıldığı bir yaklaşımın ötesinde değerlendirilmesi ve titiz bir şekilde analiz edilmesi gerekmektedir (Defourny, 2014). Sosyal girişimciliğin işlevini diğer sosyal odaklı faaliyetlerden ayrı tutmak ve sınırlarını belirlemek kavram karmaşalarını gidermek adına önem arz etmektedir. Bu bağlamda aşağıda sosyal girişimciliğin karıştırıldığı ve ilişkili olduğu kavramlarla bu kavramlar özelinde geleneksel girişimcilikle farklılaşan yönlerine değinilecektir.

Sosyal girişimciliğin sosyal sorunların çözümüne yönelik vurgusu, söz konusu sosyal sorunların neler olduğu sorusunu da gündeme getirmektedir. Yoksulluk, hastalık (Mair ve Marti, 2006; Mair ve Noboa, 2006; Kerr, 2007; Donati, 2008), yetersiz eğitim (Mair ve Marti, 2006), işsizlik (Mair ve Marti, 2006; Praszkie, vd., 2010), toplumsal yapıda gelir farklılıklarının artması, insanlar arasındaki eşitsizlikler (Houtbeckers, 2014),

⁴ Girişimcilik literatüründe proaktiflik kavramı, bireylerin fırsatları daha önceden görmesi, öngörmesi, algılaması ve peşinden gitmesi anlamında kullanılmaktadır.

ekonomik olarak haklardan mahrum topluluklar, cehalet, iş piyasasında kadınlara karşı ayrımcılık, eğitime erişimdeki uçurumlar, engellilerin toplumdan men edilmesi, aile içi şiddet, çocuk istismarı (Praszkiev vd., 2010) sosyal girişimcilik alanyazınında bahsi geçen sosyal sorunlardır. Sosyal sorunların yanı sıra sosyal girişimciliğin çözüm aradığı çevresel sorunlar ise çevresel tehditler (Mair ve Noboa, 2006; Praszkiev vd., 2010), kirlilik (Kerr, 2007), küresel ısınma ve biyo çeşitlilikteki kayıp gibi modern toplumları etkileyen ekolojik problemler olarak sıralanmaktadır (Houtbeckers, 2014).

Sosyal girişimcilik, insanları araç olarak değil amaç olarak görüp bir yeteneğin iyileştirilmesine, çoğunlukla genel faydalara ek olarak farklı yeteneklerde de iyileştirmelere yol açmaktadır (Yujuico, 2007). Sorunlara çözüm arama odağının ötesinde sosyal girişimciliğin mevcut sosyal ve çevresel koşulların korunması, iyileştirilmesi ve sürdürülmesi amacı da bulunmaktadır. Bu doğrultuda farklı bağlamlarda sosyal dönüşümün teşvik edilmesi (Mair ve Noboa, 2006), normal bir yaşamın sağlanması, sağlık, beslenme, barınma, kişisel güvenlik, duyuların kullanımı, duygusal gelişim, pratik akıl yürütme, saygı, doğa ile yaşamak, rekreasyon fırsatları ve siyasi ve maddi kontrol (Yujuico, 2007), vatandaş gruplarının çıkarlarının, kimliklerinin, haklarının korunması ve ifade edilmesi (Donati (2008), sadece yerel olarak değil küresel çapta da etkisi olan suya erişim, küçük işletmelerin yaratılmasını teşvik etme, bireylerin işgücüne veya atık yönetimine yeniden entegre edilmesi (Zahra vd., 2008), insancıl istihdam, daha iyi çalışma ortamı, ihtiyacı olan insanlar ve engelliler için daha iyi koşullar sağlamak (Rowshan ve Forouharfar, 2014), alan temelli yenilenme, sağlık veya sosyal bakım; boş zaman veya kültürel faaliyetler, gıda temini, çocuk bakımı gibi konular da sosyal girişimciliğin destek olduğu birbiriyle ilişkili konulardır (Gordon, 2015).

Sosyal değer, (Austin, 2000; Dees, 2001; Tracey ve Jarvis, 2006; Tanimoto, 2008), sosyal ihtiyaç (Leadbeater, 1997), sosyal değişim (Prabhu, 1998), sosyal sorumluluk (Cornwall, 1998), sosyal misyon (Dees, 2001; Mort, Weerawardena ve Carnegie, 2003; Weerawardena ve Mort, 2006; Hwee Nga ve Shamuganathan, 2010; Mair, Battilana ve Cardenas, 2012; Kannampuzha ve Hockerts, 2019), sosyal dönüşüm (Alvord vd., 2002, El Ebrashi, 2013), sosyal ağlar (Hwee Nga ve Shamuganathan, 2010), sosyal fayda ve sosyal sermaye toplumsal yapıda meydana gelen sosyal ve çevresel sorunlara çözüm arayan sosyal girişimcilerin odaklanması ve geliştirmesi gereken konular olarak ele alınmaktadır. Bu konular aynı zamanda kavramın tanımlanmasında ve sosyal girişimcilik

faaliyetlerinin amaçlarının anlatımında kullanılmaktadır. Diğer taraftan Han ve McKelvey (2016) bu kavramları sosyal girişimcilik alanyazınında karmaşaya yol açan kavramlar olarak nitelendirmektedir. Bahsi geçen kavramlar aynı zamanda sosyal girişimciliği geleneksel girişimcilikten ayıran özellikler olarak da ele alınmaktadır. (Mort vd., 2003; Peredo ve McLean 2006; Weerawardena ve Mort 2006).

Sosyal girişimcilikte, girişimcinin fırsatları keşfederek sosyal değer yaratması, onu diğer girişimcilik kavramlarından ayırmada bir mihenk taşıdır (Mort, vd., 2003). Sosyal girişimci, bir şekilde sosyal değeri artırmayı, yani belirli bir insan topluluğunda refaha katkıda bulunmayı hedefler (Peredo ve McLean, 2006). Geleneksel girişimcilikte sosyal refah, yaratılan ekonomik değerın bir yan ürünü iken (Venkataraman, 1997), sosyal girişimcilikte ana odak, yenilikçi, girişimci iş modelleri yoluyla sosyal değer yaratmaktır (Seelos ve Mair, 2005; Mair ve Marti, 2006). Sosyal değer yaratma açısından sosyal girişimcilikle geleneksel girişimcilik arasındaki temel fark, sosyal girişimcilerin değer yakalama potansiyeline bakmaksızın fırsatlara odaklanmalarıdır (Santos, 2013).

Sosyal değer yaratma misyonu, sosyal girişimciliğın geleneksel girişimcilikteki birtakım sosyal sorumluluk faaliyetleriyle karıştırılmasına sebep olmaktadır. Nitekim geleneksel girişimcilik faaliyetlerinde, pek çok işletme kurumsal sosyal sorumluluk veya kurumsal vatandaşlık gibi programlar aracılığıyla sosyal değer yaratmaya çalışmaktadır (Seelos ve Marti, 2005). Lizbon Stratejisi'ne göre kurumsal sosyal sorumluluk, işletmelerin ticari faaliyetlerinde sosyal ve çevresel kaygıları, gönüllü olarak paydaşlarıyla etkileşimlerine entegre etmeleri olarak tanımlanmaktadır (<http://europa.eu>). İşletmelerin çevresindeki bireylere ve gruplara olan davranış biçimleriyle ilgili olan sosyal sorumluluk, işletmelere ekonomik faaliyetlerini sürdürürken toplumun da çıkarlarını gözetme sorumluluğu yüklemektedir (Şimşek, Çelik ve Akgemci, 2014). Kamu yararı odağıyla kurumsal vakıflar ve kurumsal sosyal sorumluluk politikaları aracılığıyla geleneksel iş sektörü sosyal girişimciliği etki yatırımı, hayırsever girişim veya ortak girişimler gibi yenilikçi yaklaşımlarla destekliyor olsa da (Defourny, 2014), kurumsal sosyal sorumluluk girişimsel ya da yenilikçi olmak zorunda değildir; her iki kavramın amaçları temelde farklıdır; sosyal girişimcilikte kâr, misyona ulaşmada bir araçken kurumsal sosyal sorumlulukta kârın en yüksek seviyeye çıkarılması nihai hedeftir (Santos, 2012; Kannampuzha ve Hockerts, 2019).

Geleneksel girişimcilikle ortak bir yönü olmasına rağmen sosyal girişimciliğin farklılaştığı bir diğer konu fırsat arayışıdır. Fırsatları tanımak ve onlardan yararlanmak girişimciliğin bir parçasıdır. Sosyal girişimciler, sosyal sorunları ele alırken kazanılmış gelir elde etmelerine olanak sağlayan pazar fırsatlarını belirlemektedir (Leadbeater, 1997). Sosyal fırsatların tanımlanması, sosyal bir yükü çevreleyen ve kısıtlayan ana akım görüşlere meydan okuma ihtiyacına yönelik girişimcilik bilincini yansıtmaktadır (Perrini vd., 2010). Sosyal girişimciler, sağlamayı amaçladıkları sosyal değeri üstün bir şekilde sunma fırsatlarını tanımak ve bunlardan yararlanmak konusunda mükemmeldir. (Peredo ve McLean, 2006). Sosyal girişimciler, sosyal girişimlerin gerçekleşmesiyle yetinmeyip, girişimlerinin büyümesi ve daha fazla fırsat edinmek için çalışmaktadırlar (El Ebrashi, 2013). Bununla birlikte, sosyal olarak yönlendirilmiş olsun ya da olmasın, sosyal veya ekonomik değer yaratıp yaratmadığına bakılmaksızın sosyal girişimcilikte fırsat arayışı ve değer yaratımı için yenileşim odaklılık söz konusudur (De Lange ve Dodds, 2017).

Fırsatların algılanması ve değerlendirilmesi üzerinde belirgin etkisi olan sosyal misyon, sosyal girişimciler için açık ve merkezi konumda olan bir diğer kavramdır. Sosyal misyonun aşikâr ve merkezi nitelikte olması, sosyal girişimcilerin fırsatları algılama ve değerlendirme biçimlerini etkilemekte; merkezi kriteri refah yaratmak değil misyona bağlı etki haline getirmektedir (Dees, 2001). Sosyal girişimcilerin birincil hedefleri çevrelerine zarar vermeden kâr elde etmekten ziyade takip ettikleri sosyal misyona ulaşmaktır (Mair vd., 2012). Öte yandan kritik bir tespit olarak, sosyal girişimler, sosyal bir misyonu olsun ya da olmasın, büyük ölçüde sosyal olarak inşa edilmektedir (Kannampuzha ve Hockerts, 2019).

Putnam (1995)'in, katılımcıların ortak hedefleri takip etmek için daha etkin bir şekilde hareket etmelerini sağlayan sosyal ağlar, normlar ve güven olarak tanımladığı sosyal sermaye, geleneksel girişimcilikte olduğu gibi sosyal girişimcilik için de gereklilik arz etmektedir. Araştırmacı, bu yaklaşımında, ortak çıkarlar doğrultusunda kollektif eylemlerin ve katılımcı davranışın gerçekleşebilmesini kurumsal reformlardan önce sosyal ağlar, normlar ve güven temelinde beslenen bireysel değişimle oluşabileceğini savunmaktadır. Mair vd., (2012) sosyal girişimciliğin çok yönlü yapısının sosyal sermaye haricinde politik, ekonomik ve beşeri sermayeyi de harekete geçirdiğini ileri sürmektedir.

Sosyal girişimciler için sadece bir sonuç olma özelliğine sahip olan refah, geleneksel girişimciler açısından değer yaratımını ölçmenin bir yoludur. Bunun sebebi geleneksel girişimcilerin büyük ölçüde değer yaratıp yaratmadıklarını belirleyen piyasa disiplinine sahip olmaları ve ekonomik üretim alanlarına kaymadıkları durumlarda iş dışı kalmalarıdır (Dees, 2001). Sosyal girişimciler geleneksel girişimcilerden farklı olarak aynı anda sosyal ve ekonomik refah üretmektedirler (Volkman vd., 2012).

Sosyal girişimciliğin geleneksel girişimcilikten ayırt edilebilmesini sağlayan bir diğer odak noktası, sürdürülebilirliği geliştirme amacı taşımasıdır (De Lange ve Dodds, 2017). Geleneksel girişimcilikte nihai amaç maddi kazanç sağlamaktır, sosyal girişimcilikte sürdürülebilir kalkınmayı sağlamak (Nicholls, 2006) ve sosyal bir soruna sürdürülebilir bir çözüm geliştirmek söz konusudur (Kerr, 2007). Nitekim sorunların temel nedenlerini ele almak ve sorunu kalıcı olarak ortadan kaldıran bir çözüm geliştirmeyi de gerektirmekte (Santos, 2013), sosyal girişimciler de ele aldıkları sorunların temel nedenlerini ortadan kaldırmak istemektedir (Müller, 2012). Geleneksel girişimcilikte sürdürülebilirlik, rekabet avantajı elde etmede bir araç olarak görülürken sosyal girişimcilikte sürdürülebilir çözümler üretmede bir amaç olarak görülmektedir. Sürdürülebilir çözümler ya sorunun temel nedenlerini kalıcı olarak ortadan kaldırmakta ya da yenilikçi bir bakış açısıyla sorunu sürekli olarak ele alan bir yaklaşımı benimsemektedir (Santos, 2013).

Sosyal amacı gereği çok sayıda ve çeşitli örgütsel biçimler yoluyla ortaya çıkan sosyal girişimcilikle geleneksel girişimcilik arasındaki sınırlar netleştirilse bile *sosyal* kapsamına girebilecek faaliyet türlerinde hâlâ önemli bir heterojenlik söz konusudur (Austin vd., 2006). Kavramla ilgili ortak bir tanımın ve yaklaşımın bulunmaması, hangi sosyal faaliyetlerin ya da kâr odaklı kuruluşların sosyal girişimcilik yelpazesine girdiğine ilişkin sorulara da yanıt aramaya devam edilmesine sebep olmaktadır (Abu-Saifan, 2012). Nitekim sosyal girişimcilik alanyazınında bu konuyla ilgili farklı görüşler bulunmaktadır. Sosyal girişimcilik konusunun araştırmalara konu olduğu ilk dönemlerde piyasalara veya hükümet mekanizmalarına bağlı olmayan toplum temelli çözümlerin sosyal girişimcilik olarak değerlendirilmesi özellikle çarpıcıdır (Peredo ve Chrisman 2006). Bu tespitite sosyal girişimciliğin özel sektörden ve kamu sektöründen bağımsız ayrı bir alan olarak değerlendirildiği görülmektedir.

Bazı araştırmacılar kâr amacı gütmeyen örgütleri (toplumsal ve sosyal örgütler ile dernekler) (Weerawadena ve Mort, 2006) sosyal girişimcilik bağlamında değerlendirirken; bazı araştırmacılar da sosyal girişimciliğin sadece kâr amacı gütmeyen örgütlere ait olmadığını, kâr amacı güden sektörün de bir parçası olduğunu vurgulayarak (Post, 2006) sosyal girişimciliği, girişimcilik dünyası içinde ele almaktadır (Peredo ve McLean, 2006). Austin vd. (2006), bu görüşün dar kapsamlı olduğunu, sosyal girişimciliğin hem kâr amacı güden, hem de kamu ve kâr amacı gütmeyen kuruluşlarda yer edinebileceğini ifade etmektedir. Benzer şekilde girişimcilik alanyazınına önemli katkılar sağlayan Dees, Emerson ve Economy (2001) de sosyal girişimciliğin karma yapılar olarak ortaya çıkabileceğini ifade etmiştir.

Abu-Saifan (2012), sosyal girişimciliği melez sosyal ve ticari girişimcilik faaliyeti gerçekleştiren, kazanılan gelir ve kârın yalnızca toplumsal değerleri iyileştirmek için kullanan bir sosyal girişim niteliğinde olan, kazanılan gelir stratejilerine sahip kâr amacı gütmeyen kuruluşlar ve sürdürülebilirliği sağlamak için eşzamanlı olarak sosyal ve ticari girişimcilik faaliyetlerini sürdüren, elde edilen gelirin ve kârın kurucular ve yatırımcılar tarafından kullanılabilirdiği misyon odaklı stratejilerle kâr amaçlı kuruluşlar olarak iki grupta değerlendirmeyi önermektedir. Diğer taraftan Mair ve Marti (2006) sosyal girişimciliğin, girişimci bireyler, sosyal amaçlı iş girişimleri, yeni hayırseverlik türleri ve kâr amacı gütmeyen kuruluşlar dâhil olmak üzere geniş bir faaliyet yelpazesini kapsadığına inanmaktadır. Benzer şekilde Sheldon vd., (2017), sistem değişikliklerinde bilgilendirme yapma ve daha derin bir keşif setine katkıda bulunma amacıyla belirli sorunları ele alan toplumsal bir girişim olarak nitelendirilen sosyal girişimlerin, kooperatifler, daha büyük sosyal etkiler yaratmak için ortaya çıkan ya da yenilenen topluluk şirketleri, tekel şirketler, ortaklıklar ve kâr amacı gütmeyen kuruluşlar gibi organizasyon biçimleriyle ortaya çıkabileceğini belirtmektedir.

Sosyal girişimcilikle ortak paydalara sahip hangi tür faaliyetlerin sosyal girişimcilik kapsamında yer aldığı konusunda farklı görüşlerin bulunmasının yanı sıra bazı kuruluşlar ya da organizasyonlarla arasındaki farklılıkları ortaya koyan çalışmalar da bulunmaktadır. Bazı araştırmacılara göre sosyal problemleri daha sürdürülebilir ve birbirine geçmiş çözümlerle desteklemesi (Hwee Nga ve Shamuganathan, 2010) ve sadece verme değil, yatırım yapma amacı taşıması (Kerr, 2007) sosyal girişimciliği özgeci ya da hayırsever bağışların ötesine geçirmektedir. Sosyal girişimciliğin sosyal sorunlara sürdürülebilir

çözümler üretme hedefi, sosyal girişim organizasyonlarını, aynı sorun alanlarında işe yarayan ama genellikle sorunun temel nedenini çözmekten ziyade anlık rahatlama sağlamaya odaklanan geleneksel kâr amacı gütmeyen kuruluşlardan ve hayırseverlik faaliyetlerinden ayırmaktadır. Yiyeceği olmayan insanlara yiyecek sağlamak için küçük bir hizmet veren ancak hizmetlerinden yararlananların neden yemek yiyemediklerini ya da mevcut durumları için neler yapılabileceğini sorgulama misyonu üstlenmeyen aşevleri bu duruma örnek teşkil etmektedir (Santos, 2013).

Dees (2012), hayırseverlik ve sosyal girişimciliğin problem çözme kültürlerini karşılaştırdığı çalışmasında her iki kültürün de başkalarının ihtiyaçlarına yönelik psikolojik tepkilerimizde yer edindiğini ve sosyal normlarla pekiştirildiğini ifade etmektedir. Araştırmacıya göre hayırseverlik, sorunları çözmek yerine etkisini hafifletmeye yönelik bağış tarzı uygulamalardan ibaretken; sosyal girişimcilik, sosyal sorunların analitik düşünce, uzmanlık ve yeteneğe dayalı olarak çözümüne dayanmaktadır. Buna rağmen sosyal girişimcilerin çoğu faaliyetlerinin erken safhalarında hayırsever dürtüyle hareket etmektedirler. Yine Dees vd. (2001)'ye göre ise tamamen ticari kuruluşlarda kişisel çıkarlara hitap etme, ekonomik değer yaratma ve pazar odaklılık söz konusuysen tamamen hayırsever kuruluşlarda iyi niyetlilik, görev odaklılık ve sosyal değer yaratma söz konusudur. Sosyal girişimler ise taşıdığı karışık motifler, sahip olduğu sosyal misyon ve pazar dengesi oluşturma ve sosyal ve ekonomik değer yaratma yönleriyle bu iki kuruluştan farklılaşmaktadır.

Sosyal girişimciliğin çok yönlü doğası, gerek ulusal gerek uluslararası alanda pek çok biçimde ortaya çıkmasına ve faaliyet göstermesine olanak tanımaktadır. Nitekim çağlarının zorluklarının üstesinden gelmek için yeni hizmet türleri icat eden sayısız kuruluş örneği bulunmaktadır (Defourny, 2014). Gordon (2015), sosyal girişimciliğin işçi kooperatifleri, topluluk girişimleri, kredi birlikleri, topluluk geliştirme finans kurumları, kalkınma tröstleri, iş entegrasyon girişimleri, sosyal firmalar, ara işgücü piyasası kuruluşları, kâr amacı gütmeyen kuruluşlar, hayır kurumları, sosyal işletmeler, çalışanların sahip olduğu işletmeler, perakende kooperatifler, karşılıklı sigorta şirketleri, özel şirketler ve diğerlerinde ortaya çıkabileceğine vurgu yapmaktadır.

Akademik çalışmalarda çok yönlü yapısıyla ele alınan sosyal girişimcilik, günlük yaşamdaki uygulamalarda da farklı biçimlerde ortaya çıkmaktadır. Günümüzde sosyal

girişimciliğin küresel çaptaki durumuna bakıldığında Birleşik Krallık'tan Hindistan'a, Kuzey Amerika'dan Rusya'ya pek çok ülkede kendine has sosyal, ekonomik, siyasal ve kültürel şartlara uyumlu olarak benimsendiği görülmektedir (Ersen, Kaya ve Meydanoğlu, 2010). Bangladeş'te Grameen Bank'ın krediye erişimi olmayan bireylere küçük miktarlarda kredi vermesi sosyal girişimciliğin ilk örneklerindedir. Başarılı bir sosyal girişimcilik örneği olan uygulamada sosyal girişimcilik, karşılanmamış bir sosyal ve ekonomik ihtiyaca hizmet etmekle birlikte yenilikçi iş uygulamaları aracılığıyla aynı zamanda banka için bir kazanç da sağlamaktadır (Baldwin, 2009). Diğer taraftan üçüncü sektörün toplumsal hayatta yer edindiği Amerika Birleşik Devletleri'nde sosyal girişimlerin ulusal alanda olduğu gibi uluslararası alanda da ABD merkezli onlarca ağ, merkez ve vakıf aracılığıyla yer edindiği görülmektedir (Ersen vd., 2010).

Defourny (2014), sosyal girişimcilik uygulamalarını örneklendirirken bireysel hizmet odaklı, iş yoluyla eğitim ve entegrasyon sağlayan kuruluşlar ve yerel gelişme odaklı kuruluşlar olarak üç kategori kullanmıştır. Bu bağlamda çeşitli ülkelerde örneklenen çocuk bakım hizmetleri, ailevi sorunlar yaşayan çocuk ve ergenler için geleneksel kurumlara alternatif olarak tasarlanmış sosyal konutlar, evde bakım kooperatifleri, zihinsel engelli bireyleri rehabilite etmek ve yeniden entegre etmek için kurulan kooperatifler ve federasyonlar sosyal girişimciliğin bireysel hizmet odaklı örnekleri olarak değerlendirilmektedir. Sosyal girişimcilikte iş yoluyla eğitim ve entegrasyon sağlayan kuruluşlar kapsamında iş başında eğitim işletmeleri, sosyal atölyeler, çevre, tarım, inşaat, atıkların geri dönüşümü vb. dahil olmak üzere çeşitli alanlarda üyelerine iş ve ekonomik faaliyetler yoluyla entegrasyon sağlayan dernekler ve kooperatifler, engelliler veya geleneksel işgücü piyasasının dışında kalan bireyler için iş entegrasyon girişimleri yer almaktadır. Sosyal girişimcilikte yerel gelişme odaklı kuruluşlar olarak kategorize edilen işçi kooperatifleri, mahalle yönetimi işletmeleri, yakınlık hizmetleri geliştiren bağımsız işletmeler; tarım turizmi kooperatifleri: kırsal alanlarda yaşayan ve turizm potansiyeli olan kadınlar tarafından kurulan kooperatifler, yerel topluluk geliştirme işletmeleri; sosyal konut, iş entegrasyonu, kredi birlikleri, yerel ve bölgesel düzeylerde ekonomik kalkınma için önemli bir kaldıraç oluşturmaktadırlar.

Sosyal girişimcilik açısından önemli görülen bir diğer konu da yasal mevzuattır. Mevcut yasal düzenlemelerin yetersiz görülmesi sosyal girişimler için ayrı bir yasal düzenleme yapılmasına ilişkin bir ihtiyaç oluşturmaktadır. Söz konusu bu ihtiyaç 1990'lı

yıllarda Sosyal Kooperatifler için çıkartılan 614 sayılı İtalyan Kanunu ile birlikte karşılık bulmaya başlamıştır. Sosyal girişimciliğe ilişkin mevzuat ve uygulamalar ülkelere göre farklılık göstermektedir (Fici, 2015). ABD’de 2009 yılında yürürlüğe giren Edward M. Kennedy Amerika Hizmet Yasası ülkede verilen hizmetlerin özellikle eğitim, temiz enerji, sağlık ve ekonomik sorunlara yönelik çözüm odaklı olduğu düşüncesiyle sosyal girişimciliği ulusal ve uluslararası düzeyde tanıtmak ve yaygınlaştırmak için bir başlangıç niteliği taşımaktadır. Ülkede Ulusal ve Toplum Hizmetleri Kurumu, Sosyal İnovasyon ve Sivil Katılım Ofisi ve ABD Küçük İşletmeler İdaresi gibi yapılarla sosyal girişimcilik desteklenmektedir (Agapitova, 2017).

Avrupa ülkelerinde sosyal girişimciliğe ilişkin farklı statüler kullanılmakta ya da mevcut sosyal girişimler için yeni kooperatifler oluşturulmaktadır. Belçika’da Sosyal Amaçlı Şirket (Company with Social Purpose) adıyla 1996’dan beri var olan yasal formda sosyal girişim tarafından gerçekleştirilen faaliyetlerde üyelerin zenginleştirilmesine adanmaması şartıyla sosyal amaçlı şirket grubunda yer alabilmektedir. Ülkede kâr amacı gütmeyen kuruluşlara sağlanan özel vergi indirimleri sosyal girişimler için geçerli olmasa da 2001 yılında hükümet tarafından oluşturulan özel bir fonla sosyal girişimler, sosyal ve sürdürülebilir bir biçimde finanse edilmektedir (Defourny ve Nyssens, 2008). İtalyan Hukuku’nda sosyal girişim olarak tanımlanmak ortak çıkar için hareket etmek, sosyal mal ve hizmetlerin üretimine yönelik bir girişimci faaliyet yürütmek ve özel kuruluş kuruluş olmak gibi şartlara bağlanmıştır (Fici, 2015).

Finlandiya’da 2004’te yürürlüğe giren kanunla birlikte engelli ve uzun süreli işsizlerin istihdam edildiği girişimler sosyal girişimler olarak nitelendirilmektedir. Finlandiya’da bulunan tek sosyal girişim türü olarak bilinen İş Entegrasyonu Sosyal Girişimler (Work Integration Social Enterprises), sosyal girişimler için tüzüklerinde engelli ve uzun vadeli işsizleri istihdam etme amacının açıkça belirtilmesi şartını koşmaktadır (Defourny ve Nyssens, 2008). Danimarka’da 2014’ten beridir yürürlükte olan Kayıtlı Sosyal Girişimler Kanunu’na (Registered Social Enterprise) göre sosyal girişimlerin kültürel, sosyal, sağlık, çevre ya da istihdam sağlama gibi toplumsal fayda gözetilen bir amacı olması gerekmektedir. İşletme gelirinin büyük kısmının ticari faaliyetlerden elde edilmesi ve gelirin girişimin sürdürülebilirliğini sağlamak için harcanması gibi gereklilikler uygulanmaktadır (Borzaga, Galera, Franchini, Chiomento, Nogales ve Carini, 2020).

Kanada’da 2012’de kurulan Topluluk Çıkarları Şirketi (Community Interest Company) yapısını benimseyen girişimlere toplumsal fayda odaklı olma ve toplumun bir kesimine hizmet etme zorunluluğu uygulanmaktadır. Ülkede tek bir sosyal girişim yapısı olmamakla birlikte Topluluk Çıkarları Şirketi çevresel, kültürel, sosyal, sağlık ve eğitim alanlarında hizmet sunmaya içermekte ve yıllık raporlama yapılmaktadır (McMurtry, Brouard, Elson, Lionais ve Vieta, 2015).

Türkiye’de ise sosyal girişimlere yönelik farklı bir yasal statü bulunmamaktadır. Ülkemizde sosyal girişimciler faaliyetlerini vakıf, dernek, ticari işletme, kooperatif ve tüzel kişilik gibi örgütlenme biçimlerini benimseyerek yürütebilmektedir (British Council, 2019). Dernekler Kanunu (2004), Türk Medeni Kanunu’nda bahsi geçen vakıflar kanunu, Kooperatifler Kanunu (1969), komandit şirket olarak örgütlenen sosyal girişimlere yönelik dikkate alınan Türk Ticaret Kanunu ülkemizde sosyal girişimlerin dikkate aldığı yasal dayanaklardır. Mali açıdan incelendiğinde ülkemizde sosyal girişimlerin herhangi bir avantaja sahip olmadığı dikkat çekmektedir. Gelişmekte olan ülkelerde mevcut yasal ve bağlamsal kısıtlamalara rağmen sosyal girişimcilerin yenilikçi ve yaratıcı yaklaşımlarıyla çevresel sürdürülebilirlik ve sürdürülebilir kalkınma sağlanabilmektedir. Örneğin Güney Asya’da gelişmekte olan bir ülke konumundaki, nüfus, yoksulluk, çevresel bozulma, tükenen bir kaynak tabanı ve zayıf yönetişimin bir araya geldiği tümü gelişimsel zorluklar yaratan sayısız sorunla karşı karşıya olan Bangladeş merkezli, hem kâr amaçlı hem de kâr amacı gütmeyen bileşenlerden oluşan bir sosyal işletme girişimi olan Waste Concern örneği, bağlamsal kısıtlamalara rağmen sosyal girişimcilerin yoksulluğu azaltarak ve çevresel sürdürülebilirliği teşvik ederek sürdürülebilir kalkınmaya nasıl katkıda bulunduğunu göstermektedir (Azmat, 2013).

1.2.4. Turizm ve Sosyal Girişimcilik

Son dünya savaşından sonra sanayi sektöründen alınan endüstriyel üretim tüketim modeli, düşük enerji maliyetleri, ucuz kredi ve artan harcanabilir gelirler, turizm ve otelcilik sektöründe de büyük değişim ve akışın yaşanmasını sağlamış ve hareketliliği artırmıştır (Pollock, 2015). Turizmin yayılmasını ve müşteri sayısı, ev sahibi işletmeler ve turist harcamaları açısından başarısını sağlayan bu üretim tüketim modeli beraberinde sorunları getirmiştir. Kaldı ki sonlu bir ürün için (dünyadaki gidilecek yerler) talep arttıkça fiziksel kaynakların aşırı kullanımı, kalabalıklaşma, altyapı hizmetleri ve

düzenleyici yönetim için artan maliyetler ve azalan getiriler gibi sorunlarla karşılaşmaktadır. Turizmin son yıllarda insani ilişkilerin patlama göstermesinde hem sebep hem de etkisi olan ekonomik ve sosyal bir olgu haline gelmesine neden olan bu durum (Sheldon vd., 2017), turizmin geçim kaynaklarının sürdürülebilirliği ve kapasitesinin değerlendirilmesindeki etkisinin analiz edilmesini de gerekli kılmaktadır (De Lange ve Dodds, 2017).

Turizm benzer şekilde sistemik stres belirtileri gösteren daha büyük bir ekonomik sistemin bir alt kümesidir (Sheldon vd., 2017). Bu semptomlar, ucuz seyahatle birlikte artan kitle turizminin ev sahibi toplulukların refahını olumsuz etkilemesi (Pollock, 2015), ekonomideki ani yükseliş ve düşüşler, biyolojik çeşitliliğin kaybı gibi çevresel zorluklar, kaynakların aşırı kullanımı (Pollock, 2015; Sheldon vd., 2017), dalgalanma, yüksek düzeyde refah eşitsizliği, hammadde fiyatlarındaki artış, atık, kirlilik, kaynak kıtlığı gibi sorunları içermektedir. Suç, uyuşturucu bağımlılığı, ruhsal bozukluklar, obezite ve sosyal sorunlar da olumsuz sosyo-kültürel etkileri arasındadır (Sheldon vd., 2017). Turizm sektöründe meydana gelen bu tarz sorunlar sorumlu ve sürdürülebilir uygulamalara yönelik bir arayışın oluşmasına sebep olurken; devam eden bu arayış ise turizmin gelişimine yönelik alternatif yaklaşımların yolunu açmaktadır (Aquino vd., 2018). Birçok araştırmacı sürdürülebilir şekilde yönetilen turizmin gelişmekte olan ülkelerdeki kırsal toplulukların istihdam olanakları, altyapı ve finansal kazanım sağlama potansiyellerini iyileştirmede etkili olduğunu savunmaktadır (Butler ve Hinch, 2007; Sloan vd., 2014). Gelişmekte olan ülkelerdeki bu tür olumlu etkilerin artırılması amacıyla sosyal girişimciliğe yönelik artan bir ilgi bulunmaktadır (Kokkranikal ve Morrison, 2011; Sloan vd., 2014).

Yukarıda bahsi geçen sorunlar, turizm ve ağırlama işletmelerinin hem çevresel hem de sosyal olarak daha fazla sorumluluk almasını gerektirmektedir. Turizm sektörünün sorumlu yönü, hem sosyal hem de çevresel değer yaratımında misafirleri çeken eko, sorumlu, iyi ve adil turizm gibi çok sayıda etiket altındaki bireysel girişimlerin sayısını gittikçe arttırmaktadır (Pollock, 2015; Sheldon vd., 2017). Bu durum, girişimciliğin diğer tüm sektörlerde olduğu gibi turizm sektöründe de artan bir öneme sahip olmasını sağlamakta; bu da sosyal değer yaratma hususunda sorumlu bir yaklaşıma sahip olan turizm sektöründe sosyal girişimciliğin desteklenmesine olan ihtiyacı daha çok açığa çıkarmaktadır (Günlü, 2015).

Roper ve Cheney (2005), sürdürülebilirlik geniş bir şekilde yorumlanmaya açık olduğundan sosyal girişimcilikle sürdürülebilirlik kavramları arasında bir paralellik olabileceğini belirtmektedir. Nitekim sosyal girişimciliğin eko, sorumlu, sürdürülebilir, coğrafi, yeşil, iyi ve adil turizm gibi çok sayıda isimle anıldığı görülmektedir (Sheldon vd., 2017). Benzer şekilde De Lange ve Dodds (2017) sosyal girişimciliğin sürdürülebilirliği geliştirmeyi amaçladığını ifade etmektedir.

Turizm araştırmacıları, son yıllarda turizm ve otelcilik alanında sosyal girişimcilik çalışmalarlarıyla daha fazla ilgilenmeye başlamıştır (Wang, Duan ve Yu, 2016). Artan bu ilginin temel sebebi, sosyal girişimciliğin turizm alanında etkili bir yaklaşım olarak görülmesi ve özellikle turizmin gelişmekte olan ülkelerdeki yerel topluluklar üzerindeki olumlu etkilerinin artırılmasında sosyal girişimciliğin rolünün fark edilmesidir (Sloan vd., 2014; Pollock, 2015).

Sosyal girişimciliğin, sürdürülebilir değişim yaratma misyonu (Ateljevic ve Page, 2009; El Ebrashi, 2013), turizmin sürdürülebilirliği ve kapasitesinin değerlendirilmesindeki etkisinin analiz edilmesi ve rolünün irdelenmesini gerekli kılmaktadır (De Lange ve Dodds, 2017). Kaldı ki özellikle yerel topluluklar sıklıkla yenilikçi turizm girişimciliğini ve kalkınma stratejilerini ön planda tutma eğilimi taşımakta; bu arayışlar içerisinde sosyal girişim faaliyetlerinin ortaya çıkması, dezavantajlı ve geri kalmış toplulukların sektör içinde sürdürülebilir bir biçimde geliştirilmesini turizmin yeniden odaklandığı bir konu haline getirmektedir (Aquino vd., 2018). Turizm ve ağırlama sektörü, sosyal girişimcilerin getirdiği yaratıcılık ve tutkuyu alarak pek çok faaliyet gerçekleştirmektedir. Bu fırsatlara yönelik farkındalık oluşturmadaki yaklaşımların çok azı destinasyonlar, hükümetler, sivil toplum kuruluşları veya eğitim kurumları tarafından üstlenilmiştir (Sheldon vd., 2017).

Turizm, sosyal girişimcilik aracılığıyla sosyal sorunlara yönelik faydaları en üst düzeye çıkarırken yerel halka yansıtılabilecek olumsuz sonuçları en aza indirmeyi amaçlamaktadır (Aquino vd., 2018). Sosyal girişimcilikle ilgili insan ilişkileri, insan doğası, sosyal sermaye yaratımı ve çevresel kaynakları yönetmek için pazar dışı mekanizmaların kullanılması ihtiyacına dayanan görüş turizm sektörü açısından büyük önem arz etmektedir (Sheldon vd., 2017). Bu bilgiler kapsamında ulusal ve uluslararası

alanyazında yer alan turizm alanında sosyal girişimcilik çalışmalarından bazılarını aşağıda yer verilmiştir:

- Ergül ve Johnson (2011), ağırlama sektöründeki dört başarılı sosyal girişimciyle görüşerek yapmış olduğu keşifsel çalışmada sosyal girişimcilerin dikkat çekici özelliklerini belirlemiş, diğer sektörlerdeki iyi uygulamalardan yola çıkarak önerilerde bulunmuştur.
- Boukas ve Chourides (2016), turizm açısından uzun geçmişine rağmen doygunluk, azalan rekabet gücü ve dengesiz kalkınma sorunlarıyla karşı karşıya olan Kıbrıs adası örneğinde yürüttükleri çalışmada, adaların geleceğine ilişkin sürdürülebilirlik endişelerinin giderilmesinde sosyal girişimciliğin rolünü incelemiştir. Araştırma kapsamında niş turizm ürünlerinin, kültürel miras ve eko-turizmin, adaların ürün çeşitlendirmesinin ve uzun vadeli çevresel, sosyal ve ekonomik sürdürülebilirliğinin sağlanmasında sosyal girişimciliğin bir araç haline gelebileceği önerilmektedir.
- Hosseininia ve Ramezani (2016), gastronomi turizminde gerçekleştirilen her türlü sosyal girişimcilik faaliyetinin faydalarını sosyal yenilik, kültürün korunması ve iyileştirilmesi, ekonomik ve sosyal sürdürülebilirlik, sosyal değer yaratma ve yerel yaşam kalitesinin iyileştirilmesi olarak özetlemiştir.
- Mottiar (2016), İrlanda'da 2013'de yaşanan Toplanma Vakası'nı sosyal girişimcilik motivasyonları açısından incelediği çalışmada, hükümetlerin turizm sektöründeki sosyal girişimleri teşvik etmede, ilgili destinasyondaki turizm faaliyetlerine etkisinde ve turizmin gelişimi üzerinde potansiyel bir role sahip olabileceğini ve sosyal girişimciliğin turizm destinasyonlarının gelişiminde de önemli bir rol oynadığını vurgulamaktadır. 2008-2011 yılları arasında azalan milli gelir, artan işsizlik, banka krizi, IMF'den borç alınması gibi ciddi ekonomik krizin yaşandığı İrlanda'da hükümet İrlanda Küresel Ekonomik Forumu gerçekleştirerek 70 milyon İrlanda diasporasına yönelik Toplanma Vakası'nın gerçekleşmesine ön ayak olmuştur. Her bölgenin kendi girişimcileri ve hükümet desteğiyle 2013 yılı içerisinde düzenlediği 5000 etkinlik gelen turist sayısını arttırmış, ekonomiye önemli katkılarda bulunmuştur. Bu örnek, devlet kontrolünde gerçekleşen ve yerel halkın turizm alanında yeni beceriler elde

etmesini, girişimcilerin ve halkın ekonomik kazanç sağlaması nedenleriyle bir sosyal girişimcilik örneği olarak değerlendirilmektedir.

- Yeh, Ma ve Huan (2016), sosyal girişimcilik uygulamalarını benimseyen oteller üzerinde yapmış olduğu araştırmada çevre eğitiminin tekrar ziyaret etme niyetini hem doğrudan, hem de çevresel motivasyon yaratarak etkilediğini tespit etmiştir. Çalışmada, otel sektörünün çevre eğitimi kolaylaştırarak sosyal sorumluluk sahibi yeşil hizmetlerin kullanımını arttırmayı beklediği vurgulanmıştır.
- Peng ve Lin (2016), Tayvan'ın Hengshan bölgesinde iki sivil toplum kuruluşu, yerel yönetimler ve dört üniversitenin işbirliğiyle geliştirilmiş sosyal girişimcilik projesinin işsizlik sorununun azaltılmasında ve sürdürülebilir kırsal turizmin sağlanmasında etkili olduğunu tespit etmiştir.
- Sigala (2016), turizm sektöründeki sosyal girişimlerin nasıl sosyal değer ve dönüşüm yarattıklarını araştırdığı çalışmasında turizm sektöründen birkaç örneğin analiziyle ağ yapısı, pazar uygulamaları ve piyasa resimleri olmak üzere üç konuya dikkat çekmektedir. Çalışma, sosyal girişimcilerin, sosyal değer yaratma amaçlarıyla birlikte pazar fırsatlarını belirlemek, diğer piyasa aktörleriyle iletişim kurmak, yeni pazarlar oluşturmak ve sosyal değişimi yönlendirmek için geliştirmeleri gereken yetenekler hakkında pratik sonuçlar vermektedir.
- Wang vd., (2016), Çin'deki gönüllü turizm faaliyetinden sosyal girişime dönüşen 1kg.org örneğinde bir sosyal girişimin ve sosyal sistemin bir arada varlığını analiz ederek turizm sektöründeki gelişimini incelediği çalışmada Çin'deki kâr amacı gütmeyen kuruluşların çoğunun kaynak bağımsızlığına ve açık bir yasal kimliğine sahip olmadığını ve ilgili sosyal girişimin kârlı ticari faaliyetler yoluyla sosyal değer yaratma hedefi olan yeni bir örgütsel biçim olarak ortaya çıktığını tespit etmiştir.
- Akbaba, Sarıbaş ve Kömürcü (2017) turizm alanında bir sosyal girişimcilik örneği olarak TaTuTa çiftlikleri projesi kapsamında yapmış olduğu çalışmada, projenin tüketici toplum yapısından üretici toplum yapısına dönüşüm, sosyal ilişkiler, kaynakların korunması ve sürdürülebilirliği, toplumsal gelişmenin sağlanması ve sürdürülebilirliği gibi konularda katkı sağlayan bir konumda olduğunu tespit etmiştir.

- Çiftçi (2017), TaTuTa projesi Narköy örneğinde, turizm sektöründe yer alan sosyal girişim çalışanlarının sosyal girişimcilik davranış öncülleri, iş tatmini ve yaşam tatminlerini incelediği çalışmada sosyal girişim çalışanlarının iş ve yaşam tatminine sahip olduklarını ve sosyal girişim davranış öncüllerinin büyük çoğunluğunu sergilediğini ortaya koymuştur.
- Biddulph (2018), Kamboçya standartlarına göre nispeten daha fakir bir eyalet olan Siem Reap eyaletindeki beş sosyal girişimci örneğini incelediği çalışmada turizm sektörünün sosyal olarak kapsayıcı ve bir dereceye kadar güçlendirici yönünü vurgulamıştır.
- Kılıç, Sezen ve Aydemir (2018), Hayata Sarıl Lokantası restoran girişimcisi Ayşe Tükrükçü örneğinde yaptığı çalışmada, sosyal girişimcilerin davranışları ve kişisel özelliklerinin girişim motivasyonu oluşturduğunu; benzer girişimlerin etkinliklerinin ve sayılarının artırılması için ilgili kuruluşların girişimleri desteklemesi gerekliliğini ortaya koymuştur.
- Kulakoğlu Dilek ve Dilek (2018), GENÇTUR'u turizm alanında bir sosyal girişimcilik örneği olarak incelemiş; çalışmada yerel yönetimlerden yoğun bir destek almasına rağmen genel yönetim kurumlarıyla yeterli bir işbirliği sağlanamadığını tespit ederek, Türkiye'de devlet desteğinin eksik kalmasının GENÇTUR benzeri sosyal girişimlerin artması önünde bir engel teşkil ettiğini vurgulamıştır.
- Saiz-Álvarez (2018), bölgenin turizm açısından sürdürülebilirliğini, yoksullukla mücadelesini, zengin ve eşsiz mevcut kültürel ve tarihi mirasını korumayı ve bölge halkının turizme dahil edilmesini teşvik etmeyi amaçlayan UNESCO Dünya Mirası Alanı ve Meksika'daki "Sihirli Şehirler" programı temelinde sürdürülebilir turizm ve sosyal girişimcilik kapsamında bir araştırma yürütmüştür. Araştırma sonucunda mevcut sosyal girişimcilik programının olumlu katkıları olsa da Tekila kasabesindeki yoksullukla mücadelede yetersiz olduğu saptanmıştır.
- Farhoodi (2019), turizm sektörünün Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri'ne erişebilmesinde sosyal etki yaratma potansiyeline sahip olan sosyal girişimciliğin taşıdığı önemden hareketle, Türkiye'deki turizm sosyal

girişimlerinin uzun vadeli ve sürdürülebilir olmalarının önündeki engelleri tespit ederek model önerilerinde bulunmuştur.

- Çelebi vd. (2020) gastronomi turizmi alanındaki sosyal girişimcilik araştırmalarına yönelik yapmış oldukları bibliyometrik analizde, ilgili alandaki sosyal girişimcilik çalışmalarının 2015'ten itibaren ilgi görmeye başladığını ve gastronomik sosyal yenileşim uygulamalarının henüz yaygınlaşmadığını tespit ederek gelecek araştırmalar için öneriler geliştirmiştir.
- Wang vd., (2020) denizcilik sektörünün sürdürülebilir kalkınma hedeflerini ne kadar gerçekleştirdiğini sosyal girişimcilik perspektifinden analiz ettiği çalışmada birleşik bir çerçeve sağlayarak, sektörün sürdürülebilirlik planlaması için dikkate alabileceği çeşitli öncelikleri ve ortaklık stratejilerini belirlemiş, böylelikle denizcilik sektöründe küresel sürdürülebilirlik girişiminin görünürlüğünü artırmaya katkıda bulunarak sosyal girişimciliğin uygulanması konusunda rehberlik sağlamaya çalışmıştır.

Yukarıdaki örnekler incelendiğinde, turizm alanında sosyal girişimcilik çalışmalarının sosyal girişimcilerin özellikleri (Ergül ve Johnson, 2011); sosyal girişimciliğin çevre eğitimi ve sosyal sorumluluk açısından ele alınması (Yeh vd., 2016); sosyal girişimciliğin tüketici toplum yapısından üretici toplum yapısına dönüşüm, sosyal ilişkiler, kaynakların korunması ve sürdürülebilirliği, toplumsal gelişmenin sağlanması ve sürdürülebilirliğindeki rolü (Akbaba vd., 2017); sosyal girişim çalışanlarının iş ve yaşam tatmini ve sosyal girişim davranış öncülleri (Çiftçi, 2017); davranış ve kişisel özelliklerin sosyal girişim motivasyon açısından önemi (Kılıç vd., 2018); turizm sektörünün sosyal girişimcilik uygulamaları açısından kapsayıcı yönü (Biddulph, 2018); sosyal girişimciliğe yönelik devletin rolü ve desteğinin önemi (Mottiar, 2016; Kılıç vd., 2018; Kulakoğlu Dilek ve Dilek, 2018); sosyal girişimciliğin işsizlik sorununun azaltılmasında ve sürdürülebilir kırsal turizmin sağlanmasındaki etkisi (Peng ve Lin, 2016) gibi konulara yoğunlaştığı görülmektedir. Turizm alanındaki sınırlı sayıdaki sosyal girişimcilik çalışmalarının çoğu, sosyal girişimciliğin topluluk gelişimindeki rolüne odaklanmıştır (Praszkiar ve Nowak, 2012) ve sosyal girişimciyi yerel ölçekte sosyal güçlendirme yaratan, dezavantajlı bireylerin ve mikro girişimcilerin turizmle ilgili fikirlerini işe dönüştürmedeki potansiyellerini geliştirmelerini sağlayan değişime hız kazandırıcı olarak konumlandırmıştır (Li, 2008; Sloan vd., 2014). Verilen bilgiler

ışığında, turizm alanında girişimcilik konulu çalışmalarda farklı bakış açılarına ve uygulama alanlarına ihtiyaç duyulduğu; sürdürülebilir turizm ve sosyal girişimcilik konularının bir arada ele alındığı çalışmaların yetersiz sayıda olduğu gözle çarpılmaktadır. Bu çalışmanın turizm alanında sosyal girişimcilik alanyazınına katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

1.3. SOSYAL GİRİŞİMCİLİK DAVRANIŞ ÖNCÜLLERİ

İlgili alan yazın incelendiğinde, sosyal girişimcilik bileşenlerinin araştırmacılar tarafından farklı şekillerde ele alındığı görülmektedir. Örneğin Mair ve Noboa (2006), geliştirmiş oldukları modelde sosyal girişimcilik niyetinin belirleyicileri olarak empati, ahlaki yargı, sosyal destek, özyeterlik, algılanan fizibilite ve algılanan arzu edebilirlik bileşenlerini kullanmışlardır. Peredo ve Mclean (2006), sosyal girişimciliği sosyal bir sorunun belirlenmesi, yenilikçi olma ve risk alma yeteneği boyutlarında ele almaktadır. Hwee Nga ve Shamuganathan (2010), sosyal girişimciliğin bileşenleri olarak sosyal vizyon, yenileşim, sürdürülebilirlik ve sosyal ağlar olgularını kullanmışlardır. El Ebrashi (2013) ise geliştirmiş olduğu sosyal girişimcilik davranışı teorisinde⁵ kişisel ve psikolojik faktörler, sosyolojik faktörler, demografik faktörler, çevre, beklenen değerler ve organizasyonel özellikleri sosyal girişimcilik davranışını belirleyen öncüller olarak değerlendirmiştir.

Sosyal girişimcilik davranışı öncülleri hakkında teorik önermeler geliştiren ilk araştırmacılar olan Mair ve Noboa (2006) modellerinde girişimci niyet teorisi (Krueger, Reilly ve Carsrud, 2000) ve niyetlerin gerçek davranışın güvenli ve etkili yordayıcıları olduğunu öne süren Planlı Davranış Teorisi (Ajzen, 1991)'ni kullanmışlardır. Hockerts (2015)'in Mair ve Noboa (2006)'nın geliştirmiş olduğu sosyal girişimcilik niyeti modelini geliştirerek oluşturduğu sosyal girişimcilik davranış öncülleri modelinde davranışlara

⁵ Sosyal girişimcilik davranışı teorisi El Ebrashi (2013) tarafından Bygrave (1997)'in girişimcilik davranışı, Schumpeter (1934)'in girişimci yenilik ve Ajzen (1991) Planlı Davranış Teorisi'ne dayalı olarak geliştirilmiştir. Teoride yönetsel yetenek, belirsizliğe tolerans, vizyon, yaratıcılık, liderlik, başarı ihtiyacı, bağımsızlık ihtiyacı, empati, özyeterlik ve kontrol odağı gibi özellikler kişisel ve psikolojik faktörler olarak ele alınmıştır. Eğitim, iş deneyimi, gelir seviyesi, ebeveynlerin mesleği ve eğitimi, din ve etnik köken gibi konular demografik faktörler olarak değerlendirilirken; rol modelleri, hükümet politikaları, müşteriler, tedarikçiler, yatırımcılar ise çevre faktörü adı altında değerlendirilmiştir. Teoride yer alan diğer öncüller, beklenen değerler faktörü (özerklik, zenginlik, stres, topluluk avantajları) ve örgütsel (yönetim uygulamaları, başlangıç sermayesi, örgüt yapısı ve kültürü) özelliklerdir.

ilişkin tutumu ölçmek için empati, sosyal normlar için ahlaki yükümlülük, içsel davranış kontrolü için sosyal girişimci özyeterlik ve dışsal davranış kontrolünü ölçmek için algılanan sosyal destek öncülleri kullanılmıştır. Hockerts (2015), geliştirmiş olduğu modeli 2017 yılında yapmış olduğu çalışmayla yeniden ele alarak ve sosyal sorunlara yönelik önceki deneyim ve sosyal girişimcilik eğilimi bileşenlerini ekleyerek modeli genişletmiştir. Bu doğrultuda; kapsamı, çok yönlü boyutlar içermesi ve araştırma amacına uygun görülmesi sebebiyle bu çalışmada Hockerts (2017) tarafından geliştirilen sosyal girişimcilik davranış öncülleri modeli tercih edilmiştir.

1.3.1. Empati

Ajzen (1991)'in Planlı Davranış Teorisi'ne göre empati, bir bireyin bir davranışın sonucuna ilişkin farkındalığını ve davranışı gerçekleştirmek için olumlu bir değerlendirmeye sahip olma derecesini yansıtmaktadır. Tipik olarak empati, bir kişinin başka bir kişinin sahip olduğu duyguları hayal etme yeteneği (Preston, Bechara, Damasio, Grabowski, Stansfield, Mehta ve Damasio, 2007), başka bir varlığın zihinsel durumuna duygusal olarak tepki verme durumu olarak anlaşılmaktadır (Mehrabian ve Epstein, 1972).

Empati konusundaki çalışmalar, çoğunlukla yönetim ve psikoloji alanında yapılmıştır (Wood, 2012). Empati, aynı zamanda bir kişinin sosyal girişimci davranışa yönelik tutumunun bir temsilcisi olarak değerlendirilmektedir (Mair ve Noboa, 2006). Benzer şekilde bazı araştırmacılar, empatinin sosyal girişimcilerin bir özelliği olduğunu (Mort vd., 2003; Dees, 2012; Kümbül Güler, 2011; Wood, 2012) ve sosyal girişimcilik için bir itici güç oluşturduğunu belirtmektedir (Jolliffe ve Farrington, 2006). Mair ve Noboa (2006), belirli düzeyde bir empati seviyesinin sosyal girişim niyetini tetikleyeceğine dikkat çekmektedir. Sosyal girişimcilerin sosyal sorunların çözümüne yönelik dâhil olduğu süreçler, belirli bir sosyal empati kapasitesi ve insanların kapasitelerini geliştirme yeteneği gerektirmektedir (Praszkier ve Nowak, 2012). Sosyal girişimcilik davranış öncülleri bağlamında ise empatinin, bilişsel (başka bir kişinin duygusal durumunu değerlendirme yeteneği) ve duygusal (başka bir kişinin duygusal durumuna tepki verme eğilimi) yönüne odaklanılmaktadır (Hockerts, 2017).

1.3.2. Ahlaki Yükümlülük

Ajzen (1991)'in Planlı Davranış Teorisi'ne göre niyet oluşumunun bir diğer yordayıcısı öznel normların etkisidir. Öznel normlar, bir bireyin çevresindeki kişiler hakkında algıladığı normatif inançlarıdır. Hockerts (2017)'in modelindeki ahlaki yükümlülük, R. Haines, Street ve D. Haines (2008)'in ahlaki yargı eylemi ile ahlaki niyetin oluşumu arasında konumlandırılmış olan ahlaki yükümlülük inancına dayanmaktadır.

Pek çok araştırmacı, sosyal girişimcilerin ahlaki standartlara sahip olma eğilimi taşıdıklarını iddia etmektedir (Hockerts, 2015). Bornstein (1998), sosyal girişimcilerin güçlü bir ahlaki yapıya sahip olduğunu vurgulamaktadır. Hemingway (2005), kişisel ahlaki değer yargularının sosyal girişimcilik açısından kilit öneme sahip olduğunu öne sürmektedir. Hwee Nga ve Shamuganathan (2010), sosyal girişimcilerin temel insan ihtiyaçlarını karşılamaya yönelik güçlü bir sorumluluk duygusuyla hareket ettiklerini ve çoğu zaman ahlaki bir eleştirel bilince sahip olduklarını savunmaktadırlar. Bunların yanı sıra kurumsal perspektifte de sorumlu kişilerin toplumsal değer yaratan sosyal girişim faaliyetlerini gerçekleştirirken yapılacak doğru şeyin tespitinde ahlaki bir zorunluluk hissettiği bilinmektedir (Nicholls, 2006).

1.3.3. Sosyal Girişimcilik Özyeterliği

Özyeterlik, kişinin belirli bir görevde belirli bir başarı seviyesine ulaşmak için gerekli kişisel kaynakları, becerileri ve yetkinlikleri toplama ve uygulama becerisine olan inancıdır (Bandura, 1977). Girişimci özyeterlik, bireyin girişimci kişisel kaynaklarının değerlendirilmesi ve kendi girişimci yeterliliklerine ilişkin farkındalığının anlaşılması açısından önem arz etmektedir (Spagnoli, Caetano ve Santos, 2015). Bireyin yüksek özyeterliğe sahip olması, sosyal girişimciliği algılamasını ve gerçekleştirmesini sağlamakta ve davranışsal niyetin oluşmasında olumlu bir etkide bulunmaktadır (Mair ve Noboa, 2006). Benzer şekilde Smith ve Woodworth (2012), sosyal girişimsel özyeterliğin geliştirilmesinin, sosyal girişimcilik eğitiminin önemli bir unsuru olduğunu belirtmektedir. Bunların yanı sıra sosyal girişimcilik bağlamında özyeterlik, birçok konuda olduğu gibi özellikle yoksulluğun ortadan kaldırılması ve iklim değişikliği gibi konularda öne çıkmaktadır (Hockerts, 2015).

1.3.4. Algılanan Sosyal Destek

Mair ve Noboa (2006)'nın modelindeki algılanan sosyal destek, Ajzen (1991)'in Planlı Davranış Teorisi'ndeki bir kişinin dış kontrol algısının niyetlerin önemli bir öncülü olduğu önerisine dayanmaktadır. Nitekim yazarlar çalışmalarında, bir sosyal girişim kurulurken davranışsal niyetlerin oluşumunu tetiklemek için bireylerin sosyal desteğe ihtiyaç duyduklarına değinmektedir. Sosyal girişimler genellikle farklı motivasyonları ve kapasiteleri olan insanlar tarafından yönlendirildiklerinden, insan sermayesi gelişimi için özel desteğe ihtiyaç duyabilmektedir (OECD, 2010). Bornstein (1998), bu sosyal desteğin aile, arkadaş ve meslektaşların yanı sıra gittikçe artan sayıdaki kuruluşlardan gelebileceğini vurgularken; Tjornbo ve Westley (2012), çeşitli vakıf, hayırsever kurumlar ve sosyal finansman sağlamak isteyen diğer sosyal etki yatırımcılarının da sosyal ağlar kurmada destek olabileceğine değinmektedir.

1.4. SOSYAL GİRİŞİMCİLİK DENEYİMİ

Kişisel deneyim⁶ ve iş deneyimi, sosyal girişimcilik fırsatlarını tespit etmede ve sosyal girişimcilik eğiliminin oluşmasında önemli bir etken olarak değerlendirilmektedir (Mair ve Noboa, 2006). Sosyal girişimcilerin geçmişte yaşadıkları deneyimler, sosyal sorunları çözmeyi amaçlamalarının veya sosyal girişimcilerin sosyal sorunları diğer insanlara göre daha kolay fark etmelerinin sebebinin oluşturmaktadır. Özellikle çocukluk veya gençlik döneminde sorunlarla karşılaşan kişiler, finansal gelir yerine sosyal dengesizliği çözmeyi tercih etme eğilimindedirler (Hwee Nga ve Shamuganathan, 2010). Bunun yanı sıra bireylerin sosyal sektör kuruluşlarıyla yaşadığı pratik deneyimler, çevresindeki sosyal problemlerin çözümüne yönelik aşinalık taşıması bakımından önemli görülmektedir (Hockerts, 2015).

1.5. SOSYAL GİRİŞİMCİLİK EĞİLİMİ

Davranışı etkileyen motivasyonel faktörleri yansıtan eğilimler, bir kişinin bir davranışı denemeye ne kadar istekli olduğunun ve bir davranışı gerçekleştirmek için ne kadar çaba sarf ettiğinin güvenilir bir göstergesi olarak tabir edilmektedir (Ajzen, 1991).

⁶ Deneyim kavramı “Bir kimsenin belli bir sürede veya hayat boyu edindiği bilgilerin tamamı, tecrübe” olarak tanımlanmaktadır (<http://sozluk.gov.tr>).

Eğilimler, girişimcilik de dâhil olmak üzere planlanmış herhangi bir davranışın en iyi tahmin edicisi olarak görülmektedir. Bu bağlamda girişimcilik eğilimi, bir iş kurmanın kasıtlı bir eylem olduğunu kabul ederek kişinin bir iş kurma niyetini ifade etmektedir (Krueger vd., 2000). Girişimci eğilimlerle ilgili mevcut alanyazın, araştırmacıların girişimcilik niyetlerini araştırmak için Planlı Davranış Teorisi'ni kullandığını göstermektedir (Mair ve Marti, 2006; Salamzadeh, Azimi ve Kirby, 2013). Eğilim, aynı zamanda sosyal işleri başlatmak ve bu davranışı sürdürme amacı taşıyan bireyler için de gerekli görülmektedir. Nitekim sosyal girişimcilik eğilimi, bireylerin sosyal girişim kurma niyetini ifade etmektedir (Salamzadeh vd., 2013).

1.6. SÜRDÜRÜLEBİLİR TURİZM TUTUMU

1970'lerin sonuna kadar turizm, pek çok bölgede ve ülkede az miktarda finansal kaynak ile yüksek fayda elde edilmesini sağlayan bir getiri unsuru olarak görülürken aynı zamanda insan topluluğu ve doğa üzerindeki zararları göz ardı edilebilir nitelikteydi. Ancak yüzlerce araştırmacı tarafından hazırlanan sayısız raporun ardından çevre hareketi, turizm sektörü ve hükümetlere en uygun düzeyde sosyo ekonomik fayda sağlamanın yanı sıra yeni çevrecilik standartlarının ihtiyaçlarının karşılanması ve turizmi geliştirme sisteminin yeniden düzenlenmesi konusunda baskı yapmıştır (Choi ve Sırakaya-Türk, 2005). İnsan uygulamalarının olumsuz sosyal ve çevresel etkilerini azaltmaya yönelik köklü bir değişime duyulan ihtiyacın ifade edildiği bir diğer önemli kaynak ise 2030'a doğru daha sürdürülebilir bir gelecek için küresel bir yol haritasının çizildiği Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri'dir (Birleşmiş Milletler, Genel Kurul Kararı, 2015).

Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri'nin temel çerçevesi beş ana konudan oluşmaktadır. İnsanlık için yoksulluk ve açlıkla mücadele; doğal kaynakların sürdürülebilir yönetimi; sosyal adaletten ve insan haklarından temellerini alan bir refah anlayışı; küresel barışın sağlanabilmesi için şiddet ve korkudan bağımsız bir yaşam ve tüm bunların gerçekleştirilebilmesi için küresel bir kararlılık ve paydaş işbirliği bu temel konulardır. Bu temel çerçeve, insan hakları çerçevesi ile pek çok zirve ve konferansın çıktıklarına dayanmaktadır. Çevresel sürdürülebilirlik, ekonomik refah, sosyal adalet ve eşitlik, barış gibi konuları içeren söz konusu hedeflerin ilişkisel çözüm arayışı bu temel çerçeve sayesinde kurulmaktadır (Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri, 2018).

Sürdürülebilir turizmin 1990'ların başından beridir turizm çevrelerinde tartışılan bir konu olmasının sebeplerinden biri sürdürülebilir turizme olan ilginin 1987 Brundtland Komisyonu raporunda "Ortak Geleceğimiz" (Our Common Future) ve onu takip eden 1992 Rio Sürdürülebilir Kalkınma Zirvesi'nde dikkat çekilmesiyle yönlendirilmesidir. İkincisi ise son 20-30 yıldır turizm faaliyetlerinde oluşan artışın, çoğu ülkede ekonomiye büyük katkısı bulunan turizm faaliyetlerinin doğal çevre üzerindeki etkisinin artması ve turizmin düşük gelirli ülkelerin ve bölgelerin yaşam standartlarını arttırabilecekleri bir yol olması gibi konulara ilginin çekilmesini sağlamasıdır (Obst, 2016).

En yaygın tanımı Brundtland Raporu'nda geliştirilen sürdürülebilir kalkınma, gelecek nesillerin ihtiyaçlarını karşılama durumunu riske atmadan günümüz ihtiyaçlarının karşılanması olarak ifade edilmektedir (Our Common Future, 1987). Sürdürülebilir turizm ise Dünya Turizm Örgütü tarafından ziyaretçilerin, sektörün, çevrenin ve ev sahibi toplulukların ihtiyaçları karşılanırken mevcut ve gelecekteki ekonomik, sosyal ve çevresel etkilerin hesaba katılması olarak tanımlanmaktadır (Birleşmiş Milletler Çevre Programı ve Dünya Turizm Örgütü, 2005). Turizm alanına önemli katkılar sağlayan Butler (1999), sürdürülebilir turizmi geleneksel turizmin farklı coğrafi alanlar ve topluluklar üzerindeki çevresel, sosyal, ekonomik, kurumsal ve kültürel açıdan ortaya çıkardığı sonuçlara yönelik yeni bir yaklaşım olarak nitelendirmektedir.

Sürdürülebilir turizmin sağlanması için elde edilen gelirleri bilinçsizce en yüksek seviyeye getirmekten ziyade, çevreye duyarlı bir ekonomik gelişme modeli sağlamak gerekmektedir. Bunu sağlarken de turizmin ortaya çıkmasına zemin hazırlayan varlıkların nicelik ve niteliğinin korunarak, sürekliliğinin sağlanacağı birtakım ilkelere uyulması gerekmektedir (Tosun, 2001). Bu noktada sürdürülebilir turizmin, ürün kalitesi ve turist memnuniyetini gözeterek ekonomik faaliyetler, yerel topluluklar ve çevre arasında bir denge oluşturarak uzun vadeli bozulmaları önlediği özelliği akla gelmektedir (Butler, 1999). Turizm gelişiminin ekonomik, sosyo-kültürel ve çevresel yönlerini ifade eden ve bu üç boyut arasında uygun bir denge kurulmasını isteyen sürdürülebilir turizm ilkelerinin etkinliği için bunların yapılması önem arz etmektedir:

- Turizm gelişiminde önemli bir unsur olan çevresel kaynakların en ideal seviyede kullanımını, temel ekolojik süreçlerin sürdürülmesini amaçlayarak ve doğal kaynaklarla biyo çeşitliliğin korunmasına yardımcı olmak,
- Ev sahibi toplulukların sosyo-kültürel özgünlüğüne saygı göstermek, onların yaşayan kültürel mirasını ve geleneksel değerlerini korumak ve kültürlerarası anlayışa ve hoşgörüye katkıda bulunmak,
- Ev sahibi topluluklara istikrarlı istihdamın, gelir getiren fırsatların ve sosyal hizmetlerin sağlandığı ve yoksulluğun azaltılmasına katkıda bulunan, tüm paydaşlara sosyo-ekonomik faydalar sağlayan, uzun vadeli ekonomik faaliyetler oluşturmak (Obst, 2016).

Turizm sektöründe yoğunlukla ekonomik getirilere odaklanılması, sosyal ve ekolojik sonuçların görmezden gelinerek, sektörün kendi varoluşunu zayıflatma tehlikesiyle karşı karşıya kalmasına sebep olabilmektedir. Çeşitli parametrelerde taşıma kapasitesini aşan turist yoğunluklarını dengelemenin yanı sıra, sektörün genişlemesi ve büyümesini uman destinasyonlar açısından da sektörün ve hedef topluluğun karşılıklı olarak faydalanması için simbiyotik⁷ ilişkilere ihtiyaç duyulmaktadır. Hem sorunların çözümü hem de sorunlar oluşmadan önce önlemlerin alınması, turizmi bir topluluğun ekosisteminin bir parçası olduğu yaklaşımlar benimsemeyi gerektirmektedir (Murphy, 1983). Odum (1969)'un ekosistem tanımında bahsi geçen bir doğa alanı içerisindeki canlı ve cansız organizmalar arasındaki malzeme değişimi, turizm sektöründeki ziyaretçiler ve fiziksel olanaklar arasında etkileşim ve çeşitli sektörler arasında bir gelir alışverişi içermesi yönüyle bu yaklaşıma uygun görülmektedir (Murphy, 1983). Bir destinasyondaki mevcut yaşam koşullarına müdahale etmeden önce onları anlamak için çaba gösterilmesi (Tucker, 1970), canlı ve cansız bileşenler arasında karşılıklılığın söz konusu olması ekosistem yaklaşımının gereklerindedir. Toplulukların, turizm sektörüyle gelişme sağlarken doğal turistik cazibe kaynakları, destinasyon sakinlerinin turizme yönelik tutumu, turistik kaynaklardan elde edilen getirinin yanı sıra karşılıklı bağımlılık halinde bir arada var olduğu bitkilerin ve hayvanların ihtiyaç ve gereksinimlerini dengelemesi gerekmektedir (Murphy, 1983).

⁷ Simbiyotik kavramı, bir arada yaşayan anlamı taşımaktadır (<https://kelimeler.gen.tr>).

Bir destinasyonda, turizm planlaması ve geliştirilmesinin genellikle turizm işletmelerinin atılımları, turizm trendleri, sivil toplum kuruluşlarının tutumu, hükümet ve yerel yönetimlerin kararları etkisinde gerçekleşmekte; bu süreçlerde yerel toplulukların kendi yaşam ve gelecekleri üzerinde çok az kontrol sahibi oldukları bilinmektedir (Pinel, 1998). Oysa ki turizmin içselleştirilmesi, desteklenmesi ve sürdürülebilirliğinin sağlanması açısından yerel toplulukların turizm planlama ve geliştirme süreçlerine katılımının sağlanmasıyla yaşadıkları bölge üzerinde söz sahibi olması oldukça önemlidir (Özdemir ve Kervankıran, 2011). Esasında bu farkındalıkla birlikte, yerel halkın turizme ve turizmin etkilerine yönelik tutumlarının incelendiği gittikçe artan yapıdaki mevcut alanyazın (Tosun, 2002; Akova, 2006; Cengiz ve Kırkbir, 2007; Jackson, 2008; Eshilki ve Kaboudi, 2012; Boğan ve Sarıışık, 2016; Işık ve Çalkın, 2016), turizmin gelişmekte olduğu bölgelerde yerel halkın turizme yönelik tutumunun belirlenmesinin, yerel halkın turizmi desteklemediği durumlarda ortaya çıkan olumsuz şartların azaltılmasında önemli bir rol oynadığını göstermektedir (Sheldon ve Abenoja, 2001; Jackson, 2008). Yine yerel halkın farkındalığı, bilgisi ve desteği, herhangi bir turizm gelişim projesinin başarılı olmasında oldukça etkili olduğunun bilinmesi (Gürsoy, Jurowski ve Uysal, 2002), turizm destinasyonlarında turizmin gelişimi ile ilgili faaliyetlerde yerel halkın desteğinin alınması ve sürece dâhil edilmesini oldukça önemli kılmaktadır (Duran ve Özkul, 2012). Bu düşünceyle paralel olarak yerel halkın turizmin gelişimine yönelik algı ve tutumlarının sürekli olarak belirlenmesi (Murphy, 1985) ve anlaşılması, sürdürülebilir turizmin gelişimi ve başarısı ile ilişkilendirilmektedir (Eshilki ve Kaboudi, 2012).

1.6.1. Sürdürülebilir Turizm Tutumu Bileşenleri

Gerek uluslar arası, gerek ulusal alanyazında destinasyon sakinlerinin turizmin gelişimine yönelik tutumlarının araştırıldığı pek çok çalışma olduğu görülmektedir. Sürdürülebilirliğe yönelik ilgi ve farkındalığın artmasıyla birlikte destinasyon sakinlerinin sürdürülebilir turizme yönelik tutumlarının da büyük önem arz ettiği ve ölçülmesinin gerekliliği fark edilmektedir. Bu kapsamda, bu çalışmada Choi ve Sırakaya-Türk (2005)'nin destinasyon sakinlerinin sürdürülebilir turizm tutumunu belirlemeye yönelik tasarlamış oldukları ölçek kullanılmıştır. Araştırmacılar, sürdürülebilir turizm tutumu ölçeğini oluştururken sürdürülebilir turizm paradigması ve Planlı Davranış Teorisi'nden faydalanmıştır. Bu bağlamda tutumların duyuşsal, bilişsel ve değerlendirici

bileşenlerinden sadece bilişsel ve duyuşsal bileşenler dikkate alınmıştır (Fishbein ve Ajzen, 1975).

Sürdürülebilir turizm tutumu ölçeğinde, ifadelerin ve boyutların oluşturulmasında geçmiş sürdürülebilir toplum turizminde yer alan toplum odaklı veya toplum temelli turizm gelişimi (örneğin, yerel halkın rekreasyon tesislerinden faydalanması, yerel politika, yerel işletmelerin teşviki, yerel katılım); olumsuz sosyal ve kültürel etkilerin en aza indirilmesi; ekonomik faydaların en iyi şekilde kullanımı; çevresel endişe (örneğin, fiziksel ve insan yapımı kaynakların korunması, etik, politika, standartlar, olumsuz etkilerin en aza indirilmesi); planlama (uzun vadeli, entegre, katılımcı); ziyaretçi yönetimi (örneğin, ziyaretçi memnuniyeti, destinasyon çekiciliği, uygun araçların kullanımı) ve tam toplum katılımı (örneğin, liderlik rolleri, aktif katılım, karar alma sürecine katılım, işbirliği, bilgi ve iletişim) bileşenlerinden faydalanılmıştır (Choi ve Sırakaya-Türk, 2005).

Choi ve Sırakaya-Türk (2005) tarafından geliştirilen yedi boyutlu sürdürülebilir turizm tutumu ölçeği, Riberio, Pinto, Silva ve Woosnam (2017) tarafından yapılan geçerlilik çalışmasında iki farklı kategoride ele alınmıştır. Ölçeğin, bu çalışma kapsamında dikkate alınan bu versiyonunda çevresel sürdürülebilirlik, algılanan ekonomik yarar ve algılanan sosyal maliyet boyutları algılanan turizm etkilerini oluştururken; uzun dönem planlama, ziyaretçi memnuniyeti sağlama, toplum katılımını maksimize etme ve toplum merkezli ekonomi boyutları beklenen turizm sürdürülebilirliğini oluşturmaktadır. Bu kapsamda algılanan turizm etkileri ve beklenen turizm sürdürülebilirliği konularına ilişkin bilgilere aşağıda yer verilmiştir.

1.6.1.1. Algılanan Turizm Etkileri

Çevresel Sürdürülebilirlik

Çevresel sürdürülebilirlik; Mazurkiewicz (2005) tarafından kurum ve kuruluşların tesis planlamalarında ve üretimlerinde, kaynak kullanımında verimliliği artırarak, atık ve zararlı salınımları en aza indirerek gelecek nesillerin ülke kaynaklarından en üst düzeyde faydalanabilmelerini sağlamak olarak tanımlanmaktadır. Ozon tabakasının delinmesi ve karbon gazı salınımının etkisine bağlı olarak gerçekleşen iklim değişikliği gibi olaylarla birlikte gittikçe artan birtakım çevresel sorunların çözümüne yönelik kaygı, küresel çapta çevresel sürdürülebilirliğin gündem hâline gelmesine sebep olmaktadır (Holden, 2003).

Her ne kadar hükümetler çevre yönetimini sağlama konusunda temel sorumluluk sahibi gözüke de, özel sektör de birtakım yönetmelikler, yaptırımlar ve zaman zaman teşvikler aracılığıyla çevresel açıdan sağlıklı davranışlar sergilemeye yönlendirilmektedir. Günümüzde pek çok hükümet ve özel sektör işletmeleri, çevresel korumanın ekonomik büyüme ile çatışan bir konu olmadığını farkına varmakta ve bu hususta aktif olarak rol almaktadır (Mazurkiewicz, 2005). Özetle bu boyut ile günümüz şartlarında mevcut olan doğal veya insan eliyle yapılmış kaynakların korunması ve gelecek nesillere aktarılırken karşılaştıkları olumsuz etkilerin en aza indirgenmesi merkeze alınmaktadır (Arslan Ayazlar, 2017).

Algılanan Ekonomik Yarar

Turizm alanyazınında ekonomik sürdürülebilirliğin ana temaları genel ekonomik faydaları, yerel ekonominin çeşitlendirilmesini, kontrollü ekonomik büyümeyi (sınırlı büyüme), yerel ve bölgesel bağlantıların iyileştirilmesini ve ekonomik faydaların yerel ekonomiye adil dağılımını kapsamaktadır (McIntyre, 1993). Butler (1999), sürdürülebilir toplum turizminin, optimal ekonomik faydaların sağlanmasıyla gerçekleşebileceğini önermektedir. Destinasyon sakinlerinin turizmin gelişimi sonucu elde ettiği ekonomik yararın en uygun hâle getirilmesi önem arz etmektedir. Bu bağlamda, bu boyutta sakinlerin turizmin gelişimiyle birlikte karşılaştıkları ekonomik yarar ve maliyetlere yönelik tutumları incelenmektedir (Arslan Ayazlar, 2017).

Algılanan Sosyal Maliyetler

Turizmin bir toplum üzerindeki sosyal etkileri, ilgili destinasyonda yaşayan sakinlerin turizmi teşvik eden kuruluşlara ve yetkililere vereceği desteği, turizm sektöründe çalışma konusundaki istekliliğini, bölgedeki turizm ürünlerinin ücretlendirilmesini, turistlere yönelik tutum, davranış ve ilgiyi de etkilemektedir (Crompton ve Ap, 1994). Bu araştırma kapsamında ele alınan algılanan sosyal maliyetler, destinasyonda gerçekleştirilen turistik faaliyetlerin kültürel ve sosyal etkilerinin minimize edilmesiyle ilgili bir boyuttur (Arslan Ayazlar, 2017).

1.6.1.2. Beklenen Turizm Sürdürülebilirliği

Uzun Dönem Planlama

Turizmin tüm öğelerinin eşgüdümlü bir biçimde gelişiminin sağlanabilmesi için sürdürülebilir planlamaya ihtiyaç duyulmaktadır (Bahar, Samırkaş ve Çelik, 2015). Uzun dönem planlama, sürdürülebilir bir planlamanın gerçekleştirilebilmesi adına dinamik ve katılımcı stratejilerin geliştirilmesini içermektedir (Arslan Ayazlar, 2017). Uygun bir turizm planlamasıyla destinasyonlarda yer alan turistik değerlerin zarar görmeden kuşaktan kuşağa aktarılması ve korunması aynı zamanda uzun dönemli sürdürülebilirliği sağlayabilmektedir (Bahar vd., 2015).

Toplum Merkezli Ekonomi

Turistik faaliyetlerin gelişiminin toplum tarafından kullanılması ve yerel halkın turizmin etkilerinin bilincinde olması, yerel kaynakların zarar görmeden ve etkin bir şekilde kullanımını sağlayabilmektedir (Farhadi Andarabi, 2014). Toplum merkezli ekonomi boyutu, sakinlerin ilgili destinasyondaki turistik faaliyetleri kullanımı, yatırım fonları, sakinlere yönelik politikalar ve katılımlarını içermektedir (Arslan Ayazlar, 2017).

Ziyaretçi Memnuniyeti Sağlama

Turizm sektörü, hizmeti sunan kişilerle hizmeti talep eden kişiler arasında hem ekonomik hem de toplumsal bir ilişkinin söz konusu olduğu ve bilhassa üretimle tüketimin eşzamanlı olması gibi kendine has özellikleri olan bir sektördür. Bu bakımdan ziyaretçi memnuniyetinin sağlanması ve sonraki seçimlerinde etki kurulabilmesi büyük önem arz etmektedir (Tayfun ve Yıldırım, 2010). Turistik bir destinasyonda ziyaretçi memnuniyetinin sağlanması, destinasyon seçimi, ürün tüketimi ve ilgili destinasyonun yeniden ziyaret etme eğilimi gibi konularda oldukça etkilidir (Yoon ve Uysal, 2005).

Toplum Katılımını Maksimize Etme

21. yüzyılda turizm sektöründeki gelişimin sürdürülebilir olmasının sağlanması konusuna olan ilginin artmasıyla birlikte (Hasse, 2003) turizm planlamasında toplumsal katılım, turizm gelişmelerinin yararları ve karar verme süreçleri de ön plana çıkmıştır. Turizm planlamasında alınan kararlara katılım sağlamanın destinasyon sakinlerine fayda sağlayacağı ve geleneksel yaşam tarzları ile değerlerine saygı gösterisi olacağı düşünülmektedir (W. Li, 2006). Bu önem bağlamında toplum katılımını maksimize etme

boyutu kapsamında destinasyon sakinlerinin turizm planlaması ve karar alımlarında katılımının sağlanması, işbirliği, iletişim, bilgi ve aktif katılımları ele alınmaktadır (Arslan Ayazlar, 2017).

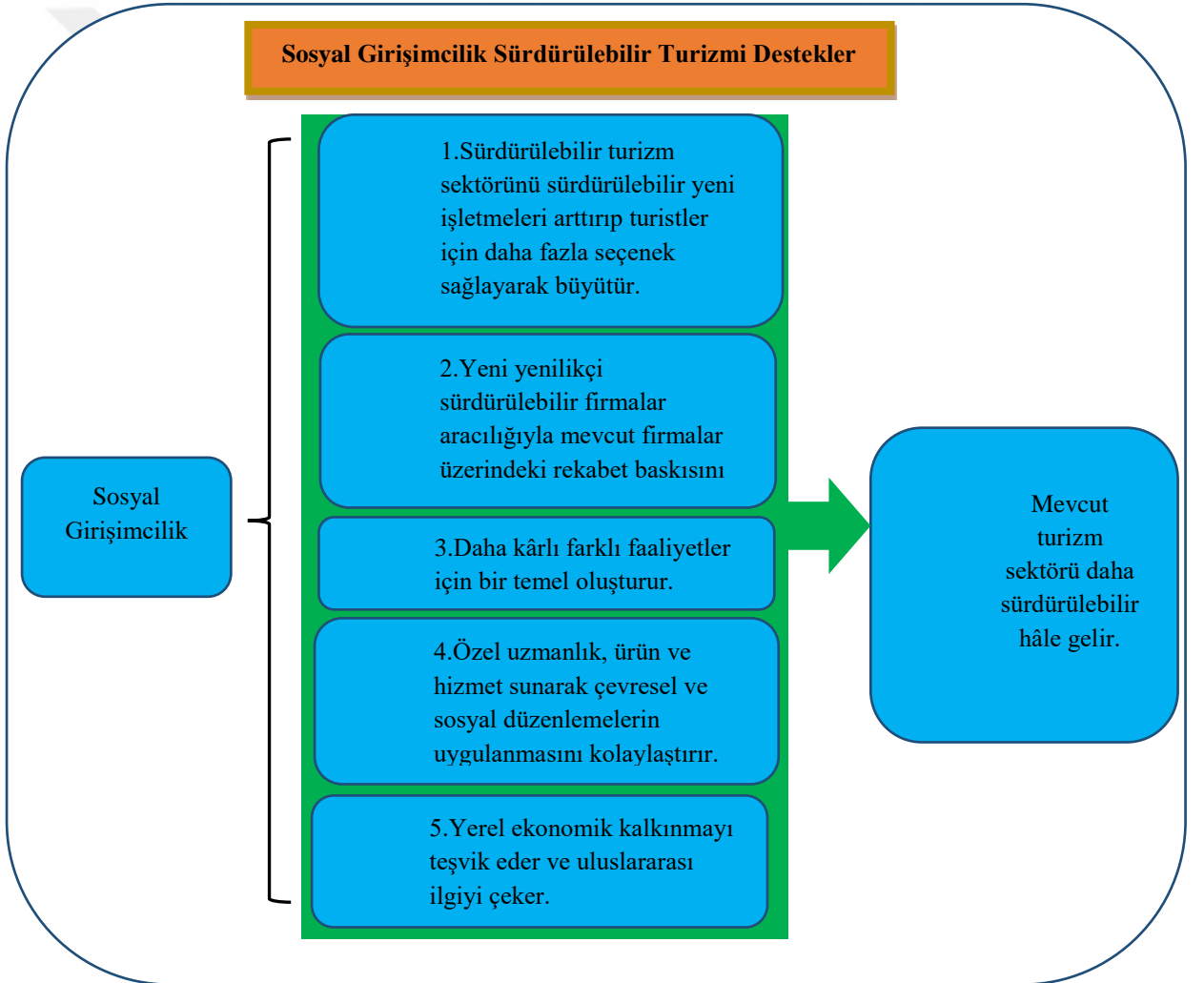
1.6.2. Sürdürülebilir Turizm ve Sosyal Girişimcilik

Dünya çapında gittikçe artan sayıda varış noktasının oluşması ve turizme yatırımlar yapılması; turizmin, işlerin ve işletmelerin yaratılmasında ve ihracat gelirleri ve altyapı gelişimi yoluyla sosyo ekonomik ilerlemenin kilit itici gücü hâline dönüşmesinde etkili olmuştur (UNWTO, 2017). Sürekli bir büyüme göstererek dünyanın en hızlı büyüyen ihracat sektörleri arasında yer alan turizm, küresel gayri safi yurtiçi harcamanın % 9'una katkıda bulunmakta ve dünyadaki her 11 işten birini karşılamaktadır (TUROFED, 2019). 2018 yılında ülkemiz 39.488.401 yabancı turist, 46.112.592 toplam ziyaretçi sayısı ile dünya sıralamasında 8. sırada yer alırken; 29.5 milyar dolar toplam turizm geliri ile dünya çapında 14. sırada yer edinmiştir. Turizm sektörünün dünya genelindeki önemi ve ülkemizdeki durumu göz önüne alındığında, elde edilen kazancın ve ziyaretçi sayılarının daha iyi rakamlara ulaşmasının önem arz ettiği söylenebilir. Bu noktada turizmin sürdürülebilirliğinde aracı rol üstlenen sosyal girişimciliğin turistler için daha fazla seçenek sunarak turizm sektörünü büyütmesine katkıda bulunacağı düşünülmektedir (UNWTO, 2019).

Sürdürülebilir turizm modeli, ekonomik maliyetler ve faydalar arasındaki ilişkiye odaklanan geleneksel fayda modeli, onun türevi sosyal değişim teorisi arasında ve gelecek nesiller boyunca toplumların refahının arttırılması ve tüm kaynakların korunmasına yoğunlaşan yeni çevre paradigması arasında bir denge oluşturmaya çalışmaktadır (Rowe, 1992). Benzer şekilde Butler (1999) tarafından sürdürülebilir turizmin temel özellikleri; toplulukların refahını arttırmak, finansal, sosyal ve teknolojik destek geliştirmek, turizmden etkilenen mevcut ve gelecekteki toplulukların refahını garanti etmek ve doğal ve kültürel çevrenin korunmasını desteklemek olarak sıralanmıştır.

Sürdürülebilirlik/sürdürülebilir turizm ve sosyal girişimciliğin çıkış noktaları bakımından birbiriyle örtüştüğü ortak paydaların olduğu görülmektedir. Nitekim sürdürülebilirlik kavramı, boyutları açısından ele alındığında dikkat çeken üç temel özelliğinin sosyal girişimcilik açısından önem arz ettiği fark edilmektedir. Onaran (2014)

tarafından önerilen ürün ve hizmetlerin üretiminde doğal kaynakların aşırı tüketiminin engellenmesi (ekonomik boyut), kaynakların çevreye zarar vermeden yönetilmesi (çevresel boyut) ve toplumları oluşturan bireylerin refahını sağlayabilmek için gelir ve cinsiyet eşitsizliğini gözeten, siyasi güvenilirliğin olduğu ve katılıma imkân veren uygulamalarla toplumun devamlılığının sağlanması (sosyal boyut) sürdürülebilir turizmde olduğu gibi sosyal girişimciliğin de odak noktasını oluşturmaktadır. Nitekim sosyal girişimcilik alanındaki çalışmalarda, sosyal girişimciliğin toplumdaki sosyal sorunların üstesinden gelmek ve sürdürülebilir kalkınmayı desteklemek için anahtar bir role sahip olduğu sıklıkla vurgulanmaktadır (Bozhikin, Macke ve Folchini da Costa, 2019).



Şekil 1.2. Sosyal Girişimcilik ve Sürdürülebilir Turizm Arasındaki Bağlantılar (De Lange ve Dodds, 2017).

Günümüze kadar girişimciler, sürdürülebilirlik, sosyal sorumluluk ve kurumsal yönetim gibi uygulamalarla sosyal sorunlara yönelik birtakım stratejik vizyon ve misyonlar geliştirmiş ve uygulamışlardır (Topsakal ve Yüzbaşıoğlu, 2018). Sosyal girişimciliği çevreleyen sosyal değer yaratma, sosyal yenilik, sürdürülebilirlik gibi kavramlar aynı zamanda turizmde sosyal girişimciliğin önemini özetlemektedir. Bu çıkarıma dayanarak turizmde sosyal girişimcilik, destinasyonlardaki ekonomik, çevresel ve sosyal sorunlara destinasyon içinde veya dışında, sürdürülebilir sosyal dönüşümü sağlayabilmek için fikirleri, kapasiteleri, kaynakları ve sosyal sözleşmeleri harekete geçirerek anında yenilikçi çözümler üretmek için turizmin kullanıldığı bir süreç olarak tanımlanabilmektedir (Sheldon vd., 2017). Özetle sosyal girişimler, farklı yetenek seviyelerinde ve farklı sosyo ekonomik geçmişe sahip çalışanlar istihdam ederek ekonomiyi canlandırmaya yardımcı olmakta ve hükümetin ele alamadığı sosyal konularda etki yaratmaktadır. Bu bağlamda De Lange ve Dodds (2017)'un sosyal girişimciliğin turizm sektörünü nasıl değiştirdiğine dair derlediği sosyal girişimcilik ve sürdürülebilir turizm arasındaki bağlantılar Şekil 1.2.'de verilmiştir.

De Lange ve Dodds (2017)'un geliştirmiş olduğu modeli destekleyen çalışmalar sosyal girişimcilik ve sürdürülebilir turizm arasındaki bağlantıyı desteklemektedir. Kimbu ve Ngoasong (2016) tarafından Kamerun'da yapılan bir çalışmada, küçük ölçekli turizm işletmelerindeki sahip/yönetici kadınların ticari stratejileriyle turizm sektörü çevresindeki topluluklara hizmet vererek toplumsal dönüşümü nasıl gerçekleştirdikleri incelenmiştir. Çalışma sonucunda sosyal dönüşüm ve ticari hedefleri aynı anda birleştiren sosyal girişimcilerin turizmde yerel kalkınmayı teşvik etmede önemli bir rol üstlendikleri tespit edilmiştir. Laeis ve Lemke (2016), yapmış oldukları çalışmada sosyal girişimlerin yerel turizmin gelişimine katılarak sosyal refaha ve yerel geçim kaynaklarının sürdürülebilirliğine katkıda bulduklarını tespit etmişlerdir. Benzer şekilde Zeng (2018), Tayvan'daki bir sosyal girişim örneği olan, toplum temelli turizm ve yoksul yanlı turizm özelliği olan Smangus topluluğunu incelediği çalışmasında, Smangus'un sürdürülebilir turizm gelişiminde başarılı bir sosyal girişimcilik uygulaması olduğunu, kültürel kaynakların canlı tutulmasında, doğal kaynakların, ormanların ve vahşi yaşamın sürdürülebilir yönetiminde, yoksulluğun azaltılmasında bu topluluğun etkili olduğunu ortaya koymuştur.

Akademik çalışmaların yanı sıra, sosyal girişimcilikle sürdürülebilirlik arasındaki ilişkiyi destekleyen uygulamalar bulunmaktadır. 1979'da Hindistan merkezli kurulan yerel toplulukların geçim kaynakları, su, hijyen ve sanitasyon, doğal ortam ve teknolojiler, eğitim, yerel kurumlar gibi konularını odağına alarak entegre kırsal topluluk geliştirme modeline öncülük etmiştir. Pless ve Appel (2012), Gram Vikas'ın Su ve Sanitasyon Programı'yla sürdürülebilir kırsal kalkınmaya yönelik yenilikçi, sosyal girişimci yaklaşımını analiz ettiği çalışmalarında bir sosyal girişim aracılığıyla insanların onurla ve barış içinde yaşadığı eşitlikçi ve sürdürülebilir bir toplum vizyonunu nasıl gerçekleştirmeye çalıştığını incelemiştir. Bu araştırma sağlığın iyileştirilmesi, kadınları güçlendirmek ve yoksulluğun kısır döngüsünü kırmak gibi küresel hedeflere demokratik, kendi kendini yöneten ve % 100 katılımcı bir anlayışla çözüm üretilebileceği ve yerelde sürdürülebilir değişimin yaratılabileceğini göstermektedir.

İKİNCİ BÖLÜM

SOSYAL GİRİŞİMCİLİK VE SÜRDÜRÜLEBİLİR TURİZM: BİR KARMA YÖNTEM ARAŞTIRMASI

Bu bölümde araştırmanın yöntemi, amacı ve problemi, evren ve örnekleme, veri toplama araçları, modeli ve hipotezleri ile sınırlılıkları ele alınacaktır.

2.1. ARAŞTIRMANIN AMACI VE PROBLEMİ

Michael E. Gerber (2015) “Girişimcilik Tutkusu-Küçük İşletmeler Niçin Batar, Nasıl Büyür?” adlı eserinde her bireyde bulunan girişimcilik ruhunun hayata aktarılmasının öneminden bahsetmektedir. Bu öneme paralel olarak günümüzde giderek artan girişimcilik faaliyetleri diğer sektörlerde olduğu gibi turizm sektöründe de yükselen bir değer olarak yer edinmektedir. Girişimcilik, ekonomik kazanç elde etmenin ötesinde sosyal değer yaratma misyonuyla da ön plana çıkmakta, bu bakımdan sosyal değer yaratma hususunda sorumlu bir anlayışa sahip olan turizm sektöründe sosyal girişimcilik konulu çalışmalara daha fazla önem verilmesi gerekmektedir (Günlü, 2015). De Lange ve Dodds (2017)’un, sürdürülebilir turizmle sosyal girişimcilik arasındaki bağlantıyı özetleyen modeli ve bu modeli destekleyen çalışmalar (Kimbu ve Ngoasong, 2016; Laeis ve Lemke, 2016; Zeng, 2018) konunun önemini tekrarlar niteliktedir. Bu noktada turizmin olumsuz etkilerinin önüne geçilebilmesi, olumlu etkilerinin artırılması ve turizm destinasyonlarında sürdürülebilirliğin etkin bir şekilde sağlanması açısından sosyal girişimcilik, bu çalışmanın çıkış noktası olarak belirlenmiştir.

Bir turizm destinasyonunda yerel halkın turizme yönelik tutumları, turizm geliştirme sürecinden doğrudan etkilendikleri için oldukça önemli görülmektedir (Murphy 1985; Ap 1992; Gunn, 1994). Topluluğun turizm kararlarına aktif katılımı, sürdürülebilir turizmi daha uygulanabilir hale getirebilmektedir. Bu uygulanabilirlik, anlayışlı hükümetlerle iyi gelişmiş yönetim-iletişim kanalları açılarak yaratılabilir. Yerel turizmin uzun vadeli ekonomik uygulanabilirliği için sürdürülebilirlik, turizm açısından kritik bir unsurdur. Turizmin topluluklara daha fazla fayda sağlanabilmesi için planlamacılar, politika geliştiriciler, sektör temsilcileri, sivil toplum kuruluşları ve topluluk sakinleri turizm gelişimini doğru bir şekilde yönlendirmekten sorumludurlar (Choi ve Sırakaya-Türk, 2005).

Araştırma sahasını oluşturan Uzundere ile ilgili alanyazın incelendiğinde flora-faunası, kültürel ve tarihi dokusuyla bünyesinde barındırdığı turistik potansiyel sayesinde adından saklı cennet olarak söz ettirse de pek çok turizm destinasyonu gibi önemli sorunlarla karşı karşıya olduğu fark edilmektedir. Tortum Gölü havzasında yaşanan şiddetli erozyon, altyapı yetersizliği, son yıllarda yapılan hidroelektrik santraller, orman kaynaklarının bilinçsiz tüketimi, yaban hayatının kaçak ve kontrolsüz avlanmadan dolayı tehlike altında olması, geleneksel mimari yapılarının yıkılma tehlikesi altında olması, uygun olmayan eğimlerde tarımsal faaliyetlerin yapılması, özellikle köylerdeki geleneksel yapıların terkedilip gelişigüzel betonarme yapılara geçilmesi yörede yaşandığı tespit edilen başlıca çevresel sorunlardır (Karahana ve Çakır, 2010). Diğer taraftan ilçenin göç veriyor olması, ilköğretim okullaşma oranının en düşük olduğu ilçelerden biri olması (Erzurum İli Sosyal Yapı Analizi, 2015), düzenli çöp depolama, ayrıştırma veya dönüştürmeye yönelik herhangi bir tesisin bulunmaması, atık suların Tortum Çayı'na deşarj edilmesi, bilinçsiz hayvan otlatma, günübirlik piknik aktivitelerinin katı atıklara dayalı çevresel kirlilik oluşturması, ilçedeki doğal ve kültürel kaynaklar için taşıma kapasitesinin belirlenmemesi, plansız turizm yatırımları, bilinçsiz ve kaçak ağaç kesimi, birçok tescilli ve tescilsiz tarihi, kültürel değerlerin korunamaması, Tortum Çayı Havzası'nda bulunan endemik bitki türleriyle ilgili koruma çalışmalarının yetersizliği Uzundere'de yaşanan diğer sorunlardandır (Özgeriş, 2020).

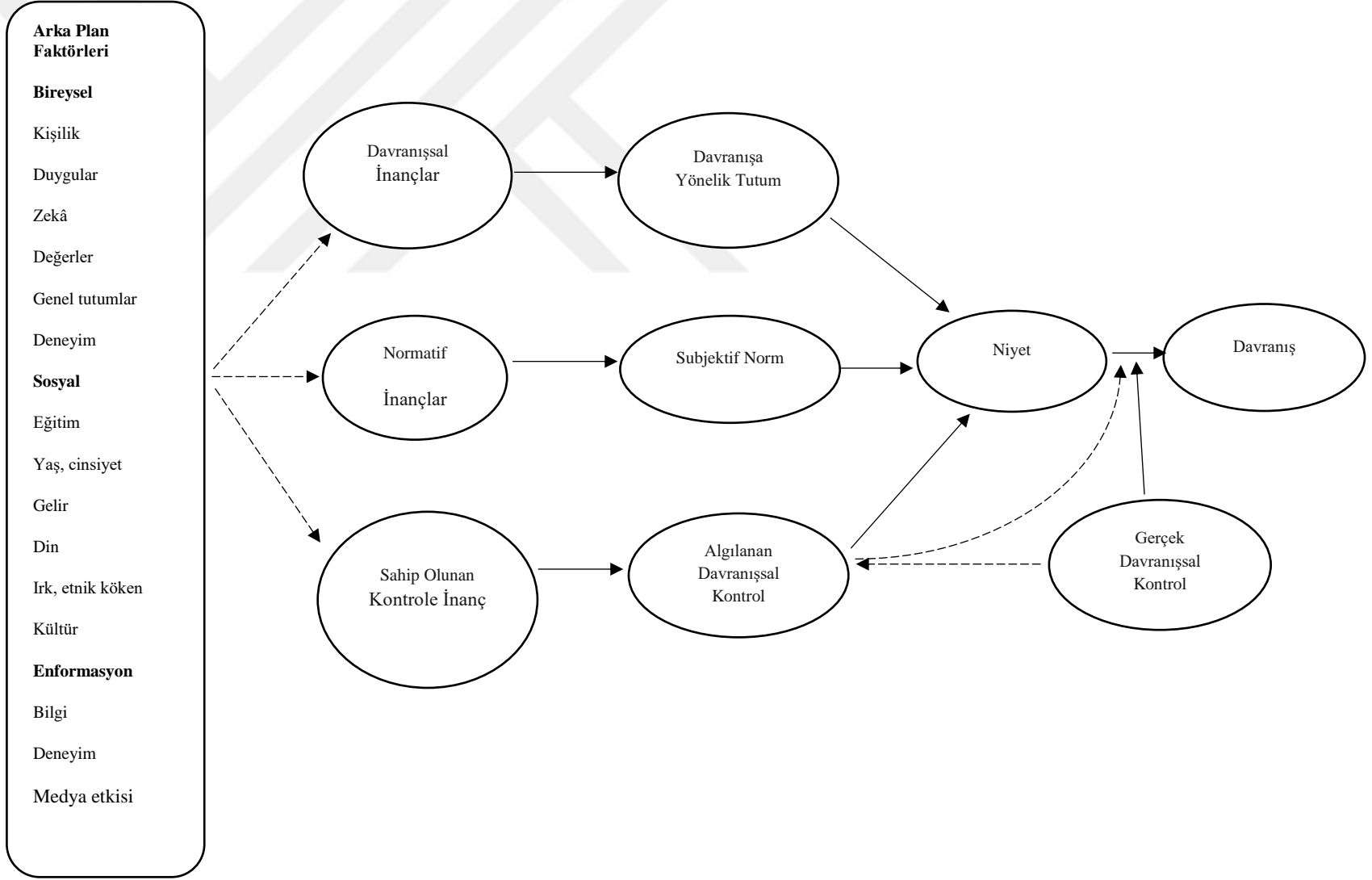
Uzundere ilçesinin turizm açısından ele alındığı çalışmalar incelendiğinde sınırlı sayıda çalışma olduğu fark edilmektedir. Bu kapsamda Orhan ve Karahana (2010), Uzundere ilçesinin ekoturizm potansiyelinin belirlenmesine yönelik yapmış olduğu çalışmada SWOT analizi tekniğini kullanarak ilçede coğrafi, ekolojik ve sosyo-kültürel açıdan ekoturizme kaynak oluşturan değerlerin bulunduğunu ve yörenin üniversite, sivil toplum kuruluşları, yerel yönetimlerin işbirliğiyle ve kamu yatırımlarıyla önemli bir ekoturizm merkezi olabileceğini tespit etmiştir. Uzan (2018), yavaş şehir bağlamında Uzundere ilçesinde turizmin etkilerini incelediği çalışmasında yavaş şehir hareketinin ilçede ekonomik, sosyo-kültürel ve çevresel açıdan turizm üzerinde olumlu etkiler oluşturduğunu ortaya koymuştur. Son olarak Kaymaz ve Birinci (2018), agriturizm ve agroturizmi TaTuTa projesi kapsamında değerlendirdiği çalışmada TaTuTa çiftliklerinin Uzundere'nin sosyoekonomik gelişiminde etkili olduğunu tespit etmiştir.

Toplumu ve dünyayı değiştirmede lider olarak kabul edilen sosyal girişimciler (Henton, Melville ve Walesh, 1997), sosyal değer yaratmak için abalamanın yanı sıra istihdam yaratarak sürdürülebilir ekonomik gelir sağlamayı hedeflemekte (Kazançoğlu ve Dirsehan, 2016), buldukları toplumun problemlerine odaklanıp sürdürülebilir bir ekonomik sistem oluşturmakta ncdrlere (Koç, 2010). Sosyal girişimciler aynı zamanda kıt kaynakları yaratıcı yöntemlerle harekete geçirerek ve kullanarak zlemeyen toplum ihtiyaçları için yenilikçi çözümler üreten problem çözücülerdir (Henton vd., 1997; Dees, 2001). Yavaş Şehirlerin oluşum amaçları sorgulandığında standartlaşmanın sağlanmasının aksine çeşitliliğin arttırılması, geleneksel değerlerin korunması, daha sürdürülebilir bir çevrenin oluşturulması ve korunması gibi odak noktalarının olduğu görülmektedir (Sezgin ve nvar, 2011). Sosyal girişimcilik özel ve kamu sektörü ile sivil topluluklar arasında güçlü, esnek ve üretken bir ilişki kurarak sektörleri, paydaşları ve çeşitli topluluk ağlarını birbirine bağlamak yoluyla (Henton vd., 1997) kaynakları birleştirmede köprüler oluşturmakta ve daha büyük topluluklar elde etmektedir (Henton vd., 1997; Dees, 2001).

Sosyal girişimcilerin ve sosyal girişimciliğin yukarıda değinilen yerelden küresele uzanan yelpazedeki olumlu zelliklerinin Uzundere rneğinde bahsi geçen sorunlara çözüm üretecek nitelikte uygulamalar içeren bir alternatif olduğu ve literatürde benzer bir çalışmanın olmadığı görülmektedir. Bu bilgiler ışığında Uzundere'deki yerel yönetimler ve sivil toplum kuruluşu yöneticileri ile yerel halkın sosyal girişimcilik deneyimi, sosyal girişimcilik davranış öncülleri, sosyal girişimcilik eğilimi ve sürdürülebilir turizm tutumlarının belirlenmesinin ve bu konunun gündeme getirilmesinin ilgili alanyazına katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

2.2. ARAşTIRMANIN MODELİ VE TEORİK DAYANAKLARI

Bu çalışmanın nicel aşamasında Hockerts (2015)'ın, Mair ve Noboa (2006)'nın geliştirmiş olduğu modeli revize ederek oluşturduğu, sosyal girişimcilik deneyimi, empati, ahlaki yükümlülük, algılanan sosyal destek, zyeterlik ve sosyal girişimcilik bileşenlerinin yer aldığı modelden ve Choi ve Sırakaya-Türk (2005)'n geliştirmiş olduğu sürdürülebilir turizm tutumu leğinden (SUSTAS) faydalanılmıştır. Bu alışma kapsamında her iki değişken için de Planlı Davranış Teorisi temel alınmıştır.



Şekil 2.1. Planlı Davranış Modeli (Ajzen, 2005).

Planlı Davranış Teorisi'nin temelini oluşturan Gerekçeli Eylem Teorisi'ne⁸ göre bireyin kontrollü olarak gerçekleştirdiği davranışlarında en önemli belirleyici bu davranışı geliştirme niyeti iken, bu niyeti belirleyen faktörler ise bu davranışa yönelik tutum ve subjektif normlardır. Davranışsal niyet, davranışa yönelik tutumun, davranış sonuçları ve bu sonuçların değerlendirilmesine yönelik inançların bir fonksiyonuyken; subjektif normlar ise normatif inançların ve bu inançlara uyum motivasyonunun bir fonksiyonudur (Fishbein ve Ajzen, 1975). Gerekçeli Eylem Teorisi'nin devamı olan Planlı Davranış Teorisi, bireyin iradesi dışındaki durumları da içermektedir. Buna göre davranışlar sadece iradeyle gerçekleşmemekte, temelinde niyetler bulunmakta ve niyetleri açıklamada da tutum, kişisel norm ve algılanan davranışsal kontrolü etkili olmaktadır. Bireylerin davranışı gerçekleştirme dereceleri sadece niyetine değil, yeteneklerine, psikolojik yapısına, davranışın gerçekleştirilmesi için gerekli olan fırsat ve kaynakların varlığına da bağlıdır (Ajzen, 2005).

Şekil 2.1'de Planlı Davranış Teorisi'nde yer alan unsurlar arasındaki ilişkiler gösterilmektedir. Buna göre bireyin davranışı, arka plan faktörleri, normlar, tutumlar ve niyetlere göre oluşmaktadır. Modele göre davranışı gerçekleştirme niyetini belirleyen tutum, subjektif norm ve davranışsal kontrol, arka planda yer alan bazı özelliklerden etkilenmektedir. Bireysel (kişilik, duygular, zekâ, değerler, genel tutumlar ve deneyim), sosyal (eğitim, yaş, cinsiyet, gelir, din, ırk, etnik köken, kültür) ve enformasyona (bilgi, deneyim, medya etkisi) yönelik faktörler davranışsal niyetin oluşmasında etkili olan özelliklerdir (Ajzen, 2005). Bireylerin davranışlarını açıklamak ve tahmin etmek üzere tasarlanmış olan Planlı Davranış Teorisi, girişimcilik eğiliminin tespit edilmesinde de kullanılmakta ve girişimcilik niyetleri ve davranışlarının sağlam bir öngörücüsü olarak değerlendirilmektedir (Kautonen vd., 2015).

Mair ve Noboa (2006)'nın Planlı Davranış Teorisi'den faydalanarak oluşturduğu modelde sosyal girişimcilik niyetinin algılanan arzu edebilirlik ve algılanan fizibilite tarafından yönlendirildiği ortaya konmuştur. Hockerts (2015) ise bu modeli sosyal girişimcilik deneyimini ekleyerek revize etmiştir. Sosyal girişimciler belirli tutumlar, öznel normlar ve algılanan davranışsal kontrolü nedeniyle sosyal girişimler oluşturmak için

⁸ Gerekçeli Eylem Teorisi, Fishbein ve Ajzen (1975) tarafından tutum, niyet ve davranış arasındaki ilişkileri daha iyi anlayabilmek ve irade sonucunda gerçekleşen sosyal davranışları açıklayabilmek için geliştirilmiş sosyal psikoloji temelli bir kuramdır.

niyetler geliştirmektedir. Niyetler davranış için en iyi yordayıcılar iken (Krueger vd., 2000), sosyal girişimcilik davranışında niyetler geliştikten sonra fırsat keşfine yol açan tetikleyici durumlar ortaya çıkmaktadır. Tetikleyici olay, niyetler ve davranışlar arasındaki ilişkiyi yumuşatmakta ve davranışları oluşturma niyetlerinin öngörülebilirliğini artırmaktadır. Söz konusu tetikleyici fakrlerden olan bireylerin geçmiş deneyimi, onların fikrine olan güvenini arttırmakta ve sosyal girişimcilik davranışı sergilemeye yönelik motivasyonuna katkı sağlamaktadır (El Ebrashi, 2013).

Turizm destinasyonlarındaki ev sahibi toplulukların iyi niyeti ve işbirliği topluluk kalkınmasının temel unsurlarından biridir (Murphy, 1985). Ziyaretçiler ve ev sahibi topluluk arasında uyumlu ve olumlu ilişkiler oluşturulabilmesi için topluluk sakinlerinin turizm faaliyetlerine ve turizmle birlikte gerçekleşen değişimlere nasıl tepki verdiklerinin ve benimseyip benimsemediklerinin bilinmesi önem arz etmektedir. Sakinlerin turizm faaliyetlerinin doğrudan ya da dolaylı etkilerine ne lde tahammül edebildiklerini anlamak, ortaya çıkabilecek olası çatışmaları en aza indirmek gayesiyle çözümler bulmak için bir temel sağlayabilmektedir (Crompton ve Ap, 1994). Turizmin etkilerine ilişkin mevcut alanyazın, turizm gelişiminin çevresel bozulma, kaynakların hızla tükenmesi, yerel kültürlerin metalaştırılması gibi bir dizi doğrudan zararlı etkisinin olduğunu da göstermektedir. Sürdürülebilir turizm paradigması, destinasyon sakinlerini odak noktası haline getirerek turizm planlama ve gelişimine yönelik kavramsal çerçeveleri güçlendirmekte ve turizmin olası olumsuz etkilerini iyileştirebilmektedir. (Choi ve Sırakaya-Türk, 2005). Bu bilgiler doğrultusunda bir destinasyonda yaşayan yerel halkın ve turizm kararlarında söz sahibi olduğu düşünülen yerel yönetimler ve sivil toplum kuruluşu yöneticilerinin sürdürülebilir turizm tutumlarının belirlenmesinin önemli olduğu düşünülmektedir.

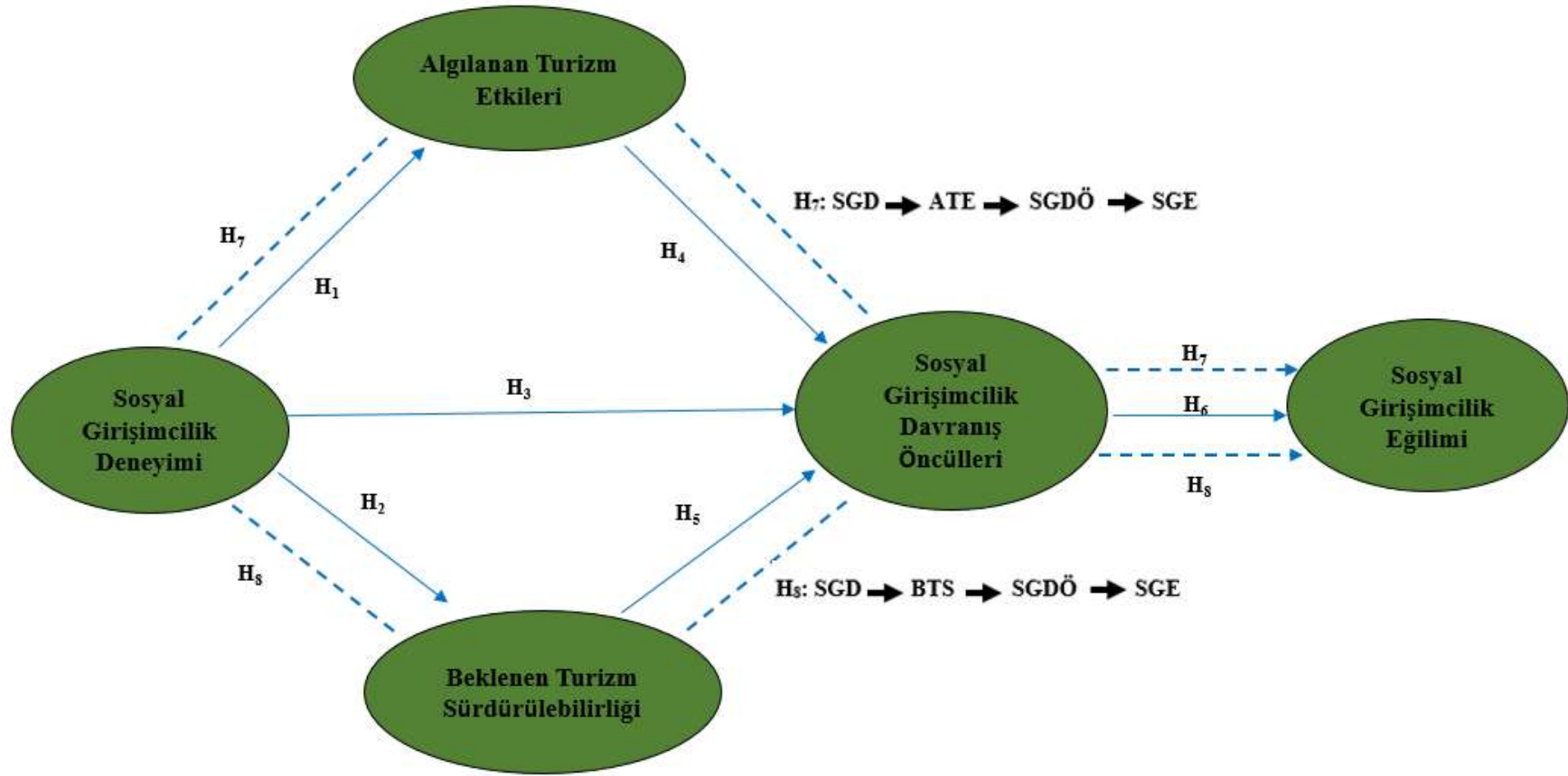
Tutum, bireyin belirli bir davranışı ne kadar onayladığı veya reddettiğini temsil etmektedir. Bireyin davranışa yönelik tutumu, davranışlarının ve bu davranışlarının başkaları üzerindeki etkilerine yönelik sonuçları öznel bir Şekilde değerlendirmesini gerektirmektedir (Ajzen ve Fishbein, 1980). Planlı Davranış Teorisi, bireyin sahip olduğu inançların belirli bir davranışın olası sonuçlarının öznel bir biçimde değerlendirilerek tutumu Őekillendirdiđini ne sürmektedir (Ajzen, 1991). Araştırma modelinde yer alan sürdürülebilir turizm tutumu değerkeni kullanılırken Ribeiro, Pinto, Silva ve Woosnam (2017)'ın SUSTAS leğini kullanarak geliştirmiş olduğu hiyerarşik modelden

faydalanılmıştır. Hiyerarşik modele göre sürdürülebilir turizm tutumunun alt boyutları olan algılanan ekonomik yarar, algılanan çevresel sürdürülebilirlik ve algılanan sosyal maliyetler algılanan turizm etkileri; uzun dönem planlama, toplum katılımını maksimize etme, ziyaretçi memnuniyeti sağlama ve toplum merkezli ekonomi ise beklenen turizm sürdürülebilirliği olarak değerlendirilmektedir.

Araştırma modeli oluşturulurken Ajzen (2005)'in Planlı Davranış Teorisi modelinde önermiş olduğu yapıdan hareketle sosyal girişimcilik deneyimi arka plan faktörü olarak değerlendirilmiştir. Algılanan turizm etkileri ve beklenen turizm sürdürülebilirliğine Ribeiro vd. (2017)'nin sürdürülebilir turizm tutumu değişkeninin farklı değişkenlerle bir arada ele alındığı modellerde bağımsız değişken olarak konumlandırılması önerisi dikkate alınarak sosyal girişimcilik deneyiminden sonra yer verilmiştir. Davranışa yönelik tutumları temsil eden empati, sosyal normlar için bir temsil olarak ahlaki yargı, iç davranışsal kontrol için bir temsil olarak öz yeterlik ve dış davranışsal kontrol için bir temsil olarak algılanan sosyal destek bileşenlerinden oluşan sosyal girişimcilik davranış öncülleri ve sosyal girişimcilik eğilimi yine Ajzen (2005)'in Planlı Davranış Teorisi modelinde önerdiği yapı dikkate alınarak konumlandırılmıştır. Bu bilgiler ışığında oluşturulan araştırma modeli Şekil 2.2.'de sunulmuştur.

Araştırma modelinde yer alan sosyal girişimcilik deneyimi bağımsız; algılanan turizm etkileri, beklenen turizm sürdürülebilirliği ve sosyal girişimcilik davranış öncülleri hem bağımlı hem bağımsız; sosyal girişimcilik eğilimi ise bağımlı değişken niteliğindedir. Bu bağlamda araştırma kapsamında geliştirilen hipotezler aşağıda sıralanmıştır:

- H₁*: Sosyal girişimcilik deneyimi algılan turizm etkilerini olumlu yönde etkilemektedir.
- H₂*: Sosyal girişimcilik deneyimi beklenen turizm sürdürülebilirliğini olumlu yönde etkilemektedir.
- H₃*: Sosyal girişimcilik deneyimi sosyal girişimcilik davranış öncüllerini olumlu yönde etkilemektedir.
- H₄*: Algılanan turizm etkileri sosyal girişimcilik davranış öncüllerini olumlu yönde etkilemektedir.
- H₅*: Beklenen turizm sürdürülebilirliği sosyal girişimcilik davranış öncüllerini olumlu yönde etkilemektedir.



Şekil 2.2. Araştırma Modeli

H₆: Sosyal girişimcilik davranış öncülleri sosyal girişimcilik eğilimini olumlu yönde etkilemektedir.

H₇: Sosyal girişimcilik deneyiminin sosyal girişimcilik eğilimi üzerindeki etkisinde algılan turizm etkileri ve sosyal girişimcilik davranış öncülleri aracı etkiye sahiptir.

H₈: Sosyal girişimcilik deneyiminin sosyal girişimcilik eğilimi üzerindeki etkisinde beklenen turizm sürdürülebilirliği ve sosyal girişimcilik davranış öncülleri aracı etkiye sahiptir.

2.3. ARAŞTIRMA HİPOTEZLERİNİN GELİŞTİRİLMESİ

Sürdürülebilir şekilde yürütülen turizm geliştirmekte olan ülkelerde, özellikle yerel topluluklara istihdam olanakları ile altyapı ve finansal kazançlar sağlama potansiyeline sahiptir (Butler ve Hinch, 2007; Sloan vd., 2014). Bu doğrultuda turizm sektöründeki sosyal girişimlerin de yerel topluluklar açısından ekonomik faydalar ve geçim kaynakları oluşturmada itici bir güç olması (Laeis ve Lemke, 2016), turizm alanında sosyal girişimcilğe artan bir ilginin gösterilmesini sağlamaktadır (Kokkrankal ve Morrison, 2011; Sloan vd., 2014). Ateljevic ve Li'ye (2009) göre, özellikle girişimcilik biçimindeki özel sektör ile sürdürülebilir turizm arasındaki bağlantı alanyazında göz ardı edilmiştir. Oysa ki girişimciler yenilikçi fikirlerin gelişimini ve çoğalmasını hızlandırarak ekonomik gelişmede önemli bir rol oynamaktadır. Turizm özelinde destinasyon sakinlerinin sosyal girişimcilik davranış öncülleri ve sürdürülebilir turizm tutumu arasındaki ilişkiyi ölçen çalışmaların yetersiz olmasının yanı sıra (Laeis ve Lemke, 2016; Sigala, 2016; Zeng, 2018) yerel halkın ve turizm kararlarında söz sahibi olan yerel yönetimlerin ve sivil toplum kuruluşu yöneticilerinin algılarının bir arada ele alınmasının ilgili alanyazına katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Sosyal girişimcilik, turizmde sürdürülebilirliğin sağlanmasında önemli ve gerekli bir konumda görülmektedir (Ergül ve Johnson, 2011; Hosseininia ve Ramezani, 2016; Mottiar, 2016; Peng ve Lin, 2016; Sigala, 2016; Yeh vd., 2016; Wang vd., 2016; Akbaba vd., 2017; Çiftçi, 2017; Biddulph, 2018; Kulakoğlu Dilek ve Dilek, 2018; Farhoodi, 2019; Çelebi vd., 2020). Bu bilgi doğrultusunda bireyin sosyal girişimcilik deneyimine sahip olmasının turizmin etkilerine yönelik algılarını (çevresel sürdürülebilirlik, algılanan ekonomik yarar, algılanan sosyal maliyet) ve turizmin sürdürülebilirliğine yönelik beklentisini (uzun dönem planlama, toplum katılımını maksimize etme, toplum merkezli

ekonomi, ziyaretçi memnuniyeti sağlama) anlamlı olarak etkileyeceği düşünülmektedir. Diğer taraftan algılanan turizm etkileri ve beklenen turizm sürdürülebilirliğinin sosyal girişimcilik davranış öncüllerini (empati, ahlaki yükümlülük, özyeterlik, algılanan sosyal destek) anlamlı olarak etkileyeceği öngörülmektedir. Bu bilgiler ışığında H_1 , H_2 , H_4 ve H_5 hipotezleri oluşturulmuştur;

H₁: Sosyal girişimcilik deneyimi algılanan turizm etkilerini olumlu yönde etkilemektedir.

H₂: Sosyal girişimcilik deneyimi beklenen turizm sürdürülebilirliğini olumlu yönde etkilemektedir.

H₄: Algılanan turizm etkileri sosyal girişimcilik davranış öncüllerini olumlu yönde etkilemektedir.

H₅: Beklenen turizm sürdürülebilirliği sosyal girişimcilik davranış öncüllerini olumlu yönde etkilemektedir.

Empati (Mair ve Noboa, 2006; Dees, 2012; Hockerts, 2017), ahlaki yükümlülük (Hwee Nga ve Shamuganathan, 2010), özyeterlik (Zhao, Sibert ve Hills, 2005) ve algılanan sosyal destek, bireylerin sosyal girişimcilik eğilimi sergilemesinde etkili fenomenler olarak görülmektedir. Bu çalışma kapsamında sosyal girişimcilik davranış öncüllerini oluşturan empati, ahlaki yükümlülük, özyeterlik ve algılanan sosyal destek kavramları birarada ele alınmış ve H_6 hipotezi oluşturulmuştur;

H₆: Sosyal girişimcilik davranış öncülleri sosyal girişimcilik eğilimini olumlu yönde etkilemektedir.

Bireylerin sosyal girişimcilik deneyimlerine sahip olması yeni fırsatlar tanınmasında etkili bir role sahiptir (Mair ve Noboa, 2006). Geçmişte yaşanan deneyimler, sosyal girişimcilerin ve sosyal girişimcilik eğilimi taşıyan kişilerin sosyal problemleri çözmeyi amaçlamalarının ya da sosyal problemleri diğer insanlara göre daha kolay fark etmelerinin sebebini oluşturmaktadır. Özellikle çocukluk veya gençlik döneminde sorunlarla karşılaşan kişiler, finansal gelir yerine sosyal dengesizliği çözmeyi tercih etme eğilimindedirler (Hwee Nga ve Shamuganathan, 2010). Sosyal girişimcilik deneyiminde, bireyin sosyal sektör kuruluşlarıyla çalışırken edindiği pratik deneyimi ölçülmektedir. Bu tür deneyimler, sosyal girişimler aracılığıyla çözülmesi amaçlanan sorunlara yönelik bir aşinalık oluşturmakta ve bu aşinalık sosyal girişimcilik eğilimi oluşmasında etkili olmaktadır. Sosyal girişimcilik deneyiminin sosyal girişimcilik eğilimi üzerindeki

etkisinde sosyal girişimcilik davranış öncülleri (empati, ahlaki yükümlülük, özyeterlik, algılanan sosyal destek) aracılık etmektedir (Hockerts, 2017). Ayrıca toplumsal, çevresel, ekonomik sorunların çözümünde duyarlılık sergilemiş bireylerin daha fazla sürdürülebilir turizm tutumu ve sosyal girişimcilik eğilimi taşıyacakları öngörülmektedir. Bu bilgiler ışığında H_3 , H_7 ve H_8 hipotezleri oluşturulmuştur;

H₃: Sosyal girişimcilik deneyimi sosyal girişimcilik davranış öncüllerini olumlu yönde etkilemektedir.

H₇: Sosyal girişimcilik deneyiminin sosyal girişimcilik eğilimi üzerindeki etkisinde algılanan turizm etkileri ve sosyal girişimcilik davranış öncülleri aracı etkiye sahiptir.

H₈: Sosyal girişimcilik deneyiminin sosyal girişimcilik eğilimi üzerindeki etkisinde beklenen turizm sürdürülebilirliği ve sosyal girişimcilik davranış öncülleri aracı etkiye sahiptir.

2.4. ARAŞTIRMANIN SINIRLILIKLARI

Her araştırmada olduğu gibi bu çalışmada da bazı sınırlılıklar mevcuttur. Karşılaşılan sınırlılıklar aşağıdaki şekilde sıralanmıştır:

- Bu çalışma konusu itibarıyla sosyal girişimcilik deneyimi, sosyal girişimcilik davranış öncülleri, sosyal girişimcilik eğilimi ve sürdürülebilir turizm tutumu değişkenleri ile; kapsamı itibarıyla Uzundere ilçesi sakinleri, yerel yönetim ve sivil toplum kuruluşu yöneticileri ile sınırlandırılmıştır,
- Araştırma verileri toplanırken birden fazla yöntem (nicel ve nitel) ve teknik (yüz yüze görüşme, online anket, yarı yapılandırılmış görüşme) tercih edilmiştir. Elde edilen verilerin iç tutarlılığına yönelik herhangi bir karşılaştırma yapılmamıştır,
- Bazı katılımcılar anketleri eksik ya da hatalı doldurduğu için veri kayıpları yaşanmıştır,
- Araştırmanın nitel aşamasında katılımcıların, yöneltilen soruları doğru bir biçimde algıladıkları ve ona göre yanıtladıkları varsayılmıştır,
- Anket ve yarı yapılandırılmış görüşme formları sadece gönüllü kişilere uygulanmıştır.

2.5. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

Bir araştırma çalışması yapılırken önceki alanyazının gözden geçirilmesi, araştırma probleminin tanımlanması, araştırmanın tasarlanması, veri toplanması ve verilerin analizi gibi göz önünde bulundurulması gereken birtakım faktörler bulunmaktadır. Araştırma yöntemi, tanımlanan araştırma problemini çözmenin bir yoludur ve yöntem birincil ve ikincil veri kaynaklarından faydalanılarak belirlenebilmektedir (Kothari, 2004). Bu bilgiler doğrultusunda bu araştırma yürütülürken öncelikle ikincil verilerden faydalanılarak alanyazın taraması yapılmış, veriler ulusal ve uluslararası alanda yayımlanmış olan kitap, tez ve makalelerden elde edilmiştir. Kaynaklara çeşitli üniversitelerin kütüphanelerinden, veri tabanlarından ve YÖK tez merkezinden ulaşılmıştır.

Araştırma yöntemlerine ilişkin alanyazında genel itibariyle nicel, nitel ve karma yöntem olmak üzere üç farklı araştırma yöntemi olduğu ifade edilmektedir. Nicel araştırma yönteminde, olay ve olgular nesnelleştirilerek ölçülebilir, gözlemlenebilir ve sayısal olarak ifade edilebilir bir şekilde ortaya koyulurken; nitel araştırma yönteminde ise, birtakım sosyal olguların anlaşılabilmesine yönelik bir yaklaşım söz konusudur (Yıldırım ve Şimşek, 2008). Üçüncü araştırma yöntemi olan karma yöntemde ise nicel ve nitel araştırma yaklaşımları bir arada kullanılarak birden fazla bakış açısıyla tüm bulguların bütünleştirilmesi amaçlanmaktadır (Teddlie ve Tashakkori, 2015). Karma yöntem araştırmaları, araştırma sorusuna yanıt ararken araştırmacının seçeneklerini genişletici bir özelliğe sahip olması sebebiyle son yıllarda tercih edilen bir araştırma yöntemi haline gelmiştir (Creswell ve Clark, 2015).

Greene vd., (1989) ve Giannakaki (2005) karma araştırma yöntemi tercih edilirken bazı gerekçelerin göz önünde bulundurulmasını önermektedir. Her karma yöntem araştırmasının önerilen beş gerekçelendirme yolundan bir veya birkaçını taşıyacak şekilde tasarlanması gerekmektedir (Greene vd., 1989). Söz konusu gerekçeler şu şekilde sıralanmaktadır;

- *Gelişim*; sıralı bir şekilde uygulanan araştırma yöntemlerinin ilk aşama sonuçlarının bir sonraki aşama ya da aşamaları şekillendirmesi ve geliştirmesinde kullanılmasıdır.
- *Üçgenleme*; aynı olay ya da durumun nicel ve nitel araştırma yollarını birbirinden bağımsız bir şekilde kullanılarak sonuçların birbirini açıklama

durumunun test edilmesidir.

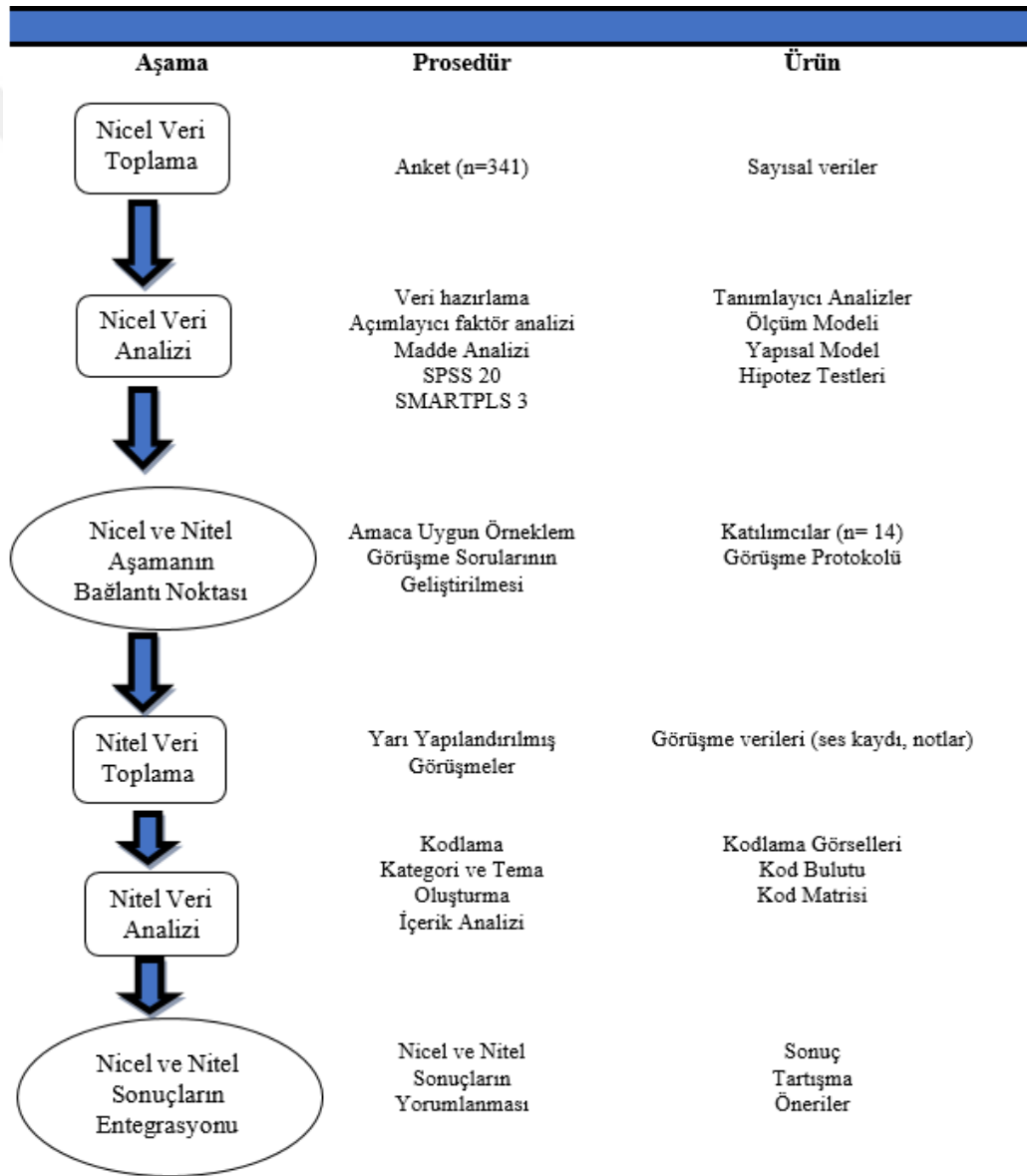
- *Tamamlayıcılık*; araştırmanın bir aşamasında elde edilen sonuçların diğer yöntemle elde edilen sonuçların açıklanması, ayrıntılandırılması ve açıklığa kavuşturulmasında kullanılarak araştırmanın daha zengin hale getirilmesidir.
- *Başlangıç*; Araştırmada iki farklı yöntemin kullanılmasının yeni araştırma soruları oluşturmada ya da elde edilen sonuçlar arasındaki uyum ve çelişkileri ortaya çıkarmada etkili olması durumudur.
- *Genişletme*; karma araştırma yöntemlerinin sadece aynı olguların farklı yöntemlerle ele alınmasını değil farklı olguların farklı araştırma yöntemleri kullanılarak araştırma sınırlarının genişletilmesini sağlamasıdır.

Bu araştırma kapsamında karma araştırma yöntemi tercih edilirken yukarıda bahsi geçen gerekçelendirmeler dikkate alınmıştır. Nicel yöntemle başlatılan araştırmanın bulguları, saha gözlemleri ve alanyazının yeniden gözden geçirilmesi yeni araştırma soruları hazırlanıp nitel yöntemin de eklenerek araştırmanın karma yönteme dönüştürülmesini sağlamıştır. Araştırma kapsamında her iki yöntemde de aynı olgular ve aynı teorik yapıdan faydalanılmıştır. Nitel aşamada elde edilen bulgular nicel aşamada elde edilen bulguların açıklanması ve detaylandırılmasında kullanılmıştır. Sonuç olarak bu araştırmada karma yöntem gerekçelerinden tamamlayıcılık, gelişim, üçgenleme ve başlangıç gerekçelerinin geçerli olduğu söylenebilir.

Araştırma deseni tercihinde etkileşim seviyesinin belirlenmesi, aşamaların önceliğinin ve zamanlamasının belirlenmesi gibi prosedürlerden yola çıkılarak nicel ve nitel araştırma yöntemlerinin güçlü yanlarıyla birbirini destekleyeceği düşünülerek bu araştırma, karma araştırma desenlerinden biri olan sıralı açıklayıcı desen üzerine kurulmuştur. Sıralı açıklayıcı araştırma deseni, temel araştırma sorusuna dayalı olarak nicel araştırma ile başlayıp nitel araştırma ile devam etmektedir (Creswell ve Clark, 2015).

Karma yöntem araştırmalarında dikkate alınması gereken birtakım prosedürel konular bulunmaktadır. Ivankova, Creswell ve Stick, (2006)'in daha önceki araştırmacıların (Tashakkori ve Teddlie, 1998; Creswell, 2003) tavsiyelerini dikkate alarak karma yöntem prosedürlerini açıklamak için geliştirmiş olduğu gösterimden faydalanarak oluşturulan sıralı açıklayıcı desen görsel modeli Şekil 2.3'te sunulmuştur. Nicel ve nitel yaklaşımların öncelik, uygulama ve entegrasyonu konularını içeren bu

kararlar, veri toplama süreci başlamadan önce, çalışma tasarım aşamasında ya da veri toplama ve analiz sürecinde alınabilmektedir (Ivankova vd., 2006). Sıralı açıklayıcı karma desende genel olarak nicel veri toplama ilk sırada gelmekte ve karma yöntemlerde veri toplama sürecinin ana yönünü temsil etmektedir. Araştırmacı, çalışma amacına, nicel ve nitel araştırma sorularının kapsamına ve her aşamanın özel tasarımına bağlı olarak nitel veri toplama ve analizine ya da her ikisine öncelik verebilmektedir (Morgan, 1998). Diğer taraftan öncelik kararı, araştırmacının ilgi alanına, çalışmanın hedef kitlesine ve araştırmacının çalışmada vurgulamak istediği şeye bağlı olarak da alınabilmektedir (Creswell, 2003).



Şekil 2.3. Sıralı Açıklayıcı Desen için Görsel Model (Ivankova vd., 2006'dan uyarlanmıştır).

Uygulama, karma yöntem araştırmalarında dikkate alınması gereken bir diğer prosedürdür. Nicel ve nitel verilerin toplanması ve analizi sırayla ya da eşzamanlı olarak yapılabilmektedir. Uygulama kararı çalışmanın amacına ve istatistiksel analizlerin bütünleştiren açıklamasını arayan araştırma sorularına bağlı olarak verilmektedir (Creswell, 2003). Entegrasyon ise araştırma sürecinde nicel ve nitel yöntemlerin karıştırılması veya bütünleştirilmesinin gerçekteleştiği aşama veya aşamaları ifade etmektedir (Tashakkori ve Teddlie 1998). Entegrasyon, ilk aşamada elde edilen verilerin analiz sonuçlarının, ikinci aşama araştırma sorularının hazırlanması ve analiz sonuçlarıyla birleştirilmesi şeklinde olabileceği gibi (Creswell, 2003) nicel ve nitel aşamalarda elde edilen bulguların, araştırmanın sonuç kısmında entegre edilmesiyle de gerçektelebilmektedir (Ivankova vd., 2006).

Bu çalışmada araştırmanın önceliğini, özellikle sosyal girişimcilik konusundaki çalışmaların çoğunlukla nitel yöntemle yapılmış olması ve bu alanda nicel çalışmalara duyulan ihtiyaçtan hareketle nicel veri toplama oluşturmaktadır. Nicel veri analizinden sonra karma araştırma yöntemine karar verilmiş ve araştırmanın amacına ve kapsamına uygun olduğu için sıralı açıklayıcı karma desen tercih edilmiştir.

2.5.1. Nicel Aşama Tasarımı

Araştırma amacı doğrultusunda bu araştırma öncelikle nicel yöntemle tasarlanmıştır. Nicel araştırma yönteminin tercih edilmesi özellikle sosyal girişimcilik çalışmalarının çoğunlukla nitel temelli olması (Tracey ve Jarvis, 2006; Hockerts, 2015) ve sosyal girişimcilik çalışmalarında nicel araştırmalara duyulan ihtiyaç (Short vd., 2009; Hockerts, 2015), değişkenlerin kesin sınırlarının belirlenmesi ve değişkenler arasındaki ilişkilerin ölçülmesinde etkili ve etkin bir yöntem olması gibi sebeplere dayanmaktadır.

Bu araştırmanın nicel aşamasında veri toplama tekniği olarak anket tekniğine başvurulmuş, kullanılan ölçeklerin özgün formları Likert tipi sorulardan oluştuğu için Likert ölçeği tercih edilmiştir. Olumlu ve olumsuz yanıtların birbirine aşamalı olarak eşit aralıkta olması ve ölçek sorularına uygunluğu nedeniyle tercih edilen 5’li Likert Ölçeği, kesinlikle katılmıyorum (1), katılmıyorum (2), ne katılıyorum ne katılmıyorum (3), katılıyorum (4) ve kesinlikle katılıyorum (5) derecelendirmesinden oluşmaktadır. Anketlerin uygulanması araştırmacı tarafından yüz yüze görüşme ve online anket

yöntemleriyle gerçekleştirilmiştir. Uzundere sakinlerine 2018 yılı Ağustos-ylül aylarında toplamda 600 anket dağıtılmış, 450 yanıtlanmış anket elde edilmiştir. Elde edilen verilerin analize hazırlanması sürecinde yapılan işlemler sonrası 341 anketlik veri seti üzerinde araştırma analizleri yapılmıştır.

2.5.2. Nitel Aşama Tasarımı

Turizm sektöründe sürdürülebilirlik ve sürdürülebilirliğin sağlanmasında etkili olabilecek faaliyet ve uygulamalar güncel çalışmaların konusunu oluşturmaktadır. Bu bağlamda yoğun ziyaretçi talebiyle karşılaşacak turizm potansiyeline sahip yavaş şehir örneği Uzundere’de de sürdürülebilir turizmin sağlanması amacı güdüldüğü ve bu yönde stratejiler geliştirildiği ön kabulü ile araştırmanın ikinci kısmını oluşturan nitel aşamasında katılımcıların sürdürülebilir turizm tutumu ve sosyal girişimciliğe yönelik algılarını belirlemek amaçlanmıştır. Araştırma amacı doğrultusunda 7 yerel yönetici, 2 Erzurum ilindeki yönetici ve 5 sivil toplum kuruluşu yöneticisi olmak üzere 14 katılımcıyla yarı yapılandırılmış görüşmeler yapılmıştır. Ses kaydına alınan görüşmeler deşifre edilerek MAXQDA 2020 nitel veri analizi programı ile analiz edilmiştir.

Nitel aşama, nitel araştırma desenlerinden biri olan fenomenoloji kapsamında tasarlanmıştır. Fenomenoloji felsefi olarak gerçekliğin, onları deneyimleyen bireylerin algılarına bağlı olarak oluştuğunu kabul etmekte; olay ve durumları anlamının yolunun onların nasıl deneyimlendiğinin araştırılmasının gerekliliğine bağlamaktadır. Fenomenolojide bireylerin farkında olduğu halde ayrıntılı ve derin bir anlayışa sahip olmadığı olay ve durumlara odaklanılmaktadır (Husserl, 2012). Nitel araştırmalara yaygın olarak, deneyim, tutum, görüş, değer, algı ve inançlara bağlı olarak bir değişimin yaşandığı konularda ihtiyaç duyulması bu çalışma açısından da amaca uygunluk arz etmektedir (Kümbetoğlu, 2020).

Nitel araştırmalarda araştırmacının nitel verileri oluşturması araştırma sürecindeki rolü ile bağlantılı olarak şekillenmektedir. Karşılıklı iletişimin niteliği, araştırmacının aktarılan, sakınılan, paylaşılan bilgi, tepkisel bilgi ve çeşitli faktörlerin etkisinde farklı aktarılan bilgiye ilişkin farkındalığı, bilgiyi var olan bağlama uygunlaştırması ve yeniden inşa etmesi dikkat etmesi gereken hususlardandır (Kümbetoğlu, 2020). Bu kapsamda görüşmeler araştırmacı tarafından katılımcılardan randevular alınarak yüz yüze yapılmış,

görüşme esnasında konuşmanın bölünmesine sebep olabilecek durumlara karşı geniş zaman ayrılması planlanmış, gönüllülük esasına bağlı kalınarak 13 katılımcıyla ses kaydı alınarak, 1 katılımcıyla not tutularak görüşmeler sağlanmıştır. Araştırma soruları yöneltirken katılımcıyı yönlendirmemeye özen gösterilmiş, sorular alt sorularla birlikte ayrıntılandırılarak yöneltmiştir. Ses kaydı bittikten sonra devam eden konuşmalar araştırmacı tarafından gözlem notlarıyla birlikte not edilmiştir.

2.5.3. Evren ve Örneklem

Lorcu (2015) herhangi bir konu hakkında araştırma yapılırken konuyla ilgili verilerin elde edilmesi aşamasında verilere ulaşılabilecek evrenin ve bu evreni temsil edecek örneklemin belirlenmesi gerektiğini ifade etmektedir. Bu kapsamda sıralı açıklayıcı karma desenle planlanmış bu çalışmanın evrenini Erzurum ilinin yavaş şehir özelliğine sahip Uzundere ilçesi oluşturmaktadır. Erzurum-Artvin karayolu üzerindeki Tortum Çayı vadisinde kurulmuş olan Uzundere ilçesi 19 Mart 2016'da İtalya'da düzenlenen Cittaslow İcra Kurulu toplantısında dünyanın yavaş şehirleri arasına katılmıştır (cittaslowturkiye.org). Yavaş şehirler listesine katılmasının etkisiyle Uzundere, Erzurum'un turizm potansiyeline katkı sağlamaktadır. Tarım ve hayvancılığın yanı sıra yöre ekonomisi turizmin doğal ve kültürel etkilerinden faydalanarak turizme ekonomik olarak da katkı sağlamaktadır. Hristiyan Gürcülerince büyük önem arz eden ve her yıl yerli ve yabancı turistlerin ve teologların ziyaret ettiği Çamlıyamaç Köyü'ndeki Öşvank Kilisesi (Kültür ve Turizm Bakanlığı, Uzundere Broşürü, 2018), Balıklı Köy Kasabası'nda yer alan Tortum Gölü ve Afrika'daki Zambezi Nehri üzerindeki Vietorio Şelalesi ve ABD'deki Erie Gölü ile Ontario Gölü arasındaki Niagara Şelalesi'nden sonra dünyanın en yüksek üçüncü şelalesi olma özelliğine sahip Tortum Şelalesi Uzundere'nin önde gelen turizm değerleridir. Tarihi Ambarlı Eyvanlı Uzundere Evleri, Erikli Şapeli, Sapaca Kalesi, Ağcakale Kalesi, Yedigöller Doğal Sit Alanı, Kirazlı Kalesi, Cevizli Kalesi, İnçer Cami, Çamlıyamaç Köyü Şapeli, Sapaca Köyü Şapel Kalıntısı, Dilgesor Gözetleme Kulesi, Şaşaroz Kalesi Uzundere'nin diğer tarihi ve doğal turistik değerleri arasındadır (uzundere.bel.tr).

Uzundere'de düzenlenen Çamlıyamaç Köyü Armutlu Festivali, Sapaca Köyü Puşulu Yaylası Festivali, Şelale Festivali ve Gençlik Şöleni, Uluslararası Uzundere Karakucak Güreşleri, Iron Man Yarışı gibi etkinlikler (Toy, İnci ve Gübüz, 2011);

Tortum Gölü'nde kürekçilik, kano, su kayağı, balıkçılık, kayıkla gezinti, yelken, sörf ve jet ski gibi su sporları ile kuş gözlemciliği, kelebek gözlemciliği, yaban hayatı gözlemciliği, trekking, manzara seyri (Orhan ve Karahan, 2010), kanyoning ve kaya tırmanışı gibi rekreatif faaliyetler (Toy vd., 2011) yörenin çekiciliğini arttırmaktadır. Doğal ve beşeri kaynaklarıyla botanik turizmi, inanç turizmi, ekoturizm, yayla turizmi gibi turizm türlerinin gerçekleştirilebildiği yöre ev pansiyonculuğuna uygun bir konum ve potansiyele sahip olduğundan ilçe merkezinde ve bazı köylerinde hali hazırda aktif olan pansiyonlar bulunmaktadır (Karahan ve Çakır, 2010).

Araştırma amacı doğrultusunda nicel ve nitel aşamalar için farklı örneklem tercih edilmiştir. Araştırmanın nicel aşamasında örneklem Uzundere sakinlerinden oluşmaktadır. Örneklem hesaplamada, Uzundere ilçe nüfusunu oluşturan 8.744 (www.nufusu.com/ilce/uzundere) kişinin hepsine erişim imkânı olmayacağından Yazıcıoğlu ve Erdoğan'ın (2004) örneklem büyüklüğü hesaplama yönteminden faydalanılmıştır. Bu doğrultuda araştırmacıların 0,05 hata payıyla 5000 ile 10000 arası evrenlerde önermiş olduğu 370 örneklem büyüklüğü dikkate alınmıştır.

Örneklem büyüklüğünü temsil eden 370 kişinin seçiminde kolayda örnekleme yönteminden faydalanılmıştır. Kolayda örnekleme, evren içerisinden seçilecek olan örneklemin, araştırmacının yargılarınca seçildiği örnekleme yöntemidir. Bu yöntemde verilere, ekonomik, hızlı ve kolay bir biçimde ulaşılabilmektedir (Zikmund, 1997). İlçe sakinlerinin gönüllülük esasına dayalı olarak araştırmaya katılımının sağlandığı saha araştırması, 2018 Ağustos-Eylül ayları arasında anketlerin yüz yüze uygulanması yoluyla yapılmıştır. Kayıp, eksik ve hatalı verilere önlem amaçlı olarak 600 anket formu basılmış ilçe kaymakamlığından alınan resmi izinle sahaya çıkmıştır. Öncelikle ilçe merkezinde yer alan postane, halk eğitim merkezi, Esmek eğitim merkezi, sürücü kursu, kaymakamlık, belediye, orman işletme şefliği, nüfus müdürlüğü, mevcut banka şubeleri, ilköğretim ve lise binaları, Kur'an kursu, pansiyonlar ve diğer esnaflara gidilmiş, merkezde nüfus yoğunluğu olmaması sebebiyle ilçe sınırında yer alan Tortum Gölü ve Yedi Göller çevresindeki esnaflar ziyaret edilerek tamamlanmıştır. Saha çalışmasında belli bir yerde yoğunlaşmamak adına yakın köylerden de veri toplanmıştır. Saha çalışması başlangıcında dağıtılan 600 anketten 450 yanıtlanmış anket elde edilmiştir. Eksik, hatalı ve kayıp veri olan anketler tespit edilip çıkarıldıktan sonra 341 anket üzerinden çalışmanın analizleri tamamlanmıştır.

Araştırmanın nitel aşamasında örneklem seçiminde amaçta örneklem tekniğinden faydalanılmıştır. Nitel araştırmalarda sosyal gerçeklik birtakım genellemelere varmak amacıyla araştırılmadığından temsil edici bir örneklemden çok araştırma amacına uygun verilerin derlenebileceği örneklerle çalışılmaktadır (Patton, 1987). Bu kapsamda araştırma probleminin temel öğeleri hakkında fikir ve deneyim sahibi olduğu öngörülen 14 yerel yönetim ve sivil toplum kuruluşu yöneticisiyle görüşme yapılmıştır. 2021 şubat-mart ayları arasında araştırmacı tarafından yüz yüze yapılan görüşmeler en uzun 85 dakika en kısa 30 dakika sürmüştür. Katılımcılardan 13 tanesiyle yapılan görüşmeler ses kaydı alınarak, 1 tanesiyle not tutmak suretiyle gerçekleştirilmiştir.

2.5.4. Veri Toplama Araçlarının Geliştirilmesi

Araştırmanın ilk adımı olan nicel kısımda veriler anket tekniğiyle elde edilmiştir. Araştırma modelinde yer alan değişkenlere yönelik yerli ve yabancı kaynak taraması yapılmış, değişkenlerle ilgili daha önceden yapılmış çalışmalarda geçerliliği ve güvenilirliği test edilmiş ölçekler tercih edilmiştir. Brislin, Lonner ve Thorndike (1973) ölçek çevirilerinde *“hedef dile çeviri, ilk çevirinin değerlendirilmesi, kaynak dile geri çeviri, geri çevirinin değerlendirilmesi ve uzman görüşlerine başvurulması”* aşamalarından oluşan yöntemi tavsiye etmektedir. Bu kapsamda araştırmada kullanılması uygun görülen ve orijinal dili İngilizce olan ölçeklerdeki ifadelerin çeviri aşamaları araştırmacı ve yabancı dil alanında uzman kişiler tarafından gerçekleştirilmiştir. Kaynak dile yapılan çeviri, alanda uzman kişilerin ifadelerin kültürel açıdan uyumu, alana uygunluğu ve anlamları bakımından görüşleri alınıp düzeltmeler yapılarak anket formuna son hâli verilmiş ve kullanılması kararlaştırılmıştır. Anket formu demografik değişkenlere (yaş, cinsiyet, medeni, durum, eğitim düzeyi, aylık gelir) ve istihdam değişkenlerine (meslek, ikâmet süresi) ait sorularla araştırma değişkenlerine ait ifadelerden oluşmaktadır.

Sosyal girişimcilik davranış öncüllerini ölçmeye yönelik Hockerts (2017)’in geliştirmiş olduğu ölçek kullanılmıştır. Ölçek, empati (3), ahlaki yükümlülük (4), özyeterlik (3), algılanan sosyal destek (3), sosyal girişimcilik deneyimi (3) ve sosyal girişimcilik eğilimi (3) alt boyutlarıyla toplamda 19 ifadeden oluşmaktadır. Sürdürülebilir turizm tutumunu ölçmek için ise Choi ve Sırakaya-Türk (2005)’ün geliştirdiği ve revize ettiği (Sırakaya-Türk ve Gürsoy, 2013) yedi boyutlu SUSTAS ölçeğinin Riberio vd.

(2017)'nin önerdiği ikili kategori versiyonu tercih edilmiştir. Ölçek, algılanan turizm etkileri (çevresel sürdürülebilirlik (3), algılanan ekonomik fayda (3), algılanan sosyal maliyet (3) ve beklenen turizm sürdürülebilirliği (uzun dönemli planlama (3), ziyaretçi memnuniyeti sağlama (3), toplum katılımını maksimize etme (3), toplum merkezli ekonomi (3)) boyutlarında 21 ifadeden oluşmaktadır. Her iki değişken için de daha önceki çalışmalarda olduğu gibi bu araştırmada da 5'li Likert tipi bir ölçme aracı (kesinlikle katılmıyorum-1, katılmıyorum-2, ne katılıyorum ne katılmıyorum-3, katılıyorum-4 ve kesinlikle katılıyorum-5) kullanılmıştır.

Araştırmanın ikinci kısmı olan nitel aşamada fenomenoloji desenine göre yerel yönetim ve sivil toplum kuruluşu yöneticilerinin sosyal girişimcilik davranışına yönelik deneyimleri ile sosyal girişimciliğe ve sürdürülebilir turizme yükledikleri anlamı ortaya çıkarmak amaçlanmıştır. Bu kapsamda nitel verilere ulaşmak için mülakat tekniğinden faydalanılmıştır. Araştırmanın nicel kısmında kullanılan sosyal girişimcilik davranış öncülleri ve sürdürülebilir turizm tutumu ölçeklerinden ve teorik altyapılarından faydalanılarak oluşturulan görüşme soru formu Ek 6'da sunulmuştur. Nicel kısımdaki teorik altyapılara dayalı olarak hazırlanan soruların yanı sıra katılımcılara Uzundere'deki mevcut sosyal, çevresel ve ekonomik sorunlar ve çözümüne yönelik bireysel ya da kurumsal düzeyde gerçekleştirdikleri faaliyetlerle turizmin etkilerine ilişkin keşfedici ve ayrıntılı sorular yöneltilmiştir. Görüşme soruları, daha önce nitel yöntemle çalışma yapmış araştırmacılar ve Atatürk Üniversitesi Metodoloji Ofisi desteğiyle yeniden gözden geçirilmiş ve son hâline getirilmiştir.

2.5.5. Araştırmada Kullanılan Analiz Yöntemleri

Bu kısımda araştırmanın her iki aşamasında da gerçekleştirilen veri analizi işlemlerine iki ayrı başlık altında değinilmiştir.

2.5.5.1. Nicel Verilerin Analizi

Araştırmanın ilk aşamasını oluşturan nicel aşamada ölçek çevirilerine son hali verildikten sonra 40 kişiyle pilot çalışma gerçekleştirilmiş, yazım, imla ve anlam bakımından sorunlu görülen kısımlarda düzeltmeler yapılmıştır. Pilot çalışmayla elde edilen verilerle yapılan güvenilirlik analizi sonucu elden edilen sosyal girişimcilik

deneyimi ($\alpha=683$), sosyal girişimcilik davranış öncülleri ($\alpha=0,800$), sosyal girişimcilik eğilimi ($\alpha=814$), algılanan turizm etkileri ($\alpha=678$) ve beklenen turizm sürdürülebilirliği ($\alpha=883$) Cronbach Alpha değerlerinin kabul edilebilir düzeyde olduğu ve ölçeklerin güvenilir olduğu kararına varılmıştır.

Saha çalışması kapsamında Uzundere sakinlerine 600 anket formu dağıtılmış, 450 yanıtlanmış anket elde edilmiştir. Anketler SPSS 20 programı aracılığıyla kodlanmış ve veri seti oluşturulmuştur. Analizlere geçilmeden önce eksik ya da hatalı doldurulmuş anketlerin elenmesi, kayıp değer atama, uç değer analizi, uç değer içeren anketlerin çıkarılması, madde analizi ve açıklayıcı faktör analizi işlemleri gerçekleştirilmiştir.

Aksu, Eser ve Güzeller (2017) faktör analizini birbiriyle ilişkili olan değişkenlerin daha genel bir kavram veya değişken çatısında bir araya toplanması olarak tanımlamaktadır. Bu bağlamda faktör analizi aracılığıyla faktör yükü düşük olan değişkenlerle yüksek olan değişkenlerin ağırlıklarına göre değerlendirilerek bir sonraki analizde kullanılıp kullanılmayacakları kararı verilmekte (Karagöz, 2017), araştırmada kullanılan bir dizi boyut ya da faktörün teorik açıdan yorumlanabilir olup olmadığı belirlenmektedir (Aksu vd., 2017).

Faktör analiziyle ilgili teknikler genel olarak açıklayıcı ve doğrulayıcı faktör analizi olmak üzere iki grupta ele alınmaktadır. Açıklayıcı faktör analizi, sosyal bilimler alanındaki çalışmalarda yaygın olarak kullanılan, belli bir olguyu açıklamakta yararlanılan çok sayıdaki ifadenin birbirleriyle ilişkili özellikleri, bir arada ele alınabilen ve birbiriyle ilişkisiz fakat söz konusu olguyu açıklamakta etkili olanlarının bir arada toplanarak bir faktörü oluşturması sürecini içeren bir analiz yöntemidir. Açıklayıcı faktör analiziyle değişkenlerin faktörler üzerindeki katkıları ve hangi değişkenin hangi faktör üzerinde daha büyük rol oynadığı ortaya konmaktadır (Özdamar, 2016). Açıklayıcı faktör analizi yapılırken öncelikle verilerin faktör analizine uygunluğu için örneklem yeterlilik ölçütü (Kaiser-Mayer-Olkin Measure of Sampling Adequacy-KMO) ve Küresellik Derecesi (Barlett testi) ile ölçeğin kaç faktör altında toplandığına yönelik testler uygulanmaktadır.

KMO testi, herhangi bir değişkenin diğer değişken tarafından tahmin edilme oranını ölçmektedir (Büyüköztürk, 2002). Barlett Testi ise mevcut ölçeğin bir ya da daha fazla alt boyuttan oluşup oluşmadığını ve ölçek maddelerinin birbiriyle ilişkili olup olmadığını

belirlemektedir. Test sonucu elde edilen değerin $p < 0,05$ olması ölçeğin ölçülmek istenen olgunun alt boyutlarını ölçmede etkin olduğu anlamına gelmektedir (Özdamar, 2016). Açıklayıcı faktör analizi sonucu elde edilen bulgularda birden fazla faktörde 0,10'dan az bir farkla yer alan maddeler binişik olarak değerlendirilmekte ve ölçekten çıkarılması gerekmektedir (Büyüköztürk, 2002). Ölçek ifadelerinin kullanım kararıyla ilgili bir diğer kriter faktör yükleridir. Hair Jr., Black, Babin ve Anderson (2014) faktör yük değeri 0,50'nin altında olan maddelerin yapıyı açıklamada yetersiz olduğunu ve ölçekten çıkarılması gerektiğini önermektedir.

Tanımlayıcı analizler ve açıklayıcı faktör analizi yapıldıktan sonra araştırma modeli kapsamında ölçüm modeli ve yapısal modelin değerlendirilmesi ve son olarak hipotezlerin test edilmesi işlemleri SMARTPLS 3 programı kullanılarak kısmi en küçük kareler yapısal eşitlik modellemesi (KEKK-YEM) ve ön yükleme (bootstrapping) yöntemiyle 341 anketlik veri setiyle yapılmıştır.

KEKK-YEM sonuçlarının değerlendirilmesinde ilk adımı ölçüm modelinin değerlendirilmesi oluşturmaktadır. Ölçüm modellerinin değerlendirilmesinde kullanılan kriterler yansıtıcı ve biçimlendirici yapılar açısından farklılık göstermektedir. Ölçüm modeli gerekli kriterleri karşılıyorsa yapısal modelin değerlendirilmesi aşamasına geçilmektedir (Hair Jr., Hult, Ringle ve Sarstedt, 2017). Bu araştırmada değişkenleri temsil eden yapılardan göstergelere yönelik bir nedensellik ilişkisi arandığından ölçüm modeli yansıtıcı model üzerinden değerlendirilmiştir.

Yansıtıcı modelin değerlendirilmesinde güvenilirlik ve geçerlilik tespiti için gösterge yükleri, yakınsak geçerlilik (AVE), bileşik güvenilirlik (CR), ayırt edici geçerlik (Fornell-Larcker ve HTMT değerleri) incelenmektedir. Bir ölçme aracının farklı ölçümlerde elde edilen değerlerde kararlılık göstermesi güvenilirlik olarak tanımlanmaktadır (Özdamar, 2016). Elde edilen ölçümler üzerinde yapılacak yorumlar ve daha sonra yapılacak olan analizler için bir temel oluşturan güvenilirliğin (Kalaycı, 2014) hesaplanmasında en sık başvuru yapılan yöntemin içsel tutarlılık yöntemiyle Cronbach Alpha katsayısının hesaplanması olduğu görülmektedir (Özdamar, 2016).

Geçerlilik, elde edilen verilerin ölçülmek istenen değişkenler açısından ne kadar yeterli ve uygun olduğunu, diğer özelliklerle karıştırılmaksızın üstlendiği ölçme derecesini ifade etmektedir. Yapılan araştırmanın özelliklerine bağlı olarak yapı

geçerliliği, kapsam geçerliliği, içerik geçerliliği, açıklayıcı geçerlilik, teorik geçerlilik, kriter geçerliliği, kestirimsel geçerlilik gibi çok sayıda geçerlilik tipi bulunmaktadır (Özdamar, 2016). Yansıtıcı modelin değerlendirilmesinde kullanılan yakınsak geçerlilik (AVE) yapının öğelerinin varyansını açıklamadaki yakınsama derecesini ifade etmektedir.

Ölçüm modeli değerlendirmesi tatmin edici olduğunda, KEKK-YEM sonuçlarını değerlendirmenin bir sonraki adımı yapısal modelin değerlendirilmesidir. Yapısal ilişkiler değerlendirilmeden önce regresyon sonuçlarını etkilemediğinden emin olmak için çoklu doğrusallık incelenmekte, sonrasında tahmin gücü (R^2) ve etki büyüklüğü (F^2) değerlerine bakılmaktadır (Shmueli, Ray, Estrada ve Shatla, 2016). Çoklu doğrusallık sorunu değişkenler arasında ideal olandan daha fazla bağlantı olması durumunda ortaya çıkmakta ve bu sorun araştırma modeliyle yapılacak olan etki ve aracılık testlerinde yanıltıcı sonuçlar elde edilmesine yol açmaktadır. İdeal olarak, çoklu doğrusallık (VIF) değerlerinin 3'e yakın ve daha düşük olması beklenmektedir. Doğrusallığın sorun olduğu durumlarda sıklıkla teori tarafından desteklenebilen daha yüksek seviyeli model oluşturulmaktadır (Hair Jr. vd., 2017).

Çoklu doğrusallık sorunu yoksa yapısal modelin değerlendirilmesinde bir sonraki adımda R^2 değeri incelenmektedir. R^2 , endojen yapıların her birinde açıklanan varyansı ölçmekte ve modelin açıklayıcı gücünün bir ölçüsü olarak görülmektedir. R^2 değerinin 0 ile 1 arasında olması beklenmekte; 0,75; 0,50 ve 0,25 değerleri sırasıyla yüksek, orta ve zayıf tahmin gücü değerleri olarak değerlendirilmektedir (Hair Jr. vd., 2011). Kabul edilebilir R^2 değeri bağlama dayalıdır ve bazı durumlar 0,10 kadar düşük R^2 değerleri de tahmin edici olarak kabul edilebilmektedir (Raithel, Sarstedt, Scharf ve Schwaiger, 2012). İncelenmesi gereken bir diğer değer olan F^2 değeri ise etki boyutunu temsil etmektedir. Modelden belirli bir eksojen yapı çıkarıldığında R^2 değerindeki değişiklik, çıkarılmış değişkenin endojen yapı üzerinde önemli bir etkisinin olup olmadığını tespit edebilmek için kullanılabilir. Bu ölçü F^2 etki büyüklüğü olarak adlandırılmaktadır (Hair Jr. vd., 2017). 0,02; 0,15 ve 0,35 değerleri sırasıyla küçük, orta ve büyük etki değerleri olarak değerlendirilmektedir (Cohen, 1988).

2.5.5.2. Nitel Verilerin Analizi

Araştırmanın ikinci aşamasını oluşturan nitel aşamada, Uzundere ile ilgili turizm kararlarında söz sahibi olduğu düşünülen yerel yönetimler ve sivil toplum kuruluşu yöneticilerinden oluşan 14 katılımcıyla yarı yapılandırılmış görüşmeler yapılmıştır. Veri analizleri içerik analizi tekniğiyle MAXQDA 2020 programında yapılmıştır. İçerik analizinde görüşmelerden elde edilen metinlerin içerdiği merkezi öneme sahip konuların tutarlılığı ve anlamını ortaya çıkarmak amacıyla yapılmaktadır. Merkezi öneme sahip anlamların ve içeriğin kendisinde olmayan, görünmeyen anlamlar ortaya çıkarılırken kod, kategori ve temalardan faydalanılmaktadır (Kümbetoğlu, 2020).

Nicel araştırma verileri araştırma problemine yönelik genel bir anlayış ortaya koyarken nitel araştırma, araştırma konusu hakkında bireylerin bakış açılarına ve deneyimlerine ulaşabilmeyi ve hislerine dokunmayı sağlamaktadır (Creswell ve Clark, 2015). Benzer şekilde nitel veri analizleri yapılırken de analizin orijinal veriye dayanması, anlamı kavramayı esas alması, sistematik olması ve ham veriye dayalı olarak gerçekleştirilmesi ihmal edilmemesi gereken işlemler olarak sıralanmaktadır. Bu noktada araştırmacının bilgi donanımı, becerisi ve yaratıcılığı belirleyici bir role sahiptir. (Kümbetoğlu, 2020). Bu bilgiler ışığında ses kayıtları birkaç kez dinlenerek deşifre edilmiş, görüşmeler esnasında alınan notlar görüşme metinlerine eklenmiştir. Deşifre sonrası görüşme metinleri üzerinden nitel veriler kodlanırken katılımcıların kullandığı ortak ifadeler, sosyal girişimcilik davranış öncülleri ve sürdürülebilir turizm tutumu alan yazınına uyumlu şekilde ve Patton (2015) tarafından önerilen destekleyici kodlar ve alt kodlarla birlikte ortaya çıkan temalar halinde düzenlenmiştir.

Nitel araştırmalarda geçerlik ve güvenilirlik, bulguların doğrulanması için çeşitli stratejilerin uygulanmasıyla sağlanmaktadır (Creswell, 2003). Geçerlik ve güvenilirlik, güven duyulabilirlik kavramı ile açıklanmakta ve temelde dört ölçütle sağlanmaktadır. İnanırcılık, sosyal gerçekliğin çok yönlü doğasından kaynaklı olarak araştırma bulgularının araştırmaya katılanlar tarafından kabul edilmesini temsil ederken bağlanabilirlik, araştırmanın her aşamasının meslektaş ve uzman kişilerce gözden geçirilmesi ve kontrolünü kapsamaktadır. Güven duyulabilirlik kriterlerinden bir diğeri aktarılabildirlik. Araştırmanın yapıldığı bağlamın kendine has özelliklerine odaklanması ve nicel araştırmalardaki tekrarlanabilirlikten farklı olarak araştırma

sonuçlarının benzer özellikler taşıyan sosyal çevrelere aktarılabilir olması bu kriterin gerekliliklerini oluşturmaktadır (Kümbetoğlu, 2020). Son olarak araştırmacının objektif olması ve kasti bir biçimde kişisel değer ve bilgileriyle araştırmayı tahrif etmemesi güven duyulabilirlik kriterlerinden olan doğrulanabilirliğin kapsamında yer almaktadır (Bryman, 2004). Bu bilgiler doğrultusunda güven duyulabilirliğin sağlanması amacıyla uygulanan stratejiler şu şekildedir;

- Veri toplama sırasında görüşme ve gözlem yapılmış, katılımcılarla yapılan görüşmeler, gönüllülük esasına bağlı kalınarak kayıt altına alınmış ve araştırmacı günlüğü tutularak veri çeşitlemesi yapılmıştır,
- Veri analizi yapılırken temalara yönelik hem olumlu hem olumsuz alıntılara yer verilmiştir,
- İnandırıcılığı arttırmak amacıyla ses kayıtları deşifre edildikten sonra başka bir kişiye de dinletilerek kontrolü sağlanmıştır,
- Kod, kategori ve temalar oluşturulduktan sonra, daha önce nitel araştırma yöntemi kullanarak çalışma yapmış turizm alanından bir akademisyen tarafından kodlama işlemi tekrar edilmiş; farklı iki akademisyen tarafından da kodlamaların son hâli kontrol edilmiştir.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

ANALİZ VE BULGULAR

3.1. NİCEL BULGULAR

Çalışmanın bu bölümünde araştırmanın nicel aşamasında yapılan demografik ve tanımlayıcı analizler ile araştırmada kullanılan ölçüm modeli ve yapısal model sonucu elde edilen bulgulara yer verilmiştir.

3.1.1. Demografik ve İstihdam Değişkenlerine İlişkin Bulgular

Araştırmaya katılan bireylerin demografik ve istihdam özellikleri ile turizm kavramı ve turizm sektörüne yönelik sorulara ilişkin analizler bu başlık altında ele alınmıştır.

Katılımcıların demografik özelliklerine ilişkin frekans dağılımlarına göre çoğunluğunun (% 59,5) erkek bireylerden oluştuğu; 26-35 yaş aralığında olduğu (% 35,5) ve en yüksek oranda (% 34) lise mezunlarının araştırmaya katılım gösterdiği görülmektedir. Aylık gelir bakımından ise katılımcıların çoğunluğu (% 19,4) asgari ücret düzeyinde gelire sahip bireylerden oluşmaktadır.

Tablo 3.1. Demografik Değişkenlere İlişkin Bulgular

Değişken	Değişken Aralıkları	Frekans	Yüzde
Cinsiyet	Erkek	203	59,5
	Kadın	138	40,5
Medeni Durum	Evli	205	60,1
	Bekâr	136	39,9
	Yok	59	17,3
Aylık Gelir	1-1603 TL	66	19,4
	1604-2000 TL	46	13,5
	2001-3000 TL	65	19,1
	3001-4000 TL	60	17,6
	4001 TL ve üzeri	45	13,2
	18 yaş altı	3	0,9
Yaş	18-25	77	22,6
	26-35	121	35,5
	36-45	75	22

Tablo 3.1. (Devamı)

Değişken	Değişken Aralıkları	Frekans	Yüzde
Yaş	46-55	41	12
	56-65	20	5,9
	66-75	4	1,2
Eğitim Durumu	Okur-Yazar	3	0,9
	İlkokul	26	7,6
	Ortaokul	36	10,6
	Lise	116	34
	Ön lisans	62	18,2
	Lisans	85	24,9
	Lisansüstü	13	3,8

İstihdam değişkenlerine ilişkin bulgularla katılımcıların % 43,1'inin Uzundere'de 21 yıl ve üzeri süredir ikâmet ettiği, en düşük düzeydeki ikâmet süresinin ise % 5,9 oranla 10-15 yıl aralığında olduğu belirlenmiştir. Katılımcıların mesleki dağılımları incelendiğinde ise en yüksek oranda katılımın (% 30,5) kamu-memur statüsünde çalışanlar ile özel sektör işveren statüsünde çalışanlar (% 14,4) olduğu fark edilmektedir. Kamu çalışanlarının katılımcıların çoğunluğunu oluşturma sebepleri arasında yöneltilen soruların anlayarak yanıtlanma oranlarının belli eğitim seviyesinin üstündeki bireylerde daha çok mümkün olduğunun düşünülerek kurum çalışanlarının pek çoğuna ulaşılmış olması yer almaktadır.

Tablo 3.2. İstihdam Değişkenlerine İlişkin Bulgular

Değişken	Değişken Aralıkları	Frekans	Yüzde
Meslek	Kamu-memur	104	30,5
	Kamu-işçi	33	9,7
	Özel sektör-işveren	49	14,4
	Özel sektör-çalışan	48	14,1
	Serbest meslek	20	5,9
	Ev hanımı	27	7,9
	Emekli	19	5,6
	Öğrenci	16	4,7
	İşsiz	25	7,3
Uzundere'de ikâmet süresi	0-3 yıl	70	20,5
	4-9 yıl	56	16,4
	10-15 yıl	20	5,9
	16-20 yıl	48	14,1
	21 yıl ve üzeri	147	43,1

3.1.2. Turizm Kavramı ve Sektörüne Yönelik Bulgular

“Turizm kavramı sizce ne ifade eder?” sorusu birden fazla yanıtın verilebileceği soru türlerindedir. İlgili soruya verilen yanıtlara ilişkin frekans dağılımlarına göre toplam 1200 yanıt içerisinde en sık verilen yanıt % 19,1 oranla “kalkınma” iken en düşük oran % 3,1 ile “kültürel yozlaşma” ifadesidir.

Tablo 3.3. “Turizm kavramı sizce ne ifade eder?” Çoklu Yanıt Sorusuna Verilen Yanıtlara İlişkin Bulgular

Çoklu Yanıt İfadeleri	Yanıt Sayısı	Yüzde
Kalkınma	229	19,1
Çevre geliştirme	211	17,6
Yerel iş olanağı	209	17,4
Tatil	195	16,3
Kalabalıklaşma	127	10,6
Çok para kazanmak	70	5,8
Çevre kirliliği	70	5,8
Ahlaki bozulma	52	4,3
Kültürel yozlaşma	37	3,1
Toplam	1200	

Uzundere sakinlerine yöneltilen “Uzundere hakkında görüş ve önerileriniz varsa lütfen yazınız” açık uçlu sorusuna verilen yanıtlar sıklıkla tekrar eden kavramlara göre sınıflandırılmış ve olumlu görüş, olumsuz görüş ve istek/öneri durumlarına göre değerlendirilmiştir. Elde edilen bulgular incelendiğinde katılımcıların verdikleri toplam 183 yanıt içerisinde en sık tekrar eden konunun (% 32.2) turizmin gelişimi ile altyapı ve üstyapı yatırımları olduğu; işsizlik ve istihdam ile ilgili görüşlerin % 26.7 oranla ikinci en sık ifade edilen konu olduğu, onu doğal çevreyle ilgili ifadelerin (% 22.4) takip ettiği görülmektedir.

Tablo 3.4. Katılımcıların Görüş ve Öneriler Sorusuna Verdikleri Yanıtlara İlişkin Bulgular

		Olumlu Görüş	Olumsuz Görüş	İstek/Öneri	Toplam
Doğal Çevre	Yanıt Sayısı	9	9	23	41
	Yüzde	21,95	21,95	56,09	22,4
İşsizlik ve İstihdam	Yanıt Sayısı	-	13	36	49
	Yüzde	-	26,53	73,46	26,7
Sosyo-kültürel Yaşam	Yanıt Sayısı	4	13	17	34
	Yüzde	11,76	38,23	50	18,5
Turizmin Gelişimi ile Altyapı ve Üstyapı Yatırımları	Yanıt Sayısı	5	12	42	59
	Yüzde	8,47	20,33	71,18	32,2

Katılımcıların turizmin gelişimi ile altyapı ve üstyapı yatırımlarına ilişkin görüşleri incelendiğinde çoğunlukla önerilerde buldukları (%71.1) ve özellikle belediyenin yapmakta olduğu çalışmalarla Uzundere'nin gelişmekte olduğunu ifade ettikleri görülmektedir. “Uzundere ilçesinde, turizm altyapısının yeni oluşturulmaya başlanmasına rağmen yerel işletmeler, belediye veya turizm bakanlığı turizm sektörünü desteklememektedir. Yabancı yatırımcılar ön plandadır. Bu konu düzenlenmelidir.” ve “Gelişmeye ve turizme elverişli ilçe olmasına rağmen yeterli derecede gelişemedi. Gelen turisti Uzundere’de tutabilmek için ortam yaratılamadı. Uzundere’nin tanıtımı dergi ve broşürlerin ötesine geçemedi. Kalkınma ve gelişim için yerel halk projeye ortak edilip halk adapte edilemedi. Ortak akıl yürütülürse, halk proje ve icraatlara da ortak edilir ve görüşleri alınırsa daha iyi olur.” gibi ifadelerse katılımcıların ifade ettiği olumsuz görüşlerin temsili niteliğindedir. Katılımcıların görüşlerine dayanarak Uzundere’nin tarihi ve doğal güzellikleriyle turizm potansiyeline sahip olmasına rağmen bu potansiyelin altyapı ve üstyapı yatırımlarıyla henüz yeterince desteklenmediği ve bu durumun da turizmin gelişimi açısından bir engel teşkil ettiği fark edilmektedir.

Katılımcıların ikinci en çok öneri belirttikleri istihdam ve işsizlik başlığında herhangi bir olumlu görüşe rastlanmamıştır. Uzundere ilçesi sahip olduğu doğal güzellikleri ve potansiyeliyle yaşanabilir ve gelişmeye müsait bir yer olmasına rağmen iş imkânlarının yokluğu, özellikle genç nüfus açısından dışarıya çok göç vermesi ve mevcut iş alanlarında da yerli halkın değil dışarıdan gelen adayların çalıştırılmasının bir sorun olarak ifade edildiği görülmektedir.

Katılımcıların doğal çevre hakkındaki olumlu görüşleri incelendiğinde tarihi ve doğal güzellikleri, sakinliği ve yaşanabilir bir yer olmasına ilişkin ifadelerle yorumlandığı

görülmektedir. “İlçeyi geliştirmek için doğal güzelliklere zarar verilmesi biz ilçe halkını derinden üzmektedir. Asırlık çınar ağaçlarının kesilip yerine yeni yapılar oluşturulmasını doğru bulmuyorum” örneğinde görüldüğü gibi ilçede gerçekleşen yapılaşmanın doğal çevreyi bozması katılımcıların en sık ifade ettiği olumsuz durumlardandır.

Uzundere’deki sosyo-kültürel yaşama ilişkin kısıtlı sayıda olumlu görüş bulunmaktadır. “Etkinlikler sadece gelen turiste yönelik. Yerel halk ve kamuda çalışanlara yönelik etkinlik yok.”, “Uzundere’nin eksik yanı halkın kullanabileceği park ve bahçelerin olmamasıdır.”, “Genç nüfus için sosyal alan yetersizliği.” gibi ifadeler özelinde Uzundere’de sosyal yaşamın kısıtlı olduğu, ilçe sakinlerine yönelik faaliyetlerin eksikliği, erkeklerin zaman geçirebileceği çok sayıda kahvehane olmasına rağmen kadınlar için oturulacak mekânların olmadığı, kahvehanelerin insanların sık kullandığı merkezi bir alanda olmasının rahatsız edici olduğu ve çocuklar ve ailelere yönelik park ve bahçe alanlarının olmadığı ifade edilmiştir. Turizmin gelişimi ile altyapı ve üstyapı yatırımlarına ilişkin görüşler ve doğal çevreye ilişkin görüşlerin sosyo-kültürel yaşamla ilgili görüşlerle eleştirel açıdan paralellik gösterdiği görülmektedir.

3.1.3. Araştırma Değişkenlerine İlişkin Açıklayıcı Faktör Analizi ve Madde Analizi Sonuçları

Araştırmada kullanılan sosyal girişimcilik deneyimi, sosyal girişimcilik davranış öncülleri, sosyal girişimcilik eğilimi ve sürdürülebilir turizm tutumu değişkenlerine ilişkin madde analizi ve açıklayıcı faktör analizi sonuçlarına bu kısımda yer verilmiştir.

3.1.3.1. Sosyal Girişimcilik Davranış Öncüllerine İlişkin Bulgular

Sosyal girişimcilik davranış öncülleri ölçeğinde yer alan empati, ahlaki yükümlülük, özyeterlik ve algılanan sosyal destek bileşenlerine ilişkin madde analizinden elde edilen bulgularda toplam korelasyon için belirlenen 0,30 kesme noktası (Field, 2013) altında kalan değer olmadığı tespit edilmiştir. Ölçeğin genel güvenilirlik katsayısı 0,763 iken boyutlar açısından da 0,740 ile 0,760 arasında değişiklik arz eden kabul edilebilir düzeydeki katsayılar ölçekten herhangi bir ifadenin çıkarılmaması kararını sağlamıştır.

Tablo 3.5. Sosyal Girişimcilik Davranış Öncülleri Ölçeğine İlişkin Madde Analizi

Madde	Madde Silinirse Ölçeğin Ortalaması	Madde Silinirse Ölçeğin Varyansı	Düzeltilmiş Madde Toplam Korelasyonu	Madde Silinirse Ölçeğin Güvenilirlik Katsayısı
EM1. Sosyal açıdan dezavantajlı insanları düşündüğümde kendimi onların yerine koymaya çalışırım.	50,02	22,938	0,334	0,754
EM2. Sosyal olarak dezavantajlı insanları görmek bende duygusal tepkilere yol açıyor.	50,01	22,935	0,324	0,755
EM3. Sosyal açıdan ötekileştirilmiş insanlara merhamet/şefkat hissederim.	49,96	22,392	0,436	0,747
AH1. Bizden daha az şanslı olan insanlara yardımcı olmak ahlaki bir sorumluluktur.	49,9	22,438	0,417	0,748
AH2. Sosyal açıdan dezavantajlı insanlara yardımcı olmak ahlaki bir zorunluluktur.	49,99	22,465	0,404	0,749
AH3. Sosyal adalet, bizden daha az şanslı insanlara yardım etmemizi gerektirir.	50,01	22,205	0,478	0,744
AH4. Sosyal açıdan dezavantajlı insanlara yardım etmek toplumumuzun ilkelerinden biridir.	50,31	21,162	0,37	0,751
OZ1. Eğer aklımdakileri uygulayabilirsem / kendimi tam olarak verirsem sosyal sorunların çözümüne katkıda bulunabileceğime inanıyorum.	50,02	20,846	0,461	0,74
OZ2. Toplumun karşılaştığı sorunları çözmeye yardımcı olacak bir yol bulabilirim.	50,01	20,656	0,424	0,744
OZ3. Toplumsal sorunları çözmek her birimizin katkıda bulunabileceği bir şeydir.	49,96	22,498	0,418	0,748
ASD1. Sosyal açıdan ötekileştirilmiş insanlara yardımcı olmak için bir kuruluş oluşturmak istesem insanlar bana destek olurlar.	50,84	19,88	0,424	0,746
ASD2. Önemli bir toplumsal soruna dikkat çekmek istesem insanlar beni desteklerdi.	50,76	19,451	0,462	0,741
ASD3. Sosyal sorunları çözmek isteyen bir kuruluş için yatırımcı bulmak mümkündür.	50,97	20,486	0,332	0,76

EM: Empati, **AH:** Ahlaki Yükümlülük, **OZ:** Sosyal Girişimcilik Özyeterliği, **ASD:** Algılanan Sosyal Destek

Sosyal girişimcilik deneyimi ve sosyal girişimcilik eğilimine ilişkin madde analizi Tablo 3.6’da sunulmuştur. Elde edilen bulgulara göre 0,30 kesme noktasının altında (Field, 2013) bir değer olmadığı görülmektedir. Sosyal girişimcilik deneyimi değişkeni için 0,699 sosyal girişimcilik eğilimi için 0,739 olarak elde edilen güvenilirlik katsayı sonuçları ile birlikte ölçekten herhangi bir maddenin çıkarılmaması kararına varılmıştır.

Tablo 3.6. Sosyal Girişimcilik Deneyimi ve Sosyal Girişimcilik Eğilimine İlişkin Madde Analizi

Madde	Madde Silinirse Ölçeğin Ortalaması	Madde Silinirse Ölçeğin Varyansı	Düzeltilmiş Madde Toplam Korelasyonu	Madde Silinirse Ölçeğin Güvenilirlik Katsayısı
SGDEN1. Sosyal sorunlarla ilgili çalışmalarda deneyim sahibiyim.	6,29	4,059	0,534	0,585
SGDEN2. Sosyal organizasyonlarda gönüllü olarak ya da diğer türlü yer aldım.	6,25	3,677	0,541	0,576
SGDEN3. Sosyal organizasyonlar hakkında çok şey biliyorum	6,64	4,351	0,475	0,656
SGE1 Gelecekte bir gün sosyal sorunları çözmeyi amaçlayan bir kuruluş girişimine dâhil olmayı umuyorum.	5,64	4,79	0,433	0,796
SGE2 Gelecekte gerçekleştirmeyi planladığım bir sosyal girişim fikrim var.	6,18	3,84	0,673	0,523
SGE3 Sosyal bir girişim başlatmayı planlamıyorum.	6,34	3,872	0,601	0,609

SGDEN: Sosyal Girişimcilik Deneyimi, **SGE:** Sosyal Girişimcilik Eğilimi

Hair Jr. vd., (2014) faktör analizinde faktör yük değeri 0,50'nin altında olan maddelerin yapıyı açıklamada yetersiz olduğunu ve ölçekten çıkarılması gerektiğini önermektedir. Sosyal girişimcilik deneyimi ve sosyal girişimcilik eğilimine ilişkin yapılan açıklayıcı faktör analizinden elde edilen bulgularla sosyal girişimcilik davranış öncülleri değişkeninin orijinal ölçekte olduğu gibi dört faktör altında toplandığı, faktör yüklerinin 0,601 ile 0,837 değerleri arasında değiştiği ve kabul edilebilir aralıklarda olduğu tespit edilmiştir. Dört faktör birlikte toplam varyansın % 60, 96'sını açıklamaktadır. Bulgular, ölçeğin yapı geçerliliğini sağladığını göstermektedir.

Tablo 3.7. Sosyal Girişimcilik Davranış Öncülleri Ölçeğine İlişkin Açıklayıcı Faktör Analizi

Faktörler	Faktör Yükleri	Özdeğer	Açıklanan Varyans	Toplam Varyans
Faktör 1		3,787	29,134	16,161
AH1	0,734			
AH2	0,703			
AH3	0,631			
AH4	0,689			
Faktör 2		1,854	14,265	31,915
OZ1	0,825			
OZ2	0,735			
OZ3	0,601			

Tablo 3.7. (Devamı)

Faktör 3		1,258	9,679	47,174
ASD1	0,765			
ASD2	0,837			
ASD3	0,74			
Faktör 4		1,025	7,883	60,96
EM1	0,797			
EM2	0,811			
EM3	0,609			

EM: Empati, **AH:** Ahlaki Yükümlülük, **OZ:** Sosyal Girişimcilik Özyeterliği, **ASD:** Algılanan Sosyal Destek
KMO: 0,799 **Barlett's Testi Ki Kare Değeri:** 1076,609 **p=** ,000 ($p<0.001$) **Madde Sayısı:** 13
Cronbach Alpha: 0,763

3.1.3.2. Sürdürülebilir Turizm Tutumu Değişkenine İlişkin Bulgular

Sürdürülebilir turizm tutumu ölçeğinin algılanan turizm etkilerine ilişkin madde analizi sonuçları Tablo 3.8'de sunulmuştur. Ölçeğin genel güvenilirlik katsayısı ile (0,688) boyutlar açısından 0,591 ile 0,684 arasında değişen kabul edilebilir düzeydeki değerler ve 0,30 kesme noktasının altında bir değer olmaması sebebiyle herhangi bir madde ölçekten çıkarılmamıştır.

Tablo 3.8. Algılanan Turizm Etkilerine İlişkin Madde Analizi

Madde	Madde Silinirse Ölçeğin Ortalaması	Madde Silinirse Ölçeğin Varyansı	Düzeltilmiş Madde Toplam Korelasyonu	Madde Silinirse Ölçeğin Güvenilirlik Katsayısı
CS1 Turizm, çevreyi korumalıdır.	30,92	13,408	0,317	0,673
CS2 Uygun turizm gelişimi her zaman doğal habitatı ve hayvanları korumalıdır.	30,95	13,707	0,428	0,684
CS3 Topluluk kaynakları şu anda ve gelecekte de korunmalıdır.	30,87	13,512	0,497	0,676
AEF1 Turizmin yerel halkın ekonomik durumu için faydalı olduğuna inanıyorum.	31	13,567	0,443	0,682
AEF2 Turizm, yerel ürünler için yeni pazarlar oluşturur.	31,08	13,274	0,492	0,675
AEF3 Toplumda yeni gelir kaynakları sağladığı için turizmi seviyorum.	31,08	13,488	0,465	0,679
ASM1 Turizmin gelişmesiyle yaşadığım yer aşırı kalabalıklaştı.	32,74	9,824	0,435	0,656
ASM2 Yaşadığım yerde turizmden kaynaklı yoğunluktan rahatsız oluyorum.	32,74	9,265	0,606	0,595
ASM3 Topluluğumdaki turistler yaşam kalitemi bozuyor.	32,78	9,22	0,619	0,591

CS: Çevresel Sürdürülebilirlik, **AEF:** Algılanan Ekonomik Fayda, **ASM:** Algılanan Sosyal Maliyet

Algılanan turizm etkilerine yönelik yapılan açıklayıcı faktör analizinden elde edilen bulgularla faktör yüklerinin 0,793 ile 0,963 değerleri arasında değiştiği ve kabul edilebilir aralıklarda olduğu tespit edilmiştir. Üç faktör birlikte toplam varyansın % 78,709'unu açıklamaktadır. Bulgular, ölçeğin yapı geçerliliğini sağladığını göstermektedir.

Tablo 3.9. Algılanan Turizm Etkilerine İlişkin Açıklayıcı Faktör Analizi

	Faktör Yükleri	Özdeğer	Açıklanan Varyans	Toplam Varyans
Faktörler				
Faktör 1		3,035	33,724	27,644
ASM1	0,793			
ASM2	0,963			
ASM3	0,959			
Faktör 2		2,488	27,64	55,025
CS1	0,890			
CS2	0,904			
CS3	0,891			
Faktör 3		1,561	17,344	78,709
AEF1	0,805			
AEF2	0,847			
AEF3	0,837			

CS: Çevresel Sürdürülebilirlik, **AEF:** Algılanan Ekonomik Fayda, **ASM:** Algılanan Sosyal Maliyet
KMO: 0,704 **Barlett's Testi Ki Kare Değeri:** 2098,634 **p=** ,000 (p<0.001) **Madde Sayısı:** 9 **Cronbach Alpha:** 0,688

Beklenen turizm sürdürülebilirliğine ilişkin madde analizi bulguları ölçeğin genel güvenilirlik katsayısının 0,826 iken boyutlar açısından 0,808 ile 0,814 arasında değişiklik arz eden değerlerin Hair Jr. vd., (2014)'nin önermiş olduğu gibi 0,50'in üzerinde olduğu ve kabul edilebilir düzeyde olduğunu ve 0,30 kesme noktasının altında kalan bir değer olmadığını göstermektedir. Elde edilen bulgular doğrultusunda ölçekten herhangi bir maddenin çıkarılmaması kararına varılmıştır.

Tablo 3.10. Beklenen Turizm Sürdürülebilirliğine İlişkin Madde Analizi

Madde	Madde Silinirse Ölçeğin Ortalaması	Madde Silinirse Ölçeğin Varyansı	Düzeltilmiş Madde Toplam Korelasyonu	Madde Silinirse Ölçeğin Güvenilirlik Katsayısı
UDP1 Başarılı bir turizm yönetiminin ileri seviyede bir planlama gerektirdiğine inanıyorum.	48,41	14,266	0,501	0,812
UDP2 Turizm geliştirme planları sürekli bir şekilde güncellenmelidir.	48,41	14,194	0,521	0,81
UDP3 Turizm endüstrisi gelecek için planlanmalıdır.	48,47	14,263	0,497	0,812
ZMS1 Turistik işletmeler ziyaretçilerin memnuniyetinde sorumluluk almalıdır.	48,46	13,937	0,566	0,806
ZMS1 Turistik işletmeler ziyaretçilerin memnuniyetinde sorumluluk almalıdır.	48,46	13,937	0,566	0,806
ZMS2 Turizm endüstrisi ziyaretçilerine iyi kalitede turistik deneyimler sağlamalıdır.	48,5	14,097	0,546	0,808
ZMS3 Topluluk çekiciliği, ziyaretçiler için ekolojik çekiciliğin temel bir unsurudur.	48,53	14,327	0,467	0,814
TKME1 Topluluk sakinleri turizm karar alma süreçlerine dahil olma fırsatlarına sahip olmalıdır	48,6	14,016	0,461	0,814
TKME2 Turizm endüstrisi, toplum sakinlerinizin değerlerini benimsemelidir.	48,57	14,179	0,503	0,811
TKME3 Topluluk sakinlerine turizm gelişimine yatırım yapmaları için daha fazla fırsat verilmelidir.	48,57	14,071	0,525	0,809
TM1 Turistik işletmelerde çalışanların en az yansı bölgedeki toplumdaki sağlanmalıdır.	48,57	14,061	0,552	0,808
TME2 Bölgede yaşayanlar turizmin faydalarından eşit şekilde yararlanmalıdır.	49	12,405	0,402	0,841
TME3 Turizm endüstrisi ürün ve hizmetlerinin en az yarısını topluluk içinden temin etmelidir.	48,6	14,082	0,522	0,81

TKME: Toplum Katılımını Maksimize Etme, **UDP:** Uzun Dönem Planlama, **ZMS:** Ziyaretçi Memnuniyeti Sağlama, **TME:** Toplum Merkezli Ekonomi

Beklenen turizm sürdürülebilirliğine yönelik yapılan açıklayıcı faktör analizinden elde edilen bulgularla faktör yüklerinin 0,664 ile 0,841 değerleri arasında değiştiği ve kabul edilebilir aralıklarda olduğu tespit edilmiştir. Dört faktör birlikte toplam varyansın % 66, 215'ini açıklamaktadır. Bulgular, ölçeğin yapı geçerliliğini sağladığını göstermektedir.

Tablo 3.11. Beklenen Turizm Sürdürülebilirliğine İlişkin Açıklayıcı Faktör Analizi

	Faktör Yükleri	Özdeğer	Açıklanan Varyans	Toplam Varyans
Faktörler				
Faktör 1		4,467	37,224	17,476
UDP1	0,755			
UDP2	0,808			
UDP3	0,742			
Faktör 2		1,519	12,658	34,384
TME1	0,795			
TME2	0,689			
TME3	0,841			
Faktör 3		1,022	8,519	50,516
ZMS1	0,716			
ZMS2	0,812			
ZMS3	0,664			
Faktör 4		0,938	7,814	66,215
TKME1	0,774			
TKME2	0,713			
TKME3	0,681			

KMO: 0,835 **Barlett's Testi Ki Kare Değeri:** 1340,646 **p=** ,000 ($p<0.001$) **Madde Sayısı:** 12 **Cronbach Alpha:** 0,826 **TKME:** Toplum Katılımını Maksimize Etme, **UDP:** Uzun Dönem Planlama, **ZMS:** Ziyaretçi Memnuniyeti Sağlama, **TME:** Toplum Merkezli Ekonomi

3.1.4. Araştırmada Kullanılan Ölçeklere İlişkin Aritmetik Ortalamalar

Araştırma soruları içerisinde yer alan “Araştırmanın örneklemini oluşturan Uzundere sakinlerinin sosyal girişimcilik deneyimleri ne düzeydedir?”, “Araştırmanın örneklemini oluşturan Uzundere sakinlerinin sosyal girişimcilik eğilimleri ne düzeydedir?”, “Araştırmanın örneklemini oluşturan Uzundere sakinlerinin sosyal girişimcilik davranış öncüllerine ilişkin (empati, ahlaki yükümlülük, özyeterlik, algılanan sosyal destek) algıları ne düzeydedir?” ve “Araştırmanın örneklemini oluşturan Uzundere sakinlerinin sürdürülebilir turizm tutumları ne düzeydedir?” sorularına ilişkin yanıtlara erişmek için çalışmada kullanılan ölçeklerin aritmetik ortalamalarına bakılmıştır. Bu

kapsamda bu kısımda çalışmada kullanılan ölçeklere ilişkin elde edilen aritmetik ortalama bulguları ve yorumlarına yer verilmiştir.

Tablo 3.12. incelendiğinde sosyal girişimcilik deneyimi ölçeğine ilişkin ortalamaların birbirine yakın olduğu ve SGDEN1 numaralı ifadeye (Sosyal sorunlarla ilgili çalışmalarda deneyim sahibiyim.) çoğunlukla “ne katılıyorum ne katılmıyorum” (%22,9); SGDEN2 numaralı ifadeye (Sosyal organizasyonlarda gönüllü olarak ya da diğer türlü yer aldım.) “katılıyorum” (%38,1); SGDEN3 numaralı ifadeye (Sosyal organizasyonlar hakkında çok şey biliyorum) “katılmıyorum” (%36,4) yanıtı verdikleri görülmektedir. Bulgulardan hareketle araştırmaya katılan yerel halkın çoğunlukla sosyal organizasyonlarla ilgili bilgi ve deneyim sahibi olmamasına rağmen sosyal organizasyonlarda gönüllü olarak yer aldığı söylenebilir.

Sosyal girişimcilik eğilimine ilişkin madde ortalamalarına bakıldığında SGE1 numaralı ifadeye (Gelecekte bir gün sosyal sorunları çözmeyi amaçlayan bir kuruluş girişimine dâhil olmayı umuyorum) katılımcıların % 35,8’inin “katılıyorum” yanıtı verdiği görülmektedir. Katılımcılar, SGE2 numaralı ifadeye (Gelecekte gerçekleştirmeyi planladığım bir sosyal girişim fikrim var) % 43,4 oranında “katılmıyorum”; SGE3 numaralı ifadeye (Sosyal bir girişim başlatmayı planlamıyorum) % 31,7 oranında “katılıyorum” yanıtını vermişlerdir. Elde edilen bulgulardan, araştırmaya katılan yerel halkın çoğunlukla gelecekte bir gün sosyal sorunları çözmeye ilişkin bir girişime dâhil olma düşüncesine sahip olmasına rağmen kişisel olarak bir sosyal girişim başlatma planlarının olmadığı anlaşılmaktadır.

Tablo 3.12. Sosyal Girişimcilik Deneyimi ve Eğilimine İlişkin Aritmetik Ortalamalar

	X	SS	1		2		3		4		5	
			F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
SGDEN1	3,3	1,15	20	5,9	77	22,6	78	22,9	112	32,8	54	15,8
SGDEN2	3,34	1,26	32	9,4	74	21,7	43	12,6	130	38,1	62	18,2
SGDEN3	2,95	1,13	21	6,2	124	36,4	87	25,5	69	20,2	40	11,7
SGE1	3,44	1,15	10	2,9	86	25,2	56	16,4	122	35,8	67	19,6
SGE2	2,9	1,17	21	6,2	148	43,4	55	16,1	77	22,6	40	11,7
SGE3	2,74	1,23	62	18,2	110	32,3	43	12,6	108	31,7	18	5,3

X: Aritmetik Ortalama SS: Standart Sapma 1= Kesinlikle katılmıyorum, 2= Katılmıyorum, 3= Kararsızım, 4= Katılıyorum, 5= Kesinlikle Katılıyorum

Sosyal girişimcilik davranış öncülleri ölçeğine ilişkin katılımcıların yanıtları incelendiğinde empati (4,44 / 4,45 ve 4,5); ahlaki yükümlülük (4,56 / 4,47 / 4,45 ve 4,15); özyeterlik (4,18 / 4,03 ve 4,43) ve algılanan sosyal destek (3,61 / 3,7 ve 3,49) boyutlarında

ortalamaların birbirine yakın olduğu ve çoğunlukla “katılıyorum” ya da “kesinlikle katılıyorum” yanıtı verdikleri farkedilmektedir. Bulgulardan hareketle araştırmaya katılan yerel halkın empati, ahlaki yükümlülük, özyeterlik ve sosyal destek algılarının yüksek olduğu söylenebilir.

Tablo 3.13. Sosyal Girişimcilik Davranış Öncüllerine İlişkin Aritmetik Ortalamalar

	X	SS	1		2		3		4		5	
			F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
EM1	4,44	0,5	-	-	3	0,9	2	0,6	184	54	152	44,6
EM2	4,45	0,52	-	-	2	0,6	4	1,2	161	47,2	174	51
EM3	4,5	0,52	-	-	4	1,2	2	0,6	161	47,2	174	51
AH1	4,56	0,53	-	-	1	0,3	6	1,8	139	40,8	195	57,2
AH2	4,47	0,53	-	-	3	0,9	7	2,1	165	48,4	166	48,7
AH3	4,45	0,52	-	-	4	1,2	3	0,9	176	51,6	158	46,3
AH4	4,15	0,85	2	0,6	20	5,9	32	9,4	159	46,6	128	37,5
OZ1	4,18	0,79	-	-	12	3,5	46	13,5	149	43,7	132	38,7
OZ2	4,03	0,87	4	1,2	14	4,1	61	17,9	152	44,6	110	32,3
OZ3	4,43	0,51	-	-	4	1,2	3	0,9	184	54	150	44
ASD1	3,61	1,02	11	3,2	36	10,6	96	28,2	128	37,5	70	20,5
ASD2	3,7	1,04	11	3,2	37	10,9	77	22,6	135	39,6	81	23,8
ASD3	3,49	1,06	12	3,5	54	15,8	90	26,4	125	36,7	60	17,6

X: Aritmetik Ortalama SS: Standart Sapma 1= Kesinlikle katılmıyorum, 2= Katılmıyorum, 3= Kararsızım, 4= Katılıyorum, 5= Kesinlikle Katılıyorum

Algılanan turizm etkileri ölçeğine ilişkin tablo 3.14. incelendiğinde aritmetik ortalamaların çevresel sürdürülebilirlik (4,6 / 4,57 ve 4, 65) ve algılanan ekonomik fayda (4,52 / 4,44 ve 4,44) boyutlarında birbirine yakın olduğu ve katılımcıların çoğunlukla “kesinlikle katılıyorum” yanıtı verdikleri görülmektedir. Yanıtlar doğrultusunda araştırmaya katılan yerel halkın çevresel sürdürülebilirlik ve ekonomik fayda bakımından olumlu bir algıya sahip oldukları söylenebilir. Diğer taraftan algılanan sosyal maliyet boyutunda ASM1 numaralı ifadeye (Turizmin gelişmesiyle yaşadığım yer aşırı kalabalıklaştı) % 37,2; ASM2 numaralı ifadeye (Yaşadığım yerde turizmden kaynaklı yoğunluktan rahatsız oluyorum) % 41,3 ve ASM3 numaralı ifadeye (Topluluğumdaki turistler yaşam kalitemi bozuyor) % 43,7 oranında “katılmıyorum” yanıtı verilmiştir. Elden edilen bulgu ışığında Uzundere’nin henüz yoğun ziyaretçi akınına uğramaması ve

buna bağılı olarak turizmin olumsuz sosyal etkileriyle karşılaşılmamış olmasının yerel halkın turizmi sosyal açıdan maliyetli algılamamasına sebep olduğu yorumu yapılabilir.

Tablo 3.14. Algılanan Turizm Etkilerine İlişkin Aritmetik Ortalamalar

	X	SS	1		2		3		4		5	
			F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
CS1	4,6	0,49	-	-	-	-	-	-	136	39,9	205	60,1
CS2	4,57	0,49	-	-	-	-	-	-	145	42,5	196	57,5
CS3	4,65	0,47	-	-	-	-	-	-	121	35,5	220	64,5
AEF1	4,52	0,52	-	-	5	1,5	2	0,6	153	44,9	181	53,1
AEF2	4,44	0,56	-	-	12	3,5	1	0,3	166	48,7	162	47,5
AEF3	4,44	0,52	-	-	-	-	5	1,5	180	52,8	156	45,7
ASM1	2,38	1,24	47	13,8	127	37,2	64	18,8	60	17,6	43	12,6
ASM2	2,48	1,14	31	9,1	141	41,3	75	22	60	17,6	34	10
ASM3	2,64	1,13	31	9,1	149	43,7	73	21,4	54	15,8	34	10

X: Aritmetik Ortalama SS: Standart Sapma 1= Kesinlikle katılmıyorum, 2= Katılmıyorum, 3= Kararsızım, 4= Katılıyorum, 5= Kesinlikle Katılıyorum

Beklenen turizm sürdürülebilirliği ölçeğine ilişkin katılımcıların yanıtları incelendiğinde uzun dönem planlama (4,56 / 456 ve 4,51); toplum merkezli ekonomi (4,51 / 4,47 ve 4,5); ziyaretçi memnuniyeti sağlama (4,37 / 4,4 ve 4,4) ve toplum katılımını maksimize etme (4,4 / 3,97 ve 4,38) boyutlarında madde ortalamalarının birbirine yakın olduğu ve katılımcıların bu boyutlardaki ifadelerle ilişkin çoğunlukla “katılıyorum” ya da “kesinlikle katılıyorum” yanıtlarını verdikleri görülmektedir. Bulgular ışığında araştırmaya katılan yerel halkın beklenen turizm sürdürülebilirliğine ilişkin olumlu yönde algıya sahip oldukları söylenebilir.

Tablo 3.15. Beklenen Turizm Sürdürülebilirliğine İlişkin Aritmetik Ortalamalar

	X	SS	1		2		3		4		5	
			F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
UDP1	4,56	0,49	-	-	-	-	-	-	149	43,7	192	56,3
UDP2	4,56	0,49	-	-	-	-	-	-	150	44,0	191	56,0
UDP3	4,51	0,5	-	-	-	-	1	0,3	168	49,3	172	50,4
TME1	4,51	0,51	-	-	-	-	2	0,6	202	59,2	137	40,2
TME2	4,47	0,49	4	1,2	45	13,2	27	7,9	146	42,8	119	34,9
TME3	4,5	0,51	-	-	6	1,8	2	0,6	199	58,4	134	39,3
ZMS1	4,37	0,58	-	-	3	0,9	1	0,3	161	47,2	176	51,6
ZMS2	4,4	0,51	-	-	-	-	2	0,6	179	52,5	160	46,9
ZMS3	4,4	0,52	-	-	2	0,6	2	0,6	183	53,7	154	45,2
TKME1	4,4	0,5	-	-	-	-	19	5,6	177	51,9	145	42,5
TKME2	3,97	1,03	-	-	1	0,3	4	1,2	195	57,2	141	41,3
TKME3	4,38	0,52	-	-	-	-	5	1,5	193	56,6	143	41,9

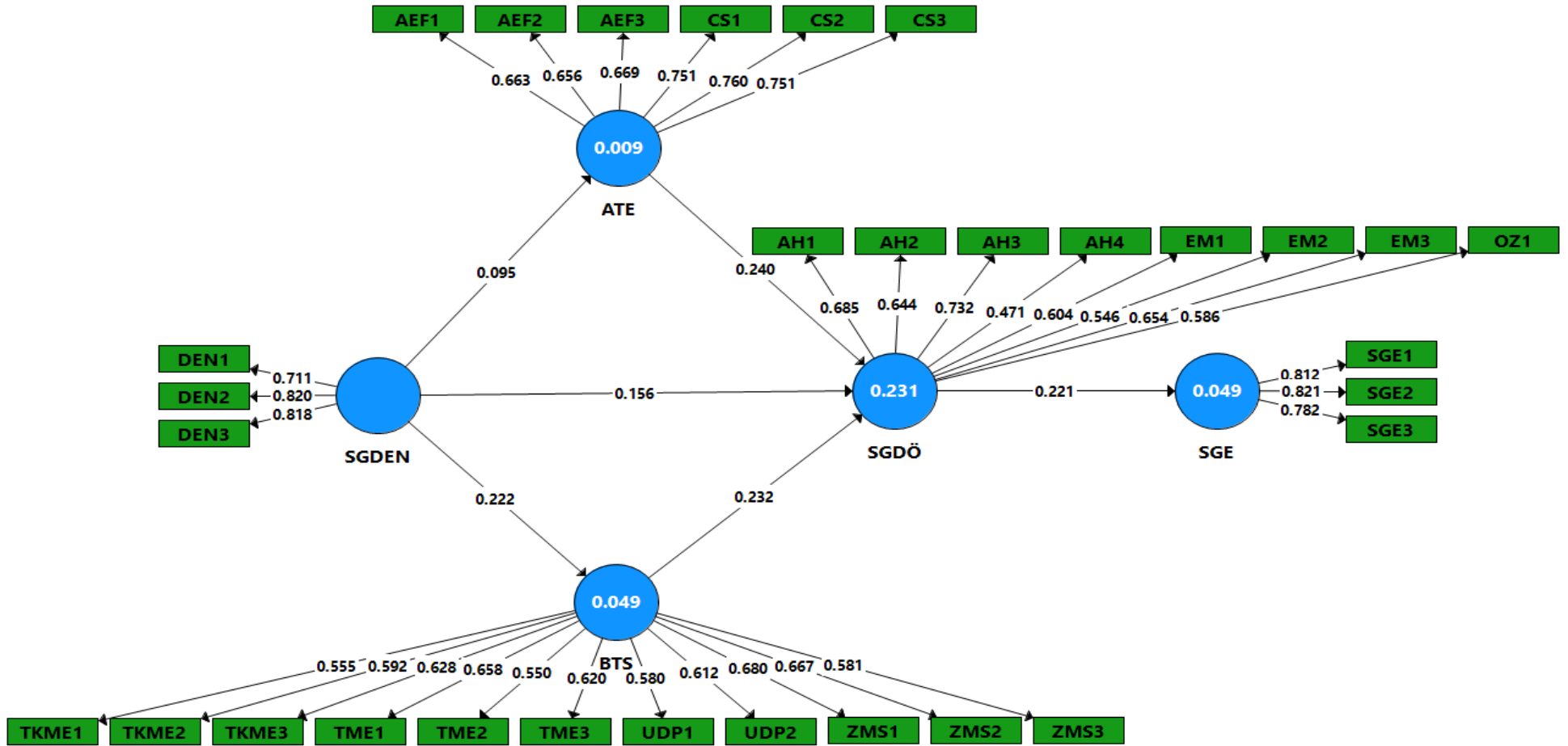
X: Aritmetik Ortalama SS: Standart Sapma 1= Kesinlikle katılmıyorum, 2= Katılmıyorum, 3= Kararsızım, 4= Katılıyorum, 5= Kesinlikle Katılıyorum

3.1.5. Ölçüm Modelinin Değerlendirilmesi

KEKK-YEM sonuçlarının değerlendirilmesinde ilk adım, ölçüm modelinin incelenmesini içermektedir. Ölçüm modellerinin incelenmesinde kullanılacak kriterler yansıtıcı ve biçimlendirici yapılar için farklılık göstermektedir. Bu araştırmada nedensellik ilişkisi değişkenleri temsil eden yapılardan göstergelere yönelik olduğundan ölçüm modelinin değerlendirilmesinde yansıtıcı yapı kriterleri kullanılmıştır (Hair Jr. vd., 2017). Yansıtıcı modelin değerlendirilmesinde güvenilirlik ve geçerlilik tespiti için gösterge yükleri, yakınsak geçerlilik (AVE), bileşik güvenilirlik (CR), ayırt edici geçerlik (Fornell-Larcker ve HTMT değerleri) incelenmektedir (Özdamar, 2002).

Tablo 3.16. Ölçüm Modelinin Geçerliliğine ve Güvenirliğine İlişkin Bulgular

Gizil Değişkenler		İfadeler	VIF	Faktör Yükleri	AVE	CR	Rho_a	Cronbach Alpha
Sosyal Girişimcilik Deneyimi		DEN1	1,407	0,711	0,616	0,827	0,729	0,7
		DEN2	1,422	0,82				
		DEN3	1,292	0,818				
Sosyal Girişimcilik Davranış Öncülleri	Empati	EM1	1,472	0,604	0,484	0,831	0,786	0,771
		EM2	1,424	0,546				
		EM3	1,474	0,654				
	Ahlaki Yükümlülük	AH1	1,657	0,685				
		AH2	1,542	0,644				
		AH3	1,545	0,732				
		AH4	1,19	0,471				
Özyeterlik	OZ1	1,26	0,586					
Sosyal Girişimcilik Eğilimi		SGE1	1,265	0,812	0,648	0,847	0,763	0,739
		SGE2	1,249	0,821				
		SGE3	1,946	0,782				
Sürdürülebilir Turizm Tutumu/Algılanan Turizm Etkileri	Çevresel Sürdürülebilirlik	CS1	2,62	0,751	0,504	0,858	0,802	0,801
		CS2	2,995	0,76				
		CS3	2,652	0,751				
	Algılanan Ekonomik Fayda	AEF1	1,671	0,663				
		AEF2	1,761	0,656				
		AEF3	1,797	0,669				
Sürdürülebilir Turizm Tutumu/Beklenen Turizm Sürdürülebilirliği	Uzun Dönem Planlama	UDP1	1,504	0,58	0,475	0,868	0,836	0,833
		UDP2	1,594	0,612				
	Ziyaretçi Memnuniyeti Sağlama	ZMS1	1,798	0,68				
		ZMS2	1,832	0,667				
		ZMS3	1,36	0,581				
	Toplum Katılımını Maksimize Etme	TKME1	1,417	0,555				
		TKME2	1,478	0,592				
	Toplum Merkezli Ekonomi	TKME3	1,538	0,628				
		TME1	2,378	0,658				
TME2		1,327	0,55					
TME3	2,311	0,62						



Şekil 3.1. Ölçüm Modeli

Ölçüm modelinin geçerliğine ve güvenilirliğine ilişkin Tablo 3.12’de sunulan değerler incelendiğinde gösterge yüklerinin 0,471 ile 0,821 aralığında değişmekte olduğu görülmektedir. KEKK-YEM temelli analiz yöntemlerinde gösterge yüklerinin 0,700 ile 0,900 arasında olması beklenmekle birlikte (Chin, 2010); Hair Jr. vd., 2014 gösterge yükleri 0,400 ile 0,700 arasında olan göstergelerin modelden çıkarıldıklarında AVE ve CR değerleri yükseliyorsa modelden çıkarılmalarını tavsiye etmektedir. Bu doğrultuda 0,400 ile 0,700 aralığında gösterge yüküne sahip göstergeler modelden çıkarılarak yeniden hesaplama denenmiş, AVE ve CR değerlerinde yükselme görülmediğinden modelden çıkarılmamasına karar verilmiştir. 0,700 ile 0,833 arasında değişkenlik arz eden gösterge güvenilirlik değerleri, 0,400’ün üzerinde olduğu için kabul edilebilir güven aralığına işaret etmektedir (Hulland, 1999).

Yakınsak geçerlik değeri (AVE) sosyal girişimcilik deneyimi (0,616), sosyal girişimcilik eğilimi (0,648), algılanan turizm etkileri (0,504) için önerilen eşik değer olan 0,50’nin üzerindedir. Sosyal girişimcilik davranış öncülleri (0,484) ve beklenen turizm etkileri (0,475) için önerilen eşik değer olan 0,50’nin altında değerler elde edilmiştir. Bileşik güvenilirlik değerinin (CR) 0,60’dan yüksek olduğu durumlarda 0,40 değeri de yakınsak geçerlik için kabul edilebilir değer olarak görülmektedir (Fornell ve Larcker, 1981). Hesaplanan bileşik güvenilirlik değerleri (CR) önerilen eşik değer olan 0,70’in üzerindedir (Hair Jr., Black, Anderson ve Tatham, 2009). Dolayısıyla model iç güvenilirlik, yakınsak geçerlik ve bileşik güvenilirlik değerleri açısından yeterlidir.

Tablo 3.17. Fornell-Larcker Kriteri Değerleri

	ATE	BTS	SGDEN	SGDÖ	SGE
ATE	0,71				
BTS	0,648	0,613			
SGDEN	0,095	0,222	0,785		
SGDÖ	0,405	0,422	0,23	0,62	
SGE	0,147	0,148	0,475	0,221	0,805

Son olarak ayırt edici geçerliğin değerlendirilmesi için Fornell-Larcker kriterine ve HTMT değerlerine bakılmıştır. Fornell ve Larcker (1981) ayırt edici geçerliliğin değerlendirilmesi için geleneksel ölçüyü önermiş ve her yapının AVE değerinin karekökünün yapılar arası korelasyonun değerlerinden büyük olması gerektiğini

belirtmektedir. Tablo 3.13. incelendiğinde ayırt edici geçerlilik kriterinin sağlandığı görülmektedir.

Tablo 3.18. HTMT Ayırt Edici Geçerlilik Sonuçları

	ATE	BTS	SGDEN	SGDÖ	SGE
ATE					
BTS	0,786				
SGDEN	0,163	0,278			
SGDÖ	0,502	0,493	0,284		
SGE	0,184	0,196	0,637	0,273	

Ayırt edici geçerlilik için bakılması önerilen bir diğer değer olan Heterotrait – Monotrait (HTMT) değeri, aynı yapıyı ölçen ifadelerin geometrik ortalamalarının yapılar arasındaki öge korelasyonlarına ortalamasıdır ve 1.00'den düşük olması beklenir (Henseler, Ringle ve Sarstedt, 2015). Elde edilen bulgulara göre HTMT değeri ayırt edici geçerlilik kriterini sağlamaktadır.

3.1.6. Yapısal Model Değerlendirmesi

Hipotez testlerine geçilmeden önce oluşturulan yapısal model şekil 3.2.'de sunulmuştur. KEKK-YEM'de yapısal model değerlendirilirken çoklu bağlantı değeri (VIF), belirleme katsayısı (R^2) ve etki büyüklüğü (F^2) değerlerine bakılmaktadır (Shumeli vd., 2016).

Elde edilen bulgulara göre VIF değerinin içsel değişkenler için 3'ün altında olduğu ve çoklu doğrusallık sorununun olmadığı görülmektedir (Hair Jr. vd., 2017).

Tablo 3.19. VIF Değerleri

	ATE	BTS	SGDEN	SGDÖ	SGE
ATE				1,731	
BTS				1,804	
SGDEN	1,000	1,000		1,056	
SGDÖ					1,000
SGE					

Tablo 3.17.'de verilen R^2 değerleri incelendiğinde en kuvvetli tahmin edicinin sosyal girişimcilik davranış öncülleri, en zayıf tahmin edicinin ise sosyal girişimcilik eğiliminin olduğu görülmektedir (Hair Jr. vd., 2011)

Tablo 3.20. Yapısal Model R^2 Değerleri

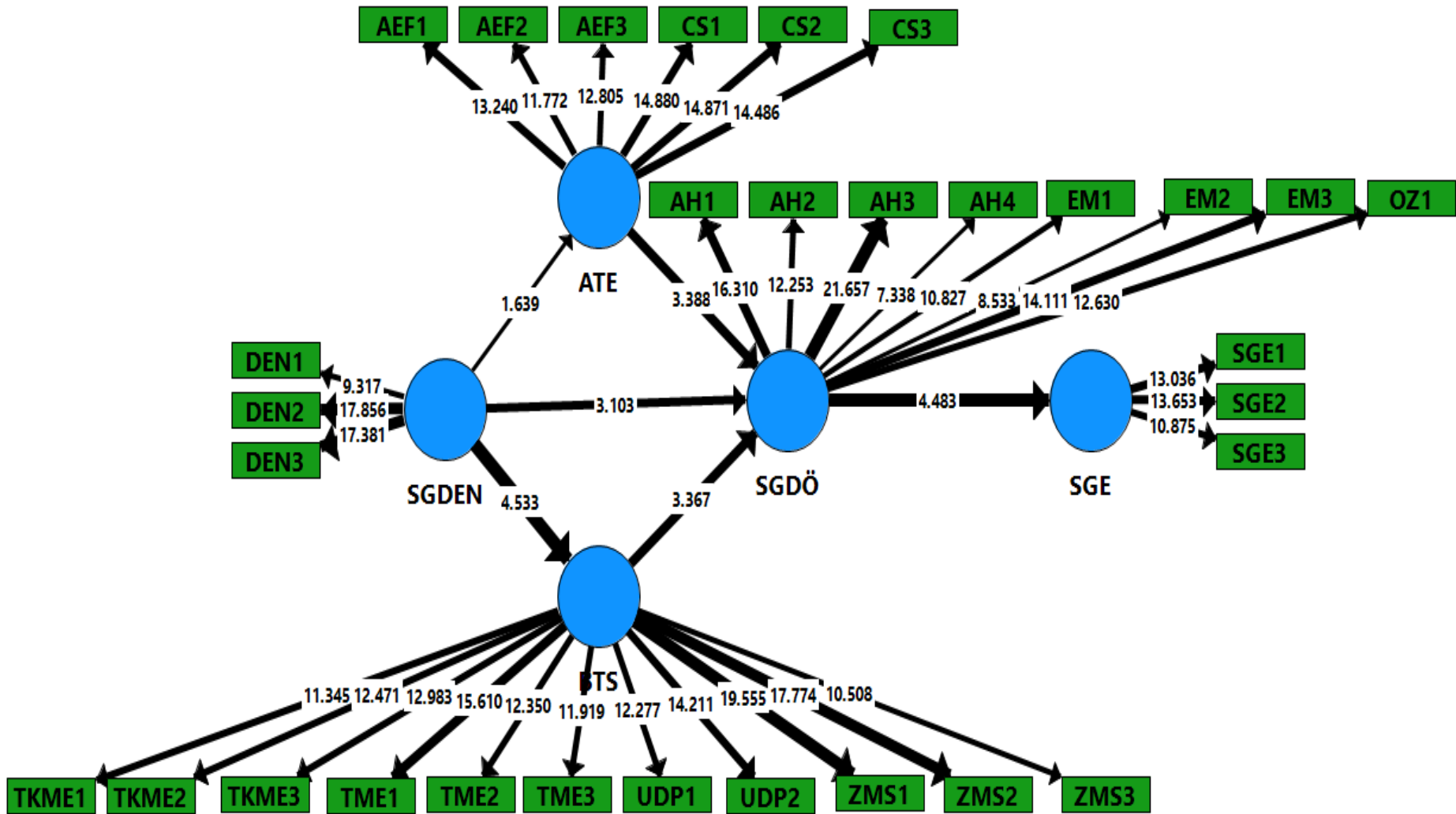
	R^2	Düzeltmiş R^2
ATE	0,009	0,006
BTS	0,149	0,096
SGD	0,332	0,325
SGE	0,05	0,047

Yapısal modelin değerlendirmesinde son olarak F^2 değerine bakılmıştır. Elde edilen bulgulara göre her bir değişkenin diğer değişken üzerindeki etkisinin 0,02'nin altında ve düşük düzeyde olduğu görülmektedir (Cohen, 1988).

Tablo 3.21. Yapısal Model F^2 Değerleri

	ATE	BTS	SGDEN	SGD	SGE
ATE				0,043	
BTS				0,039	
SGDEN	0,009	0,052		0,031	
SGD					0,053
SGE					

Araştırma kapsamında oluşturulan yapısal modelin değişkenleri arasında çoklu doğrusallık probleminin olmadığı, değişkenlerin tahmin ediciliğinin ve etki değerlerinin yeterli düzeyde olduğu; sağlanan bu kriterler doğrultusunda araştırmada kullanılan dışsal değişkenlerin içsel değişkenler üzerinde etkisi olduğu saptanmış ve yol analizleri ile hipotez testlerinin yapılması için gerekli koşullar elde edilmiştir.



Şekil 3.2. Yapısal Model

3.1.7. Hipotez Testleri

Araştırma kapsamında oluşturulan yapısal model SMARTPLS 3 programında 5000 yeniden örnekleme yöntemiyle yeniden hesaplanmış, hipotez testleri için bakılması önerilen değerler elde edilmiştir. Önyükleme sonucu elde edilen yol analizi katsayıları tablo 3.15.'te sunulmuştur. Elde edilen bulgulara göre algılanan turizm etkileri, beklenen turizm sürdürülebilirliği ve sosyal girişimcilik deneyimi sosyal girişimcilik davranış öncüllerini pozitif ve anlamlı yönde etkilemektedir. Bu durumda H_1 , H_2 , H_3 , H_4 , H_5 ve H_6 hipotezleri kabul edilmiştir. Yol katsayısı değerlerine bakıldığında en yüksek etkinin algılanan turizm etkilerinin sosyal girişimcilik davranış öncülleri üzerindeki etkisi olduğu görülmektedir.

Tablo 3.22. Önyükleme Yol Analizi Katsayıları

	Yol Katsayıları	Ortalama	Standart Sapma	T İstatistiği	P Değeri
ATE -> SGDÖ	0,238	0,242	0,069	3,456	0,000
BTS -> SGDÖ	0,233	0,241	0,069	3,394	0,000
SGDEN -> ATE	0,095	0,103	0,057	1,672	0,047
SGDEN -> BTS	0,222	0,232	0,049	4,562	0,000
SGDEN -> SGDÖ	0,159	0,161	0,052	3,071	0,001
SGDÖ -> SGE	0,224	0,236	0,051	4,415	0,000

p < .05 anlamlılık düzeyi

Önyükleme yöntemi ile gerçekleştirilen aracılık analizi sonucu elde edilen bulgulara göre sosyal girişimcilik deneyiminin sosyal girişimcilik eğilimi üzerindeki etkisinde beklenen turizm sürdürülebilirliği ve sosyal girişimcilik davranış öncülleri aracılık etmektedir. Bu durumda H_8 hipotezi kabul edilmiştir. Diğer taraftan sosyal girişimcilik deneyiminin sosyal girişimcilik eğilimi üzerindeki etkisinde beklenen turizm sürdürülebilirliği ve sosyal girişimcilik davranış öncüllerinin aracı etkisi olmadığı belirlenmiş, H_7 hipotezi reddedilmiştir.

Tablo 3.23. Önyükleme Aracılık Analizi Sonuçları

	Yol Katsayıları	Ortalama	Standart Sapma	T İstatistiği	P Değeri
SGDEN -> ATE -> SGDÖ -> SGE	0,005	0,006	0,004	1,244	0,107
SGDEN -> BTS -> SGDÖ -> SGE	0,012	0,013	0,006	1,978	0,024

p < .05 anlamlılık düzeyi

Hipotez testi analizi sonucu elde edilen sonuçlar tablo 3.24.'te verilmiştir. Buna göre araştırmanın nicel araştırmasında kurulan hipotezlerden H_7 hipotezi reddedilirken diğer hipotezler kabul edilmiştir. Elde edilen bulgulara ilişkin sonuç ve yorumlamalara araştırmanın son bölümü olan sonuç kısmında yer verilmiştir.

Tablo 3.24. Hipotezlerin Kabulü veya Reddi

Hipotez	Sonuç
H_1 : Sosyal girişimcilik deneyimi algılan turizm etkilerini olumlu yönde etkilemektedir.	<i>Kabul</i>
H_2 : Sosyal girişimcilik deneyimi beklenen turizm sürdürülebilirliğini olumlu yönde etkilemektedir.	<i>Kabul</i>
H_3 : Sosyal girişimcilik deneyimi sosyal girişimcilik davranış öncüllerini olumlu yönde etkilemektedir.	<i>Kabul</i>
H_4 : Algılanan turizm etkileri sosyal girişimcilik davranış öncüllerini olumlu yönde etkilemektedir.	<i>Kabul</i>
H_5 : Beklenen turizm sürdürülebilirliği sosyal girişimcilik davranış öncüllerini olumlu yönde etkilemektedir.	<i>Kabul</i>
H_6 : Sosyal girişimcilik davranış öncülleri sosyal girişimcilik eğilimini olumlu yönde etkilemektedir.	<i>Kabul</i>
H_7 : Sosyal girişimcilik deneyiminin sosyal girişimcilik eğilimi üzerindeki etkisinde algılan turizm etkileri ve sosyal girişimcilik davranış öncülleri aracı etkiye sahiptir.	<i>Red</i>
H_8 : Sosyal girişimcilik deneyiminin sosyal girişimcilik eğilimi üzerindeki etkisinde beklenen turizm sürdürülebilirliği ve sosyal girişimcilik davranış öncülleri aracı etkiye sahiptir.	<i>Kabul</i>

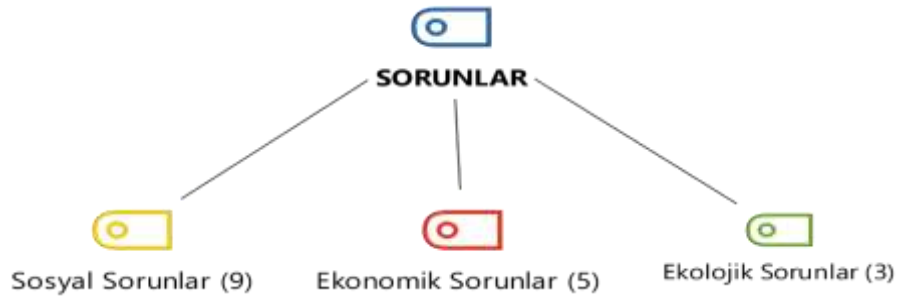
3.2. NİTEL BULGULAR

Turizmin gelişmekte olduğu destinasyonlarda yerel halkın turizmin etkilerine yönelik algılarının bilinmesinin gerekliliğine yönelik vurgu pek çok çalışmada tekrar edilmektedir (Tosun, 2002; Akova, 2006; Cengiz ve Kırkbir, 2007; Jackson, 2008; Eshilki ve Kaboudi, 2012; Boğan ve Sarıışık, 2016; Işık ve Çalkın, 2016). Nitekim yerel halkın desteği ve süreçlere dâhil edilmesi sürdürülebilir turizmin sağlanmasında büyük önem arz etmektedir (Duran ve Özkul, 2012). Benzer şekilde turizm planlama ve geliştirme süreçlerinde söz sahibi olan yerel yönetimlerin ve sivil toplum kuruluşu temsilcilerinin turizmin etkilerine yönelik algı ve düşüncelerinin bilinmesinin de önemli olduğu düşünülmektedir. Bu doğrultuda bu kısımda araştırmanın nitel aşamasında yapılan

yarı yapılandırılmış görüşmeler yoluyla elde edilen verilerle yapılan içerik analizinden elde edilen bulgulara değinilmiştir. Analizlere ilişkin kod matrisleri ve kod bulutları çalışmanın ekler kısmında yer almaktadır (bkz. Ek 1-Ek2-Ek3-Ek4).

3.2.1. Katılımcıların Empati, Ahlaki Yükümlülük, Sosyal Destek, Özyeterlik ve Sosyal Girişimcilik Algıları

Araştırmanın nicel aşamasında yararlanılan teorik yapıdan yola çıkılarak oluşturulan görüşme sorularında öncelikle katılımcılara “Uzundere’de ne tür toplumsal/çevresel sorunlar bulunmaktadır?” sorusu yöneltilmiştir. Bu sorunun yöneltilmesindeki amaç katılımcıların yaşıyor oldukları çevredeki gelişme ya da sorunların farkında olup olmadıklarının ortaya çıkarılmasıdır. Nitekim alanyazın taramasında henüz yoğun ziyaretçi akınına uğramış olmasa bile Uzundere’de altyapı yetersizliği, orman kaynaklarının bilinçsiz tüketimi, yaban hayatının kaçak ve kontrolsüz avlanmadan dolayı tehlike altında olması, geleneksel mimari yapılarının yıkılma tehlikesi altında olması (Karahana ve Çakır, 2010), ilçenin göç veriyor olması, ilköğretim okullaşma oranının en düşük olduğu ilçelerden biri olması (Erzurum İli Sosyal Yapı Analizi, 2015), düzenli çöp depolama, ayrıştırma veya dönüştürmeye yönelik herhangi bir tesisin bulunmaması, günübirlik piknik aktivitelerinin katı atıklara dayalı çevresel kirlilik oluşturması, ilçedeki doğal ve kültürel kaynaklar için taşıma kapasitesinin belirlenmemesi, plansız turizm yatırımları, bilinçsiz ve kaçak ağaç kesimi, birçok tescilli ve tescilsiz tarihi, kültürel değerin korunamaması (Özgeriş, 2020) gibi sorunların tespit edildiği fark edilmiştir.



Şekil 3.3. Uzundere’de Gözlemlenen Sorunlar

Katılımcıların Uzundere’de gözlemledikleri sorunlara yönelik ifadeleri doğrultusunda sorunlar teması ve sosyal, ekonomik ve ekolojik sorunlar kategorileri

oluşturulmuştur. Katılımcıların Uzundere’de en fazla gözlemledikleri/karşılaştıkları sorun teması sosyal sorunlardır. Sosyal sorunlar verilen yanıtların oranına göre paydaş işbirliğindeki eksiklikler, farkındalık eksikliği, işsizliğe bağlı olarak gerçekleşen sorunlar, sosyal/kültürel faaliyetlerin yetersizliği, duyarlılık eksikliği, yerel halkta turizme yönelik ilgi eksikliği, nüfus yapısına bağlı olarak ortaya çıkan sorunlar, ilçe tanınırlığının düşük olması ve sağlık hizmetleriyle ilgili sorunlar olmak üzere dokuz alt kategoriye ayrılmıştır (Bkz. Şekil 3.4.).

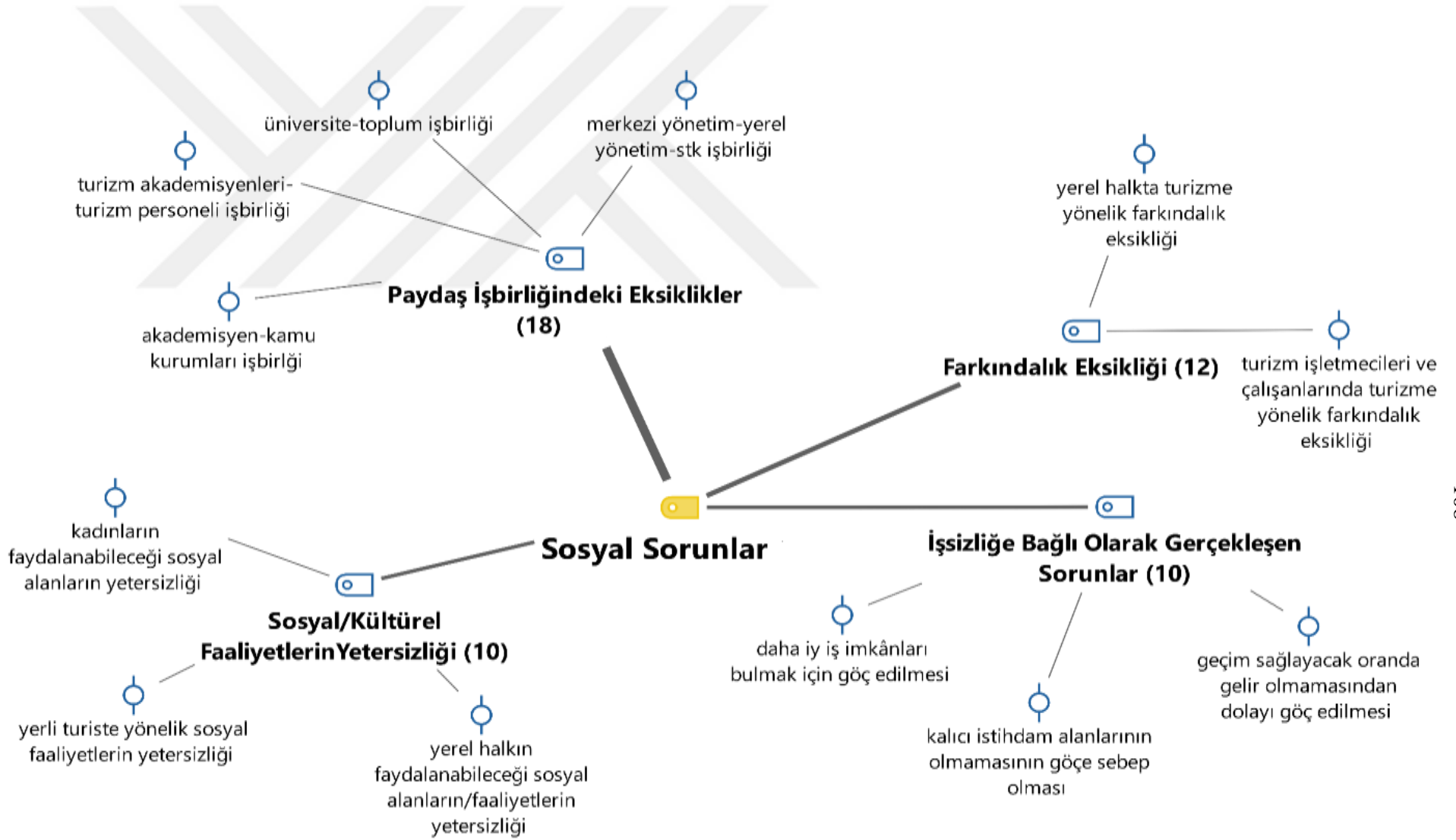
Sosyal sorunlara ilişkin yanıtlarında katılımcılar en fazla paydaş işbirliğindeki eksikliklere değinmiştir. K3 bu durumu şu şekilde ifade etmiştir;

“Özellikle kültürel ve turizm değerlerinin keşfedilmesinde ve tanınırlığı ile ilgili çalışmalarda sadece kurumların sorumlu görülmesi doğru değil. Paydaşlar arasında akademisyenler de var ve onların da alanları dâhilinde bu değerlerle ilgili çalışmaları takip etmesi ve katkıda bulunması güzel olacaktır. Diğer taraftan gelişme kaydettiğimiz konuların basın-yayın aracılığıyla da ülke gündemine taşınması gerek. Her kurum elinden geleni yapabilmeli ve ondan sonra göreve gelen kişiler de bu çalışmalara katkıda bulunmalı, daha iyi konuma getirmeli. Kurumlar arası işbirliğinde eksiklerimiz var. Yerel halkın da dâhil edildiği projelerle daha fazla şey yapılması gerek.”

Katılımcılar ikinci olarak yerel halkla turizm işletmecileri ve turizm çalışanlarındaki özellikle turizme yönelik farkındalık eksikliğini değerlendirmişlerdir. Yerel halkta turizme yönelik farkındalık eksikliğini K4 şu şekilde ifade etmiştir;

“Turizmde yerel halkın beklentisi tamamen maddi, bence bu dünyanın her yerinde böyle. Antalya’ya da gitseniz Barcelona’ya da gitseniz turist deyince insanlar önce maddi getiriyi düşünür. İlçeye kârını, vatana millete faydasını değil öncelikle kendi çıkarını düşünür. Örneğin ilçe merkezindeki vatandaş Tortum Şelalesi’nin varlığı benim için bir şey ifade etmiyor der. Oraya giden turist oradaki işletmelere para kazandırıyor, merkeze uğramıyorlar bile. Oysa ki banka, maliye, devlet kazanıyor bu ziyaretlerden. Esasında insanların bu konuda eğitilmesi lazım.”

Katılımcıların, sosyal sorunlara ilişkin ifade ettikleri bir diğer durum işsizliğe bağlı olarak gerçekleşen sorunlardır. İstihdam olanaklarının yetersizliği, kalıcı istihdam alanlarının olmaması, geçim sağlayacak oranda gelir kaynağının olmaması gibi işsizliğe



Şekil 3.4. Sosyal Sorunlar

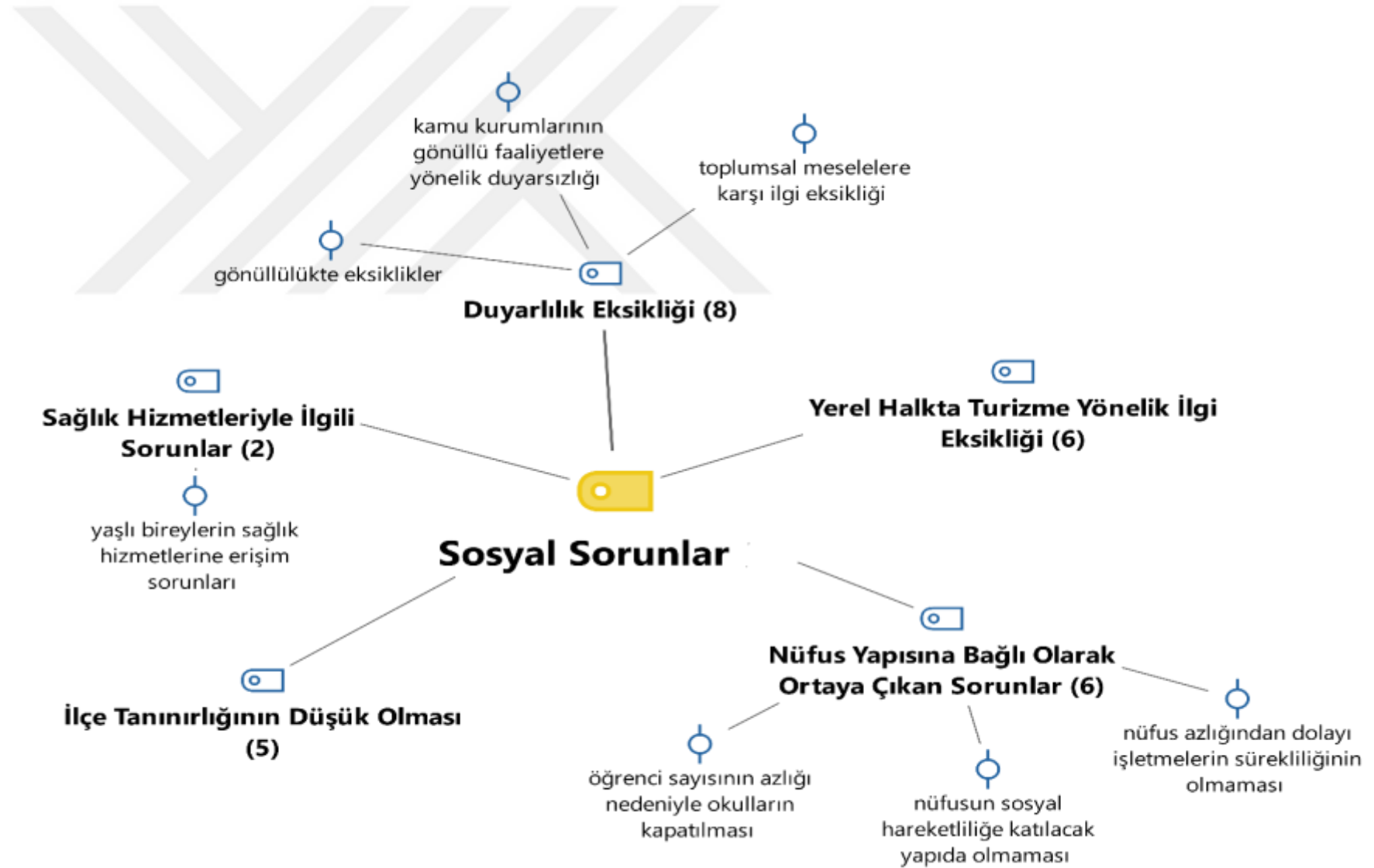
bağlı sorunların ilçede yaşayan özellikle genç nüfusun göç etmesine sebep olduğu katılımcıların ifadelerinden anlaşılmaktadır. K9 bu durumu şu şekilde ifade etmiştir;

“Burada en büyük sorun göç. Özellikle genç nüfusun dışarıya gitmemesi için istihdam sağlanması lazım. Göç sebebiyle yerleşik nüfus da azalıyor. Böyle az nüfuslu bir ilçede işletmeler de çok uzun süre ayakta kalamıyor.”

Sosyal sorunlar içerisinde sıklıkla değinilen bir diğer konu ise sosyal/kültürel faaliyetlerin yetersizliğidir. Katılımcılar, özellikle ilçe merkezinde yaşayan yerel halk ve kadınlarla yerli turiste yönelik sosyal/kültürel faaliyetlerin yetersiz olduğunu ifade etmişlerdir. K9 bu durumu;

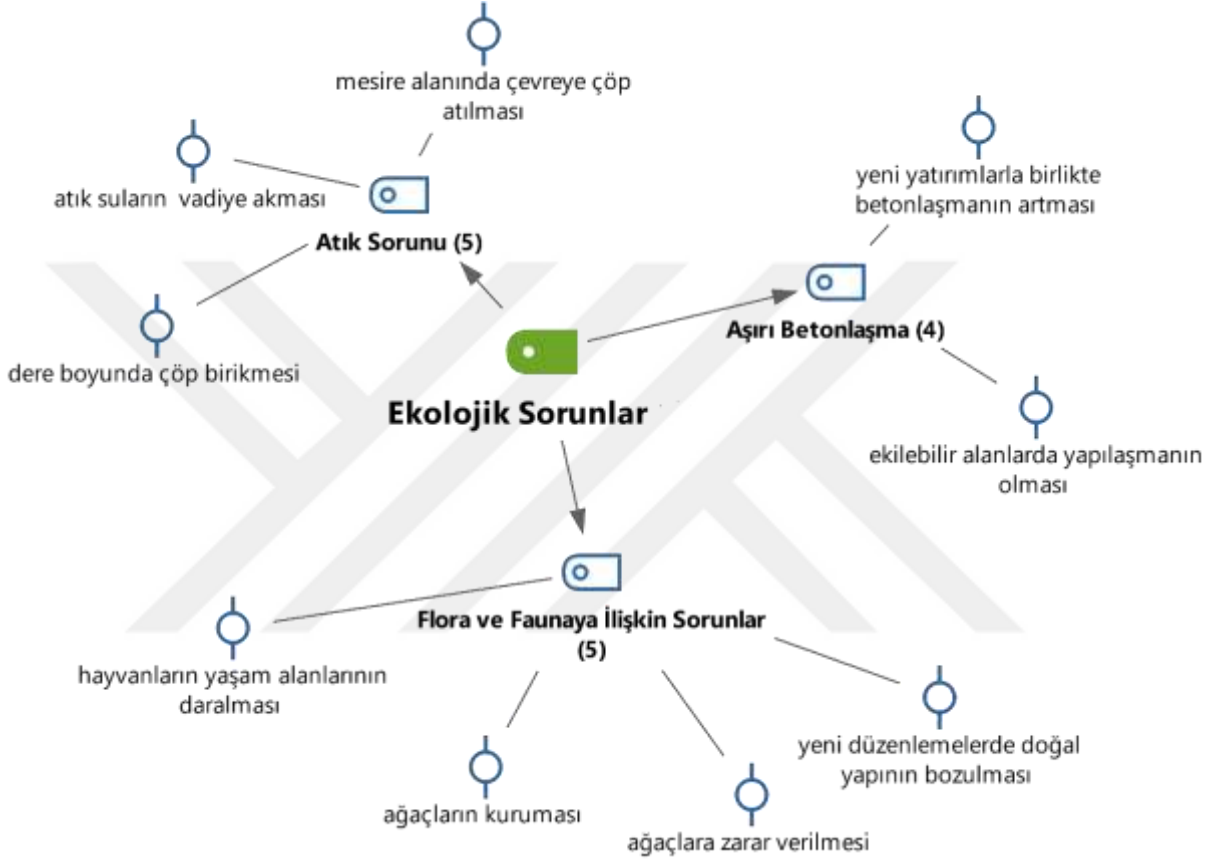
“Turizm potansiyeli olan bu bölgede hem yerel halkın hem ziyaretçilerin dinlenebileceği, rahat edebileceği ortamlar biraz kısıtlı. Ben 10 senedir buradayım, insanların davranışlarına çok fazla kısıtlama getirmeden insanların buralara çekilmesini sağlayacak faaliyetler henüz yapılmadı. Cazip hale gelmesi için park bahçe gibi ailelerin insanların dinlenebileceği toplu alanların yapılması ve yaygınlaştırılması lazım. Tabi bunlar yapılırken fahiş fiyat uygulamadan kısa dönemli değil uzun vadeli planlanması lazım ki burası ayakta kalabilsin.” şeklinde ifade etmiştir.

Katılımcılar, yerel halkın ve kamu kurumlarının toplumsal meselelere karşı ilgisizliği ve gönüllü davranışların sergilenmesi konusunda eksiklikleri Uzundere’de karşılaştıkları bir diğer sorun olarak ifade etmişlerdir. Özellikle istihdam olanaklarının yetersizliğine bağlı olarak gerçekleşen göç sonucu nüfus yapısında azalmalar olduğu görülmektedir. Nitekim katılımcıların ifade ettiği sosyal sorunlardan biri de nüfus yapısının niceliksel ve niteliksel olarak sosyal hareketliliğe katılacak yapıda olmaması, az sayıda öğrenci olmasından dolayı okulların kapatılması ve yine nüfusun az olmasından dolayı işletmelerin sürekliliğinin olmaması gibi nüfus yapısına bağlı olarak ortaya çıkan sorunlardır.



Şekil 3.4'ün devamı Sosyal Sorunlar

Yerel halkta turizme yönelik ilgi eksikliği, ilçenin tanınırlığının düşük olması ve özellikle yaşlı bireylerin sağlık hizmetlerine (diyaliz gibi) erişimde karşılaştıkları sorunlar katılımcıların ifade ettiği diğer sorunlardandır.



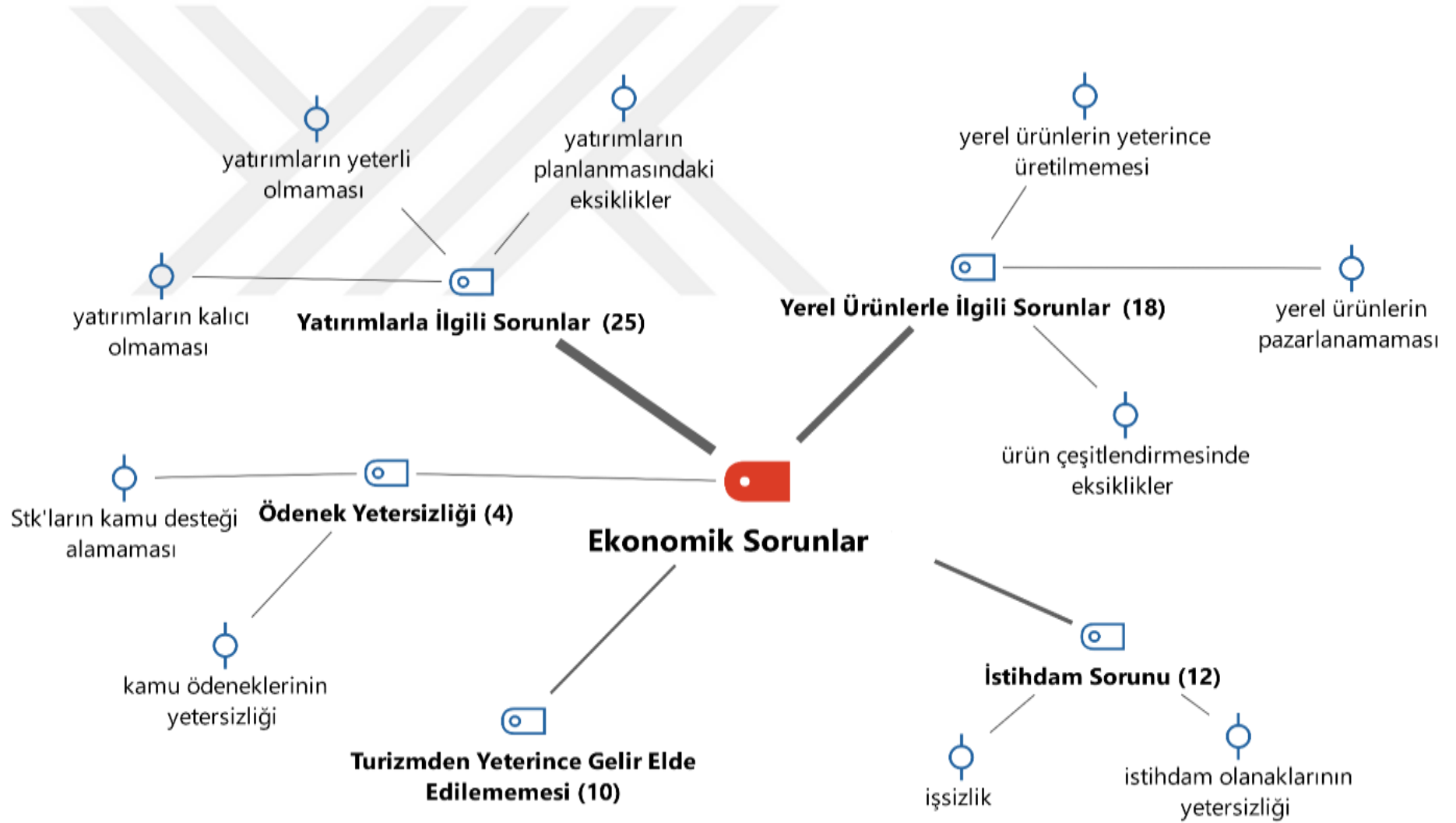
Şekil 3.5. Ekolojik Sorunlar

Katılımcıların Uzundere’de yaşanan sorunlara ilişkin konuşmalarına bağlı olarak oluşturulan atık sorunu, aşırı betonlaşma ve flora ve faunaya ilişkin sorunlar, ekolojik sorunlar olarak kategorize edilmiştir. Uzundere’de yaşanan ekolojik sorunlara ilişkin verilen yanıtlarda bazı katılımcıların çok fazla ekolojik sorun olmamasını belirtmesiyle birlikte en sık tekrarlanan sorun atık sorunu olarak ön plana çıkmaktadır. İlçenin henüz yoğun ziyaretçi akınına uğramamasına bağlı olarak çok fazla ekolojik sorunla karşılaşılmadığı gözlem sonuçlarında da ortaya çıkmaktadır.

Uzundere’de yaşanan sorunlara ilişkin yatırımlarla ilgili sorunlar, yerel ürünlerin üretimi/pazarlanmasıyla ilgili sorunlar, istihdam sorunu, turizmden yeterince gelir elde edilememesi ve ödenek yetersizliği kodları ekonomik sorunlar kategorisinde ele

alınmıştır. Bu kategoride katılımcıların en sık ifade ettiği sorun yatırımlarla ilgili sorunlardır. Katılımcılar çoğunlukla Uzundere’ye yapılan yatırımların kalıcı olmaması ve yatırım planlamasında gözlemledikleri yerel halkın istihdamına yönelik olmaması, ilçe merkezinin dikkate alınmaması, yatırımların kalıcı olmaması gibi eksiklikleri ifade etmişlerdir. Katılımcıların ekonomik sorun olarak algıladıkları ikinci kategoriyi yerel ürünlerin üretimi ve pazarlanmasıyla ilgili sorunlar oluşturmaktadır. Yerel ürünlerin yeterince üretilmemesi, ürün çeşitlendirmesinde eksiklikler ve üretilen ürünlerin pazarlanamaması bu kategoride en sık tekrar eden ifadelerdir. İstihdam sorunu, katılımcıların ekonomik olarak algıladığı bir diğer sorundur. Henüz yoğun ziyaretçi talebiyle karşılaşmamış olsa da Uzundere’nin mevcut turizm potansiyeline rağmen özellikle yerel halkın turizmden yeterince gelir elde edememesi, katılımcıların ifade ettikleri bir diğer ekonomik sorundur. K8 bu durumları şöyle ifade etmiştir:

“Öncelikle yerel halkın yaşamının iyileştirilmesi lazım ki turiste de geri dönüşü olsun. Birey kendini kurtaramadan toplumu kurtaramaz. İl merkezi buraya odaklanıyor, sakın kent olması gibi sebeplerle. İnsanların asgari düzeyin üstünde geçim sağlayabilecek imkanların olması lazım ki burayı terk etmesin. Kamu kurumları, yerel yönetimler ve sivil toplum kuruluşları elinden geldiğince birşeyler yapıyor olsa da tepe yönetimin ortak çözümler bulması lazım. Özellikle yöresel ürünlerin profesyonel olarak üretimine ve tanıtıma yönelik işleri devlet başlatıp öncü olmalı ki zamanla halk da dahil olabilsin. Projelerle yapılan işlerde devlet öncülük edip daha sonra yerel halkı işletme aşamasında dahil etmeli. Yerel yönetimler geçici, kalıcı çözümler olmalı. Uzundere çok büyük yatırımlar yapılıyor. Farklı bir yönetim geldiğinde bu yatırımlar durdurulabilir, devam etmeyebilir. O yüzden tepe yönetimle sürekli olacak yatırımlar yapılmalı.”



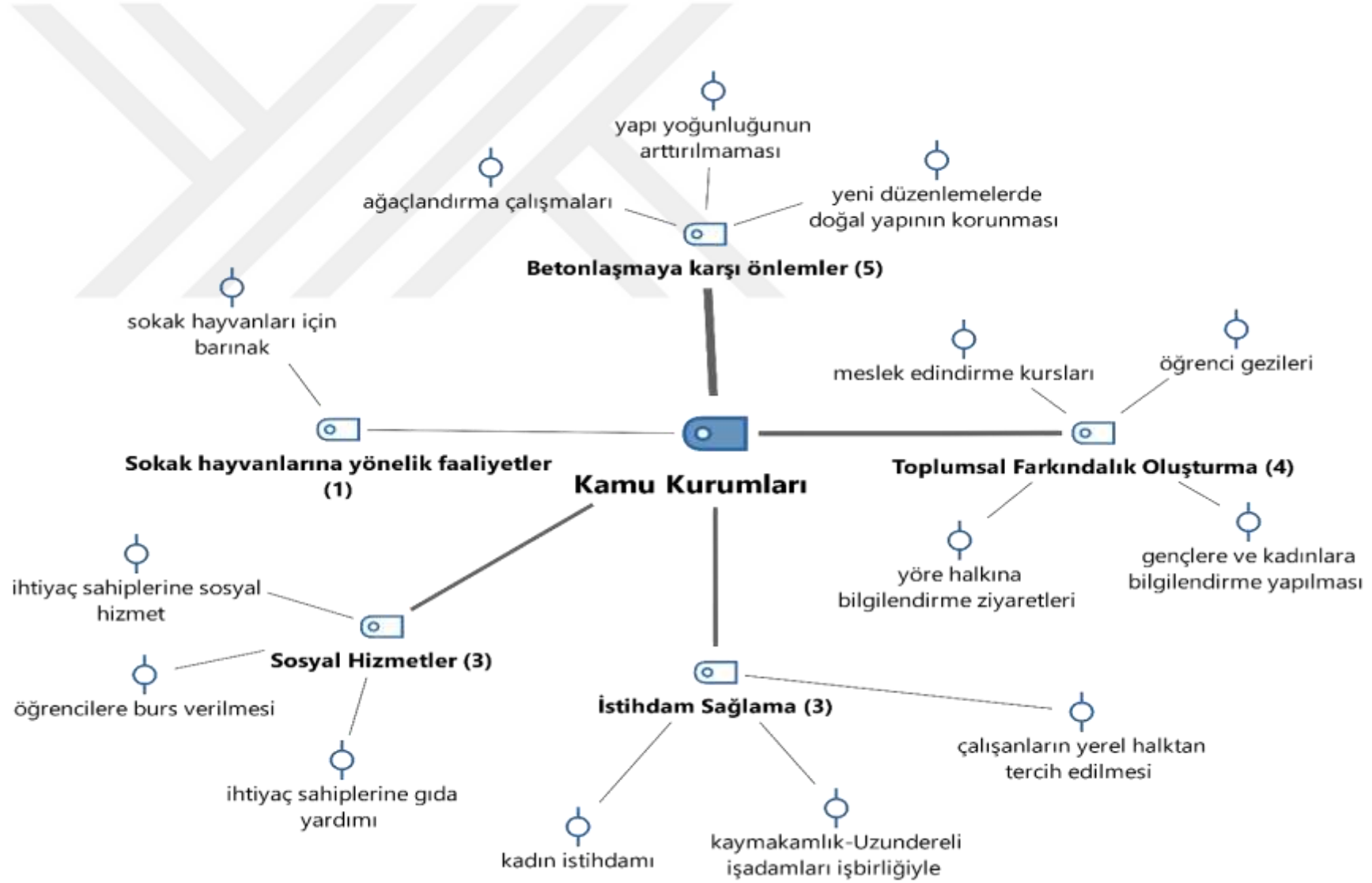
Şekil 3.6. Ekonomik Sorunlar

“Uzundere’de fark ettiğiniz sorunların çözüme ulaşmasında (sorun yoksa mevcut durumun korunmasında) ne tür katkılar sağlıyorsunuz?” sorusuna verilen yanıtlara bağlı olarak kamu kurumları ve sivil toplum kuruluşları olmak üzere iki kategori oluşturulmuştur.

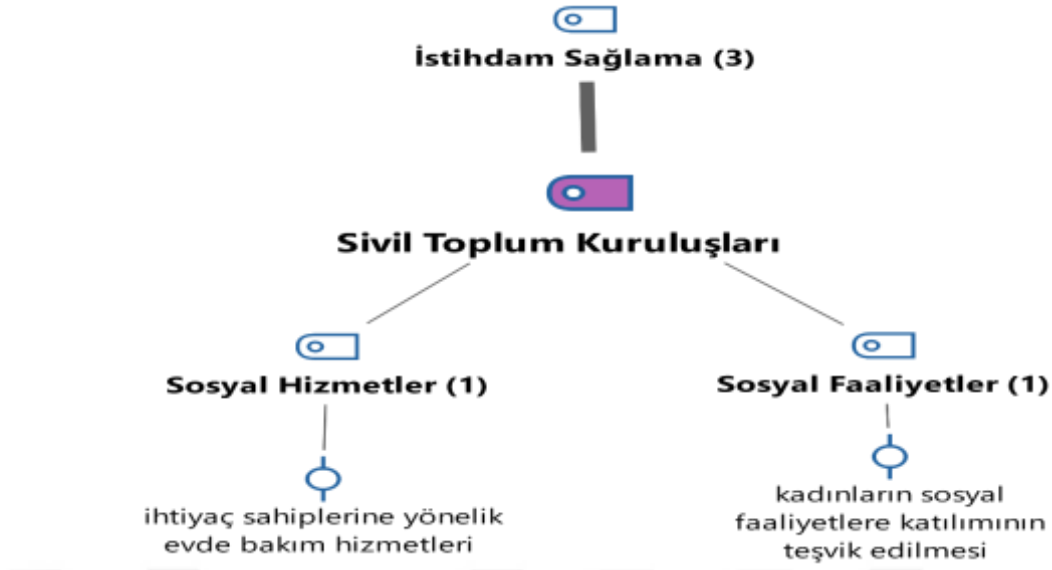


Şekil 3.7. Uzundere’deki Sorunların Çözümüne Yönelik Faaliyetler

Kamu kurumlarının sorunların çözümüne ya da mevcut durumun korunmasına yönelik yürütmüş olduğu faaliyetlere ilişkin yanıtları altı kategoride toplanmıştır. Katılımcılar tarafından en fazla ifade edilen konu kurumlararası işbirliğiyle gerçekleştirilen faaliyetlerdir. İkinci olarak yeni düzenlemelerde doğal yapının korunması, ağaçlandırma çalışmaları gibi uygulamalarla betonlaşmaya karşı önlemler alındığı görülmektedir. Katılımcıların buldukları kurum aracılığıyla sorunların çözümüne ilişkin yapmış oldukları bir diğer faaliyet yöre halkına yönelik meslek edindirme kursları ve bilgilendirme ziyaretleridir. Katılımcıların en az dile getirdiği faaliyetler ise istihdam sağlama, sosyal hizmetler ve sokak hayvanlarına yönelik faaliyetlerdir.



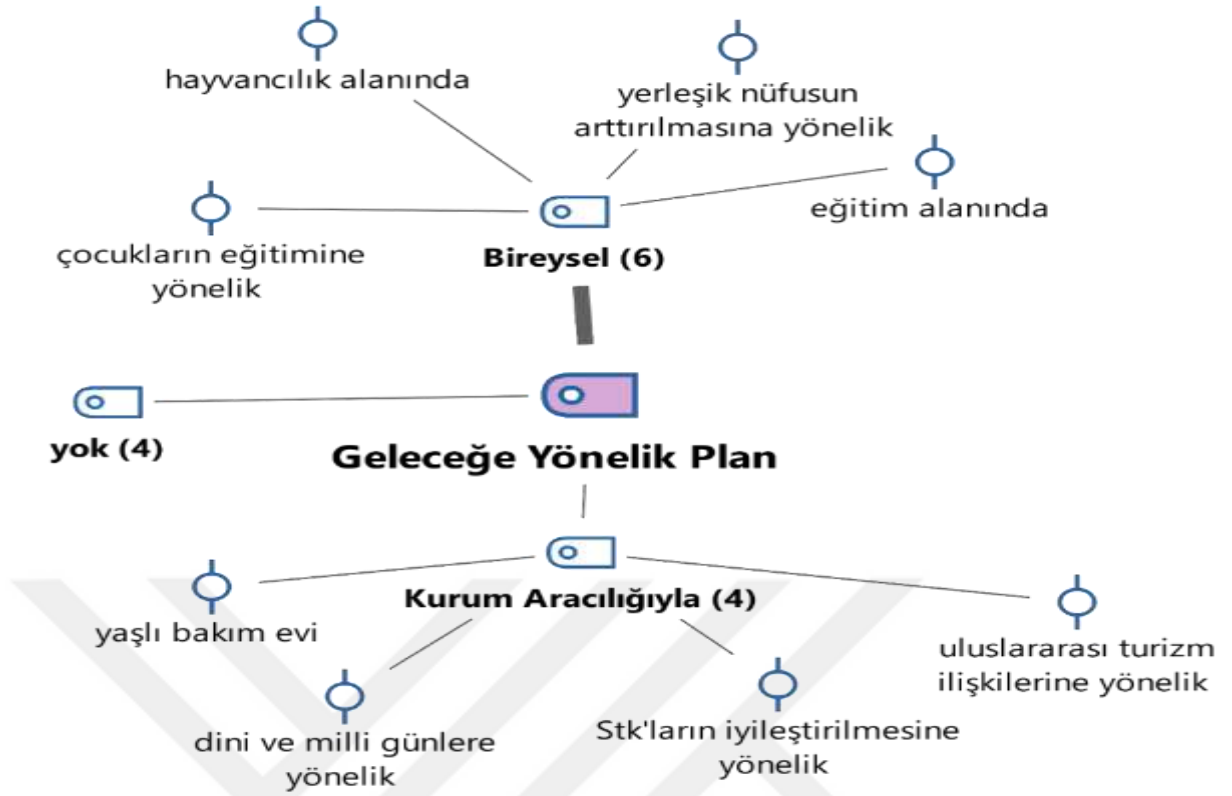
Şekil 3.8. Uzundere'deki Sorunlara Yönelik Kamu Kurumlarının Gerçekleştirdiği Faaliyetler



Şekil 3.9. Uzundere'deki Sorunlara Yönelik Sivil Toplum Kuruluşlarının Gerçekleştirdiği Faaliyetler

Sorunların çözümüne ilişkin oluşturulan ikinci kategoride sivil toplum kuruluşlarının gerçekleştirmiş olduğu çalışmalar yer almaktadır. Sivil toplum kuruluşu yöneticilerinin ifadelerine göre kuruluşlar yapmış oldukları projeler aracılığıyla istihdam sağlama, kadınların sosyal faaliyetlere katılımının teşvik edilmesi ve evde bakım hizmetleri gibi uygulamaları tercih ettiği görülmektedir. Her ne kadar Uzundere'de çok fazla ekolojik sorun olmasa da sivil toplum kuruluşlarının ekolojik önlemler konusunda herhangi bir faaliyetlerinin de olmadığı, katılımcıların ifadelerinden anlaşılmaktadır.

“Toplumsal/çevresel sorunların çözümünde turizmin etkili olması nasıl sağlanabilir? Geleceğe yönelik bir planınız var mı?” sorusuna verilen yanıtlara dayalı olarak üç kategori oluşturulmuştur. Katılımcıların bir kısmı geleceğe yönelik herhangi bir planlarının olmadığını belirtirken; geleceğe yönelik planı olanların ifadeleri ise bireysel ve kurumsal olarak iki kategoride değerlendirilmiştir.



Şekil 3.10. Geleceğe Yönelik Planlar

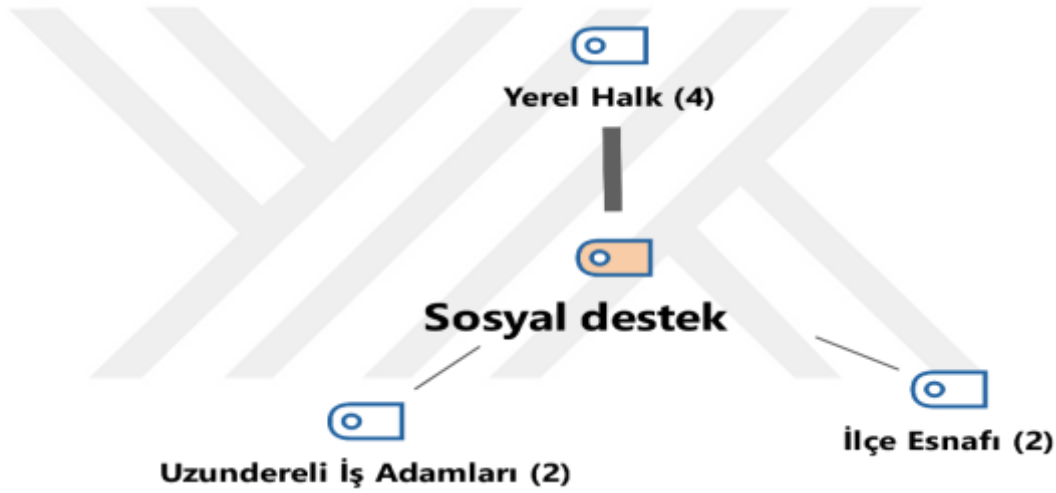
Katılımcılar Uzundere ilçesi özelinde geleceğe yönelik bireysel planlarını çocukların eğitimine, hayvancılık faaliyetlerine ve yerleşik nüfusun artırılmasına yönelik planlar olarak ifade etmişlerdir. Kurum aracılığıyla yapılması planlanan faaliyetleri ise yaşlı bakım evi, uluslararası turizm ilişkilerine, sivil toplum kuruluşlarının iyileştirilmesine ve dini ve milli günlere yönelik planlar olarak belirtmişlerdir. Bu durumu K3;

“Benim kişisel olarak Uzundere için çok fazla hayalim oluyor. Kış turizmine gelen tüm konukların 120 günlük kış döneminin kar fırtınası gibi ekstrem durumlarda tesislerin çalışmadığı, kayak yapılamadığı zamanlarda bir taşıma şirketi aracılığıyla Uzundere’ye götürülerek oradaki turizm hizmetlerinden faydalanması sağlanabilir. Konuk, fırtınadan dolayı kayak yapamadığı günde Uzundere’de tekne gezisi yaptığında güzel bir imaj oluşması da sağlanabilir. Dini ve milli günlerimiz de bu aşamada değerlendirilebilir. Pasinler Savaşı, Erzurum Kongresi gibi bu coğrafya için önemli olan milli günlerde her yıl farklı bir ilçede etkinlik düzenlenebilir. Bir şekilde turizm potansiyeli taşıyan ilçelerin gündeme taşınması, göze görünmesi için bu milli günler değerlendirilebilir.” şeklinde ifade etmiştir.

Geleceğe yönelik plan temasında katılımcıların bir kısmı geleceğe yönelik herhangi bir planı olmadığını belirtmiştir. K12 bu durumu;

“Öyle bir şey hiç düşünmedik. Ziyaretin yoğun olduğu bölgedeki insanlar o işlere giriştiği için benim çok fazla planım ve fikrim olmuyor. Ayrıca ilçemizde gönüllülük kültürü çok fazla yerleşmemiş. Mevcut esnaflar da az sayıda olduğu için gönüllü faaliyetlere çok fazla geri dönüş alabileceğimizi düşünmediğimiz için bu konularda ön ayak olamıyoruz.” şeklinde ifade etmiştir.

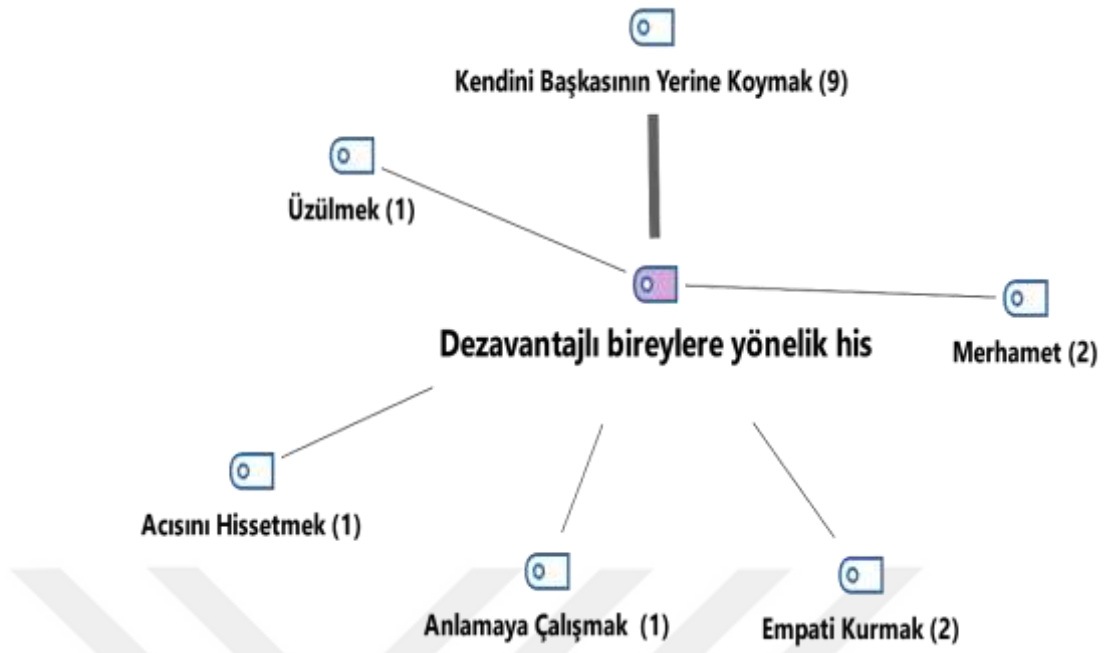
Katılımcılara yöneltilen “Toplumsal sorunları çözmeye yönelik bir girişim başlatmayı düşünürseniz kimlerden, ne düzeyde destek alırsınız?” sorusuna verilen yanıtlara ilişkin üç alt kod oluşturulmuştur.



Şekil 3.11. Algılanan Sosyal Desteğe Yönelik Kategoriler

Uzundere’de gerçekleştirilen herhangi bir faaliyette yerel halk, ilçe esnafı ve Uzundereli iş insanlarından destek alındığını ifade etmekle birlikte katılımcılar gelecekte gerçekleştirilecek faaliyetlerde de maddi ve manevi açıdan aynı gruplardan destek alabileceklerini ifade etmişlerdir.

“Kendinizi dezavantajlı insanların (yoksullar, engelliler, kadınlar, işsizler gibi) yerine koyduğunuzda nasıl hissedersiniz?” sorusuna ilişkin olarak katılımcıların hislerini tarif ederken kullandıkları ifadeler altı kategoride toplanmıştır.

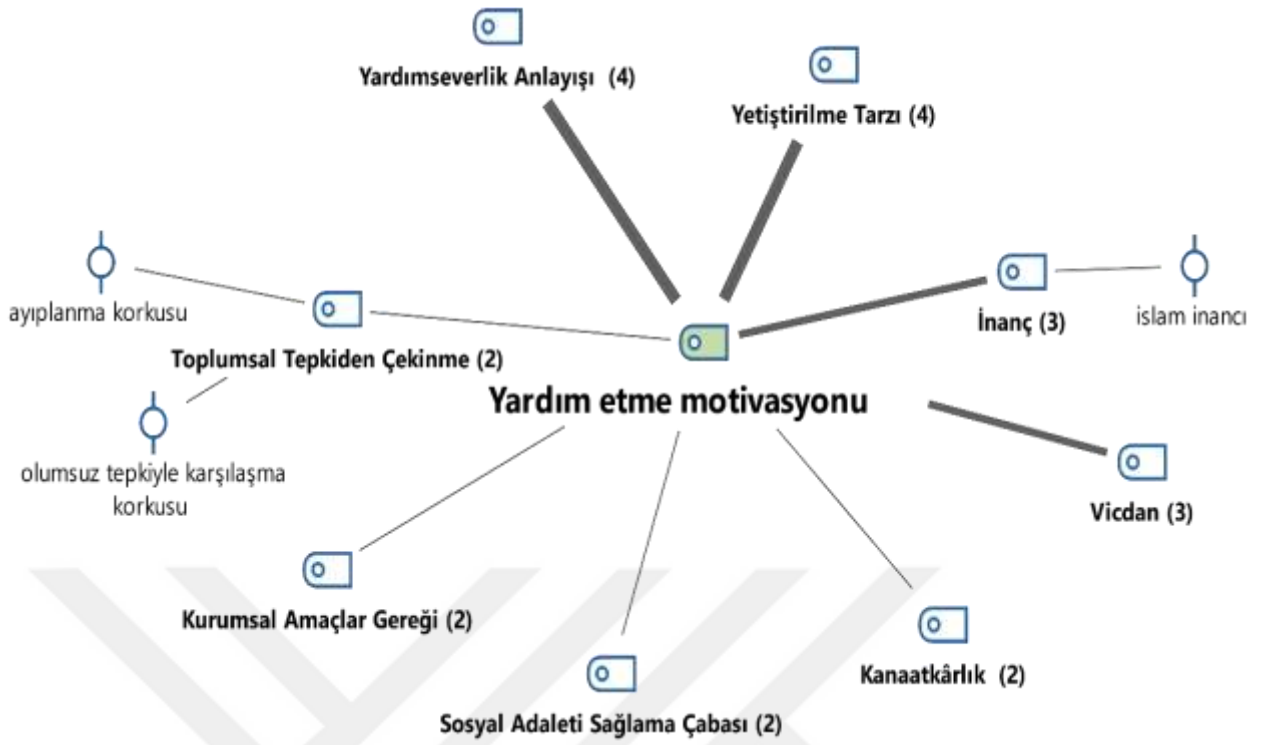


Şekil 3.12. Dezavantajlı Bireylere Yönelik His

Katılımcıların en fazla kullandıkları ifade “kendini başkasının yerine koymak” iken bazı katılımcılar da merhamet, empati kurmak, anlamaya çalışmak, acısını hissetmek ve üzölmek ifadelerine yer vermiştir. Bunun yanı sıra pek çok katılımcı Uzundere’de dezavantajlı birey sayısının çok fazla olmadığını belirtmiştir. K6 bu durumu şu şekilde ifade etmiştir:

“Uzundere’de kimsesiz, yoksul, hiçbir sosyal güvencesi olmayan çok az insan var. Talepleri doğrultusunda yardım ediyoruz. Sosyal hizmet projesi kapsamında düşkünlere yönelik evde bakım, ev temizliği gibi hizmetleri sağlıyoruz. Birkaç tane down sendromlu birey var, onlara da ailesi yetiyor. İhtiyacı giderilemeyecek düzeyde olanlar da il merkezine yönlendiriliyor.”

“Sizi sosyal açıdan dezavantajlı gruplara/bireylere katkı sağlamaya yönelten bireysel/toplumsal motivasyonlarınız nelerdir?” sorusuna katılımcıların vermiş oldukları yanıtlara bağlı olarak sekiz kategori oluşturulmuştur.



Şekil 3.13. Dezavantajlı Bireylere Yardım Etme Motivasyonu Sağlayan Sebepler

Yardım etme motivasyonu temasında katılımcılar en fazla yardımseverlik anlayışı, yetiştirilme tarzı ve inanç konularına değinmişlerdir. K1 bu durumu;

K1: “Müslüman ve Türk adet, gelenek ve görenekleriyle yetişmiş bir insan aslında paylaşmayı, yardımlaşmayı bilir. Bu hassasiyetimizi Hz Muhammed’in öğütlerinden komşusu açken tok yatan bizden değildir sözünden tutun da Türk kültür örf ve adetlerinden Dede Korkut’tan, komşunun komşuya mirasçı olacağını düşündüren o söze kadar yardımlaşma öğütlenir” şeklinde ifade etmektedir. Bunların yanı sıra katılımcılar vicdan, kanaatkârlık, sosyal adaleti sağlama isteği gibi durumların da onları motive ettiğini düşünmektedir. Katılımcıların ifade ettiği bir diğer husus da yardım motivasyonundan ziyade kurumsal amaçlar gerçekleştirme isteği taşıdıklarıdır. Verilen yanıtlar içerisinde toplum içerisinde ayıplanma korkusu taşımanın ve olumsuz tepkiyle karşılaşma korkusunun da katılımcıları yardım etmeye yönelten faktörler olduğu görülmektedir.

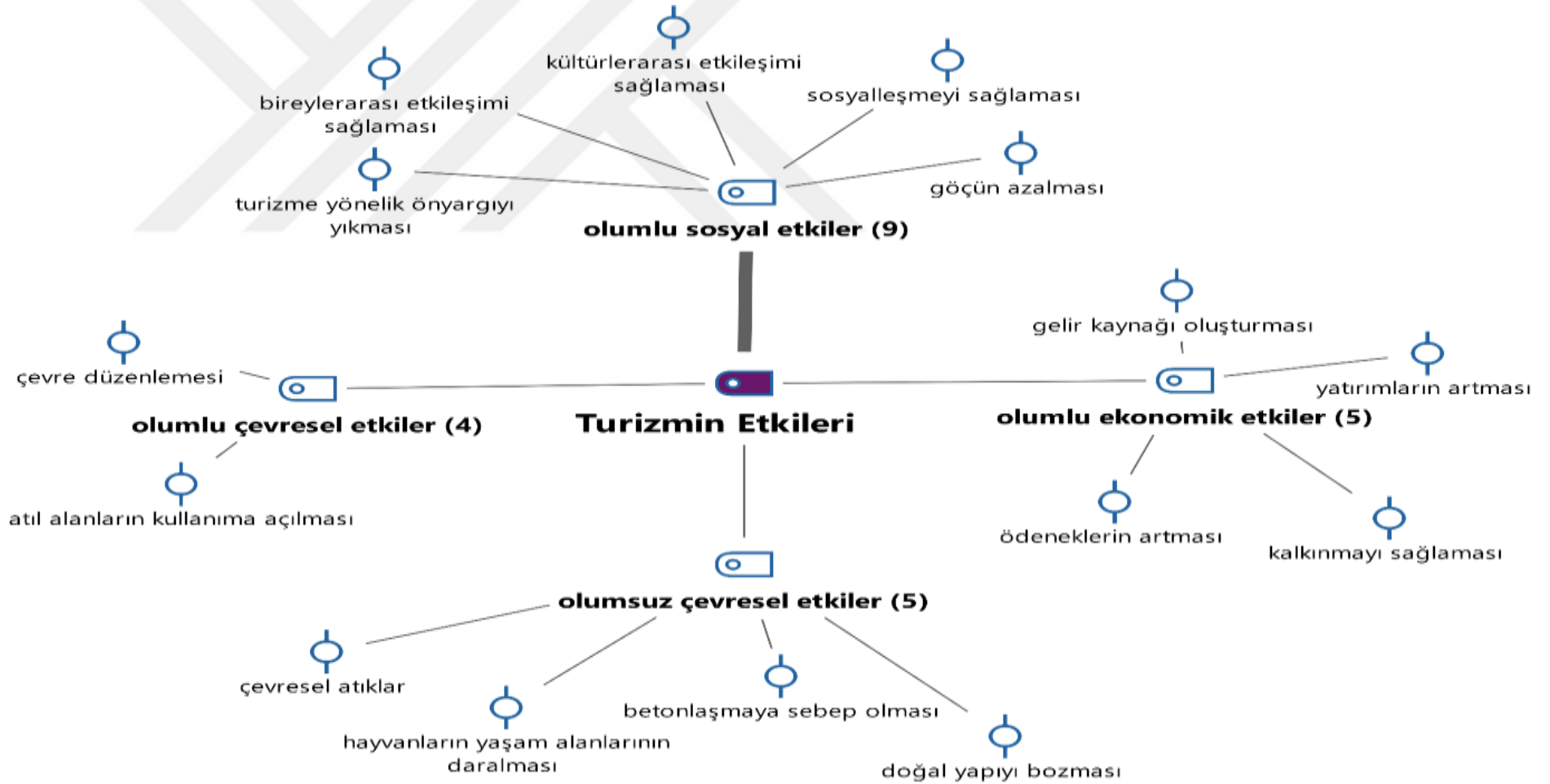
3.2.2. Katılımcıların Turizmin Etkileri ve Sürdürülebilir Turizme Yönelik Algıları

Yarı yapılandırılmış görüşme sorularının ikinci kısmını sürdürülebilir turizm tutumuna yönelik sorular oluşturmaktadır. Bu doğrultuda sürdürülebilir turizm tutumuna yönelik düşünce ve algılarını belirleme amaçlı sorulara geçilmeden önce, katılımcılara “Turizmin yerel halk/bölge üzerinde etkileri nasıl ortaya çıkmaktadır?” sorusu yöneltilmiştir. Katılımcılar turizmin etkilerini sosyal, ekonomik ve çevresel açıdan olumlu yönleriyle değerlendirmektedir. Turizmin olumsuz etkileri ise katılımcılar tarafından sadece çevresel açıdan algılanmaktadır. Bunun yanı sıra bazı katılımcılar konuşmanın ilerleyen seyrinde turizmin olumlu ya da olumsuz etkilerine yönelik ifadeler kullanmasına rağmen soruyla ilk karşılaştığında turizmin henüz bölge üzerinde herhangi bir etkisinin olmadığı yönünde algı taşıdığını ifade etmiştir.

Katılımcılar, ilçenin taşıdığı turizm potansiyeli ve yavaş şehir olmasının yerel ödenekler konusunda avantajlı konuma gelmesi, yeni yatırımların yapılması, ekonomik kalkınmaya katkıda bulunması gibi konulara değinerek turizmin ekonomik açıdan olumlu etkilerini dile getirmişlerdir. K6 bu durumu;

K6: “Turizm demek kalkınma demektir. Bir bölgede turizm varsa o bölge ekonomik, sosyal, kültürel, çevresel vb bütün yönlerden kalkınıyor demektir. Bölgemizde turizmin artmasıyla çevremizdeki bütün insanlar da bundan faydalanıyor, bunun farkına varıyor ve turizmin gelişimi için bütün çabayı sarf ediyorlar” şeklinde ifade etmektedir.

Turizmin sosyal etkileri ziyaretçilerle yerel halk arasındaki etkileşimler sonucu oluşan dostluklar, bu etkileşimlerin turizme yönelik önyargıları yıkmadaki etkisi, artan turizm faaliyetleriyle birlikte yerel halkın da sosyalleşebilmesi olarak algılanmaktadır. K2 bu durumu;



Şekil 3.14. Turizmin Etkileri

K2: Şelale ve gölden dolayı ilçemiz uzun yıllardır, belki 70'li 80'li yıllardan beri çok ciddi yabancı turistin geldiği, gördüğü bir yer. Bu yüzden vatandaşımız zamanla turiste alışmış. Yani bir etkileşim meydana gelmiş, değişik dostluklar kurulmuş. İlk etapta mesela bir turizm tesisi açılacağı zaman bundan 25 yıl öncesinde o bölgedeki köylüler istememiş, açan kişiye engel olmuş, yabancılar gelmesin demiş. Ama şu anda bulunduğumuz nokta Uzundere'nin daha çok turist alan bir destinasyon olmasını sağlamıştır. Böyle bir dönüşüm de var.” şeklinde ifade etmektedir.

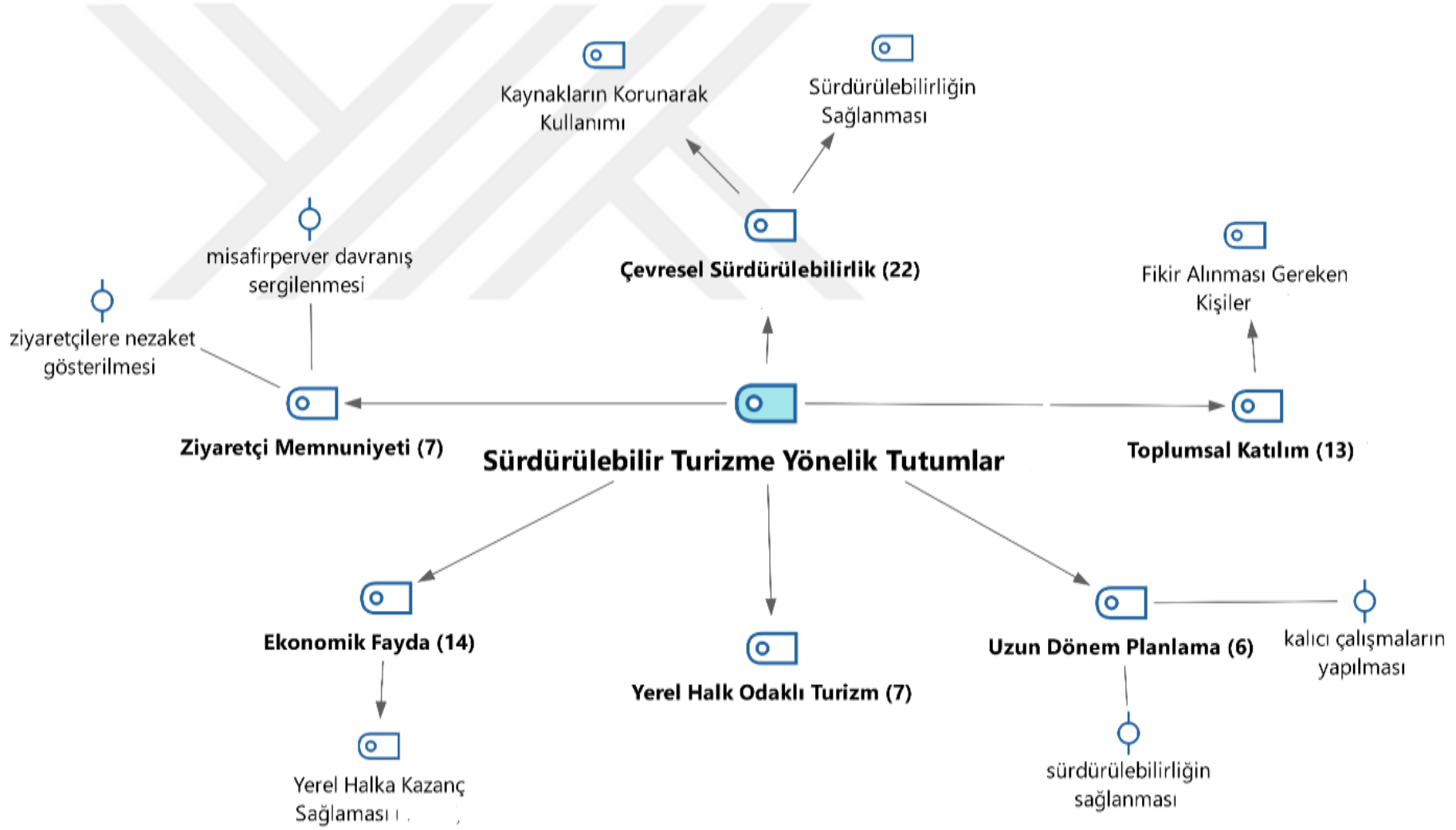
İlçe merkezindeki işletmelerin tek tip fiziksel yapıya dönüştürülmeleri, ziyaretçilerin ihtiyaçları doğrultusunda yapılan tesislerin, kullanılmayan alanların turizmle birlikte kullanılmaya başlaması gibi ifadeler katılımcıların turizmin çevresel açıdan olumlu etkilerine yönelik algı ve düşüncelerini oluşturmaktadır. Ayrıca turizmin olumlu sosyal, ekonomik ve çevresel etkilerinin bazı katılımcılar tarafından bir arada ifade edildiği fark edilmiştir. K12, bu durumu;

“Ekonomik katkılarının yanı sıra turizm sayesinde insanlarımız farklı insan tipleriyle karşılaşmıştır ve onlardan etkilenmiştir hem yaşam tarzı hem fikirleri hem düşünceleri hem de kültürel olarak. Kurulan etkileşimlerin farklı görüşteki insanların da neler yaptığı nasıl davrandığı konusunda faydaları olmuştur. Çevresel açıdan da kullanılmayan alanlar turizme kazandırılarak daha iyi konuma getirilmiştir.” şeklinde ifade etmektedir.

İlçe merkezine yakın mesire alanlarındaki çevresel atıklar, hayvanların yaşam alanlarının daraltılması, özellikle Tortum Şelalesi etrafındaki çalışmalarla doğal yapının bozuluyor olması katılımcıların turizmin olumsuz çevresel etkilerine yönelik düşüncelerini oluşturmaktadır. K9, bu durumu;

“Uzundere'nin merkezindeki kullanılabilir alanları yok ediliyor. Ekilip ağaç dikilebilen yerler binaya dönüştürülüyor. Örneğin Mardin'de yerleşme yeri dağın yamacında, ova kısmı ise ekilip biçiliyor. Biz yok ediyoruz. Karşı taraflarda o kadar boş arazi var ki, teknoloji o kadar gelişti, oranın düzleştirilip yerleşim yeri olarak kullanılıp diğer kısımlar yeşil alan olarak kalmalı”. şeklinde ifade etmektedir.

Katılımcıların turizmin sürdürülebilirliğine yönelik tutumlarının belirlenmesi için yöneltilen “Turizmin etkileri yerel halkın gelen ziyaretçilere yönelik tutumlarını nasıl yönlendirir?” sorusu ve konuşmanın seyri doğrultusunda yöneltilen alt sorulara verilen yanıtlar doğrultusunda altı farklı kategori oluşturulmuştur. Çevresel sürdürülebilirlik en fazla yanıt içeren kategoriyi oluştururken en az yanıt oranı uzun dönem planlama kategorisinde olmuştur.



Şekil 3.15. Sürdürülebilir Turizme Yönelik Tutuma İlişkin Oluşturulan Kategoriler

Katılımcılar sürdürülebilir turizme yönelik olarak en fazla kaynakların korunarak kullanımını ve sürdürülebilirliğin sağlanmasının gerekliliğinin altını çizmişlerdir. Kaynakların korunarak kullanımını kodu oluşturulurken yapı yoğunluğunun artmaması, korumaya yönelik faaliyetler (restorasyon gibi), ağaçlandırma çalışmalarının yapılması ve kirliliğin önlenmesine yönelik faaliyetler alt kodları kullanılmıştır.

İkinci en fazla yanıt alınan toplumsal katılım kategorisinde ise katılımcılar turizm kararları alınırken yerel halkın ve alanda uzman kişilerin (sosyolog, turizm akademisyeni gibi) görüşlerine başvurulması gerektiğini vurgulamışlardır.

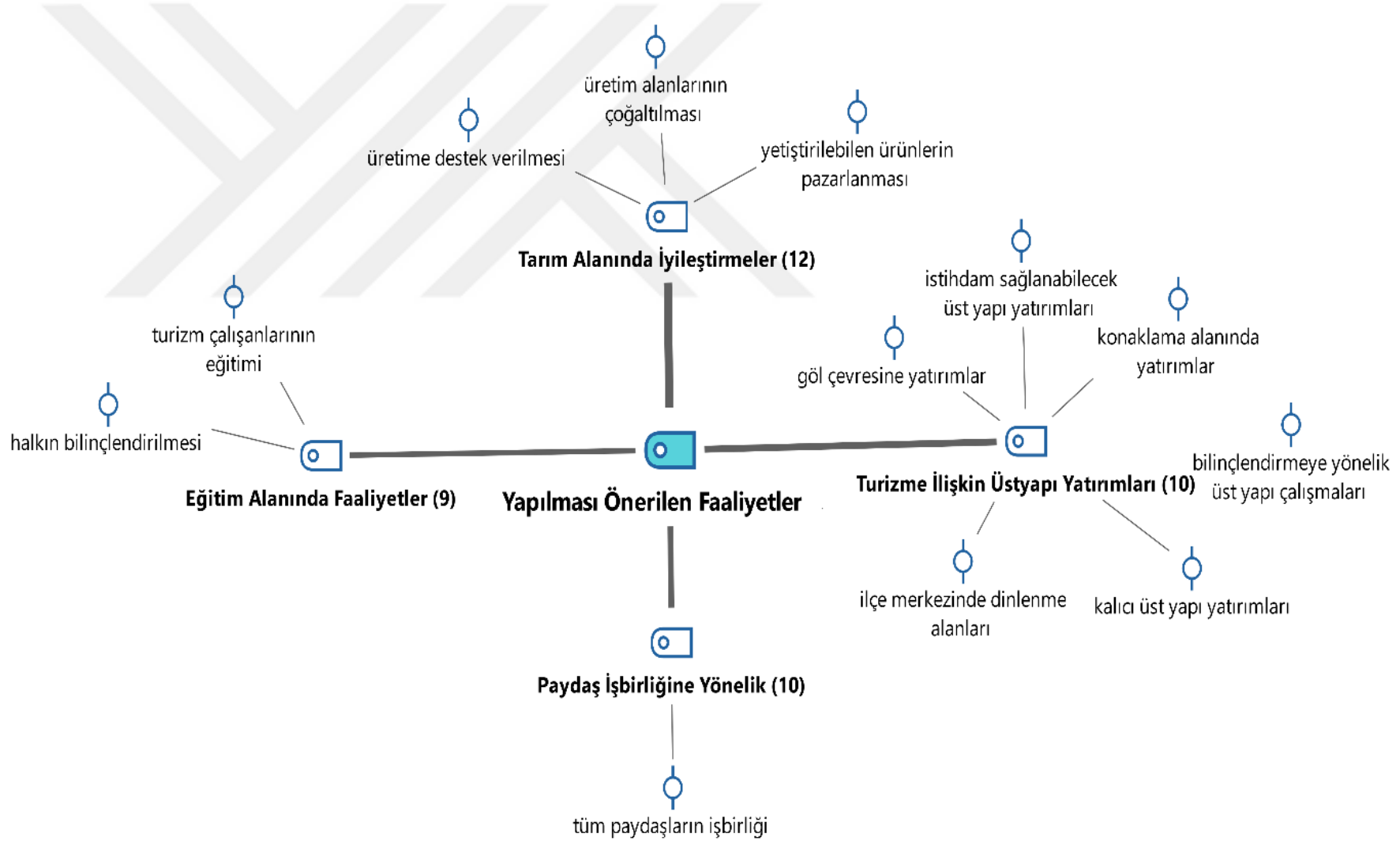
Katılımcıların turizmin ekonomik açıdan yerel ürünler için pazar oluşturması ve yerel halka kazanç sağlaması gerektiğine yönelik tutum ve görüşleri ekonomik fayda kategorisini oluşturmuştur. K1 bu durumu;

“Uzundere’de artan ziyaretçilerle birlikte bir yerleşim yerinde bir köylü teyzemiz bir kilo domates satsa birisi üzümünü elmasını incirini satsa, esnafımız bir suyunu satsa ilçe ekonomisine ciddi bir katkısı olacak.” şeklinde ifade etmiştir.

“Toplumsal/çevresel/ekonomik sorunların çözümünde turizmin etkili olması nasıl sağlanabilir?” sorusuna verilen yanıtlar doğrultusunda en fazla yanıt alınma durumuna göre tarım alanında iyileştirmeler, turizme ilişkin üstyapı yatırımları, paydaş işbirliğine yönelik fikirler, eğitim alanındaki öneriler, tanıtım, alternatif turizm türlerinin değerlendirilmesi ve sosyal faaliyetler olmak üzere yedi kategori oluşturulmuştur.

Tarım alanında iyileştirmeler kategorisinde katılımcılar Uzundere’de yetiştirilebilen ürünlerin üretim alanlarının çoğaltılması (sebze-meyve üretimi), üretime destek verilmesi ve ürünlerin pazarlanması gibi konulara değinmişlerdir. Tarım alanında iyileştirmelerin yanı sıra üretim konusunda farklı alanlarda önerilerde bulunan K5 bu durumu;

“Ayrıca ürün çeşitlendirilmesi lazım. Unutulmaya yüz tutmuş el sanatları ile ilgili çalışmalar genişletilmeli. Sapaca köyünde bu işlemleri bilen 2 ustadan biri hayatta. Sandık, baston, sofrta, rahle ahşap işlemeciliği ürünlerinin yapılması ve bunları yapacak kişilerinin eğitilmesi lazım. Mahalle mahalle köy köy bu alanlarda çeşitlendirme yapılmalı ve ön plana çıkarılmalı. Her mahallenin kendine has özelliği var, yetenekli insanları var. Bunların değerlendirilmesi lazım.” şeklinde ifade etmiştir.



Şekil 3.16. Uzundere’de Yapılması Önerilen Faaliyetler

Turizme ilişkin üst yapı yatırımları kategorisinde katılımcılar çoğunlukla yerel halkın istihdam edilebileceği yatırımların yapılmasının gerekliliğine değinmişlerdir. Ayrıca ilçe merkezinde konaklama ve dinlenme alanlarına yönelik yatırımların yapılmasının ve turizm alanında yapılan yatırımların sürdürülebilir yatırımlar olmasının önemli olduğu bazı katılımcılar tarafından vurgulanmıştır.

Katılımcıların eğitim alanında özellikle değindikleri konu turizm işletmecileri ve çalışanlarının eğitimi olmuştur. K6 bu durumu;

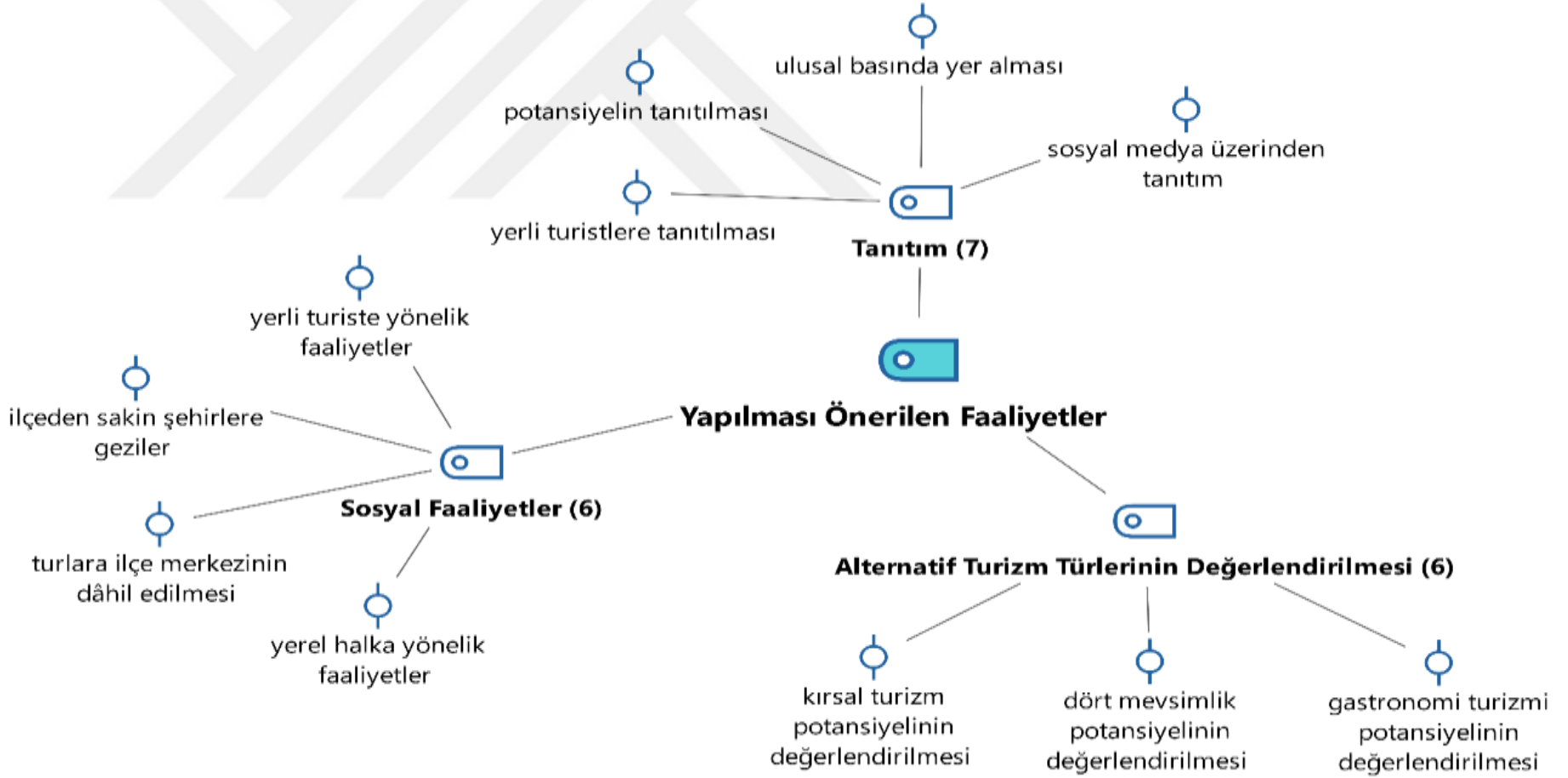
“Turizm çalışanları çok kaba. Geçtiğimiz yıllarda bazı ünlüleri ağırladık ilçemizde, hizmeti iyi yapmadıkları için mahcup olduk. Turizm çalışanlarının eğitilmeleri lazım. İşletmecilerin de kendilerini geliştirmesi lazım.” şeklinde ifade etmiştir.

Yapılması önerilen faaliyetler temasında yer alan kategorilerden bir diğeri ilçenin turizm potansiyelinin hem yerli hem yabancı turistlere ulusal basın ve sosyal medya aracılığıyla tanıtımına yöneliktir. İlçedeki turizm potansiyelinin alternatif turizm türlerine elverişli olmasına bağlı olarak katılımcılar özellikle gastronomi turizmi ve kırsal turizm potansiyelinin değerlendirilmesini konusunda fikirlerini belirtmişleridir. Bu konuda K3 nolu katılımcının görüşleri şu şekildedir;

“Uzundere 12 ay kullanılabilir potansiyele sahip. 1 metre karın olduğu yerden ılıman bir iklimin olduğu bir yere geçiş yapabileceğimiz özel bir iklime sahip; bunu dünyada çok az yerde görebiliriz. Yavaş şehir olması, doğayı dinleyebileceğiniz bir yer olması, güvenlik, temizlik vs. 12 aylık bir potansiyele ve çeşitliliğe sahip. Bunu bilerek yola çıkmak ve yatırım ve projeleri buna göre planlamak gerekli.”

Sosyal faaliyetler kategorisinde katılımcılar yerli turiste ve ilçede ikamet eden yerel halka yönelik sosyal faaliyetler düzenlenmesi gerekliliğinin yanı sıra, ilçe merkezinin de tur güzergâhlarına eklenmesinin önemine dikkat çekmişlerdir. Sosyal faaliyetler hususundaki görüşlerini K3 şu şekilde ifade etmiştir;

“Gaziantep’te Şahinbey Belediyesi yılda yüzlerce vatandaşını, tamamen kendi gönüllü çabasıyla Çanakkale’ye götürüyor. Gaziantep örneğinde olduğu gibi sosyal projelerle milli eğitim, gençlik ve spor müdürlükleri, valilik ve kaymakamlıklar ölçeğinde Uzundere’ye il merkezinden insanlar götürülebilir. Milli eğitim her bir taşıma şirketine ayda bir kez şu kadar öğrenciyi Uzundere’ye götüreceksin derse kim karşı çıkabilir. Bu sayede birileri de istihdam edilebilir, geriden gelen gençler de motive olabilir.”



Şekil 3.16'nın devamı Uzundere'de Yapılması Önerilen Faaliyetler

SONUÇ VE ÖNERİLER

Sosyal girişimcilik deneyimi, sosyal girişim davranış öncülleri, sosyal girişimcilik eğilimi ve sürdürülebilir turizm tutumu arasındaki ilişkinin araştırıldığı bu çalışmanın, turizm alanında sosyal girişimcilik alanyazınına hem teorik hem yöntemsel olarak katkı sunacağı düşünülmektedir. Sıralı açıklayıcı karma yöntemle yürütülmüş bu çalışmada nicel sonuçlar, nitel sonuçlar, bütünleştirilmiş sonuçlar öneriler ile araştırmanın alanyazına katkılarına bu kısımda değinilmiştir.

Nicel Sonuçlar

Uluslararası alanyazında, özellikle son birkaç yıldır turizm alanında sosyal girişimcilik çalışmalarının (Ergül ve Johnson, 2011; Kimbu ve Ngoasong, 2016; Laeis ve Lemke, 2016; Mottiar, 2016; Sigala, 2016; Wang vd., 2016; Yeh vd., 2016; De Lange ve Dodds, 2017; Aquino vd., 2018; Zeng, 2018) artış göstermesine rağmen ulusal alanyazında sınırlı sayıda çalışma olduğu görülmektedir (Akbaba vd., 2017; Çiftçi, 2017; Günlü, 2015; Işık ve Aydın, 2017; Kılıç vd., 2018; Kulakoğlu Dilek ve Dilek, 2018). Uluslararası alanyazında turizm alanındaki sosyal girişimcilik çalışmalarına giderek artan bir ilginin olması ulusal alanyazında benzer çalışmalardaki eksikliğin giderilmesi gerekliliğini ortaya çıkarmaktadır. Diğer taraftan gerek ulusal gerek uluslararası alanyazında mevcut çalışmaların, yeni çalışmalarla kapsamının genişletilerek desteklenmesi gerekmektedir.

Sosyal girişimciliğe ilişkin çalışmalarda çoğunlukla nitel yöntemin tercih edilmesi, sürdürülebilir turizm tutumuna yönelik çalışmaların çoğunlukla tek değişkenli yapılması ve ölçek geçerliliğine ilişkin nitelikte olması bu çalışmada yöntem açısından bir farklılık oluşturulmasında etkili olmuştur. Bununla birlikte sürdürülebilir turizmin sağlanmasında sosyal girişimciliğin etki ve öneminin vurgulandığı çalışmalar olmasına rağmen söz konusu iki değişkenin bir arada ele alındığı nicel yöntemli araştırmaların olmaması bu çalışmanın çıkış noktasında nicel yöntemin tercih edilmesini; alanyazında yöntem açısından genişletilmiş çalışmalara duyulan ihtiyaç ise karma araştırma yöntemlerinden sıralı açıklayıcı araştırma deseninin kullanılması kararının alınmasını sağlamıştır. Bu bakımdan bu araştırmanın alanyazına katkı sağlayacağı ve turizmde sosyal girişimciliğin keşfini ilerleteceği düşünülmektedir.

İki aşamadan oluşan araştırmanın nicel kısmında öncelikle demografik ve istihdam değişkenlerine ilişkin tanımlayıcı analizler, araştırmada kullanılan ölçeklere ilişkin madde analizleri ve açıklayıcı faktör analizleri yapılmıştır. Araştırma kapsamında oluşturulan araştırma sorularından olan “Araştırmanın örneklemini oluşturan Uzundere sakinleri ile yerel yönetim ve sivil toplum kuruluşu yöneticilerinin sosyal girişimcilik deneyimleri ne düzeydedir?”, “Araştırmanın örneklemini oluşturan Uzundere sakinleri ile yerel yönetim ve sivil toplum kuruluşu yöneticilerinin sosyal girişimcilik eğilimleri ne düzeydedir?”, “Araştırmanın örneklemini oluşturan Uzundere sakinleri ile yerel yönetim ve sivil toplum kuruluşu yöneticilerinin sosyal girişimcilik davranış öncüllerine ilişkin (empati, ahlaki yükümlülük, özyeterlik, algılanan sosyal destek) algıları ne düzeydedir?” ve “Araştırmanın örneklemini oluşturan Uzundere sakinleri ile yerel yönetim ve sivil toplum kuruluşu yöneticilerinin sürdürülebilir turizm tutumları ne düzeydedir?” sorularına yanıt aramak için çalışmada kullanılan ölçeklerin aritmetik ortalamalarına bakılmıştır. Bu bağlamda elde edilen bulgular ışığında, Uzundere sakinlerinin empati, ahlaki yükümlülük, sosyal destek ve özyeterlik algılarının yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Sosyal girişimcilik deneyimine ilişkin aritmetik ortalama bulguları ise Uzundere sakinlerinin çoğunlukla sosyal organizasyonlarda gönüllü olarak yer almalarına rağmen sosyal organizasyonlarla ilgili bilgi ve deneyime sahip olmadıklarını göstermektedir. Sosyal girişimcilik eğilimi açısından ise katılımcıların çoğunluğunun gelecekte bir gün sosyal sorunları çözmeye ilişkin bir girişime dâhil olma düşüncesine sahip olmalarına rağmen bireysel olarak bir sosyal girişim başlatma düşüncesine olmadıkları tespit edilmiştir.

Algılan turizm etkileri ölçeğine ilişkin araştırma bulgularıyla katılımcıların çevresel sürdürülebilirlik ve ekonomik fayda algılarının yüksek olduğu tespit edilirken turizmi sosyal açıdan maliyetli algılamadıkları tespit edilmiştir. Diğer taraftan beklenen turizm sürdürülebilirliği ölçeğine ilişkin bulgularda ise katılımcıların uzun dönem planlama, ziyaretçi memnuniyeti sağlama, toplum merkezli ekonomi ve toplum katılımını maksimize etme açısından yüksek algıya sahip oldukları saptanmıştır.

Nicel aşamada ikinci olarak değişkenler arasındaki ilişki ve etki yolları test edilmiş, bu ilişki ve etkiler açıklanmaya çalışılırken Planlı Davranış Teorisi’nden faydalanılmıştır.

Yapılan hipotez testleri araştırma değişkenleri arasındaki ilişkilerin desteklendiğini göstermektedir. Elde edilen bulgular algılanan turizm etkileri ve beklenen turizm sürdürülebilirliği ile sosyal girişimcilik davranış öncülleri arasında pozitif yönde anlamlı bir ilişki olduğu yönündedir. Sosyal girişimcilik davranış öncülleri ve sürdürülebilir turizm tutumu özelinde çalışma olmasa da bu çalışmada elde edilen bulgu sosyal girişimcilik ve sürdürülebilir turizm arasındaki ilişkinin incelendiği çalışmaları (Laeis ve Lemke, 2016; Zeng, 2018; Sigala, 2016) destekler niteliktedir.

İlgili alanyazında sosyal girişimcilik davranış öncülleri ile sosyal girişimcilik eğilimi arasındaki ilişki çoğunlukla empati, ahlaki yükümlülük, özyeterlik ve algılanan sosyal destek kavramları özelinde ele alınmıştır. Empati, sosyal girişimcilik niyetlerinin sezgisel bir öngörücüsü olarak (Çiftçi, 2017; Dees, 2012; Kümbül Güler, 2010; London, 2010); ahlaki yükümlülük, sosyal girişimcilik açısından hem belirleyici (Hemingway, 2005; Hwee Nga ve Shamuganathan, 2010) hem de topluma yönelik eylemleri gerçekleştirmede etkili bir kavram olarak (Comunian ve Gielen, 1995, Çiftçi, 2017) değerlendirilmektedir. Benzer şekilde algılanan sosyal destek (Çiftçi, 2017; İrengün ve Arıboğa, 2015; Mair ve Noboa, 2006; Thompson, Alvy ve Lees, 2000) ve özyeterlik sosyal girişimciliği açıklamada önemli kavramlar olarak ele alınmaktadır (Shane ve Venkataraman, 2000). Bu dört kavram bu çalışma kapsamında bir arada ele alınmış olsa da araştırma bulgularının alanyazındaki benzer çalışmaları destekler nitelikte olduğu söylenebilir.

Nicel bulgularda elde edilen sonuçlardan bir diğeri de sosyal girişimcilik deneyiminin sosyal girişimcilik eğilimi üzerinde anlamlı ve pozitif yönde etkisi olduğu yönündedir. Bireylerin finansman yeterliliğinin yanı sıra (Salamzadeh vd., 2013) onlara yeni fırsatlar tanınmasında (Mair ve Noboa, 2006) ve taşıdıkları aşinalıkla birlikte sosyal sorunların çözümüne diğer insanlara nazaran daha fazla odaklanmalarında geçmiş deneyimlerinin olumlu yönde etkisi bulunmaktadır (Hwee Nga, Shamuganathan; 2010; Hockerts, 2017). Diğer taraftan yine sosyal girişimcilik deneyiminin sosyal girişimcilik davranış öncülleri üzerinde anlamlı ve pozitif yönde bir etkisi olması yönündeki bulgu alanyazındaki çalışmalarla örtüşmektedir (Hockerts, 2017). Araştırma hipotezlerinde yer alan sosyal girişimcilik deneyiminin sosyal girişimcilik eğilimi üzerindeki etkisinde algılanan turizm etkileri ve beklenen turizm sürdürülebilirliğinin aracılık rolüne ilişkin ilgili alanyazında herhangi bir çalışmaya rastlanmamıştır.

Nitel Sonuçlar

Araştırmanın nitel aşamasında elde edilen bulgular iki temel başlık altında ele alınmıştır. Bu kapsamda görüşmelerin ilk kısmında katılımcıların Uzundere’de gözlemediği sorunlara ilişkin sorulara verilen yanıtlarda katılımcıların ilçede çoğunlukla sosyal sorunlar algıladığı, bu sorunların da çoğunlukla paydaş işbirliğindeki eksikliklere yönelik sorunlar (üniversite-toplum işbirliği, merkezi yönetim-yerel yönetim-sivil toplum kuruluşu işbirliği, turizm akademisyenleri-turizm personeli işbirliği) olduğu ortaya çıkmıştır. Paydaş işbirliği, destinasyonların turizme ilişkin amaçlarına ulaşmasında, turizm plan ve politikalarının oluşturulmasında ve sürdürülebilir bir gelişim sağlanmasında büyük öneme sahiptir. Farklı ağlarda yer alan turizm paydaşları arasında kurulan işbirliğiyle katılımcı bir yaklaşımın oluşması daha mümkün hâle gelebilmektedir (Timur ve Getz, 2008).

Yerel halk ile turizm işletmecileri ve alışanlarında turizme yönelik farkındalık eksikliği, işsizliğe bağlı olarak gerçekleşen göçler, yerel halka, yerli turiste ve kadınlara yönelik sosyal ve kültürel faaliyetlerin eksikliği; toplumsal meselelere ve gönüllü faaliyetlere yönelik ilgi eksikliği, yerel halkta turizme yönelik ilgi eksikliği gibi konular katılımcıların sosyal sorun olarak algıladığı ve gözlemediği diğer sosyal sorunlardır.

Uzundere’de gözlemedikleri sosyal sorunların çözümüne yönelik faaliyetlerine ilişkin katılımcıların yanıtları gözden geçirildiğinde kamu kurumlarının sosyal sorun olarak algıladığı toplumsal farkındalık eksikliği konusunda farkındalık oluşurmaya yönelik faaliyet ve çalışmalar yürüttüğu; fakat sosyal sorun olarak algıladığı diğer konularda herhangi bir çalışma yürütmediği fark edilmektedir. Sosyal sorunların çözümüne yönelik faaliyetlere ilişkin sivil toplum kuruluşlarının ise kadınların sosyal faaliyetlere katılımının teşvik edilmesi ve ihtiyaç sahiplerine yönelik birtakım hizmetler (evde bakım hizmetleri gibi) yürüttükleri belirlenmiştir. Sosyal sorunlar bağlamında elde edilen sonuçlara ilişkin olarak katılımcıların algılarında yer alan sosyal sorunların çeşitliliğine rağmen ifade ettikleri sorunların çözümüne yönelik yeterince çalışma ve faaliyet yürütmedikleri söylenebilir.

Uzundere’de gözlemlenen sorunlar temasında ikinci kategoriye ekolojik sorunlar oluşurmaktadır. Katılımcılar mesire alanı gibi ziyarete açık alanlarda çevreye çöp atılması; yeni düzenlemelerde doğal yapının tahrip edilmesi; yeni yatırımlarla birlikte

betonlaşmanın artması, ekilebilir alanlarda yapılaşmaların olması gibi konuları ekolojik sorunlar olarak algılanmaktadır. Sorunların çözümüne yönelik bulgulardan ise kamu kurumlarının çoğunlukla ağaçlandırma çalışmaları ve yeni düzenlemelerde doğal yapının korunmasına özen gösterdiği; sivil toplum kuruluşlarının ise ekolojik çevreye yönelik herhangi bir faaliyet ya da çalışma yapmadığı anlaşılmaktadır.

Ekonomik sorunlar temasında katılımcıların en çok ifade ettiği konular yatırımların yetersizliği, kalıcı olmaması ve planlanmasındaki eksikliklerdir. Yerel ürünlerin üretilmesi, çeşitlendirilmesi ve pazarlanmasındaki sorunlar; işsizlik; turizmden yeterince gelir elde edilememesi ve ödenek yetersizliği katılımcıların ekonomik olarak algıladıkları diğer sorunları oluşturmaktadır. Sorunların çözümü temasında kamu kurumları istihdam sağlamaya yönelik çalışmalar yaptığını ifade etse de ekonomik olarak algılanan sorunların çözümüne yönelik hem kamu kurumlarının hem sivil toplum kuruluşlarının neredeyse hiç çalışma yürütmediği katılımcıların ifadelerinden anlaşılmaktadır.

Katılımcılar Uzundere özelinde daha önceden yapılmış çalışmalarda yerel halk, ilçe esnafı ve Uzundereli iş insanlarından destek aldıklarını ve geleceğe yönelik faaliyetlerinde de aynı gruplardan destek alacaklarına inandıklarını ifade etmişlerdir. Geçmişe yönelik deneyimlerinden bahsederek verdikleri yanıtlardan katılımcıların sosyal girişimcilik deneyimine sahip oldukları söylenebilir. Diğer taraftan katılımcıların çoğunlukla geleceğe yönelik bireysel planlar yaptığı, bu planlarınsa eğitim, nüfus yapısı ve hayvancılık konularında olduğu ve Uzundere’de turizme yönelik herhangi bir plana sahip olmadıkları belirlenmiştir. Kurum aracılığıyla geleceğe yönelik planlar kategorisinde ise sivil toplum kuruluşlarının iyileştirilmesine ve yerel ve uluslararası turizmin iyileştirilmesine yönelik planları olan katılımcıların olduğu görülmektedir. Katılımcıların ifadelerinden sosyal girişimcilik eğilimi taşıdıkları; fakat turizm alanında sosyal girişimcilik faaliyetlerine ilişkin herhangi bir planları olmadığı anlaşılmaktadır.

Dezavantajlı bireylere yönelik his sorusuna verilen yanıtlarında katılımcılar çoğunlukla empati kavramının karşılığı olan kendini başkasının yerine koymak ifadesini kullanırken; merhamet, anlamaya çalışma, acısını hissetme ve üzülmeye konularına değinmişlerdir. Katılımcıların dezavantajlı bireylere yardım etme motivasyonlarını ise yardımseverlik anlayışı, yetiştirilme tarzı, inanç, vicdan, kanaatkârlık, sosyal adaleti sağlama çabası, toplumsal tepkiden çekinme ve kurumsal amaçları gerçekleştirme kaygısı

gibi nedenlerden oluştuğu anlaşılmaktadır. Katılımcılar his ve yardım etme motivasyonlarından çoğunlukla geçmiş yaşantılarından ve dezavantajlı konumda olan yakınlarından örnekler vererek bahsetmiştir.

Katılımcılar turizmin etkilerine yönelik yanıtlarında genellikle turizmin olumlu etkilerine değinmişlerdir. Sosyal açıdan etkileşimi sağlaması ve göçün azalmasına katkıda bulunmasına vurgu yapan katılımcıların çoğunun henüz turizmin sosyal açıdan herhangi olumsuz bir etkisiyle karşılaşmadıklarını ifade etmeleri nicel aşamada elde edilen bulguları açıklamaktadır.

Çevresel açıdan atıl alanların kullanıma açılması ve çevre düzenlemesine katkıda bulunması; ekonomik açıdansa gelir kaynağı oluşturması ve kalkınmayı sağlaması yönleriyle turizmin olumlu etkilerine değinen katılımcılar turizmin olumsuz etkilerini sadece çevresel açıdan algılamaktadır. Katılımcılar çoğunlukla yeni düzenlemelerle birlikte turizmin doğal yapıyı bozmasına ilişkin rahatsızlıklarını dile getirmiştir.

Sürdürülebilir turizme yönelik tutumlarında çevresel sürdürülebilirliği, ziyaretçi memnuniyetini ve yerel halk odaklı turizmi önemseyen, turizm kararlarında toplumsal katılımı ve sürdürülebilir çalışmalar yapılmasının gerekliliğini vurguladığı katılımcıların ifadelerinde elde edilen sonuçlardır. Katılımcılar aynı zamanda yerel halka kazanç sağlaması bakımından turizme ilişkin ekonomik açıdan olumlu yargılara sahiptir.

Katılımcıların Uzundere özelinde yapılmasını önerdiği faaliyetler tarım alanında iyileştirmelere, turizm hizmetlerinin daha elverişli ortamlarda verilmesini sağlayacak üstyapı yatırımlarına, karar ve faaliyetlerde paydaş işbirliğinin önemsenmesi gerektiğine ve turizm çalışanlarının eğitime ilişkindir.

Nitel aşamada elde edilen turizme ilişkin altyapı yetersizliği, tarımsal faaliyetlerdeki eksiklikler (Karahana ve Çakır, 2010), ilçenin göç veriyor olması, (Erzurum İli Sosyal Yapı Analizi, 2015), mesire alanlarında çevresel kirliliğin olması ve yatırım planlamasındaki eksiklikler (Özgeriş, 2020) gibi sorunlar mevcut alanyazını destekler niteliktedir.

Nicel ve Nitel Aşamada Elde Edilen Sonuçların Bütünleştirilmesi ve Öneriler

Sıralı açıklayıcı karma desenle yürütülen bu çalışmanın nicel ve nitel aşamalarından elde edilen bulgular ve sonuçları ayrı ayrı sunulmuştur. Bu kısımda ise ulaşılan bulgular karma yöntem araştırmalarının gerektirdiği gibi bütünleştirilmiştir. Bütünleştirme yapılırken her iki aşamada da kullanılan teorik yapılara ve nicel aşamada kullanılan araştırma hipotezlerine bağlı olarak içerikler oluşturulmuştur.

Tablo 3.25. Sosyal Girişimcilik Deneyimi, Eğilimi, Davranış Öncülleri ve Sürdürülebilir Turizm Tutumuna İlişkin Algılara Yönelik Elde Edilen Verilerin Bütünleştirilmesi

Nicel Bulgular	Nitel Bulgular
1. Yerel halkın çoğunlukla sosyal organizasyonlarla ilgili bilgi sahibi olmamasına rağmen sosyal girişimcilik deneyimine (organizasyonlarda gönüllü olarak yer aldığı) sahip olduğu belirlenmiştir.	Katılımcıların çoğunlukla geçmiş yaşantılarında çevrelerinde karşılaştıkları sosyal sorunlara yönelik birtakım faaliyetlerde yer aldığına ilişkin ifadeleri nicel kısımda elde edilen bulgularla örtüşmektedir.
2. Yerel halkın, empati (4,44 / 4,45 ve 4,5); ahlaki yükümlülük (4,56 / 4,47 / 4,45 ve 4,15); özyeterlik (4,18 / 4,03 ve 4,43) ve sosyal destek (3,61 / 3,7 ve 3,49) açısından olumlu algıya sahip olduğu belirlenmiştir.	Dezavantajlı bireylere yönelik his sorusuna verilen yanıtlarında katılımcıların çoğunlukla kendini başkasının yerine koymak; merhamet, anlamaya çalışma, acısını hissetme ve üzülme gibi ifadeleri empati ve ahlaki yükümlülük algılarına sahip olduklarını göstermektedir. Bunun yanı sıra katılımcılar özyeterlik ve sosyal destek algılarına da sahiptir. Elde edilen sonuçlar nicel bulgularla paralellik göstermektedir.
3. Araştırmaya katılan yerel halk çevresel sürdürülebilirlik (4,6 / 4,57 ve 4,65) ve algılanan ekonomik faydayı (4,52 / 4,44 ve 4,44) olumlu yönde algılamaktadır.	Katılımcıların turizmin çevresel sürdürülebilirliği sağlamadaki önemi ve ekonomik açıdan yerel toplumların gelişimine katkı sağlayacağı hususundaki görüşleri nicel bulgularla uyumludur.
4. Yerel halk turizmi sosyal açıdan maliyetli olarak algılamamaktadır (ASM1= 2,38 / ASM2= 2,48 ve ASM3= 2,64)	Nicel bulgularda yerel halkın turizmi sosyal maliyetler açısından algılamadığı yönünde elde edilen sonuçlar nitel aşamada katılımcıların Uzundere’de henüz sosyal açıdan turizmin herhangi bir olumsuz etkisiyle karşılaşılmadığına ilişkin ifadeleri ile açıklanmaktadır.
5. Araştırmaya katılan yerel halkın turizme yönelik uzun dönem planlama (4,56 / 4,56 ve 4,51); toplum merkezli ekonomi (4,51 / 4,47 ve 4,5); ziyaretçi memnuniyeti sağlama (4,37 / 4,4 ve 4,4) ve toplum katılımını maksimize etme (4,4 / 3,97 ve 4,38) boyutlarında olumlu beklentilere sahip olduğu tespit edilmiştir.	Katılımcıların turizmin geleceğe yönelik planlanması, kararlarda yerel halk odaklı yaklaşımların sergilenmesi ve ziyaretçi memnuniyeti sağlanmasına yönelik ifadeleri nicel sonuçlarla örtüşmektedir.

Tablo 3.25. (Devamı)

6. Yerel halkın çoğunlukla gelecekte bir gün sosyal sorunları çözmeye ilişkin bir girişime dâhil olma düşüncesine sahip olmasına rağmen kişisel olarak bir sosyal girişim başlatma planlarının olmadığı tespit edilmiştir.	Araştırmaya katılan yöneticilerin çoğunlukla geleceğe yönelik bireysel planlar yaptığı, bu planlarınsa eğitim, nüfus yapısı ve hayvancılık konularında olduğu ve Uzundere’de turizme yönelik herhangi bir plana sahip olmadıkları tespit edilmiştir. Elde edilen bu sonuç nicel sonuçlarla örtüşmektedir.
----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Yukarıda verilen sonuçlar doğrultusunda araştırmaya katılan yerel halkın ve yöneticilerin sosyal girişimcilik deneyimine, empati, ahlaki yükümlülük, özyeterlik ve sosyal destek algılarına sahip oldukları söylenebilir. Sürdürülebilir turizme yönelik tutumlarında ise her iki grubun da çevresel sürdürülebilirlik, ekonomik fayda, uzun dönem planlama, toplum merkezli ekonomi, ziyaretçi memnuniyeti sağlama ve toplum katılımını maksimize etme boyutlarında olumlu algılara sahip olmasına rağmen Uzundere’deki turizme yönelik sosyal maliyet algısına sahip olmadıkları tespit edilmiştir.

Bir destinasyonun uzun vadede sürdürülebilir olması için çevresel, sosyal ve ekonomik dokusunun korunması gerekmektedir (Boukas ve Chourides, 2016). Buna paralel olarak yerel topluluklarda refahın sağlanmasından sosyal sorunların çözümü ve çevrenin korunmasına çok geniş bir yelpazeye sahip olan sosyal girişimciliğin bütünsel doğasının, sürdürülebilir kalkınmanın gerekleriyle uyum içinde olduğu da göz ardı edilemez bir gerçektir (Bornstein, 2004; Yujuico, 2007; Zahra vd., 2008; Rowshan ve Forouharfar, 2014; Boukas ve Chourides, 2016). OECD (2010)’nin öne sürdüğü gibi, sosyal girişimcilik, bireylerin ve toplulukların yaşam kalitesini ve refahını artırmak için sosyal değer yaratmayı merkezi bir konuma getirerek, çözülmemiş sosyal sorunlara yenilikçi çözümler sunmayı açıkça hedeflemektedir. Bu nedenle, turizm sektörünün sorumlu yönünün ön plana çıkması (Pollock, 2015; Sheldon vd., 2017) ve destinasyonların geleceklerini sürdürülebilirliğe doğru yönlendirmelerine yardımcı olmak için sosyal girişimcilik uygulamalarının turizm politikası tarafından benimsenmesi (Boukas ve Chourides, 2016) ve devlet desteğinin sağlanması gerekmektedir (Mottiar, 2016; Kılıç vd., 2018; Kulakoğlu dilek ve Dilek, 2018). Benzer şekilde oldukça hassas ve değişken bir yapıya sahip olan turizm sektöründe yer alan sosyal girişimlerin başarısının ve sağlayacağı sosyal faydanın turizm sektörünün başarısını da etkilediği bilgisi de yine dikkate alınması gereken bir konudur (De Lange ve Dodds, 2017; Biddulph, 2018).

Elde edilen bütünleştirilmiş sonuçlar Uzundere’deki yerel yönetim ve sivil toplum kuruluşu yöneticileri ile yerel halkın hem sosyal girişimcilik konusunda hem turizmin sürdürülebilirliği konusunda olumlu yönde algılara sahip olduğunu göstermektedir. Her

ne kadar araştırma sonuçları Uzundere özelinde sosyal girişimciliğe yönelik olumlu tutum ve algılar olduğunu gösterse de ülkemizde sosyal girişimlere ilişkin yasal bir statü olmaması (British Council, 2019) öncelikle bu konudaki eksiklerin giderilmesinin etkin olacağını akla getirmektedir. Bu noktada gelişmiş ülke örneklerinde karşılaşılan (Belçika’da Sosyal Amaçlı Şirket, Kanada’da Topluluk Çıkarları Şirketi gibi) yasal statülerin Türkiye’de de uygulanmasının sosyal girişimcilik yoluyla sürdürülebilir kalkınmanın sağlanmasında etkili ve teşvik edici olacağı düşünülmektedir.

Türkiye bağlamında sosyal girişimciliğe yönelik belirlenecek yasal statü ve destekler sonrası Uzundere özelinde paydaş işbirliğiyle gerçekleştirilebilecek sosyal girişimcilik faaliyetlerinin turist deneyimini geliştirilmesine, geleneksel yaklaşımların dışında yeni anlayışlar benimsenmesine, hem turistlere hem de yerel halka fayda sağlanmasına ve destinasyonun turizm pazarında dengeli bir biçimde konumlandırılmasına yardımcı olacak bir yol olarak görülmesi mümkün olabilir. Söz konusu sosyal girişimcilik faaliyetlerinin gerçekleştirilebilmesi için sosyal girişimcilik organizasyonları hakkında Uzundere sakinlerinin bilgilendirilmesi ve farkındalığının artırılması için seminerler ve etkinlikler düzenlenmesinin faydalı olacağı düşünülmektedir.

Turizm sektörünün çoğunlukla küçük işletmelerden oluşması durumu sektörün diğer hizmet sağlayıcılara kıyasla nispeten düşük bir yenileşim düzeyine sahip olmasıyla sonuçlanabilmektedir. Aynı zamanda yine diğer hizmet sağlayıcılara nazaran turizm sektörünün işbirliği modelleri ve yenileşim faaliyetlerinin organizasyonu hususunda düşük profesyonel yönetim performansına sahip olması söz konusudur. Bu durumun iyileştirilebilmesi paydaşlar arasında işbirliğinin sağlanması, yerel alanın gelişimine daha fazla odaklanmak, katılımcı bir anlayışın geliştirilmesi gibi ön koşulların gerçekleştirilmesine bağlıdır (Tetzschner ve Herlau, 2003). Bu bağlamda ilçede gerçekleştirilecek sosyal girişimcilik faaliyetlerinin yerel girişimciler tarafından gerçekleştirilebilmesi için turizm paydaşlarının sosyal, çevresel ve ekonomik kaygılarının giderilmesi ve turizmin faydalarının verimli bir şekilde paylaşılması için bir iletişim mekanizması kurulmasının faydalı olacağı düşünülmektedir. Bir iletişim ağı aracılığıyla belirlenecek turizm politikasıyla sosyal girişimcilik faaliyetlerinin yerel toplum için değer yaratan yönü ve özellikle küçük ölçekli yatırımlarda faydanın arttırılabileceği, sosyal girişimciliğin önemi ve uygulanabilirliği vurgulanabilir. Bu sayede Uzundere turizminin

sürdürülebilirliğinin mevcut kaynakların daha etkin kullanımı, atıl alanların turizme sosyal ve çevresel zararları en aza indirgenecek biçimde kullanıma açılması sağlanabilir.

Sosyal değişim teorisi, turizm alanında turizmin çevresel, ekonomik, sosyo-kültürel etkileri çerçevesinde değerlendirilmektedir. Geleneksel tüketim davranışının değişmesi turizmin gelişimine yönelik olumsuz kültürel etkinin bir maliyetini temsil etmekte; bu durum, faydaların ve maliyetlerin sadece ekonomik açıdan söz konusu olmadığına da örnek teşkil etmektedir. Bu bağlamda turizmin gelişimine yönelik tutum ve algıların irdelendiği çalışmalarda olumsuz etkiler maliyetler olarak kabul edilirken olumlu etkiler faydalar olarak değerlendirilmektedir (Jurowski ve Gürsoy, 2004). Turizm sektörü ile sosyal değişim teorisi ilişkisi faydacılık ilkesine bağlı olarak gelişme göstermektedir. Sosyal değişim teorisine dayalı olarak bir destinasyondaki sakinlerin turizmin gelişimine yönelik tutumu turizmin gelişiminden elde edeceği faydaya bağlı olarak şekillenmektedir (Lee, 2013). Ap (1992) turizm sektöründe çalışarak turizmden yararlanan kişilerle turizm aracılığıyla herhangi bir sosyal fayda sağlayamayanların tepkisinin farklı olacağını belirtmektedir. Bu araştırma özelinde katılımcıların uzun dönem planlama konusundaki algıları her iki grup için de olumlu yönde olsa da nitel aşamada elde edilen bulgular arasında katılımcıların Uzundere'deki ekonomik sorunlar temasında en çok ifade ettikleri yatırımların planlanmasındaki eksiklikler, yetersizliği ve kalıcı olmaması durumlarının ilçe açısından bir sorun olarak değerlendirildiği görülmektedir. Diğer taraftan nitel aşamada elde edilen sonuçlardan yörenin dışarıya göç veriyor olması ve özellikle genç nüfusun faydalanabileceği iş imkânlarının eksikliği gibi sorunlar üzerinde yatırım planlamasındaki eksiklerin etkili olduğu düşünülmektedir. Yine çalışmanın nitel aşamasında elde edilen sonuçlardan olan yerel halk odaklı turizmin gerçekleştirilmesine yönelik görüşler ile turizm alanında yapılacak yatırımlarda yerel halkın istihdamının önemsenmesi gibi sonuçlar Uzundere özelinde sosyal değişimin gerçekleşmesinde eksiklikler olduğunu göstermektedir.

Tarım, sağlık, teknoloji, perakende, imalat ve diğer birçok sektörde yenilikçi ve yaratıcı fikirleriyle risk alabilen ve problemlere yeni çözümler üreten girişimciler (Sheldon vd., 2017), gerek ekonomik gerek sosyal hedefler için gerçekleştirdikleri faaliyetlerle sivil toplum, hükümet ve ticareti kapsayan açık ve gözlemlenebilir bir sosyal değişim süreci oluşturmaktadırlar (Dees, 2001). Destinasyonların turizm potansiyellerinden tam olarak faydalanabilmesi destinasyondaki girişimci

potansiyelinin de dikkate alınmasına bağlıdır (Ateljevic ve Li, 2009). Bu düşünceye paralel olarak ilgili alanyazında yerel toplulukların mevcut turizm potansiyelleri ile birlikte gelişimlerinin sağlanmasında topluluk sakinlerinin girişimcilik düzeylerinin artırılması gerektiği de vurgulanmaktadır. Bunun sağlanabilmesi için topluluğun girişimci adayı sayısını artırılması ve turizm alanında yatırım yapılabilecek ortamın oluşturulması konularının dikkate alınması tavsiye edilmektedir. Bireylerin girişimcilik potansiyelleri yüksek olsa bile topluluk içinde turizm yatırım ortamlarının uygun olmaması girişimde bulunmaktan çekinmelerine ya da yetenek tahliyesine sebep olabilmektedir. Bu bakımdan toplulukların turizmden uzun vadede en etkin şekilde faydalanabilmelerinin yerli turizm girişimcilerinin geliştirilmesi ile sağlanabileceği düşünülmektedir (Koh ve Hatten, 2002).

Geleneksel girişimciliğin yanı sıra sosyal girişimcilik de çok yönlü yapısıyla sadece sosyal sermayeyi değil ekonomik, politik ve beşeri sermayeyi de harekete geçirerek (Mair vd., 2012) yerel topluluklardaki bireylerin turizmle ilgili fikirlerini işe dönüştürmelerine, girişimcilik potansiyellerini geliştirmelerine (Li, 2008; Sloan vd., 2014), kişisel gelişim sağlamalarına (Ball, 2005) ve işsizliğin azaltılmasına yardımcı olmaktadır (Peng ve Lin, 2016). Özellikle kırsal alanlarda, sivil toplum kuruluşları ve sosyal girişimler, bireylerin tipik olarak tanınmayan girişimcilik potansiyellerinin ortaya çıkmasına öncülük ederek (Alvord vd., 2002) hem topluluk gelişiminin sağlanmasına katkı sunmakta (Praszkier ve Nowak, 2012) hem de küresel gelişmelere paralel olarak yerel düzeyde sosyal değişimin yaşanmasına olanak tanımaktadır (Alvord vd., 2002).

Sosyal değişim teorisinin genel çerçevesi, girişimcilik ve sosyal girişimciliğin yerel toplulukların gelişimindeki etkinliği ve bu çalışma kapsamında elde edilen sonuçlar ışığında yörede yeni iş imkânlarının yöre halkı tarafından sağlanabilmesinin hem istihdam sorunlarına hem de yatırım kararlarında yerel halkın ihmal edilmesi sorunlarına bir çözüm olacağı düşünülmektedir. Bu açıdan yavaş şehir anlayışına uygun ekonomik, kültürel ve sosyal faydalara odaklanan, toplum katılımını önceleyen sosyal girişimcilik projeleri konusunda yerel halkın teşvik edilmesi ve desteklenmesine yönelik uygulama ve faaliyetlerin gerçekleştirilmesi bir çözüm önerisi olarak sunulabilir.

Tablo 3.26. Sosyal Girişimcilik Deneyimi Değişkenine İlişkin Elde Edilen Verilerin Bütünleştirilmesi

Nicel Bulgular	Nitel Bulgular
<p>1. Bireylerin sosyal girişimcilik deneyimlerinin turizmin etkilerini algılamalarında etkili olduğu belirlenmiştir ($p=0,47$).</p> <p>H_1: Sosyal girişimcilik deneyimi algılan turizm etkilerini olumlu yönde etkilemektedir.</p>	<p>Sosyal girişimcilik deneyimine sahip katılımcılar turizmin etkilerini deneyimi olmayan katılımcılara nazaran daha fazla algılamakta ve önemsemektedir.</p>
<p>2. Sosyal girişimcilik deneyiminin beklenen turizm sürdürülebilirliğini anlamlı olarak etkilediği tespit edilmiştir ($p=0,00$).</p> <p>H_2: Sosyal girişimcilik deneyimi beklenen turizm sürdürülebilirliğini olumlu yönde etkilemektedir.</p>	<p>Katılımcıların gönüllük esaslı birtakım çalışma ve faaliyetlere katılmış olması turizmin sürdürülebilirliğine ilişkin algı ve tutumları üzerinde olumlu yönde etkili olduğu ifadeleri nicel bulgularla örtüşmektedir.</p>
<p>3. Sosyal girişimcilik deneyiminin sosyal girişimcilik davranış öncüllerini (empati, ahlaki yükümlülük, algılanan sosyal destek, özyeterlik) anlamlı olarak etkilediği belirlenmiştir ($p=0,001$).</p> <p>H_3: Sosyal girişimcilik deneyimi sosyal girişimcilik davranış öncüllerini olumlu yönde etkilemektedir.</p>	<p>Görüşmelerle elde edilen sonuçlar nicel yöntemlerle elde edilmiş bulguların sosyal girişimcilik deneyiminin empati, ahlaki yükümlülük, özyeterlik, algılanan sosyal destek düzeylerinde etkili olduğu ifadeler ile desteklendiğini göstermiştir.</p>
<p>1. Sosyal girişimcilik deneyiminin algılanan turizm etkileri boyutları olan algılanan ekonomik yarar ve çevresel sürdürülebilirlik üzerinde olumlu ve anlamlı yönde etkisi olduğu söylenebilir.</p> <p>Algılanan sosyal maliyetler, yoğun ziyaretçi gelişine bağlı olarak Uzundere'nin aşırı kalabalıklaşması ve turizm kaynaklarının aşırı kullanımı gibi ifadeleri içermektedir. Bu durum, ilçenin henüz yoğun ziyaretçi akımına uğramaması ve buna bağlı olarak turizmin olumsuz sosyal etkileriyle karşılaşılma olmamasının yerel halkın ve yerel yönetim ve sivil toplum kuruluşu yöneticilerinin turizmin sosyal açıdan maliyetli algılanmamasına sebep olduğu şeklinde yorumlanabilir.</p>	
<p>2. Sosyal girişimcilik deneyiminin beklenen turizm sürdürülebilirliğine ilişkin algılar (uzun dönem planlama, toplum katılımını maksimize etme, ziyaretçi memnuniyeti sağlama, toplum merkezli ekonomi) üzerinde olumlu ve anlamlı yönde etkisi olduğu söylenebilir.</p>	
<p>3. Elde edilen bütünleştirilmiş sonuç doğrultusunda sosyal girişimcilik deneyiminin, bireylerin empati, ahlaki yükümlülük, özyeterlik ve sosyal destek algıları üzerinde olumlu bir etkiye sahip olduğu ifade edilebilir.</p>	

Sosyal girişimcilik deneyimine ilişkin elde edilen bütünleştirilmiş sonuçlar doğrultusunda birtakım sosyal sorunların çözümüne yönelik gerçekleştirilen gönüllü faaliyetlere katılımın ve sosyal organizasyonlar hakkında bilgi sahibi olmanın sürdürülebilir turizm tutumunu olumlu yönde etkilediği yorumu yapılabilir. Benzer

şekilde sosyal girişimcilik deneyimi, sosyal girişimcilik öncülleri olan empati, ahlaki yükümlülük, özyeterlik ve algılanan sosyal destek üzerinde de olumlu bir etkiye sahiptir. Bu sonuçlardan hareketle Uzundere ilçesinde paydaş işbirliğiyle birtakım gönüllü faaliyetlerin gerçekleştirilmesinin, ilçe sakinlerinin hem turizmin sürdürülebilirliğine yönelik mevcut olumlu tutumlarının hem de empati, ahlaki yükümlülük, özyeterlik ve sosyal destek algılarının gelecekte de devam etmesi açısından faydalı olacağı düşünülmektedir.

Bu çalışma kapsamında elde edilen diğer sonuçlar ışığında geliştirilen öneriler şu şekilde sıralanmıştır:

- Çalışma kapsamında elde edilen sonuçlardan biri de yerel halkta turizme yönelik farkındalık eksikliği, hem yerel halkın hem kamu kurumlarının gönüllü faaliyetlere ilişkin ilgi eksikliği, turizm işletmecileri ve turizm çalışanlarının turizme yönelik bilgi ve hizmet anlayışındaki eksiklikler olduğu yönündedir. Bu bulgularla bir arada ele alınması gereken bir diğer sonuç da turizm akademisyeni-turizm personeli ve üniversite-toplum işbirliğindeki eksikliklerdir. Sosyal ağ teorisine göre, kolektif eylemin gerçekleştirilebileceği bir ortam yaratmak için daha fazla sürdürülebilir bağlantıya ihtiyaç duyulmaktadır. Sürdürülebilirlik ağları, sürdürülebilir destinasyon geliştirmeye farklı derecelerde ilgi gösteren çok sayıda paydaşın etkileşimini temsil etmektedir ve paydaşların birbiriyle bağlantılı olması, sürdürülebilir destinasyon geliştirme sürecini iyileştirebilmektedir (Timur ve Getz, 2008). Uzundere’de ihmal edilen paydaş işbirliğinin sağlanması ve katılımcı bir anlayışın sergilenmesi için araştırma kapsamında tespit edilen paydaş işbirlikleri ile ilgili çalışmalar yapılabilir. Bu kapsamda Uzundere’nin yavaş şehir olma ve sürdürülebilirliğine ilişkin süreç ve prosedürler ile turizm bilincinin oluşturulması konusunda yerel halkın ve yerel yönetim ve sivil toplum kuruluşu yöneticilerinin farkındalığının artırılması ve turizm çalışanlarının hizmet becerilerini geliştirebilmeleri için üniversitede alanda uzman akademisyenlerce eğitimler almalarının sağlanmasının etkili bir çözüm olacağı düşünülmektedir.
- Araştırma bulgularından elde edilen sonuçlardan biri de Uzundere’de yerel ürünlerin üretimi, pazarlanması ve çeşitlendirilmesi, turizmden yeterince gelir elde edilememesi konularının ekonomik anlamda bir sorun teşkil etmesi; ilçenin

tanınırlığının düşük olması konularıdır. Bu kapsamda katılımcıların ifadelerinden de yola çıkılarak yerli turistlerin katılabileceği faaliyetlerin planlanması ve ilçenin yerli turiste de tanıtılması yönündeki önerileri ilçede düzenlenecek gastronomi festivalleri, gıda fuarları ve bu faaliyetlere il merkezindeki kamu kurumları işbirliğiyle yerel halkın ücretsiz katılımlarının sağlanmasının yerel düzeyde çözüm olabileceği öngörülmektedir.

- Türkiye'nin 2023 Turizm Stratejisi'ne yön veren belirleyicilerden olan şehirlerimizin markalaşması, tematik bölgesel destinasyonlar oluşturulması ve Türkiye'nin doğal, tarihi, kültürel ve coğrafi değerlerinin koruma-yaşatma dengesi içerisinde değerlendirilmesi sürdürülebilir turizmin gereklerindedir. Bu bilgiler ışığında bölgenin taşıma kapasitesinin sürdürülebilir ilkelere göre belirlenmesi, aşırı turizm gibi yanlış planlama ve uygulamalardan kaynaklı sorunlarla karşılaşılması için destinasyona yönelik yatırım ve faaliyet kararlarının değerlendirildiği ve kararlar üzerinde söz sahibi olan paydaşların yer aldığı karar mekanizmalarının oluşturulmasının Uzundere'de geleceğe yönelik bir önlem olacağı düşünülmektedir.
- Gözde destinasyonların kitle turizminin etkisiyle uğradığı olumsuz etkilerin, özellikle yavaş şehirler özelinde en aza indirgenmesi; kısa vadede daha çok turist ve daha çok gelir elde etme kaygısından uzaklaşarak doğal ve kültürel değerlere saygılı, daha sürdürülebilir destinasyon modelleri haline getirilebilmesi turizmde sürdürülebilirliğin sağlanması açısından kritik önem arz etmektedir. Bu bilgi doğrultusunda henüz turizmin sosyal maliyetleri ile karşılaşmamış olan sakin şehirlerde gerçekleştirilen faaliyetlerin ve yapılan yatırımların kontrolünü sağlayan destinasyon yönetim modellerinin denetim mekanizmalarının oluşturulması önerilmektedir.
- Turizmin, yerel düzeyde kalkınmayı sağlayabilmesi çoğunlukla küçük ölçekli girişimlere bağlıdır. Bu bakımdan politika yapımcıların, turizmin sürdürülebilirliğinde etkili olduğu düşünülen sosyal girişimcilik faaliyetlerini destekleyici politikalar oluşturmasının ve yerel halkın sosyal girişimcilik eğilimlerini güçlendirmeye odaklanılmasının faydalı olacağı düşünülmektedir.
- Türkiye'nin farklı bölgelerinde yer alan, farklı sosyo-ekonomik ve kültürel yapılara sahip yavaş şehirlerinde, sürdürülebilir kalkınmaya yönelik faaliyetlerin

gerçekleştirilmesinde yerel halkın desteğinin alınması oldukça önemlidir. Bu önem doğrultusunda yavaş şehirlerde yer alan yerel yönetimlerle, yerel halk arasında kadın, çocuk, dezavantajlı gruplar özelinde kent konseylerinin oluşturulmasının ve planlama ve karar alma süreçlerinde sürekliliği olan iletişimlerin kurulmasının sürdürülebilirliğin sağlanmasında etkili olacağı öngörülmektedir.

Bu araştırma kapsamında gelecekte yapılacak araştırmalara yönelik öneriler ise şu şekildedir:

- Sürdürülebilir turizm ve sosyal girişimcilik konularının bir arada ele alındığı çalışmalarda aidiyet duygusu, yaşam kalitesi, girişimcilik iklimi, sorumlu davranış ve yaşam tatmini gibi değişkenlere de yer verilebilir,
- Turizm alanında girişimde bulunmaya çalışan yerel halk için algılanan engellerin neler olduğu ve özel girişimlerde yerel halkın katılımını kolaylaştıran faktörler konusunda araştırmalar yapılabilir,
- Yapılacak benzer çalışmalarda araştırmacılar ekoturizm uygulamaları olan turizm işletmeleri ve tatil köylerini araştırmalarına dâhil edebilir,
- Bu çalışmada kullanılan uyarlanmış ölçekler farklı örneklemlerde kullanılarak karşılaştırmalı çalışmalara yardımcı olabilir.

Araştırma Sonuçlarının İlgili Alanyazına Katkıları

Uluslararası alanyazında tek ve çoklu vaka çalışmaları, gözlemler ve mülakatlar gibi nitel yöntemler sosyal girişimcilik araştırmacıları arasında en popüler yöntemler olmuştur. Çok sayıda çalışma t-testi, yapısal denklem modellemesi, doğrusal regresyon ve çoklu regresyon gibi nicel yöntemler uygulamış olsa da, sadece birkaçının karma yöntemleri benimsediği bilinmektedir (Gupta, Chauban, Paul ve Jaiswald, 2020). Benzer şekilde turizm alanında sosyal girişimcilik çalışmaları çoğunlukla nitel (Ergül ve Johnson, 2011; Mottiar, 2016; Çiftçi, 2017; Biddulph, 2018; Peng ve Lin, 2016; Çelebi vd., 2020) ve nicel araştırma yöntemleriyle (Yeh vd., 2016; Hockerts, 2017; Pasricha ve Rao, 2018) ya da örnek olay çalışması (Akbaba vd., 2017; Kılıç vd., 2018; Kulakoğlu Dilek ve Dilek, 2018) şeklinde yapılmıştır. Bu bakımdan bu çalışmanın sıralı açıklayıcı karma desenle yürütülmesi alanyazındaki diğer çalışmalardan farklılık göstermesini sağlamaktadır. Aynı zamanda mevcut alanyazındaki bazı çalışmaların, sosyal girişimcilik

çalışmalarının hem daha kapsamlı ve hipotez test eden araştırmalara (Hockerts, 2017) hem de daha farklı yöntemlerle ele alınmasına ilişkin (Çelebi vd., 2020) çağrılarına bir yanıt niteliği taşımaktadır.

Bu çalışmada nicel aşamada değişkenler arası ilişki yolları oluşturulurken Planlı Davranış Teorisi'nden faydalanılmıştır. İlgili alanyazındaki sosyal girişimcilik davranış öncülleri (Mair ve Noboa, 2006; Hockerts, 2015; Kannampuzha ve Hockerts, 2015; Hockerts, 2017; Chipeta, Kruse ve Surujlal, 2020), sosyal girişimcilik deneyimi, sosyal girişimcilik eğilimi (Hockerts, 2017) ve sürdürülebilir turizm tutumu (Choi ve Sırakaya-Türk, 2005) konulu çalışmaların da aynı teori temelinde ele alındığı görölmektedir. Bu yönüyle bu çalışma söz konusu teori ile incelenmiş çalışmaları destekler niteliktedir.



KAYNAKÇA

- Abu-Saifan, S. (2012). "Social Entrepreneurship: Definition and Boundaries. Technology Innovation", *Management Review*, 22-27.
- Agapitova, N. (2017). "Creating Competitive Markets for Service Delivery Policy Options and Country Experiences", *World Bank Group*: 1-16.
- Ajzen, I. (1991). "The Theory of Planned Behavior". *Organizational Behavior and Human Perocesses*, 50, 179-211.
- Ajzen, I. (2005). *Attitudes, Personality, and Behavior*. New York: Open University Press.
- Ajzen, I. & Fishbein, M. (1980). *Understanding Attitudes and Predicting Socil Behavior*. Englewood Cliffs, NJ: Prenctice-Hall.
- Akbaba, A., Sarıbaşı, Ö. & Kömürcü, S. (2017). "Turizmde Sosyal Girişimcilik ve Sürdürülebilir Toplumsal Gelişme İlişkisine Yönelik Örnek Olay İncelemesi: Tatuta (Tarım, Turizm, Takas) Projesi". 8. *Uluslararası Girişimcilik Kongresi (ICE 2017) Bildiriler Kitabı*, 14-16 Temmuz 2017, Balıkesir, 284-295.
- Akova, O. (2006). "Yerel Halkın Turizmin Etkilerini Algılamalarına ve Tutumlarına Yönelik Bir Araştırma", *Akademik İncelemeler Dergisi*, 2 (1), 77-109.
- Aksu, G., Eser, M. T. & Güzeller, C. O. (2017). *Açımlayıcı ve Doğrulayıcı Faktör Analizi ile Yapısal Eşitlik Uygulamaları*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Alvord, H., Brown, L. & Letts, W. (2002). "Social Entrepreneurship and Societal Transformation: An Exploratory Study", *Journal of Applied Behavioral Science*, 40 (40), 260–282.
- Andersson, F. O. & Ford, M. R. (2016). "Social Entrepreneurship Through an Organizational Ecology Lens: Examining the Emergence and Evolution of the Voucher School Population in Milwaukee", *Voluntas*, 27, 1760-1780.
- Anheier, H. K., Krlev, G., Preuss, S., Mildenerger, G., Bekkers, R., Mensink, W., Bauer, A., Knapp, M., Wistow, G., Hernandez, A, & Adelaja, B., (2014). "Social Innovation as Impact of the Third Sector. Deliverable 1.1 of the project: "Impact of the Third Sector as Social Innovation" (ITSSOIN), European Commission – 7th Framework Programme, Brussels: European Commission, DG Research.

- Antoncic, B., R. Hisrich (2003), "Clarifying and Intrapreneurship Concept", *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 10 (1), 7-24.
- Ap, J. (1992), "Residents' Perceptions on Tourism Impacts", *Annals of Tourism Research*, 19 (4), 669-672.
- Aquino, R. S., Lück, M. & Schänzel, A. H. (2018). "A Conceptual Framework of Tourism Social Entrepreneurship for Sustainable Community Development". *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 37, 23-32.
- Arslan Ayazlar, R. (2017). "Sürdürülebilir Turizm Tutum Ölçeğinin (Sus-Tas) Geçerlilik ve Güvenilirlik Çalışması", *Journal of Travel and Hospitality Management*, 14 (2), 80-92.
- Astley, W. G. (1985). "The Two Ecologies: Population and Community Perspectives on Organizational Evolution", *Administrative Science Quarterly*, 224-241.
- Ateljevic, J. & Page, S. (2009). *Tourism and Entrepreneurship: International Perspectives*, London: Routledge.
- Ateljevic, J. & Li, L. (2009). "Tourism Entrepreneurship – Concepts and Issues", Ateljevic, J. & Page, S. (Ed.), *Tourism and Entrepreneurship: International Perspectives*, Routledge, London.
- Austin, J. (2000). *The Collaboration Challenge: How Nonprofits and Business Succeed Through Strategic Alliances*, San Francisco: Jossey-Bass Publishers.
- Austin, J., Stevenson, H., & Wei-Skillern, J. (2006). "Social and Commercial Entrepreneurship: Same, Different, Or Both?". *Entrepreneurship Theory & Practice*, 30, 1-22.
- Azmat, F. (2013). "Sustainable Development in Developing Countries: The Role of Social Entrepreneurs", *International Journal of Public Administration*, 36 (5), 293-304.
- Bahar, O., Samırkaş, M. & Çelik, N. (2015). *Farklı Boyutları ile Sürdürülebilir Turizm*, Muğla: Süre Yayınevi.

- Balachandran, V., & Sakthivelan, M. S. (2013). "Impact of Information Technology On Entrepreneurship," *Journal of Business Management & Social Sciences Research*, 2 (2), 51-56.
- Baldwin, A. (2009). *Creativity, Social Benefit and Job Creation: The Potential for Social Entrepreneurship in Ontario*. Ontario: Martin Prosperity Institute.
- Ball, S. (2005). "The Importance of Entrepreneurship to Hospitality, Leisure, Sport and Tourism", *Hospitality, Leisure, Sport and Tourism Network*, 1-14.
- Bandura, A. (1977). "Self-efficacy: Toward Unifying Theory of Behavioral Change", *Psychological Review*, 84 (2), 191-215.
- Basu, A. (2004). "Entrepreneurial Aspirations Among Family Business Owners", *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*, 10 (1/2), 12-33.
- Baumol, W., J. (1968). "Entrepreneurship in Economic Theory", *The American Economic Review, The Eightieth Annual Meeting of The American Economic Association*, 58 (2), 64-71.
- Baumol, W., J. (1990). "Entrepreneurship: Productive, Unproductive and Destructive". *The Journal of Political Economy*, 98 (5), 893-921.
- Baumol, W. (1993). "Formal Entrepreneurship Theory in Economics: Existence and Bounds". *Journal of Business Venturing*, 8, 197-210.
- Biddulph, R. (2018). "Social Enterprise and Inclusive Tourism. Five Cases in Siem Reap, Cambodia", *Tourism Geographies*, 20 (4), 610-629.
- Blau, P. M. (2017). *Exchange and Power in Social Life*. USA: Routledge.
- Boğan, E., & Sarıışık, M. (2016). "Yerel Halkın Turizm Faaliyetine Yönelik Görüş ve Algılamalarının Belirlenmesi Üzerine Alanya'da Bir Araştırma", *Kastamonu Üniversitesi, İİBF Dergisi*, 12, 325-342.
- Bornstein, D. (1998). "Changing the World on a Shoestring", *The Atlantic Monthly*, 281 (1), 34-39.
- Bornstein, D. (2004). *How to Change the World: Social Entrepreneurs and the Power of New Ideas*. New York: Oxford University Press.

- Borzaga, C., Galera, G., Franchini, B., Chiomento, S., Nogales, R. & Carini, C. (2020). *Social Enterprises and Their Ecosystems in Europe*. Luxembourg: Publications Office of the European Union.
- Boukas, N. & Chourides, P. (2016). "Niche Tourism in Cyprus: Conceptualising the Importance of Social Entrepreneurship for the Sustainable Development of Islands", *Int. J. Leisure and Tourism Marketing*, 5 (1), 26-43.
- Bozhikin, I., Macke, J. & Folchini da Costa, L. (2019). "The Role of Government and Key Non-State Actors in Social Entrepreneurship: A Systematic Literature Review", *Journal of Cleaner Production*, 226, 730-747.
- Brislin, R.W., Lonner, W.J. & Thorndike R.M. (1973). *Cross Cultural Research Methods, Strategies, Problems, Applications*. New York: John Willey & Sons Pub.
- British Council. (2019). *Türkiye'de Sosyal Girişimlerin Durumu*. British Council.
- Bryman, A. (2004). *Social Research Method*, Oxford: Oxford Univ. Press.
- Butler, R.W. (1999). "Sustainable Tourism: A State of the Art Review", *Tourism Geographies*, 1 (1), 7-25.
- Butler, R. & Hinch, T. (2007). *Tourism and Indigenous Peoples: Issues and Implications*, 2. Baskı, London: Butterwort-Heinemann.
- Büyüköztürk, Ş. (2002). *Sosyal Bilimler için Veri Analizi El Kitabı*, Ankara: Pegem Yayıncılık.
- Bygrave, W.D. (1997). *The Portable MBA in Entrepreneurship*, John Wiley & Sons, New York, NY.
- Cantillon, R. (1987). *Essai Sur La Nature Du Commerce En General*. Higgs, H. (Ed.), Frank Cass and Company Ltd., Londra.
- Carrier, C. (1997). "Intrapreneurship in Small Business: An Exploratory Study", *Entrepreneurship Theory and Practice*, 21 (1), 5-20.
- Carroll, G. R. (1984). "Organizational Ecology", *Annual Review of Sociology*, 10, 71-93.

- Carton, R. B., Hofer, C. W. & Meeks, M. D. (1998). "The Entrepreneur and Entrepreneurship: Operational Definitions of Their Role in Society", *In Annual International Council for Small Business Conference*, Singapore.
- Cengiz, E. ve Kırkbir, F. (2007). "Yerel Halk Tarafından Algılanan Toplam Turizm Etkisi ile Turizm Desteği Arasındaki İlişkiye Yönelik Yapısal Model Önerisi". *Sosyal Bilimler Dergisi*, 1, 19-37.
- Chipeta, E. M., Kruse P. & Surujlal, J. (2020). "Effects of Gender on Antecedents to Social Entrepreneurship Among University Students in South Africa" *International Journal of Business And Management Studies*, 12 (1), 1309-8047.
- Choi C. H. & Sırakaya Türk, E. (2005). "Measuring Toward Sustainable Tourism: Development of Sustainable Tourism Attitude Scale", *Journal of Travel Research*, 43, 380-394.
- Cochran, T.C. (1960): "Cultural Factors in Economic Growth", *Journal of Economic History*, 20 (4), 515-530.
- Cohen, J. (1988). *Statistical Power Analysis For The Behavioral Sciences*. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum.
- Comunian, A. L. & Gielen, U. P. (1995). "Moral Reasoning and Prosocial Action in Italian Culture", *The Journal of Social Psychology*, 135 (6), 699-706.
- Cornwall, J. R. (1998). "The Entrepreneur as a Building Block for Community", *Journal of Development Entrepreneurship*, 3 (2), 141-145.
- Creswell, J. W. (2003). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Crompton, J. L., & Ap, J. (1994). "Development of a Tourism Impact Scale in Host Resident Context. Research Enhancement Program Final Report". *College Station, TX: Texas A&M University*.
- Cuervo, Á., Ribeiro, D. & Roig, S. (2007). *Entrepreneurship: Concepts, Theory and Perspective. Introduction*, Cuervo, Á., Ribeiro, D. & Roig, S. (Ed), *Entrepreneurship. Concepts, Theory and Perspective*, (ss. 1-20), Springer, New York, 2007.

- Çelebi, D., Pınar, İ. & Eriş, E. D. (2020). “Bibliometric Analysis Of Social Entrepreneurship in Gastronomy Tourism”. *Tourism Review*, 68 (19), 58 – 67.
- Çiftçi, F. (2017). *Turizm Sektöründeki Sosyal Girişim Çalışanlarının Sosyal Girişimcilik Davranışı, İş ve Yaşam Tatmini: Tatuta Projesi Narköy Örneği*. (Yayımlanmış Yüksek Lisans Tezi), Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Dacin P. A., Dacin M. T. & Matear, M. (2010). “Social Entrepreneurship: Why We Don’t Need a New Theory and How We Move Forward From Here”, *Academy of Management Perspectives*, 36-56.
- Dacin M. T., Dacin P. A. & Tracey, P. (2011). “Social Entrepreneurship: A Critique and Future Directions”, *Organization Science*, 22 (5), 1203-1213.
- De Lange, D. & Dodds, R. (2017). “Increasing Sustainable Tourism Through Social Entrepreneurship”, *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 29 (7), 1977-2002.
- Dees, J. G. (2001). “The Meaning of “Social Entrepreneurship” ”, *Stanford University: Draft Report for the Kauffman Center of Entrepreneurial Leadership*, 1-5.
- Dees, J. G. (2012). “A Tale of Two Cultures: Charity, Problem Solving and the Future Social Entrepreneurship.” *Journal of Business Ethics*, 111 (3), 321-334.
- Dees, J.G., Emerson, J. & Economy, P. (2001). *Enterprising Nonprofits: A Toolkit for Social Entrepreneurs*, New York: Wiley.
- Defourny, J. (2014). “From Third Sector to Social Enterprise: A European Research Trajectory”. Defourny, J, Hulgard, L. & Pestoff, V. (Ed.), *Social Enterprise and the Third Sector*, (ss. 33-57), Routledge, 2014.
- Defourny, J., & Nyssens, M. (2008). “Social Enterprise in Europe: Recent Trends and Developments. *Social Enterprise Journal*, 8 (1), 4-12.
- De Vries, M. K. (1977). “The Entrepreneurial Personality: A Person at the Crossroads”, *Journal of Management Studies*, 14 (1), 34-57.
- Dew, N. Velamuri, R. S. & Venkataraman, S. (2004). “Dispersed Knowledge and an Entrepreneurial Theory of the Firm”, *Journal Of Business Venturing*, 19 (5), 659–679.

- Döm, S. (2017). *Girişimcilik ve Küçük İşletme Yöneticiliği*, Ankara: Detay Yayıncılık.
- Donati, P. (2008). "The Emergent Third Sector in Europe: Actors, Relations and Social Capital". Anheier, H. K., Rossi, G., Boccacin, L. (Ed.), *The Social Generative Action of the Third Sector: Comparing International Experiences*, (ss. 13-47), Milano: Vita e Pensiero, 2008.
- Dredge, D. (2017). "Institutional and Policy Support for Tourism Social Entrepreneurship". Sheldon, P. J. & Daniele, R. (Ed.). *Social Entrepreneurship and Tourism: Philosophy and Practice*. (ss. 35-55), Cham, Switzerland, 2017.
- Drucker, P. F. (2007). *Innovation and Entrepreneurship: Practice and Principles*, Oxford: Butterworth-Heinemann.
- Duran, E. & Özkul, E. (2012). "Yerel Halkın Turizm Gelişimine Yönelik Tutumları: Akçakoca Örneği Üzerinden Bir Yapısal Model", *International Journal of Human Sciences*, 9 (2), 500-520.
- Ekinci, M. B. (2014). "The Cittaslow Philosophy in the Context of Sustainable Tourism Development: The Case of Turkey", *Tourism Management*, 41, 178-189.
- El Ebrashi, R. (2013). "Social Entrepreneurship Theory And Sustainable Social Impact", *Social Responsibility Journal*, 9 (2), 188-209.
- Ergül, M. & Johnson, C. (2011). "Social Entrepreneurship in the Hospitality and Tourism Industry: An Exploratory Approach", *Consortium Journal of Hospitality and Tourism*, 16 (2), 40-46.
- Ersen, T.B., Kaya, D., Meydanoğlu, Z., *Sosyal Girişimler ve Türkiye-İhtiyaç Analizi Raporu (50)*, TÜSEV Yayınları, 2010.
- Eshilki, S., A. & Kaboudi, M. (2012). "Community Perception of Tourism Impacts and Their Participation in Tourism Planning: A Case Study of Ramsar", *Social and Behavioral Sciences*, 36, 333-341.
- Etzioni, A. (1973). "The Third Sector and Domestic Missions", *Public Administration Review*, 33 (4), 314-323.

- Farhadi Andarabi, F. (2012). *Cittaslow Markasına Sahip Şehirlerde Yerel Halkın Turizme Yaklaşımı Üzerine Bir Analiz: Seferihisar Örneği*, (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Gazi Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Farhoodi, M. (2019). *Turkey's Tourism Social Entrepreneurship Ecosystem: An Assessment of The Potential For Hybrid Value Creation*. (Yüksek Lisans Tezi), İstanbul: Üniversite Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Fici, A. (2015). "Recognition and Legal Forms of Social Enterprises in Europe: A Critical Analysis from a Comparative Law Perspective", *Euricse Working Paper Series*, 23-78.
- Field, A. (2013). *Discovering Statistics Using IBM SPSS*, London: Sage Publications.
- Filion, L. J. (2011). Defining the Entrepreneur Complexity and Multi-Dimensional Systems Some Reflections, Dana, L. P. (Ed.), *World Encyclopedia of Entrepreneurship*, Cheltenham, UK and Northampton, MA, USA, Edward Elgar Pub., 41-52.
- Fishbein, M., & Ajzen, I. (1975). *Belief, Attitude, Intention, and Behavior: An Introduction to Theory and Research*. Reading, MA: Addison-Wesley.
- Gerber, M. E. (2015). *Girişimcilik Tutkusu Küçük İşletmeler Niçin Batar Nasıl Büyür?*. İstanbul: Agora Kitaplığı.
- Giannakaki, M. S. (2005). "Using Mixed-Methods to Examine Teachers' Attitudes to Educational Change: The case of the Skills for Life Strategy for Improving Adult Literacy and Numeracy Skills in England". *Educational Research and Evaluation*, 11 (4), 323- 348.
- Gordon, M. (2015). "A Typology of Social Enterprise Traditions". *ICSEM Working Papers, 18, Liege: The International Comparative Social Enterprise Models (ICSEM)*.
- Greene, J. C., Caracelli, V. J., & Graham, W. F. (1989). "Toward A Conceptual Framework For Mixed Method Evaluation Designs". *Educational Evaluation and Policy Analysis*, 11 (3), 255–274.

- Gunn, C. A. (1994). *Tourism Planning: Basics, Concepts, Cases*. 3. Basım, Washington, DC: Taylor and Frances.
- Gupta, P., Chauban, S., Paul, J. & Jaiswald, M. P. (2020). "Social Entrepreneurship Research: A Review and Future Research Agenda". *Journal of Business Research* 113: 209–229.
- Güney, S. (2017). *Girişimcilik Temel Kavramlar ve Bazı Güncel Konular*, Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Günlü, E. (2015). "Sosyal Girişimcilik Olgusunun Kavramsal Analizi ve Turizmde Sosyal Girişimcilik", *Sosyal ve Beşeri Araştırmalar Dergisi*, 35, 23-42.
- Gürsoy, D. J., Jurovski, C. & Uysal, M. (2002). "Resident Attitudes: A Structural Modeling Approach." *Annals of Tourism Research*, 29 (1), 79–105.
- Haines, R., Street, M.D., & Haines, D. (2008). The Influence of Perceived Importance of an Ethical Issue on Moral Judgment, Moral Obligation, and Moral Intent. *Journal of Business Ethics*, 81 (2), 387–399.
- Hair Jr., J. F., Black, W. C., Babin, B. J., Anderson, R. E., & Tatham, R. L. (2009). *Multivariate Data Analysis*, Porto Alegre: Bookman.
- Hair, Jr. F., Black, W.C., Babin, B.J., Anderson, R. E. ve Tatham, R.L. (2014). *Multivariate Data Analysis. Upper Saddle River*, New Jersey: Pearson Education Limited.
- Hair Jr. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. & Sarstedt, M. (2017). *A Primer On Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)* (2. Basım). New York: Sage Publications.
- Han, M. & McKelvey, B. (2016). "How to Grow Successful Social Entrepreneurship Firms? Key Ideas from Complexity Theory", *Journal of Enterprising Culture*, 24 (3), 243-280.
- Harding, R. (2004). "Social Enterprise: The New Economic Engine", *Business Strategy Review*, 15 (4), 39-43.
- Hasse, J.C. (2003). "Tourism and Participatory Geographical Information Systems (PAGIS)", *BBS Teaching & Research Review*, 6, 1468-4578.

- Haugh, H. (2005). "A Research Agenda for Social Entrepreneurship", *Social Enterprise Journal*, 1 (1), 1-12.
- Hébert, R., F. & Link, A., N. (1989). "In Search of the Meaning of Entrepreneurship", *Small Business Economics*, 39-49.
- Hébert, R., F. & Link, A., N. (2006). "The Entrepreneur as Innovator", *Journal of Technology Transfer*, 31, 589-597.
- Hemingway, C. A. (2005). "Personal Values as a Catalyst for Corporate Social Entrepreneurship", *Journal of Business Ethics*, 60 (3), 233-249.
- Henrekson, M. (2007). *Entrepreneurship and Institutions*, Research Institute of Industrial Economics, Working Paper, 707, 1-28. Sweden.
- Henton, D., J. Melville, & K. Walesh. 1997. "The Age of the Civic Entrepreneur: Restoring Civil Society and Building Economic Community", *National Civic Review*, 86 (2), 149-156.
- Hockerts, K. (2010). "Social Entrepreneurship Between Market and Mission", *International Review of Entrepreneurship*, 8 (2), 177-198.
- Hockerts, K. (2015). "The Entrepreneurial Antecedents Scale (SEAS): A Validation Study", *Social Enterprise Journal*, 11 (3), 260-280.
- Hockerts, K. (2017). "Determinants of Social Entrepreneurial Intentions", *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 41 (1): 105-130.
- Holden, A. (2003). "In Need of New Environmental Ethics for Tourism", *Annals of Tourism Research*, 30 (1), 94.
- Hoppe, M. (2016). "The Entrepreneurship Concept: A Short Introduction". *Högre Utbildning*, 6 (2), 95-108.
- Hosseini, G., & Ramezani, A. (2016). "Factors Influencing Sustainable Entrepreneurship in Small and Medium-Sized Enterprises in Iran: A Case Study of Food Industry". *Sustainability*, 8 (10), 1010.
- Houppermans, D. (2010). "Change Agents: The Promise of Social Entrepreneurship for Sustainable Development", *Master of Management Studies*, The University of Waikato.

- Houtbeckers, E. (2014). "Yhteiskunnallisen Yrittäjyyden Toimijoiden Kirjo Suomessa". *Tieteessä Tapahtuu*, 3 (1), 7–11.
- Huybrechts B. & Nicholls A. (2012). Social Entrepreneurship: Definitions, Drivers and Challenges. Volkmann C., Tokarski K., Ernst K. (Ed.) *Social Entrepreneurship and Social Business*. Gabler Verlag.
- Hulland, J. (1999). "Use of Partial Least Squares (PLS) In Strategic Management Research: A Review of Four Recent Studies", *Strategic Management Journal*, 20 (2), 195-204.
- Hurley, A. (1999). "Incorporating Feminist Theories Into Sociological Theories of Entrepreneurship", *Women in Management Review*, 14 (2), 54-62.
- Husserl E. (2012). *Ideas: General Introduction to Pure Phenomenology*. New York: Routledge.
- Hwee Nga, K. H. J. & Shamuganathan, G. (2010). "The Influence of Personality Traits and Demographic Factors on Social Entrepreneurship Start up Intentions", *Journal of Business Ethics*, 95 (2), 259-282.
- International Tourism Highlights, World Tourism Organisation (UNWTO), <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284421152>, 2019.
- Işık, C. & Aydın, E. (2017). "Kişisel Değerlerin Sosyal Girişimcilik Eğilimine Etkisi: Turizm Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma", *Journal of Entrepreneurship and Innovation Management*, 6 (2), 131-154.
- Işık, C. & Çalkın, Ö. (2016). "Yerel Halkın Turizmin Etkileri Hakkındaki Görüşleri: TRA2 Bölgesi Analizi", *IUJEAS*, 1 (2), 19-48.
- Işık, C., Günlü Küçükaltan, E., Çelebi, S. K., Çalkın, Ö., Enser, İ., & Çelik, A. (2019). "Tourism and Entrepreneurship: A Literature Review", *Journal of Ekonomi*, 1, 01-28.
- Ivankova, N. V., Creswell, J. W. & Stick, S. L. (2006). "Using Mixed-Methods Sequential Explanatory Design: From Theory to Practice, *Field Methods*, 18: 3.

- Iyengar, V. (2014). "For Goodness, We Will Change – An Ultimate Goal of The Entrepreneurs For Effecting Social Enterprise", *Procedia Economics and Finance*, 11, 767 – 774.
- İraz, R. (2010). *Yaratıcılık ve Yenilik Bağlamında Girişimcilik ve Kobiler*, Konya: Çizgi Kitabevi.
- İrengün, O. & Arıkboğa, Ş. (2015). "The Effect of Personality Traits on Social Entrepreneurship Intentions: a Field Research", *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 195, 1186-1195.
- Jackson, L. A. (2008). "Residents' Perceptions of the Impacts of Special Event Tourism", *Journal of Place Management and Development*, 1 (3), 240-255.
- Jenei, G. & Kuti, E. (2008). "The Third Sector and Civil Society". Osborne, S. P. (Ed.), *The Third Sector in Europe: Prospects and Challenges*, (ss. 21-37), Routledge.
- Jolliffe, D. & Farrington, D. P. (2006). "Development and Validation of the Basic Empathy Scale". *Journal of Adolescence*, 29, 586-611.
- Jurowski, C. & Gürsoy, D. (2004), "Distance Effects on Residents' Attitudes Toward Tourism", *Annals of Tourism Research*, 31 (2); 296 – 312.
- Kalaycı, Ş. (2014). *SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri*, 6. Baskı, Ankara: Asil Yayın Dağıtım.
- Kannampuzha, M. J. & Hockerts, K. (2015). "Development of a Scale to Measure the Components of the Social Enterprise Construct", Kannampuzha, M. J., (Ed.), *Understanding and Measuring Social Entrepreneurship*, (ss. 1-27), Jyväskylä Studies In Business and Economics.
- Kannampuzha, M. J. & Hockerts, K. (2019). "Organizational Social Entrepreneurship: Scale Development and Validation", *Social Enterprise Journal*, 750-861.
- Karadal, H. (2016). *Girişimcilik Uygulamaları Girişimcilik Eğitimi & Güncel Konular & Girişimci Destekleri & İş Planı*, Geliştirilmiş 4. Baskı. İstanbul: Beta Yayınları.
- Karahan, F. & Çakır, E. (2010). *Uzundere Turizm Master Planı: Vizyon 2023*, Erzurum: Uzundere Belediyesi.

- Karagöz, Y. (2017). *SPSS ve AMOS Uygulamalı Nitel-Nicel Karma Bilimsel Araştırma Yöntemleri ve Yayın Etiği*, 1. Baskı. Ankara: Nobel Yayınevi.
- Kautonen, T., van Gelderen, M., & Fink, M. (2015). “Robustness of the Theory of Planned Behavior in Predicting Entrepreneurial Intentions and Actions”. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 39 (3), 655–674.
- Kaymaz, Ç. K. & Birinci, S. (2018). “Agriturizm ve Agroturizmin TaTuTa (Tarım-Turizm-Takas) Kapsamında Değerlendirilmesi ve Uzundere-Tortum İlçelerinde Kırsal Kalkınmaya Etkisi”. *International Journal of Agricultural and Natural Sciences*, 1 (2), 115.126.
- Kazançoğlu, İ. & Dirsehan, T. (2016). “Sosyal İnovasyon ile Sakin Şehirler Arasındaki İlişkinin Sosyal Girişim (ci) ler Açısından İncelenmesi: Seferihisar Örneği”, *Ege Stratejik Araştırmalar Dergisi*, 7 (Özel Sayı): 135-161.
- Kerr, J. E. (2007). “Sustainability Meets Profitability: The Convenient Truth of How The Business Judgment Rule Protects a Board’s Decision to Engage in Social Entrepreneurship”, *Cardozo Law Review*, 29, 623-669.
- Kılıç, S. N., Sezen, T. S. & Aydemir, B. (2018). “Sosyal Restoran Girişimciliği: Bir Örnek Olay İncelemesi”. *1. Uluslararası Turizmde Yeni Jenerasyonlar ve Yeni Trendler Kongresi (INGANT 2018) Bildiriler Kitabı, 1-3 Kasım 2018, Sakarya*, s.310-320.
- Kimbu, A. N., & Ngoasong, M. Z. (2016). “Women as Vectors of Social Entrepreneurship”, *Annals of Tourism Research*, 60, 63-79.
- Kirzner, I. (1973). *Competition and Entrepreneurship*. Chicago: University Press.
- Knox, P. L. (2005). “Creating Ordinary Places: Slow Cities in a Fast World”, *Journal of Urban Design*, 10 (1), 1-11.
- Koç, O. (2010). “Toplumsal Sorunlarla Mücadelede Bir Kaldıraç Olarak Sosyal İnovasyon ve Sosyal Girişimcilik Açısından Önemi”, *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 5 (2), 205-212.
- Koh, K., Y. & Hatten, T., S. (2002). “The Tourism Entrepreneur”, *International Journal of Hospitality & Tourism Administration*, 3 (1), 21-48.

- Kokkranikal, J. & Morrison, A. (2011). "Community Networks and Sustainable Livelihoods in Tourism: The Role of Entrepreneurial Innovation". *Tourism Planning & Development*, 8 (2), 137-156.
- Kothari, C.R. (2004). *Research Methodology: Methods and Techniques*. 2. Basım, New Delhi: New Age International Publishers.
- Kraus, S. (2013). "The Role Entrepreneurial Orientation in Service Firms: Empirical Evidence from Austria". *The Service Industries Journal*, 33 (5), 427-444.
- Krause, J., Croft, D. P. & James, R. (2007). "Social Network Theory in The Behavioural Sciences: Potential Applications". *Behav Ecol Sociobiol* 62, 15-27.
- Krueger, N.F., Reilly, M.D., & Carsrud, A.L. (2000). "Competing Models of Entrepreneurial Intentions". *Journal of Business Venturing*, 15 (5-6), 411-432.
- KUDAKA (2015). *Erzurum İli Sosyal Yapı Analizi*.
- Kulakoğlu Dilek, N. & Dilek, S. E. (2018). "Turizm ve Sosyal Girişimcilik: Türkiye'den Gençtur Örneği". *Uluslararası GAP Sosyal Bilimler Kongresi*, 2018, şanlıurfa.
- Küçükaltan, D. (2009). "Genel Bir Yaklaşım ile Girişimcilik", *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 4 (1), 21-28.
- Kümbetoğlu, B. (2020). *Niteliksel Araştırmalarda Analiz*. Birinci Basım. İstanbul: Bağlam Yayıncılık.
- Kümbül Güler, B. (2011). "Yoksulluk ile Mücadelede Sosyal Girişimcilik: Ashoka Üyelerinden Sosyal Yenilikçi Örnek Uygulamalar", *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 13 (3), 79-11.
- Laeis, G. C. & Lemke, S. (2016). "Social Entrepreneurship in Tourism: Applying Sustainable Livelihoods Approaches". *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 28 (6), 1076-1093.
- Leadbeater, C. (1997). *The Rise of the Social Entrepreneur*, London: Demos.
- Lee, T. H. (2013). Influence Analysis of Community Resident Support for Sustainable Tourism Development. *Tourism Management*, 34, 37-46.
- Leibenstein, H. (1968). "Entrepreneurship and development", *American Review of Economics*, 72-83.

- Li, L. (2008). "A Review of Entrepreneurship Research Published in the Hospitality and Tourism Management Journals". *Tourism Management*, 29 (5), 1013–1022.
- Li, W. J. (2006). "Community Decision Making Participation in Development", *Annals of Tourism Research*, 33 (1), 132–143.
- London, M. (2010), "Understanding Social Advocacy: an Integrative Model of Motivation, Strategy, and Persistence in Support of Corporate Social Responsibility and Social Entrepreneurship", *Journal of Management Development*, 29 (3), 224-245.
- Lorcu, F. (2015). *Örneklerle Veri Analizi SPSS*, Ankara: Detay Yayıncılık.
- Low, M., B. & MacMillan, I., C. (1988). "Entrepreneurship: Past Research and Future Challenges". *Journal of Management*, 14 (2), 139-161.
- Lucas, R.E. (1978). "On the Size Distribution of Business Firms", *The Bell Journal of Economics*, 9 (2), 508–523.
- Mair, J., Battilana, J. & Cardenas, J. (2012). "Organizing for Society: A Typology of Social Entrepreneurial Models", *Journal of Business Ethics*, 111: 353-373.
- Mair, J. & Marti, I. (2006). "Social Entrepreneurship Research. A Source of Explanation, Prediction and Delight", *Journal of World Business*, 41 (1), 36-44.
- Mair, J. & Noboa, E. (2006). "Social Entrepreneurship: How Intentions to Create a Social Venture are Formed", Mair, J., Robinson, J. & Hockerts, K. (Ed.), *Social Entrepreneurship*, (ss. 121-136), New York: Palgrave MacMillan.
- Marangoz, M. (2018). *Girişimcilik*. İstanbul: Beta Yayınevi.
- Mazurkiewicz, P. (2005). "Corporate Environment Responsibility: Is a Common. CSR Framework Possible?" *World Bank Discussion Paper*.
- McClelland, D. C. (1965). "Toward a Theory of Motive Acquisition", *American Psychologist*, 20 (5), 321–333.
- McMurtry, J., Brouard, F., Elson, P., Hall, P., Lionais, D., & Vieta, M. (2015). "Social Enterprise in Canada: Context, Models and Institutions", *ICSEM Working Papers*.

- Mehrabian, A. & Epstein, N. (1972). A Measure of Emotional Empathy. *Journal of Personality*, 40 (4), 525–543.
- McIntyre, G. (1993). *Sustainable Tourism Development: Guide for Local Planners*. Madrid, Spain: World Tourism Organization.
- Morgan, D. (1998). “Practical Strategies for Combining Qualitative and Quantitative Methods: Applications to Health Research”, *Qualitative Health Research*, 8, 362-376.
- Morrison, A. (2006). “A Contextualisation of Entrepreneurship”, *International Journal of Entrepreneurial Behavior and Research*, 12 (4), 192-209.
- Mort, G. S., Weerawardena, J. & Carnegie, K. (2003). “Social Entrepreneurship: Towards Conceptualization.” *International Journal of Nonprofit and Voluntary Sector Marketing*, 8 (1), 76-88.
- Mottiar, Z. (2016). “Exploring the Motivations of Tourism Social Entrepreneurs: The Role of A National Tourism Policy as A Motivator for Social Entrepreneurial Activity in Ireland”, *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 28 (6), 1137–1154.
- Mulgan, G., Tucker, S., Ali, R. & Sanders, B. (2007). “Social Innovation: What it is, Why it Matters and How it Can be Accelerated, *Working Paper*, Skoll Centre for Social Entrepreneurship, Oxford.
- Murphy, P.E. (1983). “Tourism As a Community Industry An Ecological Model of Tourism Development”, *Tourism Management*, 180-193.
- Murphy, P. E. (1985). *Tourism: A Community Approach*. New York: Methuen.
- Müller, S. (2012). “Social Entrepreneurship And Social Business: An Introduction And Case Studies”, Volkmann, C.K., Tokarski, K.O., & Ernst, K. (Ed.), *Social Entrepreneurship and Social Business- An Introduction and Discussion with Case Studies* (ss. 105–131), Springer Gabler. doi 10.1007/978-3-8349-7093-0.
- Nelson, R. R. & Winter, S. G. (1982). *An Evolutionary Theory of Economic Change*. Cambridge, Mass: Harvard University Press.

- Nicholls, A. (2006). "Playing the Field: A New Approach to the Meaning of Social Entrepreneurship", *Social Enterprise Journal*, 2 (1), 1-5.
- Nicholls, A. (2010). "The Legitimacy of Social Entrepreneurship: Reflexive Isomorphism in a Pre-Paradigmatic Field", içinde *Entrepreneurship Theory and Practice*, 34 (4), 611-634.
- Nooteboom, B., (1993). "Firm Size Effects On Transaction Costs", *Small Business Economics*, 5 (4), 283-295.
- North, D. C. (1990). *Institutions, Institutional Change And Economic Performance*, Cambridge, Uk: Cambridge University Press.
- Obst, C. (2016). "Framing Sustainable Tourism. UNWTO Statistics and Tourism Satellite Account Programme", *Measuring Sustainable Tourism*, 1-17.
- Odum, E.P. (1969). "The Strategy of Ecosystem Development", *Science*, 16-J. 262-270.
- OECD, (2010) 'SMEs, Entrepreneurship and Innovation', Executive Summary, OECD.
- Onaran, B., (2014), *Sürdürülebilir Pazarlama*, Detay Yayıncılık, Ankara.
- Orhan, T. & Karahan, F. (2010). "Uzundere İlçesi ve Yakın Çevresinin Ekoturizm Potansiyelinin Değerlendirilmesi", *Artvin Çoruh Üniversitesi Orman Fakültesi Dergisi*, 11 (1): 27-42.
- Osborne, S. P. (2008). Key Issues for the Third Sector in Europe, Osborne, S. P. (Ed). *The Third Sector in Europe: Prospects and Challenges*, (ss. 1-3), Routledge.
- Özdamar, K. (2016). *Eğitim, Sağlık ve Davranış Bilimlerinde Ölçek ve Test Geliştirme Yapısal Eşitlik Modellemesi*, 1. Baskı, Eskişehir: Nisan Kitabevi.
- Özdemir, M. A. & Kervankıran, İ. (2011). "Turizm ve Turizmin Etkileri Konusunda Yerel Halkın Yaklaşımlarının Belirlenmesi: Afyonkarahisar Örneği", *Marmara Coğrafya Dergisi*, 24: 1-25.
- Özdevecioğlu, M. & Cingöz, A. (2009). "Sosyal Girişimcilik ve Sosyal Girişimciler: Teorik Çerçeve", *Erciyes Üniversitesi İİBF Dergisi*, 32, 1-5.
- Özdevecioğlu, M & Karaca, M. (2015). *Girişimcilik, Girişimci Kişilik, Kavram ve Uygulama*, Konya: Eğitim Yayınevi.

- Özgeriş, M. (2020) *Sakin Şehir (Cittaslow) Uzundere'nin Planlama ve Tasarım Uygulamaları Yönünden Sürdürülebilirliğinin Değerlendirilmesi*. (Doktora Tezi), Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Erzurum.
- Öztürk, M. C. (2016). *İletişimci Bakış Açısıyla Sosyal İnovasyon*, Ankara: Detay Yayıncılık.
- Parker, S., C. (2004). *The Economics of Self-Employment and Entrepreneurship*, New York: Cambridge University Press.
- Pasricha, P., & Rao, M. K. (2018). "The Effect of Ethical Leadership on Employee Social Innovation Tendency in Social Enterprises: Mediating Role of Perceived Social Capital". *Creativity and Innovation Management*, 27 (3), 270–280.
- Patton, M. Q. (1987). *How To Use Qualitative Methods in Evaluation*, Londra: Sage Pub.
- Patton, M. (2015). *Qualitative Research and Evaluation Methods*, 4. Basım, Sage Publications, Thousand Oaks.
- Peng, K. L. & Lin, P. M. (2016). "Social Entrepreneurs: Innovating Rural Tourism Through The Activism of Service Science". *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 28 (6), 1225-1244.
- Peredo, A. M. & McLean, M. (2006). "Social Entrepreneurship: A Critical Review of the Concept", *Journal of World Business*, 4, 56-65.
- Peredo, A. M., & Chrisman, J. J. (2006). "Toward A Theory of Community-Based Enterprise", *Academy of Management Review*, 31 (2), 309.
- Perrini, F., & Vurro, C. (2006). "Social Entrepreneurship: Innovation and Social Change Across Theory And Practice", Mair, J. Robinson, & K. Hockerts (Ed.), *Social Entrepreneurship*, (ss. 57-85), Basingstoke, UK: Palgrave Macmillan.
- Perrini, F., Vurro, C. & Costanzo, L. A. (2010). "A Processbased View of Social Entrepreneurship: From Opportunity Identification to Scaling-Up Social Change in The Case of San Patrignano", *Entrepreneurship & Regional Development*, 22 (6), 515-534.
- Pinel, D. P. (1998). *A Community-Based Tourism Planning Process Model: Kyuquot Sound Area, B.C.* (Yüksek Lisans Tezi), The University of Guelph, Canada.

- Pless, N. M., & Appel, J. (2012). "In Pursuit of Dignity and Social Justice: Changing Lives Through 100% Inclusion—How Gram Vikas Fosters Sustainable Rural Development", *Journal of Business Ethics*, 111 (3), 389-411.
- Pollock, A. (2015). "Social Entrepreneurship in Tourism: The Conscious Travel Approach. Tourism Innovation Partnership for Social Entrepreneurship". *Tourism Innovation Partnership for Social Entrepreneurship*, London, , UK: TIPSE Tourism.
- Post, J. E. (2006). "Redefining the Corporation: Stakeholders and Social Purpose", *Politeia*, 82, 13-29.
- Prabhu, N. (1999). "Social Entrepreneurial Leadership", *Special MCB Internet Conference Issue on "Leadership in Management*, 1-11.
- Praszkie, R., Nowak, A. & Coleman, P. T. (2010). "Social Entrepreneurs and Constructive Change: The Wisdom of Circumventing Conflict", *Peace and Conflict*, 16:2, 153-174.
- Preston, S. D., Bechara, A., Damasio, H., Grabowski, T. J., Stansfield, R. B., Mehta, S., & Damasio, A. R. (2007). "The Neural Substrates of Cognitive Empathy", *Social Neuroscience*, 2 (3-4), 254–275.
- Putnam, R. D. (1995). Tuning In, Tuning Out: The Strange Disappearance of Social Capital In America, *Political Science & Politics*, 28 (4), 664–683.
- Rahim, H. L. & Mohtar, S. (2015). "Social Entrepreneurship: A Different Perspective", *International Academic Research Journal of Business and Technology* 1(1), 9-15.
- Raithel, S., Sarstedt, M., Scharf, S., & Schwaiger, M. (2012). "On the Value Relevance of Customer Satisfaction. Multiple Drivers and Multiple Markets", *Journal of the Academy of Marketing Science*, 40 (4), 509-525.
- Ribeiro, M. A., Pinto, P., Silva, J. A. & Woosnam, K. M. (2017). "Examining the Predictive Validity of SUS-TAS with Maximum Parsimony in Developing Island Countries", *Journal of Sustainable Tourism*, 26 (3), 379-398.

- Romer, P. (1986). "Increasing Returns and Economic Growth", *The Journal of Political Economy*, 94 (5), 1002–1037.
- Roper, J., & Cheney, G. (2005). "Leadership, Learning And Human Resource Management: The Meanings Of Social Entrepreneurship Today". *Corporate Governance*, 5 (3), 95-104.
- Rowe, J. S. (1992). "The Ecosystem Approach to Forestland Management", *The Forestry Chronicle*, 682: 222-24.
- Rowshan, S. A. & Forouharfar, A. (2014). "Customized Social Entrepreneurship Theory & Customized Social Entrepreneurship Strategy as a Theory Conceptualization & Practice towards Sustainable Development in Iran", *Asian Journal of Research in Social Sciences and Humanities*, 4 (8), 367-385.
- Saiz-Álvarez, J. M. (2018). Sustainable Tourism and Social Entrepreneurship. The Magic Town of Tequila, Mexico. *RETOS. Revista de Ciencias de la Administración y Economía*, 8 (15), 51-67.
- Salamzadeh, A., Azimi, M. A., & Kirby, D. A. (2013). "Social Entrepreneurship Education in Higher Education: Insights From a Developing Country". *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 20 (1), 17-34.
- Santos, F. M. (2012). "A Positive Theory of Social Entrepreneurship", *Journal of Business Ethics*, 111, 335-351.
- Santos, F. M. (2013). "Social Entrepreneurship That Truly Benefits the Poor an Integrative Justice Approach", *Journal of Management for Global Sustainability*, 2, 31-62.
- Santos, N. J. C. & Lacznia, G. R. (2009). "Marketing to the Poor: An Integrative Justice Model for Engaging Impoverished Market Segments", *Journal of Public Policy & Marketing*, 28 (1): 3–15.
- Schaper, M. (2002). "Understanding the Green Entrepreneurship", *Greener Management International*, 38, 3–12.

- Schumpeter, J. A. (1934). *The Theory of Economic Development: An Inquiry into Profits, Capital, Credit, Interest, and the Business Cycle* (R. Opie, Çeviri), Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Schumpeter, J. A., (2002). “New Translations from Theorie der Wirtschaftlichen Entwicklung. American”, *Journal of Economics and Sociology*, 61 (2), 405-437.
- Seelos, C., & Mair, J. (2005). “Social Entrepreneurship: Creating New Business Models To Serve the Poor”. *Business Horizons*, 48, 241–246.
- Sezgin, M., Ünüvar, G. (2011). *Sürdürülebilirlik ve Şehir Pazarlaması Ekseninde Yavaş Şehir*. Konya: Çizgi Kitabevi.
- Shane, S. & Venkataraman, S. (2000). “The Promise of Entrepreneurship as a Field of Research”, *Academy of Management Review*, 25 (1), 217-226.
- Sheldon, J. P. & Abenoja, T. (2001). “Resident Attitudes in a Mature Destination: The Case of Waikiki”, *Tourism Management*, 22 (5), 435-443.
- Sheldon, P. J., Pollock, A. & Daniele, R. (2017). “Social Entrepreneurship and Tourism: Setting the Stage”, Sheldon, P. J. & Daniele, R. (Ed.). *Social Entrepreneurship and Tourism: Philosophy and Practice*. (ss. 1-18), Cham, Switzerland.
- Short, J. C., Moss T. W. & Lumpkin G. T. (2009). “Research in Social Entrepreneurship: Past Contributions and Future Opportunities”, *Strategic Entrepreneurship Journal*, 3, 161-194.
- Shmueli, G., Ray, S., Velasquez Estrada, J.M. & Shatla, S.B. (2016), “The Elephant in The Room: Evaluating The Predictive Performance of PLS Models”, *Journal of Business Research*, 69 (10), 4552-4564.
- Sırakaya-Türk, E., & Gürsoy, D. (2013). “Predictive Validity of SUSTAS”, *Tourism Analysis*, 18 (5), 601–605.
- Sigala, M. (2016). “Learning with the Market a Market Approach and Framework for Developing Social Entrepreneurship in Tourism And Hospitality”, *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 28 (6), 1245-1286.
- Sloan, P., Legrand, W. & Simons-Kaufmann, C. (2014). “A Survey of Social Entrepreneurial Community-Based Hospitality and Tourism Initiatives in

- Developing Economies: A New Business Approach for Industry”, *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*, 6 (1), 51-61.
- Smith, C. R. (2000). "Managing Work And Family İn Small “Copreneurial” Business: An Australian Study", *Women in Management Review*, 15 (5/6), 283 – 289.
- Smith, I. H. & Woodworth, W. P. (2012). “Developing Social Entrepreneurs and Social Innovators a Social Identity and Self-efficiency Approach”, *Academy of Management Learning & Education*, 11 (3), 390-407.
- Sondari, M. C. (2014). “Is Entrepreneurship Education Really Needed? : Examining the Antecedent of Entrepreneurial Career Intention”, *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 115, 44 – 53.
- Spagnoli, P., Caetano, A., & Santos, S. C. (2015). “Entrepreneurial Self-efficacy in Italy: an Empirical Study from a Gender Perspective”, *Testing, Psychometrics, Methodology in Applied Psychology*, 22 (4), 485-506.
- Su, W., S., Chang, L., F. & Yeh, M., T. (2017). “Developing Sustainable Tourism Attitude in Tai-wanese Residents”, *The International Journal of Organizational Innovation*, 10 (1), 275-290.
- Şimşek, M. Ş., Çelik, A. & Akgemci, T. (2014). *Davranış Bilimlerine Giriş ve Örgütlerde Davranış*, Konya: Eğitim Yayınevi.
- Tanimoto, K. (2008). “A Conceptual Framework Of Social Entrepreneurship And Social Innovation Cluster: A Preliminary Study”, *Hitotsubashi Journal of Commerce and Management*, 42, 1-16.
- Tashakkori, A., & Teddlie, C. (1998). *Mixed methodology: Combining Qualitative and Quantitative Approaches*, Sage Publications, Inc.
- Tayfun, A. & Yıldırım, M. (2010). “Turistlerin Tüketim Davranışları Kültüre/Milliyete Göre Farklılık Gösterir Mi? Alman ve Rus Turistler Üzerine Bir Araştırma”, *İşletme Araştırmaları Dergisi* (2), 43-64.
- Teddlie, C. ve Tashakkori, A. (2015). *Karma Yöntem Araştırmalarının Temelleri*. Dede, Y. & Demir, S. B. (Çev. Ed.) 1. Baskı. Ankara: Anı Yayıncılık.

- Tetzschner, H., & Herlau, H. (2003). "Innovation and Social Entrepreneurship in Tourism A Potential for Local Business Development", *IME Working Paper*.
- Timur, S ve Getz, D. (2008). "A Network Perspective on Managing Stakeholders for Sustainable Urban Tourism". *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 20 (4), 445-461.
- Tjornbo, O. & Westley, F. R. (2012). "Game Changers: The Big Green Challenge and the Role of Challenge Grants in Social Innovation", *Journal of Social Entrepreneurship*, 3 (2), 166-183.
- Thompson, J., Alvy, G., & Lees, A. (2000). "Social Entrepreneurship—a new Look at the People and the Potential", *Management Decision*.
- Top, S. (2006). *Girişimcilik Keşif Süreci*, İstanbul: Beta Yayınları.
- Topsakal, Y. & Yüzbaşıoğlu, N. (2018). *İnovasyondan Sosyal İnovasyon ve Sosyal Değişime- Turizm Girişimcileri Perspektifiyle*, Ankara: Detay Yayıncılık.
- Tosun, C. (2001). "Challenges of Sustainable Tourism Development in the Developing World: The Case of Turkey", *Tourism Management*, 22, 289-303.
- Tosun, C. (2002). Host Perceptions of Impacts: A Comparative Tourism Study. *Annals of Tourism Research*, 29 (1), 231-253.
- Tourism Highlights, World Tourism Organisation (UNWTO), <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284419029>, 2017.
- Toy, S., İnci, M. & Gürbüz, G. (2011). TRA1 Düzey 2 Bölgesi (Erzurum, Erzincan, Bayburt) Turizm Varlıkları ve Değerleri Envanteri. Erzurum: Kuzey Anadolu Kalkınma Ajansı (KUDAKA).
- Tracey, P. & Jarvis, O. (2006). "An Enterprising Failure: Why A Promising Social Enterprise Collapsed", *Stanford Social Innovation Review*, 5, 66–70.
- Tucker, A. (1970). Research for Survival. McLoughin, J. B. (Ed.), *Urban and Regional Planning: A Systems Approach*, London, Faber & Faber.
- Turizm Raporu, Türkiye Otelciler Federasyonu (TUROFED), <https://www.turofed.org.tr/turizm-raporu>, 2019.

- Tutar, H., Altinkaynak, F. & Terzi, D. (2017). *Girişimcilik (Temel Girişimcilik ve İş Kurma Süreci)*, 3. Baskı, Ankara: Detay Yayıncılık.
- Urbano, D., Toledano, N. & Soriano, D. (2010). “Analyzing Social Entrepreneurship from an Institutional Perspective: Evidence from Spain”. *Journal of Social Entrepreneurship*, 1 (1), 54-69.
- Uzan, H. A. (2018). *Yerel Halkın Sakin Şehir (Cittaslow) Bağlamında Erzurum/Uzundere’yi Turizm, Ekonomi, Sosyo-Kültürel ve Çevresel Açidan Değerlendirmesi*. (Doktora Tezi). Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Erzurum.
- Uzundere Broşürü, Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2018.
- Ünsever, İ., Yılmaz, H. & Arıkan, İ. (2013). “Tourism Paradox vs. Sustainability and Cittaslow Concept”, *The 3rd Advances in Hospitality and Tourism Marketing & Management Conference*.
- Veciana, J.M. (1989). “Características Del Empresario En España”, *Cuadernos De Economía*, 39.
- Veciana, J.M. (1995). “Entrepreneurship An A Scientific Research Programme”, *Working Paper: European Doctoral Programme In Entrepreneurship and Small Business Management*, Uab.
- Veciana, J.M. (1999), “Función Directiva”, Bellaterra: Servei De Publicacions, Uab.
- Veciana, J., M. (2007). *Enterpreneurship as a Scientific Research Programmme*, Cuervo, Á., Ribeiro, D. & Roig, S (Ed), *Entrepreneurship. Concepts, Theory and Perspective*, (ss. 23-71), Springer, New York 2007.
- Veciana, J.M. & Urbano, D. (2008). The Institutional Approach to Entrepreneurship Research. An Introduction, *International Entrepreneurship And Management Journal*, 4 (4), 365–379.
- Venkataraman S. (1997), The Distinctive Domain Of Entrepreneurship Research: An Editor’s Perspective, Katz J. & Brockhaus R. (Ed.), *Advances in Entrepreneurship, Firm Emergence, And Growth*, (ss. 119-138), Greenwich, CT, 1997.

- Volkman, C. K., Tokarski, K. O. & Ernst, K. (2012). "Background, Characteristics and Context of Social Entrepreneurship". Volkman, C.K., Tokarski, K.O., & Ernst, K. (Ed.), *Social Entrepreneurship and Social Business- An Introduction and Discussion with Case Studies* (ss. 3-30), Springer Gabler. doi 10.1007/978-3-8349-7093-0.
- Wang, C., Duan, Z. & Yu, L. (2016). "From Nonprofit Organization to Social Enterprise: The Paths and Future of a Chinese Social Enterprise in the Tourism Field", *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 28 (6), 1287-1306.
- Wang, X., Yuen, K. F., Wong, Y.D., & Li, K. X. (2020). "How Can The Maritime Industry Meet Sustainable Development Goals? An Analysis of Sustainability Reports From The Social Entrepreneurship Perspective", *Transportation Research Part D* 78.
- Weber, M. (1905). *The Protestant Ethic and the Spirit of Capitalism*. Routledge.
- Weerawardena, J. & Mort, G. S. (2006). "Investigating Social Entrepreneurship: A Multidimensional Models", *Journal of World Business*, 41, 21-35.
- Wennekers, S. & Thurik, R. (1999). "Linking Entrepreneurship and Economic Growth", *Small Business Economics*, 13, 27-55.
- Wood, S. (2012). "Prone to Progress: Using Personality to Identify Supportes of Innovative Social Entrepreneurship.", *Journal of Public Policy & Marketing*, 31 (1), 129-141.
- Yazıcıoğlu, Y. & Erdoğan, S. (2004). *SPSS Uygulamalı Bilimsel Araştırma Yöntemleri*, Ankara: Detay Yayıncılık.
- Yeh, S.S., Ma T. & Huan, T. C. (2016). "Building Social Entrepreneurship for the Hotel Industry by Promoting Environmental Education", *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 28 (6), 1204-1224.
- Yıldırım, Y. T. (2013). *Girişim, Girişimci, Girişimcilik ve Risk Yönetimi Kavramları*, Girişimcilik Ed. Yelkikalan, N., 1. Baskı, İstanbul: Beta Yayınevi.

- Yıldırım, A., & Şimşek, H. (2008). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri* (6.Baskı). Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Yoon, Y. & Uysal, M. (2005). “An Examination of the Effects of Motivation and Satisfaction on Destination Loyalty: A Structural Model”, *Tourism Management*, 26 (1), 45-56.
- Yujuico, E. (2007). *Social Entrepreneurship and Nussbaum’s Capabilities Approach*.
- Zahra, S. A., Rawhouser, H. N., Bhawe, N., Neubaum, D. O. & Hayton, J. C. (2008). “Globalization of Social Entrepreneurship Opportunities”. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 2, 117-131.
- Zahra, S. A., Gedajlovic, E., Neubaum, D. O. & Shulman, J. M. (2009). “A Typology of Social Entrepreneurs: Motives, Search Processes and Ethical Challenges”. *Journal of Business Venturin*, 24, 519-539.
- Zeng, B. (2018). “How Can Social Enterprises Contribute to Sustainable Pro-Poor Tourism Development?”, *Chinese Journal of Population Resources and Environment*, 16 (2), 159-170.
- Zhao, H., Seibert, S. E. & Hills, G. E. (2005), “The Mediating Role of Self-Efficacy in the Development of Entrepreneurial Intentions,” *Journal of Applied Psychology*, 90 (6), 1265-1272.
- Zikmund, W. G. (1997). *Business Research Methods*, Orlando: The Dryden Press.

İNTERNET KAYNAKLARI

Ashoka Vakfı Sosyal Girişimcilik Tanımı, www.ashoka.org (Erişim Tarihi: 11.08.2018).

Deneyim Nedir? <https://sozluk.gov.tr/> (Erişim Tarihi: 12.14.2019).

Girişimcilik Nedir? <https://sozluk.gov.tr/> (Erişim Tarihi: 13.09.2020).

Kurumsal Sosyal Sorumluluk Nedir? https://ec.europa.eu/growth/industry/sustainability/corporate-social-responsibility_en (Erişim Tarihi: 20.10.2018).

Simbiyotik Nedir? <https://kelimeler.gen.tr/simbiyotik-nedir-ne-demek> (Erişim Tarihi: 18.10.2020).

Skoll Vakfı Sosyal Girişimcilik Tanımı, www.skoll.org (Erişim Tarihi: 11.08.2018).

Uzundere Nüfusu https://www.nufusu.com/ilce/uzundere_erzurum-nufusu (Erişim Tarihi: 03.05.2018).

Uzundere Cittaslow, <https://cittaslowturkiye.org> (Erişim Tarihi: 05.08.2018).

Uzundere Turistik Değerler, <http://www.uzundere.bel.tr> (Erişim Tarihi: 05.08.2018).

EKLER

EK 1. Sosyal Girişimcilik Davranış Öncülleri Kod Matrisi

Kod Sistemi	K1	K2	K3	K4	K5	K6	K7	K8	K9	K10	K11	K12	K13	K14	TOP...
SORUNLAR															0
Ekolojik Sorunlar															0
Atık Sorunu	■				■			■				■			4
Aşırı Betonlaşma				■	■		■		■						4
Flora ve Faunaya İlişkin Sorunlar					■		■		■				■		4
Ekonomik Sorunlar															0
Turizmden Yeterince Gelir Elde E	■	■		■	■	■		■	■	■	■			■	10
Yatırımlarla İlgili Sorunlar	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■		■	13
Yerel Ürünlerin Üretimi/Pazarlan	■			■	■		■	■	■	■	■		■	■	10
Ödenek Yetersizliği	■									■	■				4
İstihdam Sorunu	■	■		■	■	■		■	■	■	■	■	■	■	10
Sosyal Sorunlar															0
Duyarlılık Eksikliği	■		■					■			■	■	■		6
Farkındalık Eksikliği	■		■	■	■	■			■		■		■	■	9
Nüfus Yapısına Bağlı Olarak Ortz		■		■	■				■	■	■				6
Paydaş İşbirliğindeki Eksiklikler	■		■	■	■		■		■	■	■	■	■		10
Sağlık Hizmetleriyle İlgili Sorunl		■						■							2
Sosyal/Kültürel Faaliyetlerin Yete			■	■					■	■	■	■	■		7
Tanınırlığının Düşük Olması			■	■	■		■	■							5
Yerel Halkta Turizme Yönelik İlg	■			■	■	■	■							■	6
İşsizliğe Bağlı Olarak Gerçekleşer	■	■		■	■	■		■	■	■		■			9
Sorunların Çözümü															0
Kamu Kurumları															0
Betonlaşmaya karşı önlemler	■	■					■							■	4
Sokak hayvanlarına yönelik faali	■														1
Toplumsal Farkındalık Oluştur				■	■					■					3
Sosyal Hizmetler	■	■													2
İstihdam Sağlama		■							■		■				3
Sivil Toplum Kuruluşları															0
Sosyal Faaliyetler										■					1
İstihdam Sağlama						■				■		■			3
Sosyal Hizmetler						■									1
Sosyal destek															0
İlçe Esnafı	■	■													2
Yerel Halk	■	■		■	■										4
Üzundereli İş Adamları	■	■													2
Yardım etme motivasyonu															0
Kanaatkârlık	■									■					2
Sosyal Adaleti Sağlama Çabası				■										■	2
Yardımseverlik Anlayışı	■	■					■	■							4
Vicdan	■					■			■						3
Kurumsal Amaçlar Gereği						■				■					2
Toplumsal Tepkiden Çekinme							■	■							2
Yetiştirilme Tarzı	■							■	■						3
İnanç	■				■					■					3
Dezavantajlı bireylere yönelik his															0
Merhamet	■													■	2
Anlamaya Çalışmak					■										1
Acısını Hissetmek					■										1
Empati Kurmak				■	■										2
Üzülme											■				1
Kendini Başkasının Yerine Koymak	■	■		■	■	■		■	■	■	■	■	■	■	9
Σ TOPLAM	24	14	6	17	19	13	9	14	16	12	13	9	7	9	182

EK 2. Sürdürülebilir Turizm Tutumu Kod Matrisi

Kod Sistemi	K1	K2	K3	K4	K5	K6	K7	K8	K9	K10	K11	K12	K13	K14	TOP...
▼ Turizmin Etkileri															0
▶ olumlu ekonomik etkiler					■	■		■		■		■			5
▶ olumlu sosyal etkiler	■	■				■		■		■		■			6
▶ olumlu çevresel etkiler								■	■	■		■			4
▶ olumsuz çevresel etkiler	■						■		■			■	■		5
▼ Sürdürülebilir Turizme Yönelik Tutumlar															0
▼ Ekonomik Fayda															0
▶ Yerel Halka Kazanç Sağlaması	■	■						■		■				■	5
▶ Yerel Ürünler İçin Pazar Oluştur	■	■	■	■		■	■	■			■			■	9
▶ Uzun Dönem Planlama	■	■	■	■					■		■				6
▼ Toplumsal Katılım															0
▶ Fikir Alınması Gereken Kişiler	■	■	■		■		■	■	■	■		■	■		10
▶ Ziyaretçi Memnuniyeti		■	■		■	■		■					■	■	7
▶ Yerel Halk Odaklı Turizm			■		■			■		■		■	■	■	7
▼ Çevresel Sürdürülebilirlik															0
▶ Kaynakların Korunarak Kullanım	■	■	■		■		■		■	■		■	■	■	10
▶ Sürdürülebilirliğin Sağlanması	■		■				■		■	■	■		■		7
▼ Yapılması Önerilen Faaliyetler															0
▶ Alternatif Turizm Türlerinin Değerler	■		■		■				■	■					5
▶ Eğitim	■		■	■	■	■			■			■	■		8
▶ Paydaş İşbirliği	■	■	■	■	■			■		■	■	■	■		10
▶ Sosyal Faaliyetler			■	■					■		■	■	■		6
▶ Tanıtım	■		■	■			■	■		■			■		7
▶ Tanım Alanında İyileştirmeler	■			■	■	■	■	■	■	■	■		■	■	11
▶ Turizme İlişkin Üstyapı Yatırımları	■		■	■	■	■		■	■		■				8
▼ Geleceğe Yönelik Plan															0
▶ Bireysel				■	■	■									3
▶ Kurum Aracılığıyla	■		■							■			■		4
▶ yok		■					■		■			■			4
Σ TOPLAM	15	9	14	9	11	8	8	12	12	13	7	11	12	6	147

EK 3. Sürdürülebilir Turizm Tutumu Kod Bulutu



EK 4. Sosyal Girişimcilik Davranış Öncülleri Kod Bulutu



EK 5. Anket Formu

Aşağıdaki ifadeleri okuyarak sizin görüşünüze ne derece yakın olduğunu belirtiniz.					
1- Kesinlikle Katılmıyorum	2- Katılmıyorum	3- Ne katılıyorum Ne katılmıyorum	4- Katılıyorum	5- Kesinlikle Katılıyorum	
EM1 Sosyal açıdan dezavantajlı insanları düşündüğümde kendimi onların yerine koymaya çalışırım.	1	2	3	4	5
EM2 Sosyal olarak dezavantajlı insanları görmek bende duygusal tepkilere yol açıyor.	1	2	3	4	5
EM3 Sosyal açıdan ötekileştirilmiş insanlara merhamet/şefkat hissedirim.	1	2	3	4	5
AH1 Bizden daha az şanslı olan insanlara yardımcı olmak ahlaki bir sorumluluktur.	1	2	3	4	5
AH2 Sosyal açıdan dezavantajlı insanlara yardımcı olmak ahlaki bir zorunluluktur.	1	2	3	4	5
AH3 Sosyal adalet, bizden daha az şanslı insanlara yardım etmemizi gerektirir.	1	2	3	4	5
AH4 Sosyal açıdan dezavantajlı insanlara yardım etmek toplumumuzun ilkelerinden biridir.	1	2	3	4	5
OZ1 Eğer aklımdakileri uygulayabilirsem/kendimi tam olarak verirsem sosyal sorunların çözümüne katkıda bulunabileceğime inanıyorum.	1	2	3	4	5
OZ2 Toplumun karşılaştığı sorunları çözmeye yardımcı olacak bir yol bulabilirim.	1	2	3	4	5
OZ3 Toplumsal sorunları çözmek her birimizin katkıda bulunabileceği bir şeydir.	1	2	3	4	5
ASD1 Sosyal açıdan ötekileştirilmiş insanlara yardımcı olmak için bir kuruluş oluşturmak istesem insanlar bana destek olurlar.	1	2	3	4	5
ASD2 Önemli bir toplumsal soruna dikkat çekmek istesem insanlar beni desteklerdi.	1	2	3	4	5
ASD3 Sosyal sorunları çözmek isteyen bir kuruluş için yatırımcı bulmak mümkündür.	1	2	3	4	5
DEN1 Sosyal sorunlarla ilgili çalışmalarda deneyim sahibiyim.	1	2	3	4	5
DEN2 Sosyal organizasyonlarda gönüllü olarak ya da diğer türlü yer aldım.	1	2	3	4	5
DEN3 Sosyal organizasyonlar hakkında çok şey biliyorum.	1	2	3	4	5
SGE1 Gelecekte bir gün sosyal sorunları çözmeyi amaçlayan bir kuruluş girişimine dâhil olmayı umuyorum.	1	2	3	4	5
SGE2 Gelecekte gerçekleştirmeyi planladığım bir sosyal girişim fikrim var.	1	2	3	4	5
SGE3 Sosyal bir girişim başlatmayı planlamıyorum.	1	2	3	4	5
CS1 Turizm, çevreyi korumalıdır.	1	2	3	4	5
CS2 Uygun turizm gelişimi her zaman doğal habitata ve hayvanları korumalıdır.	1	2	3	4	5
CS3 Topluluk kaynakları şu anda ve gelecekte de korunmalıdır.	1	2	3	4	5
UDP1 Başarılı bir turizm yönetiminin ileri seviyede bir planlama gerektirdiğine inanıyorum.	1	2	3	4	5
UDP2 Turizm geliştirme planları sürekli bir şekilde güncellenmelidir.	1	2	3	4	5
UDP3 Turizm endüstrisi gelecek için planlanmalıdır.	1	2	3	4	5
AEF1 Turizmin yerel halkın ekonomik durumu için faydalı olduğuna inanıyorum.	1	2	3	4	5
AEF2 Turizm, yerel ürünler için yeni pazarlar oluşturur.	1	2	3	4	5
AEF3 Topluma yeni gelir kaynakları sağladığı için turizmi seviyorum.	1	2	3	4	5
ZMS1 Turistik işletmeler ziyaretçilerin memnuniyetinde sorumluluk almalıdır.	1	2	3	4	5
ZMS2 Turizm endüstrisi ziyaretçilerine iyi kalitede turistik deneyimler sağlamalıdır	1	2	3	4	5
ZMS3 Topluluk çekiciliği, ziyaretçiler için ekolojik çekiciliğin temel bir unsurudur.	1	2	3	4	5
TKME 1 Topluluk sakinleri turizm karar alma süreçlerine dahil olma fırsatlarına sahip olmalıdır	1	2	3	4	5
TKME 2 Turizm endüstrisi, toplum sakinlerinizin değerlerini benimsemelidir.					
TKME 3 Topluluk sakinlerine turizm gelişimine yatırım yapmaları için daha fazla fırsat verilmelidir.	1	2	3	4	5
ASM1 Turizmin gelişmesiyle yaşadığım yer aşırı kalabalıklaştı.	1	2	3	4	5
ASM2 Yaşadığım yerde turizmden kaynaklı yoğunluktan rahatsız oluyorum.	1	2	3	4	5
ASM3 Topluluğumdaki turistler yaşam kalitemi bozuyor.	1	2	3	4	5
TME1 Turistik işletmelerde çalışanların en az yarısı bölgedeki toplumdan sağlanmalıdır.	1	2	3	4	5
TME2 Bölgede yaşayanlar turizmin faydalarından eşit şekilde yararlanmalıdır.	1	2	3	4	5
TME3 Turizm endüstrisi ürün ve hizmetlerinin en az yarısını topluluk içinden temin etmelidir.	1	2	3	4	5

Cinsiyet	Erkek ()	Kadın ()	Medeni Durumunuz	Evli ()	Bekâr ()			
Yaşınız	18 yaş ve altı ()	18-25 ()	26-35 ()	36-45 ()	46-55 ()	56-65 ()	66-75 ()	76 ve üzeri ()
Eğitim Durumunuz	Eğitim Almadım ()	Okur Yazar ()	İlkokul ()	Ortaokul ()	Lise ()	Önlisans ()	Lisans ()	Lisansüstü ()
Uzundere'de ikâmet süreniz	0-3 yıl ()	4-9 yıl ()	10-15 yıl ()	16-20 yıl ()	21 yıl ve üzeri ()			
Aylık Gelir	Yok ()	1-1603 TL ()	1604-2000 TL ()	2001-3000 TL ()	3001- 4000 TL ()	4001 ve üzeri ()		
Mesleğiniz (Belirtiniz)							
Turizm kavramı sizce ne ifade eder? (Birden fazla seçenek işaretleyebilirsiniz):								
Yerel İş Olanığı () Çok para kazanmak () Tatil () Çevre geliştirme () Kalkınma () Çevre kirliliği () Kalabalıklaşma () Ahlaki bozulma () Kültürel yozlaşma ()								
Uzundere hakkında görüş ve önerileriniz varsa lütfen yazınız:								



EK 6. Yarı Yapılandırılmış Görüşme Soruları

Görüşme Protokolü

Bu görüşme formu Atatürk Üniversitesi Turizm Fakültesi Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı'nda Doç. Dr. Cem Işık danışmanlığında yürütülen doktora tez çalışmasında kullanılmak üzere hazırlanmıştır. Bu görüşmenin amacı yerel yöneticilerin Uzundere turizminin sürdürülebilirliği, toplum içindeki sosyal sorunlar ve söz konusu sosyal sorunların çözümünde turizmin rolü hakkındaki görüş, öneri ve değerlendirmelerini almaktır.

Görüşme esnasında paylaşacağınız yorumlarınız izninizle kayıt altına alınacaktır. Paylaştığınız görüş, öneri ve değerlendirmeler araştırmamıza ışık tutacak ve çalışmamızda gizlilik ilkesine uyulacaktır. Görüşmeye katılım gönüllülük esasına dayalıdır. Görüşme soruları genel olarak kişisel rahatsızlık verecek ifadeler içermemektedir.

- 1) Uzundere'de ne tür toplumsal/çevresel sorunlar bulunmaktadır?
- 2) Toplumsal/çevresel/ekonomik sorunların çözüme ulaşmasında (sorun yoksa mevcut durumun korunmasında) bireysel/toplumsal olarak ne tür katkılar sağlıyorsunuz?
- 3) Kendinizi sosyal açıdan dezavantajlı insanların (yoksullar, engelliler, kadınlar, işsizler gibi) yerine koyduğunuzda nasıl hissedersiniz?
- 4) Sizi sosyal açıdan dezavantajlı gruplara/bireylere katkı sağlamaya yönelten bireysel/toplumsal motivasyonlarınız nelerdir?
- 5) Turizmin yerel halk/bölge üzerinde etkileri nasıl ortaya çıkmaktadır?
- 6) Turizmin etkileri yerel halkın gelen ziyaretçilere yönelik tutumlarını nasıl yönlendirir?
- 7) Toplumsal/çevresel/ekonomik sorunların çözümünde turizmin etkili olması nasıl sağlanabilir? Geleceğe yönelik bir planınız var mı?

EK 7. Nicel Aşama Saha Araştırması İzni



T.C.
UZUNDERE KAYMAKAMLIĞI
Yazı İşleri Müdürlüğü

Sayı : 60554595-020-E.752
Konu : Tez Çalışması

22/06/2018

Sayın Özgür ÇALKIN
Atatürk Üniversitesi
Turizm Fakültesi
YAKUTİYE/ERZURUM

Kaymakamlığımıza sunmuş olduğunuz 21/06/2018 tarihli ve 1533 kayıt numaralı dilekçeniz ile İlçemiz genelinde Haziran-Kasım 2018 tarihleri arasında tez çalışmasına esas anket uygulaması yapmak için izin talep etmektesiniz.

Bahse konu dilekçeniz tarafımızdan incelenmiş olup, İlçemiz genelinde Haziran-Kasım 2018 tarihlerinde tez çalışmanız ve anket uygulamanız için, Kaymakamlığımız tarafından gerekli izin verilmiştir.

Bilgilerinizi rica ederim.

Rahmi BULUT
Kaymakam V.

Güvenli Elektronik İmza
Aslı ile Aynıdır.
22.06.2018
Mühür İmza

*Bu belge elektronik imzalıdır. İmzalı suretinin aslını görmek için <https://www.e-icisleri.gov.tr/EvrakDogrulama> adresine giderek (dHTrKN-PB2v40-Qia2wC-MM1D6h-5V7NtT8I) kodunu yazınız.

Merkez Mahallesi Şehit Adam Trakya Caddesi No:2
Telefon No: 0442 791 20 04 Faks No: 0442 791 21 86
e-Posta: İnternet Adresi: www.uzunder.gov.tr

Bilgi için: Vahit DURE/SU
MUHASEBECİ
Telefon No:

EK 8. Nitel Aşama Saha Araştırması İzni



T.C.
UZUNDERE KAYMAKAMLIĞI
İlçe Yazı İşleri Müdürlüğü

Sayı : 69978369-000-E.681
Konu : Görüşme İzni

28/06/2020

Sayın Özgür ÇALKIN
Atatürk Üniversitesi Turizm Fakültesi
ERZURUM
GSM: 0544 674 85 43

Kaymakamlığımıza sunmuş olduğunuz 28/06/2020 tarihli dilekçeniz, İlçe Yazı İşleri Müdürlüğümüz tarafından 28/06/2020 tarihli ve 715 kayıt numarasıyla işleme alınmış olup, dilekçe konusu olan " Uzundere ilçesindeki yerel yönetimlerin amir, müdür ve üst yöneticileri ile görüşme" ile ilgili çalışma yapmanıza, Kaymakamlığımız tarafından gerekli izin verilmiştir.

Bilgilerinizi rica ederim.

Hakan ŞEKER
Kaymakam

*Bu belge elektronik imzalıdır, imzalı suretinin aslını görmek için <https://www.e-icisleri.gov.tr/EvrakDogrulama> adresine girerek (7VwFgA-+PTfMT-DL6P/W-HBNCKJ-nPg6voPM) kodunu yazınız.

Merkez Mh: Şehit Adnan Taşçı Cad. No:2
Telefon No: 0442 791 20 04 Faks No: 0442 791 21 86
e-Posta: İnternet Adresi: www.icisleri.gov.tr

Bilgi için: Vahit DÜRSÜ
Muhasebeci
Telefon No:

ÖZGEÇMİŞ

Kişisel Bilgiler	
Adı Soyadı	Özgür ÇALKIN
Doğum Yılı ve Yeri	
Eğitim Bilgileri	
Yüksek Lisans	
Lisans	
Lise	
Sektör Deneyimi	
Çalıştığı Kurum	
Bilimsel Faaliyetler	
Araştırma, Sertifika, Kurs Faaliyetleri	
E-posta adresi	
Tarih	29.09.2021