



Turizm Akademik Dergisi

Tourism Academic Journal

www.turizmakademik.com



Turizm Sektöründeki Sosyal Girişim Çalışanlarının Sosyal Girişimcilik Davranışı, İş ve Yaşam Tatmini: Tatuta Projesi Narköy Örneği*

Fuat ÇİFTÇİ** , Ebru ZENCİR^b

^a Anadolu Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü, ESKİŞEHİR

^b Anadolu Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü, ESKİŞEHİR

Öz

Toplumun giderek artan ihtiyaçları ve bu ihtiyaçların karşılanma talepleri sivil toplum gereksinimlerinin yeniden ele alınmasına neden olmuştur. Bu sebeple sosyal fayda yaratmayı temel amaç haline getiren sosyal girişimcilik gittikçe önem kazanmakta ve daha gözde bir yapıya bürünmektedir. Bununla birlikte turizm sektörü emek-yoğun bir sektördür ve turizm çalışanlarının yaşamlarının önemli bir bölümü iş yerinde geçmektedir. Çalışma saatlerinin artması ve çalışma koşullarının zorlaşmasıyla turizm çalışanlarının iş tatminleri, buna bağlı olarak da yaşam tatminleri düşmektedir. Sosyal girişimler, sosyal fayda yaratmayı kendilerine temel hedef edinmekle beraber, kar elde etmeyi ikinci planda düşünmektedirler. Turizm sektöründe ise sosyal girişimlere oldukça az rastlanmaktadır. Buradan hareketle, çalışmanın esas amacını turizm sektöründe faaliyet gösteren sosyal girişim çalışanlarının sosyal girişimcilik davranış öncüllerini, iş tatminlerini ve yaşam tatminlerini incelemek oluşturmaktadır. Bu doğrultuda turizm alanında faaliyet gösteren bir sosyal girişim örnek olarak seçilmiş ve beş kişiyle yüz yüze, derinlemesine görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Görüşmeler sonucunda elde edilen veriler betimsel analize tabi tutulmuş ve yorumlanmıştır. Sonuç olarak bu çalışmaya katılan sosyal girişim çalışanlarının, sosyal girişimcilik davranış öncüllerinin büyük bir çoğunluğunu sergilediği, bununla birlikte işlerinden ve yaşamlarından tatmin oldukları anlaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Turizm, Sosyal Girişimcilik, İş Tatmini, Yaşam Tatmini.

Abstract

The increasing needs of society and the demands to meet these needs have led to a reconsideration of civil society requirements. For this reason, social entrepreneurship, which makes social benefit a primary goal, is gaining importance and becoming a more favorable structure. Tourism is a labor-intensive sector, and significant part of the lives of tourism occupants are at work. With the increasing work hours and worsening work conditions, tourism employees' job and life satisfaction are decreasing. Social enterprises' main goal is to create social benefits and their plan on making profits is a minor goal. In tourism sector, social enterprises are rarely encountered. Regarding this, the main purpose of this study is to examine social entrepreneurial behaviour antecedents, job satisfaction and life satisfaction of social enterprise employees operating in the tourism sector. Accordingly, a social enterprise operating in the field of tourism has been selected as an example and face-to-face interviews with five people have been conducted. The data obtained as a result of the interviews were subjected to descriptive analysis and interpretation. As a result, it is seen that social enterprise employees participating in this study show a great majority of the social entrepreneurial behavior antecedents and are satisfied with their work and life.

Keywords: Tourism, Social Entrepreneurship, Job Satisfaction, Life Satisfaction.

JEL CODE: L83, L31

Makalenin Geçmişi:

Gönderim Tarihi : 09.05.2018

Düzeltilme : 12.09.2018

Kabul : 21.02.2019

Makale Türü : Araştırma Makalesi

Çiftçi, F. & Zencir E. (2019). Turizm Sektöründeki Sosyal Girişim Çalışanlarının Sosyal Girişimcilik Davranışı, İş ve Yaşam Tatmini: Tatuta Projesi Narköy Örneği, Turizm Akademik Dergisi, 6 (1), 131-145.

*Bu makale Fuat Çiftçi'nin Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü'nde yayınlanan "Turizm Sektöründeki Sosyal Girişim Çalışanlarının Sosyal Girişimcilik Davranışı, İş ve Yaşam Tatmini: TaTuTa Projesi Narköy Örneği" başlıklı yüksek lisans tezinden derlenmiştir.

** Sorumlu yazar e-posta: fuatciftci@anadolu.edu.tr

GİRİŞ

Müşteri-çalışan etkileşiminin yüksek olduğu turizm sektöründe hem daha iyi hizmet verebilmek hem de personel kaynaklı maliyetleri azaltmak adına çalışanların iş tatmininin yüksek olması büyük önem taşımaktadır. Turizm sektörü çalışanlarının iş tatminlerinin karşılanmaması, onların sadece işi bırakmakla kalmayıp, turizm sektöründen tamamen uzaklaşmalarına yol açmaktadır (Ghiselli, La Lopa & Bai, 2001). Poe (2003) örgütlerin, çalışanların iş tatminine yoğunlaştıkları takdirde çalışanların yıpranmalarının ve personel devir oranlarının en aza indireceklerini savunmaktadır. İşgörenlerin iş doyumunu en fazla etkileyen faktörlerin örgütsel faktörler olduğu görülmektedir. Özellikle ücret, çalışma koşulları, iş güvencesi, arkadaşlık ortamı, terfi ve kariyer olanakları iş doyumunu inceleyen araştırmalarda çalışanların iş doyumunu etkileyen faktörlerin başında gelmektedir. Bu nedenle işletmelerin özellikle personel ücreti ve çalışma koşullarının iyileştirilmesi, iş güvencesinin sağlanması gibi konularda çalışanların doyumsuzluğunu giderici önlemleri alması gerekmektedir (Koroğlu, 2011). Benzer bir şekilde turizm sektörü çalışanlarının yaşam tatminlerinin diğer sektör çalışanlarından daha düşük olduğu gözlemlenmiştir (Yılmaz, Keser & Yorgun, 2010). Bunun sebebi olarak da genellikle iş tatminlerinin düşük olması gösterilmekte, (Aksu & Aktaş, 2005; Günlü, Aksaraylı & Perçin, 2010; Akgündüz, 2013; Sop, 2014; İskender & Yaylı, 2017) bu durumun devam etmesi sonucu olarak iş ve yaşamlarında değişiklik sergileme eğiliminde oldukları ifade edilmektedir.

Görüldüğü üzere emek yoğun bir sektör olan turizmde şu anki işletmelerin çalışanlarının iş ve yaşam tatminleri diğer sektör çalışanlarına göre daha düşüktür. Bu sebeple turizm sektörü çalışanlarının farklı iş modelleri altındaki iş ve yaşam tatminleri değerlendirilmelidir. Bu çalışmanın esas amacını, kar elde etmenin ikinci planda tutulup, sosyal fayda yaratmanın esas amaç edinildiği sosyal girişimlerde hizmet veren turizm çalışanlarının iş ve yaşam tatminlerini belirlemek oluşturmaktadır.

KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Sosyal Girişimcilik

Girişimcilik kavramını ilk defa 18. yüzyılda, 'henüz belirginleşmemiş bir bedelle satmak üzere üretimin girdilerinin ve hizmetlerinin satın alınması ve üretilmesi' olarak tanımlayan İrlandalı iktisatçı Richard Cantillon, girişimciliğin risk alma unsurunu öne çıkarmıştır (Tikici, 2009: 6). Başka bir iktisatçı Jean Baptiste Say ise risk faktörüyle beraber girişimcilikteki üretim girdilerinin örgütlenmesi ve yönetilmesi

üzerinde durmuş ve girişimciliğin bu özelliklere sahip olması gerektiğini belirtmiştir (Ürper, 2010: 4). Yıllar içerisinde farklı birçok girişimcilik tanımı yapılmıştır. Ortak noktaların birleştirildiği bir tanımda ise girişimcilik, yenilik ve yaratıcılık yoluyla makul düzeyde riskin göze alındığı ticari kar ve toplumsal faydayı bir arada benimseyen bir değer oluşturma sürecidir (Özdevecioğlu & Karaca, 2015: 25).

Farklı tanımların yapılması ve farklı disiplinler tarafından çalışılmasından dolayı, girişimciliğin farklı türleriyle karşılaşmak da mümkündür. 2000'li yıllarla beraber ortaya çıkan girişimcilik çeşitlerini kapsayan çalışmalara bakıldığında kamu girişimciliği, yaratıcı girişimcilik, yenilikçi girişimcilik, iç girişimcilik, dış girişimcilik, kadın girişimciliği, genç girişimcilik, eko girişimcilik gibi birçok girişimcilik çeşidiyle karşılaşmak mümkündür (Demirel & Akbıyık, 2009; Ürper, 2010; Özdevecioğlu & Karaca, 2015). Bu girişimcilik türlerinin yanı sıra en sık karşılaşılan girişimcilik türlerinden biri de 'sosyal girişimcilik'tir.

Artan toplum ihtiyaçları ve bu ihtiyaçları karşılama talepleri, tarih boyunca değişiklik göstermiş, her dönemin sosyo-politik ve ekonomik koşulları sivil toplum gereksinimlerinin yeniden ele alınmasına neden olmuştur (Besler, 2010: 3). Günümüzde farklı sektörler arasında bulunan sınırlar gittikçe ortadan kalkmakta ve bu sektörlerin yaratmaya çalıştığı sosyal faydalar farklı yönlerde şekillenmektedir. Artık kişi ve kurumların sosyal fayda yaratma çabalarının ikincil bir görev olmasından ziyade temel misyonlarından biri haline geldiği görülmektedir. Bu sebeple sosyal fayda yaratan en önemli iş modellerinden biri olan sosyal girişimciliğin önemi gün geçtikçe artmaktadır. Dees (1998) sosyal girişimleri sosyal sektör kapsamında ele alırken sosyal girişimcilik kavramını, ticari girişimciliğin iyi yanlarının alınıp bunların sosyal misyon ve amaçlar için uygulanması şeklinde tanımlamaktadır. Boschee'nin (1998) sosyal girişimcilik tanımlaması da bu düşüncüyü desteklemektedir. Boschee'ye göre sosyal girişimciler kar amacı gütmeyen yöneticiler olup misyonlarını unutmadan ahlaki zorunluluklarını ve kar getirme güdülerini dengeleyerek hareket eden kişilerdir. Sosyal girişimcilikle ilgili alanyazında en sık karşılaşılan tanımlardan bir diğeri ise sosyal girişimlerin sosyal fayda sağlanıp sürdürülmesi amacıyla, kaynakların yenilikçi bir şekilde kullanıldığı örgütlerin ve/veya çalışmaların yaratılmasıdır (Mair & Noboa, 2006: 122). Bununla birlikte Mair ve Marti (2006) sosyal girişimciliği, sosyal değişimi hızlandırmak ve sosyal ihtiyaçları gidermek için farklı kaynakları bir araya getirerek ya da bunları yenilikçi bir şekilde kullanarak fırsatları değerlendirme süreci olarak tanımlamaktadırlar. Diğer yandan kar amacı güden, kar amacı gütmeyen veya kamu sektörü fark etmeksizin bütün örgütler birer sosyal girişim ola-

bilir (Dacin, Dacin & Matear, 2010). Bütün bu tanım ve yaklaşımlardan yola çıkan Güler (2008: 76) sosyal girişimciliği şu şekilde tanımlamaktadır:

“Çözüm bekleyen toplumsal ihtiyaçları karşılamaya yönelik, sosyal bir misyonu, vizyonu, stratejisi ve çalışma şekli olan, çözümleri yenilikçilik içeren girişimci prosedürleri ile uygulayan, kar amacı gütmeyen ancak sürdürülebilirlik amacıyla gelir elde eden örgütler aracılığıyla sosyal değer yaratmak.”

Turizmde Sosyal Girişimcilik

Turizmde sosyal girişim, “tedarik zincirinde sosyal ve finansal katma değeri sağlayan, finansal olarak kendine yeten, yoksulluğu gidermeye ve çevreyi korumaya katkıda bulunan sorumlu turizm” olarak tanımlanabilmektedir (Günlü, 2015). Buradan hareketle turizmde gerçekleştirilecek olan sosyal girişimlerin, sürdürülebilir turizmin esas amaçlarına hizmet edeceği, bunun yanında kar etmeyi ikincil amaç olarak seçeceği söylenebilir.

Dünya üzerinde turizm alanında faaliyet gösteren bir takım sosyal girişimler bulunmaktadır. Bunlara Amerika’da bulunan Grand Canyon Skywalk, Avustralya’da bulunan Kuku Yalanji Dreamtime, Kanada’da bulunan The Cree Village Ecolodge (Rebutin, 2009; Günlü, 2015), Tayvan’ın Hengshan bölgesinde gerçekleştirilen projeler (Peng & Lin, 2016) İrlanda’da devlet eliyle yürütülen Gathering etkinliği (Mottiar, 2016) ve Afrika’da gerçekleştirilen Growing the Future Projesi (Laeis & Lemke, 2016) örnek gösterilebilir. Dünyada olduğu gibi Türkiye’de de turizm alanında faaliyet gösteren sosyal girişim sayısı çok azdır.

Sosyal Girişimci Davranış

Girişimcilik araştırmaları ilk zamanlarından itibaren, girişimci kişiler ve bu kişilerin karakter özelliklerine odaklanmıştır. Israel Kirzner ve Joseph A. Schumpeter girişimcilik kuramlarının merkezine bu özellikleri yerleştirmişlerdir (aktaran Ernst, 2012). Daha önceki çalışmalar kişilik özelliği ve girişimcilik arasında zayıf bağlar sergilemiş (Brockhaus, 1980; Ajzen, 1991) fakat sonraki yıllarda yapılan çalışmalarda kişilik ve girişimcilik arasında bir ilişki olduğu belirlenmiştir (Collins, Hanges & Locke, 2004; Rauch & Frese, 2007). Daha yakın tarihli bu çalışmalar, önceki çalışmaların tutarsız olduğunu belirtmekte ve bu tutarsızlıkların nedeninin yetersiz tanımlar, ölçüm hataları ve yanlış treyt seçimlerinden kaynaklandığını belirtmektedir. Bu çalışmalar birey olgusunu tekrar girişimcilik çalışmalarına entegre etmiştir. Johnson’ın (1990) belirttiği gibi “bireyler, girişimcilik sürecinin enerji besleyicileridir” (aktaran Ernst, 2012). Bununla birlikte girişimciliğin başlangıç aşamalarında olduğu gibi karmaşık ve belirsiz durum-

larda bireylerin kişilikleri önemli bir rol oynamaktadır. Örneğin, Baum & Locke (2004) kişilik özelliklerinin önce niyet, güdü gibi öncülleri etkilediğini ve girişimci davranışa dolaylı olarak etki ettiğini savunmaktadır.

Birçok kaynakta sosyal girişimcilik, iş girişimciliğinin bir alt kolu olarak görülebilmektedir (Ürper, 2010). Çeşitli araştırmacılar iş girişimcileri ve sosyal girişimciler arasında ortak özellikler gözlemlemiştir. Sosyal girişimcilerin kimi özellikleri iş girişimcileriyle aynı olmakla birlikte her özelliği aynı değildir. Ernst (2012) alanyazında bulunan girişimcilik özelliklerini incelediğinde beş treytin ön plana çıktığını tespit etmiştir. Bunlar sırasıyla: “risk alma eğilimi, yenilikçilik, başarı ihtiyacı, özerklik ve proaktifliktir”. Diğer yandan Ernst (2012) sosyal girişimcilerin toplum yanlısı kişilik özelliklere de sahip olmaları gerektiğini söylemektedir. Bu özellikleri de *empati ve sosyal sorumluluk hissi* olarak belirlemiştir.

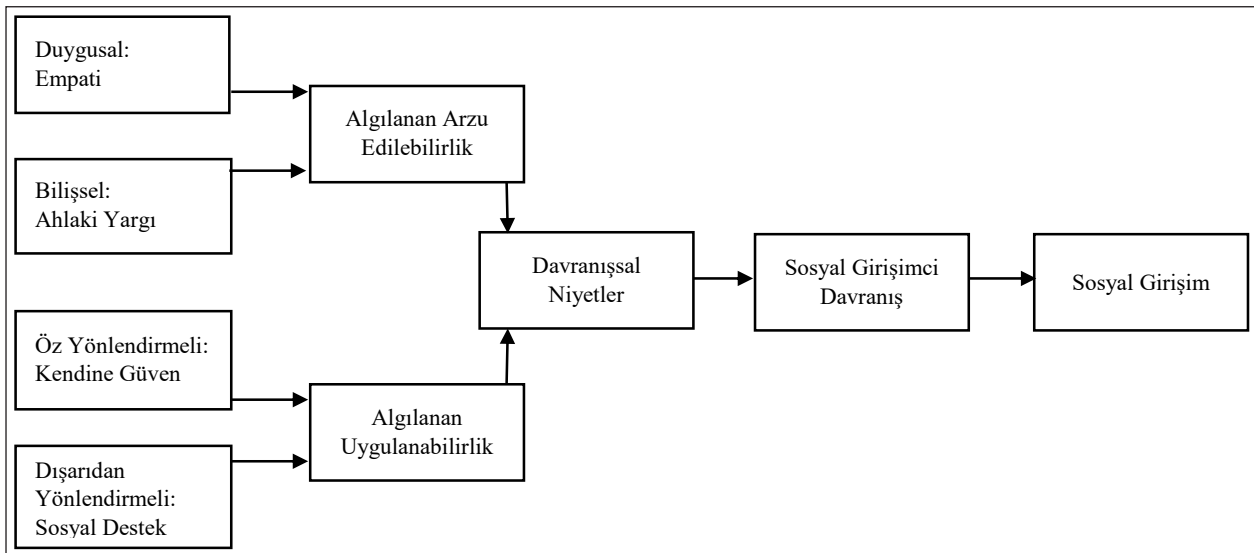
Farklı olarak Kümbül Güler (2010) sosyal girişimci davranışını etkileyen bireye özgü özellikleri beş ana başlık altında toplamıştır. Buna göre bireye özgü özellikler demografik özellikler, kişisel özellikler, bilişsel özellikler, kişisel değerler ve motivasyonel özellikler olarak ele alınmıştır. Demografik özellikler arasında cinsiyet, yaş, eğitim, ailevi altyapı; kişisel özellikler arasında sebatkarlık, iyimserlik, içsel kontrol odağı, risk alma eğilimi; bilişsel özellikler arasında özyeterlilik, yenilikçilik, fırsatları görebilme, liderlik; kişisel değerler arasında maneviyatçılık, sosyal sorumluluk, özgecilik, ahlaklı olmak, dürüstlük ve empati sahibi olmak; motivasyonel özellikler arasında ise başarı ihtiyacı, üstünlük ihtiyacı ve özerklik ihtiyacı bulunmaktadır. Kümbül Güler’e (2010) göre bu beş farklı bireye özgü özellikler ile elverişli ortam ve sosyal ortamı içeren çevreye özgü özellikler sosyal girişimci davranışını oluşturmaktadır.

Sosyal girişimcilerin sahip olması gereken özelliklerin arasında en sık bahsedilen özellik empatidir (Calienda & Kritikos, 2008; Kümbül Güler, 2010; Ernst, 2012; Praskier & Nowak; 2012). Sosyal girişimcilik paydaşları özellikle diğer girişimcilerin oluşturduğu sorunlardan dolayı mağdur olan insanlara empatiyle yaklaşmalıdır. Bu bağlamda uzlaşmacılık, sosyal girişimciliğin sürdürülmesi ve insan kaynaklarının verimli bir şekilde kullanılması için en önemli dürtü olmalıdır (İrengün & Arıkboğa, 2015). Uzlaşmacılığın, empatiyle beraber sosyal girişimcilerde bulunan özelliklerden birisi olduğu görülmektedir. Uzlaşmacılığa paralel olarak işbirliği, arabuluculuk, kişisel sosyal ağ ve kaynak toplayabilme yeteneği gibi özellikler de sosyal girişimcilerin özellikleri arasındadır (Thompson, Alvy & Lees, 2000; Burger, 2006; Basım, Çetin & Tabak, 2009; Praszkiier & Nowak, 2012; İrengün & Arıkboğa, 2015;). Burada bahsedilen kaynak toplayabilme yeteneği sosyal giri-

şimcilerin sadece maddi kaynakları toplayabilme yeteneği değil aynı zamanda sosyal olarak çevrelerinden ve başka insanlardan alabilecekleri destek anlamına da gelmektedir. Bu amaçla bahsedilen kişisel özellikler Mair & Noboa'nın (2006) çalışmasında bulunan sosyal destek boyutu altında toplanmıştır. Empati ve sosyal desteğin bu denli sık görülmesi sosyal girişimciler üzerine yapılacak olan çalışmalarda bu iki boyuta ağırlık verilmesi gerektiğini göstermektedir.

1988; Krueger, 1993). Mair & Noboa (2006) ise durumsal etkenlerin önemini bildiklerini vurgulamış ancak sosyal girişimciler için bireysel etkenlerin daha belirleyici olduğunu savunmuşlardır. Shapero'nun (1982) ve Krueger'in (2000) girişimci davranış modellerini temel alan sosyal girişimcilik niyeti modeli *algılanan arzu edilebilirlik* ve *algılanan uygulanabilirlik* boyutlarını etkileyen unsurları farklı tutumlarla değiştirmiştir.

Şekil 1. Sosyal Girişimcilik Niyeti Modeli



Kaynak: Mair & Noboa, 2006

Bireylerin kişilikleri, tutumları, algıladıkları uygulanabilirlikler, niyetleri ve güdeleri girişimci davranışları için moderatör etkisi göstermektedir (Ernst, 2012). Sosyal girişimcilik araştırmaları için hangi özelliklerin sosyal girişimci davranışını etkileyeceğini belirlemek çok kritiktir. Bu amaçla hangi değişkenin bu tür davranışları öngördüğünü belirlemek önemlidir. Mair & Noboa (2006) empati, ahlaki yükümlülük, öz yeterlilik ve sosyal desteği sosyal girişimci davranışın önemli öncülleri olarak belirlemiştir. Mair & Noboa'nın (2006) sosyal girişimci davranış modeli daha önce kurulmuş olan üç farklı teori ve modeli temel almaktadır. Bunlardan ilki "Ajzen'in Planlanmış Davranış Teorisi" (1991), ikincisi Shapero'nun (1982) oluşturduğu "Girişimsel Eylem Modeli", sonuncusu ise Krueger, Reilly & Carsrud'un (2000) geliştirdiği "Fırsat Önceliğinin Bilişsel Altyapısı Modelidir".

Genel olarak daha önceki girişimcilik modelleri girişimcilik niyetlerini belirlemede bireysel ve durumsal değişkenlerle açıklanmıştır. Durumsal değişkenler genellikle sosyal, ekonomik ve mevcut politik etkenlerin eylemleri tetiklediğini belirtmektedir (Shapero & Sokol, 1982; Krueger & Brazeal, 1994). Girişimcilik niyetini belirleyen en baskın bireysel unsurlar ise kişilik, geçmiş tecrübeler ve proaktiflik gibi özelliklerdir (Bird,

Daha önce de belirtildiği gibi *davranışları niyetler, niyetleri de tutumlar* etkiler. Girişimcilik alanında Krueger, Reilly & Carsrud (2000) *algılanan arzu edilebilirliğin kişisel arzu edilebilirlik ve algılanan sosyal normlar* tarafından etkilendiğini belirtmektedir. Mair & Noboa ise (2006) *algılanan arzu edilebilirliğin empati ve ahlaki yargı* tarafından etkilendiğini öne sürmüştür.

Yukarıda görüldüğü üzere sosyal girişimcilerin sosyal girişim davranışı sergileyebilmesi için *empati, ahlaki yargı, kendine güven ve sosyal destek* gibi çeşitli tutumlara sahip olması gerektiği öne sürülmüştür (Mair & Noboa, 2006). *Empatinin*, çok yönlü bir kavram olmasıyla beraber üzerinde anlaşılmış tek bir tanımı yoktur. Ancak kısaca algılanan arzu edilebilirliği etkileyen önemli faktörlerden biridir ve sosyal girişimciler üzerine yapılan araştırmalarda bakılması gereken noktalardan biri olarak açıklanabilir (Mair & Noboa, 2006). *Ahlaki yargı* başkalarına yardım edebilmeyi açıklamada kullanılan diğer bir kavramdır (Comunian & Gielen, 1995) Ahlaki normların bireylerin eylemlerini düzenlediği varsayılırsa, ahlaki yargının da ortak yararlar için bireyleri motive ettiği düşünülebilir. Kendi ilkelerine sahip çıkan ve yüksek sosyal sorumluluğa sahip sosyal girişimcilerin yüksek ahlaki yargı sergileyebil-

cekleri beklenebilir. Empatide olduğu gibi ahlaki yargı tek başına yeterli olmamakla birlikte sosyal girişim niyetini etkileyen önemli unsurlardan biridir. *Kendine güven*, bireyin motivasyonunu, bilişsel kaynaklarını ve hayatında olan olayları kontrol edebilme yeteneğini harekete geçirme yeteneğine olan inancıdır (Wood & Bandura, 1989: 364). Shapero'nun (1982) ve Krueger'in (2000) modellerinde olduğu gibi kendine güven aynı zamanda girişimcilerin yeni bir iş başlatabilmesinde önemli bir etkidir. Sosyal girişimcilerin ihtiyacı olan *sosyal destek* ise basitçe sosyal girişimcilerin sahip olduğu sosyal sermaye tarafından oluşmaktadır. Sosyal sermaye genellikle güven, sivil ruh ve dayanışma ile ilişkilidir. Bu sebeple sosyal destek, sosyal sermaye tarafından türetilmiş güven ve işbirliğidir (Backman & Smith, 2000).

Araştırmanın Amacı

Turizm sektörü çalışanlarının iş ve yaşam tatminleri diğer sektörlere göre görece daha düşüktür ve bununla

leri hem de iş ve yaşam tatmini boyutları hakkında derinlemesine bilgi edinebilmek için nitel araştırma yaklaşımı tercih edilmiştir.

Araştırmanın Örnekleme

Nitel araştırma yaklaşımlarında asıl amaç evrene genelleme yapmak değil, araştırma kapsamındaki verileri derinlemesine incelemektir. Kullanılan örneklem çeşitlerinin en önemli ve temel özelliği ise araştırma kapsamı içerisinde, derinlemesine az sayıda kişi ya da küçük örneklem gruplarıyla çalışılmasıdır (Miles & Huberman, 1994: 27). Bu bağlamda nitel araştırmalarda sıkça tercih edilen amaçlı (olasılığa dayalı olmayan) örneklem türlerinden kartopu örneklem (Kozak, 2015: 119) yönteminden yararlanılmıştır. Kartopu örnekleme, araştırmanın ilgi alanına giren kişileri tanıyan kişilerden olası durumlar hakkında bilgi edinilmesiyle gerçekleştirilmektedir (Glesne, 2015: 61).

Katılımcıların belirlenebilmesi için ilk önce Buğday Ekolojik Yaşamı Destekleme Derneği aracılığıyla

Tablo 1. Görüşme Bilgileri

Görüşme Yapılan Kişi	Görevi	Görüşme Tarihi	Görüşme Saati	Görüşme Süresi	Görüşmenin Yapıldığı Yer
Katılımcı 1	TaTuTa Koordinatörü	20.12.2016	15:07	33 dakika 54 saniye	Skype (çevrimiçi)
Katılımcı 2	Gönüllü Çalışmalar Koordinatörü	17.02.2017	10:05	20 dakika 57 saniye	Skype (çevrimiçi)
Katılımcı 3	Narköy Kurucusu	25.02.2017	14:37	61 dakika 35 saniye	Narköy
Katılımcı 4	Narköy Konaklama Sorumlusu	26.02.2017	10:57	37 dakika 57 saniye	Narköy
Katılımcı 5	Narköy çalışanı	25.02.2017	15:59	15 dakika 3 saniye	Narköy

birlikte turizm sektörü çalışanları yalnızca çalıştıkları mevcut işten değil, çalıştıkları sektörden de ayrılma eğilimi göstermektedir (Ghiselli et al., 2001). Ancak bu durumun farklı olabileceği tahmin edilen sosyal girişimlere ilişkin çalışmalara rastlanmamıştır. Bu noktadan hareketle bu çalışmanın temel amacını turizm sektöründe faaliyet gösteren sosyal girişim çalışanlarının sosyal girişimci davranış öncüllerinin, iş tatminlerinin ve yaşam tatminlerinin incelenmesi oluşturmaktadır.

YÖNTEM

Çalışmada az sayıda olan küçük sosyal girişimler incelendiği için derinlemesine bir analiz yapılmak istenmiş, bu yüzden araştırmada nitel araştırma yöntemi tercih edilmiştir. Nitel araştırmalar, görüşme, gözlem, doküman inceleme gibi veri toplama yöntemlerinin uygulandığı, algı ve olayların doğal ortamında gerçekleşen ve bütüncül bir şekilde ortaya konulmasını sağlayan araştırma yöntemleridir (Yıldırım & Şimşek, 2011: 39). Bu çalışmada hem sosyal girişimcilik davranış öncül-

TaTuTa Projesi koordinatörüne ulaşılmış ve ilk görüşme gerçekleştirilmiştir. Çalışmada kartopu örneklemin amacına uygun olarak katılımcı tavsiyesi alınmış, böylece sırasıyla GençTur seyahat acentesinde TaTuTa çiftliklerinin rezervasyon işlemlerini gerçekleştiren ve gönüllü çalışmalar koordinatörü olan katılımcıyla ve Narköy kurucusu ile görüşme gerçekleştirilmiştir. Gerçekleştirilen bu görüşmeler sonrasında Narköy'ün konaklama sorumlusu ve çiftlik işlerinde çalışan bir kişiyle daha görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Buna göre Narköy bünyesinde bulunan bir adet üst düzey yönetici, bir adet orta düzey yönetici ve bir adet de çiftlik çalışanın görüşleri alınmıştır. Görüşmelerle ilgili bilgiler Tablo 1'de yer verilmiştir.

TTabloda katılımcıların görevleri, görüşme tarihi, görüşme saati, görüşme süresi ve görüşmenin nerede yapıldığına dair bilgiler bulunmaktadır. Gerçekleştirilen görüşmelerin en kısıtı 15 dakika en uzununu ise 61 dakika sürmüştür.

Araştırma Alanı

Kartopu örnekleme sürecinde gerçekleştirilen ilk görüşme sonrasında çalışma bölgesi olarak "Narköy Ekolojik Otel ve Eğitim Merkezi" seçilmiştir. Narköy, Nar Eğitim ve Danışmanlık Merkezi'nin eğitim odaklı sürdürülebilir turizm merkezi ve organik tarım çiftliğidir. Kocaeli'nin Kandıra İlçesi'ne bağlı Kıncıllı Köyü'nde bulunan Narköy, eğitim odaklı bir merkez olarak çağdaş bir çiftlik ve otel mantığıyla yaşamakta ve hizmet vermektedir. TaTuTa Projesi kapsamında bulunan çiftliklerden biri olan Narköy'ün temel amacı "doğal hayatın içinde organik tarım ile üretilen ürünlerin tüketildiği, satıldığı, eğitim için uygun lojistiğe sahip bir eğitim çiftliği oluşturarak yurtiçi ve yurtdışı ayakları olan eğitim turizmi yapmaktır" (Erginkoç, 2017). Çiftlik kurucusundan alınan bilgiler doğrultusunda çiftliğin diğer amaçları arasında Kandıra çevresinde bulunan Babaköy ve Kıncıllı köylerinde yaşayan komşularına iş olanakları yaratmak, organik tarım konusunda örnek olmak ve konunun uzmanları tarafından verilecek eğitimlerle katkıda bulunmaktır.

Bunun yanında şirket kurucusu 800'ün üzerinde atalık tohumun bulunduğu bir tohum bankası kurmuş ve bu tohumların ekilip çoğaltılması üzerine tarımsal faaliyetlerde bulunmaktadır. Aynı zamanda 2016 yılında Türkiye Kadın Girişimciler Derneği tarafından "Yılın Kadın Sosyal Girişimcisi" ödülüne layık görülmüştür (Erginkoç, 2017). Bu bilgiler ışığında Narköy turizm faaliyetleri sergileyen bir sosyal girişim olarak bu araştırmada çalışma bölgesi olarak seçilmiştir.

Ölçüm Aracı

Nitel çalışmalarda görüşme sorularını oluşturma süreci amaca ulaşmadaki en önemli basamaklardan biri olmakla birlikte çalışmanın kalitesini de belirlemektedir. Çalışma kapsamında soruların yönelteceği katılımcıların düşünce, deneyim ve algılarının ortaya çıkarılması verilerin güçlü olmasını sağlamaktadır (Miles & Huberman, 1994). Görüşme soruları sosyal girişimcilik davranış öncülleri, iş tatmini ve yaşam tatmini alanyazınında yapılan çeşitli nicel araştırmaların ölçek boyutları ve sorularından yola çıkılarak yarı yapılandırılmış görüşme tekniği formuna göre hazırlanmıştır. Buna göre;

- Hockerts'ın (2015) Mair & Noboa'nın (2006) modelini temel alarak hazırladığı Sosyal Girişimcilik Davranış Öncülleri Ölçeği'nde (Social Entrepreneurial Antecedents Scale – SEAS) bulunan empati, ahlaki yükümlülük, kendine güven ve sosyal destek boyutlarını içeren 18 ifade görüşme formunun ilk kısmını karşılayacak şekilde yarı yapılandırılmış görüşme sorularına çevrilmiştir.

- İş tatmini alanyazınında sıkça kullanılan Minnesota İş Doyum Ölçeği'ne (Weiss, Dawis & England, 1967) ait içsel doyum boyutuna ait ifadeler yarı yapılandırılmış görüşme sorularına çevrilmiştir.
- Yine yaşam tatmini alanyazınında sıkça kullanılan Yaşam Tatmini Ölçeği'nin (Diener, Emmons, Larsen & Griffin, 1985) soruları yarı yapılandırılmış görüşme sorularına çevrilmiştir.

Verilerin Analizi

Mevcut çalışmada tümdengelimsel bir yaklaşım izlenmiş olup temalar önceden belirlenmiş ve betimsel analiz gerçekleştirilmiştir. Bu yaklaşıma göre elde edilen veriler, daha önceden belirlenen temalara göre özetlenir ve yorumlanır. Betimsel analizde, görüşülen ya da gözlenen bireylerin görüşlerini çarpıcı bir şekilde yansıtmak amacıyla doğrudan alıntılara sık sık yer verilir. Bu tür analizde amaç, elde edilen bulguları düzenlenmiş ve yorumlanmış bir biçimde okuyucuya sunmaktır (Yıldırım & Şimşek, 2011; 224).

BULGULAR

Sosyal Girişimcilik Davranış Öncülleri bulguları

Alanyazınında temel alınan sosyal girişimcilik davranış öncüllerinin dört farklı boyutu belirtilmiştir. Bu boyutlar sırasıyla *empati*, *ahlaki yükümlülük*, *kendine güven* ve *sosyal destektir* (Mair & Noboa, 2006; Hockerts, 2015). Bu boyutların her biri için görüşmecilere birer soru yöneltilmiştir.

Soru 1 – Empati: Kendinizi sosyal açıdan dezavantajlı insanların yerine koyduğunuzda (kadınlar, yoksullar, engelliler, eski mahkûmlar gibi) neler hissedersiniz?

"*Tutturdum ben bu çocuklarla çalışacağım diye. Hapishanedeki çocuklarla çalışacağım diye. Tansiyonum altı buçuk. Babam 'Kızım herkesi kurtarmazsın' dedi. Ama o çocuklarla çok farklı çalışmalar yaptım. Dezavantajlı çocuklar o kadar enteresan ki... ..Sokak çocukları, insanlar kendi vicdanlarını rahatlatmak için hediyeler alıyorlar, normal sistemin dışına çıkarıyorlar ve o çocuklar buldukları yerden de oluyor, onlara yardım etmenin yolu yöntemi bu değil... ..Empatinin dünyaya barışı getireceğine inanıyorum ben. Dolayısıyla çok farklı gruplarla çalıştım ben ve onlar beni adam ettiler.."* (Katılımcı 3).

Katılımcı 2 ve Katılımcı 3 empatinin önemine vurgu yapmaktadırlar. Buradan hareketle empati tutumuna sahip oldukları sonucuna ulaşılabilir. Bununla birlikte önceden beri dezavantajlı gruplara yönelik çalışmalar yapmış olmaları bu tutumlarını desteklemektedir. Diğer katılımcıların söylemlerinde empati kelimesi geç-

memekte fakat empati sahibi oldukları dolaylı olarak anlaşılmaktadır.

Soru 2 – Ahlaki Yükümlülük: Kendinizden kötü durumdaki insanlara nasıl yardım edersiniz? İçinde yaşadığınız toplumun kendinden kötü durumdaki insanlara yardım etmesi konusunda neler düşünüyorsunuz? Bu konuda toplumumuzu değerlendirir misiniz?

“Öncelikle iyi anlamaya çalışırım onların durumunu... ..İhtiyaçlarını anlamaya çalışırım ve imkânlarım ölçüsünde de ihtiyaçlarını gidermeye çalışırım. Bu maddi de olabilir manevi de olabilir...” (Katılımcı 1)

Katılımcı 1 mümkün olduğu sürece sosyal açıdan dezavantajlı insanlara yardım edilebildiğini savunmaktadır. Yakın çevredeki dezavantajlı gruplara hem maddi hem manevi yardım yapılabileceğini söylemektedir. Genel olarak yardım etme eğiliminde olduğu için katılımcının ahlaki yükümlülüğe sahip olduğu söylenebilir. Katılımcı 2 bu görüşme sorusunda bireysel olarak yaptığı yardımlardan bahsetmek istemediği için bu soruyu cevaplamamıştır. Verilen cevaplar doğrultusunda Katılımcı 3 ahlaki yükümlülüğe sahip olduğu görülmektedir. Toplumsal olarak ise insanların bu konuda bir takım sorunlar yaşadığını ve birbirine yardımcı olmada engellerin olduğunu ifade etmektedir. Genel olarak görüşme yapılan bireylerin ahlaki yükümlülüğe sahip olduğu bulgusuna ulaşılmıştır. Bunun yanı sıra aynı iş yerinde çalışan Katılımcı 3, Katılımcı 4 ve Katılımcı 5 tarafından ahlaki yükümlülük açısından toplumun sorunlar yaşadığı ifade edilmektedir.

Soru 3 – Kendine Güven: Toplumla ilgili sorunları çözmek için neler yapıyorsunuz? Yeterince çözüm yolu arıyor musunuz?

“Açıkçası bu tür toplumsal sorunları görüp şikayet etmektense ben bir birey olarak ne yapabilirim, hani sistemde nasıl bir değişiklik yapabilirim değil de kendi hayatımda bu dediğiniz grupları da göz önünde bulundurarak nasıl sorumlu bir şekilde davranabilirim diye kafa yorup, kendimde aslında gerekli değişiklikleri yapmaya çalışıyorum. Çünkü zaten her birimiz bu sorumluluğu aldığımız zaman gereken toplumsal değişimlerin olacağına inanıyorum. Aksi takdirde tepeden inme yaklaşımlarla ne kadar iyi niyetli olursa olsun bunun çok mümkün olduğunu düşünmüyorum...” (Katılımcı 1)

Katılımcı çözüm yollarının bulunmasında tepeden inme yaklaşımlar yerine bireysel yaklaşımların daha önemli olduğunu vurgulamaktadır. Buradan hareketle katılımcının sosyal sorunları çözmede *kendine güvene* sahip olduğu ifade edilebilir.

Soru 4 – Sosyal Destek: Sosyal sorunları çözmeye yönelik bir iş kurmayı düşünürseniz kimlerden, ne düzeyde destek alırsınız? (maddi veya manevi)

“Valla açıkçası bu işler eskisine göre daha kolay. Yani internetin sosyal medyanın geldiği noktada bir destek çağrısı yaptığım zaman kendi ağıma hem yakın çevremden hem biraz daha uzak çevreden mümkün mertebeye şeffaf davranıp bu bilgiyi yayıp, ihtiyacım da neyse bunu açık açık söyleyip gereken desteği toplarım. Tabii ki kimden ne isteyeceğiniz de önemli.” (Katılımcı 1)

Katılımcılar genel olarak sosyal sorunları çözmeye yönelik bir iş kurmaya kalktıklarında yakın çevrelerinden destek alacaklarını ifade etmişlerdir. Sadece Katılımcı 5'in destek alınamayacağı hakkında bir bilgisi yoktur.

İş Tatmini bulguları

Sosyal girişim çalışanlarının içsel iş tatminlerini derinlemesine belirleyebilmek adına alanyazında sıkça kullanılan Minnesota İş Doyum Ölçeği'nin (Weiss et al., 1967) içsel tatmin ifadeleri beş adet görüşme sorusu olarak katılımcılara yöneltilmiştir.

Soru 1 - İşinizi, kendi kararlarınızı alma ve bu kararları uygulama açısından değerlendirir misiniz?

“Ben burada koordinatör olarak çalışıyorum zaten bizim burada ortak karar mekanizması vardır. İnisiyatif alabileceğim yerlerde ben kendim karar veririm diğer yerlerde bütün arkadaşlar birlikte karar veririz.” (Katılımcı 2)

Katılımcı 1 ve Katılımcı 2'nin gerekli durumlarda kendi inisiyatiflerini alabildikleri görülmektedir. Diğer yandan bazı önemli kararlarda çalıştıkları yerde ortak karar alma mekanizmalarıyla hareket etmeyi tercih ettiklerini ifade etmektedirler.

“Alıyorum. Çünkü kendi kararımı alamazsam zaten burada olamam, Motive de olamam...” (Katılımcı 5)

Katılımcıların tümü iş sırasında kendi kararlarını alabildiklerini ifade etmiştir. Bunun yanında birçok konuda işletmelerde ortak karar alma mekanizmalarının olduğu ve yatay bir yönetim sergilendiğinden bahsedilmektedir.

Soru 2 - İşinizi yaparken başkalarına ne düzeyde yardımcı olabiliyorsunuz?

“Son derece yatay bir yapılanma var diyebilirim. O yüzden hani kim hangi işle uğraşıyor olursa olsun, kim hangi işten sorumlu olursa olsun mutlaka paslaşmalar oluyor...” (Katılımcı 1)

Katılımcı 1 ve Katılımcı 2 sadece kendilerinin değil, çalışma ortamında herkesin birbirine yardımcı olduğunu ifade etmiştir. Ayrıca buralarda hiyerarşiden uzak, yardımlaşmaya yönelik yapıların olduğu bulgularına ulaşılmıştır.

“Çiftlikte de burada da internet hatları var. Anında araştırabiliyorlar, bakabiliyorlar. Fikir söyleyebiliyorlar. Takıldıkları zaman çağırıyorlar soru sorabiliyorlar. Yani ben bizim köyün ninesi dedesi oluyorum...” (Katılımcı 3)

Katılımcı 3 çiftliğin çalışanları için kendi sorunlarını çözmeye elverişli bir ortam olduğunu ifade etmektedir. Bu ifadeden hareketle burada personel güçlendirmenin önemli bir unsur olduğu sonucuna ulaşılabılır. Çalışanlar kendileri bir çözüme ulaşamadıkları takdirde çiftlik yöneticisi yol göstererek yardımcı olmaktadır. Bir anlamda mentorluk yaptıkları söylenebilir.

Soru 3: Sizce işinizde başarılı olduğunuzu hissetti- ren şeyler nelerdir?

“Kapıdan çıkarken içten bir gülümseme ve teşekkür. Benim için her şey bitiyor orada. Benim için o nokta tamamen tatmin noktası... ..Böyle baktığım zaman hadi- seye ben zaten kapıda aldığım her teşekkürde gururum bin kat daha...” (Katılımcı 4)

Bütün katılımcılar için manevi etkenler hissedilen iş başarısında etkili olmaktadır. Sadece kendisi için olan geri bildirimler değil, orta düzey bir yönetici olarak, çalışanlarının aldığı olumlu geri bildirimler de Katılımcı 4'e işinde başarı hissi sağlamaktadır. Burada çalışanların iş tatminini etkileyen *amirlerin denetimi* faktöründen bahsedilebilir.

Soru 4 - İşiniz geleceğinizi nasıl güven altına almak- tadır?

“Çok basit bir şey söyleyeyim. Şu kapıyı kapatsak, biz burada yaşarız. Başka nedir diyorlar konfor? Kuş sesiyle uyanmak, serçe bayramından haberdar olmak. Aç kal- mayacağımızı bilmek. Çünkü gıda ile özgürlük arasında doğrudan bağ var...” (Katılımcı 3)

İşlerinin geleceklerini güvence altına almalarıyla ilgili yöneltilen bu soruda katılımcılar farklı açıklamal- larda bulunmuşlardır. Genel görüş olarak ise gelecekle ilgili kaygıları düşünmektense sevindikleri işi yapmaya devam etmek istemektedirler.

Soru 5 - Yaptığınız iş, hayatınızın ne kadarlık bir bölümünü kapsamaktadır?

“Yaptığım işi iş-hayat diye ayırmadığım için hem tamamını kapsamakta hem de hiç kapsamamakta di- yebilirim. İş ve hayat ayrımı yapmadığım için... ..ben bugün gidip ailemin yanında ya da herhangi bir, ziyaret etmek istediğim bir yerde, yeter ki internet bağlantısı ol- sun yine işimi yapmaya devam edebiliyorum dolayısıyla özel hayat iş dengesini çok rahat kurabiliyorum.” (Kati- lımcı 1)

Katılımcı 1 iş ve yaşamı arasında çok fazla bir far- kın olmadığını, zaman zaman yoğunluklar yaşadığını

belirtmiştir. Bununla birlikte özel hayatına da özen gösterebildiğini ifade etmiştir. Katılımcı 4 ve Katılımcı 5 yaptıkları işin hayatlarının neredeyse hepsini kapsa- dığını ifade etmektedirler. Açıklamalar doğrultusunda işlerinin hayatlarının büyük bir kesimini kapsaması iş yoğunluğundan dolayı değil, yaptıkları işten aldıkları tatmin ve işe devam etme isteklerinden olduğu görülmektedir.

Katılımcıların iş tatminleri üzerine yaptıkları açık- lamalarda çalıştıkları yerlerde genellikle hiyerarşinin az olduğu, yatay bir yönetim yapısının bulunduğu, ça- lışanların birbirine yardım ettiği ve manevi etkenlerin işlerinde başarılı olduklarını hissettirdiği görülmekte- dir. Katılımcıların bu görüşleri doğrultusunda genel olarak işlerinden tatmin oldukları belirtilebilir.

Yaşam Tatmini Bulguları

Soru 1 - Hayatınızda yapmak istediklerinizi ne ka- dar gerçekleştirebildiniz?

“Büyük ölçüde gerçekleştirebildim, açıkçası tatmin edici ölçüde ulaşabildim diyebilirim. Sadece sevdiğim şeyleri yapmaya çalışıyorum...” (Katılımcı 1)

“Yapmak istediğim şeyleri zaten işim olarak da dü- şündüğüm için bunları aynı zamanda, yüksek bir oran- da gerçekleştirebildiğimi düşünüyorum.” (Katılımcı 2)

Katılımcı 1 ve Katılımcı 2 şu an yaptıkları işi ha- yatlarında gerçekleştirmek istedikleri hedeflerden biri olarak ifade etmiş bu sebeple hayatlarında gerçekleştirm- ek istedikleri hedeflerin önemli bir bölümünün ger- çekleştiğini ifade etmişlerdir.

“Karalama defterlerini temize çekeceğim. Bir kitap olur olmaz ama kullanılabilir hale getireceğim. Bu çok yapmak istediğim bir şey. Arşivlenecek bir kısım binlerce fotoğraf ve notlar var.” (Katılımcı 3)

Katılımcı 3 kendine ait isteklerde bulunmayı geç öğrendiğini belirtmiş, bununla birlikte halen daha ger- çekleştirmek istediği hedefleri olduğunu ifade etmiştir. Bunların başında da karalama defterlerine tuttuğu not- ların kitap haline gelmesidir. Katılımcı 4 de hayatında yapmak istediklerinin büyük oranda gerçekleştiğini ifade ederken Katılımcı 5 hala gerçekleştiremediğini, bunun sebebinin de maddi imkânsızlıklar olduğunu söylemiştir. Görüldüğü üzere hayatta yapmak istenilen hedefler konusunda katılımcılar arasında farklılıklar bulunmaktadır.

Soru 2 - Şu anki yaşam koşullarınızı değerlendire- bilir misiniz?

“Çok üst düzey yaşıyorum. Neden? Birincisi benden çok daha fazla bilgi sahibi kültür ve görgü, farklı yer- lerinde yaşamış dünyanın yani farklı tatlarını almış

insanları ağırlıyorum ve bu sohbet aşamasında öğrettiğimi düşünürken dokunduğumuzu düşünürken onlar da bana çok şey öğretiyorlar. Bir kere bu parayla satın alamayacağımız bir değer hayatımızda. Bilgi çünkü. Para verirsiniz. İkincisi ihtiyacım olan her şeye sahibim. Çok güzel bir evliliğim var, keyif aldığım bir arabaya sahibim... ..Maddi hiç bir eksikim yok... ..Çok sıcak bir yerde çalışıyorum herkesin lütfettiği herkesin candan olduğu bir yerde çalışıyorum. En büyük zenginliklere sahibim ben burada.” (Katılımcı 4)

Katılımcılar genel olarak şu anki yaşam koşullarından memnun olduklarını belirtmişlerdir. Katılımcı 1 ve Katılımcı 3 yaşam koşullarından memnun olmakla beraber bu koşulların devam etmesi ve gelişmesi adına farklı hedeflerinin de olduğunu ifade etmişlerdir. Katılımcı 2 ve Katılımcı 4, yaşam koşullarından tamamen memnun olduklarını, Katılımcı 5 ise memnun olmasına rağmen kimi konularda maddi sorun yaşadığını ifade etmiştir.

Soru 3 - Tekrar dünyaya gelseydiniz hayatınızla ilgili neleri değiştirmek isterdiniz?

“Bana söylenenleri daha az takip edip biraz daha ben neler istiyorum sorunun cevabına göre yaşamayı tercih ederdim. Okul okuyacaksın, sınava gireceksin, okulu bitireceksin, üniversiteye gideceksin, işe gireceksin, askere gideceksin gibi çok ezbere bir hayatımız var aslında... ..Kendime daha fazla vakit ayırmayı, eğitimimde başarılı olmaktansa birtakım beceriler elde etmeyi, daha fazla ellerimi kullanmayı tercih ederdim... ..Kırsala göç etmem sonucu birçok şeyin farkına vardım. Bu yüzden hep kendimden küçüklerle konuştuğum zaman bu konuya dikkatlerini çekiyorum.” (Katılımcı 1)

Katılımcı 2 ve Katılımcı 3 genel olarak şu anki yaşamları hakkında köklü değişiklikler istememekle beraber kısmen yaşamlarında gerçekleştirdiklerini daha etkin yapmak istediklerini ifade etmektedirler. Katılımcı 1 ve Katılımcı 4 şu anki yaşamlarından memnun olmakla beraber yaşamlarının önceki evrelerinde köklü değişiklikler istediklerini belirtmişlerdir. Hayatıyla ilgili en büyük değişiklik isteğini ise Katılımcı 5 açıklamaktadır. İlgili soruya cevap olarak bir işyeri sahibi olmak, eğitime önem vermek, daha çok bilgi sahibi olmak gibi cevaplar vermiştir. Yöneltilen üç farklı yaşam tatmini sorularının cevaplarına göre, katılımcıların genel olarak yaşamlarından tatmin olduğu görülmektedir. Yaşamlarıyla ilgili az sayıda gerçekleştiremedikleri hedefler ve değişiklikler istemelerine rağmen, genel olarak uygun yaşam koşullarına sahip olduklarını ve yaşamlarından tatmin olduklarını belirtmişlerdir.

SONUÇ ve ÖNERİLER

Araştırma çerçevesinde elde edilen bulgular doğrultusunda görüşme yapılan katılımcıların empati tutumuna sahip oldukları görülmektedir. Empatiyi belirlemeye yönelik yöneltilen görüşme sorusunda ‘empati’ kelimesi geçmemesine rağmen katılımcıların bir kısmı dezavantajlı gruplara empati beslediklerini dolaylı olarak ifade etmişlerdir. Alanyazında bulunan birçok çalışma da sosyal girişimcilerin empati sahibi olduğunu belirtmektedir (Burger, 2006; Calienda & Kritikos, 2008; Kümbül Güler, 2010; Ernst, 2012; Prazskier & Nowak, 2012; İrengün & Arıkboğa, 2015). Gerçekleştirilen bu örnek olay incelemesi de katılımcıların empati sahibi olduğunu ortaya koyarak alanyazını desteklemektedir.

Diğer bir sosyal girişimci davranış öncülü olan ahlaki yükümlülük için Comunian ve Gielen (1995) topluma yönelik eylemlerde bulunan bireylerin yüksek bir ahlaki yargıya sahip olduklarını belirtmektedir. Çalışma kapsamında katılımcıların hem bireysel hem de toplumsal olarak ahlaki yükümlülüğü değerlendirmeleri istenmiştir. Araştırma sonucunda görüşme yapılan kişilerin bireysel olarak ahlaki yargıya sahip oldukları görülmüştür. Bunun aksine görüşme yapılan katılımcılar genel olarak toplumun yeterince ahlaki yükümlülük taşımadığını belirtmiştir. Herhangi bir genelleme yapılamasa da mevcut çalışmaya katılanlar için sosyal girişim çalışanlarının toplumun geri kalanından daha farklı ahlaki yargıları olduğu söylenebilir. Bu sonuç alanyazında belirtildiği gibi sosyal girişimcilerin, ticari girişimcilere göre farklı kişisel özellikler sergilediklerini destekler niteliktedir (Mair & Noboa, 2006; Ernst, 2012).

Katılımcıların toplumsal sorunları çözmede bireysel olarak neler yaptığı araştırılarak bir başka davranış öncülü olan kendine güvenleri belirlenmeye çalışılmıştır. Yapılan görüşmelerde katılımcıların kendine güvenlerine yönelik ifadeler yer almakla birlikte bu öncüle yönelik çok güçlü bulgulara rastlanamamış, sadece sosyal girişim kurucusu olan katılımcının daha belirgin kendine güven tutumu sergilediği görülmüştür. Bu araştırmanın sonuçlarına göre katılımcılar arasında sosyal girişimlerde bulunan üst düzey yöneticilerin, alt kademede bulunan yöneticiler ve çalışanlara göre daha yüksek kendine güven sergilediği sonucuna ulaşılabilir. Bu durum girişim sahiplerinin zaten bu girişimi başlatarak kendine güveni somut hale getirmesi ile açıklanabilir.

Alanyazında en sık bahsedilen sosyal girişimci özellikleri arasında işbirliği, kişisel sosyal ağ ve kaynak toplayabilme yeteneği gibi özellikler bulunmaktadır (Thompson et al, 2000; Burger, 2006; Basım et al., 2009; Prazskier & Nowak, 2012; İrengün & Arıkboğa, 2015). Bu özellikleri Mair & Noboa (2006) sosyal destek boyutu altında toplamıştır. Katılımcıların geneli bir sosyal girişim kurma niyetinde bulunurlarsa destek bulacak-

larını ifade etmişlerdir. Özellikle aile ve arkadaşlar gibi yakın çevrelerinin kendilerine destek vereceği katılımcılar tarafından belirtilmiştir. Bununla birlikte maddi katkılar olmasa bile ekoloji kolektiflerinin ve TaTuTa gibi projelerin destek olacağı kimi katılımcılar tarafından özellikle belirtilmiştir. Çalışmada yer alan katılımcıların genel olarak sosyal sorunları çözmeye yönelik oluşturacağı girişimlere destek bulacağı söylenebilir.

Turizm sektörü emek yoğun bir sektör olduğundan dolayı işgörenlerin işlerinden elde ettikleri tatmin yaşamlarını da büyük ölçüde etkilemektedir (Akgündüz, 2013). Araştırmada elde edilen bulgular sonucunda tüm kademelerdeki çalışanların iş yaşamlarında belli bir düzeye kadar kendi kararlarını alabildikleri ve bu kararları uygulayabildikleri görülmektedir. Bunun yanı sıra işletmelerde önemli kararlar alınacağı zaman tek bir kişinin karar vermesi yerine ortak karar alma mekanizmalarının devreye girdiği görülmektedir. Bir diğer sonuç ise bu işletmelerde çalışanların birbirine sürekli yardımcı olduğu, bu yardımlar sonucunda hem yönetim kademelerinin hem de ön saflarda çalışanların iş yüklerinin azaldığı yönündedir.

Mevcut araştırmada görüşme yapılan sosyal girişim çalışanları genel olarak 'takdir edilme' gibi manevi geri bildirimlerle işlerinde başarılı olduklarını hissetmektedirler. Turizm sektöründe iş tatmini üzerine yapılan birçok çalışmada 'ücret' faktörünün iş tatminini daha az etkilediği görülmekte fakat bunun nedeni bilinmemektedir (Kuşluyan & Kuşluyan, 2005; Tütüncü & Kozak, 2007). Bu çalışmada da ücret faktörünün görüşme yapılan kişilerde iş tatminini daha az etkilediği anlaşılmıştır. İşlerinde başarılı hissettikleri etkenler arasında sosyal girişim çalışanları ücret, karlılık, satış oranı vb. maddi göstergelerden bahsetmemişlerdir. Bunun yerine müşteri geri bildirimleri, amirlerin takdir etmesi gibi daha manevi unsurların çalışanların iş tatminini etkilediği görülmüştür.

İş tatminini etkileyen bir diğer unsur yapılan işin çalışanların geleceğini güvence altına almasıdır. Görüşmeler sonrasında bu çalışmadaki sosyal girişim çalışanları bu etken üzerinde farklı görüşler bildirmişlerdir. Bir kısım çalışan geleceğinin güvence altında olduğunu belirtirken diğer bir kısım yaptıkları işin geleceğini garanti altına aldığına emin olamamaktadır. Gelecek garantisi olmadığını bildiren katılımcılar ise yine de bu işten memnun olduklarını, sevdikleri işi yaptıklarını ve bu şekilde çalışmaya devam edeceklerini belirtmişlerdir. Olumlu, olumsuz ve kararsız görüş bildiren çalışanların tümü yaptıkları işi sevdiklerini ve bu işi yapmaya devam edeceklerini vurgulamışlardır.

Turizm sektöründe personel devir hızının yüksek olmasının en büyük nedenlerinden biri çalışanların iş tatminlerinin düşük olmasıdır. Özellikle ücret, çalış-

ma koşulları, iş güvencesi, arkadaşlık ortamı, terfi ve kariyer olanakları iş doyumunu inceleyen araştırmalarda çalışanların iş doyumunu etkileyen faktörlerin başında gelmektedir (Koroğlu, 2011). Bu çalışmada ise görüşme yapılan sosyal girişim çalışanlarının işlerinden tatmin oldukları görülmektedir. Bunun en büyük nedenleri arasında diğer turizm işletmelerinden farklı olarak bu işletmelerde yatac bir örgüt yapısının olması, hiyerarşiden uzak olunması, personel güçlendirmenin etkin rol oynaması, müşteri ve yöneticiler tarafından verilen olumlu geri bildirimler ve çalışanlar arasındaki yardımlaşma verilebilir. Bu sonuçlar sosyal girişimlerde yönetici/işletme sahibi kişilerin 'patronluk' değil 'mentorluk' yaptığı izlenimini oluşturmaktadır.

Bu araştırmanın ikincil amaçları arasında sosyal girişimcilik davranış öncülleri ile iş ve yaşam tatmini arasındaki ilişkiyi derinlemesine inceleyebilmek bulunmaktadır. Mevcut çalışmadaki katılımcıların iş ve yaşam tatminlerinin ikisinin de yüksek çıkmasıyla, bu çalışanlar için iş-yaşam tatmini ilişkisinde 'sıçrama modeli'nin geçerli olduğunu sonucuna ulaşılabılır. Sıçrama modeline göre bireyin hayatının bir alanındaki tatmin diğer alanlara da sıçrayacaktır. Bu sıçrama işteki tatminden yaşamdaki tatmine doğru veya tam tersi şekilde yaşamdaki tatminden işteki tatmine doğru olabilir. Bu çalışmaya göre işinde tatmin olan bir insan yaşamında da tatmin olacaktır (Aşan & Erenler, 2008).

Sonuç olarak sosyal girişimcilik gibi kar elde etmeyi ikinci plana atan farklı iş modellerinin turizm alanında çoğalması turizm çalışanları için iş ve yaşam tatminlerini yükseltecek alternatiflerin çoğalması için etkili olacaktır. Bu durum sadece alınan ücret bazında değil, iş koşullarını geliştirmek açısından da mevcut turizm işletmelerinin çalışan açısından rekabete açık olmasını sağlayacak ve buradaki çalışanların elde edecekleri fayda artacaktır.

Mevcut çalışma bir örnek olay çalışması olduğu için az sayıda bir örneklem üzerinden yürütülmüş ve genellemelerden kaçınılmıştır. Bu sebeple sosyal girişimcilik öncülleri ve iş-yaşam tatminini belirleyecek olan farklı çalışmalarda daha geniş örnekleme sahip olan ve farklı çalışma alanlarında gerçekleştirilmiş nitel araştırmalar; ayrıca genelleme yapılabilmesi adına bu olgular üzerine nicel çalışmalar gerçekleştirilmesi önerilebilir.

KAYNAKÇA

- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational behavior and human decision processes*, 50(2), 179-211.
- Akgündüz, Y. (2013). Konaklama işletmelerinde iş doyumunu, yaşam doyumunu ve öz yeterlilik arasındaki ilişkinin analizi. *Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 11(1).
- Aksu, A. & Aktaş, A. (2005). Job satisfaction of managers in tourism: cases in the Antalya region of Turkey. *Managerial auditing journal*, 20(5), 479-488.
- Aşan, Ö. & Erenler, E. (2008). İş tatmini ve yaşam tatmini ilişkisi. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 13(2), 203-216.
- Backman, E. V., & Smith, S. R. (2000). Healthy organizations, unhealthy communities?. *Nonprofit Management and Leadership*, 10(4), 355-373.
- Basım, H. N., Çetin, F. ve Tabak, A. (2009). Beş faktör kişilik özelliklerinin kişilerarası çatışma çözme yaklaşımlarıyla ilişkisi. *Türk Psikoloji Dergisi*, 24(63), 20-34.
- Baum, J. R., & Locke, E. A. (2004). The relationship of entrepreneurial traits, skill, and motivation to subsequent venture growth. *Journal of applied psychology*, 89(4), 587.
- Besler, S. (2010). *Sosyal girişimcilik*. İstanbul: Beta Yayıncılık
- Bird, B. (1988). Implementing entrepreneurial ideas: The case for intention. *Academy of management Review*, 13(3), 442-453.
- Boschee, J. (1998). Merging mission and money: A board member's guide to social entrepreneurship.
- Brockhaus, R. H. (1980). Risk taking propensity of entrepreneurs. *Academy of management Journal*, 23(3), 509-520.
- Burger, J. M. (2006). *Kişilik psikoloji biliminin insan doğasına dair söyledikleri*. İstanbul: Kaknüs.
- Calienda, M., & Kritikos, A. S. (2008). Is entrepreneurial success predictable? An ex-ante analysis of the character-based approach. *Kyklos*, 61(2), 189-214.
- Collins, C. J., Hanges, P. J. & Locke, E. A. (2004). The relationship of achievement motivation to entrepreneurial behavior: A meta-analysis. *Human performance*, 17(1), 95-117.
- Comunian, A. L. & Gielen, U. P. (1995). Moral reasoning and prosocial action in Italian culture. *The Journal of Social Psychology*, 135(6), 699-706.
- 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. *The academy of management perspectives*, 24(3), 37-57.
- Dees, J. G. (1998). Enterprising nonprofits. *Harvard business review*, 76, 54-69.
- Demirel, E. T. ve Akbiyık, N. (2009). *Girişimcilik Kavramı ve Ortaya Çıkışı, Girişimcilik ve Küçük İşletmeler*. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Diener, E. D., Emmons, R. A., Larsen, R. J. & Griffin, S. (1985). The satisfaction with life scale. *Journal of personality assessment*, 49(1), 71-75.
- Erginkoç, C. (2017). Düşlerin gerçeğe dönüştüğü girişimcilik öyküsü: Narköy. *Anadolu Haber*. 12-13.
- Ernst, K. (2012). Social entrepreneurs and their personality. *Social entrepreneurship and social business*, 51-64. Springer International Publishing.
- Ghiselli, R., La Lopa, J. & Bai, B. (2001). Job satisfaction, life satisfaction, and turnover intent among food-service managers. *The Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 42(2), 28-37.
- Glesne, C. (2015). *Nitel araştırmaya giriş*. (5. Baskı) Anı Yayıncılık: Ankara
- Güler, B. (2008). *Sosyal girişimciliği etkileyen faktörlerin analizi*. Yayınlanmamış Doktora Tezi. İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi.
- Günlü, E., Aksaraylı, M. & Şahin Perçin, N. (2010). Job satisfaction and organizational commitment of hotel managers in Turkey. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 22(5), 693-717.
- Günlü, E. (2015). *Sosyal girişimcilik olgusunun kavramsal analizi ve turizmde sosyal girişimcilik*. *Sosyal ve Beşeri araştırmalar dergisi*. 35
- Hockerts, K. (2015). The social entrepreneurial antecedents scale (SEAS): A validation study. *Social Enterprise Journal*, 11(3), 260-280.
- İskender, A. & Yaylı, A. (2017). İşgörenlerin iş ve serbest zaman çatışma düzeyleri ile mesleki tükenmişlik ve yaşam tatmini ilişkisi: Ankara'daki 4-5 yıldızlı otel çalışanları üzerine bir uygulama. *MANAS Sosyal Araştırmalar Dergisi*. 6 (1). 95-112.
- 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.
- Kozak, M. (2015). *Bilimsel araştırma: tasarım, yazım ve yayım teknikleri*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Köroğlu, Ö. (2011). İş gören doyumunu ve turizm işletmelerinde yapılan araştırmalara ilişkin bir değerlendirme. *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, 7(14), 245-266.
- Krueger, N. (1993). The impact of prior entrepreneurial exposure on perceptions of new venture feasibility and desirability. *Entrepreneurship: Theory and practice*, 18(1), 5-22.

- Krueger, N. F. & Brazeal, D. V. (1994). Entrepreneurial potential and potential entrepreneurs. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 18, 91-91.
- Krueger, N. F., Reilly, M. D. & Carsrud, A. L. (2000). Competing models of entrepreneurial intentions. *Journal of business venturing*, 15(5), 411-432.
- Kuşluyan, Z. & Kuşluyan, S. (2005). Otel işletmelerinde iş ve işletme ile ilgili faktörlerin iş gören tatmini üzerindeki görece etkisi: Nevşehir örneği. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 16(2), 183-203.
- Kümbül Güler, B. (2010). Bireysel ve çevresel özelliklerin şekillendirdiği sosyal girişimci davranış. S. Besler (Ed.), *Sosyal girişimcilik içinde*. (s. 161-195). İstanbul: Beta
- Laeis, G. C., & Lemke, S. (2016). Social entrepreneurship in tourism: Applying sustainable livelihoods approaches. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 28(6), 1076-1093.
- 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. In *Social entrepreneurship* (pp. 121-135). Palgrave Macmillan, London.
- Miles, M. B. & Huberman, A. M. (1994). *Qualitative data analysis: A sourcebook*. Beverly Hills: Sage Publications.
- 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.
- Özdevecioğlu, M. & Karaca, M. (2015). *Girişimcilik ve Girişimci Kişilik*. Konya: Eğitim Yayınevi.
- 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.
- Poe, A. C. (2003). Keeping hotel employees: it takes more than money to retain lower-paid employees. *HR Magazine*, 91-92.
- Praszkier, R. & Nowak, A. (2012). *Social entrepreneurship: Theory and practice*. Cambridge University Press.
- Rauch, A. & Frese, M. (2007). Let's put the person back into entrepreneurship research: A meta-analysis on the relationship between business owners' personality traits, business creation, and success. *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 16(4), 353-385.
- Rebutin, J. A. (2009). Social enterprise and tourism, the key to a better integration of indigenous populations
- Shapero, A. & Sokol, L. (1982). The social dimensions of entrepreneurship *The Encyclopedia of Entrepreneurship*. Englewood Cliffs: Prentice-Hall.
- Sop, S. A. (2014). İş baskısı, iş-serbest zaman çatışması, meslek memnuniyeti ve yaşam doyumu ilişkisi üzerine bir inceleme. *Turizm Akademik Dergisi*, 1(1).
- Thompson, J., Alvy, G. & Lees, A. (2000). Social entrepreneurship—a new look at the people and the potential. *Management Decision*, 38(5), 328-338.
- Tikici, M. & Aksoy, A. (2009). *Girişimcilik ve küçük işletmeler*. Ankara: Nobel Yayınevi.
- Tütüncü, O. & Kozak, M. (2007). An investigation of factors affecting job satisfaction. *International Journal of Hospitality & Tourism Administration*, 8(1), 1-19.
- Ürper, Y (2010). *Girişimcilik ve İş Kurma*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Açık Öğretim Yayınları.
- Weiss, D. J., Dawis, R. V., England, G. W. & Lofquist, L. H. (1967). *Manual for the Minnesota Satisfaction Questionnaire*. illinnesota studies in vocational rehabilitation, No. XXII. Minneapolis: Industrial Relations Center, University of Minnesota.
- Wood, R. & Bandura, A. (1989). Social cognitive theory of organizational management. *Academy of management Review*, 14(3), 361-384.
- Yıldırım, A. & Şimşek, H. (2011). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Yılmaz, G., Keser, A. & Yorgun, S. (2010). Konaklama işletmelerinde çalışan sendika üyelerinin iş ve yaşam doyumunu belirlemeye yönelik bir alan araştırması. *Paradoks Ekonomi, Sosyoloji ve Politika Dergisi*, 6(1), 87-107.

Extensive Summary

Social Entrepreneurship Behaviour, Job Satisfaction and Life Satisfaction of Employees in Turkish Tourism Sector: TaTuTa Project Narköy Example

Fuat ÇİFTÇİ*, Ebru ZENCİR

Introduction

In the tourism sector, where customer-employee interaction is high, it is very important that employees have high job satisfaction in order to be able to serve better and to reduce personnel-related costs. If job satisfaction of tourism employees are not met they do not only quit their jobs, but they leave the tourism sector completely (Ghiselli, La Lopa & Bai, 2001). In tourism, which is a labor-intensive sector, the work and life satisfaction of the employees is lower than those of the other sector employees (Aksu & Aktaş, 2005; Günlü, Aksaraylı & Perçin, 2010; Akgündüz, 2013; Sop, 2014; İskender & Yaylı, 2017). For this reason, tourism sector employees should be evaluated for their work and life satisfaction under different business models. The main purpose of this study is to determine the work and life satisfaction of tourism workers working in social enterprises, where making profit is a secondary objective and creating social value is the main purpose.

Increasing community needs and demands to meet these needs have changed throughout history and have led to the reconsideration of the socio-political and economic conditions for civil society needs (Besler, 2010: 3). It is now apparent that people and institutions' efforts to create social benefits have become one of the main mission rather than a secondary task. For this reason, the importance of social entrepreneurship, one of the most important business models that create social benefits, is increasing day by day. Dees (1998) describes the concept of social entrepreneurship as taking the good aspects of business entrepreneurship and applying them for social missions and purposes. Social enterprise in tourism can be defined as "responsible tourism that provides social and financial added value in the supply chain, is financially self-sufficient, contributes to poverty reduction and protects the environment" (Günlü, 2015). There are a few social enterprises operating in the field of tourism (Rebutin, 2009; Günlü, 2015; Peng & Lin, 2016; Mottiar, 2016; Laeis & Lemke, 2016). The situation is the same in Turkey and there are only a few social businesses.

There are some characteristic features social entrepreneurs must have. Among them empathy is the most frequently mentioned feature (Caliendo & Kritikos, 2008; Kümbül Güler, 2010; Ernst, 2012; Praskier & Nowak, 2012). The other most frequent characteristics are moral obligation, self-efficacy and social support. These characteristics of social entrepreneurs create behavioral intentions and intentions create social entrepreneurial behavior (Mair & Noboa, 2006).

As mentioned before tourism sector workers' work and life satisfaction is relatively lower than other sectors, and tourism sector employees tend not only to quit their jobs, but leave the sector as well. However, there were no studies encountered on social enterprises that examines this issue. Therefore the main purpose of this study is to determine antecedents of social entrepreneurial behavior, job satisfaction and life satisfaction of social enterprise employees operating in the tourism sector.

Methodology

Since a small number of small social initiatives were studied, an in-depth analysis was sought and qualitative research methods were preferred in the research. The main purpose of qualitative research approaches is not to generalize, but to examine the data within the research in depth. The most important and basic feature of the types of samples used is that they are studied in depth with a small number of individuals or small sample groups within the scope of the research (Miles & Huberman, 1994: 27). In this context, snowball sampling method has been used from the frequently used purposeful sampling types in qualitative researches. There were five interviews conducted with social enterprise employees and interview durations differed between fifteen minutes and an hour. After the first interview with Buğday Association for Supporting Ecological Living study site was chosen as Narköy Ecological Hotel and Education Center. Narköy is located at Kocaeli's Kandıra province and it serves as a farm and hotel focussed on education. The founder of Narköy was awarded for "Woman Social Entrepreneur of the Year" by Women Entrepreneurs Association of Turkey in 2016 (Erginkoç, 2017).

The process of creating interview questions in qualitative studies also determines the quality of the study and steps on reaching the goal. Identifying the thoughts, experiences and perceptions of the participants to whom the questions will be directed within the scope of the study will ensure that the data are strong (Miles & Huberman, 1994). The interview questions were prepared according to the form of semi-structured interview technique, starting from

* Corresponding author at: Anadolu University, Tourism Faculty,
E-Mail Address: fuatciftci@anadolu.edu.tr

the questionnaires and scale dimensions of various quantitative researches on social entrepreneurship behavior antecedents, job satisfaction and life satisfaction (Hockerts, 2015; Weiss, Dawis & England, 1967; Diener, Emmons, Larsen & Griffin, 1985).

The data obtained in the study were subjected to descriptive analysis from qualitative research method analysis techniques. The data obtained according to this approach are summarized and interpreted according to the previously determined themes. In descriptive analysis, direct citation is frequently given to reflect the views of the individuals interviewed or observed. The purpose of such analysis is to present the findings to the reader in an organized and interpreted way (Yıldırım & Şimşek, 2011; 224). In the present study, a descriptive analysis was performed on the data because a deductive approach was followed and the themes (empathy, moral obligation, self-efficacy and social support) were developed in advance.

Results

For each social entrepreneurial behavior antecedents, different questions were conducted to interviewees. For empathy; Participant 2 and Participant 3 emphasize the importance of empathy directly. Because of this it can be said that they have an empathetic attitude. Nonetheless, they have supported these attitudes by having worked on disadvantaged groups in the past. In the discourses of other participants, they did not use the word empathy, but it is indirectly understood that they have empathy.

Participant 1 argues that socially disadvantaged people can be helped as long as possible. He says that both material and spiritual help can be provided to disadvantaged groups in the immediate vicinity. It can be said that the participant has a moral obligation because he tends to help in general. Participant 3 seems to have a moral obligation in the direction of the answers given. Socially, Participant 3 tells that people have problems in this issue and that there are obstacles for helping each other. In general, it has been found that the interviewed individuals have a moral obligation. In addition to this, Participant 3, Participant 4 and Participant 5 who worked in the same workplace stated that there are problems in the community in terms of moral obligation.

Regarding the question on self-efficacy, Participant 1 emphasizes that individual approaches are more important than top-down approaches in finding solutions. Due to this it can be said that the participant has self-efficacy in solving social problems. Most of the participants gave similar answers to this question. Also regarding the question on social support; Participants

generally stated that they would receive support from their immediate surroundings if they would start a business to solve social problems. Only Participant 5 has no information about whether she can get support.

Participants' explanations of job satisfaction show that they often have fewer hierarchies, have a horizontal management structure, help each other, and the spiritual factors are what makes them feel successful in their work.

According to the responses of the three different life satisfaction questions directed, it appears that the participants are generally satisfied with their lives. In spite of the few goals and changes they could not yet achieve in their lives, they generally have appropriate living conditions and are satisfied with their lives.

Conclusion

Many studies in the literature say that social entrepreneurs have empathy (Burger, 2006; Calienda & Kritikos, 2008; Kümbül Güler, 2010; Ernst, 2012; Prazskier & Nowak, 2012; İrengün & Arıkboğa, 2015). This case study supports the literature by revealing that the participants have empathy. Although no generalization can be made, it can be said that for those participating in the present study, social enterprise employees have moral obligations different from the rest of society. This result supports the fact that social entrepreneurs exhibit different personal characteristics according to commercial entrepreneurs (Mair & Noboa, 2006; Ernst, 2012). According to the results of this research, it is possible to reach the result that the senior managers show higher self-efficacy than the subordinates and employees. This can be explained by the fact that the owners of the venture have already initiated this initiative and have made their confidence concrete and proved their confidence with this success. The most common features of social entrepreneurship in the field of literature are cooperation, personal social networking and the ability to collect resources (Thompson et al., 2000; Burger, 2006; Basım et al., 2009; İrengün & Arıkboğa, 2015; Praszkiier & Nowak, 2012). Mair & Noboa (2006) collect these features under the dimension of social support. They expressed that they would find support if they intend to establish a social enterprise. Participants noted that people close to them, especially family and friends, would support them.

As a result of the research findings, it is seen that employees at all levels are able to make their own decisions up to a certain level in their working lives. Besides, when important decisions are taken in social enterprises, it is seen that instead of one person making a decision, common decision-making mechanisms

come into play. Another consequence is that employees in these enterprises are consistently helping each other, and as a result of these benefits, the workload of both the management and the frontline workers is decreasing. All these results show that employees have high job satisfaction.

Secondary objectives of this research included establishing an in-depth relationship between social entrepreneurship behavior antecedents and work and life satisfaction. It can be concluded that both the work and life satisfaction of the participants in the present study are high and the 'spillover model' is relevant for the work-life satisfaction relationship for these employees. According to this model, a person who is satisfied with his work will also be satisfied in his life (Aşan & Erenler, 2008). As a result, the proliferation of different business models in the field of tourism, which determine their goal of making profit as a secondary objective, such as social enterprises, will be effective for the proliferation of alternatives that will increase business and life satisfaction for tourism workers.

Since the present study was a case study, it was conducted on a small number of samples and was abstained from generalizations. For this reason, qualitative research carried out in different fields in social entrepreneurship that will determine social entrepreneurship antecedents and work-life satisfaction and quantitative studies in order to make generalizations are advised.

