

**TURİZM ÇİFTLİĞİ SAHİPLERİNİN YARATICILIK DÜZEYLERİ VE
EKO-GİRİŞİMCİLİĞE BAKIŞ AÇILARI**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

TUBA ATINÇOĞLU

**MERSİN ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ**

**TURİZM İŞLETMECİLİĞİ
ANABİLİM DALI**

**MERSİN
TEMMUZ – 2019**

**TURİZM ÇİFTLİĞİ SAHİPLERİNİN YARATICILIK DÜZEYLERİ
VE EKO-GİRİŞİMCİLİĞE BAKIŞ AÇILARI**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

TUBA ATINÇOĞLU

**MERSİN ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ**

**TURİZM İŞLETMECİLİĞİ
ANABİLİM DALI**

**Danışman
Doç. Dr. Dilek ATÇI**

**MERSİN
TEMMUZ-2019**

ONAY

Tuba ATINÇOĞLU tarafından Doç. Dr. Dilek ATÇI danışmanlığında hazırlanan "Turizm Çiftliği Sahiplerinin Yaratıcılık Düzeyleri ve Eko-Girişimciliğe Bakış Açıları" başlıklı çalışma aşağıda imzaları bulunan jüri üyeleri tarafından oy birliği ile Yüksek Lisans tezi olarak kabul edilmiştir.

Görevi	Ünvanı, Adı ve Soyadı	İmza
Başkan	Doç. Dr. Dilek ATÇI	
Üye	Dr. Öğr. Üyesi Hülya TAŞTAN	
Üye	Dr. Öğr. Üyesi Gamze ERYILMAZ	

Yukarıdaki Jüri kararı Sosyal Bilimleri Enstitüsü Yönetim Kurulu'nun 25.07.2019 tarih ve 2019/41 sayılı kararıyla onaylanmıştır.

Prof. Dr. Yusuf Gürhan TOPÇU
Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürü



Bu tezde kullanılan özgün bilgiler, şekil, tablo ve fotoğraflardan kaynak göstermeden alıntı yapmak 5846 sayılı Fikir ve Sanat Eserleri Kanunu hükümlerine tabidir.

ETİK BEYAN

Mersin Üniversitesi Lisansüstü Eğitim-Öğretim Yönetmeliğinde belirtilen kurallara uygun olarak hazırladığım bu tez çalışmada,

- Tez içindeki bütün bilgi ve belgeleri akademik kurallar çerçevesinde elde ettiğimi,
- Görsel, işitsel ve yazılı tüm bilgi ve sonuçları bilimsel ahlâk kurallarına uygun olarak sunduğumu,
- Başkalarının eserlerinden yararlanılması durumunda ilgili eserlere bilimsel normlara uygun olarak atıfta bulunduğumu,
- Atıfta bulunduğum eserlerin tümünü kaynak olarak kullandığımı,
- Kullanılan verilerde herhangi bir tahrifat yapmadığımı,
- Bu tezin herhangi bir bölümünü Mersin Üniversitesi veya başka bir üniversitede başka bir tez çalışması olarak sunmadığımı,
- Tezin tüm telif haklarını Mersin Üniversitesi'ne devrettiğimi beyan ederim.

ETHICAL DECLARATION

This thesis is prepared in accordance with the rules specified in Mersin University Graduate Education Regulation and I declare to comply with the following conditions:

- I have obtained all the information and the documents of the thesis in accordance with the academic rules.
- I presented all the visual, auditory and written informations and results in accordance with scientific ethics.
- I refer in accordance with the norms of scientific works about the case of exploitation of others' works.
- I used all of the referred works as the references.
- I did not do any tampering in the used data.
- I did not present any part of this thesis as an another thesis at Mersin University or another university.
- I transfer all copyrights of this thesis to the Mersin University.

18 Temmuz 2019 / 18 July 2019

İmza / Signature

Tuba ATINÇOĞLU

ÖZET

Sanayi Devrimi ile birlikte gelişen kontrolsüz büyüme anlayışı sonucunda ortaya çıkan çevre kirliliği, doğal kaynakların azalmasına sebep olmuş ve bu da dünya kamuoyunda çevre bilincinin ortaya çıkmasına yol açmıştır. Daha sonraları çevreye verilen zararı en aza indirmeye çalışan sürdürülebilir kalkınma anlayışı gündeme gelmiştir. Çevre dostu girişim olarak da bilinen eko-girişimcilik kavramı, ekoloji ve girişimcilik kavramlarının birleşmesiyle oluşmuştur. Girişimciliği besleyen en önemli kavram, yaratıcılıktır. Yaratıcı fikirlerin olmadığı bir ortamda girişimcilikten söz etmek mümkün değildir. Eko-girişimcilik ise diğer girişimcilik türlerinden çok daha yenidir ve son dönemlerde en yaratıcı girişimcilik türleri arasında söz edilmektedir. Var olan çiftliklerin turizme açılması yoluyla yeni bir girişimcilik türü olarak ortaya çıkan eko-girişimler yeni bir turizm türünün de gelişimine destek vermiştir. Bu araştırmanın amacı, Türkiye'deki doğa dostu turizm çiftliklerinin sahiplerinin yaratıcılık düzeyleri ve eko-girişimciliğe bakış açılarını araştırmaktır. Çiftlik sahiplerine yönelik veriler anket formu aracılığı ile toplanmıştır. Kartopu örnekleme yoluyla 107 çiftlik sahibine ulaşılmıştır. Elde edilen verilerin analizi sonucunda eko-girişimciler olarak turizm çiftliği sahiplerinin büyük çoğunluğunun bireysel yaratıcılık düzeyinin ortalamanın altında olduğu ortaya çıkmış, eko-girişimciliğe ilişkin sorulara verdikleri cevapların ortalamalarının bazılarının ise yaratıcılık grupları ve çiftliğin bulunduğu bölgeye göre farklılaştığı belirlenmiştir. Bireysel yaratıcılık puanlarının eğitime, cinsiyete ve yaşa göre ise anlamlı farklılık göstermediği görülmüştür.

Anahtar Kelimeler: Eko-Girişimcilik, Yaratıcılık, Doğa Dostu Turizm Çiftliği, Buğday Derneği, TaTuTa.

Danışman: Doç. Dr. Dilek ATÇI, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, Mersin Üniversitesi, Mersin.

ABSTRACT

Environmental pollution resulted by uncontrolled growth that was developed with the Industrial Revolution has led to a decrease in natural resources and this has led to the emergence of environmental awareness in the world public opinion. Later on, the concept of sustainable development, which tries to minimize the damage to the environment, has come up. The concept of eco-entrepreneurship, also known as eco-friendly enterprise, is formed by the combination of the concepts of ecology and entrepreneurship. Creativity is the most important concept that nurtures entrepreneurship. It is not possible to talk about entrepreneurship in the absence of creative ideas. Eco-entrepreneurship is much more recent than other types of entrepreneurship and has recently been mentioned among the most creative types of entrepreneurship. Eco-enterprises, which emerged as a new type of entrepreneurship through the opening of existing farms to tourism, also supported the development of a new type of tourism. The purpose of this research, creativity level of the owners of eco-friendly tourism farms in Turkey and investigate their opinions regarding eco-entrepreneurship. Data from farm owners were collected through a questionnaire. 107 farm owners were reached through snowball sampling. As a result of the analysis of the data obtained, it was found that the majority of the tourism farm owners as eco-entrepreneurs were below the average level of individual creativity and it was determined that some of the averages of the answers they gave to eco-entrepreneurship were different according to the creativity groups and the region where the farm was located. Individual creativity scores did not differ significantly according to education, gender and age.

KeyWords: Eco-Entrepreneurship, Creativity, Eco-Friendly Tourism Farms, Bugday Association, TaTuTa.

Advisor: Assoc. Prof. Dr. Dilek ATCI, Department of Tourism Management, Mersin University, Mersin.

TEŞEKKÜR

Yüksek lisans döneminde karşıma çıkan en büyük şans, sevgili danışmanım Doktor Öğretim Üyesi Beril DÖNMEZ... Teşekkür metnini yazarken bu kadar zorlanacağımı asla düşünmemiştim. Yüksek lisansa başladığım andan itibaren yaşadığım onca zorluk içerisinde bana maddi manevi her türlü desteği sağlayan siz, yeri geldiğinde ablam, annem, arkadaşım, akıl hocam olan yine siz oldunuz. Taşa, toprağa, hayvana, doğaya olan sevgimizle, bir gün doğaya dönme isteğimizle başladığımız bu araştırmada bana öğretmiş olduğunuz her şeyi hayatım boyunca uygulamaya ve aktarmaya devam edeceğim. Günün birinde öğretmen olduğumda tıpkı sizin öğrencilerinize davrandığınız gibi sıcak, samimi ve sevgi dolu olacağım. Size verdiğiniz sözleri tutmaya devam edecek ve bu hayatta sizin kadar güçlü bir kadın olacağım. Işıklar içinde uyuyun canım hocam... Çalışmamın yarım kalan kısmında bana her konuda yardım eden, sahip olduğu bilgi ve becerisini bana koşulsuz bir şekilde aktaran ve bu süreci bitirmem için elinden geleni yapan sayın hocam Doç. Dr. Dilek ATÇI'ya sonsuz teşekkürler.

Tez aşamasında zorlandığım anlarda hemen yardımına koşan tüm hocalarıma ve arkadaşlarıma, özellikle sevgili danışmanım Beril DÖNMEZ sayesinde tanıdığım "Lisansüstü Hunililer" grubuna, bana vermiş oldukları destekler için teşekkür ederim.

Ve bu zorlu süreçlerde tüm sevgilerini bana veren, "Sen yeter ki okumak iste kızım biz senin her zaman arkadayız" diyerek ellerimi hiç bırakmayan babam Mustafa ATINÇOĞLU, annem Nermin ATINÇOĞLU ve ablam Betül ATINÇOĞLU'ya sonsuz teşekkürler. İyi ki varsınız.

İÇİNDEKİLER

	Sayfa
İÇ KAPAK	i
ONAY	ii
ETİK BEYAN	iii
ÖZET	iv
ABSTRACT	v
TEŞEKKÜR	vi
İÇİNDEKİLER	vii
TABLolar DİZİNİ	ix
ŞEKİLLER DİZİNİ	x
KISALTMALAR ve SİMGELER	xi
1. GİRİŞ	1
1.1. Araştırmanın Problem İfadesi	1
1.2. Araştırmanın Amacı ve Araştırma Soruları	2
1.3. Araştırmanın Önemi	2
2. KURAMSAL ÇERÇEVE	4
2.1. Girişimci ve Girişimcilik Kavramı	4
2.1.1. Girişimcilik Türleri	6
2.1.2. Eko-Girişimcilik	7
2.1.3. Girişimcilikten Eko-Girişimciliğe Yöneliş	9
2.1.4. Eko-Girişimcilik Türleri	12
2.1.5. Türkiye’de Eko-Girişimcilik	16
2.1.6. Türkiye’de Eko-Girişimcilikte Fırsatlar ve Engeller	19
2.1.7. Turizm, Sürdürülebilir Turizm ve Eko-Girişimcilik İlişkisi	21
2.1.8. Turizm Çiftlikleri	23
2.1.9. Türkiye’de Turizm Çiftlikleri	25
2.2. Yaratıcılık	26
2.2.1. Yaratıcılık Süreci	29
2.2.2. Bireysel Yaratıcılık	31
2.2.3. Yaratıcılığın Eko-Girişimcilik İçin Önemi	35
2.2.4. Turizm, Yaratıcılık ve Yaratıcı Turizm İlişkisi	36
2.3. Literatür Taraması	37
3. YÖNTEM	41
3.1. Araştırmanın Amacı ve Araştırma Soruları	41
3.2. Araştırmanın Yöntemi	41
3.3. Evren-Örneklem	41
3.4. Veri Toplama Aracı	42
3.5. Araştırmada Kullanılan Veri Analiz Teknikleri	42
3.6. Sınırlılıklar	43
4. BULGULAR ve DEĞERLENDİRME	44
4.1. Katılımcıların Demografik Özelliklerine İlişkin Bulgular	44
4.2. Katılımcıların Mesleklerine İlişkin Bulgular	45
4.3. Güvenilirlik Analizi	45
4.4. Çiftlik Sahiplerinin Eko-Girişimciliğe Bakış Açıklarına İlişkin Bulgular	46
4.5. Katılımcıların Toplam Yaratıcılık Puanlarına İlişkin Bulgular	48
4.6. Eko-Girişimcilik Bakış Açılarının Yaratıcılık Düzeyine Göre Karşılaştırılması	49
4.7. Bölgelere Göre Eko-Girişimciliğe Yönelik Görüşler – Tek Yönlü Varyans Analizi Sonuçları	51
4.8. Eko-Girişimcilerin Bireysel Yaratıcılık Düzeyi ve Eğitimi Arasındaki İlişki	52
4.9. Cinsiyete Göre Bireysel Yaratıcılık Düzeyi – T-Testi Sonuçları	53

4.11. Bireysel Yaratıcılık Düzeyleri ve Yaş Arasındaki İlişki	55
5. SONUÇ	56
KAYNAKLAR	61
EKLER	70
ÖZGEÇMİŞ	83



TABLOLAR DİZİNİ

	Sayfa
Tablo 2.1. Girişimcilik Tanımlarının Gelişim Süreci	5
Tablo 2.1.3. Girişimcilikten Eko-Girişimciliğe Yönelme Aşamaları	12
Tablo 2.1.4. Eko-Girişimcilik Türleri	13
Tablo 2.1.4.1. Eko-Girişimcilik Türleri ve Özellikleri	15
Tablo 2.1.5. Türkiye’den Seçilmiş Eko-girişimcilik Örnekleri	17
Tablo 2.1.5.1. Türkiye’deki Diğer Eko-girişimcilik Örnekleri	17
Tablo 2.1.5.2. İş Fikirleri ve Girişimleri Listesi, Türkiye’den Örnekler	18
Tablo 2.1.6. Türkiye’de Eko-Girişimcilikte Fırsatlar ve Engeller	20
Tablo 2.2. Yaratıcılık Tanımlarına Bakış Açısı	28
Tablo 2.2.1. Yaratıcılık Süreçleri	31
Tablo 4.1. Katılımcıların Demografik Özelliklerine Göre Bulgular	44
Tablo 4.2. Katılımcıların Mesleklerine İlişkin Bulgular	45
Tablo 4.3. Güvenirlilik Aralığı	46
Tablo 4.3.1 Eko-Girişimcilik Anketinin Güvenirliğine İlişkin Bulgular	46
Tablo 4.3.2. Ne Kadar Yaratıcısınız Ölçeğinin Güvenirliğine İlişkin Bulgular	46
Tablo 4.4. Katılımcıların Eko-Girişimciliğe Bakış Açılarına İlişkin Bulgular	47
Tablo 4.5. Katılımcıların Yaratıcılık Düzeylerine İlişkin Bulgular	49
Tablo 4.6. Katılımcıların Eko-Girişimcilik Düşünceleri ve Yaratıcılık Düzeyine İlişkin Bağımsız Grup T-Testi Analizi Bulguları	49
Tablo 4.7. Eko-girişimcilik Bakış Açıları – Bölgeler Tek Yönlü Varyans (Anova) Analizi Bulguları	51
Tablo 4.7.1. Eko-Girişimcilik – Bölgeler Post Hoc Test Bulguları	52
Tablo 4.8. Toplam Yaratıcılık Puanı - Eğitim Arasındaki Korelasyon Analizi Bulguları	53
Tablo 4.9. Toplam Yaratıcılık Puanı - Cinsiyet T-Testi Analizi Bulguları	53
Tablo 4.10. Bireysel Yaratıcılık Düzeyleri – Bölge Tek Yönlü Varyans (Anova) Analizine Ait Bulgular	54
Tablo 4.10.1. Toplam Yaratıcılık Puanları – Bölge Arası Scheffe Testi Analiz Bulguları	54
Tablo 4.10.2. Bölgelere Göre Yaratıcılık Düzeyleri	54
Tablo 4.11. Toplam Yaratıcılık Puanı ve Yaş Arasındaki Korelasyon Analizi Bulguları	55

ŞEKİLLER DİZİNİ

	Sayfa
Şekil 1. Eko-Girişimcilerin Kurumsal Yeri	9
Şekil 2. Kurumsal Çevre Yönetiminin Aşamaları	11
Şekil 3. Eko-Girişimciliğin Verimlilik Döngüsü	14
Şekil 4. Eko-Girişimcilik Türleri	16
Şekil 5. Yaratıcılığı Etkileyen Temel Bileşenler	28
Şekil 6. Yaratıcılık Süreci	30
Şekil 7. Yaratıcılığın Bileşenleri	34



KISALTMALAR ve SİMGELER

Kısaltma/Simg	Tanım
TDK	Türk Dil Kurumu
TÜBİTAK	Türkiye Bilim ve Teknoloji Araştırma Kurumu
ÇAYDAK	Çevre, Atmosfer, Yer ve Deniz Bilimleri Araştırma Kurumu
TTGV	Türkiye Teknoloji Geliştirme Vakfı
WCED	Dünya Çevre Gelişme Komisyonu
WTO	Dünya Turizm Örgütü
WTTC	Dünya Seyahat ve Turizm Konseyi
BUĞDAY	Buğday Ekolojik Yaşamı Destekleme Derneği
TaTuTa	Ekolojik Çiftliklerde Tarım Turizmi ve Gönüllü Bilgi, Tecrübe Takası



1. GİRİŞ

Toplumların gelişmesinde büyük payı olan girişimcilik, ekonomik anlamda ve istihdam sağlama konusunda günümüzde de önemli bir etken haline gelmiştir. Doğal alanların tahribatı, kaynakların hızla azalması vb. durumlarla karşı karşıya kalan girişimcilerin çevre bilinci artmış ve bunun sonucunda girişimciler çevreye duyarlı girişimlere yönelmeye başlamıştır (Gül, 2014: 1). Doğal alanlara zarar vermeden yaşam kalitesini artırmaya yönelik sürdürülebilir kalkınma çalışmaları, yeni girişimcilik türlerini ön plana çıkarmaktadır. Çevreye duyarlı, çevre odaklı, çevre dostu olarak ortaya çıkan eko-girişimcilik kavramı, yeni bir girişimcilik türü olarak dikkat çekici hale gelmiştir (Aykan, 2012: 196).

Turizm sektörünün gelişimi de özellikle çevre üzerindeki olumsuz etkileri sebebiyle eleştirilerin hedefi olmaktadır. Bu nedenle turizm sektöründe de kitle turizmine alternatif olarak yeni turizm çeşitleri gündeme gelmiş, farklı girişimcilik türleri ortaya çıkmaya başlamıştır. Turizm çiftlikleri de böyle bir açılımın sonucudur. Eko-girişimcilik olarak değerlendirilebilecek bu çiftlikler tarımı ve turizmi bir arada sunmakta, var olan kaynakların farklı biçimlerde değerlendirilmesine imkân vermekte, böylelikle de turizm gelişiminin olumsuz etkilerini en aza indirmektedir.

Literatürde yaratıcılığın, girişimci bireylerin en önemli özelliklerinden biri olduğu vurgulanmaktadır. Böylesine yeni bir girişimcilik türünde de girişimcilerin yaratıcılık düzeyinin incelenmesi tezin amacını oluşturmaktadır. Dolayısıyla tezin amacı eko-turizm çiftliği sahiplerinin bireysel yaratıcılık düzeyleri ve eko-girişimciliğe bakış açılarını belirlemektir. Bu amaç doğrultusunda hazırlanan çalışma beş bölümden oluşmaktadır. Birinci bölüm giriş niteliğinde olup problem tanımı, araştırmanın amacı ve önemi açıklanmaktadır. İkinci bölümde kuramsal çerçeveye yer verilmiştir. Araştırmanın konusuna dâhil olan eko-girişimcilik ve yaratıcılık kavramlarına ilişkin literatürden elde edilen bilgiler bulunmaktadır. Araştırmanın üçüncü bölümünde yöntem kısmına yer verilmiştir. Yöntem başlığı altında araştırmanın amacı ve hipotezler, araştırma metodolojisi, evren ve örneklem, veri toplama aracı, araştırmada kullanılan veri analiz teknikleri ve sınırlılıklar hakkında bilgi verilmektedir. Araştırmanın dördüncü bölümünde analiz sonucunda elde edilen bulgulara ve değerlendirmelere yer verilmiştir. Araştırma beşinci bölümde sonuç ve önerilerle son bulmaktadır.

1.1. Araştırmanın Problem İfadesi

Girişimci kelimesinin tanımı ilk kez Fransız asıllı İrlandalı iktisatçı Richard Cantillon tarafından 1755 yılında “kâr elde etmek üzere işi üstlenen ve işle ilgili tüm riskleri alan kişi” olarak yapılmıştır (Öztürk, 2016: 3). Girişimciler, fırsatları gören, değerlendiren, yaratıcı,

kazanma arzusu fazla olan ve bunun için de gerektiğinde büyük risk alan kişilerdir; bu açıdan girişimcilik süreci de ekonomik gelişme için önemli bir faktör olarak görülmüştür. Ancak gelinen noktada kâr odaklılığın özellikle çevre üzerinde yarattığı tahribat da ortadadır. Çevre konusunda artan farkındalık girişimciler için yeni fırsatları da beraberinde getirmiştir. Daha önce de bahsedildiği gibi kâr odaklı girişimcilerden, günümüzde çevre bilincinin artması ile eko-girişimciliğe doğru bir yönelim söz konusudur. Çevreye verilen zararı en aza indirmeyi temel alan bu yeni girişimcilik türü turizm sektöründe de ortaya çıkmaya başlamış, yaratıcı turizm türlerinden bahsedilmeye başlanmıştır. Girişimcilik, özünde yaratıcılığın olduğu bir süreçtir. Doğa dostu turizm çiftlikleri de yaratıcı bir turizm türü olarak eko-girişimcilik faaliyetidir. Söz konusu çiftlik sahiplerinin bireysel yaratıcılıklarının ne düzeyde olduğu ve eko-girişimcilikle ilgili görüşlerinin ne olduğu araştırmanın temel problemidir.

1.2. Araştırmanın Amacı ve Araştırma Soruları

Bu araştırmanın amacı eko-turizm çiftliği sahiplerinin bireysel yaratıcılık düzeylerini ve eko-girişimciliğe bakış açılarını belirlemektir. Bu kapsamda aşağıdaki araştırma sorularına cevap aranacaktır:

1. Doğa dostu turizm çiftliği sahiplerinin bireysel yaratıcılık düzeyi nedir?
2. Doğa dostu turizm çiftliği sahiplerinin eko-girişimcilik hakkındaki görüşleri nelerdir?
3. Bireysel yaratıcılık düzeyi demografik özelliklere göre farklılaşmış mıdır?
4. Doğa dostu turizm çiftlikleri sahibinin eko-girişimcilikle ilgili görüşleri demografik özelliklere göre farklılık göstermekte midir?
5. Doğa dostu turizm çiftlikleri sahibinin eko-girişimcilikle ilgili görüşleri yaratıcılık gruplarına göre farklılık göstermekte midir?

1.3. Araştırmanın Önemi

Günümüzde hala eko-girişimcilik ve bireysel yeşil girişimciler hakkında bilgi sahibi olabilmek üzere daha fazla araştırmaya ihtiyaç duyulmaktadır. Araştırılmayı bekleyen konular arasında; eko-girişimcilik kavramının doğru ve yaygın kabul edilebilir bir tanımının geliştirilmesi, eko-girişimcilerin tipik özelliklerinin belirlemesi ve tanımlanması, eko-girişimciliği tetikleyen ve engelleyen faktörlerin belirlenmesi, örnek olay çalışmalarının ve ampirik araştırmaların geliştirilmesi, eko-girişimciliği özendirecek ve artıracak politikaların anlaşılması sayılabilir (Schaper, 2005: 7).

Son yıllarda daha çok duyulmaya başlayan eko-girişimcilik kavramına ilişkin yapılan çalışmaların genellikle kavramsal olduğu söylenebilir. Çalışma, girişimcilik sürecinde önemli

görülen yaratıcılığın turizm sektöründeki eko-girişimciler örnekleminde incelenmesini amaçlamaktadır. Bu araştırma, yurt içinde faaliyet gösteren doğa dostu turizm çiftliği sahipleri ile yapılması literatüre teorik katkı sağlama potansiyeli olması dolayısıyla önemli görülmektedir. Araştırma bulgularından hareketle doğa dostu turizm çiftliği sahiplerine ve eko-girişimcilik, eko-turizm vb. alanlarda çalışmalar yapan araştırmacılara getirilecek öneriler araştırma önerisinin pratik katkısını ortaya koymaktadır.



2. KURAMSAL ÇERÇEVE

2.1. Girişimci ve Girişimcilik Kavramı

Türkçede “girişimci” olarak kullanılan “entrepreneur” kelimesinin kökeni, Fransızca “entreprendre” kelimesinden gelmektedir (Şahin, 2006: 4). Entreprendre’nin Türkçe karşılığı “girişmek, teşebbüs etmek, üstlenmek” iken, entrepreneur kelimesi “girişimci, teşebbüs, üstenci” anlamlarında kullanılmaktadır (Sesli Sözlük – Fransızcadan Türkçeye, 2019). Girişimci kelimesinin tanımı, ilk kez Fransız asıllı İrlandalı iktisatçı Richard Cantillon tarafından, “kâr elde etmek üzere işi üstlenen ve işle ilgili tüm riskleri alan kişi” olarak yapılmıştır (Öztürk, 2016: 3). Türk Dil Kurumu (TDK) Büyük Türkçe Sözlükte girişimci, “Üretim için bir işe girişen, kalkışan kimse müteşebbis. Ticaret, endüstri vb. alanlarda sermaye koyarak girişimde bulunan kimse, müteşebbis. Emek, sermaye ve doğayı bir araya getirerek üretim sürecini bir üretim faktörü olarak tasarlayan, örgütleyen ve onun tüm riskini üstlenen kişi.” olarak tanımlanmaktadır (TDK, 2019).

Richard Calliton’dan sonra 1800 yılında Jean Baptiste Say girişimcilik tanımı üzerinde durmuştur. Say’e göre girişimci, “üretim faktörlerini bir araya getiren bir ekonomi ajanı’dır. Tanımda bahsedilen üretim faktörleri; toprak, sermaye, emek ve bilgidir oluşmaktadır (Gusseanova, 2015: 5).

Girişimcilik teorisinde en önemli araştırmacılardan bir diğeri ise Joseph A. Schumpeter’dir. Schumpeter’e göre girişimciler, yaratıcı ve farklı insanlardır. J. Schumpeter girişimcilik işlevinin;

- Yeni üretilen bir malın ya da daha önceden üretilmiş bir malın kalitesinin artırılması
- Yeni üretim metotları
- Yeni bir kaynak bularak hammadde ya da yarı işlenmiş mal temininin sağlanması
- Endüstrinin yeniden yapılandırılması
- Yeni açılacak piyasalar ile ilgili olduğunu vurgulamıştır (TÜSİAD, 2002: 35).

Casson’a (2005) göre girişimcilik, geçici olan çevrede büyümek isteyen firmaların hayatta kalabilmesi için bir anahtardır (Casson, 2005: 327). Mal ve hizmet için üretim faktörlerini bir araya getirerek girişimi başlatan, bunun yanı sıra ihtiyaç duyulan finansman kaynaklarını ve üretimin değerlendirileceği pazarı bulan kişiye girişimci denmektedir (Aytaç, 2006: 141).

Genel olarak girişimciler, yeni iş fırsatları düşünen ve bu fikirleri gerçeğe dönüştürmek için gerekli riskleri alan bireylerdir. Fikirlerini savunabilen ve fikri ticari gerçekliğe dönüştürebilen bu bireyler, sonunda girişimleri başlatıp büyötmektedir (Schaper, 2002: 26).

Tablo 2.1. Girişimcilik Tanımlarının Gelişim Süreci

Yıl	Yazar	Girişimcilik Tanımı
1725	Richard Cantillon	Riskleri üstlenme ve sermaye birikimi sağlama sürecidir.
1797	Beaudeau	Riskleri üstlenme, planlama, yönetme ve organize etme sürecidir.
1803	Jean Baptiste Say	Elde edilen kazançların sermaye kazançlarından ayrılmasıdır.
1876	Francis Walker	Sermaye sağlayan ve faiz alan kişiyle, yönetsel becerilerini kullanarak kar elde eden kişi arasında ayrım yapılmasıdır.
1921	Knight	Belirsizlik ve riskten doğan karlardır.
1934/ 1950	Joseph Schumpeter	Yenilikçiliktir. Yeni ürün ve yeni enerji kaynaklarından yararlanarak, endüstriyi yeniden organize etme, bir icadı kullanarak ya da eskiyi değiştirerek ürün modelinde bir devrim yapmaktır.
1952	Hoselitz	Belirsizlik barındırmak, üretken kaynakları koordine etmek, yenilikleri tanıtmak ve sermaye sağlamaktır.
1959	Cole	Kar odaklı işletme oluşturup geliştirme konusundaki maksatlı faaliyetlerdir.
1961	David McClelland	Enerjik ve riskin çok olduğu bir ortamda hareket etme sürecidir.
1964	Peter Drucker	Fırsatların çoğaltılmasıdır.
1975	Albert Shapero	Bazı sosyo-ekonomik mekanizmaların organize edilerek başarısızlık riskinin kabullenilmesidir.
1980	Karl Vesper	Psikologları, ekonomistleri, işadamlarını ve politikacıları içeren bir kavramdır.
1982	Casson	Kıt kaynakların koordine edilmesi sürecinde alınan yargısal kararlardır.
1983	Gifford Pinchot	Yeni bir organizasyon oluşturmaktır.
1985	Robert Hisrich	Kişinin psikolojik ve sosyal riskleri üstlenerek, parasal ve kişisel motivasyon karşılığında, gerekli zaman ve çabayı harcıyıp, mal ve hizmet yaratma sürecidir.
1985	Gartner	Yeni örgütler kurmaktır.
1985	Pottas	Yeniliklerin, risklerin ve fırsatların belirlenerek işin kurulmasıdır.
1986	Burch	Fransızcadaki "entrepreneure" kelimesinden gelmekte ve bunun anlamı "üstlenmek, fırsat yaratmak, yenilikçilik sayesinde ve işletme kurarak ihtiyaç ve istek gidermek" anlamına gelmektedir.
1988	Gartner	Yeni bir örgüt yaratmaktır.
1988	Hebert ve Link	Var olan işi diriltmek, yeniden uyandırmaktır.
1995	Dollinger	Kazanç ve büyüme amaçlı, risk ve belirsizlik altında, yenilikçi ekonomik örgüt kurmaktır.

Tablo 2.1. (devamı)

1996	O'Neil	Yenilikçilik sayesinde değişim yaratma becerisidir, kaynakların yeni biçimlerini ve bileşimlerini bulmaktır, ölçülü risk almaktır, var olan işlemleri geliştirmek ve yeniden organize etmektir ve belirsizlik durumlarında, kar için ekonomik aktiviteye yönlenmektir.
1998	Barrow	Birçok beceriden yararlanarak belirli bir insani faaliyete değer katmaktır. Bunun için fırsatları bulup kullanarak harcanan çaba karşılığında gelir, bağımsızlık ve özsaygı kazanmaktır.
1999	Timmons	İnsanın yaratıcı faaliyetidir. Bir örgüt kurarak kişisel enerji bulmayı içermektedir ve bu da vizyon, tutku, bağlılık ve motivasyon gerektirmektedir.

Kaynak: Korkmaz, 2012: 210; Hisrich ve Peters, 1992; Louw ve diğerleri 2003: 8; Öztürk, 2016: 4; Dollinger, 2003: 6'dan derlenmiştir.

Tabloya bakıldığında her ne kadar farklı tanımlar yapılmış olsa da ortak noktalar dikkat çekmektedir. Araştırmacılar genellikle girişimcilik tanımını yaparken “yenilikleri görmek, fırsatları değerlendirmek, risk almak, yeni örgütler kurmak” olarak ifade etmiştir.

2.1.1. Girişimcilik Türleri

Bireylerin girişimcilik faaliyetleri, ilgilendikleri alanlara ve iş kollarına göre değişiklik göstermektedir. Bu bağlamda farklı birçok girişimcilik türünden bahsetmek mümkündür (Köybaşı, 2016: 15). Bu tez çalışmasında; kadın girişimciliği, akademik girişimcilik, iç girişimcilik, sosyal girişimcilik, orijinal girişimcilik, yaratıcı girişimcilik ve eko-girişimcilik türlerinden bahsedilmektedir. Tez çalışmasında eko-girişimcilik temel değişkenlerden biri olduğundan, ileriki bölümlerde bu kavrama daha geniş kapsamlı yer verilmektedir.

- **Kadın Girişimciliği:** Dünyada ve Türkiye’de, özellikle 1970’lerden sonra, kadınların çalışma hayatına aktif katılımlarının arttığı gözlemlenmektedir. Kadınlar, karşılaştıkları birçok engelle rağmen, belirli bir maaşla başkaları hesabına çalışmak yerine kendi işlerini kurmayı tercih etmektedir. Kadın girişimci; “risk almaktan çekinmeyen, hedeflerine ulaşabilmek için kendi işini kuran kişi” olarak tanımlanmaktadır (Soysal, 2010: 90).

- **Akademik Girişimcilik:** Bilim insanlarının bir araya gelmesiyle oluşan akademik girişimcilik, bilimsel çıkarlar elde etmek amacıyla ortaya çıkmıştır (Szopa, Karwowski ve Ordenez de Pablos, 2013: 13). Sanayi toplumundan bilgi toplumuna geçiş sürecinde üniversitelerden beklentiler artmış ve farklılaşmıştır. Bunun sonucunda üniversiteler, bilgi toplumuna uyumlu hale gelebilmek için daha çok çalışmaya başlamıştır. Rekabetin de arttığı bu ortamda akademisyenler, araştırmalarını topluma ve ekonomiye katkı sağlamaya yönelik olacak şekilde

tasarlamaktadır (Cansız, 2016: 13-14). Akademik girişimcilik üniversitelerde yeniden yapılanma olarak tanımlanmaktadır. Yeniden yapılanma, üniversitenin üretmiş olduğu bilgi ve teknolojinin bir girişime ya da inovasyona dönüştürülmesidir (Carayannis, 2013: 2).

- **İç Girişimcilik:** Kurum içinde fırsatları gören ve yakalayan, risk almaktan korkmayan, işletmenin kârlılığını artırmak için çalışan kişilere iç girişimci denir. Girişimci ve ekip arasındaki iletişim sayesinde yenilikler ve kalite ortaya çıkmaktadır. Deneyim kazanan iç girişimciler aldıkları maaşlardan ya da ödül sisteminden memnun olmadığı takdirde çalıştıkları örgütle yollarını ayırabilmektedir (Öztürk, 2016: 22).

- **Sosyal Girişimcilik:** Sosyal girişimci, kâr amacı güden fakat elde ettiği kârı toplumun refahı için kullanan girişimcidir. Sosyal girişimler, ticari olarak kuruldukları halde amaçları; topluma fayda sağlayarak, toplumsal sorunlara çözüm getirmektir. Başka bir ifadeyle sosyal girişimcilik, sosyal değeri arttırmayı ve toplum için iyi şeyler yapmayı amaçlayan girişimcilik türüdür (Peredo ve McLean, 2006: 59).

- **Orijinal Girişimcilik:** Orijinal girişimcilik, sıfırdan başlayıp kendi yetenek, beceri, deneyim ve bilgilerini ortaya koyarak; hayallerini gerçekleştirmek için harekete geçen bireylerin ortaya çıkardığı bir girişimcilik türüdür. Genellikle orijinal fikirlerden yola çıkarak kurulan bu girişimlerde fikirler, çoğu zaman ilk kez uygulanmaktadır (Top, 2006: 8).

- **Yaratıcı Girişimcilik:** Yeni bir fikrin ya da mevcut olan mal veya hizmetin geliştirilerek pazara sunulması, yaratıcı girişimcilik olarak tanımlanmaktadır (Göçmen, 2007: 21). Yaratıcı girişimcilik, yaratıcı endüstriler içerisinde bir iş kurma veya bireyin yaratıcı endüstrilerden birinde kendisini serbest meslek erbabı olarak konumlandırma uygulamasıdır. Yaratıcı girişimcinin yoğunlaştığı noktalar, tipik işlerden veya sosyal girişimcilikten farklılaşmaktadır. Bu tür girişimciler her şeyden önce yaratıcı ve entelektüel sermayenin kullanılması ile ilgilenmektedir. Dolayısıyla yaratıcı girişimcilik, küresel anlamda büyüyen bir alan olarak görülmektedir (Bujor ve Avasilcai, 2014: 151).

- **Eko-Girişimcilik:** Eko-girişimcilik, ekoloji ve girişimcilik kavramlarının birleşmesinden meydana gelmiştir. 1990'lı yılların başından itibaren girişimcilik literatüründe yer almaya başlayan eko-girişimcilik kavramı, topluma fayda sağlamayı amaçlamaktadır. Eko-girişimcilik, bireylerdeki ve toplumdaki olumsuz etkileri minimum düzeye indirme çabası içerisindeydir. Eko-girişimcilik daha sürdürülebilir bir gelecek için harekete geçmektedir (Schaper, 2005: 13). Eko-girişimcilik kavramı ileriki başlıklarda detaylı olarak anlatılmaktadır.

2.1.2. Eko-Girişimcilik

Girişimciler, yeni bir ürün veya hizmet ortaya çıkararak; mevcut ürün veya hizmetlerde değişiklik ya da iyileştirmeler yaparak müşterilerin ihtiyaçlarını karşılamaya çalışmaktadır.

Zaman içerisinde, müşteri odaklı olan girişimcilik çalışmalarının çevre odaklı yaklaşıma geçiş yaptığı gözlenmektedir (Aykan, 2012: 197).

Eko-girişimcilik ile ilgili çalışmaların, 1990'lı yıllar itibariyle ortaya çıktığı görülmektedir. Bu bağlamda; Bennet (1991), Berle (1991) ve Blue (1990) gibi yazarlar tarafından; "çevreci girişimci", "yeşil girişimci", "eko-girişimci" gibi terimler kullanılmaya başlanmıştır (Schaper, 2002: 28).

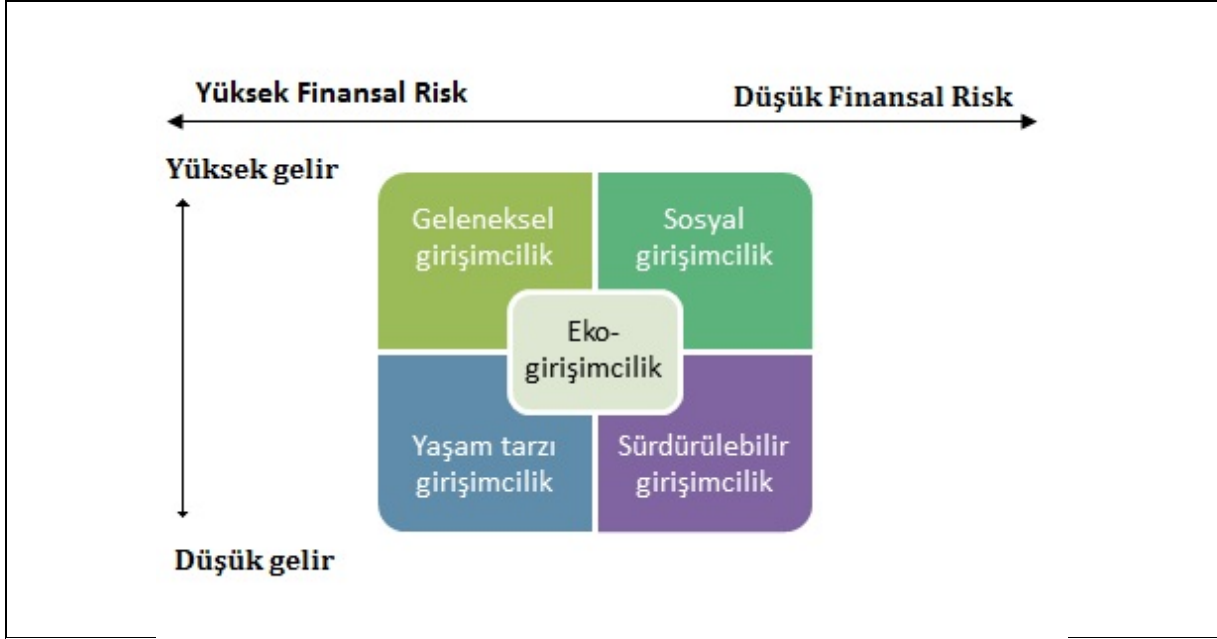
Ekoloji ve girişimcilik kelimelerinin bir araya gelmesiyle oluşan eko-girişimcilik kavramı çevresel bakış açısıyla yapılan bir girişimcilik türüdür. Eko-girişimcilik kavramı, "ekolojik" (eko) ve "girişimcilik" kelimelerinin birleşiminden oluşmaktadır. Buradan hareketle eko-girişimcilik kısaca "çevresel bir bakış açısı aracılığıyla girişimcilik" şeklinde tanımlanabilir. Eko-girişimcilik, pazar başarısını çevresel yenilikler aracılığıyla sağlamak üzere, yönetim sistemlerine ya da teknik prosedürlere daha az, girişimci birey veya takımların bireysel üstünlük ve becerilerine daha çok odaklanan girişimcilik faaliyetlerinin bazı temel yönleriyle karakterize edilmektedir (Schaltegger, 2005: 78).

Eko-girişimcilik kavramı, çeşitli şekillerde tanımlanmaktadır. Anderson ve Leal'e (1997: 3) göre eko-girişimcilik, "açık alanları korumak, yaban hayatı yaşam alanlarını geliştirmek, nesli tükenmekte olan türleri kurtarmak ve genellikle çevre kalitesini geliştirmek için iş araçlarının kullanıldığı bir girişimcilik türü" olarak tanımlanmaktadır (Linnanen, 2012: 78). Schaltegger (2005: 78), eko-girişimciliği hem dar hem de geniş anlamda ele almaktadır. Buna göre dar anlamda eko-girişimcilik, "çevreci ürün ve hizmetleri yenilikçi mantıkla besleyen, yeni kurulmuş ve gelişmekte olan bir işletme yaratmak"; geniş anlamda eko-girişimcilik ise "yenilikçi, pazar odaklı mantık ve kişiliğe dayalı değer yaratma biçimini, çevresel yenilik ve ürünler yoluyla belirleyen bir işletmenin başlangıç aşaması" şeklinde ifade edilmektedir. Bir başka tanıma göre ise eko-girişimciler, işletmelerinde çevresel değerleri kimliklerinin temel bir bileşeni olarak benimseyen ve bu değerleri pazarda rekabet avantajına dönüştüren bireysel yenilikçilerdir (Allen ve Malin, 2007: 829).

Eko-girişimcilik (ve sürdürülebilir kalkınmanın tamamlayıcı teması olarak sürdürülebilir girişimcilik), kâr amacı gütmeyen kuruluşların girişimciliğe dayalı ancak piyasa ile ilgili ekonomik hedefleri olmayan toplumsal faaliyetlerini kapsayan sosyal girişimcilikten ayrılmaktadır (Schaltegger, 2005: 79). Buradan hareketle eko-girişimciliğin, iş çabalarında sadece kâr elde etme güdüsüyle değil, aynı zamanda çevreye yönelik bir kaygıyla da hareket eden girişimciler için yeni bir kavram olduğu söylenebilir (Schuyler, 1998: 3).

Eko-girişimcilik, bir yandan girişimcilerin kâr elde etmek amacıyla koydukları hedefleri gerçekleştiren bir yandan da topluma pozitif katkı sağlayan ve doğal çevre üzerindeki olumsuz etkileri minimuma indiren çalışmaları kapsamaktadır. Gibbs ve O'Neill'e göre eko-girişimcilik "sürdürülebilir ekonominin sağlanması için çalışan kişi ve kurumların oluşturduğu ekonomik ağ"

olarak tanımlanmaktadır. Eko-girişimciler de çevresel ve ekonomik kaygıları bir arada bulunduran, bunun yanı sıra yeşil iş süreçlerinin meydana getirdiği fırsatları da kullanan girişimcilerdir (EKOIQ, 2015: 43-44). Bir başka deyişle, eko-girişimcilik bir yandan mal ve hizmet üretirken diğer yandan da pozitif çevresel çıktıların elde edildiği faaliyetler bütünüdür (Balcı, 2011: 190).



Şekil 1. Eko-Girişimcilerin Kuramsal Yeri
Kaynak: Swan ve Morgan, 2016: 129.

Şekil 1 incelendiğinde eko-girişimciliğin girişimcilik türlerinin bir karışımı olduğunu ifade edilmektedir. Geleneksel girişimciler gibi, eko-girişimciler de, kazanç sağlayabilmek için finansal risk almak zorundadır. Eko-girişimciler ayrıca, gereken çevresel sürdürülebilirliği içeren sosyal hedeflere ulaşmaya da çalışmaktadır. Farklı bir girişimcilik türü olarak karşımıza çıkan yaşam tarzı girişimciler özel bir ilgi, tutku, yetenek, bilgi ya da uzman oldukları bir alanda uzun vadeli, sürdürülebilir ve uygulanabilir bir yaşam sağlamak için işlerini geliştirmek ve büyütmek isteyen bir iş modeli seçmektedirler. Yaşam tarzı girişimciler için tutkular kar sağlamaktan daha önemlidir (Balachandran ve Sakthivelan, 2013: 52).

2.1.3. Girişimcilikten Eko-Girişimciliğe Yöneliş

Dünyada nüfusun artmasıyla birlikte üretim ve tüketim miktarı da artmakta ve bu durum doğal kaynakların daha hızlı tükenmesine yol açmaktadır. Hava kirliliği, ozon tabakasının delinmesi, nükleer tehlikeler, asit yağmurları ve yaşanan teknolojik kazalar çevreyle ilgili sorunların başında gelmektedir. Örneğin, 1940 yılında Londra’da meydana gelen yoğun sis ve hava kirliliği birçok kişinin zehirlenerek ciddi sağlık problemleri yaşamasına ve 4000 kişinin de

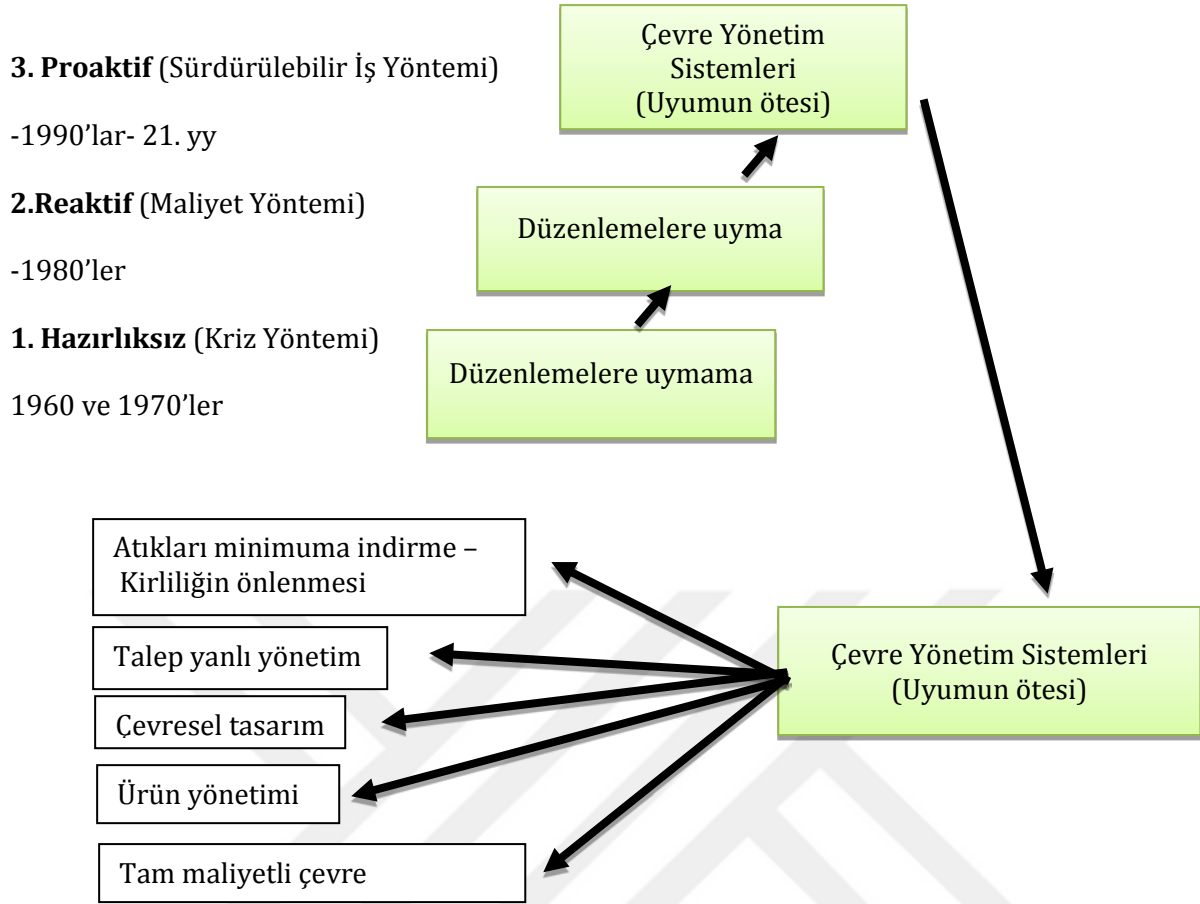
hayatını kaybetmesine sebep olmuştur. Ayrıca 1986 yılında yaşanan Çernobil patlaması ve ExxonWaldez kazası insanlar başta olmak üzere bütün canlıların üzerinde telafisi olmayan sorunlar yaratarak doğal çevreye büyük zarar vermiştir. Yaşanan bu tarz olumsuz çevre sorunları ve teknolojik kazalar, ülkeler arası işbirliğini ve küresel temelli çözüm alternatiflerini zorunlu hale getirmiştir (Cingöz, 2013: 280).

Günümüzde yaşanan gelişim ve değişimler sayesinde tüketicilere oldukça kapsamlı ve farklı imkânlar sunulmaktadır. Sunulan bu imkânlar bir taraftan da geri dönüşümü zor olan kaynakların yok edilmesine sebebiyet vermektedir. Doğal çevrenin kamuoyunda önem kazanmasıyla birlikte tüketiciler de çevre ve çevreyle ilgili sorunlar konusunda bilinçlenmeye başlamıştır (Aracıoğlu ve Tatlıdil, 2009: 436). Tüketiciler sadece tüketim ve satın alma düşüncesinden çıkarak; üretim sürecini, ayrıntılarını ve atıkların değerlendirilmesini de yakından incelemeye yönelmiştir (Ay ve Ecevit, 2005: 242). Çevreye duyarlı ürünlere yönelen tüketicileri dikkate alan işletmeler, hem üretim hem de tutundurma çalışmalarında uyguladıkları stratejileri değiştirme yoluna gitmiştir (Aracıoğlu ve Tatlıdil, 2009: 436).

İşletme yöneticilerinin 2000'li yılların başlarında, doğal kaynakların verimli kullanılmasına dikkat etmeyen, üretim sonucu ortaya çıkan kirli suları, katı atıkları hiçbir filtreleme işleminden geçirmeden tekrar doğaya bırakan bir anlayışa sahip olduğu görülmektedir. Fakat gün geçtikçe doğal kaynakların azaldığını fark eden yöneticiler, çevreye verilen zararları minimuma indirmek üzere daha çok çalışarak sürdürülebilir kalkınma anlayışını benimsemektedir. Doğal kaynakları verimli bir şekilde kullanmayı önemseyen işletme yöneticileri, üretim sonucu ortaya çıkan atıkları ve kirli suları doğaya bırakan duyarsız yaklaşımdan uzaklaşarak çevre dostu bir yaklaşıma geçiş yapmaktadır (Nemli, 2001: 212). Çevreye olan duyarlılığın artmasıyla birlikte girişimciler de faaliyet alanlarında ekolojik çevreye zarar vermemeye dikkat ederek, bu bilincin artmasına destek olmaktadır. Ekolojinin korunmaya başlamasıyla ortaya çıkan eko girişimcilik kavramı, girişimcilerin çevreyi dikkate alarak faaliyetlerini gerçekleştirdiği bir girişim türü şeklinde tanımlanmaktadır (Gül, 2014: 1).

Çevreye duyarlı işletme uygulamalarının benimsenmesi, girişimciler için ek bir fırsat yelpazesi oluşturabilir. Sürdürülebilir bir işletme anlayışına geçiş, girişimci bireylerin ve işletmelerin başarılı bir şekilde tanımlayıp hizmet edebilecekleri çok sayıda niş sağlamaktadır. Bunlar arasında, yeni ürün ve hizmetlerin geliştirilmesi, mevcut işletmelerin verimliliğindeki iyileştirmeler, yeni pazarlama yöntemleri ve mevcut işletme modellerinin ve uygulamalarının yeniden yapılandırılması yer almaktadır (Schaper, 2002: 27).

Berry ve Rondinelli (1998) girişimcilerin, çevreyi dikkate alan girişimlere yönelişini Şekil 2' deki gibi özetlemiştir.



Şekil 2. Kurumsal Çevre Yönetiminin Aşamaları
Kaynak: Berry ve Rondinelli, 1998: 42.

1960'lı ve 1970'li yıllarda işletmeler çevre ile ilgili yapılan düzenlemelere uymamakta ve bunun sonucunda dünya genelinde çevreye verilen zararlar ortaya çıkmakta ve bununla mücadele edebilmek için tedavi edici bir yaklaşım benimsenmektedir. 1980'lerde ise çevre ile ilgili düzenlemelere uyulmaya başlanmıştır. 1990 yıllarından sonra işletmeler faaliyetlerinde çevre üzerindeki etkileri dikkate alarak çevre kirliliğini azaltmak için proaktif bir yaklaşım benimsemektedir (Berry ve Rondinelli, 1998: 41).

Sürdürülebilir kalkınmanın sağlanmasında girişimcilerin geçirdiği evreler üzerinde duran Robert Isaak, 1994 yılında yapmış olduğu araştırmada girişimcilik ve ekoloji arasındaki ilişkiyi dört aşamada değerlendirmektedir. Girişimcilikten eko-girişimciliğe yönelme aşamaları Tablo 2.1.3' de verilmektedir (Karadal, 2013: 283).

Tablo 2.1.3. Girişimcilikten Eko-Girişimciliğe Yönelme Aşamaları:

	Çöküş	Reform	Oluşturma	Yeşil Odaklı Eko- Girişimcilik
Zaman	Şu an	Kısa Vade	Orta Vade	Uzun Vade
Uygulamalar	Laik, demokratik	Çevreye duyarlı örgüt	Yeşil değer, yeşil kariyer odaklı yaklaşım	Yeni yeşil iş ve yeşil büyüme
Tatmin kaynağı	Geçici tatmin	Yeşil sertifika alma	Yeşil uygulamalar yaparak örnek olma	Sürdürülebilir kalkınma
Risk Boyutu	Yüksek risk alma	Riski düşürme	Risk hedefleri	Riski düşürme

Kaynak: Akt. Karadal, 2013: 283, Isaak, 1998: 24.

Çöküş süreci olarak ifade edilen birinci aşamada işletmeler geleceğe yönelik planlar yapmamakta, günlük işlere yönelmektedir. Geçici müşteri memnuniyetlerine odaklan işletmeler aynı zamanda yüksek risk almaktadır. Reform aşamasında ise tüketiciler ve gönüllü dernekler gibi çevreye duyarlı gruplar sayesinde çevre dikkate alınmaya başlanmıştır. Yapılacak kısa vadeli planlarda bile çevreye yer verilmiş ve aynı zamanda devam etmekte olan faaliyetler çevre –yeşil odaklı hale getirilmeye çalışılmıştır. İşletmeler çevreye olan duyarlılıklarını ispat edebilmek için farklı sertifikalar alarak riski azaltma girişimlerinde bulunmaktadır. Üçüncü aşama olan oluşturma aşamasında ise, işletmeler doğal çevrenin önemini anlamaktadır. Yeşil kariyer ve yeşil değerler benimsenmekte, doğal çevre artık orta vadeli planlara dâhil edilmektedir. Son aşama olan yeşil odaklı eko-girişimcilikte sürdürülebilir kalkınmanın önemi anlaşılmakta ve çevre uzun vadeli planlara dâhil edilmektedir. İşletmenin kuruluşundan itibaren çevreye duyarlılık esas olarak alınmakta ve doğal çevrenin korunmasına dikkat edilmektedir. Bu sayede gelecek nesillere kendi istek ve ihtiyaçlarını karşılama becerilerini kısıtlamadan ekonomik büyüme hedefine ulaşabileceği düşünülmektedir (Karadal, 2013: 283).

2.1.4. Eko-Girişimcilik Türleri

Eko-girişimci, eko-girişimcilik faaliyetlerini gerçekleştiren kişilere denilmektedir. Eko-girişimci, çalıştığı sektörü tamamıyla yeşil-yeşil temelli bir işletmeye dönüştürmek için çaba sarf eden kişidir (Isaak, 2002: 81).

Eko-girişimciler doğaya zarar vermeyen, çevreye uygun projeler konusunda risk üstlenirler. Sürdürülebilir bir geleceği hedefleyen eko-girişimciler, ticari faaliyetlerinde doğal çevre üzerinde pozitif etkiler almayı amaçlarlar. Eko-girişimcilerin gerçek ya da sahte eko-girişimci olduğunu anlamak için niyetliliğin göz önüne alınması gerekmektedir. Gerçek amaçları doğaya ve çevreye zarar vermeyen, aynı zamanda sürdürülebilir işletme olmayı hedefleyen girişimciler gerçek eko-girişimci olarak karşımıza çıkmaktadır. (Schaper, 2005: 13). Pastakia

1998’de yapmış olduğu araştırmada eko-girişimcileri hedeflerine göre ticari ve sosyal eko-girişimci olarak ikiye ayırmıştır.

- **Ticari Eko-girişimci:** Yeşil iş fırsatlarını (çevre dostu ürünleri ve süreçleri) tanımlayarak ve bunları uygun ticari girişimlere dönüştürerek kişisel (şirket durumunda organizasyonel) kazançları azami düzeye çıkarmak isteyen bir kişi / grup veya şirketleri ticari ekogirişimci olarak tanımlamıştır. Ticari eko-girişimciler çevre dostu iş için bilinçli ve tutarlı tercihler yaparak çevreye olan ilgilerini göstermektedir (Pastakia, 1998: 159).
- **Sosyal Eko-girişimci:** Bir çevre dostu fikir, ürün veya teknolojiyi piyasa içi ya da piyasa dışı yollarla teşvik etmeyi amaçlayan kişilere sosyal eko-girişimci denir. Ticari eko-girişimcilerden daha çok çevresel problemlere önem veren sosyal eko-girişimciler çevreye fayda sağlamayı amaçlamaktadır (Pastakia, 1998: 159).

Isaak, eko-girişimciliği yeşil işletmeler ve yeşil-yeşil işletmeler olarak ikiye ayırmaktadır. Yeşil işletmeler; fiyat, yenilik ve pazardaki fırsatların farkına vararak çevreye duyarlılık gösteren ve yeşil düzenlemeler yapmaya başlayan işletme türleridir. Bunun yanı sıra yeşil-yeşil işletmeler, kurulduğu andan itibaren ürün ve süreçlerini çevreye duyarlı bir şekilde yürüten işletmelerdir. Yeşil-yeşil işletmeler sürdürülebilirlik ilkelerine göre kurulmaktadır (Isaak, 2002: 82).

Linnanen (2002) ise eko-girişimciliği, dünyayı değiştirerek çevrenin, hayatın kalitesini arttırmak isteyen eko-girişimciler ve bir işletme sahibi olmayı amaçlayıp para kazanmak isteyen girişimciler olarak ikiye ayırmaktadır (Linnanen, 2002: 78). Tablo 2.1.4’ de Linnanen’in eko-girişimcilik türleri açıklanmaktadır.

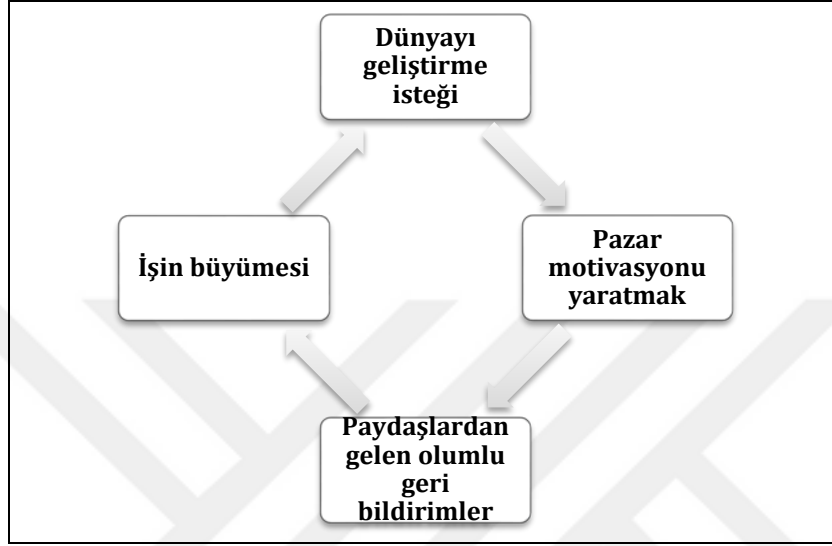
Tablo 2.1.4. Eko-Girişimcilik Türleri

Dünyayı Değiştirme Arzusu	Para Kazanma Arzusu		
		Düşük	Yüksek
	Yüksek	Kâr amacı olmayan işletmeler	Başarılı idealist
	Düşük	Kendi işinin patronu	Fırsat arayanlar

Kaynak: Linnanen, 2002: 78.

Yukarıdaki tabloya göre kendi işinin patronu olup dünyayı değiştirme arzusu düşük olan eko-girişimciler uygun yaşam standartlarını sağlayan para akışıyla tatmin olmaktadır. Kâr amacı olmayan işletmelerdeki eko-girişimciler işletmelerin büyümesi konusunda yeni yollar denemezler. İşletmelerin büyümesinden ziyade toplumu ve tüketici davranışlarını etkilemek ve var olan işleri değiştirmek için yüksek performans sergilerler. Fırsat arayanlar eko-girişimciler arasına oldukça yeni giren bir türdür ve genellikle geleneksel endüstrilerde mesleki geçmişe sahiptir. Fırsat arayan eko-girişimciler işletmenin kârını arttırmak için çevresel pazarda var olan tipik girişimcilerdir. Fırsat arayanlar ekonomide doğrudan söz sahibidir ve çevre odaklı

teknolojinin gelişmesi için eğilimlidirler (Linnanen, 2012: 78). Başarılı idealistler, dünyayı daha iyi bir hale getirmek ve para kazanmak arasında denge kurmaktadır. Başarılı idealistlerin motivasyonlarını güçlendirmelerinin en iyi yolu tüketicilerden ve ortaklarından gelen olumlu dönüşlerdir. Girişimcilik motivasyonunun güçlenmesini sağlayan bu döngü Şekil 3' de gösterilmektedir (Linnanen, 2012: 79).



Şekil 3. Eko-Girişimciliğin Verimlilik Döngüsü

Kaynak: Linnanen, 2002: 79.

Her girişimcilik türünde bu döngü farklılıklar göstermekte olup başarısızlık olması durumunda kolay bir şekilde tersine dönebilmektedir. Başarı döngüsü istenildiği gibi gitmezse motivasyon düşmekte, rekabet gelişimi azalmakta ve piyasaya sunulan hizmet azalmaktadır. Eko-girişimciliğin diğer girişimcilik türleriyle benzer yönleri olsa dahi kendine ait farklı özellikleri olduğu da görülmektedir. Eko-girişimcilikte pazar yaratma diğer işlere göre daha zordur. Bunun nedeni finansal bağlantıların henüz çevreyle ilgili yapılacak yenilikleri finanse edebilecek kadar olgunlaşmamış olmasıdır (Balcı, 2011: 197).

Volery (2002) yaptığı araştırmada eko girişimciliği çevreye duyarlı girişimcilik ve yeşil girişimcilik olarak iki türde incelemektedir. Çevreye duyarlı girişimcilik çevresel sorunların farkında olan fakat çevresel pazarda yer almayan eko-girişimci türüdür. Bu tür girişimciler genellikle çevresel boyuta sahip iş fırsatları ararlar. Bu tür eko-girişimcilere hemen hem tüm endüstride rastlamak mümkündür. Yeşil girişimcilik türünde ise çevresel konuların bilincinde olan ve çevresel pazarda da yer alan işletmeler karşımıza çıkmaktadır. İşletmeler çevresel endüstride yer alırken çevresel merkezli kâr elde etmektedirler (Volery, 2002: 548). Tablo 2.1.4.1' de Volery (2002)'nin eko-girişimcilik türleri verilmektedir.

Tablo 2.1.4.1. Eko-Girişimcilik Türleri ve Özellikleri

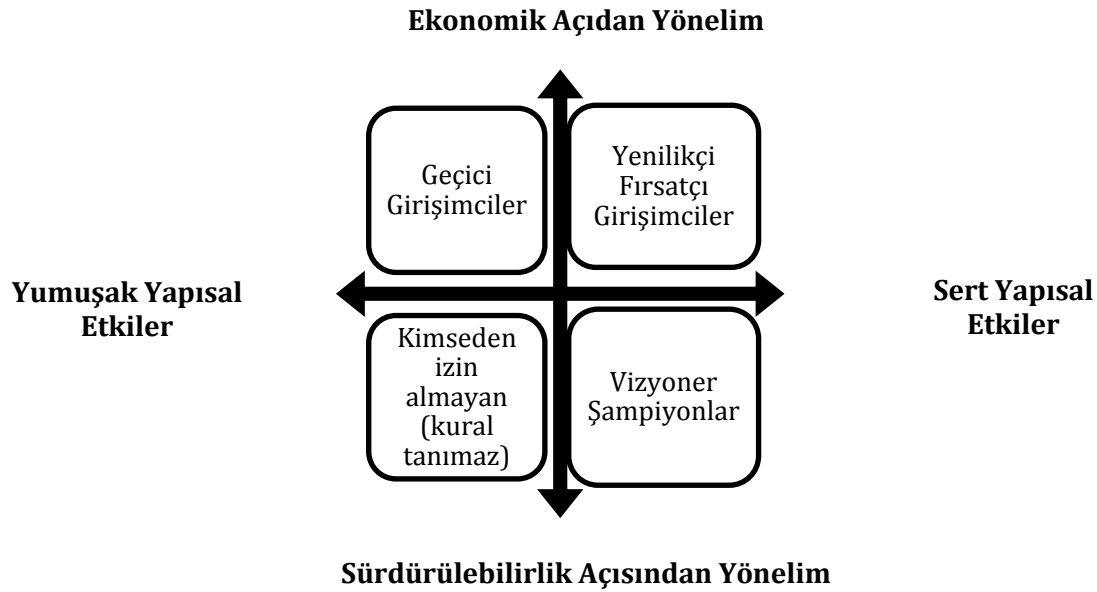
EKO-GİRİŞİMCİLİK	
Çevreye Duyarlı Girişimcilik	Yeşil Girişimcilik
Çevre sorunlarının farkında olan fakat çevresel pazarda yer almayan girişimcilik türüdür.	Çevre sorunlarının farkında olup çevresel pazarda yer alan girişimcilik türüdür.
Fırsatlar	
Çevre boyutu iş odaklı Kaynak: Var olan pazardaki olanaklar İşletme Şekli: İşletme birleşmeleri, ortak girişimler ya da yeni başlangıçlar	Çevre odaklı kâr Kaynak: Yeni pazarlar için fırsatlar oluşturma İşletme Şekli: Yeni başlangıçlar
Endüstri	
Tüm endüstriler (Özellikle kozmetik, maden, kimya, enerji bölümleri)	Tipik olarak "çevre endüstrisi": • Geri dönüşüm • Kirli alanların iyileştirilmesi • Hava kirliliği kontrolü • Organik tarım
Ortak Özellikler	
• Sürdürülebilir kalkınma için mücadele etmek • Birbiriyle çakışan talepler için pazarlanabilir çözümler yaratmak • Sağlıklı ürünler: Çevreye duyarlı kaynak ve ambalaj kullanımı, doğal maddeler • Sağlıklı süreçler: Daha temiz üretim, çevre verimliliği, çevresel denetimler • Sağlıklı değerler: Vizyon, kurumsal kültür, sosyal sorumluluk gündemi, toplama çevre bilincini oluşturma	

Kaynak: Volery, 2002: 551.

Schaper (2005) eko-girişimcilerin ortak özellikleri şu şekilde sıralamaktadır:

- Tüm eko-girişimciler riskleri göze alarak diğer işletmeler gibi uygun fırsatları ararlar. Uygun kaynaklar sayesinde fikirlerini hayata geçirir, gelişir ve işletmenin büyümesini hedeflemektedir.
- Eko-girişimciler sürdürülebilirlik anlayışına sahip oldukları için ticari faaliyetlerinde çevre için pozitif etki yaratmaktadırlar.
- Doğaya zarar vermeyen ve çevreyi koruyan, sürdürülebilir bir gelecek arzusu tüm eko-girişimcilerin ortak amacıdır (Schaper, 2005: 13-14).

Taylor ve Walley (2003) sürdürülebilir yönelim ve ekonomik yönelim boyutlarını kullanarak eko-girişimciliği dört türe ayırmıştır. Şekil 4’de açıklanmaktadır.



Şekil 4. Eko-Girişimcilik Türleri

Kaynak: Taylor ve Walley, 2003: 11.

Geçici girişimciler tesadüfi girişimciler olarak açıklanmaktadır. Motivasyon kaynakları değer odaklı değil, finansaldır. Kişisel ilişkiler (aile ve arkadaşlar) geçici girişimcileri etkilemektedir. Fırsatçılar, yeşil iş fırsatlarını görerek boşlukları dolduran kâr odaklı işletmelerdir. Kimseden izin almayan eko-girişimci işletmeler (kural tanımazlar) odak noktaları sürdürülebilirlik olmakla birlikte yapısal değişimler konusunda esnekler. Bu türdeki eko-girişimci işletmelerin motivasyon kaynakları sürdürülebilir değerlerdir. Son olarak vizyoner şampiyonlar ise sürdürülebilirliği benimseyen dönüşümcü eko-girişimcilerdir. Vizyoner şampiyonlar dünyayı değiştirmek için sürdürülebilirliği benimsemektedir (Taylor ve Walley, 2003: 11).

2.1.5. Türkiye’de Eko-Girişimcilik

Gelişmekte olan ülkelerde girişimcilik önemli bir paya sahiptir. Girişimcilik sayesinde toplum yeni kaynak ve teknolojilerle tanışmaktadır. Bunun sonucunda ise daha önce hiç kullanılmamış ya da az kullanılmış kaynaklar ekonomiye kazandırılmakta ve üretim artışı meydana gelmektedir (Üzülmez, 2008: 21). Türkiye’de girişimciliği desteklemek için birçok kuruluş faaliyete geçmiştir. Sivil toplum kuruluşları, yapılan çalışmalara destek vermekte, bunun yanı sıra araştırma geliştirme (Ar-Ge) ve girişimcilik faaliyetleri için hibe, vergi muafiyeti ve vergi indirimi gibi teşviklerde bulunmaktadır. Sağlanan bu destekler tüm girişimcilik türleri için geçerlidir (Gül, 2014: 51).

Türkiye’de Ar-Ge ve girişimcilik faaliyetlerinin önemli bir kısmının çevreyle ilgili olduğu belirlenmiştir. Çevresel faaliyetlerin artmasıyla eko-girişimciliğin gelişmesi bir avantaj olarak

görülmektedir. Türkiye’de girişimciliğe destek veren kuruluşlara Türkiye Bilim ve Teknoloji Araştırma Kurumu (TÜBİTAK), Çevre, Atmosfer, Yer ve Deniz Bilimleri Araştırma Kurumu (ÇAYDAK) ve çevre teknolojileri ve projelerine destek veren Türkiye Teknoloji Geliştirme Vakfı (TTGV) örnek verilebilir (TTGV, 2012: 54).

Türkiye Teknoloji Geliştirme Vakfı (TTGV) yaptığı görüşmelerden çıkan örneklerle dayanarak hem TTGV’nin kendi portföyü hem de eko-girişimcilikle ilgili internet araştırmaları bir araya getirilmiştir. Özellikle "sürdürülebilir yaşam tarzlarına" doğrudan katkıyı yansıtan altı örnek seçilmiştir. Bu örnekler Tablo 2.1.5’ de verilmektedir.

Tablo 2.1.5. Türkiye’den Seçilmiş Eko-Girişimcilik Örnekleri

Sektör	Kurum / Şirket	Örneklerin Tanımı
Tarım - Gıda	BUĞDAY DERNEĞİ	Organik çiftçiler ile kentsel tüketiciler arasındaki boşluğu kapatmak
Servis - Taşıma	VIP DRY OTO TEMİZLEME	Su ve benzeri klasik makina ve ekipmanlar kullanmadan sadece bitki köklerinden elde edilmiş özel bitkisel solisyonlar ve bu sistem için özel üretilmiş microfiber bezler ile yapılan araç temizleme uygulamaları
Gıda	EZGİ GIDA	ETİYOK- Vejetaryen çiğ köfte
Atık Yönetimi - Değerlendirme	ÇÖP(M)ADAM	Çöpe atılan atıklardan çanta, cüzdan yapımı
Atık Yönetim – Değerlendirme – Enerji - Gıda	KARAGÖNLER	Zeytin küspesinden zeytinyağı ve biyoyakıtın üretilmesi
Çevre Dostu Eşyalar – Atık Geri Dönüşümü	STEPPEN	Biyolojik olarak parçalanabilir kalem

Kaynak: TTGV, 2012: 50.

Aynı araştırmada diğer sektörlerinde kendi içerisinde yapmış olduğu eko-girişimciliklerden de kısaca bahsetmektedir. Diğer vaka incelemeleri nispeten daha sınırlı bilgi içermektedir. Bunlara Tablo 2.1.5.1’ de listelenen farklı sektörlerden örnekler dâhildir.

Tablo 2.1.5.1. Türkiye’deki Diğer Eko-Girişimcilik Örnekleri

Sektör	Örnekler
Enerji	Güneş enerjisi soğutma sistemleri Konsantre güneş enerjisi (CSP)
Enerji – Taşımacılık	Güneş / rüzgar enerjisi ile çalışan yelkenli tekneler
Atık Yönetimi / Değerlendirme – Hayvancılık	Bira üretiminden çıkan atık mayalarla hayvan yemi yapılması
Atık Yönetimi / Değerlendirme	Hurdaya ayrılan lastiklerin pirolizi ve geri dönüşümü
Organik ürünler	Organik kozmetik ürünler
Atık yönetimi / Değerlendirme	Yüksek kaliteli pet şişelerin geri dönüşümü
Bilişim Teknolojileri	Kestirimci bakım ve süreç iyileştirmeleri

Kaynak: TTGV, 2012: 51.

Farklı kaynaklardan derlenen bazı eko-girişimcilik vakaları ve iş fikirleri de tablo 2.1.5.2’de listelenmektedir; ancak Türk girişimcilerinin düşünme metodolojisi veya potansiyeli hakkında ayrıntılı bilgi bulunamamaktadır.

Tablo 2.1.5.2. İş Fikirleri ve Girişimleri Listesi, Türkiye’den Örnekler

Sektör	Örnekler
Yerel/Organik Gıda Üretimi	Organik arı üretimi için kullanılacak yenilikçi arı kovani üretimi
	Alışveriş merkezleri için organik gıda mağazaları (franchising)
	Yöresel domates tohumlarından yerel organik domates üretimi
	Organik çiftçiler kooperatifi
Atık Maddelerin Değerlendirilmesi	Benzer yapı malzemelerinden daha hafif ve daha iyi izolasyon özelliklerine sahip atık kağıtlardan tuğla imalatı.
	Atık pillere karşılık hediye sağlayan atık pil toplama donanımı
	Atık çam kabuklarından toprak düzenleyicisi üretimi
	Gıda atıklarından hayvansal yem üretimi
Sürdürülebilir Taşımacılık	Sürdürülebilir ve ekonomik ulaşım sağlama amacıyla bir ağ işlevi görecektir araba havuzu (araba paylaşımı) web sitelerinin veya web uygulamalarının kurulması
Yenilenebilir Enerji ve Enerji Verimliliği	Rüzgar türbini üretimi ve satışı
	İstenilen sıcaklık koşulları için konforlu bir klima sistemi olarak tasarlanan enerji verimli ısıtma ve iklimlendirme sistemi.
	Led ampul üretimi ve satışı
	Pasif ve ekolojik yapı sistemleri
İnsan Sağlığı	Elektrikli aletler için elektromanyetik dalga filtresi.
Kaynak Verimliliği ve Atık Azaltma	Susuz turşu veya salamura üretimi
	Çevreye duyarlı çevrimiçi gıda dağıtım hizmeti

Kaynak: TTGV, 2012: 51.

Tablo 2.1.5.2’de doğaya verilen zararların minimuma indirilmesi, organik gıda üretimi, atık maddelerin değerlendirilmesi, sürdürülebilir taşımacılık, yenilenebilir enerji ve enerji verimliliği, insan sağlığı, kaynak verimliliği ve atık azaltma konusunda yapılan örnekler verilmektedir (TTGV, 2012: 51).

2.1.6. Türkiye’de Eko-Girişimcilikte Fırsatlar ve Engeller

Eko-girişimcilik, destekleyici ya da zorlayıcı pek çok faktörü içerisinde barındırdığı için gerçekleştirilmesi zor olan bir süreçtir ve bu süreci zorlaştıran bazı engeller söz konusudur. Eko-girişimciliğin önündeki en önemli engel, çevreye duyarlılığın öneminin ve çevreye verilen zararlar sonucunda ortaya çıkan sonuçların henüz tam olarak anlaşılmamasıdır. İşletmelerin, sürdürülebilir kalkınmanın sağlanabilmesi için çevresel yönetim uygulamalarında nasıl bir etki yaratacağını tam olarak kavrayamaması ya da ekolojinin ve ekonominin arasındaki bağın tam olarak kurulması eko-girişimcilik uygulamalarında sorunlar yaratmaktadır (Karadal, 2013: 287).

Linnanen (2002) eko-girişimciliğin önündeki engelleri “Pazar yaratmada karşılaşılan engeller”, “ finansal engeller” ve “etik” olarak üç başlıkta incelemektedir.

- **Pazar yaratmada karşılaşılan engeller:** Günümüzde yeni bir pazar oluşturmada çevreye duyarlı teknolojinin, ürün ve hizmetlerin bunun yanı sıra çevre bilincinin yayılmasının önemli bir rolü vardır (Efeoğlu, 2014: 113). Çevreye verilen zararın artması, doğal yapının bozulması hatta yok olmasıyla birlikte işletmeler sürdürülebilirliği sağlayacak şekilde üretim yapmak zorunda kalmıştır (Haznedar, 2016: 37).

Sürdürülebilir kalkınma ve çevre yönetimi henüz tam olarak anlaşılamamış kavram olduğu için doğruluğuna inanılan bu yeni ve destekleyici fikirlerin kanıtlanabilmesi için doğal yönlendirmelere ve belirli bir zamana ihtiyaç vardır. Çevresel pazarlar oluşturabilmek eko-girişimcilikte karşımıza çıkan engellerden birisidir. Yeni bir pazarın yaratılmasını desteklemek için çevresel yaklaşımlı bilinci arttırmak, çevresel teknolojileri, ürün ve hizmetleri desteklemek önemli bir faktördür (Linnanen, 2002: 74).

- **Finansal engeller:** Hedeflerini ve isteklerini gerçekleştirebilecek yatırımcılar bulmak eko-girişimciler için genellikle zordur. Aynı zamanda çevreci işletmelere yatırım yapmak isteyen yatırımcılar için de gerçekten inanabilecekleri ve destekleyebilecekleri işletmelere bulmak zordur (Linnanen, 2002: 75). Eko-girişimcilerim birçoğu ürün, hizmet ve teknolojilerine nasıl finansal destek bulacağı konusunda yeterli bilgiye sahip değildir. Birçok yatırımcı da finansal pazarlar hakkında yeterli bilgiye sahip olmadıkları için eko-girişimcilerin gerçekçi düşünemediği fikrine sahiptir (Efeoğlu, 2014: 114).

- **Etik:** Eko-girişimci işletmeleri diğer işletmelerden ayıran önemli özelliklerden birisi de etik konusudur. Etik, çevresel işletmelerin ve yeniliklerin yaygınlaştırılması sırasında dikkate alınması gereken önemli bir konudur. Eko-girişimciler hem çevreye katkı sağlar hem de kâr elde ederken etik faktörünü de göz ardı etmemelidir. Bu yüzden

işletmelerde çalışacak elemanların bile çevresel açıdan etik değerlere sahip bireyler olması gerekmektedir (Linnanen, 2002: 76).

Dünyada olduğu gibi Türkiye’de de eko-girişimcilikle ilgili bazı fırsatlar ve tehditler bulunmaktadır. Teknoloji Geliştirme Vakfının (TTGV) 2012 yılında yaptığı çalışmada ortaya çıkan fırsatlar ve tehditler aşağıdaki tabloda özetlenmektedir (TTGV, 2012: 56).

Tablo 2.1.6. Türkiye’de Eko-Girişimcilikte Fırsatlar ve Engeller

Güçlü Yönler ve Fırsatlar	Engeller ve Zorluklar
Çevresel Ar-Ge ve girişimcilik faaliyetlerinin artması	Genel girişimcilik faaliyetlerinin düşük olması
Girişimciliğe destek veren kuruluşların olması	Eko-girişimcilik için ayrılan özel bir destek programının olmaması
Bakanlıkların temiz üretime dikkat etmesi	Çevresel projelere ve yatırımlara sınırlı sayıda destek programının ayrılması
Bölgesel kalkınma ajanslarının sağladıkları desteğin eko-girişimcilik alanında da kullanılabilmesi	Özel sermayenin yakın gelecekte eko-girişimcilik için kullanılamaması
Melek yatırımcıların yeşil işletmelere finansman desteği sağlaması	Girişimcilik ruhunu teşvik etmeyen eğitim sistemi
Çevre ve enerji ile ilgili mevzuatın eko-girişimcilikle ilgili kapsamlı bir fırsat yaratması	Çevre ve enerji ile ilgili mevzuatları uygulama ve denetleme ile ilgili eksiklikler
Eko-girişimcilik faaliyetlerine ev sahipliği yapabilmek için Teknoparkların uygun ortam yaratması	Çevreci girişimcilik konseptinin paydaşlar için yeni olması
Girişimcilerin yeşil girişimcilik olanaklarına sahip olması	Sürdürülebilir tüketim ve üretim için özel bir strateji ve eylem planının olmaması
Borsa İstanbul’da sürdürülebilirlik endeksi çalışmalarının yapılması	Ürün temelli eko-girişimcilik algısı yerine hisse senedi gibi sermaye piyasası araçlarının kaydırılması
AB üyelik süreci ile eko-etiketleme gibi ek mevzuatların uyumlu hale getirilmesi	Özel sektörün çevre dostu ürün ve hizmete olan talebe güvenmemesi
Kurumsal sosyal sorumluluk, çevresel, sosyal ve yönetim ve paylaşılan değer yaratma kavramlarının özellikle büyük işletmeler tarafından ele alınması	Çevre teknolojileri geliştirme ve teşviklerinin sınırlı kapasitede olması
Girişimcilerin yüksek algılama potansiyeline sahip yeşil girişimcilik olanakları	Atık yönetimi ile ilgili girişimlerde belediyelerle ilgili prosedür sorunları
İş dünyasının, iklim değişikliği konularına ve olası eylemlere ilgi duyması	Yeşil satın politikasının kamuda uygulanamaması
Çevre teknolojilerinin “geleceğin teknolojisi” olarak görülmesi	İşbirliği ve yeniliğe karşı Türk halkının yönelme eksikliği
Yenilenebilir enerjide yüksek potansiyele sahip olunması	Özel sektörde kaos yönetimi ile ilgili kapasite ve farkındalık eksikliği

Kaynak: Türkiye Teknoloji Geliştirme Vakfı (TTGV) 2012: 57’den alınmıştır.

2.1.7. Turizm, Sürdürülebilir Turizm ve Eko-Girişimcilik İlişkisi

Dünya ekonomisinde öne çıkan sektörlerden biri olan turizmin sürekliliğinin sağlanabilmesi kaynakların korunmasına ve geliştirilmesine bağlıdır (Erdoğan ve Yağcı, 2002: 1). Teknolojinin gelişmesi, iletişimde ve ulaşımında yaşanan yenilikler sayesinde bireylerin doğal ve kültürel alanları görme isteği sonucunda turist sayısında artış gözlemlenmektedir. Bilinçsiz ziyaretçilerin çevreye zarar vermesi, bunun yanı sıra sadece kâr amacı güden işletmeler sonucunda çevre kirliliği giderek artmaktadır (Haznedar, 2016: 1). Turizm çevresel, sosyal ve ekonomik gelişme açısından son derece önemli bir sektördür. Turizmde gelişmenin sürdürülebilir olması, doğal kaynakların kullanımına dikkat edilmesi hem bugün ki nesil için hem de gelecek nesiller için son derece önemlidir (Can, 2013: 26).

Dünyada son elli yılda yaşanan sosyal, ekonomik ve teknolojik gelişmeler sonucunda turizm kavramında da önemli değişiklikler meydana gelmiştir. Bu değişiklikler, turist sayısındaki ve turizm gelirlerindeki artışların yanı sıra bireylerin turizmdeki talep ve tercihlerindeki farklılıklarda da kendini göstermektedir (Aydın, 2012: 39).

Son yüzyılda gelişen teknolojinin ve endüstrinin meydana getirdiği çevresel problemler, kontrolsüz artan nüfus, kaynakların sınırlılığı insanları sürdürülebilirliğe yönlendirmiş (Gündüz, 2004: 58) ve sürdürülebilirlik kavramı dikkat çekmeye başlamıştır. Bir olay ya da olgunun kendiliğinden devam etmesi sürme, bu eylemin devam etmesinin başkası tarafından yapılması ise sürdürme anlamına gelmektedir. Sürdürülebilirlik, herhangi bir sistemin ya da belirli bir ekosistemin, kesintiye uğramadan, zarar görmeden, aşırı kullanımla tüketilmeden ve ana kaynaklara aşırı yüklenmeden devam etmesi olarak bilinmektedir. Sürdürülebilir bir yapı içerisinde kaynaklar sürekli olarak korunmalı, koruma bilinci ön planda tutulmalıdır (Kaypak, 2010: 5).

Birleşmiş Milletler Çevre ve Kalkınma Komisyonu (1987)'nin yayımladığı Brundtland Raporu'nda gündeme gelen "Sürdürülebilir Kalkınma" kavramı, çevre ve ekonomik kalkınma arasındaki ilişkilerin değerlendirilmesinde temel niteliğindedir. Turizm faaliyetlerinin doğal kaynaklara zarar vermeye başlaması sonucunda, turizmin geleceğinin tehlikeye atıldığının farkına varılmış ve sürdürülebilir turizm konusu gündeme gelmeye başlamıştır. Bunun sonucunda sürdürülebilir turizm ile ilgili olan bölgesel, ulusal ve uluslararası boyutlarda toplantılar ve anlaşmalar yapılmıştır. Bu tür girişimlerin temelinde turizm amaçlı kullanılmakta olan doğal kaynakların korunması ve geliştirilmesi düşüncesi bulunmaktadır. Çevrecilik boyutunun da turizme yüklenmesi sonucunda alternatif turizm türleri ortaya çıkmıştır (Erdoğan, 2010: 42).

Dünya Çevre Gelişme Komisyonu (World Commission on Environment and Development - WCED, 1987)'na göre sürdürülebilir kalkınma; "Gelecek nesillerin kendi ihtiyaçlarını

karşılatabilme yeteneklerini tehlikeye atmadan, mevcut nesillerin ihtiyaçlarını karşılayan bir kalkınma modelidir.” (Despotakis vd., 1991: 1). Dünya Turizm Örgütü (WTO), Dünya Seyahat ve Turizm Konseyi (WTTC) ve Dünya Konseyinin tanımlarına göre; “Turizmde sürdürülebilir kalkınmanın ilkeleri; gelecekteki fırsatları korumak, geliştirmek ve gözetmek, ev sahipliği yapan bölgelerin ve turistlerin ihtiyaçlarını karşılamaktır.” (Akşit, 2007: 443).

Turizmde sürdürülebilirlik; yerel, bölgesel ve ülkesel değerlerin farkına varılarak korunması ve geliştirilmesi, çekiciliğin devamlılığının sağlanabilmesi anlamına gelmektedir. Turizmde, insan ve çevre etkileşiminin yaşandığı tüm alanların korunarak gelecek nesillere aktarılabilmesi sürdürülebilir turizmin gerçekleştirilmesinde büyük önem taşımaktadır. Turizm ve çevre arasındaki ilişkiyi ifade eden sürdürülebilir turizm kavramı ancak uzun dönemli olması ile anlam kazanabilmektedir. Aksi takdirde günümüzde dahi yararlanılamayacak olan kaynakların gelecek nesillere aktarılabilmesi mümkün olmayacaktır. İşletmelerin de zamanla “önce doğa” düşüncesi benimsemeye başlamıştır. Turizm sektörüne de yansıyan bu düşünce sonucunda sürdürülebilir turizm ortaya çıkmıştır (Kaypak, 2010: 5-7). Sürdürülebilirliğin temel felsefesinde kaynakların korunması ve kendilerini yenileme sınırlarının aşılması bulunmaktadır (Gündüz, 2004: 58).

Sürdürülebilir turizmle birlikte ekoturizm gelişimi desteklenmeye başlamıştır. Sürdürülebilir turizm kavramı ekoturizm kavramıyla yakından ilişkilidir. Sürdürülebilir turizm; genel olarak küçük ölçekli, kültürel ve çevresel etkiye duyarlı ve yerel halkın politika kararlarına katılımına saygı duyan bir turizm çeşidi olarak karşımızda çıkmaktadır (Mccoll ve Moisey, 2008: 5). Zamanla artan çevre duyarlılığı ve doğayı korumayla ilgili mücadeleler sonucunda turizm sektöründe de çevreye daha duyarlı hale gelmeye başlanmıştır. Çevreye duyarlı olan bireylere hizmet verebilmek için kitle turizminden farklı olarak alternatif turizm, çevreye minimum zarar veren ekoturizm, kaynakları tüketmeden kullanan doğa turizmi gibi turizm türleri dikkat çekmektedir (Erdoğan ve Yağcı, 2002: 1).

Dünya Ekoturizm Zirvesi (2002)’nde tüm ülkelerin benimsediği ortak bir ekoturizm tanımı belirlenmiştir. Ekoturizm “yeryüzünün doğal kaynaklarının sürdürülebilirliğini güvence altına alan, bunun yanı sıra yerel halkların ekonomik kalkınmasına destek olurken, sosyal ve kültürel bütünlüklerini koruyup gözetilen bir yaklaşım ya da tavır” olarak tanımlanmıştır. Ekoturizm benimsediğin iki kriterden birincisi çevresel ve kültürel değerlerin sürdürülebilirliğidir. İkinci kriter ise yerel kültürlerin sürdürülebilirliğinin sağlanması ve bu turizm faaliyetleri sayesinde yerel halka maddi fayda sağlanmasıdır (Ekoturizm Derneği, 2007).

Doğaya dönük turizm olarak tanımlanan ekoturizm, sürdürülebilir kalkınma aracı olarak görülmektedir (Kaypak, 2010: 5-7). Doğa temelli turizm türlerinin son yıllarda önem kazanmasıyla ulusal ve uluslararası düzeyde sermayenin kırsal alana aktarılması sağlanmıştır.

Ekoturizm aynı zamanda bir yatırım ve girişim sonucunda ortaya çıkmaktadır (Haznedar, 2016: 63).

Yaşanılan bu gelişmeler sonucunda çevreyi ön planda tutan eko-girişimcilik kavramı ortaya çıkmıştır. Eko-girişimcilik, işletmelerdeki müşterileri, ortakları, çalışanları, tedarikçileri, kısacası tüm paydaşları ilgilendiren, birbirleri ile karşılıklı etkileşimde bulunmalarını sağlayan çevre odaklı uygulamalar içermektedir (Aykan, 2012: 199). Çevreyi dikkate alarak gerçekleştirilen eko-girişimcilikte temel hedef kâr elde etmenin yanında doğal kaynaklara önem vermek ve sürdürülebilirliği sağlamaktır (Haznedar, 2016: 63).

2.1.8. Turizm Çiftlikleri

Çiftlik turizmi, kırsal kesimde mevcut olan kaynakların kullanımına dayanan ve kırsal turizmin bir alt kümesi olarak kabul edilen turizm çeşididir. Sürdürülebilirliğin sağlanması adına en etkili politikalardan biri olan çiftlik turizmi, kırsal turizmin kalkınmasına ve doğal çevrenin korunmasına da yardımcı olmaktadır. Çiftlik turizmi sadece çiftçi ve aile üyeleri tarafından yapılabilmektedir. Çiftlik turizminden bahsedilebilmesi için çiftliğin tarımsal faaliyetleri değil, turizm faaliyetleri baskın olmalıdır (Mastronardi vd., 2015: 1-11).

Çiftlik turizmini ABD Tarım ve Doğal Kaynakları Koruma Bakanlığı bir çiftlik işletmesinde çeşitli aktivitelere katılarak tarımla ilgili deneyimler kazanmak ve eğlenmek olarak tanımlamıştır. Gelen misafirler belirli bir ücret karşılığında oda, kahvaltı, balıkçılık, avcılık, kendi meyve ve sebzelerini toplama olanağı vb. birden çok aktiviteye katılabilmektedir (Schilling vd., 2006: 8). Çiftlik turizmine katılan ziyaretçiler hem tarım ve hayvancılıkla ilgili faaliyetlere hem de çeşitli ekoturizm aktivitelerine katılabilmektedir. Bunun yanı sıra yöre halkına ekonomik anlamda gelir kazandıran ve yörenin kültürel açıdan tanıtılmasına fayda sağlayan bir turizm çeşididir. Kitle turizmi çevreye geri dönüşü olmayan zararlar verirken çiftlik turizmi sürdürülebilir ilkeler doğrultusunda gelişmektedir (Ahmadova ve Akova, 2006: 14).

Kırsal bölgelerde, özellikle turizmin yıl boyunca uygulanabileceği yerlerde ve uygun koşulların sağlandığı alanlarda çiftlik turizmi kırsal alanların gelişmesi için önemli bir faktör olarak görülmektedir. Fakat çiftlik turizminin yerine getirmesi gereken bazı temel koşullar bulunmaktadır. Bunlar (Cut-Lupulescu, Dincu ve Borlovan, 2014: 301);

- Kırsal toplumda ve tarım sistemlerinde ortaya çıkan krizlerle yüzleşmelerini sağlamak, yerel halka ek gelir sağlamak,
- Turistik cazibe merkezlerinin güçlü faktörleri olabilecek yerel hizmet ve ürün arzını artırarak ekonomik faaliyetlerin çeşitlendirilmesini sağlamak,
- Ekolojik sistemler, sosyo-ekonomik ve kültürel alan arasında bir denge sağlayarak bir gelişme sürecini teşvik etmek ve dolayısıyla değişimini sağlamak,

- Dayanışma ve sosyal birleşme faktörü olarak kültürel alışverişe teşvik etmek, bölgesel politikaların uygulanmasına yardımcı olmak, az gelişmiş bölgelerde ekonomik faaliyetlerin rekabet edebilirliğini arttırmak, yerel halk ve ziyaretçiler için yaşam koşullarının iyileştirilmesini sağlayarak altyapı ve ekipmanın karşılanması sağlamak.

Gössling and Mattsson (2002) çiftlik turizminin etkilerini sosyo-kültürel, ekolojik, ekonomik ve politik etkiler olarak dört başlık altında toplamıştır (Uygur ve Akdu 2009: 152):

Çiftlik Turizminin Sosyo-Kültürel Etkileri:

- Doğal yöntemler ile yiyecek üretimi hakkında bilgi sağlamaktadır.
- Doğaya ilgi artmaktadır.
- Modern yaşama ve yiyecek üretimine karşı düşüncelerin ortaya çıkmasına neden olur.
- Çocukların doğayla iç içe olmasını ve hayvanlarla iletişim kurmasını sağlamaktadır.
- Sosyal ilişkilerin ve kültürel değişikliklerin artmasını sağlamaktadır.
- Çiftçilerin dünyaya yeni bir pencere açmasını sağlamaktadır.
- Çiftçilerin anlayışlarının gelişmesini sağlamaktadır.
- Kırsal alanlarda yaşanan problemlerin farkına varılmasını sağlamaktadır.

Çiftlik Turizminin Ekolojik Etkileri:

- Ekolojik ürün üretimlerine katkı sağlamaktadır.
- Yerel kaynaklardan yararlanılmaktadır.
- Çiftlik turizmi, az enerji tüketimini gerektirir.
- Çevre üzerinde fiziksel etkisi azdır.
- Kültürel, geleneksel ve tarımsal çevrenin, aynı zamanda biyolojik çeşitliliğin korunmasına yardımcı olmaktadır.

Çiftlik Turizminin Ekonomik Etkileri:

- Yerel finansal kaynakları sağlamaktadır.
- Kırsal ekonomiyi çeşitlendirerek dengede tutmaktadır.
- Piyasadaki değişikliklere karşı esneklik sağlamaktadır.
- Yeni iş olanakları sağlamaktadır.
- Çarpan etkisi sayesinde diğer sektörlerle de katkı sağlayarak dengede tutmaktadır.
- Çiftlikte satılan ürünler sayesinde ek gelir sağlanmaktadır.
- Kadınlara istihdam alanları kazandırmaktadır.
- Yurtiçinde yapılan harcamalar sayesinde ulusal ekonomiyi desteklemektedir.

Çiftlik Turizminin Politik Etkileri:

- Çevresel bölgeleri destekler.
- Çiftlik turizmi sayesinde göç azalmaktadır.
- Altyapıyı desteklemektedir.

2.1.9. Türkiye’de Turizm Çiftlikleri

Türkiye’deki turizm çiftlikleri incelendiğinde Buğday Ekolojik Yaşamı Destekleme Derneği (BUĞDAY)’ın Ekolojik Çiftliklerde Tarım Turizmi ve Gönüllü Bilgi, Tecrübe Takası (TaTuTa) projesi dikkat çekmektedir. Buğday’ın amaçları;

- Bireylerin üzerinde ve toplumda ekolojik yaşam bilincini ve duyarlılığını oluşturarak geri dönüşü olmayan ekolojik dengenin bozulmasıyla meydana gelen sorunlara çözüm sunmak
- Doğa ile iç içe bir yaşamı desteklemek ve doğaya uyumlu olmak,
- Ekolojik yaşama destek vermek,
- Geleneksel süreçteki üretimleri korumak ve sürekliliğini sağlamak,
- Çevreye ve insan sağlığına zarar vermeyen sürdürülebilir tarım yöntemlerini yaygınlaştırmak,
- Çalışanlar, gönüllüler ve sıklıkla iletişim içerisinde olunan ve ekolojik yaşama destek veren bireylerle sürdürülebilir yapılar kurmak, aynı zamanda kurmak isteyenlere de destek olmayı amaçlamaktadır (Buğday Ekolojik Yaşamı Destekleme Derneği, 2019).

TaTuTa projesi 2003 yılından itibaren Buğday’ın desteği ile Türkiye’de uygulanan bir projedir. Projenin temel amacı, tarımla geçinen çiftçilere ve ailelerine gönüllü işgücü veya bilgi desteği vermek, mali destek sağlamak, aynı zamanda onları ekolojik tarıma yönlendirerek sürdürülebilirliğin artmasını sağlamaktır. Projede ekolojik üretimde; çevresel, pazarlama, sosyal, teknik vb. alanlarda bilgisi ve ilgisi olan bireyler, çiftlik veya işletmelerde bilgi, deneyim ve işgücü paylaşımı yapmaktadır. Konaklama, yiyecek ve içecek gibi kişisel ihtiyaçlar ise çiftlik sahipleri tarafından sağlanmaktadır. Çiftliğe gelen gönüllüler hem sosyal aktivitelere katılarak yerel halkla kaynaşmakta hem de tecrübe edinerek bu tecrübe sonucunda bilgiye ulaşmaktadır.

Türkiye’de TaTuTa projesine üye olan 91 adet ekolojik çiftlik bulunmaktadır. Çiftliklerin şehir bazında dağılımına bakıldığında; Karadeniz Bölgesi’nde 25, Ege Bölgesi’nde 24, Marmara Bölgesi’nde 17, Akdeniz Bölgesi’nde 12, Doğu Anadolu Bölgesi’nde 6, İç Anadolu Bölgesi’nde 5 ve Güneydoğu Anadolu Bölgesi’nde 2 çiftliğin faaliyette olduğu görülmektedir. Çiftliklerde Türkçe, İngilizce, Almanca ve Fransızca dilleri konuşulmaktadır. Sadece Türkçe konuşan çiftlik sayısı 40, sadece İngilizce ve Almanca 1, Türkçe ve İngilizcenin birlikte konuşulduğu 44, Türkçe, İngilizce

ve Fransızca 3; Türkçe, İngilizce, Almanca dillerini konuşan 3 çiftlik bulunmaktadır (Kızılay, Atınçoğlu ve Dönmez, 2017: 786).

Çiftlikler değerli tohum/geleneksel üretim, doğa dostu mimari, sebze/meyve/şifalı ot yetiştirme, geleneksel el sanatları, doğa dostu enerji, önemli doğa alanları, hayvancılık/arıcılık, sertifikalı organik tarım, doğa dostu temizlik, permakültür, ekolojik yaşam eğitimleri, kompost/geridönüşüm, topluluk destekli tarım uygulamaları sürdürülmektedir. Çiftliklerde bahçede çalışma, yürüyüş, orman aktiviteleri, yüzme, bisiklet, tırmanış, balık tutma, film gösterimleri, müzik festivalleri, doğa sporları ve yoga olmak üzere farklı alternatifler bulunmaktadır. Ekolojik turizm çiftliklerinde misafirler ev içi oda, ayrı barınak, çadır, paylaşımlı oda ve bulgalov gibi konaklama seçenekleri sunulmaktadır (Ta Tu Ta, 2019).

2.2. Yaratıcılık

Günümüzde rekabetin artmasıyla müşterilerin dikkatini çekmeye çalışan işletmeler, yaratıcılık ve yenilikler sayesinde ayakta kalmaya çalışmaktadır. Bilgi ve iletişim teknolojileri hızla gelişmekteyken müşterilerin istek ve ihtiyaçlarının karşılanması zorunlu hale gelmiştir (Karcioğlu ve Kaygın, 2013: 101). Yaratıcılık kelimesi İngilizce “Creativity” ve Fransızca “Creer” kelimelerinden dilimize geçmiştir (Özen, 2012: 232). Bu kelime İngilizcede “yaratıcılık”, Fransızcada “yaratmak; meydana getirmek, kurmak; türetmek” anlamına gelmektedir (Sesli Sözlük, 2019).

Türk Dil Kurumu (TDK) Büyük Türkçe Sözlükte ise yaratıcılık, “Yaratıcı olma durumu. Yaratma yeteneği. Her bireyde var olduğu kabul edilen, bir şeyi yaratmaya iten farazi yatkınlık.” olarak tanımlanmaktadır (TDK, 2019). Barker (2001) ise yaratıcılığı şu şekilde tanımlamıştır;

- Yaratıcılık, bireylere ait özel veya ayırt edici bir özelliktir.
- Yaratıcılık çoğu zaman düşünceleri, fikirleri ve problemleri çözmeye ilişkilendirilir.
- Yaratıcılık rasyonellikten ve mantıktan uzak bir düşünce yapısına sahiptir.

Kao (1989)’a göre yaratıcılık, yeni bir şey üretme yeteneğidir. Aynı zamanda yaratıcılık yeni, yararlı (var olan bir sorunu çözmek ya da bir ihtiyacı karşılamak) ve anlaşılabilir sonuçlar üretilmesine yönlendiren bir süreç olarak da tanımlanmaktadır (Çekmecelioğlu, 2002: 5).

Amabile ve arkadaşlarına göre yaratıcılık, her türlü alanda yeni fikirler üretilmesidir (Amabile vd., 1996: 1154).

McFadzean (1998) yaratıcılığa problem çözme açısından yaklaşmaktadır ve problem çözmenin yaratıcı olabilmesi için aşağıdaki durumlarından bir ya da daha fazlasının gerçekleşmesi gerekmektedir (McFadzeann, 1998: 309):

- Düşünce yeni ve değerliyse (düşünür ya da kültürü için)

- Düşünce alışlagelmişin dışındaysa, yani daha önceden kabul edilen fikirlerin reddediyor ya da değiştiriyorsa
- Düşünce yüksek motivasyon, ısrarcılık (kesintisiz veya aralıklı) ya da yüksek yoğunluk gerektiriyorsa
- Başlangıçta ortaya atılan problem yanlış ya da eksik tanımlanmışsa, görevin önemli bir bölümü problemin kendisini düzenlemektir.

Yaratıcılığın genel olarak kabul görmüş bir başka tanımı ise “ bireylerin ya da birlikte çalışan grupların yeni fikir, süreç ve prosedür üretmesi, kavramsallaştırması ve bu yenilikleri geliştirmesidir (Shalley, Gilson ve Blum, 2000: 215). Yaratıcılık; bilimsel icatların ve ekonomik yeniliklerin temeli olan yeni, faydalı, farklı fikir ve düşüncelerdir. Bu tanımdan yola çıkarak yaratıcılığı sadece bir düşünce olarak tanımlamak mümkün değildir. Yaratıcılık, hem bir düşünce hem de bu düşünceler sonucu ortaya çıkan ürünlerdir (Çekmecelioğlu, 2002: 4).

Yaratıcılık, ‘yaratma kabiliyeti veya gücü olan’ ve ‘özgünlük ve ifade gücü ile karakterize edilen’ olarak tanımlanmaktadır. Böylece, yaratıcılık yeni şeyler, fikirler veya varlıklar üretmek demektir (Sundgren ve Sthre, 2003: 146).

Drake (2003)’e göre yaratıcılık çok kullanılmamasına rağmen çoğu zaman yanlış ifade edilen bir kelimedir. Bahsetmiş olduğu yaratıcılık yoktan var etmek değil, bireyin kendi beyninde depolanan bilgilerin arasında önceden başkalarının farkına varamadığı ilişkileri görerek bunları açığa çıkarma sürecidir (Cengiz, Acuner ve Baki, 2007: 100).

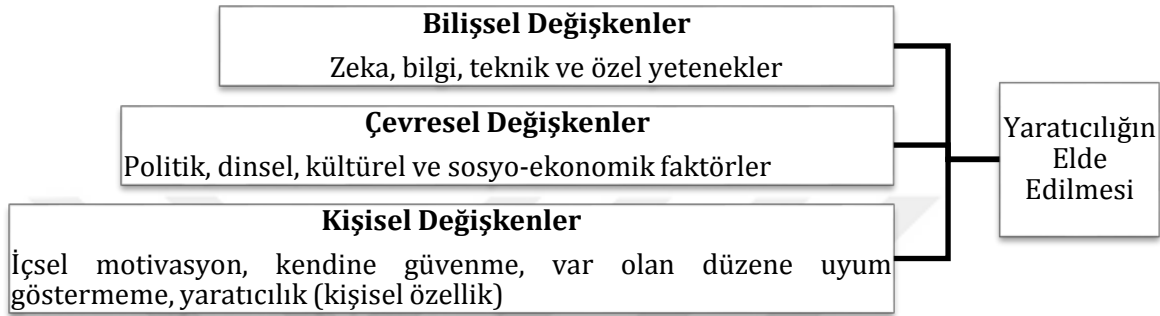
Yaratıcılıkla ilgili yapılan bazı araştırmalar incelendiğinde genellikle yaratıcılığın farklı yönlerde ele alındığı ve farklı sonuçlar ortaya çıktığı görülmektedir. Bazı araştırmacılar yaratıcılığı bir süreç olarak görmekteyken bazı araştırmacılar bu süreçler sonucunda elde edilen ürünlere önem vermektedir. Yaratıcılığı inceleyen diğer araştırmacılar da yaratıcı bireylerle ve bu bireylerin yaratıcı davranışlarıyla ilgilenmektedir (Çekmecelioğlu, 2002: 7).

Mumford ve Gustafson (1988) araştırmacıların genellikle yaratıcılığı tanımlayan ve herkes tarafından kabul edilen üç temel kategori üzerinde durduğunu ifade etmektedir. Birinci kategori ürün olarak yaratıcılıktır. Bu ürünler; icatlar, bilimsel kuramlar, edebi çalışmalar, müzikal besteler olabilir. Yani burada ifade edilen ürünler, sosyal bir değeri ve kalitesi olan ürünlerdir (Nart, 2015: 79).

İkinci kategori, süreç olarak yaratıcılıktır. Bu kategoride yaratıcılık, yararlı bir süreçtir; çünkü iletişimi iyileştirerek öğrenmeyi ve problemlerin keşfedilmesini geliştirmektedir. Bu süreçte yeni fikirler bularak hem çözümler üretmeye hem de alternatifler geliştirmeye yardım etmektedir (McFadzen, 1998: 309). Son kategori ise kişilik olarak yaratıcılıktır. Yaratıcı kişiler mevcut problemlere yeni çözüm ya da yöntem bulmak için mücadele vermektedir. Böylece hedeflere ulaşabilmek için daha iyi ve yeni yöntemler aramaktadır. Yaratıcı kişiler, düşünceleri

sayesinde toplum için ya da en azından kendileri için yararlı ve yeni bir şey meydana getirmektedirler (Nart, 2015: 79).

Eysenck (1994) yaratıcılıkla ilgili yapmış olduğu araştırmada yaratıcı ürün ve düşüncenin ortaya çıkmasında üç temel bileşenin etkili olduğundan bahsetmektedir. Bunlar; bilişsel, kişisel ve çevresel değişkenleridir. Bahsedilen bu değişkenler bireylerin yaratıcı bir fikir ya da ürün tasarlamasında onu tetikleyen ve besleyen özelliklerdir (Eysenck, 1994: 208).



Şekil 5. Yaratıcılığı Etkileyen Temel Bileşenler
Kaynak: Eysenck, 1994: 209.

Tablo 2.2' de çeşitli çalışmalardaki yaratıcılık tanımlarına bakış açısı ve öne çıkan fikirler özetlenmektedir (Kale, 2010: 10).

Tablo 2.2.Yaratıcılık Tanımlarına Bakış Açısı

Kaynak	Bakış Açısı	Tanım
Nirmal (1993)	Birey/Grup	Yeni fikirler oluşturarak problemleri çözme
Woodman, Sawyer ve Griffin (1993)	Örgüt	Kullanılabilen ve değeri olan ürünler, hizmetler, düşünceler ve süreçler yaratma
Oldham ve Cummings (1996)	Örgüt	Yeni ve özgün, örgüte faydalı veya yararlı fikir üretme
Shalley, Gilson ve Blum (2000)	Birey / Grup	Yeni düşünce, süreç ve prosedür üretmek ve geliştirmek
Coade (2002)	Birey	Hayal gücünü kullanarak yeni düşünceler üretmek
Sundgren ve Styhre (2003)	Birey	Daha önce denenmemiş fikirleri yaratma yeteneği
Heye (2006)	Birey	Yeni fikir üretmek ya da fikirlerin birleştirilmesi
Gumusluoglu ve Ilsev (2009)	Birey	Yeni fikirler üretmek, problemlere karşı yeni çözümler bulmak ve bu fikirlerin uygulanması için yeterli plan geliştirmek

Kaynak: Kale, 2010: 11.

Orijinal fikir ve düşüncelerin ortaya çıkarılmasını sağlayan yaratıcılık, bireye özgü ve örgütsel karar mekanizmalarında en yeni ve iyi kararların farklı alternatiflerle ortaya çıkartılmasında kullanılmaktadır. Bazılarına göre yaratıcılık, sorunları çözmek için bir stil, problem çözmeye yarayan bir teknik olarak tanımlanmaktadır. Araştırmacılar genellikle yaratıcılığın öğrenilebilen ve pratik yapılması sayesinde geliştirilebilen bir yetenek olduğunu söylemektedir. Fakat bazı araştırmacılara göre de yaratıcılık doğuştan gelen bir yetenektir (Çekmecelioglu, 2002: 16).

2.2.1. Yaratıcılık Süreci

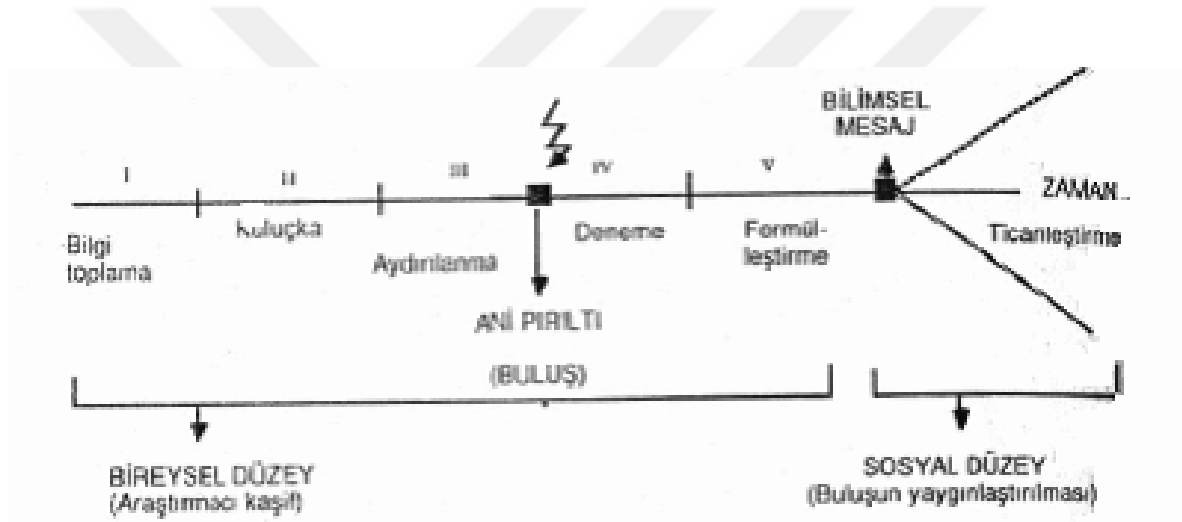
Bireysel bir süreç olarak düşünülen yaratıcılık, her bireyde bulunmaktadır fakat geliştirilmesi gerekmektedir. Yaratma süreci genel olarak altı aşamadan oluşmaktadır. Bu aşamalar aşağıda maddeler halinde özetlenmektedir (Cengiz, Acuner ve Baki, 2006: 423):

- **Sorun Tanımlama:** Çözülmesi gereken sorunun belirlendiği aşamadır.
- **Bilgi Toplama:** Konuyla ilgili araştırma yapılması ve konunun detaylarının öğrenilmesi gereken aşamadır.
- **Fikir Üretme:** Sorunun tanımlanmasından ve bilgi toplandıktan sonra sorunu çözebilmek için yeni yöntemlerin araştırılması, aynı zamanda zihinsel çalışmanın yapılması ve birçok yöntemin uygulanması gereken aşamadır.
- **Kuluçka:** Toplanan bilgilerin hazmedilmesi ve bilinçaltının harekete geçtiği aşamadır.
- **Fikir Geliştirme ve Değiştirme:** Yaratıcı veya yeni bir fikrin ya da çözümün bulunduğu aşamadır.
- **Uygulama:** Bulunan yaratıcı veya yeni fikirlerin uygulanabilirliğinin araştırıldığı ve sonrasında da uygulandığı aşamadır.

Yaratıcı fikirler belirli bir süreç tamamlandıktan sonra ortaya çıkmaktadır. Yaratıcılık süreciyle ilgili yapılan araştırmalardan en çok bilinenlerden biri Wallas (1926)'ın yaratıcılık sürecidir. Wallas'ın oluşturduğu yaratıcılık süreci dört aşamadan oluşmaktadır (Mengili, 2007: 26). İlk olarak hazırlık aşamasından problemler belirlenmekte, daha sonra problem üzerine detaylı araştırmalar yapılarak bilgi toplanılmaktadır. (Nart, 2015: 80). Hazırlık aşaması bireylerin psikolojik olarak başarıma arzusunu güçlendirerek konuya odaklanmasını da kolaylaştırmaktadır (Temizkalp, 2010: 14). Kuluçka aşamasında doğrudan ya da dolaylı yollardan karar verebilmek amacıyla farklı seçeneklerde bilgiler araştırılır ve toplanır. Gerekli bilgiler toplandıktan sonra akılda bir süre saklanmaktadır. Yapılar işten sonuç alınmadığı takdirde onu bırakmak yerine kuluçkaya yatırmak gerekir. Beyin, bir konuyla ilgili ilişkileri hemen kuramayabilir fakat araya farklı düşünceler girse ve o konu unutulsa dahi beyin çalışmasını sürdürmektedir. Kısacası

kuluçka dönemi farklı bir iş yapılmaktayken ya da farklı sorunlar üzerine yoğunlaşmışken sorunun zihinde yattığı dönemdir (Nart, 2015: 80). Aydınlanma; birinci ve ikinci aşamalarda gerilim içerisinde olan araştırmacıların bir anda buluş ışığının zekâsını aydınlattığını ve çözüme ulaştığını fark ettiği aşamadır. Aydınlanma aşaması adeta düşüncelerde çakan şimşek gibidir ve genellikle kısa olan aşamadır. (Akat, Budak ve Budak, 2002: 433). Son aşama olan doğruma aşamasında değerlendirmeler ve denemeler yapılmaktadır. Birey bu aşamada mantıklı tartışmalarla veya deneylerle yaratıcı çözümün geçerli olabileceğini anlatmaya çalışmaktadır. Bulunan yeni yöntemin uygulamaya değer olup olmadığına karar verilmekte ve uygulanmaktadır (Nart, 2015: 82).

Moles ve Caude (1970), Wallas'ın klasik yaratıcılık sürecinden esinlenerek yeni bir yaratıcılık süreci oluşturmuştur. Bu yaratıcılık süreci Şekil 6' da verilmektedir.



Şekil 6. Yaratıcılık Süreci
Kaynak: Akat, Budak ve Budak, 2002: 432.

Moles ve Caude (1970)'denin geliştirmiş olduğu bu yaratıcılık süreci incelendiğinde diğer yaratıcılık süreçleriyle benzerlik gösteren bilgi toplama, kuluçka, aydınlanma, deneme aşamaları bulunmaktadır. Aynı zamanda diğer süreçlerden farklı olarak buluşun yayıldığı ve sosyalleştiği aşama dikkat çekmektedir. Bu aşamada bulunan fikrin kabul edilebilir veya uygulanabilir olması yeterli değildir. Buluşun sosyalleşmesi, yani fikrin toplum tarafından da kabul edilmesi gerekmektedir (Akat, Budak ve Budak, 2002: 433).

Literatürde yaratıcılık sürecini farklı aşamalarla açıklayan araştırmacılar bulunmaktadır. Bu araştırmacıların yaratıcılık süreçleri Tablo 2.2.1' de gösterilmektedir.

Tablo 2.2.1. Yaratıcılık Süreçleri

WALLAS (1926)	ROSSMAN (1931)	YOUNG (1939)	OSBORN (1953)
1. Hazırlık; problem veya ihtiyaç durumu, beyin fırtınası 2. Kuluçka; fikirleri sindirme, düşünme sürecini gözden geçirme, bilgiyi düzenleme, bilişsel süreçleri kullanma ve bir noktaya ulaşma 3. Aydınlanma; yeni bir fikrin ortaya çıktığı an, bir fikir veya çözümün aniden şimşek çakması, 4. Doğrulama; kontrol etme, eğer çözüm ihtiyaç durumu için uygunsa çözümün genellenmesi ve uygulanabilirliği	1. Bir ihtiyaç veya zorluğu gözleme, 2. İhtiyacı analiz etme, 3. Elde edilen bilgilerin incelenmesi 4. Çözümlerin formüle edilmesi 5. Çözümlerin avantajları ve dezavantajlarının analiz edilmesi 6. Yeni fikrin doğumu, keşif 7. En çok umut verici çözümü ve seçimi deneme ve somutlaştırma	1. Ham materyallerin toplanması 2. Zihinsel sindirim süreci 3. Konudan uzaklaşma (kuluçka) 4. Fikirlerin çıkması 5. Uygulama	1. Yönlendirme; problemi gösterme 2. Hazırlık; uygun veriyi toplama 3. Analiz; konu ile ilgili materyali dağıtmak 4. Düşünce; düşüncelerle alternatifleri yığmak 5. Kuluçka; aydınlanmaya izin verme, davet etme 6. Sentez; parçaları bir araya koyma 7. Değerlendirme; sonuç düşünceleri değerlendirme/ yargılama
ISAKSEN ve TREFFINGER(1985)	LİNKNER (2001)	ROBINSON (2008)	OECH (2009)
1. Hedefi bulma 2. Gerçeği bulma 3. Problemi bulma 4. Düşünceyi bulma 5. Çözümü bulma 6. Kabulü bulma	1. Sorun 2. Hazırlık 3. Keşif 4. Yaratıcı kıvılcım 5. Uygulama	1. Hazırlık 2. Kuluçka 3. Aydınlanma 4. Gerçekleşme	1. Hayal etme 2. Uygulama

Kaynak: Ürper, 2013: 47, Aktamış ve Ergin, 2007: 13'den alınmıştır.

Tabloya bakıldığında her ne kadar farklı aşamalar tanımlanmış olsa da ortak noktalara da dikkat çekmektedir. Araştırmacıların farklı aşamalar üzerinde durduğu görülmekle beraber yaratıcılık sürecinin temelde hazırlık, kuluçka, aydınlanma ve uygulama aşamalarından meydana geldiği söylenebilir.

Yaratıcılık süreçleri incelendiğinde 1920-1950 yılları arasında yaratıcı düşüncelerin kişinin kontrolü dışında (bilinçaltı) ortaya çıktığı ifade edilmektedir. Daha sonraki dönemlerdeki çalışmalarda ise fikirlerin bireylerin kontrolü altında, belirli bir amaca yönelik ve bilinçli olarak üretildiği vurgulanmaktadır. Yaratıcılık süreci genel olarak belirli bir konuyla ilgili hayal gücüne dayalı bir fikir üretilmesi, analiz edilmesi, değerlendirilmesi ve uygulanmasıdır (Ürü, 2009: 75).

2.2.2. Bireysel Yaratıcılık

Yaratıcılık, kendi içerisinde bireylerin kendi özgürlüğüne egemen olduğu bir kişilik yapısı, entelektüel birikimi, yaşamı idrak etme ve aktarma yeteneği ve sezgilerini taşımaktadır.

Yaratıcılık, bireylerin karşılaştığı bir sorun karşısında sahip olduğu bütün özellikleri kullandığı ve daha önce olmayanı ya da varsa dahi daha farklısını üretmeye çalıştığı bir süreç olarak karşımıza çıkmaktadır (Ürü, 2009: 77). Günümüzde yaratıcı fikirlere sahip olan bireyler, diğerlerine göre daha değişik, orijinal düşünceler ortaya koymaktadır (Yıldırım, 2007: 112). Örgütlerin başarısı ve sürekliliğinin artması için bireysel yaratıcılık son derece önemlidir. Bireysel yaratıcılık gerçekleşmezse örgütsel yaratıcılığın ortaya çıkması söz konusu olamamaktadır. Yaratıcı bireyler her zaman sıra dışı kabul edilmiştir. Klasiklerden hoşlanmayan, yeni yolları denemekten kaçınmayan yaratıcı bireyler, değişimden zevk almaktadır (Top, 2006: 274). Yaratıcılık yoktan var etmek değil, var olanı ortaya çıkarmaktır (Ürper, 2013: 45).

Bireysel yaratıcılıkta iş mükemmelliği önemlidir. Örgütün performansını ve sürdürülebilirliğini arttırabilmek aynı zamanda rekabet avantajından faydalanabilmek için yeni fikirler, yeni yollar, teknolojiler, süreçler ve teknikler geliştirilmektedir (Ussahawanitchakit, 2011:3, Akt. Kanbur, 2015: 1).

Bireysel yaratıcılık, önceden belirlenmiş koşulların, bilişsel tarz ve yeteneğin, kişilik faktörlerinin, konu ile ilgili bilginin, motivasyonun, sosyal ve bağlamsal etkilerin birer fonksiyonudur (Woodman vd., 1993: 294).

Örgütlerde çalışan bireylerin yaratıcı olmaları sayesinde örgütlere somut ve faydalı çıktılar sağlanarak sorunların çözümü için yeni ve kolay yöntemler geliştirilmektedir (Zhou, Hirst ve Shipton, 2012:895).

Bireysel yaratıcılık kendi içerisinde bilişsel düşünme şekli, yetenek ve cesaretlendirme gibi bireysel özellikleri bulundurmaktadır (Yılmaz ve Izgar, 2009: 944).

Araştırmacılar uzun yıllardan beri yaratıcılık üzerine yoğunlaşmış ve yaratıcı kişilerle onu diğer insanlardan ayıranın ne olduğu sorusuna cevap aramıştır (Amabile, 1997: 42). Yaratıcılıkla ilgili yapılan araştırmaların birçoğunda yaratıcı kişi ve onun yaratıcı olmasını sağlayan kişiye özgü özellikler üzerine odaklanılmaktadır. Araştırmacılar, yaratıcı kişilere odaklanan bu araştırmalarda kişilerin yaratıcı olmasını sağlayan birbirinden farklı özellikler olduğu saptamışlardır. Fakat kişileri yaratıcı kılan en önemli özelliğin bireyin kendi içsel motivasyonu olduğu ifade edilmektedir (Çekmecelioğlu, 2002: 50).

Yaratıcı kişiler genellikle geniş ilgi alanlarına sahip, yüksek enerjili, sezgileri ve özgüveni yüksek, düşüncelerinde kimseye ihtiyaç duymayan kişilerdir (Woodman, Sawyer ve Griffin, 1993: 298).

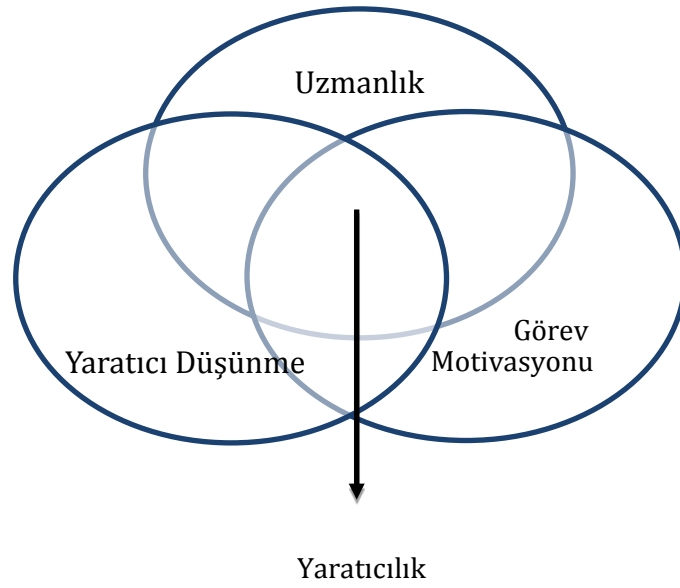
Yaratıcı bireylerin sahip olduğu yetkinlikleri Barker (2001) şu şekilde sıralamaktadır:

- Karmaşık olanı basitleştirme duygusuna sahiptir.
- Belirsizlik, karışıklık ve asimetri karşısında büyük tahammül göstererek kalıpları, bağlantıları ve benzerlikleri bulmaya çalışır.
- Daha önceden yanıtı bulunamamış soruları araştırır.

- En zor problemlerle uğraşmayı tercih eder.
- Bir sonraki sorunun ne olacağı konusunda çok meraklıdır.
- Araştırma yapmayı sever.
- Mevcut durumlara farklı açılardan bakar.
- “Şöyle olsaydı nasıl olurdu?” diyerek varsayımlarda bulunur ve farklı açılardan olaylara bakar.
- Alışılmadık imgelere ve kelime oyunlarına başvurarak değişik durumları diğerlerine anlatır.
- Heyecanı ve risk almayı sever.
- Daha önceden keşfedilmemiş olan durumları arar.
- Başarısız olursa kabullenmeyi bilir.
- Sınırlarını zorlamayı sever.
- Eleştirilere açıktır, yaptığı işlerde başkalarının fikrini alır.
- Geri bildirimlerle beslenir.
- Bir şey yaratma arzusu dayesinde işine tutkuyla yaklaşır.
- Performansının dış motivasyondan etkilenmesi pek mümkün değildir.
- Maaş, ödüllendirme ve primi umursamaz.
- Gözetim altında olmaktan hoşlanmaz (Barker, 2001: 41).

Nobel Ödülü’nü kazanan Arthur Schawlow’a yaratıcı bilim adamları ile diğerlerine göre daha az yaratıcı bilim adamları arasındaki fark nedir diye sorulmuştur. Arthur’a göre yaratıcı bilim adamlarını diğerlerinden ayıran en önemli özellik laboratuvar sevgisidir. En yetenekli kişiler genellikle en başarılı bilim adamları değildir. Ancak başarılı bilim adamlarının en belirgin özelliği meraklı olmaları cevabını vermiştir (Amabile, 1997: 39). Feist ve Barron (2003)’un yapmış olduğu araştırmada, yüksek zekâya sahip olmanın kişinin daha yaratıcı olacağı anlamına gelmediği tespit edilmiştir (Cengiz, Acuner ve Baki, 2007: 100).

Amabile 1997 yılında yaptığı araştırmada bireylerin yaratıcılığını etkileyen unsurlardan bahsetmektedir. Amabile’ye göre yaratıcı bireyin en önemli üç özelliği bulunmaktadır ve bu özellikler bir araya geldiğinde yaratıcılık meydana gelmektedir. Şekil 7’ de görüldüğü gibi bu özellikler uzmanlık, yaratıcı düşünme ve içsel görev motivasyonudur (Amabile, 1997: 42).



Şekil 7. Yaratıcılığın Bileşenleri

Kaynak: Amabile, 1997: 43.

Uzmanlık, bireyin tecrübeli ve bilgili olduğu alanda yapabileceği her şeyi ifade etmektedir. Bireylerin kendi alanı hakkında sahip olduğu bilgi yaratıcı performans için önemlidir. Bireyler konuyla ilgili yeni bilgiler öğrense ve bu bilgileri yaratıcı yollarda kullansa dahi daha önceden bir uzmanlık bilgisine sahip olması gerekmektedir. Bireylerin sahip olduğu zekâ ve bilgi sayesinde yaratıcı performans meydana gelecektir (Ford, 1996: 1124).

Yaratıcı düşünme, bireylerin hayal gücünü kullanarak zihninde canlandırması, konuyla ilgili varsayımlar ileri sürmesi, sorunu kavrayarak daha önce denenmemiş yolları denemesi veya geleneksel yollar sayesinde değişik görüşleri ya da kavramları ortaya atabilmesidir. Yaratıcılık yetenekleri aynı zamanda bireylerin açık uçlu problemler karşısında farklı alternatifler üretmesi, kıyaslama yapması ve benzerliklerden faydalanarak açık olmayan ilişkilerin farkına varması gibi farklı düşünme becerilerini de kapsamaktadır (Ford, 1996: 1124).

Bir bireyde yaratıcı düşünme becerileri yoksa uzmanlık yüksek düzeyde olsa dahi kişi yaratıcı çalışmalar yapamamaktadır (Amabile, 1997: 42).

Motivasyon, içsel motivasyon (merak, zevk, ilgi) ve dışsal motivasyon (başka bir hedefe ulaşma arzusu) olarak iki grupta incelenmektedir. Araştırmalarda yaratıcılık için içsel motivasyonun daha yararlı olduğu gösterilmektedir (Amabile, 1997: 44).

İçsel motivasyona yönelim, birçok araştırmacı tarafından yaratıcılığın ana unsuru olarak öngörülmüştür. Değerlendirme ve ödül sistemleri gibi motivasyon artırıcı müdahaleler yaratıcı bir göreve yönelik iç motivasyona olumsuz bir şekilde etkide bulunabilir. Olumlu pozitif değerlendirmenin, öz-yeterlik üzerindeki olumlu etkilerinden dolayı yaratıcılığı artıracığı beklenmektedir. Fakat bu değerlendirme gelecekteki yaratıcı performansı olumsuz bir şekilde

etkileyebilir. Çünkü gelecekteki değerlendirmelerin beklentilerine yol açmaktadır (Woodman, Sawyer ve Griffin, 1993: 300).

2.2.3. Yaratıcılığın Eko-Girişimcilik İçin Önemi

Teknolojinin hızla gelişmesiyle ve rekabetin artmasıyla başarılı olmaya çalışan işletmeler daha yaratıcı, girişimci ve esnek olmak zorundadır. Bu zorunlulukları yerine getirirken örgütün yönetiminde ve yapısında bazı değişiklikler yapılmaktadır (Çekmecelioğlu, 2002: 28). Yaratıcılık, girişimciliğin en temel yapı taşıdır. Yaratıcı bakış açısı sayesinde girişimciler herkesten önce çevre ve iş fırsatlarını görebilecek ve bunlardan yararlanabilecektir (Mert, Güney ve Güney, 2008: 34). Yaratıcı bireyler farklı yollar deneyerek belirsizliklerin üzerine gitmekten çekinmeyen, aynı zamanda içerisinde bulundukları karmaşada bile cevherleri bulan kişilerdir. Rutin şeylerden çabuk sıkılan ve değişimden haz alan yaratıcı bireylerin hayal gücü, algı, sezgi ve önsezileri kuvvetlidir. Yaratıcı bireylerin sahip olduğu bu özellikler girişimciler içinde geçerli sayılmaktadır. Girişimciler klasik düşünce yolunu izlemekten kaçınır ve çoğu zaman mevcut varsayımlara meydan okumaktadır. (Top, 2006: 274).

Ford ve Gioia (1995)'e göre her toplumda ya da organizasyonda var olan ve birbirleriyle üstü kapalı veya açık bir çatışma içerisinde olan iki grup bulunmaktadır. Bunlardan birincisi mevcut sisteme önem veren grup, ikincisi ise yeni fikirlerin ve ihtimallerin peşinde olan yaratıcı ve girişimci gruptur (Mert, Güney ve Güney, 2008: 29). Yaratıcılık, girişimcilik yeteneğiyle ilgili bir olgu olarak karşımıza çıkmaktadır. Girişimciler macera seven, riskleri göze alabilen cesaretli bireylerdir. Bir işle ilgili girişim kararı alındığında değişen durumlara, rekabete ve gelişmelere de ayak uydurmaktadır (Akat, 1984: 229). Girişimcilerin artan rekabet ortamında ayakta kalabilmesi, bunun yanı sıra yenilikler yaratabilmesi için problem çözme ve yaratıcılık yeteneklerini arttırması gerekmektedir (Gundry ve Kickul, 1996: 334).

Treffinger ve arkadaşlarına göre girişimciler için kritik öneme sahip olan yaratıcılık bileşenleri yeni fikirleri ortaya çıkarabilme, cesaretli, açık olmak ve iç sesini dinlemektir. Fikirleri ortaya çıkarabilmek ve cesaretli olmak bireyin kişilik özellikleriyle (ilgi, deneyim, tutum, merak ve özgüven vb.) ilgilidir. İç sesini dinlemesi ise kişinin kendi benliğine bakış açısını içerir ve özyansıtma, vizyon, azim, konsantrasyon, enerji ve iş ahlakını gerektirir (Schmidt, Soper ve Bernaciak, 2013: 32). Geçmişte edinilen bilgilerin, tecrübelerin ve olayların tekrar sentezlenerek farklı ve yeni fikirler sayesinde yeniden üretilmesi ya da özgün bir yapıt oluşturulmasında yaratıcılık önemli bir etkidir. Var olan bir düşüncenin, fikrin ya da etkileşimin farklılaştırılması amacıyla yapılan yaratıcılığın özünde bir sorunu analiz etme, sentezleme, orijinal ve yeni olma faktörleri vardır (Çellek, 2002: 1).

Gün geçtikçe yaratıcılığın farkına varan girişimci adayları ve işletmeler “Nasıl yaratıcı fikirler üretebiliriz?”, “Yaratıcılığımızı nasıl arttırırız?” gibi soruları daha çok sormaya başlamışlardır. Rekabet karşısında üstün ve rekabet dışı kalmak isteyen girişimciler ve işletmeler farklı olabilmenin sadece yaratıcı fikirler sayesinde mümkün olacağını anlamaktadır. Geçmişte, günümüzde ve gelecekte girişimciler her zaman yaratıcı fikirlere ihtiyaç duyacaktır (Ürper, 2013: 43). Değişen tüketici talepleri karşısında işletmeler ve girişimciler tüketicilerin isteklerine cevap verebilmek için yeni ürünler üretmek zorunda kalmıştır. Aynı zamanda doğal kaynakların azalması, işletme yöneticilerini tüketicileri ve girişimcileri çevre bilincini arttırmaya da yönelmektedir (Akatay ve Aslan, 2008: 316).

Eko-girişimcilik de yeni ve yaratıcı bir fikir olarak ortaya çıkmıştır. Diğer girişimcilik türlerinden daha yeni olan eko-girişimci piyasada ayakta kalabilmek için yeni fikirler ve ürünler üretmek zorundadır. Bunun için de yaratıcılık önemli bir faktördür.

2.2.4. Turizm, Yaratıcılık ve Yaratıcı Turizm İlişkisi

Bilindiği üzere, dünyada yaşanan ekonomik, sosyal, siyasal ve teknolojik gelişmeler turizm sektörünü de etkilemiş, tüketim kalıplarında değişikliklere neden olmuştur (Aşık, 2014: 787). Tüketiciler 1990’lı yıllardan itibaren yoğun şekilde gözlemlenen ve klasik turizm olarak adlandırılan deniz, kum ve güneş üçlemesinden uzaklaşarak bireysel ve özel ilgilerinin oluşturduğu turizm türlerine doğru yönelmeye başlamıştır. Bu yönelişin pek çok nedeni bulunmaktadır. Bu nedenlerden bazıları; klasik turizme duyulan tatmin düzeyinin azalması, farklı kültürleri keşfetme isteği, ülkeler arasındaki mesafelerin azalması, eğitimin ve gelirin artması, kültürel hissetmektedirler ve sportif aktivitelere katılma isteğinin artmasıdır (Kılıç ve Kurnaz, 2010: 40). Dünyada en hızlı gelişen sektörlerden birisi olan turizm, artan rekabet, tüketicilerin değişen istek ve beklentilerinden kaçınılmaz olarak etkilenmektedir (Onuncu Kalkınma Planı Turizm Özel İhtisas Komisyonu Raporu, 2014: 1).

Son yıllarda kültür ve yaratıcılığı ön plana çıkartarak ekonomik gelişmenin artmasını sağlamak, aynı zamanda bireyleri yaratıcı aktivitelerle destinasyonlara çekmek tüm dünyada kabul edilen bir yaklaşım haline gelmiştir (Lysgard, 2012: 1284). Destinasyonlar kendilerini farklı kılmak adına yaratıcı stratejiler geliştirmeye başlamıştır. Bunlardan biri de yaratıcı turizm olarak karşımıza çıkmaktadır. Yaratıcı turizm sayesinde bir turist, bölgenin tarihi ve kültürel mirasını, sanat ve yöresel karakterlerini katılarak öğrenmeye başlamakta ve otantik deneyim kazanma fırsatı yakalamaktadır. Geleneksel yaşam biçimlerine bizzat dâhil olan turistler yaratıcı turizm sayesinde kendilerini o şehrin, kasabanın ya da köyün bir vatandaşı gibi hissetmektedir (Aşık, 2014: 786).

Richards ve Raymond yaratıcı turizmi, "bir tatil destinasyonuna özgü öğrenme deneyimlerine katılmış olan turistlere, kendi yaratıcı potansiyelini geliştirme fırsatı verilen bir turizm" olarak tanımlamıştır. Richards ve Wilson'a göre yaratıcı turizm, turistlere yerel becerileri ve gelenekleri öğrenme fırsatı sunan etkinlikleri içeren bir turizm türüdür. (UNESCO) Yaratıcı Şehirler Ağı, yaratıcı turizmi, "bağlayıcı ve otantik deneyimler olan sanat, miras veya o destinasyona özgü özellikler ile ilgili olarak katılımcının öğrenme isteği ile yönlendirilmiş olan seyahat ve buna ek olarak destinasyondaki yerel halk ve ziyaretçi arasında bağlantı kuran ve yaşam kültürü oluşturan turizm" olarak tanımlamıştır. Yaratıcı turizm, otantik deneyimler içermekte aynı zamanda turistlerin yöre insanları ve kültürleri ile temas kurarak yaratıcılık potansiyellerini ve becerilerini geliştirmelerini sağlamaktadır (Tan, Kung ve Luh, 2013: 156).

Yaratıcı turizmde turistlerin toplumsal etkileşimi daha fazladır. Yaratıcı turizm ve diğer turizm türleri arasındaki en önemli fark yaratıcı turizmin öğrenme ve deneyim odaklı olmasıdır (Hemmati ve Abbasi, 2013: 2008). Yaratıcı turizm farklı deneyim yaşamak isteyenler için, tarım turizmi, gastronomi, mutfak sanatları, el sanatları, tiyatro, dans, müzik, trekking gibi pek çok yaratıcı faaliyet içermektedir (Aşık, 2014: 786).

Yukarıdaki tanımlardan yola çıkarak Türkiye'deki ekolojik çiftlikler de yaratıcı turizm kapsamında değerlendirilebilir. Çünkü meyve/sebze ve şifalı ot yetiştirilmesi, yerli tohumların geleneksel yöntemlerle üretilmesi, enerji ve temizlik, doğa dostu mimari, kompost ve geri dönüşüm uygulamaları, hayvancılık ve arıcılık, ekolojik yaşam eğitimleri, permakültür (sürdürülebilir tarım), topluluk destekli tarım ve geleneksel el sanatları uygulamaları gibi faaliyetler yaratıcı turizm kapsamına giren faaliyetler arasında sayılabilmektedir (Atınçoğlu ve Dönmez, 2017: 1246).

2.3. Literatür Taraması

Literatür incelendiğinde çok yeni bir kavram olan eko-girişimciliğin son yıllarda çalışılmaya başlandığı görülmektedir. Konuyla ilgili ilk çalışmalardan Allen ve Malin (2007)'in yapmış olduğu araştırmada temel amaç yeşil girişimciliği tanımlamaktır. Araştırmanın ilk aşamasında işletmelerin ve sahiplerinin toplulukla ilişkilerini, çevresel etkilerini, değerlerini ve motivasyonları açıklanmıştır. İkinci aşamada ise görüşmelerden ortaya çıkan temalara yer verilmiştir. Bu temalar düşük düzeyde ekonomik ilgi, yüksek düzeyde sosyal adalet ilgisi ve yüksek doğal kaynak bilinci olarak ifade edilmiştir. Bununla birlikte, girişimciliğe çevre faktörünün eklenmesi ile yeni bir toplumsal yapının oluştuğu belirtilmiştir (Allen ve Malin, 2007).

Kirkwood ve Walton (2010), eko-girişimcileri motive eden faktörlerin neler olduğunu öğrenmek amacı ile yapmış oldukları araştırmanın sonucunda eko-girişimcileri motive eden beş faktör elde edilmiştir. Bu faktörler; yeşil değerler, geçimini sağlamak, tutku, kendi işinin patronu

olabilmek ve pazardaki boşluğu görmektir. Bunun yanı sıra girişimciler ve eko-girişimcilerin motivasyonlarının benzer olduğu sonucuna da ulaşılmıştır (Kirkwood ve Walton, 2010).

Grande (2011), çiftliklerdeki yeni girişim faaliyetleri ve çeşitlendirmenin hem çiftçilere hem de kırsal kalkınmaya doğal olarak faydalı olduğunu düşünmektedir. Bununla birlikte, bu tür çabaların ve bunlara yol açan kritik kaynak ve yeteneklerin yararı henüz iyi anlaşılamamış olduğu ifade edilmektedir. Bu nedenle, Grande'nin çalışmasının amacı, çiftlik içi çeşitlendirme yoluyla girişimcilik faaliyetlerinde bulunan çiftlik işletmeleri için kritik kaynakları ve yetenekleri araştırmaktır. Çiftlik çeşitlendirmesi yapan üç Norveç çiftliği ziyaret edilerek görüşmeler yapılmıştır. Analizler, çiftlik ortamın, geleneksel üretimin, konumun, yapıların ve peyzajın başkaları tarafından kopyalanamayacak önemli kaynaklar olabileceğini göstermektedir. Çalışma, hem benzersiz kaynakların hem de dinamik kapasitelerin çiftliklerdeki yeni karlı girişimler yaratmada kritik olduğunu ve hem çiftlik girişimcileri hem de destek sistemleri tarafından odaklanması gerektiğini göstermektedir. Çiftlik içi çeşitlendirmeyle uğraşan çiftlik işletmeleri, fikir üretme kapasitelerini arttırmak için çaba göstermeli ve temel kaynaklarının potansiyel benzersizliğini keşfetmeleri için kendilerini zorlamaları gerektiğini ileri sürmektedir. Çiftlik sahiplerinin daha profesyonel iş bağlantıları kurmak için çalışmaları ve yeni stratejik ittifaklar ve ağlar kurarak kapasitelerini güçlendirmeleri gerekmektedir. Son olarak, nasıl daha dinamik olmaları gerektiğine dair çalışmalar yapılması gerektiği sonucuna ulaşılmıştır (Grande, 2011).

Akdoğan ve Kale (2011), konaklama işletmelerinde yenilik ve yaratıcılığı incelemiştir. Bunun yanı sıra yenilik ve yaratıcılık için önemli görülen örgüt içi faktörlerin ortaya konulması araştırmanın bir diğer amacı olarak ifade edilmektedir. Araştırmanın sonuçlarına göre "yaratıcılığı geliştirme" ve "inisiyatif kullanma" ile "tepe yönetimi desteği ve motivasyonu" nun yaratıcılık performansı üzerinde anlamlı bir etkisi tespit edilememiştir. Yenilik performansını en çok etkileyen faktörün "yenilik odaklılık ve proje üretme" olduğu görülmüştür. Diğer faktörler ise sırasıyla; "hedef odaklılık ve tamamlayıcı yetenekler", "bilgi paylaşımı ve iletişim", "bürokratik yapı" ve "takım ruhu" dur (Akdoğan ve Kale, 2011).

Pachaly (2012), araştırma yeşil girişimciliğin önündeki engeller ve tetikleyiciler hakkındaki mevcut bilgileri geliştirmek, aynı zamanda KOBİ (Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeler)'lerin yeşil faaliyetlerini ve ortaya çıkan yeni yeşil girişimciliği incelemek amacıyla yapılmıştır. Bulgular incelendiğinde araştırmaya katılan 8759 girişimciden 1404'ünün yeşil girişimci olduğu belirtilmektedir. Yeşil girişimciliğin önündeki en önemli engelin talep eksikliği olduğu belirtilirken ikinci engel olarak da kamu desteği ve rekabet avantajı sağlamak olduğu ifade edilmiştir. Yeşil girişimcilikteki tetikleyicilerin başında da finansal teşvikler ve pazarlama bulunmaktadır (Pachaly, 2012).

Aydın (2013), bireysel yaratıcılık düzeyinin ekolojik güdülenme niyeti üzerindeki etkisini belirlemek için bir araştırma yapmıştır. Geri dönüşüm iş grubunda İzmir'den seçilen işletmelere

istatistiksel analiz yapıldıktan sonra yaratıcılık düzeylerinin zayıf olduğu tespit edilmiştir. Öte yandan, bireysel yaratıcılık ile eko-girişimcilik arasında olumlu ilişki bulunmuştur. Çalışmaya katılan eko-girişimcilerin yüzde 73'ünün bireysel yaratıcılık düzeyinin ortalamasının altında olduğu görülmektedir. Bireysel yaratıcılık ve eko-girişimcilik boyutları arasında pozitif bir ilişki bulunmuştur (Aydın, 2013).

Paramashivaiah vd. (2013), yeşil girişimciliğin keşfedilmemiş yönünün ve genel sürecinin anlaşılmasına katkıda bulunan araştırma, mezunlar tarafından algılanan asıl yeşil girişimciliğin motivasyonunu ve engellerini tanımlamakta ve analiz etmektedir. Bu keşif çalışması için hem birincil hem de ikincil veriler kullanılmıştır. Birincil veriler, son yarıyıl da yer alan mühendislik ve yüksek lisans mezunlarından toplanan cevaplardan oluşmaktadır. 115 yüksek lisans ve 115 mühendislik mezunundan toplam 230 veri toplanmıştır. Başlangıçta bu mezunların girişimciliğe dair düşüncelerini öğrenmek için sorular sorulmuştur. Bulgular incelendiğinde katılımcıların %77'si rüzgar enerjisi, biyoyakıt, eko-turizm, atık geri dönüşümü, su geri dönüşümü, enerji tasarruflu cihazlar, elektronik belge yönetim sistemleri vb. olmak üzere yeşil girişim faaliyetlerinin farkındadır. Kurumsal sosyal sorumluluk, küresel ısınma ve iklim değişikliğinin tehlikeleri hakkında bilgi sahibi olduklarından, çevreye karşı endişe duyan katılımcıların aynı zamanda yeşil girişimci olmayı hedefledikleri sonucuna varılmıştır (Paramashivaiah, Puttaswamy ve Suresh, 2013).

Gül (2014), çevresel bilinç, çevresel duyarlılık ve eko-girişimciliğin güçlü yapısı ile eko-girişimcilik yönelimi arasında bir ilişki olup olmadığını belirlemek amacı ile yapılan araştırma sonucunda kadınların erkeklere oranla eko-girişimcilik eğiliminin daha fazla olduğu ortaya çıkmıştır. Öğrencilerin okudukları bölüm ile çevre bilinci arasında fark olduğu gözlenmiş ve çevreye yönelik derslerin olduğu bölüm öğrencilerinin çevre bilinci, bu dersi almayan öğrencilerin çevre bilincinden daha yüksek çıkmıştır. Üçüncü ve dördüncü sınıf öğrencilerinin çevre duyarlılığı birinci sınıflara oranla daha yüksek çıkmıştır. Öğrencilerin çevresel bilinç düzeyleri arttıkça öğrenciler gelecekte daha fazla eko-girişimciliğe yönelme eğiliminde olacaklardır (Gül, 2014).

Haznedar (2016), İzmir ilinin Kemalpaşa İlçesine bağlı olan Nazarköy'deki ekoturizm ve eko-girişimcilik potansiyelinin incelemiştir. Araştırmanın diğer amacı yerel halkın konuya bakış açısının belirlenmesi olarak ifade edilmiştir. Halkın %96,7'sinin çevreye duyarlı olduğu ve işletmelerin de çevreye daha duyarlı olmaları gerektiğini savunduğu ortaya çıkmıştır. Ayrıca çevreci düşünce yapısında olan katılımcılar insanları bilinçlendirme faaliyetlerine yönelik sorulara cevap vererek bu tür faaliyetlerin gerekliliğinin de son derece önemli olduğunu vurgulamıştır (Haznedar, 2016).

Swan ve Morgan (2016)'a göre eko-girişimcilerin temel amacı kâr elde etme, kazanç sağlayarak büyümedir. Bunun yanı sıra Swan ve Morgan kâr sağlarken sürdürülebilir çevresel

uygulamaları göz ardı etmemeleri gerektiğini söylemektedir. Ekoturizm endüstrisi içindeki sekiz küçük işletme sahibiyle yapılan görüşmeler yapılmıştır. Eko-girişimcilik hedeflerinin geleneksel, sosyal, sürdürülebilir ve yaşam tarzı hedefleri olarak bilinen girişimci türleriyle ilişkili olduğu görülmektedir. Çalışma bulguları, başarılı eko-girişimcilerinin geleneksel finansal gereklilikleri yakından takip ederken bu birbiriyle uyuşması zor hedefleri dengelemek zorunda olduklarını göstermektedir. Ekoturizm içindeki eko-girişimciler, sosyal ve çevresel hedeflerin peşinde koşarken hem desteklenmekte hem de kısıtlanmaktadır. Gelişmekte olan turizm endüstrisi sektörünü koruyan, sürdüren ve büyüten devlet destekli girişimlere ihtiyaç duyulduğu belirtilmiştir (Swan ve Morgan, 2016).



3. YÖNTEM

Tez çalışmasının yöntem bölümünde araştırmanın amacı ve araştırma soruları, araştırmanın yöntemi, evrem-örneklem, veri toplama aracı, araştırmada kullanılan veri analiz teknikleri ve sınırlılıklara yer verilmektedir.

3.1. Araştırmanın Amacı ve Araştırma Soruları

Araştırmanın amacı eko-turizm çiftliği sahiplerinin bireysel yaratıcılık düzeylerinin eko-girişimcilik üzerindeki etkisini belirlemektir. Bu kapsamda aşağıdaki araştırma sorularına cevap aranacaktır:

1. Doğa dostu turizm çiftliği sahiplerinin bireysel yaratıcılık düzeyi nedir?
2. Doğa dostu turizm çiftliği sahiplerinin eko-girişimcilik hakkındaki görüşleri nelerdir?
3. Bireysel yaratıcılık düzeyi demografik özelliklere göre farklılaşmış mıdır?
4. Doğa dostu turizm çiftlikleri sahibinin eko-girişimcilikle ilgili görüşleri demografik özelliklere göre farklılık göstermekte midir?
5. Doğa dostu turizm çiftlikleri sahibinin eko-girişimcilikle ilgili görüşleri yaratıcılık gruplarına göre farklılık göstermekte midir?

3.2. Araştırmanın Yöntemi

Bu araştırma betimleyici bir araştırma olup, tarama modellerinden genel tarama modeli kapsamında yer alan değişkenlerin tek tek, tür veya miktar olarak oluşumlarının belirlenmesi amacı ile yapılan tekil tarama modeli özelliğini taşımaktadır. Bu araştırma kapsamında Türkiye’de doğa dostu turizm çiftliği sahiplerinden anket tekniği ile Haziran 2018 – Ocak 2019 tarihleri arasında veri toplanmıştır.

Doğa dostu turizm çiftliği sahiplerinin eko-girişimcilikle ilgili görüşleri ve yaratıcılık düzeyleri uygun istatistiksel analizler kullanılarak incelenmiştir. Analizlerde SPSS 23 paket programı kullanılmıştır.

3.3. Evren-Örneklem

Bu araştırmanın evrenini doğa dostu turizm çiftliği sahipleri oluşturmaktadır. Türkiye’deki çiftlik sayısı ile ilgili kesin bir istatistiğe ulaşamadığından araştırmada kartopu örnekleme kullanılmıştır. Kartopu örneklemede ilk önce evrene ait katılımcılardan birisi ile iletişim kurulur. İletişim kurulan kişinin yardımıyla ikinci katılımcıya, ikinci katılımcının

yardımıyla üçüncü katılımcıya gidilir. Bu şekilde sanki bir kartopunun büyümesi gibi örneklem büyüklüğü de giderek genişlemektedir (Yazıcıoğlu ve Erdoğan, 2004: 45). Bu araştırmada kartopu örnekleme yoluyla 107 katılımcıya ulaşılmıştır.

3.4. Veri Toplama Aracı

Araştırmanın teorik veri kaynaklarını, ulusal ve uluslararası akademik makaleler, kitaplar, bildiriler ve tezler oluşturmaktadır. Uygulamada ise doğa dostu turizm çiftliği sahiplerinden soru formları aracılığıyla birincil veri toplanmıştır. Araştırmada veri toplama tekniği olarak anket yöntemi tercih edilmiştir. Üç bölümden oluşan anket formunun birinci bölümünde cinsiyet, medeni durum, eğitim durumu, yaş, meslek gibi demografik özellikler ve çiftliğin bulunduğu şehir gibi sorular yer almaktadır.

Anket formunun ikinci bölümünde eko-girişimciliğe yönelik görüşlerini öğrenmek için Aydın (2013)'in geliştirdiği "Eko-Girişimcilik Anketi" kullanılmıştır. Bu anket Harbi ve arkadaşlarının (2010) yapmış oldukları eko-girişimcilik ile ilgili vaka analizinden yapılmış bir uyarlamadır. 15 maddeden oluşan anket 5'li Likert derecelemesine sahiptir.

Anket formunun üçüncü bölümünde Eugene Raudsepp (1979)'e ait olan ve 50 maddeden oluşan "Ne kadar Yaratıcısınız" (How creative are you?) ölçeği kullanılmıştır. Ölçek, dilbilimciler tarafından tekrar gözden geçirilerek yeniden düzenlenmiştir. 5'li Likert şeklinde olan anket için; kesinlikle katılıyorum (-2), katılıyorum (-1), ne katılıyorum ne katılmıyorum (0), katılmıyorum (1) ve kesinlikle katılmıyorum (2) seçeneklerinden biri işaretlenerek toplam ölçek puanı elde edilmektedir. Ölçek puanları; 100 ile 80 arasında olanların yüksek düzeyde yaratıcı, 79 ile 60 arasında olanların ortalamanın üzerinde yaratıcı, 59 ile 40 arasında olanların ortalama düzeyde yaratıcı, 39 ile 20 arasında olanların ortalamanın altında yaratıcı ve 19 ile -100 arasında olanların yaratıcı olmadıkları kabul edilmektedir.

3.5. Araştırmada Kullanılan Veri Analiz Teknikleri

Anket formları çevrimiçi anket (Google Formlar), telefon, e-mail aracılığı ile üzerinden sadece doğa dostu turizm çiftliği sahiplerine gönderilmiştir. Çevrimiçi ankette katılımcıların diğer bölüme geçebilmeleri için tüm ifadelere cevap verme zorunluluğu olduğundan dolayı kayıp veriye rastlanmamıştır.

Araştırma kapsamında toplanan 107 ankete ait veriler gerekli kodlamalar yapıldıktan sonra istatistik programına aktarılarak hazır hale getirilmiştir.

Veri analizinde çoklu sapan analizi yapılmıştır. Çoklu sapan gözlemlerinin belirlenmesinde X^2 testi yaklaşımı tercih edilmiştir. Herhangi bir Mahalanobis değerinin sapan

sayılabilmesi için parametrik sayısının X^2 değerinden büyük olması gerekmektedir (Büyüköztürk, 2009: 196). Eko-girişimcilik anketinde ve yaratıcılık ölçeğinde sapan değer bulunamamıştır. Analizlerde tanımlayıcı istatistiklerin yanı sıra, güvenirlik analizi, t-test ve varyans analizi (Anova) uygulanmıştır.

3.6. Sınırlılıklar

- Veriler belirli zaman aralığında elde edilmiştir.
- Araştırmaya katılım gönüllülük esasına dayalı olduğundan bu bir sınırlılık oluşturmaktadır.



4. BULGULAR ve DEĞERLENDİRME

4.1. Katılımcıların Demografik Özelliklerine İlişkin Bulgular

Bu çalışmada veri toplama süreci sonunda 107 katılımcıdan elde edilen anketler değerlendirilmeye alınmıştır.

Katılımcıların demografik özelliklerinin dağılımı Tablo 4.1’ de verilmiştir. Tablo incelendiğinde araştırmaya katılan 107 katılımcıdan % 45,8’ nin kadın, % 54,2’unun erkek olduğu erkek, % 48,6’sının bekâr, %51,4’ünün evli olduğu görülmektedir. Katılımcıların eğitim durumları incelendiğinde %1,9’unun ilkokul, %0,9’inin ortaokul, %11,2’sinin lise, %7,5’inin ön lisans, %56,1’inin lisans, %21,5’inin yüksek lisans ve %0,9’unun doktora eğitimi aldığı tespit edilmiştir. 18’den küçük, 18-20 yaş aralığında ve 65 yaşından büyük katılımcıya rastlanılamamıştır. 21-25 yaş arası % 5,6, 26-30 yaş arası % 16,8, 31-35 yaş arası %25,2, 36-40 yaş arası % 19,6, 41-45 yaş arası % 14, 46-50 yaş arası %5,6, 51-55 yaş arası %10,3, 56-60 yaş arası %1,9, 61-65 yaş arası %0,9 olarak belirlenmiştir. Doğa dostu turizm çiftliklerinin bölgesel dağılımı incelendiğinde %39,3’ünün Marmara Bölgesi’nde, %33,6’sı Ege Bölgesi’nde, %8,4 Akdeniz Bölgesi’nde, %7,5’i İç Anadolu Bölgesi’nde, %9,3’ü Karadeniz Bölgesi’nde, %0,9’u Doğu Anadolu Bölgesi’nde, %0,9’u da Güneydoğu Anadolu Bölgesi’nde bulunmaktadır.

Tablo 4.1. Katılımcıların Demografik Özelliklerine İlişkin Bulgular

Özellik	Frekans(n)	Yüzde(%)
Cinsiyet (N:107)		
Kadın	49	45,8
Erkek	58	54,2
Medeni durum (N:107)		
Bekâr	52	48,6
Evli	55	51,4
Eğitim durumu (N:107)		
İlkokul	2	1,9
Ortaokul	1	,9
Lise	12	11,2
Ön lisans (2 yıllık)	8	7,5
Lisans (4 yıllık)	60	56,1
Yüksek lisans	23	21,5
Doktora	1	,9
Yaş (N:107)		
21-25 yaş arası	6	5,6
26-30 yaş arası	18	16,8
31-35 yaş arası	27	25,2
36-40 yaş arası	21	19,6
41-45 yaş arası	15	14,0

Tablo 4.1. (devamı)

46-50 yaş arası	6	5,6
51-55 yaş arası	11	10,2
56-60 yaş arası	2	1,9
61-65 yaş arası	1	,9
Şehrin bulunduğu bölge (N:107)		
Marmara Bölgesi	42	39,3
Ege Bölgesi	36	33,6
Akdeniz Bölgesi	9	8,4
İç Anadolu Bölgesi	8	7,5
Karadeniz Bölgesi	10	9,3
Doğu Anadolu Bölgesi	1	,9
Güneydoğu Anadolu Bölgesi	1	,9

4.2. Katılımcıların Mesleklerine İlişkin Bulgular

Doğa dostu turizm çiftliği sahiplerine mesleklerinin neler olduğu sorulmuştur. Birçok farklı meslekten çiftlik sahibi ile yapılan araştırma sonucunda en çok çiftçi (27), mühendis (14), öğretmen (7) ve turizmci (6) gibi her meslek grubundan çiftlik sahibi bulunmaktadır. Araştırmaya katılan 53 kişinin ise diğer meslek gruplarından (memur, gazeteci, mimar, yönetici, ressam, psikolog, serbest meslek, aşçı, kimyager, bankacı vb.) olduğu tespit edilmiştir.

Tablo 4.2. Katılımcıların Mesleklerine İlişkin Bulgular

Meslek	Frekans (n)	Yüzde(%)
Çiftçi	27	25
Mühendis	14	15,8
Öğretmen	7	6,4
Turizmci	6	5,6
Diğer meslekler	53	47,2

4.3. Güvenilirlik Analizi

Araştırma sonucunda elde edilen verilerin yorumlanmasında geçerli ve tutarlı bilgiler sunulabilmesi için verilerin geçerliliği ve güvenilirliği büyük önem taşımaktadır. Güvenilirlik, elde edilen veriler üzerindeki yorumlar ve araştırmada daha sonra ortaya çıkabilecek analizler için bir temel teşkil etmektedir (Kalaycı, 2016:403). Verilerin güvenilirliğini ölçmek için Cronbach Alfa katsayısı kullanılmıştır. Alfa katsayısına bağlı olarak anketin güvenilirliğini aşağıdaki gibi yorumlanmaktadır (Kalaycı, 2016: 205).

Tablo 4.3. Güvenilirlik Aralığı

$0,00 \leq \alpha < 0,40$	Ölçek güvenilir değildir.
$0,40 \leq \alpha < 0,60$	Ölçek düşük güvenilirliktedir.
$0,60 \leq \alpha < 0,80$	Ölçek oldukça güveniliridir.
$0,80 \leq \alpha < 1,00$	Ölçek yüksek derecede güvenilir bir ölçektir

Eko-Girişimcilik Anketi'nin tamamının Cronbach Alfa katsayısı ,738'dir. Bu katsayı ölçeğin oldukça güvenilir olduğunu göstermektedir (Kalaycı, 2016: 405).

Tablo 4.3.1. Eko-Girişimcilik Anketinin Güvenirliğine İlişkin Bulgular

Madde sayısı	15
Ölçeğin Toplam Cronbach's Alpha Değeri	,738

Araştırmada kullanılan bir diğer ölçek, bireysel yaratıcılık düzeyini ölçen 50 ifadeden oluşan "Ne kadar yaratıcısınız?" ölçeğidir. Ölçeğin güvenilirlik analizine ilişkin bulgular Tablo 4.3.2' de sunulmuştur. Buna göre ölçeğin tamamının Cronbach's Alpha katsayısı, 0,786 olarak hesaplanmıştır. Bu katsayı ölçeğin oldukça güvenilir olduğunu göstermektedir (Kalaycı, 2016: 405).

Tablo 4.3.2. Ne Kadar Yaratıcısınız Ölçeğinin Güvenirliğine İlişkin Bulgular

Madde sayısı	50
Ölçeğin Toplam Cronbach's Alpha Değeri	,786

Ne kadar yaratıcısınız ölçeğinde yer alan ifadelerin madde bütün korelasyon değeri incelendiğinde ,250'nin altında madde bütün korelasyon değerine sahip ifadeye rastlanmamıştır.

4.4. Çiftlik Sahiplerinin Eko-Girişimciliğe Bakış Açılarına İlişkin Bulgular

Katılımcılardan eko-girişimciliğe bakış algılarını belirlemek üzere 15 ifadeden oluşan eko-girişimcilik ölçeğinde yer alan ifadelere ne ölçüde katıldıklarını (1=Kesinlikle katılmıyorum, 2= Katılmıyorum, 3 =Ne katılıyorum ne katılmıyorum, 4= Katılıyorum, 5=Kesinlikle katılıyorum) 1 ile 5 arasında puanlamaları istenmiştir. Araştırmaya katılan doğa dostu turizm çiftlikleri sahiplerinin 15 ifadeden oluşan eko-girişimcilik anketine verdikleri puanların betimleyici istatistikleri Tablo 4.4' de sunulmuştur.

Tablo 4.4. Katılımcıların Eko-Girişimciliğe Bakış Açıklarına İlişkin Bulgular

İfadeler	N	Yüzde %	Std. Sapma	Varyans	Ortalama
1.Doğal çevre benim için çok önemlidir.	107	97,2	,70630	,499	4,8037
2.Bu alanda bir girişime başlamak her zaman istediğim bir şeydi.	107	95,3	,58789	,346	4,5327
3.Yaptığım bu işin doğal çevrede oluşturacağı olumsuz etkiyi minimum düzeye indirmek benim için yasal bir zorunluluktur.	107	79,5	1,13052	1,278	4,2056
4.Ekolojik kültürü yaymak için çevre kuruluşlarının harcadığı çaba önemlidir.	107	90,7	,66276	,439	4,5421
5.Yaptığım bu işin doğal çevrede oluşturacağı olumsuz etkiyi minimum düzeye indirmek benim için çevreye karşı bir görevdir.	107	95,3	,76606	,587	4,6542
6.Yaptığım bu işin doğal çevrede oluşturacağı olumsuz etkiyi minimum düzeye indirmek benim için kurumsal bir yüküdür.	107	63,5	1,47416	2,173	3,5607
7.Arkadaşlarım ve ailem çevreye karşı ilgisizdir.	107	4,7	,86692	,752	1,9439
8.Doğal çevreyle ilgili sosyo-ekonomik faaliyetleri etkileyen bilgilere erişim (bir girişim oluşturma olanağı, hibe, rekabet, bu alandaki mal ve hizmetler için talep) kolaydır.	107	18,7	,99956	,999	2,5888
9.Bu faaliyet alanında yapılacak olan yatırımlara yönelik teşvikler potansiyel eko-girişimcilerin ilgisini çekmektedir.	107	52,4	1,01044	1,021	3,4299
10.Çevre kuruluşlarından alınan yardımlar yararlıdır.	107	63,6	,92802	,861	3,6168
11.Kısa vadede (5 yıl içinde) Türkiye’de ekolojik ürünlere yönelik artan bir talep olacaktır.	107	89,7	,74007	,548	4,2150
12.Bu iş alanında faaliyet göstermemde tecrübelerimin büyük etkisi vardır.	107	65,4	1,06482	1,134	3,7477
13.Sektörümdeki işletmeler kâr elde etmektedir.	107	40,2	,99824	,996	3,1776
14.Bu işletmenin yaptığı faaliyet öncelikle çevrenin korunmasını amaçlamaktır.	107	80,4	,96965	,940	4,0561
15.İşletmemi kurmamda, geçmişte çevreye yönelik faaliyetlerle ilgilenmemin etkisi vardır.	107	81,3	,95148	,905	3,9813

Tablo 4.4 incelendiğinde en yüksek ortalamaya sahip ifadelerin; “1. Doğal çevre benim için çok önemlidir” (4,80), “5. Yaptığım bu işin doğal çevrede oluşturacağı olumsuz etkiyi minimum düzeye indirmek benim için çevreye karşı bir görevdir.” (4,65), “4. Ekolojik kültürü yaymak için çevre kuruluşlarının harcadığı çaba önemlidir.” (4,54), “2. Bu alanda bir girişime başlamak her zaman istediğim bir şeydi.” (4,53), “11. Kısa vadede (5 yıl içinde) Türkiye’de ekolojik ürünlere yönelik artan bir talep olacaktır.” (4,21) şeklinde olduğu görülmektedir. En düşük ortalamaya sahip maddeler ise “Arkadaşlarım ve ailem çevreye karşı ilgisizdir.” (1,94), “8. Doğal çevreyle ilgili sosyo-ekonomik faaliyetleri etkileyen bilgilere erişim kolaydır.” (2,58), “13. Sektöründeki işletmeler kâr elde etmektedir.” (3,17) ifadelerinden oluşmaktadır.

Araştırmaya katılan çiftlik sahiplerinin verdiği cevapların yüzdeleri incelenmiştir. Dikkat çeken bir diğer nokta ise en yüksek ortalamaya sahip olan (4,65) “5. Yaptığım bu işin doğal çevrede oluşturacağı olumsuz etkiyi minimum düzeye indirmek benim için çevreye karşı bir görevdir.” ifadesidir. Çiftlik sahipleri çevreye verilen zararı en aza indirme ve doğayı korumayı bir görev olarak görmektedir. Aynı zamanda “3. Yaptığım bu işin doğal çevrede oluşturacağı olumsuz etkiyi minimum düzeye indirmek benim için yasal bir zorunluluktur.” ifadesinin ortalaması 4,20’dir. Farklı bir açıdan düşünüldüğünde 5. İfadeye katılımcılar %95,3 olumlu cevap verirken 3. İfadeye %79,5’i olumlu, %10,3’ü olumsuz yanıt vermiştir. Bu da çiftlik sahiplerinin çoğunluğunun çevreye verilen zararı minimum düzeye indirme ve doğal alanları korumayı yasal bir zorunluluk olarak değerlendirmekten ziyade bir görev olarak gördüğüne işaret ettiği için önemlidir.

4.5. Katılımcıların Toplam Yaratıcılık Puanlarına İlişkin Bulgular

Araştırmada kullanılan “Ne kadar yaratıcısınız?” ölçeği 5’li Likert şeklinde olarak kesinlikle katılmıyorum -2 puan, katılıyorum -1 puan, ne katılıyorum ne katılmıyorum 0 puan, katılıyorum 1 puan, kesinlikle katılıyorum 2 puan olarak ifade edilmektedir. Daha sonra katılımcıların işaretlediği ifadeler toplanarak “Toplam Yaratıcılık Puanı” elde edilmiştir. Yaratıcılık puanı 100 ile 80 arasında olanların yüksek düzeyde yaratıcı, 79 ile 60 arasında olanların ortalamanın üzerinde yaratıcı, 59 ile 40 arasında olanların ortalama yaratıcı, 39 ile 20 arasında olanların ortalamanın altında yaratıcı, -19 ile -100 arasında olanların ise yaratıcı olmadıkları kabul edilmektedir. Araştırmaya katılan doğa dostu turizm çiftliği sahiplerinin yaratıcılık düzeyleri Tablo 4.5’ de gösterilmektedir.

Tablo 4.5. Katılımcıların Yaratıcılık Düzeylerine İlişkin Bulgular

Yaratıcılık Düzeyi	Frekans(n)	Yüzde(%)
Yaratıcı değil	54	50,5
Ortalama altı	45	42,1
Ortalama düzey	8	7,5
Ortalamanın üzeri	0	0
Yüksek yaratıcı	0	0

Yukarıdaki Tablo 4.5 incelendiğinde katılımcıların %50,5'inin yaratıcı olmadığı, %42,1'inin ise ortalama altında yaratıcı olduğu, sadece %7,5'inin ortalama düzey yaratıcı olduğu sonucuna varılmıştır. Katılımcılar arasında ortalamanın üzerinde ve yüksek düzeyde yaratıcı bireye rastlanılamamıştır. Bu, çalışmanın en dikkate değer bulgusudur.

4.6. Eko-Girişimcilik Bakış Açılarının Yaratıcılık Düzeyine Göre Karşılaştırılması

Doğa dostu turizm çiftliği sahiplerinin eko-girişimciliğe yönelik bakış açılarının yaratıcılık puanları temel alarak oluşturulan gruplar açısından karşılaştırması için t-Testi uygulanmıştır. Ortalama düzeyde yaratıcı olan grup az sayıda kişiden oluşması nedeniyle analize dâhil edilememiş, kategorilerin farklı yaratıcılık düzeylerini ifade etmesi nedeniyle de kategori birleştirme yoluna gidilmemiştir.

Tablo 4.6. Katılımcıların Eko-Girişimcilik Düşünceleri ve Yaratıcılık Düzeyine İlişkin Bağımsız Grup T-Testi Analizi Bulguları

İfadeler	Yaratıcılık Düzeyi	N	Ort.	Std. Sapma	T	P
1.Doğal çevre benim için çok önemlidir.	Yaratıcı değil	54	4,7222	,81070	-1,136	,259
	Ortalama altı	45	4,8889	,61134	-1,165	,247
2.Bu alanda bir girişime başlamak her zaman istediğim bir şeydi.	Yaratıcı değil	54	4,5185	,60628	-,307	,759
	Ortalama altı	45	4,5556	,58603	-,308	,759
3.Yaptığım bu işin doğal çevrede oluşturacağı olumsuz etkiyi minimum düzeye indirmek benim için yasal bir zorunluluktur.	Yaratıcı değil	54	3,7963	1,27944	-3,648	,000*
	Ortalama altı	45	4,6000	,80904	-3,795	,000*
4.Ekolojik kültürü yaymak için çevre kuruluşlarının harcadığı çaba önemlidir.	Yaratıcı değil	54	4,3519	,73092	-2,903	,005*
	Ortalama altı	45	4,7333	,53936	-3,982	,004*

Tablo 4.6. (devamı)

5.Yaptığım bu işin doğal çevrede oluşturacağı olumsuz etkiyi minimum düzeye indirmek benim için çevreye karşı bir görevdir.	Yaratıcı değil	54	4,5370	,79415	-1,527	,130
	Ortalama altı	45	4,7778	,76541	-1,532	,129
6.Yaptığım bu işin doğal çevrede oluşturacağı olumsuz etkiyi minimum düzeye indirmek benim için kurumsal bir yüküdür.	Yaratıcı değil	54	3,0741	1,39881	-3,128	,002*
	Ortalama altı	45	3,9778	1,46921	-3,114	,002*
7.Arkadaşlarım ve ailem çevreye karşı ilgisizdir.	Yaratıcı değil	54	2,0370	,84592	1,537	,127
	Ortalama altı	45	1,7778	,82266	1,541	,127
8.Doğal çevreyle ilgili sosyo-ekonomik faaliyetleri etkileyen bilgilere erişim (bir girişim oluşturma olanağı, hibe, rekabet, bu alandaki mal ve hizmetler için talep) kolaydır.	Yaratıcı değil	54	2,4630	,94595	-1,345	,182
	Ortalama altı	45	2,7333	1,05313	-1,322	,186
9.Bu faaliyet alanında yapılacak olan yatırımlara yönelik teşvikler potansiyel eko-girişimcilerin ilgisini çekmektedir.	Yaratıcı değil	54	3,3704	,92761	-,358	,721
	Ortalama altı	45	3,4444	1,11916	-,353	,725
10.Çevre kuruluşlarından alınan yardımlar yararlıdır.	Yaratıcı değil	54	3,5370	,88409	-,794	,429
	Ortalama altı	45	3,6889	1,01852	-,784	,435
11.Kısa vadede (5 yıl içinde) Türkiye’de ekolojik ürünlere yönelik artan bir talep olacaktır.	Yaratıcı değil	54	4,0741	,77342	-1,584	,117
	Ortalama altı	45	4,3111	,70137	-1,598	,113
12.Bu iş alanında faaliyet göstermemde tecrübelerimin büyük etkisi vardır.	Yaratıcı değil	54	3,6296	1,05144	-,899	,371
	Ortalama altı	45	3,8222	1,07215	-,898	,372
13.Sektörümdeki işletmeler kâr elde etmektedir.	Yaratıcı değil	54	3,1111	,94503	-,329	,743
	Ortalama altı	45	3,1778	1,07215	-,325	,746
14.Bu işletmenin yaptığı faaliyet öncelikle çevrenin korunmasını amaçlamaktadır.	Yaratıcı değil	54	3,7593	1,00818	-2,988	,004*
	Ortalama altı	45	4,3333	,87905	-3,026	,003*
15.İşletmemi kurmamda, geçmişte çevreye yönelik faaliyetlerle ilgilenmemin etkisi vardır.	Yaratıcı değil	54	3,7778	1,02178	-2,241	,027*
	Ortalama altı	45	4,2000	,81464	-2,287	,024*

Tablo 4.6. incelendiğinde anlamlı farklılık bulunan ifadeler; “3. Yaptığım bu işin doğal çevrede oluşturacağı olumsuz etkiyi minimum düzeye indirmek benim için yasal bir zorunluluktur.”, “4. Ekolojik kültürü yaymak için çevre kuruluşlarının harcadığı çaba önemlidir.”, “6. Yaptığım bu işin doğal çevrede oluşturacağı olumsuz etkiyi minimum düzeye indirmek benim için kurumsal bir yüküdür.”, “14. Bu işletmenin yaptığı faaliyet öncelikle çevrenin korunmasını amaçlamaktadır.”, “15. İşletmemi kurmamda, geçmişte çevreye yönelik faaliyetlerle ilgilenmemin

etkisi vardır.” ifadelerinde anlamlı farklılıklar bulunmuştur. Bu ifadelerin tümünde yaratıcılık düzeyi daha yüksek olan grup (ortalama altı) yaratıcı olmayan gruba göre daha yüksek ortalamaya sahiptir.

4.7. Bölgelere Göre Eko-Girişimcilğe Yönelik Görüşler – Tek Yönlü Varyans Analizi Sonuçları

Doğa dostu turizm çiftliği sahiplerinin eko-girişimcilğe yönelik görüşlerinin bölgelere göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini incelenmiştir. Bölgeler arasında sayı açısından eşitsizlik olduğu için 3 başlık altında toplanmıştır. Bunlar; 1. Bölge Marmara, 2. Bölge Ege, 3. Bölge Diğer (Akdeniz, İç Anadolu, Karadeniz, Doğu Anadolu, Güneydoğu Anadolu) Bölgeler olarak isimlendirilmiştir. Eko-Girişimcilik Bakış Açıları – Bölgeler tek yönlü varyans (Anova) analizi bulgularından elde edilen anlamlı farklılıklar Tablo 4.7’ de verilmiştir.

Tablo 4.7. Eko-Girişimcilik Bakış Açıları – Bölgeler Tek Yönlü Varyans (Anova) Analizi Bulguları

İfadeler	Bölgeler	N	Ortalama	Std. Sapma	F	p	Homojenlik Testi
1. Yaptığım bu işin doğal çevrede oluşturacağı olumsuz etkiyi minimum düzeye indirmek benim için kurumsal bir yüküdür.	1,00	42	3,5238	1,53397	3,914	,023*	,000
	2,00	36	3,1389	1,58840			
	3,00	29	4,1379	1,02554			
2. Doğal çevreyle ilgili sosyo-ekonomik faaliyetleri etkileyen bilgilere erişim kolaydır.	1,00	42	2,2857	,86351	3,684	,028*	,106
	2,00	36	2,6944	,98036			
	3,00	29	2,8966	1,11307			

Tablo 4.7’ de bulgular incelendiğinde “Yaptığım bu işin doğal çevrede oluşturacağı olumsuz etkiyi minimum düzeye indirmek benim için kurumsal bir yüküdür.” (,023), ““Doğal çevreyle ilgili sosyo-ekonomik faaliyetleri etkileyen bilgilere erişim kolaydır.” (,028), ifadelerinde bölgeler arası anlamlı farklara rastlanılmıştır. “Yaptığım bu işin doğal çevrede oluşturacağı olumsuz etkiyi minimum düzeye indirmek benim için kurumsal bir yüküdür.” ifadesinde 3. Bölgede yaşayan çiftlik sahiplerinin ortalaması (4,13), 1. Bölge (3,52) ve 2. Bölgeye (3,13) göre daha yüksek bulunmuştur. Buradan hareketle 3. Bölgede yaşayan çiftlik sahipleri 1. ve 2. Bölgede yaşayan çiftlik sahiplerine göre yapmış oldukları bu işi daha çok kurumsal bir yük olarak görmektedir. “Doğal çevreyle ilgili sosyo-ekonomik faaliyetleri etkileyen bilgilere erişim kolaydır.” ifadesinde 3. Bölgenin ortalaması (2,89), 1. (2,28) ve 2. Bölgeye (2,69) göre daha yüksektir. Bu bağlamda, 3. Bölgede yaşamakta olan çiftlik sahipleri sosyo-ekonomik faaliyetleri etkileyen bilgilere erişimin daha kolay olduğunu düşünmektedir. 1. ifadenin homejen olmadığı

fakat 2. İfadenin homojen olduğu tespit edilmiştir. Post Hoc testlerinden Tamhane ve Scheffe testleri uygulanmıştır. Bulgular Tablo 4.7.1’ de verilmektedir.

Tablo 4.7.1. Eko-Girişimcilik Bakış Açıları – Bölgeler Post Hoc Test Sonuçları

İfadeler		(I) Bölgeler	(J) Bölgeler	Ortalama Farkı (I-J)	ss	p
1. Yaptığım bu işin doğal çevrede oluşturacağı olumsuz etkiyi minimum düzeye indirmek benim için kurumsal bir yüküdür.	Tamhane	1	2,00	,38492	,35512	,630
			3,00	-,61412	,30380	,135
		2	1,00	-,38492	,35512	,630
			3,00	-,99904*	,32611	,010*
		3	1,00	,61412	,30380	,135
			2,00	,99904*	,32611	,010*
2. Doğal çevreyle ilgili sosyo-ekonomik faaliyetleri etkileyen bilgilere erişim (bir girişim oluşturma olanağı, hibe, rekabet, bu alandaki mal ve hizmetler için talep) kolaydır.	Scheffe	1	2,00	-,40873	,22149	,187
			3,00	-,61084*	,23544	,038*
		2	1,00	,40873	,22149	,187
			3,00	-,20211	,24333	,709
		3	1,00	,61084*	,23544	,038*
			2,00	,20211	,24333	,709

Tablo 4.7.1 incelendiğinde “Yaptığım bu işin doğal çevrede oluşturacağı olumsuz etkiyi minimum düzeye indirmek benim için kurumsal bir yüküdür.” ifadesinde 2. ve 3. Bölge arasında anlamlı farklılıklar bulunmuştur. “Doğal çevreyle ilgili sosyo-ekonomik faaliyetleri etkileyen bilgilere erişim (bir girişim oluşturma olanağı, hibe, rekabet, bu alandaki mal ve hizmetler için talep) kolaydır.” ifadesine baktığımızda ise 1. ve 3. Bölge arasında anlamlı farklılıklar bulunmuştur.

Eko-girişimciliğe ilişkin görüşlerin cinsiyete, yaşa ve eğitime göre farklılık gösterip göstermediğine ilişkin yapılan analizler sonucunda istatistiksel olarak anlamlı bir farklılığa rastlanmamıştır. (EK 2-3-4).

4.8. Eko-Girişimcilerin Bireysel Yaratıcılık Düzeyi ve Eğitimi Arasındaki İlişki

Katılımcıların toplam yaratıcılık puanları ile eğitim düzeyleri arasındaki ilişkinin belirlenmesi için yapılan analiz sonuçları Tablo 4.8’ de gösterilmiştir. İstatistiki açıdan anlamlı bir sonuca rastlanılamamıştır. Eksi değerler bir değişken artarken diğerinin azalmakta olduğunu, artı değerler ise değerlerin beraber arttığını ya da azalma gösterdiğini ifade etmektedir (Zeytun, 2010: 73). Burada dikkat çeken r değerinin (-) olmasıdır. İşaretin (-) negatif olması anlamlı bir

ilişki bulunmamakla beraber eğitim ve yaratıcılık puanları arasında ters yönlü bir duruma işaret etmekte olabilir.

Tablo 4.8. Toplam Yaratıcılık Puanı - Eğitim Arasındaki Korelasyon Analizi Bulguları

		Toplam Yaratıcılık Puanı	Eğitim Durumu
Bireysel Yaratıcılık Düzeyi	r	1,000	-,050
	P		,606
Eğitim Durumu	r	-,050	1,000
	P	,606	

4.9. Cinsiyete Göre Bireysel Yaratıcılık Düzeyi – T-Testi Sonuçları

Doğa dostu turizm çiftliği sahiplerinin bireysel yaratıcılık düzeylerinin cinsiyetlerine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğinin incelenmesi için yapılan t-Testine ait bulgular Tablo 4.9’ da verilmektedir. Analiz sonuçları incelendiğinde istatistiki açıdan anlamlı bir fark bulunmuştur. Erkek katılımcıların bireysel yaratıcılık düzeylerinin ortalamaları (21,62) kadın katılımcılara (16,51) göre daha yüksek bulunmuştur.

Tablo 4.9. Toplam Yaratıcılık Puanları – Cinsiyet t-Testi Analizi Bulguları

	Cinsiyet	N	Ortalama	Std. Sapma	t	P
Toplam yaratıcılık puanı	Kadın	49	16,5102	11,84997	-1,991	,049
	Erkek	58	21,6207	14,28265	-2,023	,046

4.10. Bölgelere Göre Bireysel Yaratıcılık Düzeyleri – Varyans Analizi Sonuçları

Katılımcıların bireysel yaratıcılık puanlarının bölgelere göre farklılaşıp farklılaşmadığına ilişkin yapılan varyans analizinin bulguları Tablo 4.10’ da verilmiştir. Bölgeler arasında sayı açısından eşitsizlik olduğu için bölgeler 3 kategori altında toplanmıştır. Bunlar; 1. Bölge Marmara, 2. Bölge Ege, 3. Bölge Diğer Bölgeler (Akdeniz, İç Anadolu, Karadeniz, Doğu Anadolu, Güneydoğu Anadolu) olarak isimlendirilmiştir. Analiz bulguları incelendiğinde bölgelere göre yaratıcılık puanları arasında anlamlı farklılık olduğu belirlenmiştir.

Tablo 4.10. Bireysel Yaratıcılık Düzeyleri – Bölge Tek Yönlü Varyans (Anova) Analizine Ait Bulgular

Bölgeler	N	Ortalama	Std. Sapma	F	p	Homojenlik Testi
1-Marmara B.	42	18,3095	11,36852	6,430	,002*	,154
2-Ege B.	36	14,8889	12,06359			
3-Diğer B.	29	26,1379	15,31974			
Toplam	107	19,2804	13,40993			

Anlamlı farkın hangi gruplar arasında olduğunun belirlenmesi için varyansların eşit olması durumunda kullanılan Post Hoc testlerinden Scheffe testi uygulanmıştır ve sonuçlar Tablo 4.10.1’de verilmiştir. Buna göre 3 bölgenin de ortalamaları arasındaki fark anlamlıdır. Buna göre, en düşük yaratıcılık düzeyi ortalaması Ege bölgesindeki çiftlik sahiplerine, en yüksek yaratıcılık düzeyi ise diğer bölgelerdeki çiftlik sahiplerine aittir.

Tablo 4.10.1. Toplam Yaratıcılık Puanları – Bölge Arası Scheffe Testi Analiz Sonuçları

(I) Bölgeler	(J) Bölgeler	Ortalama Farkı (I-J)	Ss	p
1-Marmara B.	2,00	3,42063	2,90081	,501
	3,00	-7,82841	3,08356	,044
2-Ege B.	1,00	-3,42063	2,90081	,501
	3,00	-11,24904*	3,18679	,003*
3-Diğer B.	1,00	7,82841	3,08356	,044
	2,00	11,24904*	3,18679	,003*

Analiz gereği birleştirilmekle beraber ortalamaları net görmek için 3.bölge ortalamaları şu şekildedir.

4.10.2. Bölgelere Göre Yaratıcılık Düzeyleri

Bölgeler	N	Ortalama	Std.Sapma
Akdeniz Bölgesi	9	17,4444	12,87547
İç Anadolu Bölgesi	8	28,7500	14,92601
Karadeniz Bölgesi	10	28,2000	15,66879
Doğu Anadolu Bölgesi	1	41,0000	.
Güneydoğu Anadolu Bölgesi	1	48,0000	.
Toplam	29	19,2804	13,40993

Tabloya göre en yüksek ortalamaya sahip yaratıcı bireyler Doğu Anadolu ve Güneydoğu Anadolu Bölgesinde olduğu görülmektedir. Ancak bu sonuç yorumlanırken bu bölgelerde sadece birer çiftliğin olduğunun da dikkate alınması gerekmektedir.

4.11. Bireysel Yaratıcılık Düzeyleri ve Yaş Arasındaki İlişki

Katılımcıların bireysel yaratıcılık düzeyleri ile yaş arasındaki ilişkinin belirlenmesi için yapılan analiz sonuçları Tablo 4.11’ de gösterilmiştir. Pearson Korelasyonu ifadesinin karşısındaki r ile ifade edilen $-0,029$ – 1 ile + 1 arasında bir değer almaktadır. Eksi değerler bir değişken artarken diğerinin azalmakta olduğunu, artı değerler ise değerlerin beraber arttığını ya da azalma gösterdiğini ifade etmektedir (Zeytun, 2010: 73). Analiz bulguları incelendiğinde istatistiki açıdan anlamlı bir sonuca rastlanılamamıştır. Ancak işaretin (-) negatif olması anlamlı bir ilişki bulunmamakla beraber yaş ile yaratıcılık arasında ters yönlü bir duruma işaret etmekte olabilir.

Tablo 4.11. Toplam Yaratıcılık Puanı ve Yaş Arasındaki Korelasyon Analizi Bulguları

		Toplam yaratıcılık puanı	Yaş
Toplam yaratıcılık puanı	r	1	$-0,029$
	P		,769
	N	107	107
Yaş	r	$-0,029$	1
	p	,769	
	N	107	107

5. SONUÇ

Çevre ile ilgili sorunlar arttıkça insanlar hayatlarının her alanında çevreye önem vermeye başlamıştır (Gül, 2014: 88). Tüketiciler, işletmelerin kaynaklarını zararlı şekillerde kullanmaları, üretimden sonra ortaya çıkan atıkların çevreye atılması ve ekolojik çevreyi bozarak canlılara zarar verilmesi gibi durumlara daha duyarlı hale gelmeye başlamıştır. Bu ve benzeri durumlar yüzünden çevreye duyarlı çalışmaları tercih eden tüketicileri fark eden işletmeler yeni bir piyasa oluşturmuşlardır (Balcı, 2011: 191). Doğal kaynaklara zarar vermeden yaşam standartlarının arttırılmasını sağlayan sürdürülebilir kalkınma çalışmaları, yenilik ve yaratıcılık özellikleri sayesinde yeni tür girişimcileri ön plana çıkartmıştır (Aykan, 2012: 195). Turizm sektörü de çevre ile ilgili sorunlara fazlasıyla katkıda bulunan, kendi kullandığı kaynakları tahrip ederek gelişen bir sektördür. Bu nedenle de doğaya saygılı büyüme anlayışından turizm sektörü de payını almakta, doğaya dost yaratıcı turizm türleri gündeme gelmektedir. Turizm sektöründe de devletin girişimcilere verdiği desteğin artması ve insanların çevre bilincinde olup tercihlerini bu yönde kullanmasıyla eko-girişimlere talep artmaktadır. (Gül, 2014: 88).

Bu çalışma yeni bir turizm türü olan doğa dostu turizm çiftliklerinde yürütülmüştür. Eko-girişimciler olarak nitelendirilebilecek olan doğa dostu turizm çiftliklerinin sahiplerinin demografik özellikleri, bireysel yaratıcılık düzeyleri ve eko-girişimciliğe ilişkin algıları belirlenmeye çalışılmıştır. Çalışma Haziran 2018 – Ocak 2019 arasında gerçekleştirilmiştir. Elde edilen veriler doğrultusunda doğa dostu turizm çiftliği sahiplerine ilişkin sonuçlar şu şekildedir:

- Çiftlik sahiplerinin %45,8'ini (49 kişi) kadın, %54,2'sini (58 kişi) erkek katılımcılardan oluşmaktadır.
- Çiftlik sahiplerinin %48,6'sı (52 kişi) bekâr, %51,4'ü (55 kişi) evlidir.
- Çiftlik sahiplerinin %1,9'u (2 kişi) ilkokul, %0,9'u (1 kişi) ortaokul, %11,2'si (12 kişi) lise, %7,5'i (8 kişi) ön lisans, %56,1'i (60 kişi) lisans, %21,5'i (23 kişi) yüksek lisans, %0,9'u (1 kişi) doktora eğitimi almıştır.
- Çiftlik sahiplerinin %21,6'sı 21-30 yaş aralığında, %58,8'i 31-45 ya aralığında, %19,6'sı 46 yaş ve üzeri olarak tespit edilmiştir. 18'den küçük, 18-20 ve 65 yaşından büyük çiftlik sahibine rastlanılmamıştır.
- Çiftliklerin bulunduğu bölgeler incelendiğinde araştırmaya kapsamındaki çiftliklerin %39,3'ünün (42 çiftlik) Marmara Bölgesinde, %33,6'sının (36 çiftlik) Ege Bölgesinde, %8,4'ünün (9 çiftlik) Akdeniz Bölgesinde, %7,5'inin (8 çiftlik) İç Anadolu Bölgesinde, %9,3'ünün (10 çiftlik) Karadeniz Bölgesinde bulunduğu görülmektedir. Doğu Anadolu ve Güneydoğu Anadolu Bölgesinden sadece 1'er çiftlik (%0,9) bulunmaktadır.
- Çiftlik sahiplerinin meslekleri incelendiğinde %25'inin (27 kişi) çiftçi, %15,8'inin (14 kişi) mühendis, %6,4'ünün (7 kişi) öğretmen, %5,6'sının (6 kişi) turizmci ve %47,2'sinin (53

kişi) diğer meslek gruplarından (memur, gazeteci, mimar, yönetici, ressam, psikolog, serbest meslek, aşçı, kimyager, bankacı vb.) olduğu tespit edilmiştir. Bu sonuç turizm çiftliği sahiplerinin farklı mesleklerden gelmekle beraber çoğunluğunun çiftçi olduğunu ve turizmcisi sayısının görece olarak daha az olduğunu ortaya koymaktadır.

Araştırmada doğa dostu turizm çiftliği sahiplerinin eko-girişimcilik bakış açılarına ilişkin bulgular incelendiğinde “1. Doğal çevre benim için çok önemlidir” maddesi en fazla katılım oranının olduğu ifadedir. Katılımcılardan %97,2’ si doğal çevrenin kendileri için önemli olduğunu belirtmiştir. Çiftlik sahiplerinin büyük çoğunluğu çevreyi önemsemektedir. Diğer önemli husus ise %95,3 olumlu yönde katılım gösterilen “5. Yaptığım bu işin doğal çevrede oluşturacağı olumsuz etkiyi minimum düzeye indirmek benim için çevreye karşı bir görevdir.” ifadesidir. Çiftlik sahipleri çevreye verilen zararı en aza indirme ve doğayı korumayı bir görev olarak görmektedir. Burada dikkat edilmesi gereken nokta doğal çevreyi korumayı yasal bir zorunluluk olarak değerlendiren katılımcıların oranı %79,5’tur. Yine yüksek katılım düzeyi olmakla beraber doğayı korumayı yasal bir zorunluluk olarak görenler bunu görev olarak nitelendirenlerle oranla görece olarak daha azdır. Burada dikkat çeken nokta “13. Sektörümdeki işletmeler kâr elde etmektedir” ifadesinin ortalamasının, “11. Kısa vadede Türkiye’de ekolojik ürünlere yönelik artan bir talep olacaktır.” ifadesinin ortalamasından düşük olmasıdır. Bu da çiftlik sahiplerinin gelecekte artan bir karlılık beklentisi içinde olduklarına işaret etmektedir.

“8. Doğal çevreyle ilgili sosyo-ekonomik faaliyetleri etkileyen bilgilere erişim kolaydır.” ifadesine %18,7 olumlu, %49,5 oranında olumsuz katılım sağlanmıştır. Bu sonuç doğa dostu turizm çiftlikleri sahiplerinin neredeyse yarısının kendilerine destek sağlayacak bilgilere erişimin kolay olmadığını düşündüklerini göstermektedir. Türkiye’de girişimciliği desteklemek için birçok kuruluş faaliyete geçmiştir. Sivil toplum kuruluşları, yapılan çalışmalara destek vermekte, bunun yanı sıra araştırma geliştirme (Ar-Ge) ve girişimcilik faaliyetleri için hibe, vergi muafiyeti ve vergi indirimi gibi teşviklerde bulunmaktadır. Ancak bu konudaki bilgilerin erişilebilirliğinde sorunlar olduğu düşünülmektedir. Katılımcılarım eko-girişimcilik görüşlerine ait frekans tabloları EK 5’de verilmektedir.

Bölgelere göre eko-girişimciliğe yönelik görüşler incelendiğinde ise ‘Doğal çevreyle ilgili sosyo-ekonomik faaliyetleri etkileyen bilgilere erişim kolaydır’ ifadesinde en yüksek ortalamaya sahip olan 29 çiftliğin bulunduğu 3. Bölgedir (2,89). İkinci sırada ise Ege Bölgesi (2,69) gelmektedir. Doğal çevreyle ilgili sosyo-ekonomik faaliyetleri etkileyen bilgilere erişimin en zor olduğunu düşünen bölge ise Marmara Bölgesidir (2,28). 42 çiftliğin bulunduğu Marmara Bölgesinde çiftlik sayısı arttıkça bir girişim oluşturma olanağı, hibe, rekabet, bu alandaki mal ve hizmetler için talebin de zorlaştığı söylenebilir.

Çiftlik sahiplerinin eko-girişimcilik düzeylerini belirlemek için nitel bir araştırma yapılması önerilmektedir. Bu sayede eko-girişimcilik süreci daha iyi anlaşılacak ve eko-

girişimciliği etkileyen etkenler hakkında bilgi sahibi olunacaktır. Nitel araştırmalardan elde edilen bulgular sayesinde yeni bir ölçek geliştirilmesi tarafımızca önerilmektedir. Bu sayede daha sonra yapılabilecek olan araştırmalara da yol gösterici olabileceği düşünülmektedir.

Çalışmanın en şaşırtıcı bulgusu araştırmaya katılan doğa dostu turizm çiftliği sahiplerinin yaklaşık %50'sinin yaratıcı olmaması, toplamda %92,6'sının bireysel yaratıcılık düzeyinin ortalamanın altında olduğu bulgusudur. Ortalama üzeri ve yüksek düzeyde yaratıcı bireye rastlanılmamıştır. Literatürde sıkça değinilen girişimcilik yaratıcılık ilişkisine (Hodgetts ve Kuratko (1998), Arslantaş (2001), Mert, Güney ve Güney (2008), Kanbur (2015), Kanbur ve Özeyer (2016)) karşın özellikle de girişimciliğin yeni bir türünü hayata geçirmiş olan kişilerin bireysel yaratıcılık düzeylerinin düşük olması dikkat çekicidir. Bu araştırma bulguları Aydın (2010)'ın yapmış olduğu araştırmayla paralellik göstermektedir. Aydın (2010)'ın araştırmasında da eko-girişimcilerin %73'ünün bireysel yaratıcılık düzeyinin ortalamanın altında olduğu görülmektedir. Bu durum eko-girişimcilik motivasyonlarının ve eko-girişimcilik sürecinin daha iyi anlaşılması gerekliliğini düşündürmektedir. Eko-girişimciliğin kendine özgü özellikleri olan bir girişimcilik türü olduğu açıktır. Yaratıcı olmayan bireylerin eko-girişimci olmuş olması başka faktörlerin eko-girişimcilik sürecinde etkili olduğuna işaret etmektedir. Katılımcıların farklı meslek gruplarından gelmekle beraber çoğunluğunun çiftçi olduğu düşünüldüğünde tarım sektöründe yaşanan sıkıntılar dolayısıyla böyle bir girişim başlatma kararı vermiş olabilirler. Özellikle verilen destekler düşünüldüğünde çiftçiler için var olan kaynaklarını bu şekilde değerlendirmek son derece mantıklı bir karar olarak görülebilir. Bu bağlamda turizm çiftliği sahiplerinin yaratıcılık kullanarak yeni bir fikir üretmekten ziyade var olan bir iş fikrini kopyalayarak eko-girişimci oldukları şeklinde bir açıklama getirilebilir. Eko-girişimciliğin farklı girişimcilik türlerini bünyesinde barındıran bir girişimcilik türü olması dolayısıyla da böyle bir sonuç ortaya çıkmış olabilir. Tüm bunlar konuyla ilgili daha kapsamlı araştırmaların yapılması gerekliliğine işaret etmektedir.

Katılımcıların eko-girişimcilik düşünceleri ve yaratıcılık düzeyine ilişkin bağımsız grup t-testi analizi bulguları incelendiğinde anlamlı farklılık bulunan 5 ifadenin tamamında yaratıcılık düzeyi daha yüksek olan grup (ortalama altı) yaratıcı olmayan gruba göre daha yüksek ortalamaya sahiptir.

Katılımcıların çoğunluğunun eğitim düzeyi yüksektir. Bulgular kısmında bireysel yaratıcılık ile eğitim arasında anlamlı ilişki bulunmamakla beraber negatif yönlü bir işaretin varlığına dikkat çekilmişti. Buradan eğitim sisteminin yaratıcılık üzerindeki (olumsuz) etkisiyle ilgili çalışmaların yapılması da önerilebilir.

Nitekim "Ne Kadar Yaratıcısınız?" ölçeğini kullanan Şenol (2003), Tanıt (2007), Yıldız (2010), Topoğlu (2015) ve Polat (2017)'in araştırmalarında da yaratıcılık puanları ve eğitim düzeyi arasında istatistiki açıdan anlamlı bir sonuca rastlanılmamıştır. Rawlinson (1995)'e göre

az gelişmiş birçok ülkede eğitim sistemine yapılan eleştirilerin başında “yaratıcılıktan yoksun” olması gelmektedir. Buluş yoluyla öğrenmekten ziyade sunuş yoluyla öğrenmenin daha çok kullanıldığı eğitim sistemlerinde bireyler pasif, ezberleyici ve bir kalıba sıkışmış olarak yetişmektedir. Bir birey akademik açıdan önemli başarılar elde etse dahi yaratıcılık yeteneğinin de kesinlikle çok yüksek olacağı söylenememektedir. Yapılan araştırmalarda eğitimin yaratıcılığı geliştirmek yerine geriye götürdüğü tespit edilmiştir. Fakat bunun sebebi eğitimden ziyade eğitim sisteminin olduğu vurgulanmaktadır. Eğitim sisteminin bireysel yaratıcılığı geliştirici düzeyde düzenlenmesi ve uygulanmasıyla daha çok yaratıcı bireylerin yetişebileceği düşünülmektedir (Yıldız, 2010: 35-36).

Doğa dostu turizm çiftliği sahiplerinin bireysel yaratıcılık düzeylerinin cinsiyetlerine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğinin incelenmesi için yapılan t-Testi bulguları incelendiğinde istatistiki açıdan anlamlı farklılıklar bulunmuştur. Bunun yanı sıra erkeklerin yaratıcılık düzeyinin kadınlardan daha yüksek olduğu ortaya çıkmıştır. Erkeklerin yaratıcılık düzeylerinin kadınlara göre daha yüksek olması literatürdeki bazı sonuçlarla örtüşmekte (Çoban (1999), Tanıt (2007), Şahin (2010), Yıldız (2010), Kurnaz (2011), Erol ve Taş (2012), Şenol (2013), Topoğlu (2015), Polat (2017), Körpe ve Demir (2018)), bazısıyla örtüşmemektedir. Örneğin, Gülel (2006)’ in yapmış olduğu araştırmada kadın katılımcıların yaratıcılıklarının erkek katılımcılara göre anlamlı derecede yüksek olduğu ortaya çıkmıştır. Zeytun (2010)’ un araştırmasında kadın katılımcıların yaratıcılık puanlarının erkeklere göre daha yüksek bulunmuştur. Fakat istatistiki açıdan anlamlı bir fark bulunamadığını ifade edilmiştir. Bu durum literatürde de bir çelişkiyi ifade etmekte, sonuç olarak bireysel yaratıcılığın cinsiyete göre durumuna ilişkin kesin bir şey söylenememektedir.

Araştırma kapsamında yaratıcılık düzeyinin yaşa göre farklılık göstermediği bulgulanmıştır. Bu sonuç Çoban (1999), Gülel (2006), Tanıt (2007), Şenol (2013), Polat (2017), Körpe ve Demir (2018)’ in bulgularıyla elde paralellik göstermektedir.

Doğa dostu turizm çiftlikleri, doğa ve çevre bilincine sahip olan iç ve dış turistlere alternatif tatil olanakları sunan işletmelerdir. Bu çiftliklere Türkiye genelinde Marmara ve Ege Bölgelerinde sıklıkla rastlanmaktadır. Türkiye’nin bir çok bölgesinde bulunan bu çiftlikler, farklı destinasyon seçeneği sunması sayesinde yenilik arayan turistlere de önemli alternatifler oluşturmaktadır.

Fakat doğa dostu turizm çiftliklerine ulaşmakta yaşanan zorluklar sonucunda araştırma sadece 107 kişiyle sınırlı kalmıştır. TaTuTa’nın resmi sitesi incelendiğinde (tatuta.org) “Üyelik kaydı yaparak tüm çiftliklerin ayrıntılı profilleri ve ziyaretçi yorumlarını görüntüleyebilir, internet kullanan çiftliklerle doğrudan temasa geçme fırsatı elde edersiniz. Kayıt ücreti kişi başı 60 TL’dir. Bu ücret 1 sene boyunca gönüllü veya konuk olarak istediğiniz kadar çiftliği ziyaret etmenize olanak sağlar. Buğday Derneği üyeleri TaTuTa’ya kayıt ücreti ödemezler.” açıklaması bulunmaktadır. Araştırmaya

başlanırken bu ağa üye olarak çiftlik sahiplerinin bilgilerine erişebileceği düşünülmüştü. Ne yazık ki açıklamada söylendiği gibi ayrıntılı profillerine ulaşılamadı. TaTuTa ile yapılan görüşmeler sonucunda da mahremiyet ilkeleri nedeniyle iletişim bilgilerini paylaşamayacağı belirtildi. 32 çiftliğin iletişim bilgilerine (web siteleri, e-mail, telefon numaraları, sosyal medya) Google üzerinden ulaşıldı. Fakat hem daha fazla misafirin dikkatini çekebilmek hem de araştırma yapmak isteyen bireyler için Artuğer, Özkoç ve Kendir'in (2013) de belirttiği gibi, çiftliklerin tamamının kendilerine ait özel internet sitelerinin olması, bunun yanı sıra İngilizce dil seçeneği ile birlikte hayata geçirilmesi önerilmektedir. Bunun dışında daha önce de belirtildiği gibi ekogirişimcilik konusuyla ilgili daha fazla araştırmaya ihtiyaç vardır. Bu çalışmanın sonuçları yeni araştırmalara bu açıdan yol gösterici olabilecektir.

Günümüzde bireylerin bilinçlenmesi, bakış açılarının değişmesi, doğaya verilen zararın fark edilmesi, işletmelerin müşteri odaklı yaklaşımda çevre odaklı yaklaşıma geçiş yapması ve birçok unsur sürdürülebilirliğin giderek daha çok önem kazandığını ifade etmektedir. Kitle turizminin çevreye verdiği zararı fark eden bireyler alternatif turizm çeşitlerine yönelerek doğal kaynakları tüketmeden, bilhassa doğaya katkı sağlamaya çalışan bir turizm türüne geçiş yapmıştır. Doğaya dönük yapılan turizm türleri sayesinde hem turizm bölgesi hem de bireyler için olumlu avantajlar sağlanmaktadır. Cicik (2019)'in de belirttiği gibi bu tarzda yapılan çalışmalar sayesinde bölgedeki ve ülkedeki insanların çevreyi daha bilinçli nasıl kullanmaları gerektiği ve sürdürülebilirlik ilkelerini nasıl uygulayabilecekleri konusunda bilinçlendirilmesi hız kazanacaktır.

KAYNAKLAR

- [1]. Ahmadova, S. ve Akova, O. (2016). Türkiye’de organik ekoturizm çiftlikleri üzerine bir araştırma. *Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 6(1), 14-29.
- [2]. Akat, B. (1984). *İşletme yönetimi*. İzmir: Üçel Yayıncılık.
- [3]. Akat, D., Budak, G. ve Budak, G. (2002). *İşletme yönetimi*. İzmir: Barış Yayınları.
- [4]. Akatay, A. ve Aslan, Ş. (2008). Yeşil yönetim ve işletmeleri Iso 14001 sertifikası. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitü Dergisi*, 10(1), 313-339.
- [5]. Akdoğan, A. ve Kale, E. (2011). Konaklama işletmelerinde örgüt içi faktörlerin yenilik ve yaratıcılık performansına etkisi. *NEÜ Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 1, 165-186.
- [6]. Akşit, S. (2007). Doğal ortam duyarlılığı açısından sürdürülebilir turizm. *Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 23, 441-460.
- [7]. Aktamış, H. ve Ergin, Ö. (2007). Bilimsel süreç becerileri ile bilimsel yaratıcılık arasındaki ilişkinin belirlenmesi. *Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 33, 11-23.
- [8]. Allen, J. ve Malin, S. (2007). Green entrepreneurship: a method for managing. society and natural resources. *Society and Natural Resources*, 21(9), 828-844.
- [9]. Amabile, T.M., Conti, R., Coon, H., Lazenby, J. ve Herron, M. (1996). Assessing the work environment for creativity. *Academy of Management Journal*, 39(5), 1169-1184.
- [10]. Amabile, T. (1997). Motivating creativity in organizations: on doing what you love and loving what you do. *California Management Review*, 40(1), 39-57.
- [11]. Anderson, T.L. ve Leal D.R. (1997). *Enviro-capitalists: Doing Good while Doing Well*. Lanham, MD: Rowman & Littlefield.
- [12]. Aracıoğlu, B. ve Tatlıdil, R. (2009). Tüketicilerin satın alma davranışlarında çevre bilincinin etkileri. *Ege Akademik Bakış*, 9(2), 435-461.
- [13]. Arslantaş, C. (2001). Girişimcilikte yaratıcılık ve yenilik. *İstanbul Üniversitesi. İşletme Fak. İşletme Fakültesi İşletme İktisadi Enstitüsü Yönetim Dergisi*, 12(38), 17-23.
- [14]. Artuğer, S., Özkoç, A. ve Kendir, H. (2013). Ta-Tu-Ta (Tarım-Turizm-Takas) çiftliklerinin pazarlanması ve tanıtılması için öneriler. *International Journal of Social and Economic Sciences*, 3(1), 1-5.
- [15]. Aşık, N. (2014). Yaratıcı (kreatif) turizm. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 7 (31), 786-795.
- [16]. Atınçoğlu, T. Ve Dönmez, B. (2017). Ağacı sev! Hayvanlarla arkadaş ol! Doğa dostu turizm çiftliklerinde tatil yap! *The First International Congress On Future Of Tourism: Innovation, Entrepreneurship and Sustainability*, Proceeding Book, 1238-1248.
- [17]. Ay, C. ve Ecevit, Z. (2005). Çevre bilinçli tüketiciler. *Akdeniz İ.İ.B.F Dergisi*, 10, 238-263.

- [18]. Aydın, O. (2012). AB’de kırsal turizmde ilk 5 ülke ve Türkiye’de kırsal turizm. *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 14(23), 39-46.
- [19]. Aydın, E. (2013). *The effect of individual creativity on ecopreneurship*. Yayımlanmamış yüksek lisans tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi, İzmir.
- [20]. Aykan, E. (2012). Girişimciliğin değişen yüzü: Ekogirişimcilik. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 17(3), 195-212.
- [21]. Aytaç, Ö. (2006). Girişimcilik: Sosyo-kültürel bir perspektif. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 15, 139-160.
- [22]. Balachandran, V. ve Sakthivelan S. (2013). Impact of information technology on entrepreneurship (e-Entrepreneurship). *Journal of Business Management & Social Sciences Research*, 2(2), 51-56.
- [23]. Balcı, F. (2011). Girişimciliğe ekolojik yaklaşım: Eko-girişimcilik teorik çerçeve. *NEÜ Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 1, 187-206.
- [24]. Barker, A. (2002). *Yenilikçiliğin simyası*. (Çev. A. Karam). İstanbul: Mess.
- [25]. Berry, M. ve Rondinelli, D. (1998). Proactive corporate environmental management: A new industrial revolution. *Academy of Management Executive*, 12(2), 38-50.
- [26]. Bujor, A. ve Avasilcai, S. (2014). Creative Entrepreneurship In Europe: A Framework Of Analysis. Annals Of The Oradea University. *Fascicle of Management and Technological Engineering*, 1, 151-156.
- [27]. Buğday Ekolojik Yaşamı Destekleme Derneği, (BUĞDAY) (2019). 05.02.2019 tarihinde <http://www.bugday.org/portal/index.php> adresinden alınmıştır.
- [28]. Büyüköztürk, Ş. (2009). *Sosyal bilimler için veri analizi el kitabı*. Ankara: Pegem Akademi Yayıncılık.
- [29]. Can, E. (2013). Turizm destinasyonlarında sürdürülebilir turizmin sürdürülebilir rekabet açısından değerlendirilmesi. *İstanbul Journal of Social Science*, 4, 23-40.
- [30]. Cansız, M. (2016). *Türkiye’de akademik girişimcilik*. Ankara: T.C. Kalkınma Bakanlığı, Sosyal Sektörler ve Koordinasyon Genel Müdürlüğü.
- [31]. Carayannis, E. G. (2013). *Encyclopedia of creativity, invention, innovation and entrepreneurship*. New York: Springer.
- [32]. Casson, M. (2005). Entrepreneur and the theory of the firm. *Journal of Economic Behavior Organization*, 58(2), 327-348.
- [33]. Cengiz, E., Acuner, T. ve Baki, B. (2006). Liderlerin sahip oldukları duygusal zekanın örgütsel yaratıcılık üzerine etkileri: Bir model önerisi. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 7(1), 421-434.
- [34]. Cengiz, E., Acuner, T. ve Baki, B. (2007). Örgütsel yaratıcılık belirleyen faktörler arası yapısal ilişkiler. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 9(1), 98-121.

- [35]. Cicik, Ş. (2019). *Tatuta çiftliklerindeki uygulamaların permakültür gönüllülerinin motivasyonlarına etkisi*. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, Mersin Üniversitesi, Mersin.
- [36]. Cingöz, A. (2013). Girişimcilik: Ekogirişimcilik. H. Karadal (Eds.). *Girişimcilik içinde* (ss 277-297). İstanbul: Beta.
- [37]. Cut-Lupulescu F., Dincu A. ve Borlovan I., 2014. Implications of rural tourism and agritourism in sustainable rural development. *Scientific Papers: Animal Science and Biotechnologies*, 47(2), 301-303.
- [38]. Çekmecelioğlu, H. (2002). *Bireyler, örgütsel yaratıcılık ve yaratıcılık için iş çevresinin düzenlenmesi: Bir araştırma*. Yayınlanmamış doktora tezi, Gebze Yüksek Teknoloji Enstitüsü Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gebze.
- [39]. Çellek, T. (2002). Yaratıcılığın eğitimdeki yeri. *Hacettepe Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi I.Ulusal Mezuniyet Sergisi ve Sempozyumu*.
- [40]. Çoban, S. (1999). *Yöneticilerin yaratıcılık düzeyleri ile liderlik tarzları arasındaki ilişki*. Yayınlanmamış doktora tezi, İstanbul Üniversitesi, İstanbul.
- [41]. Despotakis, V., Giaoutzi, M. ve Nijkamp, P. (1991). Spatial depiction of local sustainable development, *Serie Research Memoranda University*.
- [42]. Dollinger, M. J. (2003). *Entrepreneurship: Strategies and resources*. (3rd ed.). New Jersey: Pearson Education.
- [43]. Drake, G. (2003). This place gives me space: Place and creativity in the creative industries. *Science Direct*, 34, 511-524.
- [44]. Efeoğlu, İ. (2014). Çevreci açıdan girişim; eko-girişimcilik. *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 23(1), 103-118.
- [45]. EKOIQ Dergisi, (2015). *İşin rengi giderek değişiyor, yeşil girişimcilik*. 48, 1-106.
- [46]. Ekolojik Çiftliklerde Tarım Turizmi ve Gönüllü Bilgi, Tecrübe Takası, (TaTuTa), (2019). 03.02.2019 tarihinde <http://www.tatuta.org/> adresinden alınmıştır.
- [47]. Ekoturizm Derneği. *Ekoturizm nedir?* 11.03.2019 tarihinde <http://www.ekoturizmdernegi.org/default.asp?sayfa=1> adresinden alınmıştır.
- [48]. Erdoğan, N. ve Yağcı, Ö. (2002). Sürdürülebilirlik bağlamında ekoturizmin sosyal, ekonomik ve çevresel etkiler bakımından değerlendirilmesi. *First Tourism Congress of Mediterranean Countries*.
- [49]. Erdoğan, N. (2010). Ekoturizm ve doğa temelli turizmin geldikleri noktadaki kavramsal çerçeve. *Orman Ekosistemlerinde Ekoturizm Çalıştayı*, 10, 42-51.
- [50]. Erol, O. ve Taş, S. (2012). Myo öğrencilerinin bilgi ve iletişim teknolojilerini kullanma sıklıkları ile yaratıcılık algıları arasındaki ilişkinin incelenmesi. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 4(7), 82-104.
- [51]. Eysenck, H. (1994). *The measurement of creativity*. In dimensions of creativity, Cambridge, 199-242.

- [52]. Feist, G.J. ve Barron, F.X. (2003). Predicting creativity from early to late adulthood: intellect, potential and personality. *Journal of Research in Personality*, 37, 62-88.
- [53]. Ford, M. ve Gioia D. (1995). *Creative Actions in Organizations*, London: Sage.
- [54]. Ford, C. M. (1996). A theory of individual creative action in multiple social domains. *Academy Of Management Review*, 21(4), 1112-1142.
- [55]. Gundry, L. ve Kickul, R. (1996). Flights of imagination fostering creativity through experimental learning, *Simulation and Gaming*, 27, 334-350.
- [56]. Göçmen, S. (2007). *İşletmelerde girişimcilik özelliğini destekleyen faktörler: İç girişimcilik*. Yayımlanmamış yüksek lisans tezi, Celal Bayar Üniversitesi, Manisa.
- [57]. Grande, J. (2011). New venture creation in the farm sector e critical resources and capabilities. *Journal of Rural Studies*, 27, 220-233.
- [58]. Gössling, S. ve Mattsson, S. (2002). Farm tourism in sweden: structure, growth and characteristics, *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 2(1), 17-30.
- [59]. Gusseinova, D. (2015). *Sosyal girişimcilik olgusu ve bir örnek olay incelemesi*. Yayımlanmamış yüksek lisans tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi, İzmir.
- [60]. Gül, M. (2014). *Ekogirişimcilik: Gaziantep Üniversitesi'nde bir uygulama*. Yayımlanmamış yüksek lisans tezi, Gaziantep Üniversitesi, Gaziantep.
- [61]. Gülel, G. (2006). *Sınıf öğretmen adaylarının yaratıcılık düzeylerinin çeşitli değişkenler açısından incelenmesi (Pamukkale Üniversitesi Örneği)*, Yayımlanmamış yüksek lisans tezi, Pamukkale Üniversitesi, Denizli.
- [62]. Gündüz, F. (2004). *Çevre ve turizmin sürdürülebilirliği*. İstanbul: Şişli Belediyesi Planlama.
- [63]. Harbi, S. E., Anderson, A. R. ve Ammar, S. H. (2010). Entrepreneurs and the environment: towards a typology of tunisian ecopreneurs. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 10(2), 181-204.
- [64]. Haznedar, H. 2016. *Ekoturizm ve ekogirişimcilik potansiyelinin ortaya konmasına yönelik bir araştırma: Nazarköy örneği*. Yayımlanmamış yüksek lisans tezi, İzmir Kâtip Çelebi Üniversitesi, İzmir.
- [65]. Hemmati, R. ve Abbasi, B. (2013). Creative tourism entrepreneurship in rasht. *Advances in Environmental Biology*, 7(8), 2006-2012.
- [66]. Hisrich, D. R. ve Peters, P. M. (1992). Entrepreneurship starting, *Developing and Managing A New Enterprise*.
- [67]. Isaak, R. (1998). *Green Logic: Ecopreneurship, Theory and Ethics*. Greenleaf Publishing, UK, 24.
- [68]. Isaak, R. (2002). The making of the Ecopreneur. 38, 81-91.
- [69]. Kalaycı, Ş. (2016). *SPSS uygulamalı çok değişkenli istatistik teknikleri*. Ankara: Asil Yayıncılık.

- [70]. Kale, E. (2010). *Konaklama işletmelerinde örgüt içi faktörlerin yenilik ve yaratıcılık performansına etkileri*. Yayınlanmamış doktora tezi, Erciyes Üniversitesi, Erciyes.
- [71]. Kanbur, E. (2015). *Çalışanların bireysel yaratıcılık düzeylerinin iç girişimcilik performansları üzerindeki etkisinde algılanan örgütsel desteğin aracılık rolü*. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, Gaziosmanpaşa Üniversitesi, Tokat.
- [72]. Kanbur, E. ve Özyer, K. (2016). Çalışanların bireysel yaratıcılık düzeylerinin iç girişimcilik performanslarına etkisi. *Yönetim ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 14(2), 264-275.
- [73]. Karadal, H. (2013). *Girişimcilik*. İstanbul: Beta.
- [74]. Karcıoğlu, F. ve Kaygın, E. (2013). Dönüştürücü liderlik anlayışının yaratıcılığa ve yeniliğe etkisi, *KAU IIBF Dergisi*, 4(5), 99-111.
- [75]. Kaypak, Ş. (2012). Ekolojik turizm ve sürdürülebilir kırsal kalkınma. *KMÜ Sosyal ve Ekonomi Araştırmalar Dergisi*, 14(22), 11-29.
- [76]. Kılıç, B. ve Kurnaz, A. (2010). Alternatif turizm ve ürün çeşitliliği oluşturmada ekolojik çiftlikler: Pastoral vadi örneği. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 2(4), 39-56.
- [77]. Kızılay K., Atınçoğlu T. Ve Dönmez B. (2017). Dünyayı vejetaryenlik kurtaracak... Hayvansal gıda tüketmeyerek başlayacak her şey... Ta tu ta çiftlikleri ve vejetaryen tatil alternatifleri. *The First International Congress On Future Of Tourism: Innovation, Entrepreneurship and Sustainability*, Proceeding Book, 779-793.
- [78]. Kirkwood, J. ve Walton, S. (2010). What motivates ecopreneurs to start businesses. *International Journal of Entrepreneurial Behavior Research*, 16(3), 204-228.
- [79]. Korkmaz, O. (2012). Üniversite öğrencilerinin girişimcilik eğilimlerini belirlemeye yönelik bir araştırma: Bülent Ecevit Üniversitesi örneği. *Afyon Kocatepe Üniversitesi İİBF Dergisi*, 14(2), 209-226.
- [80]. Körpe, G. ve Demir, S. (2018). Hemşirelik öğrencilerinin yaratıcılık düzeyleri ve problem çözme becerileri. *Uluslararası Hakemli Hemşirelik Araştırmaları Dergisi*, Ocak / Şubat / Mart / Nisan Sonbahar Kış İlkbahar Dönemi, 12, 1-20.
- [81]. Köybaşı, F. (2016). *Okul yöneticilerinin girişimcilik, öz-yeterlik ve örgütsel bağlılık algılarının analizi*. Yayınlanmamış doktora tezi, İnönü Üniversitesi, Malatya.
- [82]. Kuratko, D. F. ve Hodgetts, C. (1998). *Entrepreneurship a contemporary approach*. Hinsdale, IL: The Dryden Press.
- [83]. Kurnaz, A. (2011). *İlköğretim öğretmenlerinin yaratıcılık düzeyleri ve demokratik tutumları arasındaki ilişkinin değerlendirilmesi*. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi, Kahramanmaraş.
- [84]. Linnanen, L. (2002). An insider's experiences with environmental entrepreneurship. *Greener Management International: The Journal of Corporate Environmental Strategy and Practice*, 38, 71-80.

- [85]. Louw, L., Van Eeden, S. M., Bosch, J. K. ve Venter, D. J. L. (2003). Entrepreneurial traits of undergraduate students at selected south african tertiary institutions. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*, 9(1), 5-26.
- [86]. Lysgard, H. (2012). Creativity, culture and urban strategies: A fallacy in cultural urban strategies. *European Planning Studies*, 20(8), 1281-1300.
- [87]. Nart, S. (2015). *Tükenmişliğe etki eden faktörler ve tükenmişliğin yaratıcılık üzerine etkisi: televizyon programları yapımculuğu sektörüne yönelik bir araştırma*. Yayınlanmamış doktora tezi, Balıkesir Üniversitesi, Balıkesir.
- [88]. Nemli, E. (2001). Çevreye duyarlı yönetim anlayışı. *İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Fakültesi Dergisi*, 23-24, 211-224.
- [89]. Mastronardi, L., Giaccio, V., Giannelli, A. ve Scardera, A. (2015). Is agritourism ecofriendly? A comparison between agritourisms and other farms in Italy using farm accountancy data network dataset. *SpringerPlus Open Journal*, 4(590), 1-13.
- [90]. McColl, S. ve Moisey, R. (2008). *Tourism, recreation, and sustainability: Linking culture and the environment*, Cromwell Press, Trowbridge.
- [91]. Mcfadzean, E. (1998). Enhancing Creative Thinking Within Organisations. *Management Decision*, 36(5), 309-313.
- [92]. Mengili, M. (2007). *İşletmelerde yaratıcılık düzeyinin belirlenmesi (İzmir ve Manisa illerindeki işletmelerde yaratıcılık düzeyinin belirlenmesine yönelik bir araştırma)*. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, Celal Bayar Üniversitesi, Manisa.
- [93]. Mert, İ., Güney, S. ve Güney, S. (2008). Girişimcilik sürecinde yenilik ve yaratıcılık ilişkisi. *İstanbul Aydın Üniversitesi Dergisi*, 12, 17-39.
- [94]. Mumford, M.D. ve Gustafson, S.B. (1988). Creativity syndrome: Integration, application and innovation. *Psychological Bulletin*, 103(1), 27-43.
- [95]. Moles, A ve Caude, R. (1970). *Creativite et methodes d'innovation*. Paris: Fayard-mame.
- [96]. Onuncu Kalkınma Planı Turizm Özel İhtisas Komisyonu Raporu 2014. Turizm. Kalkınma Bakanlığı, Ankara. 08.02.2019 tarihinde http://www.sbb.gov.tr/wp-content/uploads/2018/11/10_Turizm.pdf adresinden alınmıştır.
- [97]. Özen, Y. (2012). Yaratıcı öğrenme. *Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Elektronik Dergisi*, 6, 231-256.
- [98]. Öztürk, M. (2016). *Türkiye’de kadın girişimcilik: Kadınları girişimciliğe yönelten faktörler, karşılaştıkları sorunlar ve çözüm önerileri*. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, İstanbul Ticaret Üniversitesi, İstanbul.
- [99]. Pachaly, M. (2016). *Barriers and triggers to green entrepreneurship: An exploratory study*. Erasmus University Rotterdam, Rotterdam.
- [100]. Paramashivaiah, P., Puttaswamy, M. ve Suresh, B. (2013). Green entrepreneurship: A perceptual study on motivation and barriers with special reference to engineering and mba graduates. *Acme Intellects International Journal of Research in Management*, 1(1), 1-16.

- [101]. Pastakia, A. (1998). Grassroots ecopreneurs: change agents for a sustainable society. *Journal of Organizational Change Management*, 11(2), 157-173.
- [102]. Peredo, A.M. ve McLean, M. (2006). Social entrepreneurship: A critical review of the concept. *Journal Of World Business*, 41, 1-29.
- [103]. Polat, M. (2017). *Sınıf öğretmenlerinin eleştirel düşünme eğilimleri ile yaratıcılık düzeylerinin bazı değişkenlere göre incelenmesi*. Yayımlanmamış yüksek lisans tezi, Adıyaman Üniversitesi, Adıyaman.
- [104]. Raudsepp, E. (1979). *How creative are you?* Personnel Journal, April, 218-220.
- [105]. Rawlinson, J.G. (1995). *Yaratıcı düşünme ve beyin fırtınası*. (Çev. O. Değirmen). İstanbul: Rota Yayıncılık.
- [106]. Schaper, M. (2002). The Essence of Ecopreneurship. *GMI*, 38, 26-30
- [107]. Schaper, M. (2005). Understanding the green entrepreneur. In M. Schaper (Eds.) *Making entrepreneurs: Developing sustainable entrepreneurship* (pp. 7-20). UK: MPG Books Group.
- [108]. Schaltegger, S. (2005). *A framework and typology of ecopreneurship: Leading bioneers and environmental managers to ecopreneurship*. In M. Schaper (Eds.) *Making entrepreneurs: Developing sustainable entrepreneurship* (pp. 75-94). UK: MPG Books Group.
- [109]. Schilling, J., Marxen L., Heinrich H. Ve Brooks F. (2006). The Opportunity for Agritourism Development in New Jersey, The Report for the New Jersey Department of Agriculture, *The State University of New Jersey Rutgers Cook College*, 1-106.
- [110]. Schmidt, J., Soper, J. ve Bernaciak, J. (2013). Creativity in the entrepreneurship program: A survey of the directors of award winning programs. *Journal of Entrepreneurship Education*, 16, 31-44.
- [111]. Schuyler, G. (1998). Merging economic and environmental concerns through entrepreneurship, *Digest*, 98-8.
- [112]. Sesli Sözlük. (2019). *Creativity*. 10.01.2019 tarihinde <https://www.seslisozluk.net/creativity-nedir-ne-demek/> adresinden alınmıştır.
- [113]. Sesli Sözlük. (2016). *Creer*. 10.01.2019 tarihinde <https://www.seslisozluk.net/creer-nedir-ne-demek/> adresinden alınmıştır.
- [114]. Sesli Sözlük. (2019). *Entreprendre*. 06.01.2019 tarihinde <https://www.seslisozluk.net/entreprendre-nedir-ne-demek/> adresinden alınmıştır.
- [115]. Sesli Sözlük. (2019). *Entrepreneur*. 06.01.2019 tarihinde <https://www.seslisozluk.net/entrepreneur-nedir-ne-demek/> adresinden alınmıştır.
- [116]. Shalley, C., Gilson, L. ve Blum, T. (2000). Matching creativity requirements and the work environment: Effects on satisfaction and intentions to leave. *Academy of Management Journal*, 43(2), 215-223.
- [117]. Soysal, A. (2010). Türkiye'de kadın girişimciler: Engeller ve fırsatlar bağlamında bir değerlendirme. *Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Fakültesi Dergisi*, 84-114.

- [118]. Sundgren M.; Styhre A. (2003). Creativity – a volatile key of success? Creativity in new drug development. *Creativity and Innovation Management*, 12(3), 145-161.
- [119]. Szopa, A., Karwowski, W., Ordonez ve Pablos, P. (2013). Academic entrepreneurship and technological innovation: A business management perspective. *Introduction to Academic Entrepreneurship*, 1-28.
- [120]. Swan, C. ve Morgan, D. 2016. Who wants to be an eco-entrepreneur? Identifying entrepreneurial types and practices in ecotourism businesses. *The International Journal of Entrepreneurship and Innovation*, 17(2), 120–132.
- [121]. Şahin, E. (2006). *Kadın girişimcilik ve Konya ilinde kadın girişimcilik profili üzerine bir uygulama*. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, Selçuk Üniversitesi, Konya.
- [122]. Şahin, E. (2010). *İlköğretim öğretmenlerinde yaratıcılık, mesleki tükenmişlik ve yaşam doyumu*. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, Sakarya üniversitesi, Sakarya.
- [123]. Şenol, B. (2013). *İlköğretim okulu müdürlerinin yaratıcılık davranışları ve mizah anlayışları*. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi, İzmir.
- [124]. Tan, K., Kung, F. ve Luh, B. (2013). A model of 'creative experience' in creative tourism. *Annals of Tourism Research*, 41, 153–174.
- [125]. Tanıt, T. (2007). *Eğitim yöneticilerinin değer tercihleri ile yaratıcılıkları arasındaki ilişkinin incelenmesi*. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, Yeditepe Üniversitesi, İstanbul.
- [126]. Taylor, D. ve Walley, E. (2003). The green entrepreneur: visionary, maverick or opportunist. *Manchester Metropolitan University Business School Working paper Series Online*, 1-20.
- [127]. Temizkalp, G. (2010). *Öğretmen adaylarının yaratıcılık düzeyleri*. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi, Burdur.
- [128]. Top, S. (2006). *Girişimcilik keşif süreci*. Kırklareli: Beta.
- [129]. Topoğlu, O. (2015). Eğitim fakültesinde öğrenim gören öğretmen adaylarının yaratıcılık düzeylerinin çeşitli değişkenler açısından incelenmesi: Adü örneği. *International Journal of Social Science*, 35, 371-383.
- [130]. Treffinger, D., Young, G., Selby, E., ve Shepardson, C. (2002). Assessing creativity: A guide for educators. *Storrs, CT: The National Research Center on the Gifted and Talented*. 3(2), 1-121.
- [131]. Türk Dil Kurumu (TDK). *Girişimci*. 01.02.2019 tarihinde http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_bts&arama=kelime&guid=TDK.GTS.58401b8a88be80.22843923 adresinden alınmıştır.
- [132]. Türk Dil Kurumu (TDK). *Yaratıcılık*. 06.03.2019 tarihinde http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_bts&view=bts&kategori1=veritbn&kelimesec=338951 adresinden alınmıştır.
- [133]. Türk Sanayicileri ve İşadamları Derneği – TÜSİAD (2002). *Türkiye'de girişimcilik*. İstanbul: Lebib Yalkın Yayınları ve Basım İşleri A.Ş.

- [134]. Türkiye Teknoloji Geliştirme Vakfı, (TTGV), (2012). *Türkiye'de yeşil girişimcilik*. Ankara: Türkiye Teknoloji Geliştirme Vakfı.
- [135]. Ussahawanitchakit, P. (2011). Building corporate innovation of information technology businesses in Thailand: Roles of employee creativity, organizational change and globalization force. *Journal of Academy of Business and Economics*, 11(1), 1-10.
- [136]. Uygur, S. ve Akdu U. (2009). Çiftlik turizmi, kırsal, tarım ve ekoturizminin kavramsal açıdan irdelenmesi. *Ticaret Ve Turizm Eğitim Dergisi*, 1, 143-166.
- [137]. Ürü, F. O. (2009). *Örgütsel öğrenmenin çalışan yaratıcılığına etkisi (iso 500'de yer alan demir-çelik, otomotiv ve tekstil sektörlerindeki işletmelerde bir araştırma)*. Yayımlanmamış doktora tezi, Marmara Üniversitesi, İstanbul.
- [138]. Ürper, Y. (2013). *Girişimcilik*. T.C. Anadolu Üniversitesi Yayını No: 3002 Açıköğretim Fakültesi Yayını No: 1955.
- [139]. Üzülmüş, H. (2008). Girişimcilik ve Konya'da girişimciliğin geleceği. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 3(2), 21-31.
- [140]. Volery, T. (2002). Ecopreneurship: Rationale, current issues and futures challenges, 541-553.
- [141]. Woodman, R. W., Sawyer, J. E. ve Griffin R. W. (1993). Toward a theory of organizational creativity. *Academy of Management Review*, 18(2), 293-305.
- [142]. Yazıcıoğlu, Y. ve Erdoğan, S. (2004). *Spss uygulamalı bilimsel araştırma yöntemleri*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- [143]. Yıldız, M. (2010). *İlköğretim 2. kademesinde okuyan aktif satranç sporcularının yaratıcılık ve çoklu zeka alanlarıyla olan ilişkilerinin araştırılması*. Yayımlanmamış yüksek lisans tezi, Gazi Üniversitesi, Ankara.
- [144]. Yıldırım, E. (2007). Bilgi çağında yaratıcılığın ve yaratıcılığı yönetmenin önemi. *Selçuk Üniversitesi Karaman İ.İ.B.F Dergisi*, 12(9), 109-120.
- [145]. Yılmaz, A. ve Izgar, R. (2013). Örgütsel yaratıcılık kültürü bağlamında çalışanların yaratıcılık yönetimine ilişkin tutumlarının değerlendirilmesi: Konya ili devlet ve katılım bankaları örneği. *International Journal of Social Science*, 6(5), 829-855.
- [146]. Zeytun, S. (2010). *Okul öncesi öğretmenliği öğrencilerinin yaratıcılık ve problem çözme düzeyleri arasındaki ilişkinin incelenmesi*. Yayımlanmamış yüksek lisans tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi, İzmir.
- [147]. Zhou, Q., Hirst, G. ve Shipton, H. (2012). Context matters: combined influence of participation and intellectual stimulation on the promotion focus-employee creativity relationship, *Journal of Organizational Behavior*, 33, 894-909.

EKLER

EK.1. VERİ TOPLAMA ARACI

Sayın Katılımcı;

Bu araştırma, bir yüksek lisans tezi kapsamında, Mersin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı'na bağlı olarak yürütülmektedir. Anketlerle toplanan veriler, sadece yürütülen bilimsel araştırma kapsamında kullanılacak ve cevaplarınız tamamen gizli tutulacaktır. Lütfen size verilen cevap kâğıdı üzerine adınızı yazmayınız, kimliğinizi belirtecek herhangi bir işaret koymayınız. Anketteki soruları dikkatle okuyarak size uygun seçeneği işaretleyiniz, lütfen işaretsiz ifade bırakmayınız. Göstermiş olduğunuz ilgiye teşekkür ederiz.

Doç. Dr. Dilek ATÇI
Danışman
dilektetik@hotmail.com

Tuba ATINÇOĞLU
Yüksek Lisans Öğrencisi
tubaatincoglu@gmail.com

1. Cinsiyetiniz?

- ☐ Kadın
☐ Erkek

2. Medeni durumunuz?

- ☐ Bekâr
☐ Evli

3. Eğitim Durumunuz?

- | | |
|---|--|
| ☐ İlkokul | ☐ Lisans (4 yıllık) |
| ☐ Ortaokul | ☐ Yüksek Lisans |
| ☐ Lise | ☐ Doktora |
| ☐ Ön Lisans (2 yıllık) | |

4. Yaşınız?

- | | |
|--|--|
| ☐ 18'den küçük | ☐ 41 – 45 yaş arası |
| ☐ 18 – 20 yaş arası | ☐ 46 – 50 yaş arası |
| ☐ 21 – 25 yaş arası | ☐ 51 – 55 yaş arası |
| ☐ 26 – 30 yaş arası | ☐ 56 – 60 yaş arası |
| ☐ 31 – 35 yaş arası | ☐ 61 – 65 yaş arası |
| ☐ 36 – 40 yaş arası | ☐ 65'ten büyük |

5. Mesleğiniz:

6. Çiftliğinizin bulunduğu şehir:

EKO-GİRİŞİMCİLİK		Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
1	Doğal çevre benim için çok önemlidir.					
2	Bu alanda bir girişime başlamak her zaman istediğim bir şeydi.					
3	Yaptığım bu işin doğal çevrede oluşturacağı olumsuz etkiyi minimum düzeye indirmek benim için yasal bir zorunluluktur.					
4	Ekolojik kültürü yaymak için çevre kuruluşlarının harcadığı çaba önemlidir.					
5	Yaptığım bu işin doğal çevrede oluşturacağı olumsuz etkiyi minimum düzeye indirmek benim için çevreye karşı bir görevdir.					
6	Yaptığım bu işin doğal çevrede oluşturacağı olumsuz etkiyi minimum düzeye indirmek benim için kurumsal bir yüküdür.					
7	Arkadaşlarım ve ailem çevreye karşı ilgisizdir.					
8	Doğal çevreyle ilgili sosyo-ekonomik faaliyetleri etkileyen bilgilere erişim (bir girişim oluşturma olanağı, hibe, rekabet, bu alandaki mal ve hizmetler için talep) kolaydır.					
9	Bu faaliyet alanında yapılacak olan yatırımlara yönelik teşvikler potansiyel eko-girişimcilerin ilgisini çekmektedir.					
10	Çevre kuruluşlarından alınan yardımlar yararlıdır.					
11	Kısa vadede (5 yıl içinde) Türkiye’de ekolojik ürünlere yönelik artan bir talep olacaktır.					
12	Bu iş alanında faaliyet göstermemde tecrübelerimin büyük etkisi vardır.					
13	Sektörümdeki işletmeler kâr elde etmektedir.					
14	Bu işletmenin yaptığı faaliyet öncelikle çevrenin korunmasını amaçlamaktır.					
15	İşletmemi kurmamda, geçmişte çevreye yönelik faaliyetlerle ilgilenmemin etkisi vardır.					

BİREYSEL YARATICILIK		Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
-----------------------------	--	--------------------------------	---------------------	---	--------------------	-------------------------------

1	Belirli bir sorunu çözerken her zaman doğru prosedürleri takip ettiğim konusunda büyük ölçüde emin olarak çalışırım.					
2	Cevabını alamayacağımı düşündüğüm soruları sormayı zaman kaybı olarak görürüm.					
3	Problem çözmede en iyi yöntemin, mantığa dayılı adımları takip etmek olduğuna inanırım.					
4	Zaman zaman topluluk içinde bazı insanları şaşırtacak kadar değişik fikirler ortaya atarım.					
5	Zamanımın büyük çoğunluğunu başkalarının benim hakkımda ne düşündüğüne kafa yorarak geçiririm.					
6	Dünya/insanlık için özel katkılar sunabileceğime inanırım.					
7	Benim için doğru olduğuna inandığım şeyleri yapmak, başkalarının onayını kazanmaktan önemlidir.					
8	Olaylar karşısında emin davranmayan ve kararsız kişilere karşı saygımı yitiririm.					
9	Zorlayıcı problemlerin çözümü ile uzun süre uğraşabilirim.					
10	Zaman zaman bazı şeylere kendimi fazlasıyla kaptırırm.					
11	Genellikle en iyi fikirlerim özel olarak bir şey yapmadığım zamanlarda ortaya çıkar.					
12	Bir sorunun çözümüne yaklaştığımda önsezilerime ve “doğruluk” veya “yanlıklık” hislerime güvenirim.					
13	Bir sorunu çözerken, sorunun analiz aşamasında daha hızlı, elde ettiğim bilgiyi sentezleme aşamasında ise daha yavaş çalışırım.					
14	Bir şeyler biriktirme ile ilgili uğraşları severim.					
15	Hayal kurmak, daha önemli projelerim için itici bir güç oluşturur.					
16	Şimdiki mesleğimden farklı olarak, eğer iki meslek arasında seçim yapmam gerekseydi, bir kâşif/araştırmacı yerine bir tıp doktoru olmayı tercih ederdim.					
17	Benimle aynı toplumsal sınıftan ve aynı meslek grubundan olan kişilerle daha kolay anlaşabilirim.					
18	İleri düzeyde estetik duyarlılığa sahibim.					
19	Sorun çözümünde önseziler güvenilirmez rehberlerdir.					
20	Başkalarına düşüncelerimi beğendirmekten ziyade, yeni fikirler ortaya çıkarmayı severim.					
21	Kendimi yetersiz gördüğüm alanlardan kaçınmaya çalışırım.					
22	Bilginin değerlendirilmesinde bana göre bilginin kaynağı içeriğinden daha önemlidir.					
23	“Eğlenceden önce iş” kuralını uygulayan insanlardan hoşlanırım.					
24	Başkalarının gösterdiği saygıdan çok insanın kendisine olan saygısı daha önemlidir.					
25	Kusursuzluk peşinde koşan kişilerin, pek akıllı olmadığını düşünürüm.					
26	Başkalarını etkilemeyi gerektiren işleri severim.					
27	Her şeye bir yer bulunması ve her şeyin yerli yerinde olması benim için önemlidir.					
28	Fazlasıyla ilginç fikirler üretmek isteyen kişiler pratik değillerdir.					
29	Hiçbir pratik/uygulanabilir sonucu olmasa da, yeni düşüncelere zaman ayırmaktan hoşlanırım.					
30	Bir sorunun çözümüne belirli bir yaklaşımın yarar sağlamayacağını anladığımda, yöntemimi rahatlıkla değiştirebilirim.					

31	Cehalet göstergesi olan sorular sormaktan hoşlanmam.					
32	İlgi alanlarıma ulaşmak için işimi değiştirmek yerine; işimi veya kariyerimi sürdürmek için ilgi alanlarımı daha kolay değiştirebilirim.					
33	Bir problemin çözilememesinin nedeni, çoğu zaman yanlış sorular sorulmasıdır.					
34	Çoğu zaman sorunlarımın çözümünü önceden tahmin edebilirim.					
35	Kişinin başarısızlıklarını analiz etmesi boşuna zaman kaybıdır.					
36	Yalnızca düşünceleri bulanık olanlar benzetmelere ve karşılaştırmalara başvurur.					
37	Yakalanmayan dolandırıcıların pratik zekâlarına hayran kalmışımdır.					
38	Çalışmaya çoğunlukla iyi anlayamadığım ve ifade demediğim bir problemden başlarım.					
39	İnsanların, sokakların, küçük yerleşim yerlerinin vb. isimlerini sıklıkla unuturum.					
40	Başarıya ulaşmada en temel faktörün çok çalışmak olduğuna inanırım.					
41	İyi bir ekip üyesi olarak kabul edilmek, benim için önemlidir.					
42	İçsel dürtülerimi nasıl kontrol altında tutacağımı bilirim.					
43	Tamamen güvenilir ve sorumluluk sahibi bir kişiyimdir.					
44	Belirsiz ve önceden tahmin edilemeyen şeylerden hoşlanmam.					
45	Bir ekip içerisinde başkalarıyla birlikte çalışmayı, tek başıma çalışmaya tercih ederim.					
46	Birçok kişinin sorunu, olayları çok ciddiye almalarından kaynaklanır.					
47	Genellikle kendi problemlerimle kuşatılmış bir haldeyimdir ve onları bir kenara atamam.					
48	Ulaşmak istediğim hedeflerim uğruna, çabuk elde edebileceğim bir kazancı ya da rahatlığı kolaylıkla bir kenara atabilirim					
49	Bir üniversitede profesör olsaydım teoriye dayalı dersler yerine uygulamalı dersler vermeyi tercih ederdim.					
50	Yaşamın gizemi ilgimi çeker.					

EK.2. Eko-Girişimciliğe İlişkin Görüşler - Cinsiyet t-Testi Analizi Bulguları						
İfadeler	Cinsiyet	N	Ortalama	Std. Sapma	F	sig
EG1. Doğal çevre benim için çok önemlidir.	Kadın	49	4,8367	,62406	,719	,659
	Erkek	58	4,7759	,77331		,653
EG2. Bu alanda bir girişime başlamak her zaman istediğim bir şeydi.	Kadın	49	4,5714	,54006	2,074	,534
	Erkek	58	4,5000	,62828		,529
EG3. Yaptığım bu işin doğal çevrede oluşturacağı olumsuz etkiyi minimum düzeye indirmek benim için yasal bir zorunluluktur.	Kadın	49	4,0816	1,15175	,102	,299
	Erkek	58	4,3103	1,11145		,301
EG4. Ekolojik kültürü yaymak için çevre kuruluşlarının harcadığı çaba önemlidir.	Kadın	49	4,5918	,64286	,772	,478
	Erkek	58	4,5000	,68184		,476
EG5. Yaptığım bu işin doğal çevrede oluşturacağı olumsuz etkiyi minimum düzeye indirmek benim için çevreye karşı bir görevdir.	Kadın	49	4,6122	,81180	,664	,605
	Erkek	58	4,6897	,73046		,608
EG6. Yaptığım bu işin doğal çevrede oluşturacağı olumsuz etkiyi minimum düzeye indirmek benim için kurumsal bir yüküdür.	Kadın	49	3,4694	1,52892	1,920	,558
	Erkek	58	3,6379	1,43513		,560
EG7. Arkadaşlarım ve ailem çevreye karşı ilgisizdir.	Kadın	49	1,9796	,92398	,359	,698
	Erkek	58	1,9138	,82259		,700
EG8. Doğal çevreyle ilgili sosyo-ekonomik faaliyetleri etkileyen bilgilere erişim (bir girişim oluşturma olanağı, hibe, rekabet, bu alandaki mal ve hizmetler için talep) kolaydır.	Kadın	49	2,5102	,98155	,291	,457
	Erkek	58	2,6552	1,01828		,456
EG9. Bu faaliyet alanında yapılacak olan yatırımlara yönelik teşvikler potansiyel eko-girişimcilerin ilgisini çekmektedir.	Kadın	49	3,4286	,97895	,053	,990
	Erkek	58	3,4310	1,04482		,990
EG10. Çevre kuruluşlarından alınan yardımlar yararlıdır.	Kadın	49	3,7347	,90773	1,006	,229
	Erkek	58	3,5172	,94110		,228
EG11. Kısa vadede (5 yıl içinde) Türkiye’de ekolojik ürünlere yönelik artan bir talep olacaktır.	Kadın	49	4,3061	,74173	,110	,243
	Erkek	58	4,1379	,73624		,244
EG12. Bu iş alanında faaliyet göstermemde tecrübelerimin büyük etkisi vardır.	Kadın	49	3,7959	1,09886	,347	,669
	Erkek	58	3,7069	1,04308		,670
EG13. Sektörümdeki işletmeler kâr elde etmektedir.	Kadın	49	3,0408	1,01979	,238	,194
	Erkek	58	3,2931	,97348		,196
EG14. Bu işletmenin yaptığı faaliyet öncelikle çevrenin korunmasını amaçlamaktır.	Kadın	49	3,9592	,97808	,335	,344
	Erkek	58	4,1379	,96333		,345
EG15. İşletmemi kurmamda, geçmişte çevreye yönelik faaliyetlerle ilgilenmemin etkisi vardır.	Kadın	49	3,9388	1,04897	2,301	,673
	Erkek	58	4,0172	,86838		,678

EK.3. Eko-Girişimciliğe İlişkin Görüşler – Yaş t-Testi Analizi Bulguları						
İfadeler	Yaş Grupları	N	Ortalama	Std. Sapma	Sig	Sig2
EG1. Doğal çevre benim için çok önemlidir.	Genç Grup	72	4,7361	,83906	,009	,187
	Orta Yaş Grup	32	4,9375	,24593		,065
EG2. Bu alanda bir girişime başlamak her zaman istediğim bir şeydi.	Genç Grup	72	4,5417	,57989	,653	,934
	Orta Yaş Grup	32	4,5313	,62136		,936
EG3. Yaptığım bu işin doğal çevrede oluşturacağı olumsuz etkiyi minimum düzeye indirmek benim için yasal bir zorunluluktur.	Genç Grup	72	4,2222	1,03763	,735	,885
	Orta Yaş Grup	32	4,1875	1,30600		,895
EG4. Ekolojik kültürü yaymak için çevre kuruluşlarının harcadığı çaba önemlidir.	Genç Grup	72	4,5278	,67076	,811	,808
	Orta Yaş Grup	32	4,5625	,66901		,808
EG5. Yaptığım bu işin doğal çevrede oluşturacağı olumsuz etkiyi minimum düzeye indirmek benim için çevreye karşı bir görevdir.	Genç Grup	72	4,6806	,70863	,313	,600
	Orta Yaş Grup	32	4,5938	,91084		,634
EG6. Yaptığım bu işin doğal çevrede oluşturacağı olumsuz etkiyi minimum düzeye indirmek benim için kurumsal bir yüküdür.	Genç Grup	72	3,5972	1,44046	,479	,991
	Orta Yaş Grup	32	3,5938	1,54208		,991
EG7. Arkadaşlarım ve ailem çevreye karşı ilgisizdir.	Genç Grup	72	2,0278	,93405	,755	,186
	Orta Yaş Grup	32	1,7813	,70639		,143
EG8. Doğal çevreyle ilgili sosyo-ekonomik faaliyetleri etkileyen bilgilere erişim (bir girişim oluşturma olanağı, hibe, rekabet, bu alandaki mal ve hizmetler için talep) kolaydır.	Genç Grup	72	2,5000	,97865	,733	,146
	Orta Yaş Grup	32	2,8125	1,06066		,161
EG9. Bu faaliyet alanında yapılacak olan yatırımlara yönelik teşvikler potansiyel eko-girişimcilerin ilgisini çekmektedir.	Genç Grup	72	3,5139	,99283	,894	,226
	Orta Yaş Grup	32	3,2500	1,07763		,243
EG10. Çevre kuruluşlarından alınan yardımlar yararlıdır.	Genç Grup	72	3,6806	,90112	,665	,450
	Orta Yaş Grup	32	3,5313	,98323		,467
EG11. Kısa vadede (5 yıl içinde) Türkiye’de ekolojik ürünlere yönelik artan bir talep olacaktır.	Genç Grup	72	4,1389	,79267	,975	,137
	Orta Yaş Grup	32	4,3750	,60907		,102
EG12. Bu iş alanında faaliyet göstermemde tecrübelerimin büyük etkisi vardır.	Genç Grup	72	3,6806	1,04580	,369	,157
	Orta Yaş Grup	32	4,0000	1,07763		,165
EG13. Sektörümdeki işletmeler kâr elde etmektedir.	Genç Grup	72	3,2639	,96404	,655	,274
	Orta Yaş Grup	32	3,0313	1,06208		,294

EG14. Bu işletmenin yaptığı faaliyet öncelikle çevrenin korunmasını amaçlamaktır.	Genç Grup	72	3,9722	,94901	,307	,172
	Orta Yaş Grup	32	4,2500	,95038		,174
EG15. İşletmemi kurmamda, geçmişte çevreye yönelik faaliyetlerle ilgilenmemin etkisi vardır.	Genç Grup	72	3,9167	,94571	,873	,090
	Orta Yaş Grup	32	4,2500	,84242		,078

EK.4. Eko-Girişimciliğe İlişkin Görüşler - Eğitim Tek Yönlü Varyans (ANOVA) Analizi Bulguları						
İfadeler	Eğitim Düzeyi	N	Ortalama	Std. Sapma	F	Sig
EG1. Doğal çevre benim için çok önemlidir.	İlkokul	2	5,0000	,00000	,140	,991
	Ortaokul	1	5,0000	.		
	Lise	12	4,6667	1,15470		
	Ön lisans (2 yıllık)	8	4,8750	,35355		
	Lisans (4 yıllık)	60	4,8167	,59636		
	Yüksek Lisans	23	4,7826	,85048		
	Doktora	1	5,0000	.		
	Total	107	4,8037	,70630		
EG2. Bu alanda bir girişime başlamak her zaman istediğim bir şeydi.	İlkokul	2	4,0000	1,41421	,834	,546
	Ortaokul	1	4,0000	.		
	Lise	12	4,6667	,49237		
	Ön lisans (2 yıllık)	8	4,7500	,46291		
	Lisans (4 yıllık)	60	4,5167	,59636		
	Yüksek Lisans	23	4,4783	,59311		
	Doktora	1	5,0000	.		
	Total	107	4,5327	,58789		
EG3. Yaptığım bu işin doğal çevrede oluşturacağı olumsuz etkiyi minimum düzeye indirmek benim için yasal bir zorunluluktur.	İlkokul	2	4,5000	,70711	,496	,810
	Ortaokul	1	4,0000	.		
	Lise	12	4,2500	1,21543		
	Ön lisans (2 yıllık)	8	4,7500	,46291		
	Lisans (4 yıllık)	60	4,1000	1,28485		
	Yüksek Lisans	23	4,2174	,85048		
	Doktora	1	5,0000	.		
	Total	107	4,2056	1,13052		
EG4. Ekolojik kültürü yaymak için çevre kuruluşlarının harcadığı çaba önemlidir.	İlkokul	2	5,0000	,00000	,709	,643
	Ortaokul	1	4,0000	.		
	Lise	12	4,7500	,62158		

	Ön lisans (2 yıllık)	8	4,5000	,53452		
	Lisans (4 yıllık)	60	4,4667	,72408		
	Yüksek Lisans	23	4,6087	,58303		
	Doktora	1	5,0000	.		
	Total	107	4,5421	,66276		
EG5. Yaptığım bu işin doğal çevrede oluşturacağı olumsuz etkiyi minimum düzeye indirmek benim için çevreye karşı bir görevdir.	İlkokul	2	3,5000	2,12132	,958	,458
	Ortaokul	1	4,0000	.		
	Lise	12	4,7500	,45227		
	Ön lisans (2 yıllık)	8	4,6250	,51755		
	Lisans (4 yıllık)	60	4,6833	,72467		
	Yüksek Lisans	23	4,6522	,93462		
	Doktora	1	5,0000	.		
	Total	107	4,6542	,76606		
EG6. Yaptığım bu işin doğal çevrede oluşturacağı olumsuz etkiyi minimum düzeye indirmek benim için kurumsal bir yüküdür.	İlkokul	2	3,0000	1,41421	,969	,450
	Ortaokul	1	4,0000	.		
	Lise	12	4,0833	1,50504		
	Ön lisans (2 yıllık)	8	3,8750	1,35620		
	Lisans (4 yıllık)	60	3,3000	1,53269		
	Yüksek Lisans	23	3,8261	1,33662		
	Doktora	1	5,0000	.		
	Total	107	3,5607	1,47416		
EG7. Arkadaşlarım ve ailem çevreye karşı ilgisizdir.	İlkokul	2	2,0000	,00000	,833	,547
	Ortaokul	1	1,0000	.		
	Lise	12	2,0833	1,37895		
	Ön lisans (2 yıllık)	8	1,5000	,53452		
	Lisans (4 yıllık)	60	2,0000	,84372		
	Yüksek Lisans	23	1,9565	,70571		
	Doktora	1	1,0000	.		
	Total	107	1,9439	,86692		
EG8. Doğal çevreyle ilgili sosyo-ekonomik faaliyetleri etkileyen bilgilere erişim (bir girişim oluşturma olanağı, hibe, rekabet, bu alandaki mal ve hizmetler için talep) kolaydır.	İlkokul	2	3,5000	,70711	1,327	,252
	Ortaokul	1	4,0000	.		
	Lise	12	2,7500	1,21543		
	Ön lisans (2 yıllık)	8	2,1250	,99103		
	Lisans (4 yıllık)	60	2,5667	,85105		
	Yüksek Lisans	23	2,5217	1,20112		
	Doktora	1	4,0000	.		
	Total	107	2,5888	,99956		
	İlkokul	2	3,5000	2,12132	,993	,434

EG9. Bu faaliyet alanında yapılacak olan yatırımlara yönelik teşvikler potansiyel ekogirişimcilerin ilgisini çekmektedir.	Ortaokul	1	4,0000	.		
	Lise	12	3,6667	1,15470		
	Ön lisans (2 yıllık)	8	3,7500	,88641		
	Lisans (4 yıllık)	60	3,2667	,89947		
	Yüksek Lisans	23	3,5217	1,16266		
	Doktora	1	5,0000	.		
	Total	107	3,4299	1,01044		
EG10. Çevre kuruluşlarından alınan yardımlar yararlıdır.	İlkokul	2	4,5000	,70711	,709	,643
	Ortaokul	1	4,0000	.		
	Lise	12	3,6667	1,30268		
	Ön lisans (2 yıllık)	8	3,7500	,88641		
	Lisans (4 yıllık)	60	3,4833	,91117		
	Yüksek Lisans	23	3,7826	,79524		
	Doktora	1	4,0000	.		
	Total	107	3,6168	,92802		
EG11. Kısa vadede (5 yıl içinde) Türkiye’de ekolojik ürünlere yönelik artan bir talep olacaktır.	İlkokul	2	5,0000	,00000	1,002	,428
	Ortaokul	1	4,0000	.		
	Lise	12	4,3333	,65134		
	Ön lisans (2 yıllık)	8	4,5000	,75593		
	Lisans (4 yıllık)	60	4,1167	,66617		
	Yüksek Lisans	23	4,2174	,95139		
	Doktora	1	5,0000	.		
	Total	107	4,2150	,74007		
EG12. Bu iş alanında faaliyet göstermemde tecrübelerimin büyük etkisi vardır.	İlkokul	2	4,5000	,70711	,457	,839
	Ortaokul	1	4,0000	.		
	Lise	12	3,9167	1,24011		
	Ön lisans (2 yıllık)	8	4,0000	1,06904		
	Lisans (4 yıllık)	60	3,6500	1,05485		
	Yüksek Lisans	23	3,7826	1,08530		
	Doktora	1	3,0000	.		
	Total	107	3,7477	1,06482		
EG13. Sektörümdeki işletmeler kâr elde etmektedir.	İlkokul	2	3,5000	2,12132	1,109	,362
	Ortaokul	1	4,0000	.		
	Lise	12	3,2500	1,13818		
	Ön lisans (2 yıllık)	8	3,6250	,91613		
	Lisans (4 yıllık)	60	3,0833	,94406		
	Yüksek Lisans	23	3,0870	,99604		
	Doktora	1	5,0000	.		

	Total	107	3,1776	,99824		
EG14. Bu işletmenin yaptığı faaliyet öncelikle çevrenin korunmasını amaçlamaktır.	İlkokul	2	5,0000	,00000	,537	,779
	Ortaokul	1	4,0000	.		
	Lise	12	4,0833	1,16450		
	Ön lisans (2 yıllık)	8	4,3750	1,06066		
	Lisans (4 yıllık)	60	4,0333	,97366		
	Yüksek Lisans	23	3,9130	,90015		
	Doktora	1	4,0000	.		
	Total	107	4,0561	,96965		
EG15. İşletmemi kurmamda, geçmişte çevreye yönelik faaliyetlerle ilgilenmemin etkisi vardır.	İlkokul	2	4,0000	,00000	,401	,877
	Ortaokul	1	4,0000	.		
	Lise	12	4,2500	,75378		
	Ön lisans (2 yıllık)	8	3,8750	1,24642		
	Lisans (4 yıllık)	60	3,9167	,96184		
	Yüksek Lisans	23	4,0000	1,00000		
	Doktora	1	5,0000	.		
	Total	107	3,9813	,95148		

EK.5. Eko-Girişimcilik Frekans Tabloları

EG1. Doğal çevre benim için çok önemlidir.				
	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Biriken Yüzde
Kesinlikle katılmıyorum	3	2,8	2,8	2,8
Katılıyorum	9	8,4	8,4	11,2
Kesinlikle katılıyorum	95	88,8	88,8	100,0

EG2. Bu alanda bir girişime başlamak her zaman istediğim bir şeydi.				
	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Biriken Yüzde
Ne katılıyorum ne katılmıyorum	5	4,7	4,7	4,7
Katılıyorum	40	37,4	37,4	42,1
Kesinlikle katılıyorum	62	57,9	57,9	100,0

EG3. Yaptığım bu işin doğal çevrede oluşturacağı olumsuz etkiyi minimum düzeye indirmek benim için yasal bir zorunluluktur.				
	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Biriken Yüzde
Kesinlikle katılmıyorum	5	4,7	4,7	4,7
Katılmıyorum	6	5,6	5,6	10,3
Ne katılıyorum ne katılmıyorum	11	10,3	10,3	20,6
Katılıyorum	25	23,4	23,4	43,9
Kesinlikle katılıyorum	60	56,1	56,1	100,0

EG4. Ekolojik kültürü yaymak için çevre kuruluşlarının harcadığı çaba önemlidir.				
	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Biriken Yüzde
Ne katılıyorum ne katılmıyorum	10	9,3	9,3	9,3
Katılıyorum	29	27,1	27,1	36,4
Kesinlikle katılıyorum	68	63,6	63,6	100,0

EG5. Yaptığım bu işin doğal çevrede oluşturacağı olumsuz etkiyi minimum düzeye indirmek benim için çevreye karşı bir görevdir.				
	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Biriken Yüzde
Kesinlikle katılmıyorum	2	1,9	1,9	1,9
Katılmıyorum	2	1,9	1,9	3,7
Ne katılıyorum ne katılmıyorum	1	,9	,9	4,7
Katılıyorum	21	19,6	19,6	24,3
Kesinlikle katılıyorum	81	75,7	75,7	100,0

EG6. Yaptığım bu işin doğal çevrede oluşturacağı olumsuz etkiyi minimum düzeye indirmek benim için kurumsal bir yüküdür.				
	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Biriken Yüzde
Kesinlikle katılmıyorum	16	15,0	15,0	15,0
Katılmıyorum	15	14,0	14,0	29,0
Ne katılıyorum ne katılmıyorum	8	7,5	7,5	36,4
Katılıyorum	29	27,1	27,1	63,6
Kesinlikle katılıyorum	39	36,4	36,4	100,0

EG7. Arkadaşlarım ve ailem çevreye karşı ilgisizdir.				
	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Biriken Yüzde
Kesinlikle katılmıyorum	34	31,8	31,8	31,8
Katılmıyorum	52	48,6	48,6	80,4
Ne katılıyorum ne katılmıyorum	16	15,0	15,0	95,3
Katılıyorum	3	2,8	2,8	98,1
Kesinlikle katılıyorum	2	1,9	1,9	100,0

EG8. Doğal çevreyle ilgili sosyo-ekonomik faaliyetleri etkileyen bilgilere erişim (bir girişim oluşturma olanağı, hibe, rekabet, bu alandaki mal ve hizmetler için talep) kolaydır.				
	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Biriken Yüzde
Kesinlikle katılmıyorum	14	13,1	13,1	13,1
Katılmıyorum	39	36,4	36,4	49,5
Ne katılıyorum ne katılmıyorum	34	31,8	31,8	81,3
Katılıyorum	17	15,9	15,9	97,2
Kesinlikle katılıyorum	3	2,8	2,8	100,0

EG9. Bu faaliyet alanında yapılacak olan yatırımlara yönelik teşvikler potansiyel ekogirişimcilerin ilgisini çekmektedir.

	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Biriken Yüzde
Kesinlikle katılmıyorum	3	2,8	2,8	2,8
Katılmıyorum	18	16,8	16,8	19,6
Ne katılıyorum ne katılmıyorum	30	28,0	28,0	47,7
Katılıyorum	42	39,3	39,3	86,9
Kesinlikle katılıyorum	14	13,1	13,1	100,0

EG10. Çevre kuruluşlarından alınan yardımlar yararlıdır.

	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Biriken Yüzde
Kesinlikle katılmıyorum	3	2,8	2,8	2,8
Katılmıyorum	10	9,3	9,3	12,1
Ne katılıyorum ne katılmıyorum	26	24,3	24,3	36,4
Katılıyorum	54	50,5	50,5	86,9
Kesinlikle katılıyorum	14	13,1	13,1	100,0

EG11. Kısa vadede (5 yıl içinde) Türkiye’de ekolojik ürünlere yönelik artan bir talep olacaktır.

	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Biriken Yüzde
Kesinlikle katılmıyorum	1	,9	,9	,9
Katılmıyorum	2	1,9	1,9	2,8
Ne katılıyorum ne katılmıyorum	8	7,5	7,5	10,3
Katılıyorum	58	54,2	54,2	64,5
Kesinlikle katılıyorum	38	35,5	35,5	100,0

EG12. Bu iş alanında faaliyet göstermemde tecrübelerimin büyük etkisi vardır.

	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Biriken Yüzde
Kesinlikle katılmıyorum	2	1,9	1,9	1,9
Katılmıyorum	15	14,0	14,0	15,9
Ne katılıyorum ne katılmıyorum	20	18,7	18,7	34,6
Katılıyorum	41	38,3	38,3	72,9

EG13. Sektörümdeki işletmeler kâr elde etmektedir.				
	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Biriken Yüzde
Kesinlikle katılmıyorum	3	2,8	2,8	2,8
Katılmıyorum	27	25,2	25,2	28,0
Ne katılıyorum ne katılmıyorum	34	31,8	31,8	59,8
Katılıyorum	34	31,8	31,8	91,6
Kesinlikle katılıyorum	9	8,4	8,4	100,0

EG14. Bu işletmenin yaptığı faaliyet öncelikle çevrenin korunmasını amaçlamaktır.				
	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Biriken Yüzde
Kesinlikle katılmıyorum	4	3,7	3,7	3,7
Katılmıyorum	3	2,8	2,8	6,5
Ne katılıyorum ne katılmıyorum	14	13,1	13,1	19,6
Katılıyorum	48	44,9	44,9	64,5
Kesinlikle katılıyorum	38	35,5	35,5	100,0

EG15. İşletmemi kurmamda, geçmişte çevreye yönelik faaliyetlerle ilgilenmemin etkisi vardır.				
	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Biriken Yüzde
Kesinlikle katılmıyorum	1	,9	,9	,9
Katılmıyorum	12	11,2	11,2	12,1
Ne katılıyorum ne katılmıyorum	7	6,5	6,5	18,7
Katılıyorum	55	51,4	51,4	70,1
Kesinlikle katılıyorum	32	29,9	29,9	100,0

ÖZGEÇMİŞ

Adı ve Soyadı : Tuba ATINÇOĞLU
Doğum Tarihi : 04.10.1992
E-mail : tubaatincoglu@gmail.com

Öğrenim Durumu :

Derece	Bölüm/Program	Üniversite	Yıl
Lisans	Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik	Balıkesir Üniversitesi	2010-2014
Yüksek Lisans	Turizm işletmeciliği	Mersin Üniversitesi	2016-2019

ESERLER (Makaleler ve Bildiriler)

1. Atınçoğlu T. Ve Dönmez B. (2017). Ağacı Sev! Hayvanlarla Arkadaş Ol! Doğa Dostu Turizm Çiftliklerinde Tatil Yap! *The First International Congress On Future Of Tourism: Innovation, Entrepreneurship and Sustainability*, Proceeding Book, 1238-1248.
2. Kızılay K., Atınçoğlu T. Ve Dönmez B. (2017). Dünyayı Vejetaryenlik Kurtaracak... Hayvansal Gıda Tüketmeyerek Başlayacak Her Şey... Ta Tu Ta Çiftlikleri ve Vejetaryen Tatil Alternatifleri. *The First International Congress On Future Of Tourism: Innovation, Entrepreneurship and Sustainability*, Proceeding Book, 779-793.