

**Citation:** Taş A. & Özer K.O. & Ayhan M. (2017), İdeolojinin İdealizasyonu İle Kapitalizmin Çekiciliği Ve Zorlamaları Arasına Sıkışan Girişimciler: Turizm Girişimcileri Üzerine Bir İnceleme, BMIJ, (2017), 5(3): 728-746 doi: <http://dx.doi.org/10.15295/bmij.v5i3.147>

## İDEOLOJİNİN İDEALİZASYONU İLE KAPİTALİZMİN ÇEKİCİLİĞİ VE ZORLAMALARI ARASINA SIKIŞAN GİRİŞİMCİLER: TURİZM GİRİŞİMCİLERİ ÜZERİNE BİR İNCELEME

Doç. Dr. Ali TAŞ<sup>1</sup>

Doç. Dr. Kazım Ozan ÖZER<sup>2</sup>

Mustafa AYHAN<sup>3</sup>

Received Date (Başvuru Tarihi): 08/08/2017

Accepted Date (Kabul Tarihi): 10/11/2017

Published Date (Yayın Tarihi): 20/12/2017

### ÖZ

*Bu çalışmanın amacı girişimcilerin savundukları ideolojilerinin inanç, değer ve normlarıyla -kapitalist gerekliler arasında ortaya çıkan çelişkileri nasıl yönettikleri ve böylesi çelişkiler karşısında girişimcilerin ideolojik duruşları yönünde mi yoksa kapitalist gereklilikler doğrultusunda mı tercihte bulduklarına dair tespitlerde bulunmaktadır. Bu amaç çerçevesinde muhafazakâr ideolojiyi benimsemiş olan sekiz turizm girişimcisiyle mülakatlar gerçekleştirilmiştir. Mülakatlar sonucunda ulaşılan bulgular, girişimcilerin ideolojilerinin özünü oluşturan değer, inanç ve normlarla çelişen örgütsel hizmet ve eylemlerde bulduklarında kendilerini baskı altında hissettiklerini ve mümkün olduğunca kendi değer ve inançlarıyla çelişen tercihlerden kaçınarak ideolojik duruşları doğrultusundan tercihte bulduklarına dair imalarda bulunmaktadır. Ancak bu imalar, ideoloji kapitalist gereklilikler ve karlılık arasındaki tercihte, girişimcilerin sürekli ideolojiden yana bir tercihte buldukları ya da bulunacakları anlamına gelmemektedir. Çünkü bulgular, girişimcilerin ideolojileri yönünde tercihte bulunmalarına imkan tanıyan bir dizi ekonomik kazanımların ve turizm endüstrisi temelinde yeni yatırım biçimlerinin ortaya çıktığına işaret etmektedir. Aksi durumda girişimcilerin tercihlerinin ne yönde olacağıyla ilgili tespitlerde bulunabilmek için ayrı araştırmaların yapılması gerekmektedir.*

**Anahtar Kelimeler:** İdeoloji, Kapitalist Gereklilikler, Kurum, Kurumsal Teori

**Jel Kodları:** M10, M19, L20

<sup>1</sup> Doç. Dr. Sakarya Üniversitesi [alistas@sakarya.edu.tr](mailto:alistas@sakarya.edu.tr)

<sup>2</sup> Doç. Dr. Nişantaşı Üniversitesi [kazimozanozer@gmail.com](mailto:kazimozanozer@gmail.com)

<sup>3</sup> Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü [mustafaayhan@gmail.com](mailto:mustafaayhan@gmail.com)

<http://orcid.org/0000-0002-7747-5333>

<http://orcid.org/0000-0002-1825-0094>

<http://orcid.org/0000-0002-1825-0096>

## ENTREPRENEURS WHO ARE CONTRADICTION BETWEEN THE IDEALIZATION OF IDEOLOGY AND THE ATTRACTIVENESS OF CAPITALISM: A RESEARCH ON TOURISM ENTREPRENEURS

### ABSTRACT

*The main purpose of this study is to reveal how entrepreneurs manage conflicts or contradictions between values, norms and beliefs specific to entrepreneurs' ideology and capitalist requirements. In addition to the main purpose, this study also focus on what the preferences of entrepreneurs are when they have a conflict and contradiction between their ideological positions and capitalist requirements. In this context, interviews were conducted with eight entrepreneur who have invested in tourism industry. Interview data imply that when entrepreneurs have conflict between ideological norms-beliefs and capitalist requirements, they prefer ideological norms, beliefs, and avoid behaviour which are in conflict with their ideology. But, this implications always doesn't mean that entrepreneurs doesn't always prefer ideological norms and beliefs to capitalist requirements. Because data show that some new economic incomes and investment forms about tourism industry arise which enable to prefer ideological norms and beliefs.*

**Key Words:** Ideology, Capitalist Requirements, Institution, Institution Theory

**Jel Codes:** M10, M19, L20

### 1. GİRİŞ

Kurumsal kuram son otuz yıldır North (1990) ve Williamson (1975-1985)'in çalışmalarıyla ekonomi DiMaggio ve Powel (1983), Meyer ve Rowan (1977), Scott (1987, 1991, 1995) tarafından yapılan çalışmalarla da sosyoloji disiplinde yoğun olarak çalışılan kuramların başında gelmektedir. Gerek doğrudan Kurumsal kurama ilişkin tartışma ve gelişmeleri odak noktası alan çalışmalar, gerekse Kurumsal kuramın argümanları temel alınarak yapılan ilişkisel çalışmalarla kurama ilişkin yazın her geçen gün zenginleşmektedir. Bugün itibariyle, Kurumsal kurama ilişkin çalışmalar, genel olarak kurumsal mantık tartışmaları temelinde zenginleşme eğilimi sergilemektedir. Bunun dışında, kuramla ilgili olarak odaklanılan diğer bir alt alanda karşılaştırmalı kurumsalcılık teması adı altında gelişmektedir. Bu tema altında, kapitalist pazar ekonomilerinin organizasyonları içerisindeki farklı yapılar vurgu yapan çalışmaların varlığı dikkat çekmektedir. Bu çalışmalar temelinde şekillenen yaklaşımları Kapitalizm çeşitleri yaklaşımı (Hall ve Soskice, 2001), Ulusal iş sistemleri yaklaşımı (Whitley, 1999) ve sosyal etki yaklaşımı (Maurice ve Sorge, 1980-2000) şeklinde sıralamak mümkündür. Adı geçen bu yaklaşımlar kapitalizmin farklı örgütlenme formlarının varlığına ve ekonomik aktivitelerin bir topluma özgü sosyal yapılarla iç içe geçmişliğine dikkat çekmektedirler (Kristensen ve Lilja, 2011; Streeck ve Thelen, 2005; Boyer, 2005; Crouch ve Streeck, 1997; Lane, 1995).

Uluslararası yazının Kurumsal kuramla ilgili ifade edilen popüler odak alanlarına karşılık bu çalışma, yazının güncel çalışma ve tartışma alanlarından farklı hatta

yazının genel ilgi eğilimi göz önüne alındığında, birazda günü geçmiş sayılabilecek bir konuya odaklanmaktadır. Çalışma doğrudan “kurum” üzerinden yola çıkarak, bir kurum olarak ideolojinin girişimci düşünce ve eylemelerine nasıl etkide bulunduğuna dair tespitlerde bulunmaya odaklanmıştır. Bu çerçevede araştırmada şu sorulara cevap aranmıştır.

1-) Girişimcilerin savundukları ideolojinin değer-norm ve inançlarıyla çelişen endüstrinin kapitalist gerekliliklerine girişimciler nasıl karşılık vermektedir?

2-) İdeolojik tercihleriyle turizm sektörünün rutinleşmiş gereklilikleri olarak kabul edilen ürün ve hizmetlerin sunumu arasında çatışma yaşayan girişimciler, sektörel gereklilikler doğrultusunda tercihte bulduklarında, tercihlerini kendi iç dünyalarında nasıl meşrulaştırmaktadır?

3-) Girişimcilerin, turizm sektörünün kendi ideolojileri ile çatışan-çelişen gereklilikleri ve durumları karşısında, ideolojilerine yönelik bir eğilim sergileme durumlarında böylesi bir eğilim sergilemelerini kolaylaştıran durumlar söz konusu mudur? İfade edilen yönde davranışta bulunmaları konusunda girişimcilerin işini kolaylaştıran ortak gelişmelerin varlığından bahsedilebilir mi?

Araştırmaya yön veren sorular temel alındığında, bu araştırmanın Türkiye gibi ideolojilerin insan ve örgüt davranışları üzerinde önemli bir şekillendirici olduğu ve toplumun ideolojik olarak farklı gruplara bölünme eğilimlerinin yoğun olduğu bir ülkede, önemli vurgulara işaret edebileceği düşünülmektedir. Ayrıca çalışmanın izleğini oluşturan sorular temel alındığında, çalışmanın bir anlamda ünlü iktisat tarihçi Sombart’ın ileri sürdüğü “*kapitalist sistemin etkin bir şekilde işlemesi konusunda direnç noktası oluşturan ve kapitalist sistemin genel değer-anlayış ve işleyişine oluşturan temalarla çatışan hiçbir değer varlığını sürdürmeyeceği yönündeki*” iddiaya ilgili olarak, Türkiye ölçeğinde bir dizi ampirik bulgu ortaya koyma yönünde de katkı sağlayabileceği düşünülmektedir.

## **2. BİR KURUM OLARAK İDEOLOJİ**

Kurumsal kuramın, kurum kavramına yüklediği anlama ilişkin inceleme kavrama dair çok sayıda açıklamanın yapılmış olduğunu göstermektedir. Bu durum, kavramın kuramın anlaşılması ve argümanlarının şekillenmesi açısından ne derece önemli olduğuna dair ciddi imalarda bulunmaktadır. Her bir teori, yaklaşım ve modelin kendi argümanlarını geliştirirken temel aldığı kendine özgü kavramlar bulunmaktadır. Teori, yaklaşım ve modeller kendi argümanlarını bu kavramlar, kavramlara yüklenen anlamlar ve fonksiyonlarla bunlar arasında tanımlanan veya var olduğu iddia edilen ilişkilerden hareketle geliştirirler. Bu durum göz önüne

alındığında, kurum kavramının doğal olarak kurumsal kuramın argümanlarının şekillenmesindeki en temel kavramlardan biri olduğu rahatlıkla söylenebilir. Bu kapsamda, kurum kavramına ilişkin açıklamalardan biri Durkheim tarafından yapılmıştır. Durkheim (1994) kurumları, ortak eğilimlerin bir sonucu olarak ortaya çıkan ve bir toplumdaki objektif yargılama ve eylemler setini sürekli hale getiren yapılar olarak tanımlamıştır. Kurumsal kuram literatürünün gelişmesinde çok önemli bir yeri olan Scott (1995) ise, kurum kavramını bir toplumdaki sosyal davranışlara istikrar ve anlam kazandıran, normatif, bilinçsel ve düzenleyici yapılar olarak tanımlayarak kurumsal özelliklerin ise kültürel kodlarla, toplumsal düzlemdeki farklı yapılar ve rutinleşmiş işler aracılığıyla aktarıldığını ifade etmiştir. Scott (1995)'e göre kurumlar her düzeyde etkileme gücüne sahip yapılardır. Scott (1995) tarafından ortaya konulan bu tanımın kurumların normatif, bilinçsel ve düzenleyici yönüne yapmış olduğu vurgunun çalışmanın temel izleği açısından oldukça önemli olduğu söylenebilir. Bu vurgu kurumlara ilişkin ayrımlara yönelik tamamlayıcı bir rol oynamaktadır. North (1990), kurumların formalleşme derecesine ilişkin açıklamalarında formal kurumlar ve informal kurumlar temelinde bir ayrım yapmıştır. Formal kurumların yasa yapıcı, düzenleyici ve kural koyucu yönlerine vurgu yapmıştır. Informal kurumları ise normlar, değerler ve etik sistemlerin kaynağı olan kurumlar olarak nitelmiştir. Scott (1995)'in sunmuş olduğu açıklamalar North (1990) tarafından yapılan ayrım temelinde ele alındığında, formal kurumların zorlayıcı öğeler temelinde, informal kurumlarınsa normatif ve bilişsel öğeler temelinde işlerlik gösterdiğini söyleyebiliriz. Kurumlar, doğaları gereği bir yandan toplumsal düzlemdeki var olan bireylerin ve örgütlerin davranışlarına yön verirken, diğer yandan da hem bireylerin hem de örgütlerin davranışları üzerinde meşruiyet baskısı yaratma özelliğine sahiptirler. Kurum kavramına ilişkin açıklamalarda öne çıkan diğer önemli bir hususta, kurumların sürekli yeniden üretilen davranış örüntüleri ve kurallar sistemleri olarak nitelendirilmiş olmalarıdır (Jepperson, 1991). Hughes (1936) kurumların bahsedilen bu yönüne vurgu yaparak, kurumların istikrarlı birer sosyal sistem özelliği taşımış olduklarını ifade etmiştir. Bu açıklamalar ışığında, kurum olarak nitelendirilen yapılara ilişkin bazı ortak özellikler tanımlamak gerekirse Scott (1995) tarafından yapılan açıklamalardan hareketle şunlar söylenebilir.

- Kurumlar, bir yandan istikrarlı sistem niteliği taşıırken diğer yandan da süresiz ve tekrarlamalı dolayısıyla değiştirilebilir bir niteliğe sahip olabilirler.
- Kurumlar, sosyal ve ekonomik yaşama istikrar sağlayan kültürel, bilişsel, normatif ve düzenleyici öğelerden oluşan sistemlerdir.

- Kurumlar, zaman içerisinde toplumsal düzlemde önemli bir fonksiyon ortaya koyan simgesel ve ilişkisel sistemlerle farklı alanlara ilişkin rutinler üretme becerisine sahiptirler.

- Kurumlar, esnekliğe sahip sosyal yapılardır. Bu özelliklerinden dolayı, bir toplumsal düzlemdeki bireyleri ve örgütleri belli şekillerde davranmaya yönlendirmelerinin yanında, yaşanan diğer gelişmeler ışığında değişebilmektedirler (Scott, 1995).

Kurumlara dair bahsedilen bu ortak özelliklerin yanında, kurumların kendi yapısal özellikleri temel alınarak farklı şekillerde kategorize edilmiş oldukları da görülmektedir. Kurumların yapısal özellikleri temelinde yapılan ayrımları şu şekilde özetlemek mümkündür. Bu ayrımlardan ilki, kurumların belirsizliği ortadan kaldırarak maliyetler üzerinde düşürücü bir etkide bulunma becerilerini temel alarak yapılmış olan etkili-etkisiz kurumlar ayrımıdır. Burada bahsedilen etkisiz kurumlar bir kurum olmanın fonksiyonunu üstlenemedikleri gibi, aynı zamanda kurumlardan beklenen belirsizliği ortadan kaldırarak, iş ve işlemlerin maliyetlerini minimize etme yönünde de etkisi olmayan kurumlardır. Hatta aksine, böylesi kurumlar ortaya koymuş oldukları düzenlemelerle maliyetlerin artmasına neden olabilmektedirler. Kurumlara ilişkin yapılan bir başka ayrımsa zayıf ve güçlü kurumlar ayrımıdır. Kurumların bazıları varlıklarını devam ettiriyor olmalarına rağmen, bireyler ve örgütler üzerinde yönlendirmede bulunma ve yaptırım uygulama becerilerini kaybetmiş olabilirler. Böylesi kurumlar zayıf kurumlar olarak nitelendirilmektedirler. Bu durumun tersine, bireyler ve örgütler üzerinde bir yönlendirme ve yaptırım uygulayabilme becerisine sahip kurumlar ise güçlü kurumlar olarak nitelendirilmektedirler (Batjargal ve diğ., 2003).

Bu bahsedilen ayrımların yanında Roland (2004)'de kurumları yavaş değişen kurumlar ve hızlı değişen kurumlar şeklinde ikili bir ayrıma tabi tutmuştur. Yavaş hareket eden kurumları kültür, din, aile gibi kurumlar olarak ifade ederken, hızlı hareket eden kurumları da politik kurumlar olarak örneklendirmiştir. Yavaş hareket eden kurumlarda değişim yavaş bir şekilde gerçekleşmekte ve bu kurumlar sosyal norm içerikli kurumlar olarak görülmektedirler. Buna karşılık hızlı hareket eden kurumlarsa hızlı değişme ve hareket etme becerisine sahip kurumlar olarak nitelendirilmişlerdir. Yavaş-hızlı hareket eden kurumlar temel alındığında ideolojinin yavaş hareket eden bir kurum olduğu söylenebilir. Çünkü bir kurum olarak ideolojinin tek bir insan veya çıkar grubu tarafından yönetilemeyeceği gibi, hızlı bir şekilde değiştirilmesi ve ögesini oluşturan normların hızlı bir şekilde yeniden programlanması da pek mümkün görünmemektedir. Bir kurum olarak ideoloji, insanların ve toplumların yaşamsal düzleminde oynamış olduğu önemli rol itibari ile başta siyaset bilimi olmak üzere, çok farklı disiplinlerin

en önemli araştırma alanlarından birini oluşturmakta ve üzerinde çok fazla tartışma yapılmaktadır. Ancak bu çalışma, doğrudan ideoloji temasına odaklanan ve hem ideolojinin insanlar ve toplumlar üzerinde oluşturduğu etkiyi temel alarak bir ideoloji kritiği yapmak, hem de ideolojiler arasında bir karşılaştırma yaparak hangi ideolojinin belli temalar temelinde daha ideal olabileceğini tartışmak üzere yapılmamıştır. Araştırmada, daha öncede ifade edildiği gibi sadece bir kurum olarak ideolojinin girişimci karar ve davranışları üzerindeki etkisinin ne olduğu ve bu etkileme sonucunda ortaya çıkacak ikilemlerin nasıl yönetildiğine dair işaretler sunan bulgulara ulaşılması hedeflenmiştir. Bir başka ifadeyle, ideolojinin inanç-değer ve normlarıyla kapitalizmin gereklilikleri arasındaki dengenin, girişimci tarafından nasıl oluşturulmaya çalışıldığına dair bulgulara ulaşma amacı güdülmüştür. Bu durum göz önüne alındığında, araştırmada ideolojiye ilişkin bir tartışmaya girmeden ve ona farklı anlamlar yüklenmeden ele alınmıştır. Kısacası, ideoloji kavramına yansız yaklaşılmasının gerekli ve yeterli olduğu düşünülmüştür. Çalışmada, ideoloji bireyin davranışlarını yön veren ve onların davranışları üzerinde meşruiyet baskısı oluşturan değerler-normlar ve inançlar bütünü şeklinde düşünülerek, birey sosyal ve ekonomik yaşama dair eylemlerini şekillendiren bir düşünce sistemi olarak görülmüştür.

### **3. ARAŞTIRMANIN METODOLOJİSİ**

Araştırmanın giriş kısmında da belirtildiği gibi ideolojik anlayışlarıyla faaliyette buldukları sektörün hizmet alanın gerektirdiği sunum ve hizmetler arasındaki kapitalist gerekliliklere bağlı olarak ortaya çıkan çatışmaların, girişimci tarafından nasıl yönetildiğini tespit etmek amacıyla yapılmıştır. Bu bağlamda çalışmada giriş kısmında belirtilen sorulara cevap aranmıştır. Çalışmanın belirlenen amacı göz önüne alındığında, bu çalışmanın informel bir kurum olarak ideolojinin Türkiye ölçeğindeki etkisini farklı düzlemlerde ortaya çıkartmak amacıyla yapılması düşünülen bir dizi çalışmanın ikincisi olduğu söylenebilir. İfade edilen kapsamda yapılan çalışmalarda ilki “Kurumsal Değişimde İdeolojinin Rolü: Eğitim Kurumu Üzerinden Hareketle Türkiye Eksenli Bir Değerlendirme” başlığı altında (Taş ve Hızıroğlu, 2016) tarafından yapılmıştır.

Araştırma, fenomenolojik yaklaşımla tasarlanmıştır. Bilindiği üzere, Pozitivist yaklaşıma göre bir araştırmanın nihai hedefi bilimsel açıklamadır. Bir başka ifadeyle, insan davranışının evrensel ve nedensel açıklamalarını keşfetmek ve belgelemektir. Pozitivizme göre, toplumsal evren dikkatle toplanan veriler yoluyla test edilebilmesi ve test edilen veriler kullanılarak evrensel yasalar geliştirilmesi için son derece uygundur. Bu noktada, pozitivist yaklaşımın araştırmanın amacı, olayları açıklamak ve olayların düzenliliklerini ve sistematikliğini ortaya

koymaktır. Pozitivist yaklaşımın bilimsel bir araştırmanın nihai amacına ilişkin bu açıklamalarına karşılık, Post-Pozitivist yaklaşım bilimsel bir araştırmanın nihai amacını toplumsal yaşama dair bir anlayış geliştirmek ve insanların doğal ortamlarında nasıl anlam oluşturduklarını keşfetmek olduğunu ileri sürmektedir. Bu bağlamda yorumsayıcı bir araştırmacı, incelenen insanlar için neyin anlamlı ya da önemli olduğunu ya da bireylerin gündelik yaşamı nasıl deneyimlediklerini öğrenmek ister. Araştırmacı, bunu belirli bir toplumsal ortamı tanıyarak ve içindekilerin bakış açısını görerek yapar. Araştırmacı incelediği kişilerin duygularını ve yorumlarını paylaşır. Olayları onların gözünden görür (Neuman, 2006). Fenomolojik yaklaşımın bilimsel bir araştırmanın nihai amacının ne olması gerektiğine ilişkin bu açıklamaları, yukarıda ifade edilen amaç bağlamında bir araştırma için fenomolojik yaklaşımın benimsenmesinin uygun olduğuna işaret etmektedir. Fenomolojik yaklaşımdan hareketle tasarlanmış olan bir araştırmanın başarısı, şüphesiz ki araştırmayı sorusunu şekillendiren olguları kapsamlı olarak tecrübe etmiş kişiler üzerinden hareketle veri toplayabilmeye doğru orantılıdır. Bu nedenle araştırmada veri toplama yöntemi olarak mülakat yöntemi tercih edilmiş ve araştırma sorunsalını şekillendiren olay ve olguları tecrübe etmiş turizm girişimcileriyle mülakatlar gerçekleştirilmiştir. Mülakat gerçekleştirilmeden önce araştırmaya ilişkin literatürden hareketle araştırmaya yön veren sorular temel alınarak, mülakat soruları oluşturulmuştur. İlgili literatür incelemesi ve bu incelemeye bağlı olarak oluşturulan sorular Tablo 1’de yer almaktadır.

**Tablo 1: Literatür Vurguları ve Bu Vurgulardan Hareketle Hazırlanan Mülakat Soruları**

<ul style="list-style-type: none"><li>• Kurumlar, bir toplumdaki insanların ve örgütlerin düşünce dünyalarını şekillendiren bu özelliğinden dolayı, insanların ve örgütlerin eylemleri üzerinde şekillendirici olabilen ve onların davranışları üzerinde bir meşruiyet baskısı oluşturan yapılardır.</li><li>• Bir kurum olarak ideoloji, kendine inanların ve savununların sosyal ve ekonomik yaşama ilişkin eylemlerinde önemli şekillendiricilerden bir tanesidir.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Kendinizi ait hissettiğiniz ideolojinin değer, inanç ve normları işleticisi ve yöneticisi olduğunuz işletme ile ilgili kararları alırken sizi nasıl etkiliyor?<ul style="list-style-type: none"><li>• İdeolojinizin nüvesini oluşturan inanç, değer ve normlarla faaliyette bulunduğunuz alandaki hizmet ve ürün sunumlarının özellikleri arasındaki çatışmalarda, ideolojiniz yönünde bulunduğunuz tercihler işletmenizin faaliyetlerini ve karlılığını nasıl etkiliyor?<ul style="list-style-type: none"><li>• Faaliyette bulunduğunuz sektörde sürdürülebilirliğinizin sağlanması yönünde ideolojinizin inanç, norm ve değerleriyle çatışan kararlar almak zorunda kaldığınızda, ideolojik duruşu olan bir kişi olarak kendinizi nasıl hissediyorsunuz?<ul style="list-style-type: none"><li>• Bu konuda (çatışma durumunda) çıkan içsel çatışmalar karşısında neler düşünüyor? Neler yapıyorsunuz?</li></ul></li></ul></li></ul></li></ul>
---	--

Tablo 1’de belirtilen sorulara ek olarak toplanan verilerin tutarlılığını test etmek amacıyla mülakat yapılan girişimcilere şu sorularda sorulmuştur.

*Kısaca kendi girişimcilik tarihinizi ve bu tarihsel süreçte yaşadığı kritik durumlarla işletmeniz için aldığı önemli kararların neler olduğundan bahsedebilir misiniz?*

*Yapmış olduğunuz işten memnun musunuz? Eğer memnun değilseniz bu işte sizde memnuniyetsizlik yaratan nedenler nelerdir?*

*İşletmeniz ve kendinizle ilgili olarak gelecekte neler düşünüyorsunuz?*

*Bu işe sizden sonra çocuklarınızın devam etmesini ister misiniz? Eğer istemiyorsanız niçin bu işin sizinle sonlanmasını istiyorsunuz?*

İfade edilen bu sorular ışığında, mülakat yapılacak girişimcilere ulaşılması konusunda çalışmalar ilk olarak, hangi ideolojik düzlemdeki kişilerin belirlenen bağlamda bir araştırmada veri kaynağı olarak değerlendirilmesi gerektiğine karar vermekle başlamıştır. Araştırmanın amacı ve turizm sektörünün doğası göz önüne alındığında, muhafazakâr ideolojiyi benimseyen girişimcilere yönelmesinin uygun olacağına karar verilmiştir. Çünkü muhafazakâr ideolojinin



inanç, norm ve değerleriyle, turizm sektörünün gereklilikleri arasındaki çatışma potansiyelinin oldukça yüksek olduğu bilinmektedir. Bu durum göz önüne alınarak, ideolojiyle kapitalist gereklilikler arasındaki çatışmasının en çok muhafazakâr ideolojinin paydaşları arasında yaşandığı sonucuna varabiliriz. Bu tespitten sonra ilk olarak sosyal bağlantılar kullanılarak turizm sektöründe faaliyet gösteren girişimcilere ulaşma yönünde çalışmalar yapılmıştır. Araştırmacılarla tanışıklığı olan ve turizm sektöründe farklı bölgelerde ve farklı pozisyonlarda çalışan kişilere araştırmanın amacından bahsedilmiş ve bu amaç çerçevesinde görüşülebilecek kişileri tanıyıp tanımadıkları sorulmuştur. Bu kişiler tarafından önerilen isimlerin bir bölümüne ulaşmak mümkün olmamıştır. Önerilen isimlerden ulaşılanlara önce araştırmanın amacından bahsedilmiş ve bu çerçevede kendilerine sorulması düşünülen sorular aktarılmıştır. Ancak bu kişilerde bahsedilen kapsamda bir araştırmada yer almak istemediklerini ifade etmişlerdir. Bu durum, “*ideolojinin*” insanlar için üzerinde konuşulması riskli görünen bir konu olarak görüldüğüne dair imalarda bulunmaktadır. Genelde insanlar ideoloji ve ideolojiyle ilişkili konuları çok yakından konuşmak istememektedir. İnsanların bu konudaki isteksizlikleri araştırmacıları kendi sosyal çevresine doğru yöneltmiştir. Bu yönelme sonucunda, araştırmacılarla yaklaşık olarak 15 yıllık tanışıklığı olan bir turizm girişimcisi üzerinden veri toplanmasının mümkün olabileceği düşünülmüştür. Bu nedenle bahsedilen bu turizm girişimcisiyle temasa geçilmiştir. İlk görüşmede araştırmanın amacı ve kapsamı ayrıntılı olarak bu kişiye anlatılmıştır. Turizm girişimcisi, uzun süreli tanışıklığında vermiş olduğu güvenle böyle bir çalışmanın paydaşı olma konusunda son derece istekli davranmıştır. Bu girişimciyle ilk görüşme dışında gerekli görülen verilerin toplanabilmesi için ortalama 2’şer saat süren toplam 4 görüşme yapılmıştır. Görüşmeler mülakat yapılan kişinin izni alınarak kayıt altına alınmıştır. Daha sonra bu turizm girişimcisi vasıtasıyla üç tanesi mülakat yapılan turizmciler ile aynı bölgede iki tanesi de Sakarya şehrinin Sapanca ilçesinde yaşayan toplam 5 kişiye daha ulaşılmıştır. Bu beş kişi, veri toplama amacıyla görüşmelere başlanmadan önce araştırmacılarla uzun süreli tanışıklığı olan ve mülakat gerçekleştirilen ilk girişimciyle birlikte araştırmacılar tarafından ziyaret edilmiştir. Bu ilk ziyaretler esnasında çalışmanın amacı ve kapsamı mülakat yapılması düşünülen bu girişimcilere ayrıntılı olarak açıklanmıştır. Bu ziyaretler, aynı zamanda onları yakından tanıyan biriyle yapıldığı için araştırmacıya karşı güvenin tesis edilmesinde son derece etkili olmuştur. Ziyaretlerde her bir turizm girişimcisiyle mülakatların gerçekleştirilmesi için randevular alınmıştır. Alınan bu randevuları takip eden görüşmelerle birlikte bu 5 turizm girişimcisi ile - ortalama 2’şer saat süren 3’er görüşme gerçekleştirilmiştir. Bu beş girişimciyle yapılan ilk mülakatlar biraz resmi bir düzlemde geçse de, ikinci ve üçüncü

mülakatlarda girişimcilerin araştırmacılara olan güvenleri yükselmiş, buna bağlı olarak da görüşme yapılan kişiler oldukça samimi cevaplar vermişlerdir.

### **3.1. Verilerin Analizi ve Yorum**

#### **3.1.1. Yapılan Girişimcilerin Turizm Endüstrisindeki Faaliyet Alanları**

Mülakat yapılan girişimcilerin tamamı turizmle ilgili olarak birbiriyle ilişkili en az 2 işletmecilik faaliyetinde bulunmaktadır. Girişimci A, Girişimci C ve girişimci D hem pansiyon hem de restoran işletmeciliği yapmaktadırlar. Üç girişimcinin işletmesi de bir aile işletmesi niteliğindedir. Aşçılar dışında bütün çalışanları aile üyeleri ve akrabalarından oluşmaktadır. Diğer üç girişimci restoran ve pansiyon işletmeciliği dışında farklı işlerde yapmaktadır. Bunlardan girişimci B restoran ve pansiyon işletmeciliği dışında süpermarket işletmeciliği, girişimci E fındık tüccarlığı ve girişimci F ise emlak işletmeciliği yapmaktadır. Turizm endüstrisinin temel gereklilikleri, genel hizmet gelenekleri ve alışkanlıkları göz önüne alındığında mülakat yapılan girişimcilerin faaliyette buldukları alanların araştırmaya yön veren sorular çerçevesinde ihtiyaç duyulan verilerin toplanması için uygun olduğu görülmektedir. Çünkü hem restoran hem de pansiyon işletmeciliği muhafazakâr ideoloji ile çatışan gerekliliklere, geleneklere ve temel alışkanlıklara sahiptir. Bu çerçevede, muhafazakâr girişimcileri ideolojilerine ilişkin değer, inanç ve normlarla hizmet alanlarının gereklilikleri ve zorlamaları arasında bir tercih yapmaya zorlayacak hizmet alanlarıdır. Çünkü alkollü içecek sunumu, bir arada kalmaları dini açıdan sakıncalı görünen kişilerin aynı odada kalma talepleri gibi durumlar, turizm endüstrisinin doğasında var olan ancak muhafazakâr ideolojinin değer, inanç ve normlarıyla çatışan durumlardır.

#### **3.1.2. Mülakat Yapılan Girişimcilerin Özellikleri**

Mülakat yapılan girişimcilerin demografik özellikleri incelendiğinde ön plana çıkan hususlar şu şekildedir. Girişimcilerin tamamı 50 yaşın üzerindedir.

**Tablo 2: Mülakat Yapılan Girişimcilerin Yaşları ve Eğitim Durumları**

Girişimci	Yaşları	Eğitimleri	İşletmelerin Kuruluş Tarihi
Girişimci A	52	Lise	1990
Girişimci B	56	Lise	1988
Girişimci C	54	Yüksek Okul	1991
Girişimci D	59	Ortaokul	1986
Girişimci E	60	Ortaokul	1986
Girişimci F	52	Lise	1992

Katılımcıların yaşları göz önüne alındığında, araştırma soruları temelinde gerçekleştirilecek bir inceleme için oldukça uygun bir yaş grubunda oldukları rahatlıkla söylenebilir. Çünkü günümüzde 50 yaşın üzerinde olan bütün insanlar 1980 öncesi yaşanan siyasi çatışmalarda genel olarak yer almış ve belirgin derecede ideolojik tercihleri olan insanlardır. Nitekim mülakat yapılan girişimcilerden Girişimci A, B, D, ve F 1980 öncesi siyasi çatışmalara aktif olarak katılmış kişilerdir. Bu girişimcilerden B ve F 1980 ihtilalinden sonra siyasi faaliyetleri nedeniyle yargılanmış ve ceza almışlardır. Türkiye’deki 50 yaş üstünde insanların önemli bir kısmı ideolojik bilinci yüksek ve ideolojilerini oluşturan değer, norm ve inançlara görece daha bağlı kişilerdir. Dolayısıyla, mülakat yapılan girişimcilerin kuşaksal olarak sahip oldukları özellikler, örneklemin araştırmaya yön veren sorular bağlamında uygun olduğunu göstermektedir.

Mülakat yapılan girişimcilerden girişimci C dışındaki diğerleri ortaokul ve lise mezunudur. Girişimcilerin hiçbiri, turizmle ilgili formel bir eğitim almamışlar ve bir kurs ya da herhangi bir mesleki eğitim programlarını da katılmamışlardır. Lise mezunlarından bir tanesi de İmam Hatip Lisesi mezunuyken, iki tanesi ise meslek lisesi mezunudur. Yüksekokul mezunu olan girişimci iki yıllık muhasebe bölümünü bitirmiştir. Mülakat yapılan kişiler kendi tabirleriyle alaylı turizmcilerdir.

Mülakat yapılan girişimciler, işletmecilik faaliyetlerine 1980’li yılların ikinci yarısında ve 90’lı yılların ilk yarısında başlamışlardır. Aynı zamanda tamamı kurucu girişimcilerdir. Hem işletmekte oldukları restoranları, hem de pansiyonları kendileri kurmuşlardır. Mülakat yapılan girişimcilerin tamamının kurucu girişimci olması, araştırmanın bağlamı göz önüne alındığında oldukça önemlidir. Çünkü kurucu olmaları itibarıyla hem kendilerini ait

hissettikleri ideolojinin işletmelerin kuruluş sürecindeki kararlar üzerindeki etkilerini, hem de işletmenin kurulduğu zamandan bugüne kadar geçen zaman içerisinde işle ilgili kritik kararlarda, ideolojilerinin etkisini analiz etmeye yönelik veri toplanması olanağı ortaya çıkmıştır.

Mülakat yapılan kişilerden Girişimci A ve D kendisini milliyetçi muhafazakâr, diğerleri ise kendilerini muhafazakâr olarak tanımlamaktadırlar. Girişimcilerin tamamı günlük yaşamlarında ideolojilerinin değerlerini yansıttıklarını ifade etmişlerdir. Hepsi günde beş vakit namaz kılmaya çalıştıklarını, ramazan ayının kendileri için önemli bir ay olduğunu ve bu ayda yaşamsal pratiklerinin ve buna bağlı olarak manevi yönlerinin değiştiğini ifade etmişlerdir. Bunun yanında, dini ve milli değerlerin kendileri için en önemli değerler olduğuna dair önemli imalarda bulunmuşlardır<sup>4</sup>. Ayrıca bütün girişimciler, Ramazanda iftira kadar restoranlarını kapattıklarını sadece iftarda açtıklarını ve bütün restoranların aslında ramazanda kapalı olması gerektiğini düşündüklerini ifade etmişlerdir. Girişimcilerin bu ifadeleri göz önüne alındığında muhafazakârlık derecelerinin oldukça yüksek olduğu söylenebilir. Dolayısıyla, mülakat yapılan girişimcilerin ideolojik duruşları ve yaşantıları göz önüne alındığında mülakat sorularına cevap verebilecek uygunlukta kişiler oldukları söylenebilir.

### **3.1.3. Girişimcilerin İdeolojilerinin İş Hayatıyla İlgili Alman Kararlar Üzerindeki Etkisi: Muhafazakâr İdeolojinin Değer-Norm ve İnançlar Turizm Endüstrisinin Rutinleri ile Çatışması**

Mülakat yapılan girişimcilerin kendilerini ait hissettikleri ideolojilerinin değer, inanç ve normlarıyla çelişen kapitalist gerekliliklere nasıl karşılık verdiklerini tespit etmeye yönelik sorulara verdikleri cevaplar göz önüne alındığında, ideolojik duruşun en fazla etkili olduğu iki temel alanın varlığı görülmektedir. Bunlardan ilki, restoranlarında alkollü içecek satma veya satmamayla ilgilidir. İkinci ise, pansiyon işletmeciliği yapan girişimcilerin nikâhsız yaşayan çiftleri pansiyonda konaklatmak istememeleridir. Mülakat yapılan kişilerin tamamı ideolojilerinin iş hayatlarıyla ilgili alman kararlar üzerindeki etkisine ilişkin yoğun olarak içki satma/satmama ile ilgili ifadelerde bulunmuşlardır.

Girişimci A “İki alanda çok zorlandım. Bir içki satmak bide özellikle son dönemde nikâhsız yaşayanları pansiyonda konaklatmak...”

<sup>4</sup> Türkiye’de Bahçeşehir Üniversitesi ve MAG Araştırma Şirketi tarafında yapılmış olan muhafazakarlık çalışmalarında da namaz, oruç ve hac ibadetleri hakkında sorular araştırmalarda kullanılan ölçeğin önemli bir alanını oluşturmaktadır.

Girişimci C *“Ben uzunca yıllar restorandı bir kulüp gibi işlettim. Kulüpçülük yaptım sürekli rahatsız oldum. En son alkol satmaktan vazgeçtim...”*

Girişimci D *“2000 Eylül ayına kadar içki sattım...”*

Mülakat yapılan girişimci B ve girişimci E ise, değer sistemlerine aykırı olduğu gerekçesiyle işe başladıkları andan itibaren alkol satışına girişmediklerini ifade etmişlerdir. Girişimcilerin bu konudaki ifadelerinde öne çıkan en önemli nokta, turizm endüstrisine yatırım yaptıkları 90 yıllara kadar alkol satışı yapılmamasının işletmecilik faaliyetleri üzerinde olumsuz etkileri olduğu yönündeki ifadeleridir. Mülakat yapılan kişilerin aşağıda yer alan ifadeleri,

Girişimci A *“O yıllar (80 li yılları kast ediyor) başka şekilde para kazanmak işletmeyi ayakta tutmak pek mümkün görünmüyordu...”*

Girişimci B *“1990’lı yıllardan önce sanki muhafazakârlar pek dışarı çıkıp yemek yiyecek paraya sahip değildi. Dışarda yemek yiyenler muhafazakâr olmayan kişilerdi ve onlarda içmek istiyorlardı...”*

Girişimci D *“Eğer belediyeler ve kamu bizim gibi düşünen insanlar tarafından yönetilmese onlara kurumsal hizmetler vermesek böyle Turistlik tesisi ayakta alkol olmadan tutmak zor. Zaten 90’lara kadar konuda çok sıkıntı vardı sektörde...”*

bahsedilen tespiti doğrular nitelikte verilerdir. Aslında girişimcilerin yukarıda yer alan ifadeleri muhafazakâr ideolojiyi benimsemiş bir girişimcinin, faaliyette bulunulan endüstrinin rutinleri kabul edilen hizmet ve uygulamalarla ideolojinin değer ve inançları arasında kalabildiklerini gösteren somut bulgular olarak kabul edilebilir.

### **3.1.4. İdeolojik Tercihleri İle Turizm Sektörünün Rutinleşmiş Gereklilikleri Olarak Kabul Edilen Ürün Ve Hizmetlerin Sunumu Arasında Sektörel Gereklilikler Doğrultusunda Tercihle Bulunan Girişimcilerin Bu Tercihini Kendi İç Dünyasında Meşrulaştırma Çabasına İlişkin Bulgular**

Girişimcilerin inandıkları ve savundukları ideolojiyle sektörel gereklilikler ve bu gereklilere bağlı olarak oluşan rekabet baskı karşısında, zorunlu olarak rekabet ve sektörel gerekliliklerden yana tercih de bulunmaları durumunda yaşadıklarına ilişkin ifadeler incelendiğinde, mülakat yapılan bütün girişimcilerin ilgili temada önemli oranda kendi tercih ve eğilimlerini sorgulama eğiliminde oldukları görülmektedir. Bunun yanında aşağıda yer alan ifadeler göz önüne alındığında, girişimcilerin ideoloji ile çelişen bir karar almaktan kaçınma ve eğer kaçınılmaz olarak alınıyorsa da, bu durumdan yoğun bir rahatsızlık duyarak bir takım davranış ve düşüncüler içine girme gibi eğilimlerinin olduğu görülmektedir.

Girişimci A “İlk zamanlarda alkol satıyorduk. Çünkü, başka şekilde para kazanmak işletmeyi ayakta tutmak pek mümkün görünmüyordu. Ama o zamanlar çok mutsuzdum. Vicdan azabı çekiyordum. Eve her gittiğimde çocuklarımın gözüne bakıp onlara kazandığım parayı nasıl yedireceğimi düşünüyordum. Sonra kendi kendime o vicdan azabı ile yaşayamadım. Alkollü içecek sunumundan vazgeçtik...”

Girişimci B “Buralara genelde alkol alan insanlar geliyordu. Bense bu işi kendime yediremiyordum. Asla kulüpçülük yapmadım. Pansiyona ilk zamanlar kanunlar sıkıydı. Sonradan esnedi ama ben hep aile pansiyonu yaptım...”

Girişimci C “Ben uzunca yıllar restorandı bir kulüp gibi işlettim. Kulüpçülük yaptım sürekli rahatsız oldum. Hep çocuklarım hastalandı o dönemde savunduğum fikirler her gün beni biraz daha derinden etkiledi. En son eşimle konuştum alkol satmaktan vazgeçtim...”

Girişimci D “2000 Eylül ayına kadar içki sattım. Dava arkadaşlarım beni hep eleştirdiler. Ama elimden gelen başka bir şey yoktu. O parayı evime sokmadım. İçkinin kasasını ayrı tuttum. Onunla vergi ödedim. Başka şeyler yaptım ama evime yiyecek almadım. Çocuklarımı da bir kere olsun akşamları buraya ayak bastırmadım...”

Girişimci E “Babam ve ben dünya görüşümüz doğrultusunda kesinlikle içki vermemeye karar verdik...”

Yukarıda yer alan ifadeler, girişimcilerin kendilerini ait hissetmiş oldukları ideolojinin değerleri ile çelişen kararlar ve gereklilikler hususunda son derece yoğun bir rahatsızlık yaşadıklarına dair önemli imalarda bulunmaktadır. İfadelerde ön plana çıkan diğer önemli bir temada, ideolojinin hakim değerleri ile rekabet baskısının gereklilikleri arasındaki tercihinin rekabet baskısına karşı koymaktan yana kullanan girişimcilerin, ortaya çıkan ikilemi yönetmek adına kendine özgü bir takım mekanizma ve anlayışlar geliştirme çabalarının varlığıdır. Mülakat yapılan girişimci D'nin alkol satışından kazanmış olduğu parayı evi ve çocukları ile ilgili işlerde harcamaması, ilgili satışlardan kazanmış olduğu parayla vergi ödemediğini ifade etmiş olması bu duruma örnek teşkil etmektedir. Girişimci, böyle bir yol izleyerek kendi tercihinin yaratmış olduğu pişmanlığı bir şekilde yönetmeye çalışmaktadır. Bunun yanında girişimcilerin ifadelerin ortaya çıkan bir diğer hususta, ideolojinin paylaşılan değer ve inançlarına aykırı davranma durumunda kendilerinin veya aile fertlerinin bir şekilde cezalandırılacağı yönündeki düşüncedir. Nitekim girişimci C'nin, alkol satarken çocuklarının sürekli hastalandıkları yönündeki ifadesi bu durumu örnek oluşturmaktadır. Özetlemek gerekirse, ideoloji ile rekabet gerekliliği arasındaki tercihin girişimciler üzerinde önemli bir baskı ve rahatsızlık yarattığı, ortaya çıkan rahatsızlığı girişimcilerin yönetmekte önemli sıkıntılar yaşamış oldukları söylenebilir. Ayrıca tercih ve davranışlarını meşrulaştırmak için bir takım mekanizma ve düşünce sistemi geliştirme çabasında olsalar da, bu çabaların

girişimcilerin kendilerini rahatlatıcı sonuçlara ulaştıracak herhangi anlayış üretmediği görülmektedir. Ancak bu bulgulardan yola çıkarak ideolojik değer ve inançlarla rekabetçi baskıların gereklilikleri arasındaki çatışmada, tercihin ideolojik değer ve inançlar noktasında olacağı yönünde, bir başka deyişle böylesi bir çatışmada ideolojiye ilişkin değerlerin ve inançların üstünlük sağlayabileceği yönünde bir önermede bulunmak pek mümkün görünmemektedir. Çünkü araştırmada bir sonraki başlık altında yer alan analizlerden anlaşılacağı gibi, girişimcilerin savundukları ideolojiden yana tercih de bulunmalarını kolaylaştıran ve bunu olanaklı hale getiren bir takım gelişmeler yaşanmıştır. Eğer böylesi gelişmeler yaşanmasaydı, girişimcilerin aynı yönde tercihte bulunma konusundaki eğilimlerinin ne yönde olacağı konusunda bir tahminde bulunmak pek mümkün görünmemektedir. Nitekim mülakat yapılan girişimci A 'nın bu husus değerlendirilirken kullanmış olduğu “...aksi olsaydı ne olurdu bilmiyorum. Çünkü sınanmamış erdem erdem değildir...” yönündeki ifadesi de bu durumun bir göstergesidir.

### **3.1.5. Girişimcilerin Turizm Sektörünün Kendi İdeolojileri İle Çatışan-Çelişen Gereklilikleri Ve Durumları Karşısında İdeolojilerine Yönelik Bir Eğilim Sergileme Durumlarında Böylesi Bir Eğilim Sergilemelerini Kolaylaştıran Durumları Tespite İlişkin Bulgular**

Girişimcilerle yapılan mülakatlar sonucunda ulaşılan veriler, girişimcilerin savunmuş oldukları ideolojilerinin hakim değerleriyle kapitalist gereklilikler arasındaki tercihte bulunma durumlarında, ideolojilerinin özünü oluşturan değer ve inançlardan yana tercihte bulunmalarının öncesinde ve/veya sonrasında bir dizi benzer gelişmelerin yaşandığı ve bu gelişmelere bağlı olarak da bazı olayların şekillenmiş olduğunu göstermektedir. Aşağıda yer alan girişimci ifadeleri incelendiğinde, tercihi yönlendiren ortak-benzer gelişmelerin ne/neler olduğu ve bu gelişmelerin tercihler üzerindeki etkisi daha iyi anlaşılacaktır.

Girişimci A “Alkol satışı bıraktıktan sonra yeni bir takım şeyler uyguladık. Mesela kurum yemeklerine yöneldik. Sivil toplum örgütleri ile iletişime geçtik onların toplu yemeklerinde ev sahipliği yaptık. Belediyeler ve okullar ile iş birliği yaptık. Düğün organizasyonlarına giriştik. Yani tipik restoran olmaktan çıktık hizmet alanımızı genişlettik... Kendimiz gibi muhafazakâr sivil toplum örgütlerinin organizasyonlarına yönelik hizmetler ürettik...”

Girişimci B “Asla kulüpçülük yapmadım. Yazları sünnet düğünleri ile iş götürdüm. Kışları ise başka iş yaparak geçimimi sağladım. Pansiyona ilk zamanlar kanunlar sıkıydı. Sonradan esnedi ama ben hep aile pansiyonu yaptım. Zaman zaman ikinci iş yaparak geçimi sağladım... Bizim gibi insanlar zenginleşene kadar içimiz zor oldu...”

**Girişimci C** “İlk zamanlar işler bu işten olumsuz etkilendi. Çünkü o zamanlar bizim gibi düşünenler bu kadar zengin değillerdi. Onlar dışarda çıkıp yemek yemezlerdi. İçki kalkınca içen zenginlerde gelmez oldu. O sene çok iyi fındık oldu. Allah verdi. Sonra da yavaş yavaş bizim gibi inanlarda zenginleşmeye ve dışarda yemeğe başladılar. Bizde böylece inançlı müşteri kitlesine hizmet etmeye başladık durumu düzelttik... Zaman içerisinde muhafazakârların yaşam alışkanlığı değişmesi bu durumu sürdürmekte zorlanırdık ...”

**Girişimci D** “İçki konusundan sonra yeni fırsatlar çıktı 2000 yılında belli küçük şirketlerin yaz kampları oldu bunlar muhafazakâr insanlardı bizim gibi baktık bunlara çalışıyoruz içki satmamıza gerek yok dedik olayı bitirdik. Ama böyle olmasaydı ne yapardık bilmiyorum... Müşteri devri biraz düşük ama fiyatlarımız biraz yüksek temiz ve güvenilir olunca müşteri ödemeyi göze alabiliyor... Eskiden dindar kesimin bu kadar parası yoktu... Muhafazakâr kesimin zenginleştiği ve tatile çıktığı dönemler olunca bizde inandıklarımız doğrultusunda iş yapmaya başladık ...”

**Girişimci E** “Zaten bu iş (turizm işini kastediyor) benim hobim gibiydi. Başka işlerimiz vardı oradan rızığımızı kazanıyorduk. O yüzden uzunca bir zaman bu işten para kazanamadık kendi kendini döndürdü. 2005'ten sonra yeniden yapılandık, artık insanlar zenginleşti. Dindarlar da gelip yemek yemeğe tatile çıkmaya başladı bizde belediyeler başta olmak üzere farklı kamu kurumları ile de anlaştık. Para kazanmaya başladık ...”

**Girişimci F** “İlk zamanlar bizim gibi yaparak para kazanmak mümkün değildi. Biz fındıktan geçindik. Sonrada dindar kesimde zenginleşme olunca durumu kurtardık para kazanmaya başladık... Bizim gibi olanlar dünya nimetlerinden faydalanmaya başlayınca biz durumu kurtardık ...”

Mülakat yapılan girişimcilerin yukarıda verilen ifadeleri göz önüne alındığında ideolojilerine ait değerler, normlar ve inançlar doğrultusunda davranma yönünde eğilim sergilediklerinde ilk başlarda zorlandıklarına dair ortak bir vurgunun varlığı dikkat çekmektedir. Bunun yanında, çok daha ilginç olan, girişimcilerin kendi ideolojik anlayışları doğrultusunda tercihte bulunmalarının karlılıktan vaz geçtikleri anlamına gelmediği yönündeki ortak vurgudur. Nitekim alkol satışı başta olmak üzere muhafazakâr ideolojiye ilişkin norm, değer ve inançlarla çatışan endüstriyel gerekliliklerin ve rekabetçi zorlamaların terk edilmesi öncesinde ve sonrasında hizmet sunumlarının terk edilmesiyle ortaya çıkacak gelir farkının ikame edilmesi yönünde bir dizi faaliyetlerde bulunmuş olduğu görülmektedir. Benzer amaçla yeni bir takım yapılandırmalar gerçekleştirilerek aynı endüstri içerisinde alternatif hizmet alanlarının oluşturulmuş olduğu da tespit edilmiştir. Ayrıca, Türkiye’de yaşanan gelişmelerinde girişimcilerin ideolojileri yönünde tercihte bulunmalarının önünü açtığı görülmektedir. 1980’li yıllar ile birlikte başlayan kalkınma süreci, muhafazakâr kesimin kendi yaşamsal alanında göstermiş olduğu atılımlarla birleşince bu kesimde zenginleşme ortaya çıkmıştır. Bu zenginleşme muhafazakâr kesimi dışa dönük yaşamsal tercihlere yönlendirmiş ve onlarda turizm endüstrisinin müşteri portföyü alanına girmişlerdir. Başka şekilde ifade edecek olursak, muhafazakâr kesimin turizm aktivitesinde bulunacak birikime ulaşmasıyla,



turizm alanında muhafazakârlara yönelik hizmet alanlarının oluşturulması için yeterli karlılık düzeyi oluşmuştur. Bu durumun doğal bir sonucu olarak bu araştırmanın bağlamıyla ilgili olarak iki sonuç ortaya çıkmıştır. Bu sonuçlarda ilki, girişimcilerin oluşan yeni talebi karşılamak ve kendilerine yeni yatırım alanı üretmek adına eski tesis ve restoranlar muhafazakârların yaşamsal değerleri ve tercihleri sonucunda yeniden yapılandırılmaları şeklinde gerçekleşmiştir. İkincisi ise, yeni bizzat muhafazakâr değerler temel alınarak inşa edilen tesisler şeklinde gerçekleşmiştir. Özellikle 90'lı yıllardan sonra muhafazakâr kesime yönelik tesisleşmede önemli bir artışın olduğu görülmektedir.

#### **4. SONUÇ**

İdeolojiye ait hakim değer, inanç ve normlarla kapitalist gereklilikler ve rekabet baskılarının zorlamaları arasındaki çatışmanın girişimciler üzerinde nasıl bir etki bıraktığı ve girişimcilerin bu çatışmayı nasıl yönettiklerine ilişkin yapılan bu çalışma muhafazakar ideoloji ile kapitalist gereklilikler arasında ortaya çıkan çatışmaların girişimleri farklı alanlara ve uygulamalara yöneltmiş olduğuna dair önemli imalarda bulunmaktadır. Bir kurum olarak ideolojinin kurum olmanın doğası gereği girişimcilerin davranışlarını etkilemesi ve onların davranışları üzerinde bir meşruiyet baskısı yaratması, tersine durumlarda bir vicdani yük ve diğer ideolojik paydaşlar tarafından dışlanma durumuna neden olması son derece olağan bir durumdur. Ancak bu araştırmada ortaya çıkan bulgular, ideolojinin hakim değerleri ile kapitalist gerekliliklerin çatışması durumunda ideolojiden yana tercihte bulunmanın karlılıktan vazgeçmek anlamına gelmediğine işaret etmektedir. Girişimciler, kendi ideolojileri doğrultusunda bazı tercihlerde bulunmakta ancak bu tercihlerde bulunurken ya da bulunduktan sonra mutlaka kendileri için yeni kazanım alanları oluşturma yönünde harekete geçmektedirler. Girişimcilerin ideolojik değerlerinden yana tercih buldukları anda ve sonrasında yaptıkları yeni hizmet yatırım alanı veya alternatif gelir getirici işlere yönelik faaliyetlerde bulunma gibi ortak eğilimler bu tespiti doğrulamaktadır. Bu durumda eğer böylesi alternatif yatırım alanları ya da faaliyette buldukları endüstri içerisinde kendi ideolojik eğilimleri doğrultusunda bir hizmet alanı oluşturabilme gibi alternatifler olmasaydı ne tür bir karar alırlardı? Şeklinde bir soruya cevap vermek mümkün görünmemektedir. Bir başka ifadeyle, girişimcilerin her şart ve koşul altında sürekli olarak ideolojik duruşlarının gerektirdiği pozisyonu alabileceklerini iddia etmek pek olası görünmemektedir.

## KAYNAKÇA

- Boyer, R. (2005). How and why capitalisms differ. *Economy and Society*, 34, 509–557
- Crouch, C., ve Streeck, W. (1997). *Political economy of modern capitalism: The future of capitalist diversity*. London: SAGE Publications.
- DiMaggio, P. ve Powell, W. (1983), The iron cage revisited: Institutional isomorphism and collective rationality in organizational fields. *American Sociological Review*, 48(2).
- Hall, P. A., ve Soskice, D. (2001). *Varieties of capitalism: The institutional foundations of comparative advantage*. Oxford: Oxford University Press.
- Hughes, E. C. (1936), The ecological aspect of institutions. *American Sociological Review*, 1: 180-189.
- Jepperson, R. L. (1991), "Institutions, institutional effects, and institutionalization." Pp. 143-63 in *The New Institutionalism in Organizational Analysis*, Walter W. Powell and Paul J. DiMaggio, eds. Chicago: University of Chicago Press.
- Kristensen, P. H. ve Lilja, K. (2011). *Nordic capitalisms and globalization: New forms of economic organization and welfare institutions*. Oxford UK: Oxford University Press.
- Lane, C. (1995), *Industry and society in Europe*. Cheltenham: Edward Elgar.
- Maurice, M. ve Sorge, A. (2000). *Embedding organizations: Societal analysis of actors, organizations and socio-economic context*. Amsterdam/Philadelphia: John Benjamins Publishing.
- Maurice, M., Sorge, A. ve Warner, M. (1980). Societal differences in organizing manufacturing units: A comparison of France, West Germany, and Great Britain. *Organization Studies*, 1, 59–86.
- North, D. (1990), *Institutions, Institutional Change and Economic Performance*, Cambridge: Cambridge University Press.
- Roland, G. (2004), "Understanding Institutional Change: Fast-Moving and Slow-Moving Institutions", *Studies in Comparative International Development*, pp. 109-131.
- Scott, W. R. ve Meyer, J. (1991), "The organization of societal sectors: Propositions and early evidence." In Walter Powell and Paul DiMaggio (eds.), *The New Institutionalism in Organizational Analysis*: 108-140. Chicago: University of Chicago Press.
- Scott, W.R. (1987), "The Adolescence of Institutional Theory", *Administrative Science Quarterly*, Vol. 32, No:4.
- Scott, W.R. (1995), "Institutions and Organizations". Thousand Oaks, CA: Sage.
- Streeck, W. ve Thelen, K. (2005). *Beyond continuity: Institutional change in advanced political economies*. Oxford, UK: Oxford University Press.

Taş, A. ve Hızroğlu, M. (2016). “İdeolojinin Kurumsal Değişimdeki Rolü: Eğitim Kurumu Üzerinden Türkiye Eksenli Bir Değerlendirme”, İşletme Bilimi Dergisi, Cilt 4, Sayı:2.

Whitley, R. (1999). Divergent capitalisms: The social structuring and change of business systems .Oxford, UK: Oxford University Press.

Williamson, O. (1975), Markets and hierarchies, analysis and antitrust implications: A study in the economics of internal organization. New York: Free Press.

Williamson, O. (1985), The economic institutions of capitalism: Firms, markets, relational contracting. New York: Free Press.