

See discussions, stats, and author profiles for this publication at: <https://www.researchgate.net/publication/366824756>

SOSYAL GİRİŞİMCİLİK

Chapter · February 2021

CITATIONS

0

READS

155

1 author:



Metin Işık

Bitlis Eren University

54 PUBLICATIONS 317 CITATIONS

SEE PROFILE

GÜNÜMÜZ VE GELECEĞİN
GİRİŞİMCİLİK TÜRLERİ

GÜNÜMÜZ VE GELECEĞİN GİRİŞİMCİLİK TÜRLERİ

Editörler

Doç.Dr. Metin IŞIK

Dr. Ferhat UĞURLU

OCAK-2021





κίταβενί

"En İyi
Akademi, Bir
Kitaplıktır."

GÜNÜMÜZ VE GELECEĞİN GİRİŞİMCİLİK TÜRLERİ

Editörler

Doç.Dr. Metin İŞİK
ORCID NO: 0000-0003-4577-0095

Dr. Ferhat UĞURLU
ORCID NO: 0000-0003-1852-8797

© Gazi Kitabevi Tic. Ltd. Şti.

Bu kitabın Türkiye'deki her türlü yayın hakkı Gazi Kitabevi Tic. Ltd. Şti'ne aittir, tüm hakları saklıdır. Kitabın tamamı veya bir kısmı 5846 sayılı yasanın hükümlerine göre, kitabı yayınlayan firmanın ve yazarlarının önceden izni olmadan elektronik, mekanik, fotokopi ya da herhangi bir kayıt sistemiyle çoğaltılamaz, yayınlanamaz, depolanamaz.

ISBN • 978-625-7315-70-8

Baskı • Şubat 2021, Ankara

Dizgi/Mizanpaj • Gazi Kitabevi

Kapak Tasarım • Gazi Kitabevi

Gazi Kitabevi Tic. Ltd. Şti.

Yayıncı Sertifika No: 44884

Merkez
📍 Bahçelievler Mah. 53. Sok. No: 29 Çankaya/ANKARA
☎ 0.312 223 77 73 - 0.312 223 77 17
📞 0.544 225 37 38
📠 0.312 215 14 50
🌐 www.gazikitabevi.com.tr
✉ info@gazikitabevi.com.tr

Mağaza
📍 Döğol Cad. No: 49/B Beşevler/ANKARA
☎ 0.312 213 32 82 - 0.312 213 56 37
📠 0.312 213 91 83

Sosyal Medya
📘 gazikitabevi
📷 gazikitabevi
📺 gazikitabevi

Vadi Grafik Tasarım Reklam Ltd. Şti.

Sertifika No: 47479

Maibaa
📍 İvedik Organize Sanayi Bölgesi 1420. Cadde
No:58/1 Yenimahalle / ANKARA
☎ 0.312 395 85 71

ÖNSÖZ

Girişimci, kâr veya zarar riskini üstlenerek üretim faktörlerini bir araya getiren ve bu üretim faktörlerini bir takım işlemlerden geçirerek, sonucunda başkalarının istek ve beklentilerini karşılamak üzere mal ve hizmetlere dönüştüren kişidir. Girişimciler, ortaya yeni bir ürün veya hizmet koymak amacıyla fırsatları araştıran ve bu fırsatları hayata geçirmeye yönelik risk almaktadırlar. Ülkelerin ekonomik ve sosyal gelişimleri açısından temel rol üstlenen girişimcilik kavramı son yıllarda üzerinde önemle durulan konuların başında gelmektedir. Giderek artan girişimci faaliyetler, durgun ekonomileri harekete geçirmede büyük bir rol oynamakta ve yeni iş sahalarının oluşturulmasına ve istihdam sorunlarının çözümüne katkıda bulunmaktadır.

Girişimcilik, rekabetin anahtar bir faktörü olarak araştırmacıların, uygulayıcıların ve politika yapıcılarının yakından ilgilendikleri bir kavramdır. Girişimcilik kavramı ile ilgili, genel olarak maddi açıdan bir kar elde etmek amacıyla iş kurma faaliyeti olarak ifade edilen girişimcilik kavramı, aynı zamanda toplumsal açıdan fayda sağlama hedeflerini barındıran faaliyetleri de kapsamaktadır. Bundan dolayı girişimciliğin tek amacının sadece kar elde etmek olduğunu ifade etmek yanlış olur. Girişimcilik olgusuna birçok alanda rastlamak mümkündür. Örneğin; üniversitelerde, sanal ortamda, iş yerlerinde, kamu sektöründe, sanat alanı gibi birçok alanında sıklıkla girişimciliğe yönelik faaliyetlerden söz edilebilir. Bu bağlamda birçok girişimcilik türünden bahsetmek mümkün.

Bu doğrultuda hazırlanan bu eserde, günümüz ve geleceğin girişimcilik türleri ele alınmıştır. Kitabın ilk bölümünde girişimcilik türlerinden sosyal girişimcilik konusu ele alınmıştır. Sosyal girişimcilik, sosyal değişimi beklediği gibi sağlamak için sosyal koşulları değiştirebilmek, iyileştirebilmek ve kontrol edebilmek için girişimcilik faaliyetleri yoluyla sosyal sorunları ortaya koyma sürecinin bir analiz şeklidir. Sosyal girişimciliği ele alan bölüm yazarı Metin IŞIK, sosyal girişimciliğin tanımı, tarihsel gelişimi, sosyal girişim yaklaşımı, sosyal girişimcilik biçimleri ve sosyal

girişimcilik tipolojisi, sosyal girişimci kavramı, sosyal girişimcinin kişisel özellikleri ve sosyal girişimcilik ile ticari girişimcilik arasındaki farkları incelemiştir.

Çalışmanın ikinci bölümünde bir diğer girişimcilik türlerinden olan iç girişimcilik ele alınmıştır. İç girişimcilik, mevcut bir organizasyonda girişimcilik ruhu olarak ve faaliyet halindeki bir organizasyon tarafından yeni organizasyonlar oluşturma veya bu organizasyon içerisinde yenilenmenin ve yeniliğin teşvik edilmesi olarak ifade edilebilir. İç girişimciliği ele alan bölüm yazarı Ferhat UĞURLU, iç girişimciliğe yönelik kavramlar, iç girişimciliğin tarihsel gelişimi, iç girişimciliğin önemi, iç girişimcilik süreçleri, iç girişimciliğin boyutları ve iç girişimciliği etkileyen faktörleri incelemiştir.

Çağımızda yaşanan teknolojik değişmelerle birlikte girişimcilik faaliyetleri de değişmiştir. İnsanlar arasında internet kullanımına yönelik artışın yaşanması, Instagram, Facebook, Twitter gibi sosyal medya aracılığı ile ticari işlemlerin, elektronik ortamda gerçekleşmesini ve girişimcilerin bilgi teknolojilerine yönelmelerini hızlandırmıştır. Bu bağlamda çalışmanın üçüncü bölümünde sosyal medya girişimciliğini ele alan bölüm yazarı Emine Vasfiye KORKMAZ, sosyal medya kavramı, sosyal medyanın özellikleri, sosyal medya araçları, sosyal medya platformları, sosyal medya girişimciliği ve sosyal medya girişimciliğinde etik konuları incelemiştir.

Çalışmanın dördüncü bölümünde, akademik girişimcilik konusu ele alınmıştır. Akademik girişimcilik üniversite ve sanayi arasında köprü kurulması, araştırma laboratuvarlarının, fakülte ve bölüm düzeyinde yürütülen araştırmaların sonuçlarının ticari faaliyetlere dönüştürülmesi arzusu ve amacıyla gösterilen emek, çaba ve harcanan enerjinin bir arada yer aldığı bir sistemdir. Akademik girişimcilik konusunu inceleyen bölüm yazarı Seval Aksoy KÜRÜ, üniversiteler ve girişimcilik ilişkisi, akademik girişimciliğin tarihçesi, akademik girişimciliği etkileyen faktörleri ele almıştır.

Günümüzde akıllı telefonlar, akıllı evler, otonom araçlar gibi kavramlara sıkça rastlanılmaktadır. Kısacası, dijital teknolojiler hayatımızın her alanında kendini göstermektedir. Toplum hayatına bu kadar sızmış olan dijital teknolojiler girişimcilik kavramı ile bütünleşerek dijital girişimcilik

kavramını ortaya çıkarmıştır. Bu bağlamda çalışmanın beşinci bölümünde dijital girişimcilik konusunu inceleyen bölüm yazarı Ayhan YALÇINSOY, dijital girişimcilik, dijital girişimcilik türleri, dijital girişimciliğin avantajları ve dijital girişimcilik örneklerini ele almıştır.

Çalışmanın altıncı bölümünde, diaspora girişimcilik konusu ele alınmıştır. Günümüzde küreselleşmeyle birlikte göçmen girişimcileri hem kendi ülkelerinde hem de ev sahibi ülkelerde girişimcilik faaliyetlerine katılmaya teşvik edilmiştir. Bir ülkeden diğerine göç eden, kendi ülkeleri ve ev sahibi ülkelerle ticari faaliyetlerde bulunan ve bunları sürdüren bireyler ise diaspora girişimcileri olarak ifade edilmektedir. Diaspora girişimciliği ele alan bölüm yazarı Kemalettin ERYEŞİL, diaspora kavramı, diaspora girişimcilik, diaspora girişimciliğin faydaları ve diaspora girişimcilik ile ilgili benzer kavramlarını konu edinmiştir.

Sanal girişimcilik, sanal mal veya hizmetleri, sanal bir iş yerini, sanal bir pazar yerini, sanal dağıtım işlevini veya bunların bir araya gelmesiyle oluşan girişimcilik anlamına gelir. Çalışmanın yedinci bölümünde, sanal girişimciliği ele alan bölüm yazarı Ceyda GÜLTEKİN dijitalleşme döneminde sanal girişimciliğinin tanımlanması, girişimcilik alanındaki değişimler, sanal girişimciliğin sağladığı avantajlar ve sanal girişimcilik uygulama örneklerini ele almıştır.

Kadın ve erkek girişimciler; diğer insanlara göre daha fazla enerjiye sahip olma, diğerlerine göre daha fazla risk alma isteğine sahip olma, vizyoner olma gibi ortak özelliklerinin yanı sıra kendi aralarında bazı farklılıklara da sahiptirler. Çalışmanın sekizinci bölümünde kadın girişimciliği konusu incelenmiştir. Kadın girişimcilik kavramını inceleyen bölüm yazarı Bilge GÜLER, kadın girişimciliğinin gelişimi ve tanımı, kadın girişimcilerin özellikleri ve girişimcilik açısından erkek girişimcilerden farklı yönleri, kadınları girişimciliğe yönelten faktörler, kadınların girişimcilik faaliyetlerinde karşılaştıkları engeller ve zorluklar, kadın girişimcilerin başarılarını destekleyen faktörler ve Türkiye’de kadın girişimciliğinin durumunu ele almıştır.

Çalışmanın dokuzuncu bölümünde kurumsal girişimcilik konusu incelenmiştir. Kurumsal girişimcilik, bir işletmedeki yeni ürün, düşünce, hiz-

met, süreç, teknoloji, pazar, yönetim anlayışı ve stratejiler geliştirmeye ve farklı iş alanları oluşturmaya yönelik bütün biçimsel ve biçimsel olmayan çabaları kapsamaktadır. Kurumsal girişimcilik konusunu ele alan bölüm yazarı İbrahim FIRAT, kurumsal girişimcilik kavramının gelişimi, işletmeleri kurumsal girişimciliğe iten faktörler, kurumsal girişimciliğin boyutları, kurumsal girişimcilik stratejisi, kurumsal girişimcilik modelleri ve kurumsal girişimcilik ile ilgili ele alınan çalışmaların büyük bir çoğunluğuna ait bilgileri incelemiştir.

Yaratıcı insanlar, çalıştıkları işletmelerde yenilikçi fikirler uygulayan kurum içi girişimciler ve kendilerine ait işlerini kuran girişimcilerdir. Çalışmanın onuncu bölümünde yaratıcı girişimcilik konusu ele alan bölüm yazarı Gülşen KIRPIK, girişimcilikte yaratıcılık kavramının önemi, yaratıcı girişimcilik, yaratıcı girişimciliğin kısıtları ve zorlukları, yaratıcı girişimcilerin özellikleri, yaratıcı girişimcilikte kültürel yayılma gibi kavramlar üzerinde durmuştur.

Çalışmanın on birinci bölümünde göçmen girişimciliği konusuna yer verilmiştir. Bireylerin doğduğu veya vatandaşı olduğu ülkenin dışında, diğer bir ülkeye yerleşip, yerleştikleri ülkede girişimde bulunmaları, göçmen girişimciliğinin oluşmasını sağlamaktadır. Göçmen girişimciliği inceleyen bölüm yazarı Cahit ÇAĞLIN, göçmen girişimciliği bağlamında göç, göçmen, göçmen girişimciliği, göçmen girişimci, göçmen girişimciliği ile ilgili temel kuramlar ve konu ile ilgili daha önce gerçekleştirilen çalışmaları ele almıştır.

Eko-girişimciler, çevresel değerleri işletmenin kimliğini gösteren temel unsurlardan biri olarak gören ve bu değerleri işletmeye rekabette üstünlük sağlayacak fırsatlar haline dönüştürebilen kişilerdir. Çalışmanın on ikinci bölümünde eko girişimciliği ele alan bölüm yazarı Ahmet Reşit TOPTANCI, eko-girişimciliğin önemi, eko-girişimcilik türleri, eko-girişimciliği etkileyen faktörler, eko-girişimcilik uygulamasında karşılaşılan engeller ve eko-girişimcilik örneklerini incelemiştir.

Stratejik girişimcilik, firmalarda stratejik yönetim ve girişimciliğe ilişkin bilgi ve düşüncenin bütünleştirilerek fırsatların belirlenmesi ve rekabetçi avantajların geliştirilmesi eylemlerini içermektedir. On üçüncü bö-

lümde bir diğer girişimcilik türü olan stratejik girişimciliği ele alan bölüm yazarı Özlem ÖZEN, stratejik girişimcilik kavramı, stratejik girişimcilik boyutları, varlık yaratma ve büyüme, stratejik girişimcilik açısından örgütsel öğrenme ve ağlar gibi konuları ele almıştır.

Çalışmanın on dördüncü bölümünde girişimcilik türlerinden bir diğeri olan tekno-girişimcilik konusu ele alınmıştır. Tekno-girişimcilik; teknoloji ve inovasyon odaklı iş fikirleri ile çalışma planı dâhilinde çalışan, katma değeri yüksek, nitelikli istihdam yaratma potansiyeline sahip girişimler olarak ifade edilmektedir. Tekno-girişimciliği ele alan bölüm yazarı Beyhan KILINÇER, tekno-girişimcilik kavramı ve tarihsel gelişimi, tekno-girişimciliğin günümüzdeki önemi, tekno-girişimcilik ekosistemi, tekno-girişimcinin başlıca özellikleri ile teknoloji piyasasına giriş adımlarını incelemiştir.

Kamu kurumlarının vatandaşa hizmet götürme sürecinde bir aracı olmanın ötesinde, kendi mali kaynaklarını oluşturabilen, yüksek kârlılığı olan yeni yatırımlar yapabilen, ekip çalışmasına uygun, pazar odaklı, daha az bürokratik yapılar oluşturarak ve daha çok sosyalleşerek merkez kaç bir yönetim uygulayabilmeyi ifade eden kamu girişimciliği on beşinci bölümde ele alınmıştır. Bu bağlamda, kamu girişimciliğini ele alan bölüm yazarları Metin IŞIK ve Gülşen KIRPIK, kamu girişimciliği kavramı, kamu ve özel girişimcilik arasındaki farklılıklar, kamu girişimciliğinin boyutları, özellikleri ve ilkeleri ile kamu girişimciliğinin amaçlarını incelemişlerdir.

Çalışmanın son bölümünde ise fırsat girişimciliği konusu incelenmiştir. Fırsat girişimciliğinde, fırsatı teşhis etme, geliştirme ve değerlendirme sürecinin öneminin yanı sıra, girişimci uyanıklığını fırsata dönüştüren kişilik özellikleri, girişimcinin sosyal ağları, eğitimi ve çalışma geçmişi olan deneyimi gibi unsurlar da etkilidir. Fırsat girişimciliği konusunu ele alan bölüm yazarı İlkay ÇELİK, fırsat kavramı, fırsat tanıma, fırsat geliştirme, fırsat geliştirme sürecini etkileyen faktörler, fırsat türleri, fırsat girişimciliği, fırsat girişimciliğinde kişilik özelliklerini ele almıştır.

Girişimcilik farklı türleri itibariyle gerek ekonomik gerekse sosyal ve toplumsal açıdan fayda sağlayan bir kavram olarak değerlendirilmektedir. Belirtilen farklı birçok girişimcilik türünden de anlaşılacağı üzere, giri-

şimcilik olgusu sosyal, akademi, özel veya kamusal alan gibi değişik mecralarda ortaya çıkmaktadır. Bu bağlamda hazırlanan bu eser, günümüzden geleceğe girişimcilik türlerini bütün yönleriyle ele almayı amaçlamıştır. Alanyazına müspet bir katkı sunmayı hedefleyen bu eserin oluşmasında katkı sunan bölüm yazarı hocalarımıza ve emeği geçen Gazi Kitabevi çalışanlarına şükranlarımızı sunarız.

Doç.Dr. Metin IŞIK & Dr. Ferhat UĞURLU

İÇİNDEKİLER

ÖNSÖZ	V
1. SOSYAL GİRİŞİMCİLİK.....	1
<i>Doç.Dr. Metin IŞIK</i>	
2. İÇ GİRİŞİMCİLİK.....	27
<i>Dr. Öğretim Üyesi Ferhat UĞURLU</i>	
3. SOSYAL MEDYA GİRİŞİMCİLİĞİ	59
<i>Dr. Öğr. Üyesi Emine Vasfiye KORKMAZ</i>	
4. AKADEMİK GİRİŞİMCİLİK	87
<i>Dr. Seval AKSOY KÜRÜ</i>	
5. DİJİTAL GİRİŞİMCİLİK	109
<i>Dr. Ayhan YALÇINSOY</i>	
6. DİASPORA GİRİŞİMCİLİK.....	129
<i>Dr. Öğr. Üyesi Kemaleddin ERYEŞİL</i>	
7. SANAL GİRİŞİMCİLİK	149
<i>Öğr. Gör. Ceyda GÜLTEKİN</i>	
8. KADIN GİRİŞİMCİLİĞİ	175
<i>Dr. Öğr. Üyesi Bilge GÜLER</i>	
9. KURUMSAL GİRİŞİMCİLİK	209
<i>Dr. Öğr. Üyesi İbrahim FIRAT</i>	
10. YARATICI GİRİŞİMCİLİK	247
<i>Dr. Öğr. Üyesi Gülşen KIRPIK</i>	
11. BÖLÜM: GÖÇMEN GİRİŞİMCİLİĞİ	271
<i>Öğr. Gör. Cahit ÇAĞLIN</i>	

12. EKO-GİRİŞİMCİLİK	295
<i>Öğr.Gör. Ahmet Reşit TOPTANCI</i>	
13. STRATEJİK GİRİŞİMCİLİK	321
<i>Dr. Öğretim Üyesi Özlem ÖZEN</i>	
14. TEKNO-GİRİŞİMCİLİK.....	349
<i>Öğr. Gör. Dr. Beyhan KILINÇER</i>	
15. KAMU GİRİŞİMCİLİĞİ	383
<i>Doç.Dr. Metin IŞIK</i>	
<i>Dr. Öğretim Üyesi Gülşen KIRPIK</i>	
16. FIRSAT GİRİŞİMCİLİĞİ	401
<i>Öğr. Gör. İlkay ÇELİK</i>	

1. SOSYAL GİRİŞİMCİLİK

Doç.Dr. Metin IŞIK*

1.1. GİRİŞ

Yoksulluk, işsizlik, göç, bölgesel eşitsizlikler, eğitim, barınma, sağlık, doğal kaynakların tahribatı ve insan hakları gibi alanlardaki sorunlar hemen her ülkede belli düzeyde bulunmaktadır. Genel olarak devletlerin bu tür sorunların bütünüyle çözümünde yetersiz kaldığı bilinmektedir. Belirtilen bu tür alanlardaki olası eksikliklerin giderilmesinde etkili bir mekanizma olarak sosyal girişimcilik kavramı karşımıza çıkmaktadır. Araştırmalar sosyal girişimciliğin toplumda bir değişim meydana getirdiğini ve kalkınmaya neden olduğunu belirtmektedir (Ercan, 2016). Sosyal girişimcilik, son yıllarda birçok araştırmacının ve politika yapıcının gündeminde yer alan güncel bir kavramdır. Sosyal girişimcilik, yalnızca bireysel kârı maksimize etmekten ziyade topluma fayda sağlamayı hedeflemektedir (Tan ve diğerleri, 2005).

Girişimcilik faaliyetinin sadece ticari amaçla sınırlı bırakıldığı, toplumsal sorunlara yönelik çözüm arayanların ise; hayalperest olarak nitelendirildiği bir dönemde sosyal girişimcilik, toplulukların ya da toplumların birçok açıdan refaha kavuşmasında önemli rol oynamaktadır. Sosyal girişimciler, toplumların asırlardır süregelen davranış kalıplarını değişime zorlayarak dönüşümler sağlamaktadır (Budak, 2015: 36). Nitekim James Liebig'e göre sosyal girişimcilik faaliyetleri ile kazanılabilecek 6 davranışsal bakış açısı bulunmaktadır. Bunlar: (i) İş faaliyetlerini geçerli iş ahlakına uygun olarak yürütmek, (ii) Sosyal adalet duygusunu sürdürmek, (iii) Sosyal girişimcilik faaliyetleri ile toplumda yeni fikirleri güçlendirmek, (iv) Daha elverişli bir ortam oluşturmak ve çevreyi korumak, (v) Girişimcilik faaliyetlerinde yürütülen sosyal misyonları veya sosyal hedefle-

* Bitlis Eren Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, beu.metin@gmail.com ORCID: 0000-0003-4577-0095

ri uygulamak, (vi) İktisat bilimini yeniden değerlendirmek (Nurfaqih ve Fahmi, 2018). Sıralanan bu davranışsal kazanımların, sosyal girişimciliğin sağladığı sosyal etki ile ortaya çıkan sosyal değer ve sosyal dönüşüm ile gerçekleştiği söylenebilir.

Sosyal girişimcilik, ekonomiyi iyileştirebilen ve aynı zamanda sosyal sorunları çözebilen bir girişimcilik anlayışının geliştirilmesini ifade etmektedir (Noruzi ve diğerleri, 2010: 5). Sosyal girişimciler, özel sektörün girişimci ruhu ile kamunun sosyal amaçlarını birleştiren genel karakteristik özellikleri ile diğer girişimcilerden ayrılmaktadır. Bu girişimciler, kazandıklarını tekrar üyeleri veya ilgilenenlerinden oluşan daha geniş gruplara ve sosyal amaçlara adayan kişiler veya onların organizasyonlarıdır (ec.europa.eu). Genel anlamda sosyal girişimciliğin insandaki dayanışma duygusunun dışı vurumu olarak; devletin uzanamadığı, yetersiz kaldığı alanlarda sosyal etki oluşturarak her açıdan toplumsal refaha katkı sunan bir girişimcilik türü olduğunu ifade edebiliriz. Çalışmada öncelikle sosyal girişimciliğin tanımı, tarihsel gelişimi, sosyal girişim yaklaşımı, sosyal girişimcilik biçimleri ve sosyal girişimcilik tipolojisine yer verilmiştir. Daha sonra sosyal girişimci kavramı, sosyal girişimcinin kişisel özellikleri ve sosyal girişimcilik ile ticari girişimcilik arasındaki farklar belirtilmiştir. Son olarak, sosyal girişimciliğin önemine yer verilmiş ve ardından bir değerlendirme yapılmıştır. Bu çalışmada sosyal girişimciliğin, değişimin bir aracı olduğu ve sosyal bir değer meydana getirdiği belirtilse de bununla ilgili çalışmaların azlığı nedeni ile bu boşluğun doldurulmasına müspet bir katkı sunması beklenmektedir.

1.2. SOSYAL GİRİŞİMCİLİK KAVRAMI

Sosyal girişimcilik çok eskilere dayansa da kavram olarak kullanımı henüz yeni sayılmaktadır. İlk kez 1953'te H. Bowen "İş İnsanlarının Sosyal Sorumlulukları" (Social Responsibilities of the Businessman) adlı kitabında kullanmış olduğu sosyal girişimcilik kavramı ile iş insanlarının toplumsal fayda sağlayacak amaçlarla bütünleşmiş sosyal sorumluluk aktiviteleriyle uğraşmaları gerekliliği üzerinde durmuştur (Budak, 2015: 36). Diğer taraftan, sosyal girişimciliğin ilk kez Young'ın, 1983 yılında Schumpeter'in tanımları doğrultusunda "Yenilikçi Kâr Amacı Gütmeyen

Girişimciler” üzerine yazdığı çalışma ile ortaya çıktığı da iddia edilmektedir (Koenig, 2013). Ancak, tarihsel arka planındaki bu belirsizliklere karşın sosyal girişimciliğin kavramsal gelişmesi ilk olarak 1980 yılında Bill Drayton tarafından yoksullara eğitim desteği sağlayarak, sosyal misyonlara dikkat çekmek amacıyla kurulan dünya çapındaki girişimcilik ağı olan Ashoka Vakfı ile duyulmaya başladığı bilinmektedir ((Nurfaqih ve Fahmi, 2018). 2006 yılında da Muhammed Yunus’un Bangladeş’te yoksulluğu ortadan kaldırmak ve kadınları güçlendirmek için kurduğu Grameen Bank Projesi ile Nobel Barış Ödülü’ne layık görülmesi ile de sosyal girişimcilik dünya çapında merak uyandırmaya başlamıştır (Koenig, 2013). Kavramın akademik alanda ortaya çıkması ise 1990’ların sonlarında ABD ve İngiltere’deki çalışmalar ile sosyal girişimcilik faaliyetlerinin sınıflandırılması ile olmuştur (Dees, 1998).

Sosyal girişimcilik, Fransızca’dan alınan sosyal ve girişimcilik sözcüklerinden oluşan iki kelimenin birleşimidir. Sosyal, toplumsal olan, toplumu ilgilendiren bir şey anlamını taşırken, kaynaklar kullanılarak gerçekleştirilen iş ise girişimcilik anlamına gelmektedir. Bu anlayıştan hareketle, sosyal ve çevresel koşullara dikkat etme tutumuna dayalı girişimcilik faaliyetlerini yürütmek için kaynakların optimal kullanımı gibi bir sosyal girişimcilik tanımı verilebilir (Nurfaqih ve Fahmi, 2018). Austin ve diğerleri, (2006) sosyal girişimciliği kâr amacı gütmeyen kuruluşlar, özel veya kamu sektörü içinde meydana gelebilecek yenilikçi ve sosyal değer üreten faaliyet olarak tanımlamıştır. Sosyal girişimcilik, sorunları çevredeki topluluğu güçlendirmek için yararlı yeni bir iş modeli oluşturma fırsatı olarak görür. Elde edilecek sonuçlar maddi faydalar veya müşteri memnuniyetinden ziyade, önerilen fikirlerin toplum üzerinde nasıl iyi bir etkiye sahip olabileceği ile ilgilidir (Sofia, 2017). Astawa’ya (2017) göre sosyal girişimcilik vizyon sahibi, tutkulu ve özverili bireyler tarafından sosyal değişim için dönüştürücü fırsatların geliştirilmesi, oluşturulması, değerlendirilmesi ve araştırılmasıdır. Mair ve Marti (2006) ise sosyal girişimciliği, sosyal değişimi daha kapsamlı bir şekilde hızlandırmak ve/veya gerektiğinde sosyal değişimi yapabilmek için fırsatları takip etmek ve yenilikçi kaynak kombinasyonlarının kullanımını içeren bir süreç olarak açıklamaktadır.

Sosyal girişimciliğin ortaya çıkmasına neden olan faktörleri belirtmek gerekirse bunlardan bazıları; küresel servet eşitsizliği, sosyal sorumluluk

hareketleri, kurumsal ve devlet başarısızlıkları, teknolojik gelişmeler ve paylaşılan sorumluluk şeklindedir (Zahra ve diğeri, 2008). Kavrama ilişkin literatürdeki önceki çalışmaları inceleyen Praszkiec ve Nowak (2012), sosyal girişimciler tarafından çözülebilecek sosyal sorunların; yaşlanma, kimyasal bağımlılık, özel ihtiyaçları olan çocuklar, engelliler, azınlıklara karşı ayrımcılık, eğitim, enerji üretimi ve dağıtımı, çevre, mülteciler, sağlık, evsizlik, barış ve çatışma çözümü, yoksulluk, kırsal topluluk geliştirme sanitasyonu, sokak çocukları, yenilenebilir enerji, kadın ve çocuk kaçakçılığı, işsizlik gibi bir listesini sıralamıştır (Akkocaoğlu, 2019: 5-6):

Sosyal girişimcilik, sosyal değişimi beklendiği gibi sağlamak için sosyal koşulları değiştirebilmek, iyileştirebilmek ve kontrol edebilmek için girişimcilik faaliyetleri yoluyla sosyal sorunları belirleme sürecinin bir analiz şeklidir (Nurfağih ve Fahmi, 2018). Fırsatları tanımak ve değerlendirmek, sosyal girişimciliği yürütmenin en önemli yönlerinden biridir. Sosyal girişimcilikte fırsat, sosyal değeri üretmenin ve sürdürmenin farklı bir yolu olan yeni bir şey olarak görülür. Ortaya çıkan ve ilginç olan fikirler çeşitlilik gösterebilir, ancak bu ilginç fikirlerin tümü sosyal değer üretmek ve sürdürmek için bir fırsata dönüştürülemez (Sofia, 2017). Bu bağlamda Drayton, sosyal girişimciliğin başlatıcısı olarak sosyal girişimcilikte iki anahtar nokta bulunduğunu belirtmektedir. Birincisi; toplumdaki mevcut sistemi değiştirebilecek sosyal inovasyon, ikincisi; bu yenilikçi fikirlerin arkasında vizyon, üretkenlik, girişimcilik ruhu (girişimci) ve etiğe sahip bireylerin varlığı (Sofia, 2017). Okpara ve Halkias (2011), sosyal girişimciliğin fırsatların peşinde koşmak ve aramak için kaynakları birleştirerek sosyal değer üretme süreci olduğunu öne sürmüş ve sosyal girişimciliğin inovasyon, fırsat, liderlik, değer üretme, sosyal fayda ve kârlılık bileşenlerinden oluştuğunu belirtmiştir. Mair ve Marti (2006: 4) sosyal girişimcilik kavramının en az üç ana yönü olduğunu belirtmiştir. **Birincisi**; sosyal değer üretmek için alternatif finansman stratejileri veya kâr amacı gütmeyen bir girişim olarak sosyal girişimcilik. **İkincisi**; sektörler arası ortaklıklarda sorumlu bir ticari işletme uygulaması olarak sosyal girişimcilik. **Üçüncüsü**; sosyal girişimcilik sorunları azaltmanın ve sosyal dönüşümü analiz etmenin bir aracı olarak sosyal girişimcilik. Martin ve Osberg (2007) ise aşağıdaki üç koşulun varlığı durumunda sosyal girişimcilikten bahsedilebileceğini belirtmiştir:

- (i) Kendi başına herhangi bir dönüştürücü fayda elde etmek için finansal araçlardan veya siyasi nüfuzdan yoksun bir grubun dışlanması, marjinalleşmesine veya acı çekmesine neden olan istikrarlı ancak, doğası gereği adaletsiz bir dengenin belirlenmesi;
- (ii) Bu adaletsiz dengede bir fırsat belirlemek, bir sosyal değer önerisi geliştirmek, ilham, üretkenlik, doğrudan eylem ve cesaret göstermek ve böylece devletin istikrarlı hegemonyasına meydan okumak;
- (iii) Geri bırakılmış ya da sömürülmüş hedef grubun acısını hafifleten yeni, istikrarlı bir denge oluşturmak ve onların potansiyelini serbest bırakmak için yeni bir denge etrafında istikrarlı bir ekosistem oluşturarak, hedeflenen topluluğun ve hatta genel olarak bütün toplum için daha iyi bir gelecek sağlamak.

Sosyal girişimcilik, ekonomide yenilikçi veya değişimin bir aracı olarak da bilinmektedir. Bu bakımdan sosyal girişimcilik aşağıdaki etkileri gerçekleştirme amaçlamaktadır (Jain, 2012: 172-174):

Sosyal ve ekonomik değer üretmek: Kuruluşun sosyal misyonu itibariyle bağımsızlığını ve sürdürülebilirliğini sağlaması için ekonomik faaliyetler geliştirilir (Palesangi, 2012). Sosyal girişimler, kurmuş oldukları örgütlerin üreteceği ürün ya da hizmetler ile varlığını sürdürmeyi amaçlayabilirler. Burada önemli olan sosyal girişim neticesinde ortaya çıkan ürün veya hizmetin küresel anlamda bir markalaşmayı hedeflemesidir. Uluslararası düzeyde elde edilecek bir marka başarısı ile sosyal girişimin sürdürülebilirliği sağlanacaktır. Ayrıca daha farklı sosyal girişimler için de kaynak sağlanmış olacaktır.

İstihdam sağlamak: Sosyal girişimcilik, yerel bilgeliği ve sosyal inovasyonu birleştirerek sosyal sorunları yenilikçi yollarla çözmeyi hedefler (Palesangi, 2012). Hem ticari girişimciler hem de sosyal girişimciler iş ve hizmet olanakları sağlarlar ve bu da toplumu çeşitli şekillerde etkileyebilmektedir. Aradaki fark, sosyal girişimcilerin işlerini sosyal etki oluşturmak için yapmaları ve iş projelerini bu hedef etrafında inşa etmeleridir. Sosyal girişimciler için sosyal etki, genellikle ticari girişimciler için olduğu gibi, girişimcilik faaliyetlerinin sadece bir sonucu değil, işlerinin temel amacıdır.

Yenilik / yeni mal ve hizmetler üretmek: Sosyal girişimler, sosyal ve ekonomik kalkınma için yaptıkları önemli yenilikler ile yeni mal ve hizmetler geliştirmektedirler (Bacq ve Janssen, 2011). Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Örgütü'nün belirttiği gibi, sosyal amaçlı girişimler, karşılanmamış sosyal ihtiyaçlara yeni çözümler getirirler (OECD, 2000). Ayrıca, kamu ve özel sektör tarafından sunulan olanakları tamamlayan ve daha fazla sayıda vatandaşın erişebildiği yeni mal ve hizmetlerin sağlanmasına öncülük etmektedirler.

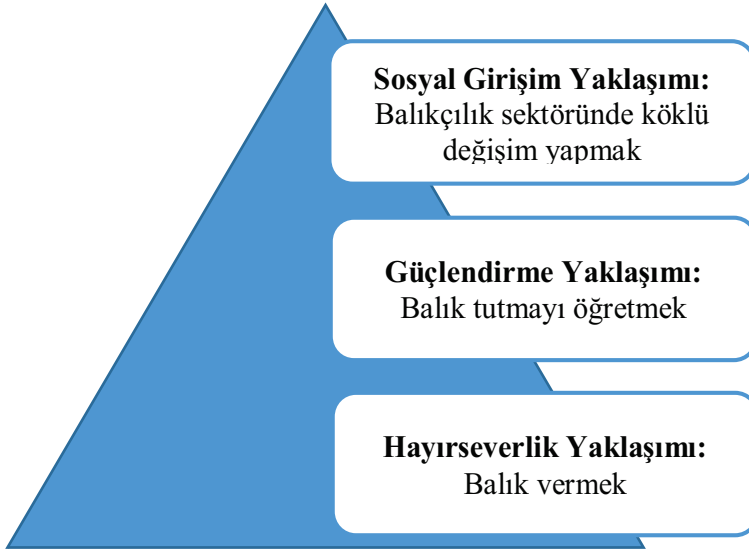
Sosyal sermayeyi artırmak: Ekonomik sermayenin yanında, sosyal girişimciliğin meydana getirdiği en önemli değerlerden biri de sosyal sermayedir. Sosyal sermaye, sosyal girişimciler tarafından üretilen en önemli sermaye biçimidir; çünkü ekonomik ortaklıklar, ortak değerler, güven ve sosyal sermayenin bir parçası olan bir işbirliği kültürü gerektirir. Bir güven ve işbirliği ağı oluşturmak ve daha fazla ortak dahil etmek, fiziksel (örneğin binalar), finans ve beşeri sermayeye erişim sağlar. Örgütsel sermaye meydana getirilir ve sosyal girişim başarılı olduğunda daha fazla sosyal sermaye üretilmiş olur (Leadbeater, 1997).

Eşitliği teşvik etmek: Sosyal girişimciliğin bir başka yönü de çoğu ekonomik kalkınma politikasının hedeflerinden biri olan, daha adil bir toplumu teşvik etmesidir (Remenyi, 2004: 141). Kamu kurumlarının ve STK'ların eşitliği teşvik edici faaliyetlerini tamamlayan sosyal girişimler, sosyal sorunları ele alır ve salt kâr maksimizasyonu yerine sosyal misyonları aracılığıyla süregelen sürdürülebilir etki elde etmeye çalışır (Alter, 2003: 4). Örneğin, Amerikalı sosyal girişimci J.B. Schramm, binlerce düşük gelirli lise öğrencisinin yükseköğretime girmesine yardımcı olmuştur (Bornstein, 2004: 159).

1.2.1. Sosyal Girişim Yaklaşımı

Sosyal girişimcilik kavramının birçok farklı yaklaşım ve bakış açısına sahip tanımları olduğunu belirten Budak (2015: 37), bu tanımlardaki kavramsal farklılıkların ortaya konulmasının önemli olabileceğini belirtmiştir. Çünkü farklı bakış açısı ve tanımlar, sosyal girişimcilik kavramının nasıl değerlendirileceğini, kimlerin sosyal girişimci olarak tanımlanacağını ve sosyal girişim olarak adlandırılan kurumların niteliklerinin neler olacağını etkilemektedir. Denizalp (2009), sosyal girişimci olarak adlandırılan ku-

rumlar ile sosyal girişimcilik mantığını daha iyi anlamaya yardımcı olmak için Şekil 1’de gösterildiği gibi bir model geliştirmiştir. Balıkları nasıl yakalayacağını öğreten güçlendirme yaklaşımı yerine, mevcut sorunlara yeni ve yenilikçi çözümler sunarak balıkçılık sektöründe köklü bir değişim meydana getirmeyi veya toplumsal değer hedefi ile sosyal alanda var olan bir boşluğu doldurmayı amaçlayan sosyal girişimcilik yaklaşımını önermiştir. Bu anlamda, sosyal girişim yaklaşımı ile diğerleri arasındaki farkı açıklamak için sıkça kullanılan benzetme ile sosyal girişimlerin yalnızca balık vermek veya balık tutmayı öğretmekle kalmayıp, bunun yerine balık sektörünü radikal bir şekilde değiştirmeyi ve balıkçılık sistemine yeni çözüm önerileri getirmeyi hedefledikleri anlatılır (Efeoğlu, 2019: 37).



Şekil 1.1: Sosyal girişim yaklaşımı

Kaynak: (Denizalp, 2009; Budak, 2015: 37).

Sosyal girişim sosyal bir hedefe yönelik olarak ticari faaliyetlerin bir araç olarak kullanıldığı ve elde edilen gelirin yine bu sosyal hedefe yönlendirildiği bir işletme modelidir (ashokaturkiye.org). Bu bağlamda sosyal girişimcinin misyonu, toplumsal uyum sürecindeki aksaklıkları fark etmek ve bu aksaklığı ortadan kaldırmanın yollarını bulmaktır. Neyin yolunda git-

mediğini tespit edip ve sistemi değiştiren sosyal girişimci, çözüm pratiğini tabana yayarak ve bütün toplumu yeni sınırlamalara ikna ederek sorunun ortadan kalkmasını sağlar. Yani var olan yapıyı değiştirerek yeni ve farklı çözümler bulup kabul edilecek hale getirene kadar mücadele vermektedir. Toplumun aksayan yönlerini tespit edip onları dönüştürmeyi sağlayacak yeni fikirler geliştirmektedirler. Kısacası, sosyal girişimcilerin yaptığı dönüşüm, toplumun kendini yapılandırma yolunu ve sosyal problemlere yaklaşımını radikal bir şekilde değiştirmektedir (Denizalp, 2009: 22). Nitekim Bill Drayton'ın sosyal girişimciler için ifade etmiş olduğu "Sosyal girişimciler sadece balık vermekle veya balık tutmakla yetinmez, tüm balıkçılık sektörünü dönüştürüncüye dek yılmadan çalışırlar" özdeyişi de bu durumu özetler niteliktedir (Tunar, 2020).

1.2.2. Sosyal Girişimcilik Biçimleri

Tan (2005: 361), sosyal girişimciliği aşağıdaki gibi dört biçimde sınıflandırmıştır.

- (i) **Topluluk Temelli Organizasyon:** Bu model, toplumdaki (topluluk grupları) belirli sorunları çözmek için tasarlanmıştır. Risk içeren sosyal hedefleri gerçekleştirmek için yenilikçi yöntemlerle uğraşan hayır kurumlarını kapsamaktadır. Örneğin, yoksul çocuklar için eğitim olanakları, ihmal edilmiş çocuklar için sosyal kurumlar vb. Mali destek, bağışçılardan gelen bağışlarla sağlanır. Hizmet faaliyetleri, profesyonellerin yanı sıra toplumdan gelen gönüllüler tarafından yürütülür.
- (ii) **Sosyal Sorumluluk Sahibi Girişimler:** Bu model, sosyal girişimlerini desteklemek için ticari faaliyetler yürüten bir şirket şeklini alır. Sosyal açıdan sorumlu işletmeler modelinde, şirketler aynı anda iki kuruluş oluşturur: kâr odaklı ve kâr amacı gütmeyen kuruluşlar. Kâr kuruluşlarından elde edilen kârların bir kısmı sosyal girişimleri desteklemek için kullanılmaktadır.
- (iii) **Sosyal Hizmet Sektörü Profesyonelleri:** Üçüncü model tuhaf gelebilir. Ancak sosyal hizmet sektörünü müşterileri yapan girişimcilerin de olduğunu kabul etmek gerekir. Bu bireyler yenilikçidir ve hesaplanmış iş riskleri alırlar, ancak amaçlarından biri faydaları topluma aktarmaktır. Bunun bir örneği, Northern Leaf Communications'dır

(Bknz.; www.northernleaf.com.sg).

(iv) Sosyo-Ekonomik veya Dualistik Girişimler: Bu model misyon beyanlarında “sosyal”i başarıyla birleştiren işletmelere atıfta bulunmaktadır. Başka bir deyişle, yalnızca kar elde etmek değil, aynı zamanda topluluk için kar amacı gütmeyen faaliyetler yürütmek gibi ikili bir amacı da vardır. Bu model, işini sosyal ilkelere dayalı olarak yürüten ticari bir şirket şeklini alır. Örneğin, evsel atıkları geri dönüştüren şirketler, kırsal topluluklar için mikro kredi veren kuruluşlar vb.

1.2.3. Sosyal Girişimcilik Tipolojisi

Tipoloji, sosyal girişimcilikle uğraşan farklı bireyler ve kuruluşlar arasındaki benzerlikleri ve farklılıkları belirlememizi sağlar. Zahra ve diğerleri, (2009: 523), sosyal girişimcilik tipolojisini Hayek, Kirzner ve Schumpeter’den türetilen alternatif girişimcilik kavramsallaştırmaları üzerine inşa etmiştir. Sonuç olarak, Sosyal Tamirci (Bricoleurs), Sosyal İnşaacılar ve Sosyal Mühendisler olmak üzere üç tür sosyal girişimci tipolojisi ortaya koymuş ve örneklendirmişlerdir. Bu üç girişimci tipolojisi sosyal sorunları takip etme tutkusunu paylaşıyorlar da, aralarında sosyal ihtiyaçları tespit etme, sosyal fırsatları izleme ve daha geniş sosyal sistemi nasıl etkileyecekleri konusunda büyük farklılıklar vardır. Ayrıca bu girişimcilerin belirli fırsatları takip etmek için topladıkları ve kullandıkları kaynak türleri de açıklanmıştır. Tablo 1’de bu üç sosyal girişimci türü arasındaki temel farklılıklar özetlenmiştir. Örneğin, onlardan biri sosyal girişimciyi, hedeflenen sosyal ihtiyaçlara ulaşmak için mevcut olanın yerini alacak daha yeni ve en etkili sosyal sistemleri oluşturan bir sosyal mühendis olarak görmektedir. Sosyal mühendis bakış açısına göre, sosyal girişimci mevcut düzene meydan okuyan yeni sistemler bulmaktadır. Bu sosyal mühendisler, sosyal değişim için önemli bir gücü temsil etmektedir. Öte yandan, sosyal girişimciyi bir Sosyal Tamirci (Bricoleur) olarak teorileştiren akademisyenler, bu sosyal girişimcilerin yenilik yapmaktan ziyade küçük ölçekte yerel bir sosyal ihtiyacı ele almak için, uzmanlık sahibi oldukları alanlardaki fırsatları değerlendirdiklerini savunmaktadırlar. Aynı zamanda bu girişimcilerin kısa zamanda çözüm üretme yeteneklerini, belirli bir coğrafi alan içinde, yerel yasalar ve düzenlemeler doğrultusunda harekete geçirdiklerini belirtmişlerdir (Abunasser, 2019: 15).

Tablo 1.1: Bir sosyal girişimcilik tipolojisi

Tipolji	Sosyal Tamirci (Bricoleur)	Sosyal İnşaatçılar	Sosyal Mühendis
<i>Teorik ilham</i>	<i>Hayek</i>	<i>Kirzner</i>	<i>Schumpeter</i>
Ne yaparlar?	Sahip oldukları uzmanlık ve kaynaklarla yerel sosyal ihtiyaçları ele almak için fırsatları algılamada motive dirlir.	Hükümetlerin, kurumların ve işletmelerin gide remeyeceği sosyal ihtiyaçları karşılayan mal ve hizmetleri sağlamak için alternatif yapılar inşa edip çalıştırırlar.	Önemli sosyal ihtiyaçları karşılamaya uygun olmayan mevcut sistemlerin yerini alacak şekilde tasarlanmış daha yeni, daha etkili sosyal sistemlerin oluşturulması.
Ölçek, kapsam ve zamanlama	Küçük ölçekli, kapsamı yerel.	Kapsamı yerelden uluslararasına, küçükten büyüğe devam eden bir sosyal ihtiyacı karşılamak için kurumsallaşmak üzere tasarlanmıştır.	Kapsamı ulusaldan uluslararasına değişen ve mevcut düzene meydan okuyacak kalıcı yapılar inşa etmeyi amaçlayan çok büyük ölçekli.
Neden gereklidirler?	Sosyal ihtiyaçları ele alma becerileri bilgiler geniş bir alana yayılmıştır. Pek çok sosyal ihtiyaç fark edilemez veya uzaktan yanlış anlaşılabilir, yerel temsilcilerin bunları tespit edip ele almasını gerektirir.	Kanunlar, düzenlemeler, siyasi kabul edilebilirlik, verimsizlikler ve / veya eksiklikler, mevcut hükümet ve ticari kuruluşların birçok önemli sosyal ihtiyacı etkili bir şekilde ele almasını engelleyecektir.	Bazı sosyal ihtiyaçlar, mevcut sosyal yapılar içerisinde iyileştirilmeye uygun değildir. Yerleşik görevliler, kendi çıkarlarını ve güç kaynaklarını zayıflatan sosyal ihtiyaçları ele almaya yönelik eylemleri engelleyebilir.
Sosyal Önem	Eylemleri, sosyal sorunlar karşısında sosyal uyumu sürdürmeye yardımcı olur.	Hasar gören sosyal dokuyu onarırlar ve mevcut daha geniş sosyal yapılar içinde birincil sosyal ihtiyaçları ele alır ve sosyal uyumun korunmasına yardımcı olurlar.	Mevcut sosyal yapıları parçalamaya ve yenileriyle değiştirmeye çalışıyorlar. Yerleşik görevliler karşısında sosyal değişim için önemli bir gücü temsil ediyorlar.
Sosyal Denge Üzerindeki Etki	Yerel sosyal girişimcilerin ayrı yaptıkları eylemleri bizi teorik bir “sosyal dengeye” yaklaşıyor.	Sosyal açıdan önemli mal ve hizmetlerin sağlanmasındaki boşlukları ele almak, yeni “sosyal dengeler” oluştur.	Mevcut sosyal dengeyi kırar ve onu sosyal açıdan daha verimli bir denge ile değiştirmeye çalışır.
Takdir Hakkı Kaynağı	Yerel sorunları ele alma becerisine sahip olmak. Sınırlı kaynak gereksinimlerine sahiptirler ve oldukça özerktirler. Küçük ölçekli ve yerel kapsam, hızlı çözüm bulmaya olanak tanır.	İhtiyaçları karşılanmamış ve sınırlı / rekabeti olmayan ihtiyaçları ele alırlar. Hükümet ve ticari kurumları olumsuz etkileyecek olumsuz tanıtım / sosyal sorunları önleyen bir “tahliye vanası” olarak görülebilirler.	Mevcut sosyal yapıların ve görevlilerin önemli sosyal ihtiyaçları karşılamadığı ölçüde popüler destek.
Takdir Hakkının Sınırları	Yerel kanunlar ve yönetmelikler dışında pek bir şey yok. Bununla birlikte, sahip oldukları sınırlı kaynaklar ve uzmanlık, diğer ihtiyaçları karşılama veya coğrafi olarak genişleme yeteneklerini sınırlar.	Misyonu yerine getirmek ve kurumsallaşmak için gerekli olan mali ve insan kaynaklarını edinme ihtiyacı. Organizasyonu çalıştırmak için profesyonel gönüllülere ve çalışanlara ihtiyaç vardır.	Kendilerini tehdit olarak gören yerleşik partiler tarafından gayri meşru olarak görülüyorlar. Algılanan gayri meşruiyet, geleneksel kaynaklardan finans ve insan kaynağı tedarik etmeyi engelleyecektir. Sonuç olarak, kendisine gerekli kaynakları sağlayan tarafların esiri olabilirler.

Kaynak: (Zahra ve diğerleri, 2009: 523).

1.3. SOSYAL GİRİŞİMCİ

Sosyal girişimciler, sosyal misyonu olan bir girişimci türüdür (Dess, 1998). Basit bir tanım vermek gerekirse sosyal girişimci; sosyal sorunları anlayan ve özellikle refah, eğitim ve sağlık alanlarında sosyal değişim yapmak için girişimcilik yeteneğini kullanan kişidir (Cukier ve diğerleri, 2011). Scarborough (2014) sosyal girişimciyi sadece kârlı iş faaliyetleri için değil, aynı zamanda toplumun refahını artırmak için ekonomik, sosyal ve çevresel hedefler koyan ve bunlar için harekete geçen biri olarak tanımlamaktadır. Jain'ne (2012: 169) göre sosyal girişimciler, olumlu bir sosyal değişim için yenilikçi ve denenmemiş fikirler hayal eden ve bunun sorumluluğunu alan ve bu fikri rüyadan gerçeğe taşıyan istisnai bireylerdir. Bir sosyal girişimci hükümetlerin, kâr amacı gütmeyen kuruluşların ve işletmelerin önemli sosyal sorunları ele almak için neyi nasıl yaptıkları konusunda kalıpları bozan fikirler yoluyla sürdürülebilir, büyük ölçekli bir değişim arayan birey, grup, ağ, organizasyon veya kuruluşlar birliğidir (Light, 2006). Temel amacı sosyal değer üretmek olan sosyal girişimci, aynı zamanda fırsatları tespit edip, sosyal misyonu için gerekli kaynakları kullanabilen ve yerel sistem tarafından sosyal sorunları yeterli bir şekilde karşılanmayan topluluğun sosyal sorunlarına yenilikçi çözümler bulabilen vizyoner bir bireydir (Bacq ve Janssen, 2011).

Drayton tarafından kavramlaştırılmasına karşın ondan önceki dönemlerde de toplumda sosyal girişimciler var olmuştur. Örneğin mikro kredinin mucidi Muhammed Yunus, modern hemşireliğin kurucusu Florence Nightingale, Amerika'da Kadın Hakları için mücadele ederek anayasa değişikliğine öncülük eden Susan Brownell Anthony, yedi milyondan fazla düşük gelirli ve topraksız insana toprak dağıtan Hindistan'ın Toprak Bağış Hareketi'nin kurucusu Vinoba Bhave, Hindistan Bağımsızlık Hareketi'nin siyasi ve ruhani lideri Mahatma Gandhi ve Amerikan Yurttaş Hakları önceri Martin Luther King gibi insanlar (Abunasser, 2019). Türkiye de ise Darüşşafaka'nın kurucusu Yusuf Ziya Bey ve cumhuriyet döneminin ilk radyosunu kuran Mesut Cemil Bey gibi birçok örnek bulunmaktadır. Bu kişiler, önde gelen sosyal yenilikçiler olarak anılır. Bu nedenle, değişimin kilit unsurları her toplumdaki sosyal yenilikçiler ve girişimciler olabilir. Aslında, dünyanın dört bir yanındaki sosyal yenilikçiler ve girişimciler zaten birçok işletme kurmaya başlamışlar ve birçok sürdürülebilirlik gi-

rişimleri, paylaşılan ekonomi faaliyetleri, temel yenilikleri, etki yatırımları ve yerel kalkınma hareketlerine öncülük etmişlerdir (Ateş ve diğeri, 2019). Belirtilen bu sosyal girişimci bireylerin özelliklerindeki benzerlik, hepsinin sosyal sorunları ve özellikle de yoksulluğu çözmek için alternatif kaynaklar ve çözümler sağlamaya çalışmasıdır (Dess, 2012).

Geçmişte kamu hizmetlerinin yerine getirilmesinde en etkili mekanizmanın devlet olduğu düşüncesi hakimdi. Özellikle de serbest piyasa ekonomisinin benimsenmediği dönemde devlet kamu hizmetlerinin ana aktörü konumundaydı. Ancak neo-liberalizm ile birlikte ulusal ve uluslararası düzeyde uygulanan politikalar ile birlikte devlet hizmet noktasında kamusal alandan giderek uzaklaşmıştır (Erat ve Arap, 2016). Bu durum devletin kamu hizmetlerini verimli ve etkin bir şekilde yerine getirememesi nedeniyle bu hizmetlerin karşılanması noktasında tamamlayıcı bir aktör olarak görülen sosyal girişimcilerin toplumdaki rolleri ve önemi giderek artmaktadır (Efeoğlu, 2019: 32). Nitekim sosyal girişimciler, yeni fikirler, ürünler, hizmetler, metodolojiler ve tutum değişiklikleri yoluyla sistem düzeyinde sosyal değişim için katalizör olması amaçlanan, kâr amaçlı olsun ya da olmasın organizasyonları kurmakta ve yönetmektedirler. Bu açıklama, sosyal girişimcilerin davranışlarını ve çevrelerindeki kişilerin anlayışını veya farkındalığını değiştirerek, sosyal çevrelerindeki sistemik değişiklikleri nasıl teşvik ettiğini göstermektedir (Astawa, 2017). Ayrıca, sosyal sorunları kapsamlı bir şekilde tespit etmek ve çözmek için bir sosyal girişimciye ihtiyaç duyulur. Çünkü bütün sistem dönüşüncüye dek yılmadan çalışmayı sürdürebilecek bir vizyon ve kararlılığa sahip kişi yalnızca sosyal girişimci olabilir. Sosyal girişimciler, toplulukları, toplumları ve dünyayı kökten değiştirmek için görünen anlık sorunların ötesine geçmek için kendini adayan bireylerdir (Denizalp, 2009: 7).

Sosyal girişimciler, sadece kişisel kazanç için mümkün olduğu kadar çok kâr elde etmek için kâr öncelik vermezler. Bu girişimciler, kendi çıkarları için alınabilecek kârları düşünmekten ziyade daha geniş öncelikler hakkında düşünmektedirler (Nurfağih ve Fahmi, 2018). Dolayısıyla sosyal girişimci kişisel kazanç değil, karşılıklı faydaya öncelik vererek ortak değerler oluşturmaya çalışmalıdır. Sosyal girişimciler, sosyal misyon ruhunu disiplin, yenilikçilik ve karşılıklı bağımsızlık için bir topluluk çalışması eti-

ği ile birleştirirler (Dees, 1998: 12). Sosyal girişimcilerin sosyal amaçları öncelemeleri gerekir. Bu anlamda onların bir toplumdaki yaşlı, yoksul, dezavantajlı kesimler içerisindeki bireyler için sosyal fayda sağlayacak projeler yaparak sosyal sorunların çözümü noktasında önemli bir misyonu olduklarını söyleyebiliriz. Sosyal girişimciler kısa vadeli günü kurtarmaya yönelik yatırımlar yerine, uzun vadeli kalıcı bir iyileşmeyi ve düzelmeyi sağlayacak sosyal fayda getiri ve yatırımı dikkate almalıdırlar (Durak ve diğerleri, 2017 akt. Efeoğlu, 2019: 29). Dolayısıyla sosyal girişimciler, toplumdaki dezavantajlı bireyleri devamlı desteklemekten ziyade, onlara yoksulluğun üstesinden gelebilmeleri için bir şeyler üretmeyi öğretmekten kendilerine yetmeyi sağlamayı hedeflerler. Bu anlamda sosyal girişimciliğin temel felsefesinin; “balık vermek yerine balık tutmayı öğretmek” gibi bir anlayış sistemini geliştirmeyi amaçladığı söylenebilir (Budak, 2015: 37).

Tablo 1.2: Dünyada en başarılı 10 sosyal girişimci ve girişim konuları

Sosyal Girişimci	Sosyal Girişim	Girişim Konusu
Bill Drayton	Ashoka	Dünyadaki sosyal girişimcilere yardım etmek
Rachel Brathen	Yoga Girl	Sağlık, yoga ve meditasyon hizmetleri sunmak
Shiza Shahid	Malala Fund	Eğitime erişimi savunmak ve kadınların güçlendirilmesine yardımcı olmak
Blake Mycoskie	TOMS Shoes	İhtiyacı olan çocuklara bir çift ayakkabı vermek
Scott Harrison	Charity: Water	Temiz su sağlamak
Muhammed Yunus	Grameen Bank	Mikro finans ve sosyal kapitalizmi geliştirmek
Jefferey Hollender	Seventh Generation	Temizlik, kâğıt ve kişisel bakım
Xavier Helgesen, Chris Fuchs, Jeff Kurtzman	Better World Books	Her kitabın değerini maksimize etmek ve dünya çapında okuryazarlığı teşvik etmek
Mark Koska	SafePoint Trust	Kanla bulaşan hastalıklara karşı korunma sağlamak
Bunker Roy	Barefoot College	Okuma yazma bilmeyen kadınlara evlerinde doktor, mühendis veya mimar gibi güneş enerjisi ve su kullanımı ile ilgili işlemler yapabilmeyi öğretmek

Kaynak: (Efeoğlu, 2019: 44).

1.3.1. Sosyal Girişimcinin Özellikleri

Sosyal girişimciler, sosyal adalet arzusuyla hareket ederler. Eylemleri ile birlikte çalıştıkları ve hizmet ettikleri kişilerin yaşam kalitesinde iyileşme arasında doğrudan bir bağlantı ararlar. Finansal, organizasyonel, sosyal ve çevresel olarak sürdürülebilir çözümler üretmeyi hedeflerler (Thake ve Zadek, 1997). Leadbeater (1997) sosyal girişimcilerin girişimci, yenilikçi ve dönüştürücü olmak üzere üç temel yeteneğe sahip olduklarını belirtmiştir. *Girişimci*: Yeterince kullanılmayan, atıl kaynakları alır ve karşılanmamış ihtiyaçları karşılamak için bunları kullanmanın yollarını bulurlar. *Yenilikçi*: Genellikle geleneksel olarak ayrı tutulan yaklaşımları bir araya getirerek yeni hizmetler ve ürünler ile sorunlarla başa çıkmanın yeni yollarını keşfederler. *Dönüştürücü*: Sorumlu oldukları kurumları, zor durumda bulunan organizasyonları alır ve onları dinamik birer üreticilere dönüştürürler. En önemlisi, kişisel gelişim için olanaklar sağlayarak hizmet verdikleri grupları ve toplulukları dönüştürebilirler.

Sosyal girişimci, öncelikle toplumun ya da bir topluluğun sorun/larını tespit ederek bu sorunları giderecek yenilikçi bir fikre sahip kişidir. Bu onun yenilikçi fikirler üretebilen bir potansiyele sahip olduğunu gösterir. Toplumun büyük bir kesimini kapsayacak şekilde fikrinin etki alanını büyük tutması, vazgeçmeksizin fikrinin peşinden gitmesi ve çevresinde kendisine inanlardan oluşan kişileri toplayabilme özelliğine de sahiptir. Bunların yanı sıra Denizalp (2009), sosyal girişimcinin kişisel özelliklerini aşağıdaki gibi belirtmiştir:

- Sosyal girişimciler toplumu ilgilendiren sorunların bilincindedirler.
- Toplumsal fayda için önem arz eden projelere odaklanırlar.
- Evrensel ahlak ilkelerine uygun davranış ve hareketler sergilemektedirler.
- Düzenli çalışırlar ve araştırma kabiliyetleri çok güçlüdür.
- Toplumsal ihtiyaçlar ile bu ihtiyaçların çözüm yöntemini öngörebilmektedirler.
- Yapılabilir çözüm tekniklerini keşfederek, yenilik ve değişimleri toplumsal fayda için desteklemektedirler.

- Faaliyetleri yapacak ağları kurmak ve yürütmek için geleneksel girişimcilikten istifade edebilmektedirler.
- Tecrübelerini ve bilgilerini başkalarına aktarma ve paylaşmada isteklidirler.
- Kararlı ve meydan okuyucudurlar.
- Örnek liderlik davranışları sergilemektedirler.
- Üretkenlikleri yüksek olup fırsatları sezinleyebilmektedirler.
- Karşılaştıkları sorunlara kısa sürede çözüm getirebilmektedirler.
- Başarı güdüleri ve kendini gerçekleştirme motivasyonu çok güçlüdür.
- Başkalarıyla çalışabilen, başkalarını da çalışmaya dahil edebilen kişilere güven veren kimselerdir.
- Hem risk hem de sorumluluk alma istekliliği ve kabiliyetine sahiptirler.
- Zayıf ve yetersiz yönlerinin bilincinde olup, tavsiyelerden faydalanırlar.
- Ağır ve zor koşullarda çalışabilme iradesine sahiptirler.

1.3.2. Sosyal Girişimci ve Ticari Girişimci Farkı

Sosyal girişimler toplumsal sorunların çözümüne katkı sağlayan işler ile ilgilenirken ticari girişimler kâr odaklı işlerle ilgilenmektedirler (Sönmez ve diğerleri, 2016: 109). Sosyal girişimciliğin temel amacı, kamu yararı için sosyal değer üretmektir, oysa ticari girişimcilik, özel kazançla sonuçlanan kârlı operasyonlar oluşturmayı amaçlamaktadır. Ticari girişimcilik, topluma yeni ve değerli ürünler, hizmetler ve işler biçiminde fayda sağlar ve dönüştürücü sosyal etkilere sahip olabilir. Bu tür dönüşümler, bazı ticari girişimciler için itici bir motivasyon bile olabilir (Austin ve diğerleri, 2006). Bu bağlamda kâr amaçlı örgütler ile kâr amacı taşımayan örgütlerin sosyal bir amaç için ortak projelerde yer aldıkları görülmektedir.

Kâr amacı taşımayan örgütler istihdam ve servis sağlayıcı iken kâr amaçlı örgütler de hayırsever yardımları ile sosyal amaçları desteklemektedir (Ercan, 2016: 13). Bu noktada belirtmek gerekir ki; sosyal girişimciliği hayırseverlikten ayıran nokta yenilikçilik ve sürdürülebilirlik için kâr elde etmek iken, ticari girişimcilikten ayıran nokta ise kişisel kâr elde etmek yerine toplumsal kar elde etmek amacıyla olmasıdır (Güler, 2008). Genel anlamda ticari girişimci ile sosyal girişimci arasındaki farklılıklar Tablo 1.3'te belirtilmiştir.

Tablo 1.3: Ticari girişimci ile sosyal girişimci arasındaki farklılıklar

Kâr odaklı girişimcinin farklı özellikleri	Her iki girişimci türünün için ortak özellikler	Sosyal girişimcinin farklı özellikleri
Yüksek başarı arayıcı	Yenilikçi	Misyon lideri
Risk taşıyan	Adanmış	Duygusal olarak yüklü
Organize eden	İnisiyatif alan	Değişim temsilcisi
Stratejik düşünen	Lider	Fikir lideri
Değer üreten	Fırsat gözetken	Sosyal değer üreten
Bütüncül bakan	Kararlı	Sosyal açıdan uyanık
Arbitrajcı	Tutkulu	Yönetici
		Vizyoner
		Son derece sorumlu

Kaynak: (Özdevecioğlu ve Cingöz, 2009: 92).

İlk ortaya çıktığında yalnızca kâr amacı olmayan örgütlerin yaptıkları faaliyetler olarak değerlendirilen sosyal girişimcilik, kurumsal sosyal sorumluluk ve yenilikçiliği içeren stratejilerle de bağlantılı olması bakımından kâr amaçlı yani ticari örgütleri de ilgilendirmektedir. Sosyal girişimciliği, ticari girişimler neticesinde ortaya çıkan sosyal etki olarak tanımlayan Emerson ve Twersky (1996), girişimcilerin işe yönelik bilgi ve yeteneklerini ortaya koyarken çıktılarını da sosyal bir amaç elde etme gayesinde olduklarını ifade etmiştir. Genel olarak sosyal girişimci kavramını ticari girişimcilikten farklı kılan dört özellik bulunmaktadır (Abu-Saifan, 2012: 25); *Birincisi*, kendilerini yetersiz görülen hizmet alanlarına sosyal bir değer sunma misyonuna hizmet etmeye adanmışlardır, yani gönüllü görev

odaklıdırlar. *İkincisi*, girişimci eylemleri yönüyle kendilerini diğer girişimci türlerinden ayıran özelliklerin bir bileşimi yoluyla hareket etmeleridir. *Üçüncüsü*, yenilikçi ve açıklığa sahip girişimci odaklı kuruluşlar içinde hareket etmektir. *Dördüncüsü*, kazanç getirici stratejilerini planlayan ve uygulayan mali açıdan bağımsız kuruluşlar bünyesinde hareket etmektir. Amaç, finansal olarak kendi kendine yeterli kalarak amaçlanan sosyal değeri sunmaktır. Gökbnar ve diğerlerine (2018: 157) göre; sosyal girişimler hem ticari işletme ilkelerini uygulamak hem de sivil toplum ilkelerini benimsemek gibi bir arada yürütülmesi zor iki yönetim tarzını harmanlamak zorundadır. Bu noktada aşağıda Tablo 1.4'te ticari ve sosyal girişimcilerin farklı özellikleri ile her iki tür girişimcide de bulunması en olası olan özellikler belirtilmiştir.

Tablo 1.4: Ticari girişimcilerin ve sosyal girişimcilerin farklı ve ortak özellikleri

Ticari Girişimci	Sosyal Girişimci
Odakları, yeni ihtiyaçlardır.	Odakları, yeni fikirler vasıtasıyla uzun vadeli amaçlara daha etkili çözümler bulmaktır.
Üstlendikleri risk kendileri ya da ortakları adınadır.	Üstlendikleri risk paydaşlar adınadır.
Kâr amaçlı işler kurmaya çalışırlar.	Sosyal değişim gerçekleştirmeye çalışırlar.
Motivasyonlarının temel kaynağı; kendisinin yönettiği bir iş kurma ve maddi gelir elde etme düşüncesidir	Motivasyonlarının temel kaynağı; kârdan ziyade, sosyal değişim ve kendi paydaşlarının gelişimidir.
Üstlendikleri risk para ya da itibar kazanmak içindir.	Üstlendikleri risk toplumsal ihtiyaçların giderilmesi içindir.
Asıl amaçları kârdır.	Temel amaçları kâr olmamakla beraber, kâr amaçlı faaliyetlere de katılabilirler.

Kaynak: (Abu-Saifan, 2012: 25).

1.4. SOSYAL GİRİŞİMCİLİĞİN ÖNEMİ

Sosyal girişimciliğin önemini her geçen gün artıran etkenler bulunmaktadır. Çevre sorunları, göç, yoksulluk, sağlık, temiz su eksikliği, eğitim olanaklarının yetersizliği, çocuk işçiliği, iş sağlığı ve güvenliği koşullarının eksikliğinden kaynaklanan ölümler, işsizlik, gibi sorunlar bütün ülkelerde belli oranda bulunmaktadır. Genel anlamda ülkelerin mevcut

sistemleri bu sorunların üstesinden gelebilmeleri için yetersiz kalmaktadır (Bozlar, 2017: 15). Küresel ölçekte belirtilen bu tür sosyal ve çevresel sorunlar, bireysel olarak hayırseverlerin yeteneklerinin ötesinde ve daha güçlü aktörler gerektirmektedir. Her ne kadar işletmeler bu tür sorunları çözmek için politik güç açısından hükümetler üzerinde otorite kursa da yeni bir yasal sosyo-ekonomik girişim olarak sosyal girişimler, bu sorunların olası çözümünde bir aktör olarak görülmektedir (Rahdari ve diğerleri, 2016). Sosyal girişimler yoksulluk ve sosyal dışlanma tehlikesi ile karşı karşıya olan insanlar için imkânlar oluşturulması, ekonomik, sosyal ve kültürel hayata tam katılımları için gerekli kaynakların sunulması ve genele yayılmış bir büyümenin sağlanması noktasında önemli misyonları üstlenmektedir (Bozlar, 2017: 14). Ayrıca mülteciler, çocuklar, gençler, engelliler, azınlıklar gibi dezavantajlı kesimlere yönelik istihdam ve gelir getirici faaliyetler oluşturarak birey veya toplulukların güçlendirilmesi ve kapasitelerinin artırılması gibi birçok faaliyetler gerçekleştirmesi bakımından sosyal girişimcilik toplum için önemlidir (Şeker, 2012: 54).

Sosyal girişimciliğin öneminin belirgin hale geldiği alanlardan biri de ekonomidir. Ülkelerin ekonomik kalkınmasında önemli rol oynayan sosyal girişimcilik, bu rolü üç şekilde gerçekleştirmektedir. Birincisi temel ihtiyaçların karşılanması, ikincisi sosyo-ekonomik kalkınma için ortak davranışların geliştirilmesi, üçüncüsü ise gelecek nesillerin ihtiyaçlarının bugünden tespit edilmesi noktasında katkı sunmasıdır (Özdemir, 2010: 95). Dolayısıyla sosyal girişimciliğin bir yönüyle de doğrudan ekonomi ve istihdam ilgili olduğu görülmektedir (Koçak ve Kavi, 2014: 30). Yoksullara mikro-kredi veren bankalar, uluslararası ticarete adil ticaret anlayışını getiren ithalat-ihracat şirketleri, dezavantajlı gruplardan milyonlarca kişiye istihdam sağlayan kooperatifler sosyal girişim hareketiyle özdeşleşen örnekler arasındadır. Ayrıca eğitim ve çalışma hayatının entegrasyonu konusunda yürüttüğü faaliyetler yoluyla sosyal dışlanma riski altında olan kişileri iş gücü piyasasında tutması da sosyal girişimlerin bir diğer önemli yönüdür (Bozlar, 2017: 15) Son olarak sosyal girişimcilik, sivil toplum kuruluşlarının artması, özel sektörün sosyal sorumluluk faaliyetlerini artırması ve hayırseverlik anlayışındaki değişimler gibi alanlara etkisi bakımından önemli bir girişimcilik türüdür (Şeker, 2012: 54).

1.5. SONUÇ

Sosyal girişimcilik geleneksel girişimcilikten birçok farklılığı bulunan bir fenomen olarak görülmektedir. Geleneksel girişimcilik daha çok maddi faydalara ve yalnızca müşteri memnuniyetine odaklanırken, sosyal girişimcilik ise toplumsal faydayı merkeze alan ve genel olarak kâr amacı gütmeyen bir girişimcilik türüdür. Sosyal girişimcilik, esasında girişimciliğin sosyal yönüne vurgu yapmaktadır. Sosyal girişimcilik, sosyal misyonun bir gereği olarak insanların dayanışma ve paylaşma yönlerini sergilemeleri anlamına gelmektedir. Sosyal girişimcilik aynı zamanda toplum tarafından sürekli ihtiyaç olarak hissedilebilen faydaların sağlanabilmesi için de bir alan açmaktadır. Bu ise sosyal girişimciliğin, sosyal etki yönü ile ortaya konulmaktadır. Sosyal girişimcilik yaptığı sosyal etki ile yoksulluk, eğitim, çevre, sağlık ve barınma başta olmak üzere birçok alandaki aksaklıkların giderilmesi için bağımsız ve sürdürülebilir bir şekilde nispeten bir çözüm olabilmektedir. Dezavantajlı konumdaki insanların güçlendirilmesi, kırsal gelişme, çevrenin korunması, sağlık, eğitim, sosyal içerme ve gençlerin hayata katılımı gibi insanı ilgilendiren birçok alanda faaliyet yürüten sosyal girişimcilik, dünyada hızla gelişmekte ve toplumlar için sosyal fayda sağlamaktadır. Türkiye’de de sosyal girişimcilik faaliyetleri artmasına rağmen, bölgesel farklılıklar, eğitimin kalitesi, sosyal ayrışmalar ve çevrenin tahribatı gibi pek çok sorun hala devam etmektedir. Sosyal girişimciliğin Türkiye’deki durumu ve etkilerine bakıldığında henüz kökten bir etki görülmemekle birlikte, toplumsal sorunlara karşı farkındalık ve bilinçlenme görülmektedir. Türkiye’de son yıllarda sosyal girişimcilik alanında pek çok gelişme yaşanmaktadır. Sosyal girişimciler için teşvikler ve yeni projelerin sunulabilmesi için çeşitli fırsatlar sağlanmaktadır (Ercan, 2016: 76).

Dünyadaki birçok ülkenin karşılaştığı sosyal sorunlar, sosyal girişimcilik faaliyetleriyle aşılabılır. Sosyal girişimcilik, toplumun veya yardım edilen grubun refahının iyileştirilmesi için sosyal değişimin daha iyi bir yöne doğru evrilmesini ve başarılmasını hedeflemektedir (Saragih ve Elisabeth, 2020). Sosyal girişimlerin hızlı ve etki düzeyi yüksek faaliyetleri sonucunda toplumsal duyarlılık ve gönüllülük aktiviteleri özendirilmekte ve yapılan ortak projeler sayesinde katılımcıların sosyal sermayeleri artmaktadır. Bu tür girişimler toplumsal sorunlara kalıcı çözümler getirerek

olası benzer sorunların da giderilmesini sağlamakta, sürdürülebilir ve düzenli gelir elde edilmesine katkı sunarak sivil toplum kuruluşlarının etkinliklerinin artmasına öncülük etmektedirler.

Dezavantajlı toplulukların sosyal, ekonomik ve toplumsal gelişimini sağlamak, toplumda farkındalık meydana getirmek, sosyal girişimciliği teşvik etmek ve örnek olmak sosyal girişimlerin hedeflediği başlıca etkilerdir. Türkiye için de önemli potansiyeli bulunan yeni bir model olarak sosyal girişimler giderek ön plana çıkmaktadır. Mevcut birçok sivil toplum örgütü ve işletme, toplumsal bakış açılarını ticari girişimcilik ve işletme prensipleri ile harmanlayarak sosyal girişim çizgisinde faaliyet göstermektedir. Türkiye’de sosyal girişimlerin teşvik edilmesi için bir dizi lobi, farkındalık oluşturma ve kapasite geliştirme faaliyeti önerilmiştir. Ayrıca tüm çalışmaların çok yönlü, çok paydaşlı ve uzun soluklu bir şekilde ele alınması gerekmektedir (Ersen ve diğerleri, 2010). Sosyal girişimcilik faaliyetlerinin halen vakıf dernek kooperatifleri gibi farklı türden kuruluşlar aracılığıyla yürütüldüğü Türkiye’de, bu girişimci türünün gönüllüğünü özendirmeye yönelik çalışmalar yapılmalıdır. Bu anlamda sosyal girişimlerin/girişimcilerin kamu kurumları ve şirketlerle ortaklıklar kurmaları teşvik edilmeli ve yasal, bürokratik mevzuatlar vs. kolaylaştırıcı olmalıdır.

KAYNAKÇA

- Abunasser, N. (2019). *Understanding the effect of culture on social entrepreneurship in Turkey*, Ankara Yıldırım Beyazıt Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Abu-Saifan, S. 2012. Social entrepreneurship: definition and boundaries. *Technology Innovation Management Review*. 22-27.
- Akkocaoğlu, S. (2019). *A comprehensive bibliometric analysis of documents of organization theories on social entrepreneurship*, Master's Thesis, Atılım University, Ankara.
- Alter, S. K. (2003). Social enterprise: A typology of the field contextualized in Latin America, *Browse Latest Publications By*:1-100.
- Astawa, I. P. (2017). Studi kasus kewirausahaan sosial di bali dalam pendekatan konseptual, *Jurnal Bisnis dan Kewirausahaan*, 12(1), 1-10.
- Ateş S. A., Ateş, M., ve Yülek, M. A. (2019). Going beyond Gdp: the role of social innovation in building a welfare state. In *Handbook of research on digital marketing innovations in social entrepreneurship and solidarity economics* (pp. 241-258). IGI Global.
- Austin, J., Stevenson, H., ve Wei-Skillern, J. (2006). Social and commercial entrepreneurship: same, different, or both?. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 30(1), 1-22.
- Bacq, S., ve Janssen, F. (2011). The multiple faces of social entrepreneurship: a review of definitional issues based on geographical and thematic criteria, *Entrepreneurship & Regional Development*, 23(5-6). 373-403.
- Bornstein, D. (2004). *How to change the world: social entrepreneurs and the power of new ideas*. Oxford, UK: Oxford University Press.
- Bozlar, T. (2017). Dezavantajlı bireylerin istihdamında sosyal girişimcilerin rolü: Ülke örnekleri ve Türkiye için öneriler, Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı, Türkiye İş Kurumu Genel Müdürlüğü, Ankara.
- Budak, G. (2015). Yoksulluğa inovatif bir çözüm; sosyal girişimcilik, *HAK-İŞ Uluslararası Emek ve Toplum Dergisi*, 4(8), 27-41.
- Cukier, W., Trenholm, S., Carl, D., ve Gekas, G. (2011). Social entrepreneurship: A content analysis. *Journal of Strategic Innovation and Sustainability*, 7(1), 99-119.

- Dees, J. G. (1998). The meaning of “social entrepreneurship”: Comments and suggestions contributed from the social entrepreneurship founders working group. Durham, NC: Center for the Advancement of Social Entrepreneurship, Fuqua School of Business, Duke University.
- Dees, G. (2012). The meaning of social entrepreneurship http://www.caseatduke.org/documents/dees_sedef.pdf, (Erişim: 06.10.2020).
- Denizalp, H. (2009). *Toplumsal dönüşüm için sosyal girişimcilik rehberi*, STGM yayını.
- Efeoğlu, A. (2019). *Dünyada ve Türkiye’de sosyal girişimcilik*. Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.
- Erat, V. ve Arap, İ. (2016). *Dünyada ve Türkiye’de bilim-iktidar ilişkisinin evrimi*, Notabene, Ankara.
- Ercan, S. (2016). *Türkiye’de sosyal girişimcilik ve yarattığı etkilerin değerlendirilmesi*, İstanbul Teknik Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.
- Ersen, T. B., Kaya D., ve Meydanoğlu Z., (2010). Sosyal girişimler ve Türkiye, TÜSEV, 9
- Gökbunar, R., Aktaş, H., ve Kargın, M. (2018). Üniversitelerde Sosyal Girişimcilik: Fırsatlar ve Öneriler. *Yönetim ve Ekonomi: Celal Bayar Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 25(1), 155-170.
- Güler, B. K. (2008). *Sosyal girişimciliği etkileyen faktörlerin analizi*. Sosyal Bilimler Enstitüsü, Dalı Doktora Tezi. Dokuz Eylül Üniversitesi, İzmir.
- Jain, M. (2012). Social entrepreneurship-using business methods to solve social problems: The case of Kotwara. *Decision*, 39(3), 168-177.
- Koçak, O. ve Kavi, E. (2014). Sosyal politika aktörü olarak sosyal girişimci belediyecilik. *HAK-İş Uluslararası Emek ve Toplum Dergisi*, 3(6), 27-49.
- Koenig, A. (2013). Milliyet. Erişim: 28.10.2020 <http://www.milliyet.com.tr/-sosyal-girisimcilik-ve/gundem/ydetay/1729407/default.htm>
- Leadbeater, C. (1997). The rise of the social entrepreneur. London, United Kingdom: Demos.
- Light, P. C. (2006). Reshaping social entrepreneurship. *Stanford Social Innovation Review*, Fall, 46–51.

- Mair, J. ve Marti, I. (2006). Social entrepreneurship research: A source of explanation, prediction, and delight. *Journal of World Business*, 41(1), 36-44.
- Martin, R. L. ve Osberg, S. (2007). Social entrepreneurship: the case for definition. *Stanford Social Innovation Review*, 5(Spring), 29–39.
- Noruzi, M. R., Westover, J. H., ve Rahimi, G. R. (2010). An exploration of social entrepreneurship in the entrepreneurship era. *Asian Social Science*, 6(6), 3-10.
- Nurfaqih, M. I., ve Fahmi, R. A. (2018). Social entrepreneurship (kewirausahaan sosial) dalam perspektif ekonomi Islam. Working Paper Keuangan Publik Islam No. 8 Seri 1.
- OECD. 2000. Social enterprises. France: organisation for economic Co-operation and development (OECD) Publishing. 1–69.
- Okpara, J. O., ve Halkias, D. (2011). Social entrepreneurship: an overview of its theoretical evolution and proposed research model. *International Journal of Social Entrepreneurship and Innovation*, 1(1), 4-20.
- Özdemir, B. K. (2010). Sosyal girişimcilik ve sürdürülebilir kalkınma, *Sosyal Girişimcilik*, Edit: Senem Besler, Beta Yayıncılık, İstanbul.
- Özdevecioğlu, M., ve Cingöz, A. (2009). Sosyal girişimcilik ve sosyal girişimciler: Teorik çerçeve. *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, (32), 81-95.
- Palesangi, M. (2012). Pemuda Indonesia dan kewirausahaan sosial. *Prosiding Seminas*, 1(2), 1-6.
- Rahdari, A., Sepasi, S., ve Moradi, M. (2016). Achieving sustainability through Schumpeterian social entrepreneurship: The role of social enterprises. *Journal of Cleaner Production*, 137, 347-360.
- Remenyi, J. (2004). The economics of development, *Key Issues in Development*. In D. Kingsbury, J. Remenyi, J. McKay and J. Hunt (Eds.), *Key Issues in Development*. New York: Palgrave Macmillan.
- Saragih, R. ve Elisabeth, D. M. (2020). Kewirausahaan sosial dibalik pandemi Covid-19: penelusuran profil dan strategi bertahan. *Jurnal Manajemen*, 1(1), 47-56.
- Scarborough, N (2014). *Essentials of entrepreneurship and small business management*, 7th edn. Boston: Pearson Prentice Hall.
- Sofia, I. P. (2017). Konstruksi Model Kewirausahaan Sosial (Social Entrepreneurship) sebagai gagasan inovasi sosial bagi pembangunan perekonomian. *Widyakala: Journal Of Pembangunan Jaya University*, 2(1), 2-23.

- Sönmez, A., Arıker, Ç., ve Toksoy, A. (2016). Dünya’da ve Türkiye’de sosyal girişimciliğin gelişimi, *Sosyal Ve Beşeri Bilimler Araştırmaları Dergisi*, 17(37), 102-121.
- Şeker, M. (2012). *Sosyal girişimciliğin artan önemi ve bir araştırma*, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.
- Tan, W. L., Williams, J., ve Tan, T. M. (2005). Defining the “Social” in “social entrepreneurship”: Altruism and entrepreneurship. *The International Entrepreneurship and Management Journal*, 1(3), 353-365.
- Thake, S. ve Zadek, S. (1997). *Practical people noble causes: How to support community-based social entrepreneurs*. New Economics Foundation, London
- Tunar, A. (2020). *Sosyal girişimcilik ve yasal statü: sosyal girişimciler üzerine bir araştırma*, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.
- Zahra, S. A., Rawhouser, H. N., Bhawe, N., Neubaum, D. O. ve Hayton, J. C. (2008), Globalization of social entrepreneurship opportunities, *Strategic Entrepreneurship Journal*, 2(2), 117-31.
- Zahra, S. A., Gedajlovic, E., Neubaum, D. O., ve Shulman, J. M. (2009). A typology of social entrepreneurs: Motives, search processes and ethical challenges. *Journal of Business Venturing*, 24(5), 519-532.
- http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/promoting-entrepreneurship/social-economy/socialenterprises/index_en.htm, Erişim Tarihi: 10.11.2020.
- ashokaturkiye.org, Sosyal Girişimciler – Ashoka Türkiye ashokaturkiye.org Erişim Tarihi: 12.12.2020.