

as

by As As

Submission date: 24-Oct-2021 01:10PM (UTC-0500)

Submission ID: 1682565045

File name: SG_mk_eski_hali__1_yeni.docx (71.5K)

Word count: 8602

Character count: 60999

İçindekiler

Giriş	1
Sürdürülebilirlik Ekseninde Sosyal Girişimcilik	2
1.1. Sosyal Girişimciliğin Ortaya Çıkışı ve Kapsamı	2
1.2. Sosyal Girişimciliğin Kavramsal Çerçevesi	4
1.2.1. Sosyal Girişimciliğin Tanımı	4
1.2.2. Sosyal Girişimciliğin Bileşenleri	6
1.3. Sosyal Girişimlerin Özellikleri	7
1.4. Sosyal Girişimlerin Destek ve Kaynakları	9
1.4.1. Maddi Kaynaklar	9
1.4.2. Maddi Olmayan Kaynaklar	11
Sonuç Değerlendirmesi ve Öneriler	13
Kaynakça	14

Giriş

18. yüzyılda meydana gelen sanayi devrimi dolayısıyla endüstrileşmede meydana gelen gelişmeler; kalkınma kavramı ile üretim ve tüketim için ihtiyaçları beraberinde getirmiştir. Bu ihtiyaçlar zamanla 'sınırlı gözetmeyen' bir şekilde beşeri ve doğal kaynakların tüketilmesine dönük bir anlayışın yaygınlaşmasına sebep olmuştur. Caradonna'nın (2014), 'From Concept to Movement, Sustainability, A History' orijinal isimli çalışmasında belirttiği gibi bu anlayış zamanla eleştirilmiş; 1970'lere gelindiğinde dönemin politik atmosferi ile birlikte, dünyada bir kalkınma ve doğal çevre dengesi kurulmasını zorunlu kılmıştır. Bu gelişmelerin tümü sürdürülebilirlik kavramının ortaya çıkmasına zemin hazırlamış ve 1970'lerden sonra kalkınma kavramı ile birlikte anılan sürdürülebilirlik kavramı birçok kurum ve kuruluş¹ tarafından sahiplenilerek günümüze değin gelmiştir (Garanti BBVA, 2021; Serafimova, 2016).

Harris & Throsby (1998) sürdürülebilirlik kavramını açıklayan tanımların 300'ün üzerinde olduğunu belirtmiştir. Günümüze değin gelen literatür incelendiğinde geniş bir alanda kavramın ele alındığı ve bunlar genelleştirildiğinde dünya üzerindeki etkimiz açısından çevresel konular, sistemin sürdürülmesi gibi durumların ilişkilendirildiği gözlenmiştir. Burada temel olarak sürdürülebilirlik kavramı ekonomik, çevre ve sosyal hedefler ile bunların sonuçları arasındaki dengeyi ifade etmektedir (Serafimova, 2016, s. 6).

Sanayileşme süreci içinde farklı bir nitelik kazanan girişimci, **sanayi devriminden önce ticaret yapan kişiler, tacir olarak** adlandırılıyordu. Girişimcinin niteliğinde meydana gelen bu değişim aynı zamanda girişimcinin ekonomik değeri ve toplum önündeki değerinin de değişimine neden olmuştur. Bu gelişmenin bir sonucu olarak, sosyal bilimlerde girişimci bir üretim faktörü olarak görülmüş ve bu üretim faktörleri sınıflandırılmasında sermaye, emek ile doğal kaynaklardan sonra dördüncü faktör olarak karşımıza çıkmıştır. Girişimci, hizmet ve mal üretiminin gerçekleşebilmesi için tüm üretim faktörlerini en uygun koşullarda bir araya getiren kişiye denir.

Mucuk açısından girişimci, üretim faktörlerini insan ihtiyaçlarını karşılayacak şekilde bir araya getirerek ürün ve hizmet üretimini sağlayan kimsedir ve amacı kar etmek olup, bunların getirdiği

¹ Ayrıntılı bilgi için bakılabilir; <https://www.tr.undp.org/content/turkey/tr/home/sustainable-development-goals.html>, Birleşmiş Milletler Kalkınma Planı çerçevesinde tüm dünyada uygulanmak için oluşturulan hedef ve planlar içermektedir.

riske de katlanır (Mucuk, 2016, s. 21). Benzer bir tanım da Dinçer ve Fidan (2000: 16) tarafından yapılmaktadır, onlara göre girişimci, mal ya da hizmet üretmek amacı ile yatırım yapan ve bunun sağlanması için gerekli üretim faktörlerinin toplayıp harekete geçirilmesini sağlayan kişidir.

Girişimcilik kavramına ilişkin tanımlar incelendiğinde yenilik, yaratıcılık, esneklik, risk alma, gelişim ve kar isteği gibi kavramlarla desteklenerek açıklandığı görülmektedir. Dolayısıyla girişimcilik; fırsatları tespit ederek, bunları yenilik oluşturarak, kar ya da fayda oluşturmak amacıyla her türlü riske girme sürecini ifade etmektedir. Bu nedenle bu girişimlerin asıl hedefi olan kar elde etme, ticari girişimlerde geleneksel anlamıyla "ekonomik değer/ artı değer" şeklinde anlam bulurken, çalışmanın da evrenini oluşturan sosyal girişimlerde tamamen sosyal amaca yönelik olan "sosyal kar" ya da "değer" veya "sosyal fayda" şeklinde ortaya çıkmaktadır. Bu yönüyle bakıldığında girişimleri sadece kar kavramı ile özdeşleştirmenin yanlış olacağı düşünülmektedir. Bu nedenle kar odaklı girişimler olduğu gibi kar odaklı olmayan girişimlerden de bahsetmek mümkündür. Bu durum girişimciliğin sınırlarını belirlerken kavrama tek yönden bakılmaması halinde girişimciliğin gelişerek sürdürülebilir bir hal aldığını belirtmektedir.

Çalışmanın devamında sosyal girişimcilik kavramından bahsedilmekte ve sürdürülebilirlik ile ilişkisi bağlamında tanımı, bileşenleri ve kaynakları yer almaktadır.

Sürdürülebilirlik Ekseninde Sosyal Girişimcilik

1.1. Sosyal Girişimciliğin Ortaya Çıkışı ve Kapsamı

Son yıllarda yükselen bir konu olarak sosyal girişimciliğin insani ve sosyal kalkınma konusunda sahip olduğu düşünülen potansiyelinden büyük bir farklılık oluşturacağına yönelik olan inanç ve beklentiye (Alvord, Brown, & Letts, 2004, s. 280; Dees, 1998, s. 6) ulaşma süreci bir anlamda sosyal girişimciliğin gelişimsel seyriyle doğrudan ilişkilidir. Bu gelişim seyri ise olgunun kazandığı konumu aydınlatması yönüyle kavramsal çerçevesini ifade etme noktasında ortaya çıkışı ve anlamı kadar önemlidir. Bu bağlamda sosyal girişimciliğin gelişiminde tarihsel olarak önemli olan iki nokta bulunmaktadır. Birincisi olguya alan açılması ikincisi ise olguya ilginin hızlı yükselişidir (Mengü, 2016, s. 16).

Sosyal girişimcilik olgusunun gelişimi öncelikle sahip olunan alan farklılığı dolayısıyla değişkenlik taşımaktadır. Bu anlamda sosyal girişimciliğin uygulama ve akademi olarak iki farklı alanının bulunduğu söylenebilir (Besler, 2010, s. 3). Uygulama alanında sosyal girişimcilerin toplumsal sorunlara derinlik ve sürdürülebilir çözümler sunan aktörler olarak yüz yıllardır var oldukları kabul edilmektedir (Alvord, Brown, & Letts, 2004, s. 261; Özdevecioğlu & Cingöz, 2009, s. 92; Denizalp, 2009). Her ne kadar ilk olarak yönetim becerilerinin sosyal sorunlarla ilişkilendirilerek işletme bağlamında ele alınma çabası 1972’de Joseph Banks tarafından gerçekleştirilse de (El Ebrashi, 2013: 188) söz konusu eylem biçimine sosyal girişim şeklinde bir tanımlamayı 1980 yılında Ashoka kuruluşuyla Amerikalı William Drayton getirmiştir (Denizalp, 2009: 7). Drayton’un sosyal değişim oluşturma bağlamında orta koyduğu bu çabası, özel sektörün temsili olan işletmenin sivil toplum kuruluşlarına uygulanarak kar amacı gütmeyen ve kar amacı güden faaliyetler arasında bir köprü kurması olarak değerlendirilmelidir (Shapiro, 2013: 5). Drayton bu köprü kurma çabasını öncelikle 1980’lerin başında Hindistan’da ve ardından Endonezya ile Brezilya üzerine yaptığı gözlemlerine dayandırmaktadır (Bomstein ve Davis, 2010: 19).

Uygulama alanında sahip olduğu etkiye rağmen akademik açıdan sosyal girişimciliğin henüz gelişim aşamasında olması dolayısıyla tutarlı ve güçlü bir teorik çerçeve çizilememiştir. Bu nedenle de henüz ortak kabul görmüş bir kavramsal dayanaktan yoksundur (Besler, 2010: 3).

Tarihsel gelişim seyrinde 1980’lerin başı sosyal girişimciliğin kavramsallaştırılarak, bir alana kavuşturulması bakımından oldukça önemlidir. Çünkü bu dönemde refah devleti tartışmalarında da sıklıkla görülen küreselleşmenin etkisiyle birlikte sektörler arası sınırlar belirsiz hale gelmektedir (Besler, 2010: 3; Dees, 1998: 3). Küreselleşmenin söz konusu olan bu etkisi, özellikle kamu ve özel sektör ile sivil toplum kuruluşları olarak üç ayaklı bir yapının meydana gelmesini sağlamış; bu durum bir yönetim modeli meydana getirmiştir (Arpacı ve Karakılçık, 2009: 17). Bu bağlamda söz konusu belirsizlik içerisinde bir “şemsiye” fonksiyonu olan sosyal girişimciliğe (Besler, 2010: 3) ve merkezi

yapıdan kopuşla artan ademi merkezi yapı da sosyal girişimci liderlere bir fırsat sunmuştur (Henton vd., 1997: 154). Bu anlamıyla sosyal girişimcilik sosyal politika alanının devlet dışı mekanizmalarca yürütülmesinin bir başka şekli ifade etmektedir (Tireli, 2009: 95).

Söz konusu küreselleşme gelişmelerinde görülen ekonominin liberalleşmesi ve demografik değişimler gibi durumlar, sosyal girişimciliğe etki eden farklı faktörler meydana getirmiştir (Zahra vd., 2008: 118-119). Bu anlamda yaşanan çeşitli durumlar karşısında artan teknolojik gelişmeler de çağdaş sosyal sorumluluk hareketlerinin sosyal sorunlar üzerinde küresel bir farkındalık oluşmasına neden olmuştur. Yaşanan bu gelişmeler sosyal sorunlarla mücadele aktörleri üzerinden de görünür olmayı başarmıştır.

20. yüzyılda dünya ekonomisi bölgesel krizlerin yanında iki küresel kriz yaşamıştır. 1929'da yaşanan ilk krizde devletlerin piyasaya olan kontrol artışıyla kriz aşılma çalışılırken 1970'lerin ortasında yaşanan yeni krizle devletin ekonomi üzerindeki yetkilerinin azaltılması yönünde güçlü itirazlar yükselmiş ve refah devleti modelini sorgulanır bir konuma getirmiştir (Dayar vd., 2009'dan akt. Mengü, 2016: 17). Refah devletinde 1980'lerde ortaya çıkan finansal sorunlar ve organizasyon zorluklarının ekonominin gelişimini zayıflatmasının yanında işsizliğin artışı gibi önemli yapısal değişikliklere yol açmış ve güçlü merkezi yapıdan uzaklaşma tartışmalarını beraberinde getirmiştir (Haugh, 2005: 5). Bu çevresel konjonktürün, hükümetlerin oluşturduğu politikaların boşluklarını dolduran hayırsever faaliyetler ve kar amacı gütmeyen kuruluşları da ticari ilişki ve rekabetçi ortama ittiği görülmüştür (Mort vd., 2003'ten akt. Mengü, 2016: 17).

Nitekim refah devletinin düşüşüyle toplumsal meşruiyetini artıran girişimciler ve iş adamları 1970'lerden başlayarak sosyal yaşamda giderek daha çok görünürlük kazanmaya başlamıştır (Buğra, 2008'den akt. Mengü, 2016:17; Işık, 2016: 69). Ayrıca teknolojik gelişmelerle ilişkili olarak bilginin erişilebilirliği ve hareketliliğinde görülen yükselişin de hükümet dışı organizasyonların rolünü güçlenmesinde etkili olmuştur (Akanda, 2009: 196). Ryan (1999: 130-131)'ın da değindiği gibi bu bağlamda daha önceleri bir kölelik sistemi olarak görülen iş dünyasının yeni bir aktörü olarak kabul görmüş, yeni bir iş ruhunun (zeitgeist) oluşmasıyla daha geniş bir alana yayılmaya başlamıştır (Mengü, 2016:17; Işık, 2016: 71).

Söz konusu yeni iş ruhunu sivil organizasyona taşıyan sosyal girişimciliğin alan bulmasında bu ekonomi-politik konjonktürün yanında bilgi ve teknoloji alanında yaşanan büyük dönüşümün de etkisi olmuştur (Stecker, 2014: 351). Ancak bunun yanında sosyal girişimciliğin yükselişi gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerde farklı görünümde tezahür etmiştir (Robinson, 2006: 96). Gelişmiş ülkelerde refah devletinin düşüşünün doğrudan bir etkisinden bahsetmek mümkünken, gelişmekte olan ülkelerde sosyal girişimciliğin kamu, özel ve sivil toplum kuruluşları ile birliktelik halinde geliştiği dikkat çekmektedir. Bu anlamda gelişmekte olan ülkelerde bir alternatif olmak yerine daha çok bir tamamlayıcı olarak etkin olduğu söylenebilir (Özdevecioğlu ve Cingöz, 2009: 82).

Sosyal girişimcilik olgusuna yüklenen anlamla birlikte ikinci olarak tarihsel çizgisinde bir ilgi artışının olduğu dikkat çekmektedir. Kalkınma tartışmalarında gelişmenin kısa vadeli motoru olarak ifade edilen girişimciliğin aksine pozitif ve sistematik bir değişimin uzun süreli motoru şeklinde belirtilen (Neck vd., 2009: 18) sosyal girişimcilik üzerine kapitalizmin fedakar formu (Tan vd., 2005: 353) veya küçük grupların çıkarını önceleyen sistemin reforme edici gücü (Vansandt vd., 2009: 420) şeklinde büyük beklentilerin yüklenmiş olduğu anlaşılmaktadır. Bunun arkasındaki sebebin ise olgunun üzerinde görülen ilgi artışı olduğu söylemek mümkündür.

Söz konusu ilgi artışının sebebi ise 2006 yılında Grameen Bank Modeliyle Muhammed Yunus'a, 2009 yılında ise küçük topluluklar üzerine çalışmasıyla Elinor Ostrom'a Nobel Barış Ödülünün verilmesinin etkili olmasıdır (Gonçalves vd., 2015'ten akt. Potluka, 2017: 27). Bu ödüller ile sosyal girişimcilik olgusunun medya, üniversite ve sosyal organizasyonlarda ilgi odağı haline geldiği söylenebilir (Martin ve Osberg, 2007: 30). Ayrıca 2008 küresel ekonomik krizi de yeniden yoksulluk ve çevresel değişim gibi inatçı sosyal sorunlarla mücadelede girişimcilerin sosyal amaçlarla birleşik olduğu organizasyonlara dikkat çeken tartışmaları güçlendirmiştir (Doherty vd., 2014:417).

Bütün bu verilerden hareketle günümüzde sosyal amaçlı çalışma biçimlerinin yaygınlaşarak tanınır hale geldiği söylenebilir. Sosyal amaçlı çalışma anlayışı da günümüzde faaliyet alanları

yaygınlaşan ve girişimcilik faaliyetlerini de içinde barındırarak sürdürülebilir bir yardım mekanizması meydana getiren sosyal girişimlerin gelişimi açısından verimli bir ortam hazırlamıştır.

1.2. Sosyal Girişimciliğin Kavramsal Çerçevesi

Sosyal girişimcilik ilişkili üç ana görüş vardır; ilk olarak, sosyal girişimciliği sosyal etkiler ve ticari girişimciliğin bir karışımı olarak tanımlayanlar; ikincisi, sosyal girişimciliği sosyal etki için bir yenilik olarak görenler ve son olarak sosyal girişimciliğin amacını pozitif iş, doğrudan hizmet işi ve katkıda bulunan demeklerle sınırlayanlar. Fakat, sosyal girişimciliğin evrensel olarak kabul edilmiş bir tanımı yoktur. (Lubberink, 2019; Tan vd., 2005). Sosyal girişimcilik konusunda öncü çalışmaları bulunan Dees (1998: 1) bu kavramı; sosyal misyon tutkusu, iş disiplini, yenilik ve yaygın bağlantıların belirleyicilerinin sentezi olarak değerlendirmektedir. Dees (1998: 1), birçok hükümet ve hayırseverlik çabalarının yetersiz kalması nedeniyle sosyal konulara girişimci yaklaşımların zamanının geldiğini belirtmiştir. Büyük sanayi kuruluşlarının genellikle etkisiz, etkisiz ve tepkisiz olarak görüldüğünü, bu sebeple sosyal girişimcilerin yeni yüzyıl için yeni modeller geliştirmesi gerektiğini belirtti.

Smith ve College'a (2008: 98) göre, sosyal girişimcilik teorisi kavramsal olarak henüz emekleme aşamasındadır. Sosyal girişimciliğin önemi, eski İngiltere Başbakanı Tony Blair'in Ocak 1999'da yaptığı aşağıdaki konuşmada görülebilir. (Thompson vd., den akt. Kırılmaz, 2012: 32); "Bu yüzyılın ilk yarısında, toplumun temel güvenlik hizmetlerini sağlayan devletin yardımı olmadan amaçlarına ulaşamayacağını öğrendik. Yüzyılın ikinci yarısında, başkalarının (gönüllü kuruluşlar, işletmeler ve en önemlisi genel halk) enerjisi ve taahhüdü olmadan devletin kendi hedeflerine ulaşamayacağını öğrendik... Her yıl binlerce sosyal girişimci zor koşullarda olağanüstü sonuçlar elde edin. koşullar. Milyonlarca insan sosyal girişimlerde ve gönüllülük sektöründe yer alıyor ve milyonlarca insan bunu yapmayı öğrenirse bu sektöre katılabilir. Bu yüzden kendime bir misyon belirledim: Bin yılı, insanların hayatlarını etkileyecek bir "toplumsal hareket" patlamasıyla kutlayalım."

1.2.1. Sosyal Girişimciliğin Tanımı

Sosyal girişimcilik her ne kadar tarihsel olarak yeni bir kavramsallaştırma olsa da temelde görece daha eski bir tarihsellik taşıyan "sosyal" ve "girişimcilik" şeklinde iki farklı kavramın bir araya getirilmesi sonucunda üretilmiştir. Bu durum öncelikle eklektik bir nitelik taşıyan olgunun birden fazla şeyi ifade ediyor olması sebebiyle karmaşıklık oluşturmakta ve kolayca tanımlanmasını zorlaştırmaktadır.

Bunun yanında sosyal girişimcilerin eskiden beri var olma durumları karmaşıklığı daha da artırmaktadır. Nitekim sosyal girişimcilik ilk etapta yeni bir dilsel ifade biçimi olarak kabul görse de olgusal olarak eski bir meseleyi ifade etmektedir (Smith ve Hunter, 2008: 97; Dees, 1998: 1) ve bu isimle çağrılmasalar 10 tarihte sosyal girişimcilere hep sahip olduğumuz kabul edilmektedir. Ayrıca sosyal girişimcilikle eş anlamlı olarak kullanılan veya bir türü olarak ele alınan sosyal amaçlı işletme (Quarter vd., 2014'ten akt. Bürger, 2016: 208) ve sosyal sorumluluk gibi çeşitli kavramsallaştırmalar da söz konusu karmaşıklığı derinleştirmektedir (Aslan vd., 2012: 72).

Sosyal girişimcilik olgusunun sahip olduğu bu niteliklerden dolayı kavram üzerinde bir fikir birliği ve anlam bütünlüğünün olmadığı görülmektedir (Güler, 2011: 84; Haugh, 2005: 10; Tan vd., 2005: 354; Dees, 1998: 1). Daha çok olguyu ele alan kişinin bakışı ve yaklaşımına göre değişkenlik gösterdiği anlaşılan sosyal girişimciliğin tanımlanma biçimleri, ortaya çıkardığı kargaşa yoluyla olgunun kavramsal çerçevesi üzerinde de bir dağınıklığa yol açmaktadır. Özellikle sosyal sorun çözücü bağlamında sosyal girişimcilerin bir yandan sosyal değer meydana getirme işleviyle idealist, diğer yandan da sosyal refah sağlayıcı işleviyle pragmatist bir perspektifle ele alındıkları görülmektedir (Sastre-Castillo vd., 2015'ten akt. Mengü, 2016: 8).

Literatürde bu şekilde kar amacı gütmeyen örgütler ile kar amacı güden işletmeler üzerinden araştırmacılarda bir heterojenliğin olduğu anlaşılmakta (Güler, 2008: 65) fakat sıklıkla da girişimcilik bağlamından hareketle olgunun tanımlanmaya çalışıldığı dikkat çekmektedir. Sosyal girişimcilik üzerine ilk tanım denemesinin de 1987 yılında Theobald tarafından risk ve yenilikçilik vurgusuyla yapılması (Güler, 2011: 82; Besler, 2010: 6) bu noktada bir anlam taşımaktadır. Çünkü risk alma ve

yenilik bileşenlerinin benzer şekilde 16. yüzyıl erken döneminde Fransız ordusunda köprü yapan ve girişimci olarak ifade edilen kişiler için de kullanıldığı görülmektedir (Tan vd., 2005: 355-356).

Girişimcilik ile sosyal girişimcilik arasındaki derin ilişkiyi kuran araştırmacılar ekonomik olanın sosyal olandan keskin farklılıklar taşımadığını ve etkilerinin ayrışmasına rağmen faaliyetlerin bir bütünlük taşıdığını ileri sürmektedir (Güler, 2008: 65). Buradan hareketle girişim faaliyetinin ticari faaliyet veya sosyal faaliyet şeklinde ayrıştırılamayacağı, yalnızca belli etkilerinin söz konusu ayrımı tabi tutulabileceği yaklaşımıyla da sosyal girişimciliğin girişimcilik üzerinden tanımlandığı görülmektedir. Bu anlamda iş oluşturma, yapıları kullanma (Thompson, 2002'den akt. Mengü, 2016: 9), toplumsal uyumdaki tıkanıklıkları giderme (Denizalp, 2007: 7) sosyo-ekonomik gelişmeye katkı sağlama, fırsatları belirleyebilme, kararlı olma (Güler, 2008: 66), yenilikçi olma ve fırsatları kovalama (Dees, 1998: 4) gibi temel olarak girişimci bakış açısı (Güler, 2011: 84) doğrultusunda sosyal girişimciliğin girişimcilik prensip ve tekniklerini kullandığı (Smith ve Hunter, 2008: 97) savunulmaktadır.

Sosyal girişimciliğin bu şekilde girişimcilik ile ilişkisi yönünden ele alınmasında sosyal girişimcilik teorisinin “babası” olarak görülen Gregory Dees'in (Bornstein ve Davis, 2010: 1) de güçlü bir etkisi olmuştur. Çünkü olguyu tanımlarken Dees, Jean-Baptiste Say'ın toplumların üretim kapasitesini artırıcı etkisi olduğu fikri ile Schumpeter'in insan ve kaynakların bir araya gelerek sorunlara katkı sağlayıcı etkisi bulunduğu düşüncesini içeren girişimcilik yaklaşımlarını bir araya getirmiştir.

Bunun yanında sosyal girişimcilik ile girişimcilik arasında anlamlı ortak noktalar olmakla birlikte önemli bir farklılık da bulunmaktadır. Temel olarak sosyal girişimciliği ayırık kılan nokta, başında yer alan sosyal kavramının ifade ettiği misyonu ve bununla birlikte gerçekleştirmek istediği amacdır. Bu bağlamda sosyal girişimci, kişilik yapısı olarak girişimci niteliklere sahip olmasına rağmen sosyal sorumluluk anlayışında girişimcilikten farklılık göstermektedir (Denizalp, 2007: 7).

Bu haliyle kavramsallaştırmada sosyal kelimesinin girişimciliği modifiye ettiği (Garcia, 2015: 97) savunulabilir. Çünkü temel amacı toplumsal sorunlara çözüm bulmak olan sosyal girişimcilikte öncelik, işletme misyonunda görülen zenginlik değil değer yaratmaktır. (Güler, 2008: 5; Dees, 1998: 3). Sosyal sorunun çözümü için değer üretme ise yeni bir mesele değil aksine eski bir tartışmadır ki sosyal girişimciliğin eskiden beri var olduğunu iddia eden söylem de buna dayanmaktadır.

Sosyal girişimcilik iki farklı değer sistemi ve kültür çatışmasının mücadelesidir. Birincisi diğer bireyin iyiliğini önceleyen hayırseverlik kültürü, ikincisi ise problem çözümünde beceri ve yararlı teknikleri içeren modern girişimcilik kültürüdür (Dees, 2012). Bu iki kültürün 5 temel farklılık üzerinden gerilimleri bulunmaktadır: doğal hayırseverlik ile nedensel sosyal dönüşüm, onur verici feda ile yetenekli uzmanlık ihtiyacı, karşılıksız vermek ile işletme gibi istihdam, acıyı hafifletmek ile sorunun nedenlerini çözmek, insanla ilgilenme ile insanı güçlendirme. Söz konusu gerilimler içinde sosyal girişimciliğin ürettiği değer, hayırseverlik faaliyetinin ürettiği değerden de işletmenin ürettiği değerden de ayrılmaktadır.

Sosyal ifadesi iktisadi olmayan ürün biriktirme amacını, girişimcilik ifadesi ise hayırseverlikten farklı olarak finansal yapısını temsil eden (Haugh, 2005: 3) sosyal girişimcilik, hayırseverlik faaliyeti ile ticari faaliyet arasında sosyal ve ekonomik temelli bütünleşik motivasyon içeren bir faaliyet (Dees, 1998a: 60) olarak işletmenin ruhu olan girişimcilik ile toplumun ruhu olan sivil erdemi (Henton vd., 1997: 151) birleştiren “melez” yapısıyla (Murphy ve Coombes, 2009: 329) piyasa ve devlet öğelerini bir araya getirmekte (Murphy ve Coombes, 2009: 327) ve bir anlamda kar amacı güden ile kar amacı gütmeyen girişimciler arasındaki sınırı ortadan kaldırmaktadır (Haugh, 2005: 3). Bu anlamda sosyal girişimcilik ruhunun hayırseverlik ile kar amacı gütmeyen sektör arasındaki geleneksel ilişkiyi girişimci hayırseverliğe (venture philanthropy) dönüştürdüğünü söylemek mümkündür.

Buraya kadar anlatılanlardan hareketle sosyal girişimciliğin herkes tarafından kabul edilen net bir tanımının olmadığı, ele alınış biçimine göre değişkenlik arz ettiği ve tanım birlikteliğinin önünde ciddi engellerin bulunduğu görülmektedir. Ancak burada çalışmanın da ilerleyen bölümlerine temel referans noktası teşkil etmesi amacıyla sosyal girişimcilik olgusundan ne anlaşıldığını ve sosyal girişimcilik olgusuyla ne anlatılmak istendiğini ifade eden bir tanım ortaya koymak anlamlı olacaktır.

Bu sebeple de sosyal girişimciliği kısaca, sosyal değer oluşturmaya temel misyon etme yoluyla girişimcilik prensiplerini sosyal sorunların çözümünde kullanma biçimi olarak tanımlayabiliriz. Bu yaklaşım biçiminin toplumsal uyumda ortaya çıkan soruna özgün ve temel katkısı ise derinlikli ve sürdürülebilir çözümler sunma iddiasıdır (Mengü, 2016: 9).

1.2.2. Sosyal Girişimciliğin Bileşenleri

Sosyal girişimcilik kavramı kendi içinde farklı bakış açıları barındırarak bir tanım çeşitliliği sunmaktadır. Bu durum tek bir tanımın yapılmasını zorlaştırdığı gibi farklı bileşenlerin ortaya çıkmasına da zemin hazırlamaktadır. Çalışmanın bu kısmında çok bileşenli olan sosyal girişimcilik kavramının en önemli görülen ve literatürde ortak olan bu bileşenlerinden bahsetmeye çalışılacaktır.

Sosyal girişimciliğin tek bir tanımının yapılmasının güçlüğünden bahseden çalışmada Choi & Majumdar (2014), sosyal girişimciliği beş alt kavramdan oluşan bileşenler aracılığıyla açıklamıştır. Bunlar; sosyal değer oluşturma, sosyal girişim ve sosyal girişimci organizasyon, sosyal inovasyon ile pazar oryantasyonu olarak belirtilmiştir (Choi & Majumdar, 2014; Lubberink, 2019).

Diğer bir çalışmada Senem Besler (2010: 10-17) sosyal girişimciliğin bileşenlerini üç başlıkta toplamıştır, bunlar; sosyal değer oluşturma ve bu değeri meydana getirecek fırsatları görme; yenilikçi olma; kaynak oluşturma ile sürdürülebilir olmadır.

Sosyal Değer Oluşturma ve Fırsatları Görme

Sosyal değer oluşturma ya da topluma yararlı olma isteği, neredeyse tüm çalışmalarda sosyal girişimcilik kavramını anlatmakta kullanılarak uzlaşa sağlanan en önemli özelliktir. Austin vd. (2006)'nin de ifade ettiği gibi, sosyal girişimcilik özünde, birey veya paydaşların servetini arttırmaktan çok, sosyal değer oluşturma gerçeği bulunmaktadır (Besler, 2010: 11). Dees (1998a) gibi birçok araştırmacı tarafından tartışıldığı gibi, sosyal misyon bu organizasyonlar için merkezi ve önemlidir.

Kısaca sosyal bir değer oluşturma amacı taşıyan tüm organizasyon ve yapının sosyal girişimci olmaya aday olduğunu söylemek mümkündür. Sosyal bir soruna öncelik vererek, sosyal girişimcilik bu sorunu çözmek için gerekli kaynakları etkin bir şekilde harekete geçirebilir. Bir sosyal girişimcinin piyasa şartlarında, sermaye, emek, ekipman gibi kaynakları kendine çekebilme becerisi kendini rakipleri karşısında kaynaklarını daha verimli kullanan bir yapıya dönüştürür. Bu da girişimcileri sosyal değer oluşturmaya ve bunu sağlayacak kaynakları yenilikçi yollarla temin etmeye sevk etmektedir.

Yenilikçi Olma

Sosyal girişimciliğin diğer bir bileşeni yenilikçiliklerdir. Sosyal **yenilik kavramı, ilk kez Kanter (1999) tarafından** kullanılarak kurumların, **toplumun** karşılanamayan bir ihtiyacını gidererek **yeni bir pazar değeri** meydana getirerek, **sosyal bir ihtiyacın karşılanmasına katkıda** bulunulduğunu belirtmiştir. Bunda yenilikçiliğin ön plana çıkmasını sağlayan destekleyici davranış ve özellikleri olan risk alma ve proaktif olma boyut ve davranışlarının önemli bir payı bulunmaktadır. Bu durum sosyal amaçların gerçekleştirilmesinde oldukça önemli bir unsur olarak karşımıza çıkmaktadır. Aynı zamanda özellikle gelişmekte olan ülkelerde gerçekleşen sosyal girişimcilik faaliyetleri de bunun en açık göstergesidir (Besler, 2010: 12-13).

Kaynak Oluşturma ve Sürdürülebilirlik

Sosyal girişimciliğin varlığı ve devamı açısından kaynak oluşturma ve sürdürülebilirlik birbirini tetikleyip destekleyen iki kavram olduğundan birlikte düşünülmüştür. Çünkü kaynak oluşturulabildiği sürece sürdürülebilirlik sağlanmış, sürdürülebilir olmak da kaynakların teminin mümkün olduğunu göstermektedir.

Bu bağlamda, sosyal misyonlarını gerçekleştirmeye çalışan bu yapılar çevresel dinamiklere göre kaynaklarını etkin kullanmaları gereklidir. Böylece amaç sonuç dengesi kurarak, sosyal amaçlar ile paydaşların amaçları arasında da denge meydana gelebilir (Besler, 2010: 14-15).

Tün⁴bu açıklamalardan hareketle sosyal girişimcilik ile ilgili aşağıdaki gibi bir tanım yapabiliriz. **Sosyal girişimcilik, neredeyse her sektörde sosyal değer yaratmak veya değiştirmek ve/veya sosyal ihtiyaçları karşılamak için fırsatları değerlendiren, bu fırsatları kullanmak risk**

almayı ve kaynakları **yaratıcı bir şekilde kullanmayı içeren sürdürülebilir, yenilikçi ve sosyal bir süreçtir**. Bu kapsamda sosyal girişimci için yapılabilecek tanımlar, sahip olunan özelliklerine göre şu şekildedir (Dart, 2004'ten akt. Besler, 2010: 16);

- Göreve hizmet edecek yeni fırsatları görmek ve kararlılıkla takip etmek,
- Hizmet verilen paydaşlara ve elde edilen sonuçlara karşı daha fazla sorumluluk duygusuna sahip
- Mevcut kaynaklarla sınırlandırılmadan çalışmak,
- Sürekli yenilik, adaptasyon ve öğrenme faaliyetlerinde bulunan,
- Toplumsal değer yaratma ve sürdürme misyonuyla hareket eden bireylerdir.

Ortak olarak değerlendirilen yukarıdaki özelliklere dayanarak sosyal girişimcilerin sosyal bir amaca sahip olup, bu amaç doğrultusunda gerekli çaba ve çalışmayı gerçekleştirecek tüm bireyleri kapsadığını kabul etmek mümkündür.

1.3. Sosyal Girişimlerin Özellikleri

Sosyal girişimci yapılar veya kuruluşlar, temel misyonları ile kendi kendini idame ettiren ekonomik faaliyetler a²sındaki uyuma bağlıdır. Fazla ekonomik aktivite yaratarak sosyal misyonlarını sürdürmeye çalışırlar (Prabhu 1999: 140). “Sosyal girişimcilik” kelimesi sektörün **sınırlarını** gizliyor. **Yenilikçi kar** amacı gütmeyen kuruluşlar, **sosyal girişimcilik ve** ticari girişimlerin **sosyal** nedenleri olabilir. Örnek olarak; “kâr amacı gütmeyen toplum kalkınma bankaları ve melez organizasyonlar, kâr amaçlı ve kâr amaçsız unsurların karışımı şeklinde karşımıza çıkabilirler (Dees 1998: 1). Dernek, ortaklık, kulüp, takım, kooperatif ya da acenta gibi çeşitli yasal biçimlerde var olabilen sosyal girişimci organizasyonlar üç şekilde tanımlanabilirler”;

Yardımcı sosyal girişimci kuruluşlar; **Muhtaç ve** fakir insanlara yardım ederler. Bu organizasyonlar bireysel odaklıdır. Ayrıca koruyucu ve ahlaki bir tutum sergilerler. Yaklaşımları empati ve din nedeniyle fedakarlık inancına dayanmaktadır. Politik olmayan ve şiddet içermeyen davranışlara yönelik tedavi edilebilir bir değişimi destekliyorlar.

Sosyal aktivist sosyal girişimcilik; Siyasette, adalette ve toplumu değiştirme çabalarında aktif olarak yer alır.

Gelişimsel Sosyal Girişimcilik; İhtiyacı olanlara teknolojik ve organizasyonel yenilikler sunarak geniş deneyime sahip ekonomik faaliyetlere başlamak. Bununla birlikte, bunun sosyal veya politik bir değişime yol açacağına nadiren inanılır.

² Bu üç farklı sosyal girişimcilik arasındaki temel farklılık öncelikle ideolojiktir (Prabhu 1999:141). Tüm bu **sosyal girişimci organizasyonların bazı** özelliklerini şu şekilde sıralayabiliriz (Srivastva 2004'ten akt. Kınılmaz, 2012: 46):

- Sosyal girişimciler örgütünün üyeleri - örgütün misyonunun liderleri,
- Sosyal girişimciler örgütünün üyeleri, sosyal alandaki sadakat hizmetinin düzenleyicileri ve koordinatörleridir.
- Sosyal girişimcilik kuruluşları, alternatif kaynakların ortak girişimleridir,
- Sosyal girişimcilik kuruluşları, koordine edici ve dönüştürücü liderlik yoluyla misyonlarını gerçekleştirir,
- Sosyal girişimcilik kuruluşları, üyelerini toplumdaki paydaşları adına belirsiz riskler almaya davet eder.
- Sosyal girişimcilik kuruluşlarının üyeleri inovasyona öncülük eder,
- Sosyal girişimcilik kuruluşlarının üyeleri, toplumsal ihtiyaçlar ve değişimler hakkında ortak kararlar alırlar,
- Sosyal girişimler kooperatif işletmesi olabilir,
- Sosyal girişimler topluma karşı sorumlu olarak oluşturulur,

2
Birçok yazar, sosyal girişimcilik faaliyetlerinin kar amacı gütmeyen doğasına vurgu yapmaktadır. Ancak sosyal girişimcilik, sosyal bir misyonla ve kâr amaçlı da oluşturulabilir. Grameen Bank Muhammed Yunus ve Dr. Abuleish'in Sekem ile ticari bir anlaşma yaptığını söyleyebiliriz. Grameen Bank ve Sekem, yeni sosyal girişimler yaratmak amacıyla karlarını 31rtmak için ana işlerini kullandılar. Grameen, Grameen Telekom veya Grameen Energy ve Sekem, üniversite ve hastane de dahil olmak üzere birçok sosyal girişim aracılığıyla kârlarını artırmaya çalıştı. Böylece sosyal girişimciler, sosyal ihtiyaçlara çözüm olarak özel iş modelleri ile kar odaklı veya kar amacı gütmeyen araçları kullanmayı tercih edebilirler. (Mair ve Marti 2006: 39). Young (2001) tarafından ayrımı yapılan sosyal girişimci organizasyon tanımları (Işık, 2016; Besler, 2010) aşağıdaki gibidir;

Kurumsal Hayırseverlik: Sosyal girişimciler, ticari işletmeye yönelerek kaynaklarını sosyal hedefleri ilerletmek için kullanmayı seçebilir veya özel olarak kamu mallarını destekleyebilir. Esas olarak, kurumsal hayır kurumlarının çalışmaları sonucunda karları maksimize etmeyi veya pazar payını artırmayı amaçlar. Burada hayırseverlik faaliyetleri kurum çalışanlarının etkinliğine bağlıdır. Kurumsal ürünleri tanıtmak veya kurumsal imajı geliştirmek, uzun vadeli ekonomik başarıya yol açabilir.

2
Sosyal Amaçlı Organizasyonlar: Alternatif olarak, bir sosyal girişim, kendisini sosyal hedeflere ulaşmak için özel bir organizasyon olarak görebilir. Mesela, “bir misyonla hareket edebilir ve kar elde edemezsiniz. Ancak ticari gelirler ve ticari faaliyetler ile gelir artırıcı faaliyetler misyon destek stratejileri olmalıdır. Ya strateji, görevle ilgili işlevleri ya da her ikisini de hızlı bir şekilde ortaya çıkarmalıdır.”

Hibritler (Melezler): Bu organizasyon sahiplerine kar getirir ve kamu yararına inşa edilmiştir. Hibrit organizasyonlar birden fazla ortak olabilir ve bu çok ortaklık onları sosyal olarak daha güçlü hale getirebilir. Organizasyon sahipleri, piyasalar oldukça rekabetçi olmadıkça ve kâr maksimize edici stratejiler izlemedikçe, gelir ve sosyal faydaların karışımını optimize etmeyi seçmeyeceklerdir. Temel olarak, hibrit organizasyonların amacı bu dengeyi sağlamaktır.

Sosyal girişimlerin amaç ve faaliyet biçimleri, geleneksel ticari kuruluşların amaç ve faaliyet biçimlerinden farklıdır. Sosyal girişim literatürü; Bunu üç şekilde açıklıyor: ticari olmayan, ticari ve hibrit-hibrit. İlk iki form kavramsal olarak tanımlanmış olmasına rağmen üçüncü form yeni olduğu için gerçekleşmemiştir. (Murphy ve Coombes 2009: 329).

Birçok gelişmiş ekonomide, kar amacı gütmeyen kuruluşlar, paydaşlarını özel veya kamusal amaçlarının kar amacı gütmeyen olduğuna ikna ettikleri için vergi indirimleri gibi yasal ayrıcalıklardan yararlanabilirler. Hibrit işletmeler ikili bir bakış açısı sergiler. Bu girişimlerin yaygınlığı, sosyal hedeflerin finansal kaynaklara yeterince bağımlı olmadığını gösterebilir. Hibrit sosyal girişimler, stratejilerini kâr hedeflerine ulaşma etrafında inşa edebilirler. Hibrit işletmeler, sosyal hedeflerine geleneksel ticari işletmelerle mümkün olmayan yenilikçi bir şekilde ulaşabilirler (Murphy ve Coombes 2009: 329).

Hibrit organizasyonlar, kar amacı gütmeyen ve ticari organizasyon 2 yeni bir şekli olarak tanımlanmıştır. Bu örgütlenme biçiminin örnekleri, daha önce bahsedilen Bangladeş'teki Gramen Bankası ve Birleşik Krallık'taki The Large Issue'dur. Bu organizasyon biçimine entegre sosyal girişimcilik de denilmekte ve amacının sosyal fayda hacmini artırmak olduğu ileri sürülmektedir (Peredo ve McLean 2006: 60). Bu ayırmadan sonra sosyal girişimciliğin tanımlayıcı özellikleri şu şekilde özetlenebilir: (Thompson 2008: 152-153);

- Çalışanlar (veya üyeler) karar alma ve yönetime katılır,
- Hizmetin üyelere dağıtılması, ödemenin üçüncü şahıs olarak yapılması, bunun alıcıya doğrudan satıştan farklı olması ve bir alışveriş tarzı olarak değerlendirilmesi,
- Ekonomik, sosyal ve muhtemelen çevresel getirileri olan, kontrol edilen iki veya üç gerçek paradigma vardır.
- Girişim, üyelerine ve daha geniş topluluklara karşı sorumludur,
- Karlar ve fazlalar hissedarlar arasında dağıtılmaz ve toplum ve iş için yeniden yatırım için kullanılır,

- Sosyal bir amacı vardır,
- iş yapmak (en azından kısmen),
- Varlıklar sosyal mallar yaratmak için kullanılır,

1.4. Sosyal Girişimlerin Destek ve Kaynakları

Sosyal girişimler, gelirlerine göre temel olarak bağış alanlar ve ticari amaçlarla faaliyet gösterenler olarak ikiye ayrılabilir. Bağışçılar gelirlerini bağış ve hayırseverlikten elde ederken, ticari olanlar ticari faaliyetlerden elde etmektedir (Hull vd., 2011). Ancak sosyal girişimciler işlerini yürütmek ve yenilikçi çöşmleri hayata geçirmek için oluşturdukları organizasyonlarını sürdürmek için farklı yerlerden farklı kaynaklara ihtiyaç duyarlar.

Misyonları doğrultusunda çalışanlar ve gönüllüler gibi insan kaynaklarının yanı sıra özellikle finansal kaynaklar işletmenin devamlılığı için oldukça önemlidir. Bu kaynaklar, özel sektörde işbirliğinden devletten alınan fonlara, vatandaşlardan alınan bağışlara, iş hayırseverliği olarak bilinen kaynak yaratma ve girişimcilik faaliyetlerine kadar kendini göstermektedir (Işık, 2016: 105). Girişim başlatıldığında, diğer sivil toplum kuruluşları (STK'lar), devlet kurumları ve özel işletmelerle işbirliği ve/veya ortaklıklar sürekliliğinin sağlanması için önemli bir strateji olacaktır (Hull vd., 2011: 125).

Sosyal girişimcilerin tüm maddi ve insan kaynaklarının kullanımı: 1) piyasa dışı kaynaklar (belirli programlar için devlet hibeleri ve fonları, bağımsız hibeler, bağışlar ve hayırsever katkılar), 2) piyasa kaynakları (mal ve hizmet satışından elde edilen gelir) ve 3) maddi olmayan kaynaklar (gönüllülük ve sosyal sermaye) olarak sıralanabilir (Haugh, 2005:6).

Bir takip çalışmasında da benzer bir ayrım yapılacak ve “finansal kaynaklar” başlığı altında sadece pazarlanabilir kaynaklar ve pazarlanamayan kaynaklar dikkate alınacaktır. Öncelikle finansal kaynakların ve bu kaynakların zaman içinde gösterdiği değişimlerin girişimcilik açısından nasıl değerlendirildiği ve bugün geline nokta da nasıl kazanılmış gelire dönüştüğü gösterilmeye çalışılacaktır. Ardından gönüllülüğün önemi ve gönüllü çalışmanın sosyal girişimcilikte yeri ve emek kaynakları vurgusu üzerinde durulacaktır.

1.4.1. Maddi Kaynaklar

Örgütsel sürdürülebilirliğin en önemli kaynağını temsil eden finansal kaynaklar, sadece özel sektör işletmeleri için değil, kâr amacı gütmeyen kuruluşlar için de oldukça önemlidir. İki sektör arasındaki temel fark, özel sektörde finansal kaynakların hissedarlara tahsis edilmesi ve kar amacı gütmeyen kuruluşlar tarafından sağlanan finansal kaynakların yeniden yatırıma dönmesidir.

Johns Hopkins Üniversitesi'nin Belçika, Avustralya, Japonya, Yeni Zelanda, Kanada, Amerika Birleşik Devletleri ve Çek Cumhuriyeti'nin de aralarında bulunduğu 7 ülkede gerçekleştirdiği bir araştırmanın sonuçlarına göre, kar amacı gütmeyen kuruluşların gelirleri üyelerin %38'ini oluşturuyor. ücretler, %35 - sadaka. gelir ve devletten % 27. Makalelerden oluşmaktadır (Salamon, 2007: 10). Bu örnek, kar amacı gütmeyen kuruluşların özellikle piyasa dışı kaynakları hedeflediğini göstermektedir. Ancak sektörde artan rekabet nedeniyle bu kuruluşlar da sürdürülebilirliği sağlamak için piyasa kaynaklarından elde edilen gelirlere odaklanmaktadır (Güler, 2010:66).

Piyasa Dışı Kaynaklar

Piyasa dışı kaynaklar genellikle, kar amacı gütmeyen kuruluşların üyelerinden topladıkları katkıları, devletten aldıkları fonları (Frank, 2002: 18), diğer kuruluşlardan topladıkları yardım ve bağışları içeren büyük bir havuz olarak görülebilir. yanı sıra kuruluşlar ve bireyler. Devletin piyasa dışı kaynaklardan sosyal girişimlerin gelişimine mali katkısı, bu işletmelerin pazarlama faaliyetleri yoluyla uygulayacakları vergi ve faydalar açısından değerlendirilebilir.

Sosyal girişimciliğin geliştirilmesinde devlet, çeşitli kurumların hizmet sunumuna müdahale etmesine izin verebilmeli ve devlet bu konuda kar amacı gütmeyen kuruluşlara izin vermelidir. Sürdürülebilir ve yenilikçi kamu girişimleri olarak ifade edilebilecek sosyal girişim kuruluşları başta olmak üzere diğer kurum ve kuruluşlara devletin kaynak sağlama konusunda destek vermesi beklenmektedir (Gray, 2002). Devletin sosyal girişimlere sağladığı fon, hibe ve yardımların yanı sıra;

Çeşitli devlet kurum ve kuruluşlarının kâr amacı gütmeyen kuruluşlara sunduğu fon ve teşvikler de devlet katkısı olarak değerlendirilebilmektedir.

İkinci pazarlanamayan kaynak, Girişim Hayırseverliği olarak kabul edilebilir. Sosyal girişimlere hibe ve bağışlardan ziyade özel işletmelere odaklanan işletme hayırseverliği, özel sektör girişimcilerini sermayeleştirme yöntemlerine benzer bağış yönetimini içerir (Frank ve Shockley, 2014: 25). İş hayırseverleri, finansal ve sosyal performansa, yani fon sağladıkları veya yatırım yaptıkları kar amacı gütmeyen kuruluşların sosyal ve ekonomik performansına odaklanan kuruluşlardır. Bu tür yapılar, ticari kar amacı gütmeyen faaliyetlerin teşvikinde önemli bir güç olarak değerlendirilmektedir.

İşletme hayırseverleri, yardım ettikleri kuruluşlara sadece maddi destek sağlamakla kalmaz, aynı zamanda bu kuruluşlara sosyal medya ve yönetim desteği de sağlarlar (Zietlow, 2001: 24, aktaran Güler, 2010: 68). Social Business Philanthropy, kuruluşlara bağış yapmayı bir yatırım olarak görür ve kuruluşlara sürekli tavsiye, tavsiye ve destek sağlar. (Hull ve ark. 2011: 130). Örneğin, Rockefeller Demeği, Acumen Vakfı, sosyal iş ortakları ve iş hayırseverliği ortakları gibi büyük kuruluşlar sosyal projelere yatırım yapar ve bazı kuruluşlar da öncelikli alanları tanımlar ve yatırım yapar.

İşletme hayırseverliğinin değerini en üst düzeye çıkarmak, yani yüksek düzeyde sosyal ve ekonomik değer yaratmak için işletmelerin bağış yaparken belirli kriterlere odaklanması gerektiği savunulmaktadır. Birincisi, bir işletmenin en iyi ve en etkili bağış alıcılarını (STK'lar) dikkatlice seçmesi ve bu konuda titiz araştırmalar yapması gerektiğidir. Kurumun bu konuda personelin deneyimlerinden faydalanması önemlidir. Ayrıca işletmeler bağışlarıyla STK'ları tanıtmalı ve diğer potansiyel bağışçıları etkilemelidir. Böylece, diğer sponsorlara sinyal göndererek, şirketler belirli bir sosyal sorunu ele almak için daha fazla fon ayırmaya teşvik edilecektir.

Ticari hayırseverlikle ilgili olarak dikkat edilmesi gereken bir diğer nokta, hibe alanların verimliliğini artırmaya yönelik çalışmalardır. Bu kuruluşlar, varlıklarını ve STK uzmanlıklarını sunarak, problem çözmede daha etkin çalışabilirler. Son olarak, işletmeler bağış yaptıkları STK'lardaki bilgi ve uygulamaları geliştirmeye çalışmalıdır. Bu, STK'ları sosyal sorunların çözümüne yönelik yeni araçlar geliştirmeye teşvik etmek, diğer bir deyişle STK'larda inovasyonu teşvik etmek için gereklidir. Çünkü iş hayırseverliği olmadan, yeni uygulama ve araçlar geliştirmek ve kullanmak için STK'ların gücü tek başına yeterli değildir (Porter ve Kramer, 2004: 52-58, aktaran Güler, 2010: 67; Ishik, 2016: 107). Bu ilkelere uyulursa, hayır işlerinin STK'lara ve dolayısıyla topluma katkısı en üst düzeye ulaşacaktır.

Devlet tarafından sağlanan kaynaklar ve ticari hayırseverlikten sonra, hibeler ve bağışlar, pazarlanamayan başka bir kaynaktır. Bağışlar, yeni kurumların oluşmasında önemli rol oynayan ve kurum olgunlaşana kadar devam eden katkılardır. Ancak bu kurum için önemli ve gerekli bir kaynak olmakla birlikte, kurum tarafından yapılan bağış ve bağışların gereğinden fazla kullanılması kurum içinde bir takım gerilimler ve çatışmalar yaratabilir. Bu sorun, aktif ve görünür bağışçıların diğer bağışçılardan fon sağlamayı zorlaştırmasından kaynaklanmaktadır.

Kurucu bağışçısı ile kurum çok yakın ilişki içinde ise, yeni bağışçılar yapılacak bağışların miktarını belirlerken bu durumu değerlendirecek amaca en çok bağlılık gösterenin bu külfeti paylaşacağını düşünerek karar alacaktır. Diğer bir sorun da aktif ama aynı zamanda girişimci olan bağışçıların profesyonellik konusunda soru sormalardır. STK yönetiminin büyük ölçüde personelinin uzmanlığına dayanması nedeniyle, zengin bir bağışçının karar vermedeki aşırı rolünün, kuruluşun yönetim kurulunda endişeye neden olabileceği ileri sürülmektedir (Frumkin, 2002:138-139).

Böylece, STK'lar devlet fonlarından ve hibelerinden piyasa dışı kaynaklar, özel sektör tarafından desteklenen ticari hayırseverlik ve bağışlar olarak yararlanmaktadır. Tüm bu kaynaklar STK'lar için yetersiz, kar amacı gütmeyen sektörde rekabetin arttığı günümüzde bu kuruluşların sürdürülebilirliklerini sağlamak için yeni kaynaklara ihtiyaçları var. Bir takip çalışmasında, yenilikçi bakış açıları sergileyerek gelir ve kar elde etmeye yönelik faaliyetler ve bu faaliyetleri sürdürürken sosyal bir hedeften taviz verilmemesi gerekliliği takip çalışmasında açıklanmıştır.

Piyasa Kaynakları

Kazanılan gelir olarak da ifade edilebilen piyasadan fon elde etme yöntemleri, kâr amacı gütmeyen kuruluşların sunduğu programlardan aldıkları giriş ücretlerini ve misyonları ile bağlantılı olarak yarattıkları ticari girişimlerden elde ettikleri tüm gelirleri içermektedir. Kavramla ilgili; National Center for Social Entrepreneurs kurumu kazanılmış gelirle doğrudan veya üçüncü parti kaynaklarından sağlanan hizmetlere karşılık alınan ücret, doğrudan ürün satışlarından, hizmet sözleşmesi ödemelerinden, telif ücretlerinden/ücretlerden, danışmanlık sözleşmelerinden, kira gelirlerinden elde edilen geliri ifade eder(Zietlow,2001: 20).

Kaynak sağlama araçlarını seçerken, gelir elde etmeye yönelik ticari faaliyetlerin kuruluşun amacı ile yakından ilgili olması gerektiği dikkate alınmalıdır. Böylece devlet, faaliyetlerinden vergi alınmasını engellemekte ve örgütün amacından sapmasını engellemektedir. Hatta bazı çalışmalarda piyasa faaliyetleri ile sektörde rekabet etmeye çalışan kuruluşların sosyal hizmet amaçlarının kuruluşların sosyal boyutuna zarar vereceğini ve daha da ileri giderek sosyal girişimin odak noktasının girişimcilik faaliyeti olduğunu savunan yaklaşımlar bulunmaktadır. kâr amacı gütmeyen sektörün kendine has özelliklerini tehdit eden bir durumdur. Ancak belirtmek gerekir ki, kurulan ticari işletmelerden elde edilen gelir, yani elde edilen gelir, kurumun hizmet verdiği nüfusun ihtiyaçlarını karşılamada ve aldığı kararlarda kuruma özerklik sağlamaktadır (Zietlow, 2001'den akt. Besler, 2010: 90).

Bu çetimsiz ve olumsuz görüşler doğrultusunda şunları özetlemek gerekir: Sosyal girişimcilik örgütlerinin hem sosyal hem de girişimci boyutlarını birbirini zorlamayacak şekilde dengelemeleri, örgütlerin sürdürülebilirliği ve geleceği için hayati önem taşımaktadır. (Güler, 2010: 93). Bu sayede gerçekleştirilmek istenen sosyal amaçtan sapmadan, süreklilik ve kalıcılık sağlanabilir.

1.4.2. Maddi Olmayan Kaynaklar

Sosyal girişimler, sürdürülebilirliklerini yalnızca maddi kaynaklar pahasına sağlayamazlar. Ayrıca sosyal bir amaca bağlı, sosyal girişimciyi destekleyen ve takip eden ücretli çalışanlar ve bu organizasyonlara gönüllü olarak katılanlar maddi olmayan kaynaklar konumundadır. Ayrıca bu sektörde oluşan sosyal ağı ifade eden sosyal girişiminin sosyal sermayesi de iş yapmada önemli bir kaynaktır.

İşgücü ve Çalışanlar

Kâr amacı gütmeyen kuruluşlarda herhangi bir zorlama veya baskı olmadığı için, çalışanlar kuruluştaki sahip oldukları misyon veya amaca kendilerini adanmıştır. Kâr amacı gütmeyen çalışanlar, özel sektör çalışanlarına göre elde ettikleri gelire daha az ve işlerinin kalitesine daha fazla değer verir. Bu nedenle, sosyal açıdan önemli hedeflere ulaşmak için daha düşük ücretler için çalışmaya istekli olabilirler. Ancak sosyal girişimlerin özel işletmelerden veya piyasadan daha az ödeme yapması, yüksek vasıflı çalışanları etkileyerek onları örgütte tutmayı zorlaştırmakta ve bu nedenle sosyal girişimcilerin piyasada yetkin kişileri işe almaları oldukça zorlaştırmaktadır (Austin ve diğerleri, 2009). , 2006 : 12). Bu durum bağışlarla çalışmayan ancak kazanılan gelire önem veren sosyal girişimlerde daha sık dile getirilen bir sorun olarak dikkat çekiyor (Hull vd., 2011: 151).

Sosyal girişimlerin gelişmesi ile artan toplumsal kalkınmanın sosyal hizmet uzmanı mesleğinin geleceği için umut olacağı tartışılmaktadır. Çünkü kâr amacı gütmeyen kuruluşların yükselişi ve hizmet sunumunun ana merkezine dönüşmeleri ile sosyal hizmet uzmanları da doğrudan veya istihdam yoluyla veya dolaylı olarak örgütsel gelişim ve sosyal medyadaki rolleri aracılığıyla bu alanda çalışmaya çalışırlar (Gray, 2002: 69). Sosyal girişimlerin organizasyonunda sosyal hizmet uzmanları işe alınırken bu alanda yetişmiş eleman ihtiyacını karşılayabilecek deneyimli personel bulmak mümkün olacaktır.

Gönüllü Olarak Faaliyetlerde Yer Alanlar

Kamu ve özel sektör ve kâr amacı gütmeyen kuruluşların yapısı ile çok yakından ilgili olan gönüllü çalışma, bu yapının da "gönüllü sektör" olarak anılmasına yol açmaktadır. Bugün birçok sosyal girişim, piyasanın altında ücretlerle çalışan veya işleri devam ettirmek için maaş almayan gönüllülerle çalışıyor (Besler, 2010: 171).

Gönüllülükle uğraşan kişilerde ¹ sivil toplum ruhunun inşa edilmesi açısından önemli bir araç olarak görülen gönüllülük:

- Diğer insanlara karşı güveni, hoşgörüyü ve empatiyi artırarak, insanların toplumda daha az patolojik davranış sergilemesine neden olurlar.

- Bir sosyal aktivite ve katılım şekli olduğu için ruh sağlığı üzerinde olumlu etkisi vardır ve yaşam doyumuna katkı sağlar.

“Stresi azaltarak, zihinsel sağlığı olumlu yönde etkileyerek ve koruyucu sağlık bilgilerine erişimi kolaylaştırarak fiziksel sağlık için iyidir.

“Ücretli çalışmaya doğru bir adım olarak kabul edilen işsizlere ve halihazırda çalışmakta olanlara kariyer basamaklarını tırmanmalarına yardımcı olacak yeni sosyal bağlantılar kurma fırsatı sunuyor.

“Özellikle ortalama puanlarını artırarak üniversite düzeyindeki kişilerin mesleki başarılarına katkı sağlıyor.

- Sivil toplum kuruluşlarına katılımın ve bu tür yerlerde çalışmanın insanların yaşam doyumunu artırıcı etkisi olduğu ileri sürülmektedir.

Gönüllü çalışmanın bireylerin yaşamlarına olumlu katkısının yanı sıra bu tür çalışmaların kurumlar için de önemli faydaları bulunmaktadır. Örnek olarak “gönüllüler, bağış toplama faaliyetlerini destekleyerek kuruluşların gelirlerine önemli ölçüde katkıda bulunur.” (Austin vd., 2006: 11).

Sosyal girişimciler, insanların neden gönüllü olduklarına odaklanırlarsa gönüllüleri kullansalar da; kuruluşları için gönüllüleri işe alırken daha iyi stratejiler uygulayabilirler. Örneğin, gönüllülükte insanlar kamu yararına olan faaliyetlere katılmaya daha isteklidirler. Gönüllülükle ilgili kararların alınmasında yaşanan toplumsal baskıların da etkili olduğu ileri sürülmektedir. Buna göre, telefonla veya yazılı olarak yapılan taleplere kıyasla, o kişiye muhatap olan kişinin adıyla yapılan kişisel bir talebin önemi vurgulanmaktadır (Freeman, 1997: 46). Bu iki faktörü göz önünde bulundurarak, ağırlıklı olarak kamu yararına çalışan sosyal girişimciler, açık olmaları ve faaliyetlerinin sosyal faydalarını vurgulamaları ve gönüllü destek ile kişisel taleplerde bulunmaları durumunda desteği artırma konusunda önemli bir adım atmaktadır.

Sosyal Sermaye

¹ Sosyal girişimciler güçlerini içinde yaşadıkları toplumdan alırlar. Bu iddiayı desteklemek için iyi bir örnek, Llewellyn (2000) ve diğerlerinin, sosyal girişimcilerin unsurlarını panel tartışması yoluyla özetledikleri çalışmadır. Bu çalışmaya katılanlara sosyal girişimciliğin ne anlama geldiği sorulduğunda, sosyal çevrenin önemini ifade eden bir tanımla cevap vermişlerdir. Dışında; Bunu, toplumun enerjisini ve yaratıcılığını harekete geçirerek, ihtiyaçlarını giderecek ve ihtiyaçlarını giderecek çözümler bulmak ve yine onları desteklemek için kullanma süreci olarak ifade etmişlerdir (Güler, 2010: 71).

Sosyal girişimcilerin hedeflerine en iyi şekilde ulaşabilmeleri için uyum sağlayabilecekleri bir sisteme ihtiyaç vardır. Bu sistem, toplumdaki bireylerin yaşamları üzerinde daha fazla kontrole sahip olabilecekleri, ilişki ağları aracılığıyla finansal kaynaklara erişebilecekleri şekilde tasarlanmalı ve bu nedenle toplumsal sorunlara denenmemiş yepyeni yollarla çözümler üretilmelidir. önce. Kısacası sosyal girişimci çalıştıran örgütler, sosyal sermayeyi geleneksel yapıları üzerinden elde etmekte ve bunu sürdürmeye çalışmaktadırlar. Sosyal sermaye, demokratik bir toplum ve piyasa ekonomisinin etkin bir şekilde işlemlerini sağlayan karşılıklı güven ve ilişkiler ağı olarak ifade edilebilmektedir (Eikenberry ve Kluver, 2004: 137).

Sosyal sermaye, bir örgütün üyesi olan bireylerin, örgütsel amaçlara ulaşmak ve yeni değer yaratmak için birlikte çalışmalarını sağlayan ağlar ve kurallardan oluşur. Sosyal girişimlerde veya kar amacı gütmeyen kuruluşlarda sosyal sermayenin önemi değerlendirildiğinde, üyeler arasında karşılıklı güven, risksiz bilgi ve fırsatların paylaşılması mümkün hale gelmekte ve bu da organizasyon içinde değer yaratarak organizasyonun başarısına olumlu katkı sağlamaktadır (Kapucu, 2008: 68).

Sosyal girişimlerin en önemli kaynaklarından biri, bir örgütün insan sermayesinin ek bir işlevi olarak görülebilecek sosyal sermayedir. Organizasyonu yöneten girişimcinin sosyal sermayesi, bir sosyal girişimin hizmet sunumu yoluyla sürdürmek için ihtiyaç duyduğu kaynaklara erişmesi için esastır (Hoogendoorn vd., 2010: 89). Hem diğer gönüllü kuruluşlar, devlet kurum ve kuruluşları hem de özel sektör kurumlarını içeren bir sosyal ağı ifade eden sosyal sermaye; Bu, hem girişimcinin zaten sahip olduğu sosyal ağın faydasını hem de sağladığı kaynakları içerir, aynı zamanda girişimcinin zaman ve emek harcadığı sosyal ağı oluşturur. Bu nedenle sosyal sermayenin en önemli özelliği; Büyüyen ancak kullanımla tüketilmeyen, kullanılmadığında tükenen bir kaynaktır. Ayrıca bu sebeple; Sosyal sermaye, organizasyon liderlerinin sosyal girişimleri geliştirmek ve büyütmek için sürekli ihtiyaç duyduğu bir kaynaktır. (Güler, 2010: 72). Bu sayede istenen girişimin sürekliliğinin sağlanması da mümkün olabilmektedir.

Sonuç Değerlendirmesi ve Öneriler

Hazırlanan bu çalışma ile ilgili literatüre atıfta bulunarak sosyal girişimcilik ve sürdürülebilir girişimlere genel bir bakış sunulmaktadır. Bu amaçla çalışmanın sonuç kısmında sosyal girişimcilik ile ilgili genel bir özet ve kavramın çevre ve toplum bazında dengesini kurmaya çalışan sürdürülebilirlik olgusuyla ilişkisi ele alınarak gelecek çalışmalar açısından değerlendirme ile öneriler yer almaktadır.

Sosyal girişimcilik ile ilgili çalışmaların son yıllarda artması ve akademik dünyada da çalışılması sosyal girişimcilik faaliyetinin kurumsallaşmış bir alan olmasını sağlamıştır (Sassmannshausen & Valkmann, 2016; Lubberink, 2019). Yayımlanan çalışmaların çoğunda sosyal girişimciliğin tanımına, teorik yapısına, çerçeve ve kavramsallaştırılmasına odaklanılması sosyal girişimciliğin tanım ve kavramsallaştırılması konusunda bir fikir birliğinin sağlanmasını güçleştirmiştir. Bu nedenle sosyal girişimcilik kavramının birbiriyle ilişkili temel bileşenlerden oluştuğu varsayılmaktadır. Bunlar çalışmanın önceki kısımlarında bahsedildiği gibi; sosyal değer oluşturma ve yenilikçi olma, fırsatları görme, sürdürülebilir olma ve kaynak oluşturma ile pazar oryantasyonu (yönelimi) ve sosyal girişim kavramlarından oluşmaktadır (Besler, 2010; Choi & Majumdar, 2014).

Sosyal girişimcilik ile ilgili araştırmaların genişletilmesi, kavramın ve bileşenlerinin daha iyi anlaşılmasında önemli bir etken olmuştur. Bunun yanında gelecekteki çalışmalar ve kavramın sürdürülebilirliği açısından hala yeni çalışmalara ihtiyaç duyulmaktadır. Bu amaçla araştırmacılar, uygulayıcılar ve politika yapımcıların sosyal girişimciliği teşvik ederek, bireye ve topluma yakışır bir ortamı meydana getirecek iş ve ekonomik büyümenin nasıl gerçekleştirileceğini keşfetmek için ellerinden geleni yapması gereklidir. Bu sayede ortaya çıkan fayda sürdürülebilir olabilmektedir.

Sosyal girişimcilik literatürünü gözden geçiren araştırmacıların önerilerine dayanılarak gelecekte bu hususta dikkate alınacak/ alınması gerekli noktalar özet olarak aşağıdaki gibidir (Lubberink, 2019, s. 6-9; Hlady-Rispal & Servantie, 2018; Ebrahim vd. 2014; de Bruin vd. 2017; Reubottom, 2013; Chell vd. 2010);

- Sosyal girişimin hedef yararlanıcıları ile girişimcilik ekosistemi için ortaya çıkan değeri en üst düzeye çıkarmak amacıyla sosyal değer önermelerinin nasıl oluşturulup, yakalanıp ve bu değerlerin paylaşımı nasıl etkilendiğinin araştırılması gerekmektedir.

- Sosyal girişimcilik araştırmalarında sadece tüketiciler ve bağışçılar tarafından algılanan değere odaklanılmamalı ve faydalanıcı bireylerin göz ardı edilen kullanım değerinin de incelenmesi gereklidir.

- Oluşturulan sosyal değeri ölçeklendirmenin öneminden dolayı sosyal girişimlerin bulundukları yerel yapılar ile aralarındaki bağın derinliğini anlamak gerekmektedir. Bu amaçla sahip olunan kültür, duygusal bağlantılar ve sosyal ağ bağlamı özelliklerine bakılabilir.

- Sosyal girişimler, ağ ile değer üretimine, gelir akışıyla değer yakalamaya ve ekosistemde değer paylaşımına verimli bir şekilde dahil olmak amacıyla karşılıklılık ilkesine bağlıdır. Buna göre gelecekteki çalışmalarda retorik stratejiler gibi değer değişim süreçleriyle ilişkili risk ve zorlukların hangi mekanizmalarca hafifletilebileceği araştırılabilir.

- Sosyal girişimciler genel olarak toplumsal duyarlılığa sahip birey ya da kurum olarak değerlendirilirken, onların empati sahibi olması beklenmektedir. Bu konuda sınırlı sayıda araştırmanın yapılmış olması ilerideki çalışmalar açısından bu ve benzer özelliklerin araştırılabileceğini göstermektedir.

- Sosyal girişimler ile ilgili özellikler incelenirken bunların işbirlikçi dinamikler ile yerel, kurumsal ve sistemik değişim düzeylerinde hangi kalıplarla, nasıl başlatıldığı ve bunların farklı düzeylerdeki etkileşiminin nasıl olduğu üzerine hazırlanan çalışmalar bahsedilen işbirliğinin nasıl koordine edildiği ve liderliğin bu işbirliğindeki rolünü belirtmesi bakımından önemlidir.

- Sosyal girişimlerin farklı bir organizasyon yapısına sahip olması buralardaki istihdamı da etkileyeceğinden, geleceğe dönük olarak buralarda çalışacak bireylerin nasıl temin edileceği, performanslarının nasıl değerlendirileceği gibi konular ile yasal olarak bu kurumları bekleyen düzenlemeler önemli görülmektedir.

- Sosyal girişimlerin, sosyal inovasyona odaklanması dolayısıyla ilgili ekosistemde bireysel ve toplu öğrenmenin nasıl olacağı ve ticari kurumlar ile sosyal değer için yenilik yapan sosyal girişimlerin bu ekosistemdeki rolünün belirlenmesi önemli görülmektedir.

Genel olarak bahsedilen önerilerin temelinde sosyal girişimin meydana gelmesi, sürdürülmesi ve büyütülmesi için gerekli olan unsurlar yer almaktadır. Ayrıca araştırmacı ve uygulayıcılar açısından sosyal girişim sistemindeki tüm katılımcıların sosyal ve ekonomik faydasına olacak uygulamalar üzerinde durulması da diğer vurgulanan husustur.

Son olarak çalışmanın bütünü incelendiğinde karşımıza çıkan sonuçlar şunlardır;

- Sürdürülebilirliğin temelinde sosyal, ekonomik ve çevresel denge mekanizmasının kurulması yer almaktadır. Devamında sosyal girişimciliğin oluşması için de aynı mekanizmanın sağlanması gereklidir.

- Sosyal girişimcilik kavramı, sadece girişimciliğin farklı bir formu olmaktan öteye geçerek yeni dünya için bir fayda meydana getirme aracıdır. Öyle ki oluşturulan fayda birey, toplum ve ötesini kapsayarak tüm paydaşları ile değerlendirilmelidir.

- Sosyal girişimin oluşturulabilmesi, kurum ve girişimci açısından beşeri ve maddi tüm kaynakların verimli kullanılmaları ile sağlanabilir.

- Fütürist Ufuk Tarhan'ın da dediği gibi dünyamızın tüm unsurları ile daha iyi bir yer olması sosyal girişimcilik ile sağlanabilir. Bunun kalıcılığı da sürdürülebilirlik olgusu ile mümkündür.

Kaynakça

- Alvord, S. H., Brown, L. D., & Letts, C. W. (2004). Social Entrepreneurship and Social Transformation 40/3. *Journal of Applied Behavioral Science* , 40 (3).
- Arpacı, I. ve Karakılıçık, Y. (2009); Sosyal Girişimcilik Karşısında Sosyal Devleti Yeniden Düşünmek: Girişim Sosyalleşirken 'A-sosyalleşen' Devlet, VI. Uluslararası Sivil Toplum Kuruluşları Kongresi, Bildiriler Kitabı, Sosyal Girişimcilik, 23-25 Ekim 2009, Çanakkale
- Aslan, G., Araza, A., Bulut, Ç. (2012); Sosyal Girişimciliğin Kavramsal Çerçevesi, Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi, 7/2
- 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.
- Besler, Senem (2010); Sosyal Girişimcilik, 1. Basım, Beta Yayıncılık, İstanbul
- Bornstein, D., & Davis, S. (2010); Social Entrepreneurship: What Everyone Needs to Know, Retrieved from <https://ebookcentral.proquest.com> (Erişim Tarihi: 01.05.2019)

- Bürger, T. (2016); Book Review: Social Purpose Enterprises: Case Studies for Social Change by J. Quarter, S. Ryan and A. Chan (Eds.), *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*, 45(1), 208–210.
- Chell E. , Katerina Nicolopoulou & Mine Karataş-Özkan (2010) Social entrepreneurship and enterprise: International and innovation perspectives, *Entrepreneurship & Regional Development: An International Journal*, 22:6, 485-493, DOI: 10.1080/08985626.2010.488396
- Choi N, Majumdar S (2015) Social innovation: towards a conceptualisation. In: Majumdar S, Guha S, Marakkath N (eds) *Technology and innovation for social change*. Springer India, New Delhi, pp 7–34. https://doi.org/10.1007/978-81-322-2071-8_2
- Çermik, Fatih (2015); "Sosyal Girişimcilik, Küresel Vatandaşlık ve Çevre Davranışı Arasındaki İlişki: Yapısal Eşitlik Modellemesi", Doktora Tezi, Atatürk Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Erzurum
- de Bruin A, Shaw E, Lewis KV (2017) The collaborative dynamic in social entrepreneurship. *Entrep Reg Dev* 29 (7–8):575–585. <https://doi.org/10.1080/08985626.2017.1328902>
- Dees, J. G. (1998); The Meaning of Social Entrepreneurship, The Kaufmann Center for Entrepreneurial Leadership and Ewing Marion Kaufmann Foundation Working Paper, Stanford University
- Dees, J. G. (1998a); Enterprising nonprofits, *Harvard Business Review*, 76, 55–67
- Dees, G., Anderson, B. B. ve Wei-Skillern, J. (2004); Scaling Social Impact: Strategies for Spreading Social Innovations, *Stanford Social Innovation Review*, 23-32
- Dees, G. ve Anderson, B. B. (2006); Framing a Theory of Social Entrepreneurship: Building on Two Schools of Practice and Thought, *Research on Social Entrepreneurship: Understanding and Contributing to an Emerging Field*, (Derleyen, R. Mosher- Williams. ARNOVA Occasional Paper Series) 39-66
- Dees, J. G. (2012); A Tale of Two Cultures: Charity, Problem Solving and the Future of Social Entrepreneurship, *Journal of Business Ethics*, 111/3, 321-334
- Denizalp, H. (2007); *Toplumsal Dönüşüm için Sosyal Girişimcilik Rehberi*, Sivil Toplum Geliştirme Vakfı, Ankara
- Diğer, Ö., Fidan, Y. (2000); *İşletme Yönetimine Giriş*, 5. Basım, Beta Yayınları, İstanbul
- Doherty, B., Haugh, H., Lyon, F. (2014); Social Enterprises as Hybrid Organizations: A Review and Research Agenda, *International Journal of Management Reviews*, 16, 417–436
- Ebrahim A, Battilana J, Mair J (2014) The governance of social enterprises: mission drift and accountability challenges in hybrid organizations. *Res Organ Behav* 34:81–100. <https://doi.org/10.1016/j.riob.2014.09.001>
- El Ebrashi, R. (2013); Social Entrepreneurship Theory And Sustainable Social Impact", *Social Responsibility Journal*, 9/2, 188 – 209
- Ercan, Seda (2016); "Türkiye'de Sosyal Girişimcilik ve Yaratdığı Etkilerin Değerlendirilmesi", Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Teknik Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul
- Frank, P., Shockley G. E., (2014); Institutional Incentives and Entrepreneurial Decision-Making: Nonprofit and For-Profit "Social" Entrepreneurship, *Philanthropy and the Economic Way of Thinking* November 6-8 2014, The Johnson Center for Political Economy Troy University, Troy, Alabama
- Freeman, R. B. (1997); Working for Nothing: The Supply of Volunteer Labor, *Journal of Labor Economics*. 15(1): 140-166
- Frumkin, P. (2002). *On Being Nonprofit: Conceptual and Policy Primer*. Cambridge: Harvard University Press, (Elektronik Kitap)

- García, I. (2015); Present and Future of Social Entrepreneurship: Alternative Theories and Research, Journal for Educators, Teachers and Trainers, Vol. 6(2), 87–100
- Gusseïnova, Dilara (2015); "Sosyal Girişimcilik Olgusu ve Bir Örnek Olay İncelemesi", Yüksek Lisans Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir
- Güler, B. K. (2008); "Sosyal Girişimciliği Etkileyen Faktörlerin Analizi", Doktora Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir
- Güler, B. K. (2010); Sosyal Girişimcilik, 1. Basım, Efil Yayınevi, Ankara
- Güler, B.K. (2011); Yoksullukla Mücadelede Sosyal Girişimcilik: ASHOKA Üyelerinden Sosyal Yenilikçi Örnek Uygulamalar, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 13(3): 79-111.
- Günlü, Ebru (2015); Sosyal Girişimcilik Olgusunun Kavramsal Analizi ve Turizmde Sosyal Girişimcilik, Sosyal ve Beşeri Bilimler Araştırmaları Dergisi, sayı 35, 23-43
- Haugh, H. (2005); A Research Agenda for Social Entrepreneurship, Social Enterprise Journal, Vol. 1 Issue: 1, pp.1-12
- Henton, D., Melville, J., Walesh, K. (1997); The Age of The Civic Entrepreneur: Restoring Civil Society and Building Economic Community, National Civic Review, 86, 149–156
- Hlady-Rispal M, Servantie V (2018) Deconstructing the way in which value is created in the context of social entrepreneurship. Int J Manag Rev 20(1):62–80. <https://doi.org/10.1111/ijmr.12113>
- Hoogendoorn, B., Pennings, E., Thurik, R. (2010); What Do We Know about Social Entrepreneurship? An Analysis of Empirical Research, International Review of Entrepreneurship 8(2), Senate Hall Academic Publishing
- Hossein, C., Jack Quarter, Sherida Ryan, and Andrea Chan (Eds.), (2016); Social Purpose Enterprises: Case Studies for Social Change, Voluntas: International Journal of Voluntary & Nonprofit Organizations, 27(4), 2001–2003. <https://doi.org/10.1007/s11266-016-9730-3>
- Hull, R., Gibbon, J., Branzei O., Haugh H.(ed.) (2011); The Third Sector (Dialogues in Critical Management Studies, Volume 1, Emerald Group Publishing Limited, (Elektronik Kitap)
- Işık, Volkan (2016); Çalışmanın Evrimi ve Sosyal Girişimcilik, 1. Basım, Ekin Yayınevi, Bursa
- Karğın, M., Aktaş, H., Gökbnar, R. (2018); Üniversitelerde Sosyal Girişimcilik: Fırsat ve Öneriler, Manisa Celal Bayar Üniversitesi, İİBF, Yönetim ve Ekonomi Dergisi, 25/1, 155-170
- Kaygusuz, H. A. (2018); "Sosyal Girişimciliğin Ticari Girişimcilikle İlişkisi ve Bir Model Önerisi", Yüksek Lisans Tezi, Giresun Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Giresun
- Kırılmaz, Selma (2012); "Sosyal Girişimciliğin Başarı Faktörlerinin Girişimci Kişilik ve Dönüştürücü Liderlik Bağlamında Araştırılması", Doktora Tezi, Çanakkale On Sekiz Mart Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Çanakkale
- Lubberink R, Blok V, van Ophem J, van der Velde G, Omta O (2018) Innovation for society: towards a typology of developing innovations by social entrepreneurs. J Soc Entrep 9(1):52–78. <https://doi.org/10.1080/19420676.2017.1410212>
- Lubberink R. (2019); Social Entrepreneurship and Sustainable Development. Development Toxicology. 1-11. doi: 10.1007/978-3-319-71058-7_47-1
- Mair, J., Marti, I. (2006); Social Entrepreneurship Research: A Source of Explanation, Prediction, and Delight, Journal of World Business, 41/ 36-44
- Martin, R. L., Osberg, S., (2007); Social Entrepreneurship: The Case for Definition, Stanford Social Innovation Review, 28-39
- Mengü, E. (2016); "Sosyolojik Perspektiften Sosyal Girişimcilik Olgusu", Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul

- Mucuk, İ. (2016); Modern İşletmecilik, Türkmen Kitabevi, 20. Basım, İstanbul
- Murphy, P. J., Coombes S. M. (2009); A Model of Social Entrepreneurial Discovery, *Journal of Business Ethics*, 87, 325–336
- Neck, H., Brush, C., Allen, E. (2009); The Landscape of Social Entrepreneurship, *Business Horizons*, 52, 13-19
- Ostrom, E. (2005); Unlocking Public Entrepreneurship and Public Economies, EGDİ and UNU-WIDER Discussion, Helsinki
- Özdevecioğlu, M., & Cingöz, A. (2009). Sosyal Girişimcilik ve Sosyal Girişimciler: Teorik Çerçeve. *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 32, 81-95.
- Peredo, Ana Maria; Murdith McLean. (2006) Social Entrepreneurship: A Critical Review of The Concept, *Journal of World Business*, 41/1
- Phillips W, Lee H, Ghobadian A, O'Regan N, James P (2015) Social innovation and social entrepreneurship: a systematic review. *Group Org Manag* 40(3):428–461. <https://doi.org/10.1177/1059601114560063>
- Potluka, O. (2017); How Effective and Efficient is the Public Support Granted to Social enterprises? CEPS Working Paper Series, No. 11, Basel: CEPS
- Prabhu, Ganesh N. (1999); Social Entrepreneurial Leadership, *Career Development International*, 4/3, 140-145
- Praszkier, R. ve Nowak, A. (2012); Social Entrepreneurship Theaory and Practice, Cambridge University Press, 1. Basım, (Elektronik kitap)
- Robinson, J. (2006); Navigating Social and Institutional Barriers to Market: How Social Entrepreneurs Identify and Evaluate Oppor-tunities, *Social Entrepreneurship*, (<http://jeffreYROBINSONPHD.COM/wp-content/uploads/2017/06/Navigating-Social-and-Institutional-Robinson2006-1.pdf>; Erişim Tarihi: 01.05.2019), s. 95-120
- Roper J.ve Cheney, G. (2005); Leadership, Learning and Human Reasource Management: The Meaning of Social Entrepreneurship Today, *Corporate Governance*, Vol. 5, No. 3: 95-104
- Ruebottom T (2013) The microstructures of rhetorical strategy in social entrepreneurship: building legitimacy through heroes and villains. *J Bus Ventur* 28(1): 98–116. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2011.05.001>
- Salamon, L. M. (2007); Measuring Civil Society and Volunteering: Initial Findings from Implementation of the UN Handbook on Nonprofit Institutions. John Hopkins University Center for Civil Society Studies, <http://www.jhu.edu/ccss> (Erişim Tarihi: 01.05.2019)
- Sassmannshausen SP, Volkmann C (2016) The scientometrics of social entrepreneurship and its establishment as an academic field. *J Small Bus Manag* 1–23. <https://doi.org/10.1111/jsbm.12254>
- Shapiro, R. A. (2013); The Real Problem Solvers: Social Entrepreneurs in America, Stanford, Stanford Business Books, (Elektronik Kitap)
- Smith, Andrea E., Hunter, Siena College (2008); Toward A Multidimensional Model Of Social Entrepreneurship: Definitions, Clarifications and Theoretical Perspectives, *Journal of Business & Economics Research*, 6/6, 93-112.
- Stecker, M. J. (2014); Revolutionizing the Nonprofit Sector Through Social Entrepreneurship, *Journal of Economic Issues*, 48/2
- Swanson, Lee A., Zhang, D. D. (2012); Social Entrepreneurship, (<https://www.researchgate.net/publication/221928380>), (Erişim Tarihi: 01.05.2019)
- Şeker, Mustafa (2012); "Sosyal Girişimciliğin Artan Önemi ve Bir Araştırma", Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul

- Tan, W. L., Williams, J., Tan, T. M. (2005); Defining the Social'in 'Social Entrepreneurship': Altruism and Entrepreneurship, *International Entrepreneurship and Management Journal*, 353-365
- Tarhan, U. (2021); "Gelecek Sosyal Girişimde", <https://www.platinonline.com/yazarlar/ufuk-tarhan/gelecek-sosyal-girisimde> (Erişim Tarihi: 01.09.2021)
- Taş, H. Y., Şemşek, İ. (2017); Türkiye ve Dünya'dan Sosyal Girişimcilik Örnekleri ve İstihdama Katkıları, *HAK-İŞ Uluslararası Emek ve Toplum Dergisi*, Cilt: 6 Yıl: 6 Sayı:16, 481-497
- Thompson, John L. (2008); Social Enterprise and Social Entrepreneurship: Where Have We Reached?, *Social Enterprise Journal*, 4/ 2
- Tireli, M. (2009); Sosyal Girişimcilik, Ulus Devletin Sosyal Politika Alanından Çekilmesi Yolunda Bir Başka Vesile Midir?, VI. Uluslararası Sivil Toplum Kuruluşları Kongresi, Bildiriler Kitabı, Sosyal Girişimcilik, 23-25 Ekim 2009, Çanakkale
- Titrek, Ayfer (2019); "Okul Yöneticilerinin Liderlik Stilleri ve Sosyal Girişimcilik Becerilerine Yönelik Görüşleri (Kocaeli İli Örneği)", Yüksek Lisans Tezi, Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Bolu
- Turner, Colin (2002); Başarmak İçin Yönetmek, (Çev. Özlem Hanbey), Kariyer Yayıncılık, İstanbul
- Vansandt, V. C., Sud, M., Marme, C. (2009); Enabling the Original Intent: Catalysts for Social Entrepreneurship, *Journal of Business Ethics*, 90, 419-428
- Young, Dennis R. (2001); Social Enterprise in the United States: Alternate Identities and Forms, Case Western Reserve University, The EMES Conference, The Social Enterprise: A Comparative Perspective, Trento, İtalya
- Zahra, S. Rawhouser, H. N., Bhawe, N., Neubaum, D. O., Hayton, J. C. (2008); Globalization of Social Entrepreneurship, *Strategic Entrepreneurship Journal*, 2/2, 117-131

ORIGINALITY REPORT

13%

SIMILARITY INDEX

12%

INTERNET SOURCES

2%

PUBLICATIONS

3%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1

acikerisim.deu.edu.tr:8080

Internet Source

7%

2

acikerisim.lib.comu.edu.tr:8080

Internet Source

3%

3

dergipark.org.tr

Internet Source

<1%

4

Submitted to Marmara University

Student Paper

<1%

5

Submitted to Anadolu University

Student Paper

<1%

6

AYŞE ÇELİK YETİM. "SOSYAL AMAÇ
BAĞLANTILI ETKİNLİKLERE KATILIMI
ETKİLEYEN BAŞLICA MOTİVASYON
FAKTÖRLERİ: FETHİYE YAŞAM İÇİN YARIŞ
ÖRNEĞİ", Journal of International Social
Research, 2016

Publication

<1%

7

www.cantekstil.com

Internet Source

<1%

8

Submitted to Firat Üniversitesi

Student Paper

<1 %

9

967c5bd4-7a5f-4fd4-85a3-782b846503d9.filesusr.com

Internet Source

<1 %

10

acikerisim.aku.edu.tr

Internet Source

<1 %

11

acikerisim.pau.edu.tr

Internet Source

<1 %

12

eyad.mu.edu.tr

Internet Source

<1 %

13

GÜLER KÜMBÜL, Burcu. "YOKSULLUKLA MÜCADELEDE SOSYAL GİRİŞİMCİLİK: ASHOKA ÜYELERİNDEN SOSYAL YENİLİKÇİ ÖRNEK UYGULAMALAR", Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2011.

Publication

<1 %

Exclude quotes On

Exclude matches Off

Exclude bibliography On