

ARAŞTIRMA MAKALESİ / RESEARCH ARTICLE

SOSYAL GİRİŞİMCİLİĞİ ETKİLEYEN SOSYAL VE KÜLTÜREL FAKTÖRLERE
TEORİK BİR YAKLAŞIM

A THEORETICAL APPROACH TO SOCIAL AND CULTURAL FACTORS
AFFECTING SOCIAL ENTREPRENEURSHIP

Gökhan GÜNEY¹
Prof. Dr. Kenan ÖREN²

ÖZ

Günümüzde gelişmişlik düzeyi fark etmeksizin bütün ülkeler çeşitli sosyal sorunlarla mücadele etmektedir. Sosyal sorunların sürekli çeşitlenmesi toplumların ortak sorunu olmaya devam etmektedir. Yoksulluk, işsizlik, eğitim, sağlık vb., bu sorunların çözümüne yönelik pek çok politika üretilmektedir. Bu politikalar günümüzde devlet, özel sektör ve üçüncü sektör olarak adlandırılan gönüllü kuruluşlar aracılığı ile üretilmektedir. Sosyal sorunlara yenilikçi bakış açılarıyla yaklaşan sosyal girişimler de günümüzde en popüler çözüm araçlarından biri olarak değerlendirilmekte ve her geçen gün önemi artmaktadır. Yapılan çeşitli araştırmalarda sosyal girişimcilik etki eden bireysel faktörlere sıklıkla değinildiği görülse de sosyal girişimleri etkileyen faktörler sadece bireysel faktörlerle sınırlı görülmemelidir. Sosyal ve kültürel faktörler de sosyal girişimcilik etkilendirmektedir. Bu çalışmanın amacı, sosyal girişimcilik unsurlarının ve sosyal girişimcilik etkilendiren sosyo kültürel faktörlerin neler olduğunun ortaya konulmasıdır. Çalışmanın sonucunda; kültür, aile, eğitim, psikolojik, yasal, siyasi ve idari faktörler sosyal girişimlere etki eden faktörler olarak ortaya konulmuştur. Çalışmanın sosyal ve kültürel faktörlere yaptığı vurgu yönüyle sosyal girişimcilik literatürüne katkı sağlayacağı beklenmektedir.

Anahtar Kelimeler: Sosyal Girişimcilik, Sosyal Sorun, Sosyal Fayda, Kültür
Jel Kodları: A13, L31, M14

ABSTRACT

Currently, all countries, regardless of the level of development, are struggling with various social problems. Continuous diversification of social problems remains a common problem of societies. Poverty, unemployment, education, health, etc., many policies are produced to address these problems. These policies are produced today through voluntary organizations called government, private sector and third sector. Social initiatives that approach social problems with innovative perspectives are also considered as one of the most popular solution tools today and their importance is increasing every day. Although individual factors affecting social entrepreneurship are often mentioned in various studies, the factors affecting social entrepreneurship should not be limited to individual factors. Social and cultural factors also affect social entrepreneurship. The aim of this study is to identify the elements of social entrepreneurship and the socio-cultural factors affecting social entrepreneurship. As a result of the study, Cultural, Family, Educational, Psychological, legal, political and administrative factors were identified as factors affecting social initiatives. It is expected that the study will contribute to the literature on social entrepreneurship in terms of its emphasis on social and cultural factors.

Keywords: Social Entrepreneurship, Social Problem, Social Benefit, Culture
Jel Codes: A13, L31, M14

¹ Doktora Öğrencisi, Süleyman Demirel Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri Anabilim Dalı, Isparta, Türkiye, guneygokhan@live.com, ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-2786-9761>

² Prof. Dr. Süleyman Demirel Üniversitesi, Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri Bölümü, kenanoren@sdu.edu.tr

GİRİŞ

Sosyal sorunların her geçen gün çeşitlenmesi ve sosyal sorunlarla mücadele edilmesinin güçleşmesi kamu sektörünün ve özel sektörün toplumun ihtiyaçlarını karşılayabilmek noktasında yetersiz kalmasına neden olmaktadır. Bu yetersizlik ve desteğe ihtiyaç duyulması nedeniyle sosyal girişimcilik kavramının önemi artarak devam etmektedir. Sosyal girişimcilik toplumun karşı karşıya kaldığı pek çok sosyal ve ekonomik problemin çözümüne farklı ve yenilikçi çözüm önerileri getirerek fark yaratmaktadır. Özellikle geleneksel toplum yapısından modern topluma geçişle beraber sivil toplum kuruluşları, toplumların sosyo ekonomik işleyişinde önemli rol oynamaya başlamıştır. Kamu sektörünün toplumun istekleri karşısında desteğe ihtiyaç duyması, toplumdaki dezavantajlı gruplarının niteliğinin değişmesi, işsizliğin artması, yoksulluğun önüne geçilememesi gibi temel sorunlar sosyal girişimcilik olgusunun öneminin artmasına neden olmuştur. Sosyal girişimcilik faaliyetlerinin artmasının ve yenilikçi sosyal bakış açılarına gereken önemin verilmesi başta işsizlik ve yoksulluk olmak üzere, çevre sorunları, eğitim, kültür ve sağlık gibi çok çeşitli alanlarda önemli katkıların sunulmasını beraberinde getirecektir.

Bu çalışmada, sosyal girişimlerin genel çerçevesi ortaya koyularak ne gibi ayırt edici unsurlarının olduğu ve hangi sosyo kültürel faktörlerden etkilendiğinin üzerinde durulacaktır. Böyle bir çalışmaya ihtiyaç duyulmasının sebebi, sosyal girişimcilik kavramı ile ilgili çalışmalarda genel olarak bireysel faktörlere değinilmesiyle birlikte sosyo kültürel faktörleri ön plana çıkaran çalışmaların eksik kaldığının düşünülmesidir. Bu çerçevede, çalışmanın amacı sosyal girişimciliğe etki eden sosyal ve kültürel faktörlerin ortaya konulmasıdır.

1. Sosyal Girişimcilik Kavramı

Toplumlar, geçmiş dönemlerden günümüze kadar farklı sosyal sorunlarla mücadele etmek zorunda kalmıştır. Sanayi devriminin başlangıç yıllarındaki temel sosyal sorunlar işsizlik ve yoksulluk olarak karşımıza çıkmaktadır.

Bu dönemden günümüze kadar geçen süreçte sosyal sorunlar çeşitlenmiş ve içinde bulunduğumuz yüzyılda bütün dünyayı etkileyen işsizlik ve yoksulluk gibi sosyal sorunlara; eğitim, sağlık, ayrımcılık, cinsiyet eşitsizliği, çevre kirliliği gibi yeni problemler eklenmiştir. Günümüzde, bahsetmiş olduğumuz tüm bu sosyal sorunlarla bütün devletlerin farklı kaynaklarla ve politikalarla mücadele ettiği bir gerçektir. Bu mücadelede, devlet politikaları, sivil toplum kuruluşlarının yardım mekanizmaları, özel sektörün kurumsal sosyal sorumluluk anlayışlarının yardımları gibi araçlar kullanılmaktadır (Işık, 2016: 94).

Dünyada, küreselleşmenin yaygınlaşmasıyla beraber devletin sosyal sorunlarla mücadelesi yeniden yapılandırılmaktadır. Bu yeni yapılandırma ile devletin hem ekonomideki rolünün azaldığı hem de sosyal alanda dâhil birçok alandaki görevlerinin niteliğinin değiştiği görülmektedir. Bu değişikliğin neticesinde refah sağlama noktasında temel kurum olan devlet bunu yaparken yetersiz kalmamak adına hizmet üretme görevini tek başına yapmak yerine hizmetlerin düzenlenmesinden sorumlu bir role geçmektedir ve sivil sektör, gönüllü sektör, özel sektör, dini kurumlar gibi kurumlardan destek almaktadır (İçli ve Anıl, 2016: 18).

Günümüzde, sosyal sorumluluk, toplumsal duyarlılık ve sosyal fayda üretme gibi kavramların giderek ön plana çıkmasıyla beraber devlet ve özel sektörün yanında üçüncü sektör kavramının da hem uygulama alanında hem de akademik çalışmalarda ön plana çıktığı görülmektedir.

Üçüncü sektör olarak bahsedilen sektörde, gönüllü kuruluşlar, kâr amacı olmayan kuruluşlar, sivil toplum örgütleri ve bazı özellikleriyle farklılaşan sosyal girişimler bulunmaktadır (Güler, 2011: 65).

Sosyal fayda kavramının giderek önem kazanmasıyla birlikte bu kavramı kurumsallaştıran sosyal girişimcilik olgusu, özellikle 1980’li yıllardan itibaren sıklıkla bahsedilen ve üzerine araştırmalar yapılan bir kavram haline gelmeye başlamıştır. 2007 yılından günümüze hâlâ etkisini gösteren küresel

ekonomik krizle beraber sosyal girişimciliğin daha da önemli hâle geldiği ifade edilebilir. Bu dönemde toplumsal sorunlara hem devletin hem de özel sektörün desteğinin azalmış olması ve toplumun beklentilerinin yeterince karşılanamaması gibi nedenler sosyal girişimlere ilgiyi, buna bağlı olarak ta beklentiyi artırmıştır (Arıker vd., 2016: 103).

İçinde bulunduğumuz dönemde küreselleşme kavramının da etkisiyle çok büyük ve çeşitlenmiş sosyal sorunlarla mücadele etmek gerekmektedir ve bütün toplumların yüz yüze olduğu farklı sorunlar ortak bir çözüm arayışı beklemektedir. Çözüm bekleyen bu sosyal sorunlarla ilgili ortaya koyulan devlet politikalarına ilave olarak, özel sektör ve üçüncü sektörde sosyal problemlerin çözümünde mücadele etmeye başlamıştır. Kurumsal sosyal sorumluluk anlayışının gelişmesiyle birlikte özel sektörün ve üçüncü sektörün gelişmesiyle beraber de kâr amacı gütmeyen kuruluşların, sosyal sorunlara çözüm yaratabilmek için mücadele etmeye başlaması özel sektör ve üçüncü sektörü birbirine yakınlaştırmıştır (Işık, 2016: 67). Son yıllarda sayılarının artmaya başlaması ve sosyal sorunlarla mücadele noktasındaki etkinliği nedeniyle dünyanın ilgisi yeni bir yaklaşım olarak sosyal girişimcilik üzerine toplanmaktadır.

Uluslararası organizasyonlar, üniversiteler, hükümetler, kamu kurumları, özel şirketler ve girişimci firmalar gibi kurumların sosyal girişimlere dikkat çektiği ve kaynak ayırdığı bilinmekte ve sosyal girişimcilik hızla gelişen bir alan olarak görülmektedir (Bouges, 2015: 9-10).

Sosyal girişimcilik araştırmaları ve uygulamalarının kazandığı önem ve kaydettiği ilerlemelere rağmen, literatürde ortak bir tanım birliğine varıldığı söylenemez. Literatürde sosyal girişimcilikle ilgili farklı tanımlarla beraber farklı yaklaşımların bulunduğu söylenebilir (Wendel ve Lang, 2020: 21).

Bir kesim araştırmacılar sosyal girişimcilik kavramını kâr amacı gütmeyen toplumsal, sosyal örgütler ve derneklerle bir açıklamaya çalışmakta ve sosyal girişimciliği kâr amacı gütmeyen sektörün girişimcilik uygulamalarıyla ticari faaliyetler içine girme özelliğiyle değerlendirmektedir (Mort ve Weeraawardena, 2003: 22). Diğer bir kesim ise, sosyal girişimciliği girişimcilik çerçevesinde tanımlayarak, sosyal girişimciliğin amacı kâr elde etmek olan işletmelerin rol aldığı özel sektörün bir alt bölümü olarak değerlendirilmesi gerektiğini ifade etmektedirler (Paredo ve Mclean, 2006: 57). Bu iki temel yaklaşımın yanında tanımların, sosyal girişimciliğin kamu sektörünün içinde değerlendirilebileceğini savunanlar, kamu, özel ve sivil toplum kuruluşlarının özelliklerinin bulunduğu melez bir örgüt olduğunu savunanlar ve sektör ayrımı yapmaksızın bütün sektörlerde örgütlenebilecek sosyal amaçlı örgütler olduğunu savunanlarla beraber beş gruba ayrıldığı görülmektedir (Paganelli, 2020: 55). Bu yaklaşımlardaki farklı sosyal girişim tanımları şu şekildedir:

Birinci grupta yer alan yaklaşıma göre sosyal girişimler, üçüncü sektör kuruluşları olarak değerlendirilmekte ve iktisadi işletmeleri aracılığıyla gelir elde eden sivil toplum kuruluşları ile aynı kabul edilmektedir. Bu yaklaşımda sosyal girişimler bulunduğu bölgeleri yenileme çabasında bulunan, yeni programlar geliştirmek ve kazanç amacı olan, gelir arayışı içinde olan fakat kâr amacı gütmeyen organizasyonlar olarak tanımlanmaktadır. İkinci grupta yer alan yaklaşıma göre ise sosyal girişimler, özel sektör kuruluşları olarak değerlendirilmektedir. Buna göre sosyal girişimciler, kamu sektöründe belli sosyal sorunların algılanmasında önemli rol oynayan ve tatmin edilmemiş bazı ihtiyaçların karşılanma fırsatının nerede olduğunu görebilen özel sektör liderleridir (Besler, 2010: 9). Literatürde bulunan üçüncü yaklaşımda sosyal girişimler ticari faaliyette bulunan kamu girişimleri olarak değerlendirilmektedir. Bu düşünceye göre sosyal girişimler hükümet politikalarına etki eden ve kamu sektöründe yenilik yapan inovatif liderler olarak görülmektedir. Dördüncü yaklaşımda ise sosyal girişimler, kamu sektörü, özel sektör ve kâr amacı gütmeyen üçüncü sektörün özelliklerinin bulunduğu bir noktada melez örgütler olarak açıklanmaktadır. Bu yaklaşım sosyal girişimleri, kamu ya da özel sektör tarafından karşılanmayan ihtiyaçların ve çözüm bekleyen sosyal sorunların giderilmesi amacını taşıyan, sosyal misyonu olan, yenilikçi, öngörülü olan; sosyal değerler oluşturma fırsatlarını araştıran; kamu sektörü, sosyal sektör ve ticari sektörler arasında, gücünü sosyal fayda ve kamu yararına kullanmak için geliştirilen değişim ajanları olarak tanımlanmaktadır (Merie, 2015: 46). Sosyal girişimlere

yönelik beşinci yaklaşımda da dördüncü yaklaşıma benzer şekilde, sosyal girişimler bir sektör içine dâhil edilmemekte ve bu girişimlerin tüm sektörlerde örgütlenebilecek sosyal amaçlar olan örgütler olduğu belirtilmektedir.

Bu farklı bakış açılarına rağmen sosyal girişimlerin ayırt edici bazı özelliklerinden de bahsedebiliriz. Sosyal girişimler, girişimci faaliyetlerde bulunması nedeniyle üçüncü sektörle, sosyal fayda hedefi ile de kâr amaçlı girişimlerle farklılık göstermektedir. Bu boyutuyla sosyal girişimler, sosyal bir amaç başarmayı amaçlayan, hem kâr amacı gütmeyen kuruluşların gelir kaynaklarını(bağış ve gönüllü katılım gibi) kullanan hem de ticari kazanç(kurucularının sermayesi, üretim ve ticaret gibi) sağlayan özel girişimler olarak tanımlanabilmektedir(Mair ve Marti, 2006: 41). Sosyal girişimlerin sürdürülebilirliğini sağlayabilmek için gelir getirici girişim faaliyetlerinde bulunmaları gerektiği açıktır. Sosyal girişimleri kâr amaçlı girişimlerden ayıran temel özelliği ise elde ettiği gelirleri veya kârı toplum için sosyal fayda üretmek amacıyla kullanmasıdır. Bu farklılıktan yola çıkarak sosyal girişimciliğin özel sektörden farklı bazı özelliklerine değinmek gerekmektedir (Kümbül Güler, 2011: 6). Bu çerçevede sosyal sektörde değişim aracısı rolü üstlenen sosyal girişimlerin:

- Sosyal fayda yaratmayı kâr elde etmekten daha ön plana koymaları ve sürdürülebilirlik noktasında bir misyona sahip olmaları,
- Bu misyonu devam ettirebilmek için gerekli fırsatları görüp bu fırsatları sürekli takip etmeleri,
- Devamlı yenilik, değişim ve öğrenme içinde olmaları,
- Kaynaklarını kendilerini sınırlandırmadan cesur bir şekilde kullanmaları,
- Hizmet verdikleri kişilere karşı mutlaka sorumluluk duygusu ile hareket etmeleri gerektiği ifade edilmektedir (Dees, 1998:4).

Sosyal girişimlerin tıpkı tanımlanmasında olduğu gibi bakış açısı olarak incelendiğinde de farklı taraflar için farklı durumlar ifade ettiği söylenebilir. Sosyal girişimler uygulayıcılar için, sosyal sorunları çözmeyi ve sosyal fayda üretmeyi, işletmeler için, işletmeye ait toplumsal ve sosyal sorumlulukları yerine getirmeyi, devlet içinse yoksul bireylere ve gruplara ürün ve hizmet aktarımında destekleyici bir unsur ifade etmektedir (Haugh, 2005: 9).

Sosyal girişimciler birçok farklı alanda faaliyet gösterebilmektedirler. Düşük gelirli grupların yoğun olduğu bölgelerde ücreti uygun okullar açmak, sağlık imkânlarına erişimle ilgili girişimlerde bulunmak, küçük çaptaki çiftçilerin piyasaya erişimini artırmak için teknolojik imkanlar sağlamak, evsiz bireyler için düşük maliyetli yerleşim yerleri planlamak, dezavantajlı gruplar için fırsat eşitliği sağlayacak çalışmalar yapmak, geri dönüşüm yöntemleriyle çevre dostu çalışmalar yapmak bu faaliyetlerden bazılarıdır (Chipeta, 2015: 19).

1.1.Sosyal Girişimciliğin Unsurları

Sosyal girişimler sosyal değişim sağlamaya çalışan örgütler olarak değerlendirilmekte ve dünyadaki önemi giderek artmaktadır. Bu durumun nedeni olarak yoksulluğun artması ve buna bağlı olarak dezavantajlı grupların farklı sosyal sorunlarla mücadele etmek zorunda kalmaları gösterilmektedir. Sosyal sorunların çeşitliliği arttıkça yenilikçi arayışlar ortaya koyan sosyal girişimlere olan ilgi de artmaktadır (Paredo ve Mclean, 2006: 56).

Sosyal girişimlerin başarılı olabilmeleri ve sosyal çözümler ortaya koyabilmesi için gereken bazı özellikler bulunmaktadır. Bu özellikler sosyal girişimciliğin unsurlarının da çerçevesini ortaya koymaktadır. Bu unsurlar şu şekilde sıralanabilmektedir.

1.1.1. Sosyal Bir Misyona Sahip Olma Unsuru

Sosyal girişimleri özel sektörden ayıran en önemli unsur sosyal bir misyona sahip olmasıdır. Sosyal misyon aynı zamanda sosyal girişimciliğin kavramsallaştırılmasında da merkezi bir konumda bulunmaktadır (Mort vd., 2003:79) . Günümüzde sosyal sorunların her geçen gün sosyal, siyasi ve ekonomik açıdan kabuk değiştirmesi sosyal girişimlerin de faaliyet alanını çeşitlendirmektedir. Yoksulluk, sosyal dışlanma, şehirleşme, çalışan yoksulluğu, çevre problemleri gibi sorunların varlığına ilave olarak toplumun zayıf kesimleri için barınma, eğitim, sağlık gibi temel hizmetlerden mahrum kalmaları bu çeşitliliği artırmaktadır. Bütün bu sorunların çözümünde eski yöntemlerin kullanılması artık mümkün olmamakta ve girişimci bakış açısına ihtiyaç duyulmaktadır. Bu nedenle sosyal girişimcilik toplumdaki sosyal dönüşümü sağlayabilmek için yeni bir yöntem olarak görülmektedir (Glancey ve McQuaid, 2000:159). Sosyal dönüşümün sağlanabilmesi için ise öncelikle bir sosyal sorun kavramının varlığından bahsetmek gerekmektedir.

Sosyal girişimciliğin temel unsuru olan sosyal sorunlar günümüz dünyasının ayrılmaz bir parçası olarak görülmektedir. Sosyal sorunlar, toplumdaki sosyal bütünleşmenin, kanun, düzen ve ahlaki standartların, ekonomik refah ve özgürlüklerin istikrarlı biçimde devam etmesini engelleyen, sosyal süreçler olarak tanımlanabilmektedir (Jamrozik ve Nocella, 1998:1). Ortaya çıkan herhangi bir sorunun sosyal sorun olarak nitelendirilmesi için ise sorundan etkilenen bir grubun olması, farklı bireylerin bu sorundan etkilenmeleri, sorunun bireysel, sosyal, psikolojik ya da sosyolojik faktörlerden kaynaklanıyor ve toplu eylemlerle çözüm aranıyor olması gerekmektedir (Demirbilek, 2005:88). Sosyal girişimciler bu durumların ortaya çıkması durumunda yenilikçi bakış açılarıyla çözüm konusunda fırsatlar ortaya koymaktadır.

Günümüzde çözüm bekleyen çok fazla sosyal sorun bulunmaktadır. Bu çerçevede Birleşmiş Milletler' in 2000 yılında yayınlamış olduğu Binyıl Kalkınma Hedefleri dünyada karşı karşıya kalınan sosyal sorunları sıralaması nedeniyle referans alınabilecek bir belgedir. Bu bildirgeye göre, en başta yoksulluk ve açlık, temel eğitime ulaşamama, 5 yaş altı çocuk ölümleri, cinsiyet eşitsizliği, yüksek oranda anne ölüm oranları ve anne sağlığı, HIV/AIDS, sıtma, tüberküloz ve benzeri bulaşıcı hastalıklar ve çevresel sorunlar olarak sıralanmakta ve bu sorunların çözülmesiyle ilgili hedefler ortaya konulmaktadır (UNDP, 2020). Tüm bu sosyal sorunlarla mücadele etmek yalnızca sosyal girişimcilerin işi olarak görülmemeli, sosyal sorunların çözümü için kamu sektörü, özel sektör ve üçüncü sektör uygulamalarına başvurulduğunu belirtmek gerekmektedir. Ancak sosyal sorunların çözümünde ahlak girişimcileri olarak nitelendirilen sosyal girişimcilerin toplumdaki sosyal sorunlara daha fazla duyar gösteren, aktif ve yenilikçi bakış açıları geliştirerek sorunların çözümünü sağlamak için çabalayan idealist kişiler olduklarına da değinmek gerekmektedir (Jamrozik ve Nocella, 1998:67).

1.1.2. Yenilikçi Olma Unsuru

Sosyal girişimlerin en önemli unsurlarından biri olarak değerlendirilen sosyal yenilik kavramı ortaya çıkan bir sosyal ihtiyacın karşılanması amacıyla, sosyal örgütler tarafından ortaya konulan ve yaygınlaştırılan yenilikçi faaliyetleri ve hizmetleri ifade etmektedir. Sosyal sorunların günümüzde sürekli artması toplumsal bütünleşmeye zarar vermekte ve çözüm yollarını güçleştirmektedir. Bu sorunların çözümünde önerilen yöntemler yetersiz kalmakta ve sorunlarla çözümü yöntemleri arasında bir uçurum ortaya çıkmaktadır. Sosyal girişimciliğin yenilikçi yönü bu uçurumun daraltılmasındaki en önemli mekanizmadır (Mulgan vd., 2007: 7).

Sosyal girişimlerin yenilikçi stratejilerini:

- Toplumdaki dezavantajlı gruplara ve sosyal dışlanmaya maruz kalan kesimlere yönelik yeni hizmetler ortaya koymak,
- Toplumdaki hizmetlerin sunumunda yeni yöntemler belirlemek,
- Gelir yaratabilmek amacıyla yeni stratejilerin ve bakış açılarının ortaya konulması,

- Toplumdaki hizmetleri yeni ihtiyaç sahiplerine ulaştırabilmek,
- Sosyal sorunlarla mücadelede yeni kaynaklar ortaya koyabilmek ve bunlardan aktif olarak yararlanmak şeklinde sıralamak mümkündür (Haugh, 2005: 5).

Sosyal girişimlerin yenilikçi olma işlevi, özellikle ekonomik konjonktürün istikrarsız seyrettiği dönemlerde ve ekonomik faaliyetlerin yetersiz kaldığı durumlarda özel sektör ve kamu sektöründe karşılaşılan sorunların ortaya çıkardığı boşlukları doldurması bakımından oldukça önemlidir. Sosyal girişimler ortaya çıkan bu boşlukları yenilikçi bir fırsat olarak görmekte, yeni çalışma şekilleri ortaya koyarak hem yerel kalkınmaya destek olmakta hem de bütünleşmeyi sağlayarak yeni işlerin yaratılmasına, zenginliklerin artırılmasına katkı sağlamaktadır (Hing, 2016: 32).

1.1.3. Gelir Getirici Faaliyet Unsuru

Sosyal girişimlerin en temel unsurlarından bir diğeri sürdürülebilirliğini sağlayabilmek açısından mutlaka gelir getirici bir faaliyette bulunmalarıdır. Sosyal girişimlerin bu özelliği, hem işletmecilik faaliyeti formatında çalışmalarını sağlamakta hem de varlıklarını bağış ve hibelerle sürdüren geleneksel hayırsever örgütlerden onları ayırmaktadır. Bu noktada sosyal girişimlerin neden işletmecilik formatında çalışması gerektiğine de tekrar değinmek gerekmektedir. Sosyal girişimler, faaliyetlerini sürdürmek için yalnızca bağış ve desteklerle hareket ederlerse üretimde etkinlik kısmında sorun yaşanmaktadır. Çünkü böyle bir durumda bağış ya da desteklerin kesilmesi durumunda verimlilik, etkinlik ve kârlılık kaybolacak ve girişim devamlılığını sağlayamayacaktır. Bu bakımdan da sürdürülebilirliğin sağlanması açısından mutlaka gelir getirici bir faaliyetin bulunması gerekmektedir (Thomas, 2013: 32).

Sosyal girişimlerle alakalı bahsettiğimiz gelir getirici faaliyeti geleneksel anlamdaki kâr anlayışı ile de ayrı tutmak gerekmektedir. Bu girişimlerdeki anlayış, mal veya hizmet satarak gelir elde etmek olsa da asıl amaç geleneksel işletme yöntemlerini kullanarak sosyal bir sorunu çözmektir. Bu bakımdan da sosyal girişimciliği ayırt eden en temel nokta parasal bir başarıdan çok, sürdürülebilir anlamda sosyal faydayı sağlamaktır. Bu sebepten ötürü sosyal girişimler geleneksel girişimlerden ayrılır ve elde ettiği kâr da sosyal kâr olarak adlandırılır (Işık, 2016: 114).

1.1.4. Sosyal Değer Yaratma Unsuru

Hangi türde olursa olsun bütün girişimciler bir değer yaratmak için çabalamaktadır. Bu değer girişimin türüne göre ekonomik, sosyal ve kültürel bileşenlerden oluşmaktadır. Sosyal girişimlerin yaratmış oldukları değeri farklı kılan durum niteliksel bir sosyal değer olmasıdır (Young, 2008: 56). Bir başka ifade ile sosyal girişimlerde yaratılan değer sosyal ve kültürel olup niteliksel, özel sektörde ise ekonomik değer öncelikli olup daha çok niceliksel bir amaç söz konusudur.

Sosyal girişimcilikte sosyal değer fırsatı, insan kaynağı ile finansal kaynağın bir araya geldiği ortak noktada başlamaktadır. Bu sebeple sosyal girişimciden beklenen de bu iki kaynağı bir araya getirebilme becerisine sahip olmasıdır. Sosyal girişimci bunu yaparken farklı kurumları ve bu kurumların birbirlerini tamamlayacak özelliklerini dikkate almak zorundadır (Austin vd., 2006: 16).

1.2. Sosyal Girişimcilerin Özellikleri

Sosyal girişimcilik ile ilgili literatür incelendiğinde daha çok sosyal girişimleri etkileyen bireysel faktörlere değinildiği görülmektedir. Bu çalışmada, literatürde eksik kaldığı düşünülen sosyo kültürel faktörler ön plana çıkarılacaktır. Sosyal girişimciliği etkileyen sosyal ve kültürel faktörlere değinmeden önce ise sosyal girişimci bireylerin özelliklerine kısaca değinmek gerekmektedir. Çünkü sosyal girişimcilerin özelliklerini ortaya çıkarabilmek ve bu özellikleri tartışabilmek onların hangi sosyal ve kültürel koşullardan etkilendiklerini ortaya koymakta önemli bir adım olacaktır.

Sosyal girişimlerin tanımında da belirtildiği üzere farklı araştırmacılar sosyal girişimcileri farklı özellikleri ile ön plana çıkarmaktadır. Örneğin Brinckerhof topluma daha iyi hizmet verebilmek için risk

alan kişiler olarak tanımladığı sosyal girişimcilerin aşağıdaki özelliklere sahip olmaları gerektiğini ortaya koymaktadır (Brinckerhof, 2001: 12):

- Buldukları bölgedeki hedef kitleye daha iyi bir hizmet sunabilmek amacıyla devamlı yeni çözümler aramak,
- Mevcut tüm kaynak tahsisatlarının yardım yatırımlarından oluştuğunu bilmek,
- Yapılacak yatırımların geri dönüşlerini iyi analiz edebilmek,
- Misyonlarına ulaşabilmek için maddi kaynaklara ihtiyaç duymak,
- Hizmet sundukları insanların adına risk almak.

Bu özellikler sosyal girişimcilerin yeterli kaynağa ulaşabilmek amacıyla yenilikçi, yaratıcı, risk alabilen ve liderlik özelliklerine sahip olmaları gerektiğini vurgulamaktadır.

Sosyal girişimcilerin özellikleriyle alakalı diğer bir araştırmacı grubu olarak Dees vd., girişimcilerin yenilikçi bakış açına ihtiyaç duyarken belli noktalara dikkat etmeleri gerektiğini ortaya koymaktadır. Bu noktalar (Dees, 1998: 31):

- Hazır olmak: Ortaya koyulması hedeflenen yeniliğin yayılma için hazır olup olmadığı mutlaka kontrol edilmelidir.
- Yeni düşüncelere açık olmak: Ortaya koyulması hedeflenen yeniliğin hedef kitlesindeki gruplar tarafından nasıl karşılanacağına dair fikir sahibi olunmalıdır.
- Kaynaklar: Girişimin en doğru şekilde sürdürülebilmesi için ihtiyaç duyulacak kaynakların belirlenmesi ve temin edilmesi konusunda araştırmalar yapılmalıdır.
- Risk: Yenilikçi fikrin yanlış uygulanma olasılığı ya da başarısız olma durumunda ilgili kesimleri nasıl etkileyeceğine dair fikir sahibi olunmalıdır.
- Geri dönüşüm: Sosyal girişimin daha çok insana hizmet ediyor olmaksızın hedefindeki kitleye daha iyi bir hizmet sunulması gerekmektedir.

Bu özellikler dikkate alındığında, sosyal girişimcilerin başarılı olabilmeleri için, liderlik özelliğine sahip olan, yenilikçi, kaynak kullanımında yetkin, risk alan ve özgeci kişilik özelliklerine sahip olmaları gerektiği sonucuna varılabilmektedir.

Literatürde yer alan çalışmalar göz önüne alındığı zaman genel olarak sosyal girişimcilerin davranışlarına etki eden özellikler (Bailey, 2012: 19);

Kişilik Özellikleri: Sebatkârlık, iyimserlik, iç kontrol odağının gelişmiş olması,

Bilişsel özellikler: Özyeterlik, yenilikçilik ve fırsatları değerlendirebilme, liderlik,

Motivasyonel Özellikler: Başarma ihtiyacı, üstünlük ihtiyacı ve özerklik ihtiyacı,

Değerler: Maneviyat, sosyal sorumluluk, özgecilik, empati, etik değerlere sahi olma, kültürel değerler,

Demografik: Cinsiyet, yaş, eğitim ve ailevi altyapı gibi özellikler olarak ortaya koyulmaktadır.

Yukarıdaki kişilik özelliklerinin ortaya konulmasının ardından, sosyal girişimcilikle ilgili çalışmaların birçoğunda farklı tanımlamalardan yola çıkılmakta ve sosyal girişimcilerin kişilik özelliklerinin de bu tanımların neticesinde ortaya konulmakta olduğu ifade edilebilir. Bununla beraber, sosyal girişimcilerin yalnızca kişilik özelliklerinin değil faaliyet gösterdiği bölgelerin sosyal, kültürel ve ekonomik özelliklerinin de değerlendirmesi gerekmektedir. Hem girişimcilik hem de sosyal girişimcilik faaliyetleri ile bölgelerin sosyal ve ekonomik koşulları arasında yakın bir ilişki bulunmaktadır. Bu çerçevede sosyal girişimcilik, girişimcilik fikrinin ortaya çıktığı sosyo-ekonomik yapı ile kültür yapısının bir ürünüdür. Aile, toplumsal davranış kalıpları, bölgenin eğitim düzeyi ve kalitesi, bölgenin ekonomik koşulları sosyal girişimcinin yenilikçi fikir ortaya koyabilmesini ve mevcut girişimci

niteliğini olumlu ya da olumsuz etkileyebilmektedir (Niang, 2019: 27). Bu etkinin ortaya çıktığı çevrenin temel etkenleri ise sosyo kültürel değerler ve iş çevresinden oluşmaktadır. Bu sosyo kültürel etkenler, sosyal girişimciliğin değeri, yaratmaya çalıştığı etki, çevresel faktörleri, sahip olunan kaynakları ve teşvikleri, hedef kitleyi, kamunun rolünü ve sosyal girişimciye yardımcı ya da engel olan durumları içermektedir (Liang, 2005:3).

Sosyal girişimcilik literatürü incelendiğinde, kavramın farklı yönlerine vurgu yapan çalışmaların varlığı dikkat çekmektedir. Kümbül Güler (2011) Sosyal Girişimciliği Etkileyen Faktörleri analiz ettiği çalışmada nicel araştırma yöntemlerini kullanarak Ashoka ve Schwab Vakıfların üyesi olan 47 farklı ülkeden 205 sosyal girişimciye uygulanan anketlerle sosyal girişimci davranış biçimlerini ortaya koymaktadır. Işık (2016)'nın çalışması ise emek arzı ve emek talebi yönünden iki farklı boyutla nicel bir araştırma ile sosyal girişimcilik kavramı ve istihdam arasındaki ilişkiyi ortaya koymaktadır.

2. Sosyal Girişimciliği Etkileyen Sosyo Kültürel Faktörler

Sosyal girişimciliğin oluşumunu etkileyen birçok sosyo kültürel, ekonomik ve politik faktör bulunmaktadır.

2.1. Kültürel Yapı Faktörü

Sosyal girişimciliğe etki eden en önemli faktörlerden biri çevredir. Günümüzde birçok devlet girişimcilik kültürünü geliştirebilmek ve yenilikçi yaklaşımların ortaya koyulabilmesini sağlayabilmek için girişimcilik faaliyetlerine destek vermektedir. Ülkelerin sahip oldukları girişimcilik kültürünün gelişmiş olması kamunun yetersiz kaldığı ya da desteğe ihtiyaç duyduğu alanlarda anahtar rolü olan sosyal girişimciliğin de önemini ortaya koymaktadır. Sosyal girişimcilik kavramının gelişmesi ve daha etkin bir şekilde uygulanmasıyla çalışma hayatında ve sosyal hayatta sağlanabilecek başarı arasında olumlu bir ilişki bulunmaktadır (Anders, 2005: 251).

Kültürel yapı sosyal girişimcilik ruhunun oluşumunda önemli bir yere sahiptir. Çünkü sosyal girişimciler yaşadığı toplumdaki kültürel değerlerin etkisiyle hareket etmektedir. Sosyal sorunlara yönelik çözüm önerileri geliştirirken faaliyet gösterdikleri bölgenin kültürel değerlerinin taşıyıcısı olarak hareket etmektedir. Bu bakımdan, toplumdaki sosyal girişimcilik olgusuyla ilgili fikir sahibi olabilmek için ilgili toplumun kültürel unsurlarının bilinmesi önem taşımaktadır (Kasalak, 2014: 10).

Bir ülkedeki sosyo kültürel koşulların liderlik, yönetim ve insan kaynakları uygulamalarına önemli etkileri bulunmaktadır. Bu etkileri ortaya koyan en önemli çalışmalardan biri Geert Hofstede' in 40 farklı ülkenin kültürlerini araştırdığı çalışmadır. Hofstede bu çalışmada ulusal kültürleri, bireycilik ve kolektivism, güç mesafesi ve belirsizlikten kaçınma çerçevesinde araştırmıştır (Borquist, 2020: 128).

Bireyciliğin hâkim olduğu toplumlarda insanlar yalnızca kendileri ve aileleriyle ilgilenmektedir. Bu durum, toplumda sosyal bağların çözüldüğü ve sosyal değerlerin bireyin insiyatifi ya da başarısı için önemli görüldüğünü vurgulamaktadır. Gruba aidiyet, sadakat gibi kavramlardan daha çok bireysel haz, özerklik ve bireyin kendi finansal önceliğini ön planda tutması, bu toplum yapısına sahip ülkelerde girişimcilik faaliyetlerinin daha fazla olduğu söylenebilir (İraz, 2005: 186). Ancak bireysellik, haz ve kendi ekonomik çıkarının ön planda tutulması kavramlarının, sosyal fayda ortaya koyma amacındaki sosyal girişimcilik ruhuna zıt kavramlar olduğunu belirtmek gerekmektedir.

Kolektivist kültürde ise bireyler ait oldukları grubun çıkarlarını kendi çıkarlarının üstünde tutmaktadır. Bu kültür yapısında paylaşmak, işbirliği ve uyum anahtar kavramlar olup temel olan grubun refahıdır. Kolektivist kültürün hâkim olduğu ülkelerde bireyler bir gruba ait olduklarına ve grubun çıkarlarının bireysel çıkarlardan öncelikli olduğuna inanmaktadır. Bu kültürdeki ülkelerde sosyal girişimcilik faaliyetlerinin daha fazla ortaya çıkması mümkündür.

Hofstede' in bu çalışması bireycilik ile toplumdaki ekonomik gelişme ve refah arasında bir ilişki olduğunu ortaya koymuştur. Buna göre bireycilik yalnız bir yönelime ve yeterliliğe, bunun neticesinde de insanların kendi başarılarına odaklandığı bir kültürü ortaya çıkartırken, toplumsallık ise paylaşım, işbirliği ve daha geniş bir gruba ait olmak gibi kültürel unsurları içermektedir (Borquist, 2020: 139).

Hofstede' in araştırmasının sosyal girişimcilik rolü çerçevesinde değerlendirilebilecek bir diğer noktası bireylerin belirsizlikten kaçınma özellikleridir. Belirsizlikten kaçınma özelliğinin yüksek olduğu toplumlarda bireyler net olmayan, belirsiz olan durumlardan çekinmekte ve kendilerini güvence altına almak için çabalamaktadır. Belirsizlikten kaçınma durumunun düşük olduğu toplumlarda ise bireyler daha fazla risk almayı, yenilik ve değişimlere açık olmayı tercih edebilmektedir. Bu durum ülkelerdeki sosyal girişimci kişiliğinin yapısını da etkilemektedir. Belirsizlikten kaçınma özelliği yüksek olan toplumlarda bireylerin risk almayı tercih etmemeleri girişimci olma özelliklerinin daha düşük kalmasına sebep olmaktadır (Chipeta, 2015: 24) .

2.2. Aile Faktörü

Girişimcilik üzerinde olduğu gibi sosyal girişimcilik üzerinde de toplumun en önemli kavramlarından biri olan ailenin büyük bir etkisi bulunmaktadır. İnsanların duygu, düşünce, tutum ve davranışlarının şekillenmeye başladığı ilk ortam olarak değerlendirilen aile, girişimcilik davranışının ortaya çıkmasında rol oynayan bağımsızlık isteğini olumlu ya da olumsuz olarak etkileyebilmektedir (Bird, 1999: 143). Bununla beraber aile bağlarının güçlü olduğu ailelerde çocukların ileride sosyal girişimciliğe yönelik bir kariyer rotasına yönlendirilebilmesi de mümkün olabilmektedir (Prabhu, 1999: 143).

Sosyal girişimciliğin sosyal sorunlara duyarlı olmak yaklaşımı ailenin sosyal girişimciler üzerine etki edebileceği bir farkındalık olarak değerlendirilebilmektedir. Nitekim sosyal girişimcilerin hikâyelerine dikkat edildiği zaman bu kişilerin ailelerinde ihtiyacı olanlara yönelik yardımsever bir davranışa yönelen bir kişinin varlığı görülmektedir. Örneğin, en önemli sosyal girişimciler arasında gösterilen ve yenilikçi fikriyle 2006 yılında Nobel Barış Ödülü'nün sahibi olan Muhammed Yunus, annesinin kendi hayatını etkileyen en önemli kişi olduğunu *"Benim üzerimde en güçlü etki sanırım oydu...Annem her zaman bize uzak köylerden ziyarete gelen yoksul akrabalar için kenara para ayırırdı. Yoksul ve dezavantajlılara olan ilgisi sayesinde, ekonomik ve sosyal reforma olan ilgimin gelişmesine yardımcı olan annemdir"* sözleri ile ifade etmektedir (Yunus, 1999, 5).

Sosyal girişimciliğe ailenin etkisiyle ilgili bir diğer araştırma olarak Barandsen ve Gardner' in sosyal girişimcilerle yapmış oldukları görüşmeler dikkate alınmaktadır. Bu çalışma sosyal girişimcilerin çok erken yaşlarda belirli sosyal sorunlarla ilgilenmek zorunda bulduklarını ortaya koymuştur. Örneğin görüşülen sosyal girişimcilerden biri kendisini işçi hareketlerinin içinde yetişmiş, diğeri ise çift ırklı olarak nitelendirmektedir. Bu örnekler sosyal girişimcilerin hayatlarında onlara örnek olan bireylerin bulunduğunu ve bu bireylerin genellikle aileden ya da girişimciye rol model olabilecek iş çevresinden olabileceğini göstermektedir. Sosyal girişimciler rol model yoluyla örnek kişilerin tecrübelerini gözlemlemekte ve bu esnada sosyal girişimci olabilmek yolunda kendilerini değerlendirmektedir. Bu karar onların sosyal bir soruna yönelik yenilikçi bakış açısı geliştirmelerinde kazanacaklarını veya kaybedeceklerini görmelerini de sağlamaktadır (Bird, 1989: 74) .

Aile faktörünün sosyal girişimci kişi üzerindeki bir diğer etkisi girişimci kişinin hayatının bir döneminde tecrübe ettiği olumsuz deneyimler ve bunların bıraktığı etkiler olarak değerlendirilmektedir. Barandsen ve Gardner' in sosyal girişimcilerle yapmış olduğu görüşmeler sosyal girişimcilerin inandıkları doğruların nasıl oluştuğunu incelemekte ve görüşme yapılan kişilerin hayatlarının bir döneminde travma yaşamış olduklarını ortaya koymaktadır (Barandsen ve Gardner, 2004:45).

2.3. Din Faktörü

Dinin toplumun kültürüne etki eden en önemli unsurlardan biri olarak değerlendirilmesi, iktisadi yaşama etkisinin devamlı tartışılan bir konumda olmasına neden olmaktadır. Girişimcilik kültürü ve din kavramı

arasındaki ilişki incelenirken en önemli referans noktalarından bir tanesi Max Weber' in Protestan İş Ahlakı olarak gösterilebilir. Max Weber' e göre toplumdaki girişimcilik faaliyetlerindeki farklılıklar kültürel ve dini faktörlerin etkisiyle ve toplumların Protestan İş Ahlakını kabul edip etmemesinden kaynaklanmaktadır. Bununla beraber, İslamiyet ve girişimcilik arasındaki ilişkilerin üzerine yapılan araştırmalar da İslam dininin servete ve kazanca karşı tutumunun olumlu olduğunu ortaya koymaktadır (Kasalak, 2014: 12). Bu noktada sosyal fayda üretmek ve sosyal sorunlara çözümler sunabilmek için ortaya çıkan sosyal girişimcilerin zor durumda olan kesimlere yardım hedeflerinin İslam dinindeki hayır kavramı ile paralel olduğu söylenebilir.

2.4.Eğitim Faktörü

Toplumların eğitim düzeyi ve kalitesi ülkenin girişimci ve sosyal girişimci yapısının oluşmasında önemli rol oynamaktadır.

Girişimcilik faaliyetleri ile eğitim arasındaki ilişkinin üzerinde dururken en önemli anahtar noktası, bireylerin sahip oldukları bilgi ve yeteneklerinde artış sağlayarak onların daha verimli ve üretken olmalarını sağlayan beşeri sermayedir. Beşeri sermayenin artması bireylerin yeni faaliyetler üretmelerini ve fırsatları daha kolay görüp değerlendirebilmelerini sağlamaktadır. Bu noktadan hareketle sosyal bir fırsat görerek harekete geçen sosyal girişimcilerin kendilerine yapmış oldukları eğitim yatırımlarının sosyal girişimciliğe etkisinin olumlu olacağını söylemek mümkündür (Blaga, 2018: 201).

Beşeri sermaye yaklaşımının tersine eğitim ve girişimcilik faaliyetlerinin arasındaki ilişkinin olumsuz olduğuna yönelik çalışmalar da bulunmaktadır. Bu çalışmalardan makro düzeyde elde edilen sonuçlara göre bir ülkenin yüksek seviyedeki eğitim durumu ile düşük seviyedeki bağımsız çalışma olgusunun paralellik gösterdiği ortaya koyulmaktadır. Buna göre, yüksek eğitimi olan bireylerin bağımlı çalışarak yükselme konusunda yeterli beşeri sermayeye sahip olmaları, onların risk almalarının önüne geçmekte; fakat düşük eğitimi olanların ise kısıtlı beşeri sermayeleri, onların daha mücadeleci ve risk alma eğiliminin yüksek olmasına neden olmaktadır. Bu araştırmaya göre eğitim düzeyinin düşük olmasının bireyleri daha girişimci olmaya yönelttiği sonucuna yönelttiğini söylemek mümkündür (Verheul vd., 2004:9).

Sonuç olarak, beşeri sermayenin bir unsuru olarak kabul edilen eğitimin, özellikle sosyal sorunlar ve bu sorunlardan etkilenen gruplara yönelik çözüm önerileri sunmak için gerekli fırsatları görebilmeleri gereken sosyal girişimcilerin becerilerini geliştirmelerine katkıda bulunabilecek yararlı bilgiyi sağlamalarında etkili olduğu söylenebilmektedir. Bu noktada yalnızca formel eğitimin değil, işgücü piyasasında elde edilen deneyimlerinde beşeri sermayeye katkısı olduğu kabul edilmektedir (Davidsson ve Honig, 2003: 306).

2.5.Psikolojik, Yasal ve İdari Faktörler

Bireylerin sosyal bir girişim kurarak yenilikçi fikirler ortaya koymalarında yaş, cinsiyet, , eğitim, aile gibi demografik faktörlerin yanında psikolojik, sosyal ve yasal faktörlerde bulunmaktadır.

McCeland' a göre yakın ilişki, güç ve başarı faktörleri içgüdüsel olmaktan çok öğrenilmiş ihtiyaçlardır. Yine girişimcilerin başarı ihtiyacı ile ilgili araştırma yapan Stomer ve arkadaşları da McCeland' ın görüşüne ilave olarak girişimci kişilerde başarı güdüsünün daha yüksek seviyede olduğunu ortaya koymuştur (Chipeta, 2015: 32). Bu araştırmaların neticesinde psikolojik faktörlerin sosyal anlamda bir girişimciliği olumlu anlamda etkilediğini söylemek mümkündür.

Bir ülkedeki girişimciliğin gelişmesinde o ülkenin yasal, siyasi ve idari ortamının da önemli bir etkisi bulunmaktadır. Ülkedeki yasal, idari kararlar ve siyasal ortam, girişimciliğin gelişmesine olumsuz etki edecek bir yapıdaysa sosyal çalışmalar ve girişimcilik faaliyetleri bu ortamda gelişemeyecektir. ortamda ise sosyal sorunların çözümü daha kolay olacak ve girişimcilik faaliyetleri daha verimli şekilde ilerleyecektir (Lundstrom, 2014: 264).

SONUÇ

Yaşadığımız yüzyılda başta yoksulluk ve işsizlik olmak üzere eğitim, sağlık, çevre koşulları gibi çok çeşitli sorunlar her ne kadar ülkelerin gelişmişlik yapısına göre farklılık gösterse de tüm dünya ülkelerinin ortak sorunu olarak değerlendirilmektedir. Birçok ülkede bu sosyal sorunlarla mücadele ederken uygulanan kamu politikaları yetersiz kalmaktadır. Bu nedenle kamunun yetersiz kaldığı ya da desteğe ihtiyaç duyduğu bu durumlarda kar amacı gütmeyen örgütlere ve kaynaklarını sosyal fayda üretmeye yöneltmeyi amaç edinmiş olan sosyal girişimcilik faaliyetlerine duyulan ihtiyaç artmaktadır. Bu noktada sosyal girişimlerin kamu politikalarına ikame olarak değil destekleyici olarak görülmeleri daha doğru olacaktır. Sosyal girişimlerin anahtar noktalarından biri sosyal değer yaratmalarındır. Sosyal değer yaratma niteliği sosyal girişimlerin toplumun ihtiyaç duyduğu alanlarda hedef gruplara sundukları katkıyı, toplum için sosyal fayda üretmelerini ve sosyal sorunlara yeni bakış açılarıyla çözüm üretmelerini ifade etmektedir. Günümüz kapitalist ekonomik düzeninde bireycilik ön plana çıkıyor gibi gözükse de sosyal girişimcilik olgusunun her geçen gün önemini arttığı bilinmektedir. Bunun temel sebebi sosyal girişimciliğin aile, kültür, dini faktörler, eğitim gibi sosyo kültürel faktörler tarafından etkileniyor olmasıdır. Dayanışma, yardımlaşma, başka insanların sorunlarına duyarlı olma, bir olma olgusunun hâkim olduğu toplumlarda sosyal girişimcilik faaliyetlerinin daha etkili bir biçimde ortaya çıkacaktır.

Sonuç olarak ülkelerin gelişmişlik düzeyi farklılıklar gösteriyor olsa da ortaya çıkan sosyal sorunların çözümünde sosyal girişimcilere önemli görevler düşmektedir. Bu noktada tüm dünyada ve özellikle ülkemizde ortaya çıkan sosyal sorunlarla mücadele ederken sorunlara yenilikçi bakış açısı getirerek çözüm hedefleyen sosyal girişimcilere destek verip bu kişilerin sosyal sorunlara önemli bir katkı yapabileceği unutulmamalıdır. Özellikle ülkemizin toplumsal dinamikleri dikkate alındığında Türk toplumunun genel olarak hâkim olduğu dayanışma, başkasının ihtiyacına duyarsız kalmama, misafirperverlik, bir olma, ayrımcılık yapmama gibi özellikleri çerçevesinde, sosyal girişimcilik olgusunun gelişimini olumlu etkileyecek sosyo kültürel faktörlerin ülkemizde yeterince var olduğunu söylemek yanlış olmayacaktır.

KAYNAKÇA

- Austin J., Stevenson, H., Skillem J. (2006). “ Social and Commercial Entrepreneurship: Same, Different or Both?” ET&P 1042-2587, Baylor University.
- Bailey, J. (2012). Committed to Entrepreneurial Activity and Social Mission: What is the Experience of Social Entrepreneurship, Degree of Doctor of Philosophy, Minnesota.
- Barendsen, L., Gardner, H. (2004). “Is the social Entrepreneur a New Type of Leader?” Leader to Leader, Issue 34, 43-50.
- Besler, S. (2010). Sosyal Girişimcilik, Beta Yayınları.
- Bird, B. (1989). Entrepreneurial Behavior, Scott, Foresman and Company, London.
- Blaga, S. (2018). Motivational Factors for Social Entrepreneurship: The Case of Romania, Degree of Doctor, University of Newcastle, Newcastle.
- Brinckerhoff, P. (2001). Why You Need to Be More Entrepreneurial - And How to Get Started, Nonprofit World.
- Borquist, B. (2020). The Context and Enactment of Faith-based Social Entrepreneurship, Doctor of Philosophy, Massey University, Auckland, New Zealand.

- Bouges, A. (2015). Support Structures in Social Entrepreneurship Ecosystems: Comparing the Swedish and the French Environments, Master Thesis, Uppsala.
- Chipeta, E. (2015). Social Entrepreneurship Intentions Among University Students In Gauteng, Master of Commerce, North West University, South Africa.
- Davidsson, P., Honig, B. (2003). The Role of Social and Human Capital Among Nascent Entrepreneurs. *Journal of Business Venturing*. 18: 301-331.
- Dees, G. (1998). “The Meaning of Social Entrepreneurship”, The Kaufmann Center for Entrepreneurial Leadership and Ewing Morion Kaufmann Foundation Working Paper.
- Demirbilek, S. (2005). Sosyal Güvenlik Sosyolojisi, İstanbul: Legal Yayıncılık.
- Eti İçli, G. ve Anıl, N.K. (2016), Sosyal Franchising Bir Sosyal Girişimcilik Yöntemi, Türkmen Kitabevi
- Glancey, K., McQuaid, R. (2000). *Entrepreneurial Economics*. N.Y: St. Martin’s Press.
- Güney, S. (2004). Girişimcilik Temel Kavramlar ve Bazı Güncel Konular: Ankara, Siyasal Kitabevi.
- Haugh, H. (2005). “A Research Agenda For Social Entrepreneurship Research”, *Social Enterprise Journal*, Vol 8, No:1, 7-15.
- Hing, P. (2016). A Framework To Implement Social Entrepreneurship Activities In Higher Education Institutions, Degree of PHD, Nelson Mandela Metropolitan University, South Africa.
- Hofstede, G. (1984). *Culture’s Consequences: International Differences in Work Related Values*. Cross Cultural Research and Methodology, Newbury Park, Sage Publication.
- Işık, V. (2016). Çalışmanın Değişen Anlamı ve Üçüncü Sektör İstihdamı Çerçevesinde Türkiye’deki Sosyal Girişim İstihdamının Analizi: Ashoka Örneği, Doktora Tezi, Gazi Üniversitesi, Ankara.
- İraz, R. (2005). Girişimcilik ve Kobi’ler: Konya, Çizgi Kitabevi.
- Jamrozik, A., Nocella, L. (1998). *The Sociology of Social Problem: Theoretical Perspectives and Methods of Intervention*, Cambridge: Cambridge University Press.
- Kasalak, M. (2014). “Bölgesel Kalkınma Açısından Sosyokültürel Yapının Girişimciliğe Etkisi”, SDÜ Fen Edebiyat Fakültesi Sosyal Bilimler Dergisi, Isparta.
- Kümbül Güler, B. (2011). “Yoksullukla Mücadelede Sosyal Girişimcilik: Ashoka Üyelerinden Sosyal Yenilikçi Uygulamalar” *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 13 (3), 79-111
- Liang, W. (2005). “Defining the Social in Social Entrepreneurship: Altruism and Entrepreneurship” *International Entrepreneurship and Management Journal* 1(3).
- Lundström, A. (2014). *Social Entrepreneurship*, *International Studies in Entrepreneurship*.
- Mair, J., Marti, I. (2006). “Social Entrepreneurship Research: A Source of Explanation, Prediction and Delight” *Journal of World Business*, 41, 36-44.
- Merie, K. (2015). Resettlement and Self-Sufficiency: Refugees’ Perceptions of Social Entrepreneurship in Arizona, Master of Social Work, Arizona State University, Arizona.
- Mort, G. S., Weerawadena, J., Carnegie, K. (2003). *Social Entrepreneurship: Towards conceptualisation*. *International Journal of Nonprofit and Voluntary Sector Marketing*.
- Mulgan, G., Tucker, S., Ali, R., Sanders, B. (2007). *Social Innovation: What It Is, Why It Matters and How It can be Accelerated?* Oxford Said Business School. Skoll Center for Social Entrepreneurship Working Paper.

- Niang, C. (2019). A Case Study of Women Social Entrepreneurs In India, Business Research Thesis, Melbourne.
- Paganelli, A. (2020). Academic Library Support of Social Entrepreneurship Programs, Degree of PHD, Western Kentucky University, Kentucky.
- Paredo, A., Mclean, M. (2006). “ Social Entrepreneurship: A Critical Review of the Concept”, Journal of World Business, 56-65.
- Prabhu, G. N. (1999). Social Entrepreneurial Leadership. Career Development International.
- Thomas, L. (2013). “The Social Enterprise Financing Landscape: The Lay of the Land and New Research on the Horizon”, Entrepreneurship Research Journal 3(2), 147-159.
- Verheul, I., Stel, A. ve Thurik, R. (2004). Explaining Female and Male Entrepreneurship Across 29 Countries. Discussion Papers on Entrepreneurship, Growth and Public Policy. Max Planck Institute for Research into Economic Systems Group.
- Weber, M. (1999). Protestan Ahlakı ve Kapitalizmin Ruhu, (Çev. Z.Gürata), Ankara, Ayraç Yayınları.
- Wendel S., Lang, P. (2020). The Future Belongs To Social Entrepreneurs, Linnaeus University Sweden.
- Young, D. (2006), The State of Theory and Research on Social Enterprises, Social Enterprises 19-46.
- Yunus, M. (1999), “Social Business Entrepreneurs Are The Solution”, Social Entrepreneurship”, UK, Oxford University Press.