Sosyal Girişimcilik

SOSYAL GİRİŞİMCİLİK başlıklı bu makalem "**International SOCIAL SCIENCES STUDIES JOURNAL**" Dergisi 2020-Mayıs 6.Cilt 63. sayısında yayınlanmıştır. Uluslararası yayın sınıfına giren bu makalemde, Sosyal Girişimciliği çeşitli boyutlarıyla irdelemeye çalıştım. Sonuç kısmında ise oldukça erdemli ve topluma yüksek faydaları olan bu faaliyetlerin, **cinsiyetçi** odaklı **Sosyal Mühendislik** projelerine kurban edilmemesi gerektiğini özellikle vurguladım.

Yazının dergi tarafından yayınlanan orijinal tam metnine bu bağlantıyı kullanarak ulaşabilirsiniz:
http://www.sssjournal.com/ErcanOzcelik.pdf

Sevgili Hocamız **Prof. Dr. Ersin Nazif GÜRDOĞAN**'a teşekkür eder, faydalı olması dileğimle

dikkatlerinize sunarım...

SOSYAL GİRİŞİMCİLİK

Ercan ÖZÇELİK

Doktora Öğrencisi (Üsküdar Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Sağlık Yönetimi Bölümü),
Tıbbi Teknolog (Sağlık Bakanlığı Koşuyolu Yüksek İhtisas Eğitim ve Araştırma Hastanesi), TÜRKİYE
ORCID ID: https://orcid.org/0000-0002-9326-7403

ÖZET

Dünya genelinde sosyoekonomik ve teknolojik gelişimin yaygınlaşmasının kaçınılmaz sonuçlarından birisi de sosyal gruplar arasındaki eşitsizliğin giderek artmasıdır. Bu eşitsizliğin azaltılması için toplumların kendi değer sistemlerinden gelen, geçmişleriyle bağlantılı destekleyici ve düzenleyici dinamikleri bulunmaktadır. Devlet yapılarının amaçlarından birisi de toplumsal refahı yaygınlaştırmak ve geliştirmek olmuştur. Sosyal Girişimcilik ise özellikle sivil inisiyatif sahiplerinin sosyal eşitsizliklerin giderilmesinde sürdürülebilir çalışmalar yapması ve bunları kurumsallaşmaya yöneltmesiyle öne çıkan faaliyetlerdir. Bu makalede Sosyal Girişimcilik kavramı etrafında belirginleşen değerlerin derlenmesine ve örnek projelerin ifadesine çalışılacaktır.

Anahtar Kelimeler: Sosyal Ekonomi, Genel Refah, Girişimcilik, Sosyal Girişimcilik

JEL Kodları:B55, I31, L26, L31

SOCIAL ENTREPRENEURSHIP

ABSTRACT

One of the inevitable consequences of the spread of socioeconomic and technological development worldwide is the increasing inequality between social groups. In order to reduce this inequality, societies have supportive and regulatory dynamics related to their past, coming from their value systems. One of the aims of state structures has been to promote and improve social welfare. Social Entrepreneurship, on the other hand, is a prominent activity, especially when civil initiative owners carry out sustainable works in eliminating social inequalities and direct them towards institutionalization. In this article, it will be tried to compile the values that are evident around the concept of Social Entrepreneurship and to express the sample projects.

Key Words: Social Economy, General Welfare, Entrepreneurship, Social Entrepreneurship

JEL Codes:B55, I31,L26*, L31*

1. GİRİŞ

İnsanlar, yaşadığı sorunlara uyum sağlama ve çözüm geliştirme yönünde yüksek kabiliyetli, esnek ve dinamik topluluklar içinde kendi geleneklerini ve değerlerini korur ve geliştirirler. Yaşadıkları sorunların giderilmesinde, din temelli sabit inanç ve davranış kalıplarının yanı sıra kendi geliştirdikleri ve geniş kabul görmesini sağladıkları kurallar ve hassasiyetlere de uyma eğiliminde olurlar.

Sosyal eşitsizlik ve gelir dağılımındaki dengesizlik dünyada olduğu gibi Türkiye'de de insanların hayatını etkilemekte, beslenme bozukluğu gibi kronik sağlık sorunlarına da neden olmaktadır. Toplumun bir kısmı lüks yiyecek ve içeceklerle beslenebilirken, önemli bir kısmının haftalık alışverişini yapmaktan aciz olması ve sağlıksız da olsa en ucuz yiyeceklere yönelmesi söz konusudur. Türkiye bir geçiş formunda olduğundan, hem gelişmiş hem de gelişmekte olan ülkelerin beslenme sorunlarını yaşamaktadır. Ülke nüfusunun % 15 kadarının açlık sınırının altındaki şartlarda yaşadığı resmen tespit edilmiştir. Halkın neredeyse yarısı da yetersiz ve dengesiz gıda almaktadır. Ayrıca aşırı ve yanlış beslenme nedeniyle erişkin insanlarımızın obezite ve ilişkili kronik hastalıklara yakalanma oranları da neredeyse gelişmiş ülkelere yakın haldedir (Baysal, 2003).

Yoksul insanlar her zaman aramızda olacaklar. Ancak fakirliklerin türü ve anlamları farklılaşacak. Erişkin insanların tamamının üretim faaliyetlerine katılması gereken toplumlarda fakir olmak aynı şekilde kalamaz. Bunun nedeni geçmişten gelen üretim kültürünün gelişmesi ve hayatın her alanında etkili olmasıdır. Üretim toplumlarında bütün üyelerin profesyonel yeteneklerini kullanarak katkıda bulunmaları beklenir. Üretimi ve gelişmeyi temel yapı olarak benimseyen gelişmiş organizasyonların ve profesyonel mesleklerin icra edildikleri toplumlardaki yoksullar ile tüketim ağırlıklı yaşayan, kaynaklarını başkaları tarafından üretilen hizmet ve malları elde etmek için harcamak zorunda kalan toplumlarda yoksul olmak tamamen değişik durumlardır. Önceleri fakirliğin tanımlanmasında işsizlik esas alınırken, günümüzde daha çok "defolu tüketici" olması öne çıkmaktadır. Bu fark yoksul yaşamanın kanıksanması ile sefaletten kurtulmanın arayışı arasındaki değişimi göstermektedir (Bauman, 2005).

Bazı neo-liberal yaklaşımlara göre, yoksulluk kapitalizmle beraber başlayan bir durumdur. Kapitalizm ise politik yönlerinden ayrılarak tanımlanamaz. Kapitalizmin sonuçlarından birisi de yeni yoksulluktur. Yeni tip yoksulluk ise politik dinamiklerden bağımsız sayılamaz. Sonuçta yoksulluğun kendisi politik bir sorun ve sonuçtur (Karakaş, 2005).

Sosyal girişimcilik dediğimiz olgu, bireysel veya kurumsal sorumluluk ve yetkinliklerin tetikleyerek geliştirdiği, toplumsal refahın yaygınlaşmasını ve eşitsizliklerin azaltılmasını sağlamaya çalışan bir yaklaşımdır. Sosyal girişimcilik, topluma karşı bir ödev ve toplumda yaşayarak gelişmenin doğurduğu bir şükran ifadesi yerine de geçmektedir.

Bu çalışmada sosyal girişimciliğin kuramsal çerçevesi verildikten sonra, örnek veya önemli bazı projelerin işletilmesi hakkında bilgiler sunulacaktır.

2. SOSYAL GİRİŞİMCİLİKTE KURAMSAL ÇERÇEVE

Girişimci ifadesi, Latincedeki "intare" köküne dayanan, İngilizcede ise enter (giriş) ve pre (ilk) sözcüklerinin birleşimiyle oluşan entrepre-neur, yani "ilk girişen, başlayan" anlamında kullanılmıştır (Korkmaz, 2000). Girişimcilik hakkında konuştuğumuzda karmaşık tanımlarla karşılaşırız. Türkçeye girişimcilik olarak çevrilen İngilizce "entrepreneur" teriminin diğer kökeni de Fransızca "entreprendre"dir. Bir şeyler yapmak, başlatmak anlamındadır. Ortaçağ döneminde her hangi bir işi yapan kişiler için söylenmiştir. Ekonomi literatürüne girişi 1730 yıllarında Fransız yazar Richard Cantillon'un bir eseri ile olmuştur. İngilizler tarafından gündeme alınması da John Stuart Mill ile 19'uncu asırda olmuştur. 20'nci asırdan itibaren girişimcilik ifadesi beşeri bilimlerin çoğunda kullanılmaya başlanmıştır (Çetindamar, 2002).

Üretmek için gerekli unsurların derlendiği, teknolojik, iktisadi ve yasal oluşumlara da "girişim" veya "işletme" denilir. Böyle bir işletmeyi hayata geçirmek için gayret ve çalışmada bulunan kişilerin faaliyetlerine de girişim denilebilir. Girişimciler, işletmeleri planlayarak açan, yöneten, hedeflerini tayin ederek kaynaklarını seferber eden kişilerdir. Başka bir açıdan girişimciler, mal veya hizmet üretebilmek için risk alarak doğal kaynaklar, sermaye ve işgücü gibi üretim unsurlarını birleştirerek icraatta bulunan

kişilerdir (Yelkikalan vd., 2010).

Girişimciliğin sosyal ve ekonomik etkileri çok yönlüdür. Toplumda işsizliğin azaltılmasında, gelir sağlayan kesimlerin çoğalarak daha kaliteli hayat seviyesine yükselmesinde, sürekli ve yükselmiş gelir akışıyla ertelenen evlilik ve yatırım gibi önemli kararların uygulamaya konulmasında, atıl duran kaynakların ekonomiye kazandırılmasında oynadığı rol, girişimciliğin çok yönlü etkileşimlerini göstermektedir. Ülke ve toplumların sosyal ve ekonomik açıdan sağlıklı bir düzene girebilmesinde girişimcilerin bu işlevleri önemli bir paydayı kapsamaktadır. Girişimciliğin bu fonksiyonları kalkınma ve sosyal gelişmişlik yönünden önemli faaliyetlerdir. Bu fonksiyonları nedeniyle dünya genelinde ülkelerin ekonomik yapıları büyük ölçüde girişimciliğe hazır ve buna bağlanmış şekilde kurulmaya çalışılmaktadır (İlhan, 2004).

Ahi sözcüğü Arapça "kardeşim" anlamına gelir. Ahinin Türkçe 'deki akıdan (cömert) türediği de söylenmektedir. İslam dini esaslarına hassasiyetle bağlanmayı, ticaret ve sanatkârlık içeren esnaflıkta da bu duyarlılığa uygun davranmayı esas alan Ahiliğin tasavvufla da ilişkisi vardır. Türkler arasında yiğitliğin, cömertliğin ve kahramanlığın ön plana çıktığı kurumsal esnaflık duruşuyla nam salmıştır. Şeyh Nasîrüddin Mahmûd (ö. 1262), "Ahî Evran" namıyla tanınmış ve ahiliğin piri olarak saygı görmüştür. Ahîliğin Anadolu topraklarında yeşerip büyümesinde Ahî Evran'ın çok önemli katkıları bulunmuştur (Kazıcı, 2020).

Ahi zihniyetli girişimciler, dünyanın her yerinde toplumların iktisadi, politik ve kültür yaşantısında önemli katkılarda bulunur ve gelişmelerinde doğrudan etkili olurlar. Atıl durumda kalan yer altı ve yer üstü zenginlikleri ekonomik dolaşıma sokarak değerlenmelerini ve toplumların ekonomik açıdan büyümelerini sağlarlar. Dünya genelindeki yoksulluğun nedeni kaynakların azlığından ziyade, girişimcilerin eksikliğindendir. Yoksul kesimlerin azaltılmasında etkili olan durum, ekonomik kaynakların bolluğu değil, bunları ulaşılabilir kılan ahi zihniyetli girişimcilerin çokluğudur. Ahi girişimciler herkesin baktığında farklı olanı görebilen, gecenin sabaha evirileceğini anlayan, tohumdan bitkiyi hisseden, toprağın zenginliklerini keşfeden adeta simyacı gibi bilge ve becerikli insanlardır (Gürdoğan, 2019).

Sosyal Girişimcilik ifadesi, aktif yaşantı içinde çok yönlü faaliyetler dizisini barındırmaktadır. Kendisine özel bir misyon tayin etmiş olan girişimciler, kar amacı olmayan sektörlere kar amaçlı teşvikler sağlamaya kararlı sosyal hedefli iş girişimleri, melek yatırımcılar denilen risk sermayesi gibi "yatırım" projelerini destekleyen hayırseverler ile iş hayatının zorunlu ve faydalı yönlerinden gerekli eğitim ve derslerini alarak kurumsal süreçlerini iyileştiren, kar amacı gütmeyen kuruluşlar şeklinde sayılabilirler. 2010 yılından itibaren sosyal girişimciliğin dünya çapında popüler olduğunu ve sosyal değerler katma açısından düşünce ve davranışları dönüştüren bir "fenomen" haline geldiğini görüyoruz. Bu girişimlerin bazıları tamamen farklı ve yenidir. Ancak geneline bakıldığında uzun zamana yayılan faaliyetleri ile geniş çevrelere ulaşabildikleri görülmektedir (Macmillan, 2010).

Sosyal girişimcilerin temel amaçları sosyal, doğal veya teknolojik sorunları çözmektir. Bu sorunlar; aşırı kalabalık yollar, yetersiz veya uygunsuz giysiler, trafiği terörize eden sürücüler, insanları rahatsız eden başıboş ev hayvanları veya telefonla arayan satıcılar gibi rahatsızlık veren durumlar olabilir. Günlük sorunlar dışında huzurumuzu ve geçim kaynaklarımızı tehdit eden çevre kirliliği, adli suçlar, kamu ve özel sektördeki yolsuzluklar, ekonomik krizler gibi olaylar da bulunmaktadır. Doğrudan hayatımızı tehdit eden iklim değişikliği, savaşlar, kıtlıklar, terör saldırıları, hastalıklar ve doğal afetler gibi etkenler de bulunur. Gün geçtikçe yaşadığımız sorunların zorluğu ve karmaşıklığı artmaktadır. Ayrıca bunlara yeni ve farklı sorunlar da eklenmeye devam ediyor. Sosyal girişimciler bütün bu sorunların içinden çözümünü üstlenmek veya çözüm yolunda katkıda bulunmak istediklerini seçer ve görev listelerine koyarlar. Başlangıçta küçük hedeflere odaklanmak ise gelişim ve başarı etkinliği için tavsiye edilen bir durumdur. Başarı sağlandıkça büyüyen ve toplumun geniş kesimlerine ulaşabilen projeler üretilebilir. Sosyal girişimcilik ve yöntemleri, genelde ticari hayatın uygulamalarından esinlenerek geliştirilmiştir. Bu açıdan

önemli bir tatmin ve mutluluk kaynağı olabilen sosyal girişimcilik uygulamaları, gittikçe daha popüler olmaya başlamıştır. Sosyal girişimcilerin, yerel, bölgesel, ulusal veya uluslararası sosyal problemlere karşı geliştirdikleri yöntemler, oldukça yenilikçi ve başarılı olabilmektedir. Hemen her girişimcinin, başlangıçta karar vermesini ve eyleme geçmesini tetikleyen, merhamet ve cömertlik duygularını uyandıran temel bir misyonu veya projesi olmaktadır. İlk ve somut faaliyetleri de bu misyona dönüktür. Genel olarak sosyal girişimciliğin üç ana unsuru vardır: Bunlar motivasyon, organizasyon ve toplumdur. Motivasyon, sosyal girişimciyi ilk defa harekete geçiren, aciliyet ve merhamet duygularını uyandıran durumdur. Sosyal girişimcilik önemli bir organizasyondur. Yasalar tarafından belirlenmiş birleşik bir yapılaşmadır. Bütün organizasyonlarda olduğu üzere, yöneticilerin planlama, organizasyon ve yürütme faaliyetlerini sürdürmesi gerekir. Bunun için etkili bir liderlik performansı beklenir. Sosyal girişimcilik toplumdan uzak bir alanda icra edilemez. Sosyal gruplar ve bireylerle çalışmak sosyal girişimciliğin temel nitelikleri içindedir. Bu nedenle sosyal girişimlerin toplumla uyum sağlaması, iletişim içinde olması ve geri dönüşleri algılayabilecek duyarlıkta olması gerekir. Toplum yararına özel ve kamu kaynaklarını da harekete geçirebilmek için sosyal etkileşimin açıklığı gerekir. Kar amaçlı sosyal girişimler de doğal olarak kapitalist kurallara göre faaliyet gösterirler. Bunların diğer işletmelerden farkı ise kar bekledikleri faaliyetlerinin sosyal ve çevresel faydaya da hizmet etmesine çalışmalarıdır (Durieux ve Stebbins, 2010).

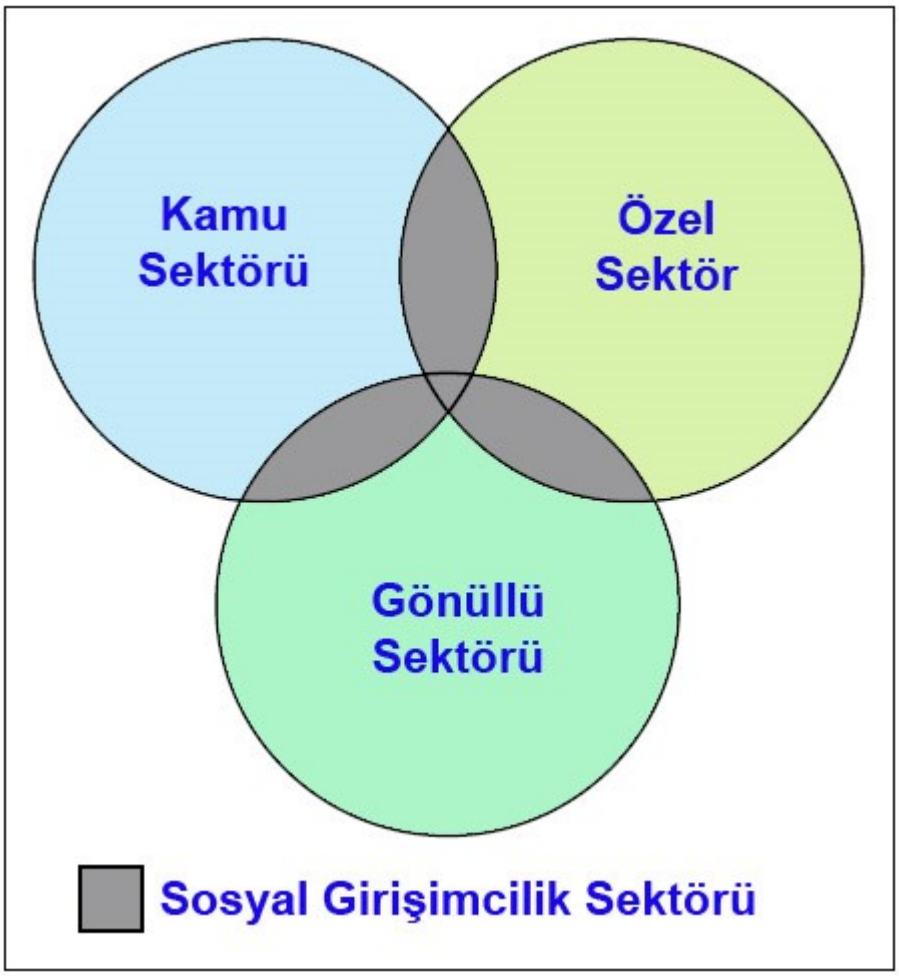
Sosyal girişimcilikte yaşanan terminolojik çeşitlilik ve karışıklık nedeniyle araştırmacıların kendi tanımlarını ve terimlerini kullanmasına neden olmuştur. Sosyal girişim, hayırseverlik, sivil toplum kuruluşları (STK), kar amacı gütmeyen kuruluşlar, kurumlar, 3.sektör gibi terimler birlerinin yerine veya yakın anlamlı olarak kullanılmaktadır. Fakat bu organizasyonları ortaya çıkarak toplumsal değerler ve ihtiyaçlar farklı nedenlere dayanabilir. ABD için konuşulduğunda “sosyal girişimcilik” ifadesi sosyal sorunların çözümünde sivil inisiyatifin öne çıkmasında kullanılır. Karşılık beklenmeyen tek taraflı yardımlar ise “hayırseverlik” şeklinde tanımlanır. Avrupa’daki “sosyal girişim” kavramı ise karlılık, finansal ve kurumsal yönetim açısından oturmuş değildir. Avrupa’da yürütülen sosyal savunmacılık, pazarlamayı tetikleme ve ikinci düzeydeki çalışmaların idaresi ile birlikte bakıldığında sosyal girişimcilik şeklinde anlaşılmaktadır. ABD içinde bu tür faaliyetler genellikle düşünce ve lobi kuruluşlarının yaptıkları içindedir. Çin veya gelişmekte olan diğer ülkelere bakıldığında daha karmaşık ve çeşitli yasal formların olduğu görülmektedir. Bazılarında ulusal kaynakların bir kısmının kar amacı gütmeyen kuruluşlar için ayrılığı bilinmektedir. Bu farklılıklara bakıldığında sosyal girişimciliğin neden geniş çapta kabul gören bir tanımının olmadığı belli olmaktadır. (Wolfgang Grassl, 2012).

Dezavantajlı şartlarda yaşamaya çalışan insanların hayatını kolaylaştırmaya ve bulundukları durumdan kurtulmalarına destek vermeye çalışmak gerekir. Bunun için sorumluluk sahibi ve sosyal ihtiyaçlara duyarlı yeni ve farklı sosyal sermaye tiplerini geliştirmeye ihtiyaç duyulmaktadır (Leadbeater, 1997).

Sosyal sermaye, toplum temelli maddi ve maddi olmayan varlıkların üretilmesi için kaynak ayrılması anlamına gelir. Yoksa toplumun kendisinin varlığı tehlikeye girecektir. İşletme ve kuruluşlar, tanımlanabilir hissedarlara ait olmadıkları sürece “sosyal” sayılırlar. Bunlar için asıl itici güç ve hedef karlılık değildir. İçinde bulundukları toplumun bir parçası ve topluma ait yapılar gibi görülürler. Bu anlayış, sosyal sermayeyi “insanların gruplar ve organizasyonlarda ortak amaçlar için birlikte çalışma yeteneği” şeklinde yorumlayan (Fukuyama, 1995) gibi yazarların tanımlarından değişik ama ilintilidir.

Sosyal ağlar ve topluluk grupları, toplulukların faydalanması adına somut, fiziksel değerler üretir ve kullanıma açar. Kalkınmış ülkelerde bile kendi içlerinde yardım için ulaşamadıkları insan grupları bulunmaktadır. Normal şartlarda yardım ve hizmet unsurları yerel yönetimlerin imkânları ile daha verimli ve etkili dağıtılır. Leadbeater (1997), toplum temelli olan ve zaman içinde bir mahalle tabanından ulusal ve hatta uluslararası bir kimliğe sahip olabilen, belirli bir yöreyi yenilemeye, kalkındırmaya çalışan birkaç sosyal girişimciyi anlatmıştır. Ancak, sosyal girişimlerin çoğunluğu küçük

ve yerel ölçekte kalmaktadır. Bu durum da mikro ve küçük işletmelerin çoğunun orta ölçekli işletmelere dönüşememe durumunu ortaya çıkarmaktadır. Başarılı projeler yapan sosyal girişimcilerin önemli niteliklere sahip oldukları görülmüştür.



Şekil 1. Sosyal Girişimciliğin Sektörler ile ilişkisi (Leadbeater, 1997)

Sosyal girişimciliğin akademik soruşturma geçmişi nispeten kısa sayılacak bir süredir. Sosyal girişimcilik, çeşitli kurum ve kuruluşlarca yürütülen çok yönlü ekonomik, eğitimsel, araştırma, refah, sosyal ve manevi faaliyetler şeklinde ifade edilebilir (Leadbeater, 1997). Bu kadar çok çeşitli faaliyetleri inceleyen araştırmacılar, sosyal girişimcilik olgusunu kamu sektörü, toplum örgütleri, sosyal eylem örgütleri ve hayır kurumlarını da dahil ederek bir dizi kavramlar içerisinde tanımlamaya çalıştılar. Sosyal girişimcilikle ilgili araştırma ve belgeleme çalışmalarının önemli bir kısmı, kamu gücü dışında kalan kar amacı gütmeyen kuruluşlar tarafında yoğunlaşmıştır.Sosyal girişimciler ile iş girişimcileri arasındaki temele fark, başkalarına bir şekilde yardım etme konusunda verdikleri güçlü taahhüttür. Girişimciler bir ihtiyaç boşluğunu ve ilgili fırsatı anlar ve saptamalarda bulunur. Çözümlerine hayal gücü ve vizyonlarını ekler. Projeleri için insanları istihdam ederek motivasyonlarını sağlar ve yönlendirir. İhtiyaç duyulan kaynakları güvenceye alır. Engellerin ve zorlukların üstesinden gelmek için iç veya dış riskleri ölçerek değerlendirir ve yüklenir. Girişimini yönetim ve kontrol etmek için uygun sistemleri kurar (J. L. Thompson, 2002).

Bazı araştırmacılar da (Cook, Dodds, ve Mitchell, 2003),(Wallace, 1999), kar amacı gütmeyen diğer faaliyetlerin desteklenmesi için faaliyet gösteren sosyal girişimlerin de sosyal girişimciler şeklinde anlaşılması gerektiğini iddia etmektedir. Diğerleri ise sosyal sermayenin derlenmesi için yeni ve öncü faaliyetler gösterebilen kar amaçlı kuruluşların da sosyal girişimcilerden sayılması gerektiğini savunmuşlardır.

(CCSE (Canadian Centre for Social Entrepreneurship), 2001) ve (J. Thompson, Alvy, ve Lees, 2000)'e göre sosyal girişimcilik, belirli işleri yapmak için bazı taahhütlerde bulunmuş ve kâr hedefli kurulmuş işletmelerde, sosyal bir amaç için kurulmuş ve işletme gibi faaliyet gösteren yapılardır. Gönüllü ya da kar amacı gütmeyen sektörler içinde faaliyet gösterirler. Hepsine birlikte baktığımızda sosyal girişimciliğin merkezinde gönüllü sektörünün bulunduğunu görürüz (Weerawardena ve Sullivan Mort, 2006).

Öyleyse, Sosyal Girişimciliği girişimcilik yapan nedir? Dees, Emerson, ve Economy (2002)'e göre "Sosyal girişimciler cins, girişimci de bir türdür". Girişimcilik tanımlanırsa, girişimcilerin girişimci olmak için yaptığı eylemlerdir şeklinde ifade edilebilir. İşletme Girişimi Dergisi editörü Venkataraman (1997)'ın gözlemlerine göre "... Girişimci kavramının ve girişimci rolün temelde farklı kavramları ve yorumları vardır, sektörün girişimci açısından tanımlanması konusunda fikir birliği belki de imkânsızdır" (Venkataraman, 1997). Genel yaklaşıma göre, ortak kullanım alanları araştırılmalı ve ortak kullanım alanları da tespit edilerek kesin tanıma (Salmon, 2013) ulaşmak için değerlendirmeler yapılmalıdır (Peredo ve McLean, 2006).

Sosyal girişimin tanımlama alanının çok boyutlu olduğu ortak kanaattir. Geleneksel İşletme ve Sosyal Ekonomi öğelerini ve özellikle bu tür organizasyonların sosyal hedeflerini, ekonomik motivasyonlarını ve yönetim modellerini etkileyen unsurlarını da derleyip toparlar (Borzaga ve Defourny, 2003).

Akademik literatüre bakıldığında hem Avrupa kökenli hem de Anglo Sakson geleneğinden ortaya çıkan birbirinden farklı sosyal girişim modellerini barındırmaktadır. Avrupa sosyal girişimleri esas olarak kolektif sosyal girişimcilerle, Anglo Sakson sosyal girişimleri ise öncelikle bireysel sosyal girişimcilerle ilişkilidir. İncelenen öbür yönleri ise işletmelerin faaliyet gösterdiği ekonomik iş kolu, tamamen kar amaçlı girişimlerle ortak özellikleri, meşru ve yasal statüleri ve yönetim sistemleridir. Açıkçası sosyal girişimci terimi iki modele bağlıdır: Birincisi, sosyal girişimcilerin ortaklaşa meydana getirdiği ve Sosyal Ekonomiye bağlı sayılan Avrupa modeli sosyal girişimlerdir. Diğeri ise, tamamen kapitalist modelin sosyal girişim amacıyla da işletildiği ABD tipi Anglo Sakson modelidir. Ortak unsurların literatürdeki değerlendirmelerine bakıldığında öne çıkan konular: Yenilik kapasiteleri, fırsatları tanıma becerileri, proaktif davranabilmeleri ve diğer kuruluşlar ile uyum sağlayarak değişebilme yetenekleridir (Díaz-Foncea ve Marcuello, 2012).

Sosyal girişimciliği tetikleyen unsurlardan birisi de aniden yaşanan afetler gibi büyük ve geniş etkili olaylardır. Yaşanan afet ve felaketlerin zararlı etkileri maruz kalan ülkelerdeki refah seviyesi ve nüfus yoğunlukları gibi farklı özelliklerine göre farklı sonuçlara neden olmaktadır. Ekonomik olarak düşük profilli gelişmekte olan ülkelerde yaşanan deprem ve sel gibi felaketler daha fazla can ve mal kayıplarına neden olmaktadır. Afetlerden sonra ekonomik ve sosyal dengeler bozulmakta ve ülke çapında geri kalmalar ve sosyo-ekonomik krizler görülebilmektedir. Felaket ve afetlerin ülke kaynaklarını hızla tükettiren ve dengeleri bozan etkileri de bilinen ve yaşanan sonuçlardır (Özçelik, 2020).

Sosyal girişimcilik karmaşık sosyal ihtiyaçlarla ilgilenmek için yenilikçi bir yaklaşım olarak gündeme gelmiştir (Peredo ve McLean, 2006).

Sosyal girişimcilik, kısaca tanımlandığında kâr amacı gütmeyen bir kuruluş, özel sektör ile kamu sektörlerinde veya bunların arasında işbirliği yapılarak ortaya çıkabilen yenilikçi, sosyal yapıya değer katan faaliyetler şeklinde tanımlanabilir. Ancak, yaygın kullanımda ve akademik çalışmalarda sosyal girişimciliğin tanımlanmasında daha çok öne çıkan yönü kâr amacı gütmeyen kuruluşlar ile özel sektör içinde veya arasında meydana gelen sosyal girişimciliktir (Austin, Stevenson, ve Wei-Skillern, 2012).

Genel yapı değerlendirildiğinde, kâr amaçsız işletme ve kuruluşların yaşayabilmeleri için kendilerine

gelir sağlayıcı iş fırsatlarını ortaya çıkarma, faaliyetleri için gerekli kaynakları harekete geçirme ve işletme kurallarına göre değerli çıktılar üretebilmek için yapılan düzenli ve planlı faaliyetlere sosyal girişimcilik denilebilir (Özdevecioğlu ve Cingöz, 2009).

3. SOSYAL GİRİŞİMCİNİN ÖZELLİKLERİ

Sosyal hayat içinde kalkınmışlık ve refah seviyesinin ulaşamadığı, çözümü gerekli de olsa zorlanılan, tanımlı veya tanımsız sorunların farkına varan ve çözüm sağlamak için ekonomik kaynakları harekete geçirebilen kişi veya kuruluşlar sosyal girişimcilerdir. Sosyal girişimcilik alan olarak karışıktır ve bu durum bireysel sosyal girişimciliği de kapsamaktadır. Şayet sosyal girişimciliği, piyasa yönetimi ve yeteneklerini kar amacı gütmeyen sektöre aktarmak şeklinde tanım yapılırsa, sosyal girişimcinin taşıması gereken özellikler mevcut sorunlara yeni çözüm yolları bulmaktan ve özgünlüğünden farklı olacaktır. Tanımların genelinde sosyal girişimciliğin ticari faaliyetlerinden ziyade sosyal boyutları vurgulanmaktadır. Bu tür bireylerin sosyal misyonu olan bir girişimci türü oldukları kabul edilir. Birçok yazara göre, sosyal girişimcilerin başlangıçta yaşadıkları kaynak darlıkları onları harekete geçmekten alıkoyamaz ve tıpkı ekonomik girişimciler gibi cesaretle ilerlemeye çalıştıkları görülür. Ayrıca ekonomik girişimcilerle pazarı yönetme ve kontrol altında tutma konusunda güçlü bir işbirliği ve koordinasyon içinde bulunurlar. Ekonomik girişimcilerin başarılı olabilmeleri için ikna ve yönlendirme yeteneklerini de paylaşırlar. Bütün faaliyetlerinin birleştiği temel motivasyon kaynakları ise sosyal adaleti tesis etme arzularıdır (Johnson, 2003).

Sosyal girişimciler, kamu veya özel sektör tarafından fark edilmemiş veya karşılanamamış boşlukları bulmak ve sorunları gidermek isterler. Sosyal girişimcilerin temel özellikleri: Sosyal bir gereksinimin farkına varan ve çözümünü fırsata dönüştürebilendir. Projesi için gerekli insanları bularak ortak hedefleri doğrultusunda istihdam edebilendir. Girişimi için gerekli sermaye ve diğer kaynakları bulabilendir. Sorunlar ve zorluklar karşısında yılmayan, risk almaktan çekinmeyendir. Proje ile birlikte risklerini de yönetebilendir. Hedefine aldığı sosyal sorunu yok etmek veya azaltmak için şartların zorluğuna ve darlığına aldırış etmeden azimle çalışabilen ve çevresini de dönüştürebilendir. Tıpkı normal girişimciler gibi yeni sistemler ve örgütler kurarak programlarını uygulatabilen, mal ve hizmet çıktılarını paylaşılabilir değerler haline getirebilendir (Özdevecioğlu ve Cingöz, 2009).

Girişimciliğin 3 temel unsuru bulunur. Bunlar: Belli bir vizyon, bu vizyonu hayata geçirebilecek yeteneklere sahip liderlik ve geliştirilerek büyümesi istenen bir iş veya projedir. Bu yüzden girişimcilik hep bir hayal projesi ve onunla ilgili çalışmalar şeklinde ortaya çıkar. Kuruluşların da belirsizlik ortamlarında geleceğe yönelik sağlam öngörüleri bulunmalıdır. Kuruluş vizyonunda hedeflendiği şekilde kaynakları sağlamak ve harekete geçirmek gerekir. Önemli kişilerin tespit edilerek proje içindeki rollerini gerçekleştirmeleri de sağlanmalıdır (J. Thompson vd., 2000).

Sosyal girişimcilerin diğer işletme girişimcilerine göre en belirgin özellikleri sosyal nitelikli sorunlara odaklanmaları ve bu alanda değer üretmeyi aşırı derecede önemsemeleridir. Onlar için asıl karlılık maddi kazançlar değil, sosyal sorunlardaki iyileşmelerdir. Ticari kar ve gelirler ise ikinci planda kalan yan çıktılar olurlar. Ticari karlılığın önemi de sosyal sorunları gidermede araç olmasından ve imkân sağlamasındandır (Koçak ve Kavi, 2015).

Sosyal katmanların gereksinimlerini karşılamak üzere tamamen kar amaçlı veya kar amacı gütmeyen işletmeler açılabilir. Sosyal girişimlerin etki ve kapsam genişliği içinde bulunduğu toplumların gelişmişlik ve eğitim seviyeleri, kişi başına düşen milli gelir miktarı gibi değişkenlerle ilişkilidir. Sosyal girişimler tıpkı tamamlayıcı sağlık sigortaları gibi faaliyet gösterirler. Özel veya kamu sektörün alternatifi değil, eksik kalan kısımlarını tamamlayıcı fonksiyon rolünü alırlar (A. S. Yılmaz, 2014).

Normal organizasyonlar gibi Sosyal Girişimlerdeki personelin güçlendirmesi gerekir. Personele sadece

destek vermekle kalmayarak, süreçlere daha aktif katılımını sağlamak üzere eğitim ve diğer becerilerle donatmak lazımdır. Personel güçlendirmenin de işletme ile beraber gelişmesi ve uyumlanması için eğitim ve destek faaliyetleri ihmal edilirse uyumlu olma ve güncel kalma yetenekleri bir süre sonra gerileyecektir (Y. Alacahan, 2020).

Sosyal girişimciliğin faaliyet ve destek alanlarından birisi de sağlık turizmi olabilir. Çünkü sağlık turizmi ile sosyal yapıyı oluşturan bireylerin sağlıklarının korunması, geliştirilmesi, bozulan sağlıklarının tekrar kazandırılması amaçlanmaktadır. Sağlık turizminin seyahat, konaklama, tedavi ve tesis yatırımı içeren unsurları toplumların etkileşimini de arttırmaktadır. İnsanların sağlıklarını korumak veya iyileşmek için bulundukları yerlerden başka şehir veya ülkelere giderek profesyonel sağlık hizmeti almalarına kısaca sağlık turizmi denir (S. Yılmaz, Sarıaydın, ve Sönal, 2020).

Sağlık turizminin bir kolu da önemli bir toplumsal sağlık sorunu olan engelliler için tasarlanan engelli turizmidir. Engelli kişilerin mevcut durumlarını iyileştirmek veya koruyarak toplumsal entegrasyonlarına katkı sağlamak için yapılmaktadır. Bu hizmetler arasında rehabilitasyona yönelik sağlık hizmetleri de düzenli olarak verilebilmektedir (Bozça, Çiftçi Kıraç, ve Kıraç, 2017).

Sosyal yapının önemli unsurlarından birisi de yaşlılardır. Hayat sürecinin ileri dönemlerine erişebilen erişkin kişilere yaşlı denilir. İhtiyarlık ise yaşlılığın daha da ilerlediği dönemleri tarif etmek için kullanılır (Bulut ve Türkmenli, 2015).Yaşlılar için tedavi kurumları (Geriatrik Merkezler), huzurevleri veya klinik konuk evleri içinde hizmet verilmektedir. Yaşlı veya engelli turistler için rehabilitasyon ve sağlık hizmetleriyle birlikte bakımlarının da yapıldığı tesisler kurulmaktadır (Aksoy, 2019)

Sağlık harcamalarının katastrofik yani yıkıcı boyut kazanabilmesi de başka bir sosyal sorun kaynağıdır. Bu nedenle sosyal girişim projeleri içinde yer alması önerilen konular arasında yer alır. Katastrofi ifadesi “ani şekilde ortaya çıkan felaket veya talihsiz durumu” açıklamak için literatüre girmiştir. Sağlık harcamalarının katastrofik ölçeğe geldiğini belirlemek için hane halkı tarafından yapılan sağlık harcamalarının hane gelirine göre belirli bir oranı aşması esas alınır. Bu nedenle, sağlık politikalarını düzenleyen yetkililer, cepten yapılan sağlık harcamalarının hanelerin maddi kaynakları üzerindeki etkisini dikkatle takip ederek karar almaya çalışırlar (E. Alacahan, Baktır, Sur, ve Yilmaz, 2019)

4. ÖNEMLİ SOSYAL GİRİŞİMCİLİK ÖRNEKLERİ

Yirminci yüzyılın ikinci yarısına iyiliğin ve sosyal refahın öncü güçleri olmuş sosyal girişimciler damga vurmuştur. Bu alanda akla gelen isimlerin en başında Muhammed Yunus yer alır. “*Faiz karşılığında ödünç para verenler, çözümlerden daha çok sorunların kaynağı olurlar*” diyerek özel ve yaygın etkili bir borç sistemi geliştirmiş ve uygulamaya koymuştur. Bangladeş’te büyük maddi sıkıntılar içinde yaşamak zorunda kalan ev hanımlarını, miktarı küçük ama etkisi büyük olan borç paralarla destekleyerek her birinin küçük birer girişimciye dönüşmelerini sağlamıştır. Mütevazi girişimleri olan kişilere verdiği mütevazi borçların meydana getirdiği olumlu etkiler sayesinde tüm dünyada konuşulan ve takdir edilen bir statüye yükselmiştir. Yoksul insanlara küçük borçlar vererek kimseye minnet etmeden yaşayabilecekleri gelirleri sağlamalarına vesile olmuştur. Bu sistem sayesinde insanların iş aramak yerine iş kurmak yönünde gelişmesine fırsat vermiştir. Verilen küçük borçların faiz gibi yıkıcı etkilerden arınması nedeniyle verimliği ve bereketi de yüksek olmuş, büyük işletmelere kapı açan gelişmeler doğurmuştur. Yeryüzünde yaşayan bütün canlılar arasında iyilik far edilir ve değeri de bilinir. Toplumlarda dayanışma kültürü yaygınlaştığında toplam sinerji gücünün dönüştürücü ve geliştirici etkisi de katlanarak artar. İnsanlar içlerinde yer alan yetenek ve becerilerini keşfeder. Özgüvenleri yükselir. Genel ve yaygın başarı için sosyal girişimcilerin toplumun düşük gelirli ve çoğunluğunu oluşturan tabakalarında faaliyet göstermesi daha etkili ve gereklidir. Sosyal girişimler ve sahip oldukları iletişim kanalları sayesinde, insanlar kendilerini ifade edebilmeyi, mücadele ve gayret göstermeyi, dayanışma içinde büyümeyi, fedakârlığı ve diğerkâmlığı yaşayarak öğrenirler. Sosyal girişimcilerin bu başarı ve

etkinliği sayesinde, siyasetçilerin toplum yararına projelere eğilmeleri, çevre sorunlarına duyarlı olmaları, toplumsal refahın yükselmesi ve eşitsizliklerin giderilmesi için çalışmaya odaklanmaları daha kolay olur. Yeryüzünden hızla tükenen tabi kaynakların verimli kullanımları, toplumlar arasında adil paylaşımı ve gelecek nesiller için alternatif kaynak yatırımlarının yapılması lazımdır. İletişim ve teknolojinin fiilen kaldırdığı ülke sınırlarından sonra şehirlerin önemi artacak ve farklı değerler üretebilenler sıyrılarak liderliğe gidecektir. Kaynakların sınırsız olmadığı her geçen gün daha açık ve dramatik şekilde hissedilir olacaktır (Gürdoğan, 2019).

Muhammed Yunus bambu ağaçlarını üreten köylülerin tefeci ve aracılar tarafından ağır şartlara zorlandığını ve bir sömürü düzeninin kurulduğunu fark edince küçük ama onlar için çok etkili bir borçlandırma sistemi geliştirmiştir. Daha sonra bu sistem mikro kredi formatında Grameen Bankın uygulayarak yaygınlaştırdığı bir sosyal girişimcilik efsanesine evirilmiştir. Banka kredilerinde yoksulların en büyük engeli olan teminat sorununu göz ardı edebilen bir yaklaşımla özellikle kadınların aile ekonomilerini iyileştirmelerine fırsat sağlanmıştır (Soyak, 2010).

Yapılan çalışmaların doğurduğu sosyal sonuçları ölçebilme ihtiyacı, Kevin McDonald gibi sosyal girişimcileri zorlayan seviyelere ulaşmıştır. Her yeni olay ve ihtiyaç karşısında sosyal girişimcilerin eski uygulamalardan daha farklı ve özgün tasarımlarda bulunmaları gerekebiliyor. Doğal olarak yeni stratejiler ve yöntemler geliştirerek sabır ve gayretle hayata geçirmeye çalışıyorlar. Dünya çapında duyulan ve izlenen önemli sosyal girişimciler vardır: Grameen Bank adına Bangladeş'teki mikro kredi programını kuran ve yöneten Muhammed Yunus. Yeni kolej mezunlarını şehir içi okullarda öğretmen olarak istihdam eden Teach for America'nın kurucusu Wendy Kopp. AIDS, Tüberküloz ve gelişmekte olan ülkelerdeki diğer hastalıklar için düşük maliyetli tedavi imkânı sunan Partners In Health'in kurucusu Paul Farmer. Bu öncü kişiler ve kuruluşları, sosyal sorunları mümkün olduğu kadar gidermek için sahip oldukları kaynakları verimli kullanmaya, planlı ve programlı büyümeye gayret ediyorlar. O yüzden sahip oldukları fonları doğru ölçeklerde dolaşıma eklemek zorundalar (Bloom ve Chatterji, 2009).

Sosyal veya iş girişimcilerinin ortak özelliği hayal güçleri ve sorunlara çözüm bulabilme kabiliyetleridir. Sosyal girişim süreci sorunların fark edilmesiyle başlar. Sosyal girişimci önce kendi imkânları ile yapabileceklerini değerlendirir ve sorunun yaygınlığını ve maliyet gibi boyutlarını tanımlamaya çalışır. Toplum mensuplarından bazılarının temel insan haklarını kullanamamaması ve toplumun yaygın imkânlarından yararlanamamaması en çok dikkat çeken konulardır. Bu tür kronik sorunlara kalıcı çözümler sağlamak sosyal girişimcinin hedefleri arasındadır. Sosyal girişimciler sosyal dönüşümlere sivil liderlik yapan, yüksek duyarlıkta vatandaşlık şuuruna sahip, ekonomik kalkınmayı önceleyen, çevre sorunlarına duyarlı, halkın sağlıkla ilgili sıkıntılarını gidermek isteyen, evrensel insan haklarının bilincinde, eğitim ve öğrenim hizmetlerinin yaygınlaşmasını önemseyen kişilerdir. Her iş planı veya girişimi gibi sosyal projelerin de yenilik ve değişimlere açık olması, uygulamaya hazır forma girebilmesi, devam edilebilir nitelikleri olması, farklı mekân ve zamanlara taşınabilir ve uyumlanabilir olması en güçlü yanları arasında kabul edilir (Betil, 2007).

Küresel ölçekte bilinen en büyük sosyal girişimci kuruluşlardan birisi de Ashoka Uluslararası Sosyal Girişimciler Ağı'dır (www.ashoka.org). William Drayton 1980 yılında Hindistan merkezli olarak başlatmıştır. Ashoka toplumun hemen her sorununa karşı çözüm arayan sosyal girişimcileri destekleyen, gerektiğinde uluslararası ölçekte organizasyonlar sağlayan bir kuruluştur. Alanında dünyanın en önce ve en büyük ölçekte kurulan bir yapıdır. Sosyal girişim projeleri olan girişimcileri tespit ederek onları cesaretlendiren, maddi ve manevi unsurları harekete geçirip verimliliklerini arttıran ve gayelerine ulaşmalarını sağlayan bir çalışma sistemini benimsemektedir. Bu meyandaki faaliyetleri 3o yıldır sürmekte, 70 farklı ülkenin 3000'den fazla üye ve çalışanları ile sürmektedir (Şenturan ve Şentürk, 2016).

Muhammed Yunus'a göre, "Gerçek bir mikrokredi kuruluşu, faiz oranını mümkün olduğunca fon

maliyetine yakın tutmalıdır" ancak genellikle kamu dışındaki finans kuruluşlarının çoğunun aslında Yunus'un tavsiye ettiği seviyeden daha yüksek faiz veya ücret aldıkları görülmektedir (Cull, Demirgüç-Kunt ve Morduch, 2009).

Sosyal girişim alanında Endonezya'da mikrokredi uygulaması 1970'de Bali'de faaliyete geçen özel Bank Dagang Bali (BDB) ile başladı. 1984'de yerel bankacılık yapısının güncellenmesiyle yurt genelinde Bank Rakyat Endonezya (BRI)nın DESA birim sistemi, halen gelişme yolundaki ülkelerde finansal yeterlilik ve sürdürülebilirlik açısından en büyük ve sağlıklı mikrokredi yapılanmasıdır. Endonezya'daki mikrofinans uygulaması sayesinde, 1970'li yıllarda %40 civarında seyreden yoksulluk insidansı, 1996 yılında yeniden hesaplandığında %11'lere düşürülmüştür (Robinson, 2003).

Filipinler'de bulunan Asya Kalkınma Bankasının kurmuş olduğu MIX (Mikrokredi Bilgi Alışveriş Merkezi tarafından, belirli aralıklarla Asya'daki en etkili veya büyük 100 sosyal girişim finansörü kuruluş ve faaliyetleri hakkında kitaplaştırılmış durum tespit raporları yayımlanmaktadır (Gaul & Tazi, 2008). Aşağıdaki tablo da 2008 yılına aittir. Burada ilk 20 kuruluş ve bunların ülkelerdeki durumları gösterilmektedir. Bangladeş'de bulunan ve Muhammed Yunus'un geliştirdiği mikrokredi sistemini kullanan Grameen Bankasının ulaşabildiği insan sayısının yüksekliği dikkat çekicidir.

SIRA	Mikrokredi Finansörü	Ülke	Toplam Borçlu Sayısı	Toplam Brüt Kredi Portföyü (ABD $)
1	Grameen Bank	Bangladesh	6,287,000	482,104,480
2	ASA	Bangladesh	5,163,279	305,268,832
3	VBSP	Viet Nam	4,695,986	1,149,165,056
4	BRAC	Bangladesh	4,550,855	350,160,800
5	BRI	Indonesia	3,455,894	3,035,685,376
6	Spandana	India	972,212	89,837,688
7	SHARE	India	826,517	91,683,456
8	SKS	India	513,108	63,247,732
9	TMSS	Bangladesh	513,055	38,555,616
10	Bandhan	India	449,304	29,988,368
11	SKDRDP	India	443,532	52,214,528
12	AML	India	416,829	45,333,688
13	MFI	India	410,329	50,640,688
14	KAS	India	394,462	27,753,142
15	RDRS	Bangladesh	307,482	10,625,496
16	JCF	Bangladesh	274,899	22,906,776
17	BURO	Bangladesh	263,503	22,683,152
18	SSS	Bangladesh	250,992	25,174,774
19	Khushhali Bank	Pakistan	236,917	35,351,624
20	Khan Bank	Mongolia	234,715	201,904,432
Kaynak: Microfinans Bilgi Alışverişi (MIX) Piyasa Bülteni 2006 31 Ocak 2008 verisi				

Tablo 1. MIX Asya 100 Sosyal Yardım Yapanlar ve Borçlular Sıralaması (Gaul ve Tazi, 2008)

Grameen mikrokredi sisteminden önce 1850'li yıllardan itibaren uygulamaları başlayan Alman kooperatif kredileri uygulaması da bulunmaktadır. Ancak Almanya'daki kooperatif kredileri günümüz mikro kredi sisteminden önemli farklara sahiptir. Bunların başında mikro kredi yapısında grup kredi paketleri varken kooperatif sisteminde özgün kredilerin verilebilmesi gelir. Almanya'daki kooperatif kredilerinin çoğunu bir ortak imzalayan tarafından temin edilmiştir. Bu uygulama Grameen tarzı bir gruptan farklıdır, çünkü "grup" un sadece bir üyesi ödünç almaktadır. Ayrıca, grup halinde kooperatif üyeliği, mevduat sahibinin fonlarından toplu olarak sorumlu oldukları için bir bütün olarak görülebilir. Mikrofinans kurumlarından farklı olarak birçok kooperatif üyesinin belirli bir zamanda kullandığı kredisi de yoktur. Kooperatif kredilerinde bir ortak imzalayan da izlemci/denetçi görevi görür ve eğer kredinin

geri ödenmezse ortak imzalayan da sorumlu tutulur. Uygulanan kooperatifin diğer özellikleri de Grameen tarzı gruplardan farklıdır. Kooperatif "grup" yapısı sadece iki kişi ile sınırlı kalmadığı gibi, her bir üyenin sonunda hem kredi alabileceği hem de diğerlerinin kullandığı kredilerinden sorumlu olacağı açık bir program da kurulmadı. Alman kooperatifleri ve Grameen gibi erken grup kredi veren kurumlar arasındaki önemli bir farkta kredi büyüklükleriyle ilgilidir. Alman kooperatifleri tarafından verilen kredilerin büyüklüğü önemli oranlarda değişebiliyordu. Grameen tarzı kurumlar misyonlarını kadınlar ve yoksullar gibi nüfusun belirli bir dilimine hizmet olarak görme eğilimindedir. Kooperatif üyeleri ise kuruluşlarında belirli gruplara odaklanmak yerine yerel halka hizmet etmek şeklinde yaklaştılar. Bu bakış açısı kooperatiflerin daha geniş çapta kredi kullandırmasını sağlamıştır. Alman kredi kooperatifleri ve mikrofinans kuruluşları arasındaki son önemli farkta günümüzdeki hedefleriyle ilgilidir. Grameen Bank gibi bazı mikro borç verenlerin belirgin ideolojik hedefleri görülmektedir. Alman kooperatiflerinin ise yerel kalkınmayla ilgili ekonomik hedefleri belirgindir. Daha ucuz kredi ve ekonomik kalkınmanın yayılması istenir. Bununla birlikte, kooperatif formunu "Hristiyan sadaka" sistemi ve kırsal kesimin kapitalist düzenden korunması şeklinde görenler de bulunmaktadır (Guinnane, 2011).

4. SONUÇ

Sosyal Girişimciler toplumun bağrından çıkan, beslenip geliştiği toplumun sosyal sorunlarına kayıtsız kalamayan, mutluluğun ve kalkınmanın dayanışmada ve paylaşmada olduğunu keşfeden yüce gönüllü insanlar veya onların kurdukları işletmelerdir.

İnsanlar arasındaki eşitsizlikler ve kapitalizmin vahşi uygulamaları sona ermediği sürece sosyal sorunların varlığı gittikçe genişleyerek devam edecektir. Zor şartların kahramanları doğurması gibi, sosyal sorunların yaygınlığını ve kötü etkilerini fark eden bazı duyarlı insanlar herhangi bir baskıya maruz kalmadan sorumluluk almaya gönüllü olacaktır. Sosyal girişimcilik ise bu insani duygu ve düşüncelerin kurumsal ve sürdürülebilir boyutlara taşınmasını sağlamaktadır.

Her toplumun farklı sorunları olabileceğinden, sosyal girişimcilik alanları da değişkenlik gösterebilir. Muhammed Yunus'un geliştirdiği mikro kredi uygulamasının hem toplumsal kalkınmaya sağladığı müthiş desteği hem de sosyal girişimcilik projelerine öncülük ederek tanınmasına neden olması açısından önemli ve değerlidir.

Sosyal girişimcilik projeleri her toplumun sosyal ve kültürel yapısına uygun tasarlanmalı, yeni sorunlara yol açabilecek gelişmelere kaynaklık etmemelidir.

Türkiye'de mikro kredi uygulamalarına bakıldığında, öne çıkan hedef kitle kadınlar olmasına rağmen fiilen erkeklerin daha fazla yararlandığı tespit edilmiştir (Soyak, 2010).

Kadınların toplumsal hayat içindeki rollerinin değiştirilmeye çalışılması ve George Soros'un Türkiye'deki Açık Toplum Enstitüsü gibi kuruluşların mikro kredi projelerine müdahil olması (Soyak, 2010) nihai amaç ve hedefler açısından şüpheli görülmüştür.

Nitekim, Türkiye'deki mikro kredi uygulaması için Diyarbakır'daki "Grameen Mikrofinans Programı" projesinden faydalanan 100 kadın ile yapılan araştırma bulguları tatmin edici bulunmamıştır. Kırsal kesimde erkeklerin hane reisliği etkisi halen kuvvetli olduğu için mikrokredilerden yararlanma ve değerlendirme alanlarını belirlemede inisiyatif erkeklerdedir. Kadınların aile düzenlerinin dışına çıkarak girişimde bulunmaları, işletmecilik yapmaları zor ve genelde kabul edilebilir bir durum değildir (Şenturan & Şentürk, 2016).

Sosyal girişimcilik projelerinin **sosyal mühendislik** araçlarına dönüştürülmeden saf ve iyi niyetli kalabilmeleri önemlidir. Bu açıdan bakıldığında, **cinsiyetçi** yaklaşımların etkisinde kalmadan sosyal refahın yükseltilmesine odaklanan sosyal girişim projelerinin desteklenerek fayda ve etki çevrelerinin

genişletilmesi anlamlı olacaktır.

KAYNAKÇA

Görsel Kaynağı: https://wiki.optimy.com/social-entrepreneurship/

Aksoy, C. (2019). Sağlık ve Sosyal Refah Araştırmaları Dergisi. *Sağlık ve Sosyal Refah Araştırmaları Dergisi*, *1*(2), 27–39.

Alacahan, E., Baktır, Y., Sur, H., & Yilmaz, S. (2019). Sağlık Harcamalarının Hane Halkı Gelirleri Üzerinde Katastrofik Etkisi. *Social Sciences Studies Journal*, *5*(42), 4581–4586.

Alacahan, Y. (2020). Personel Güçlendirme. In S. Yılmaz (Ed.), *İnsan Kaynakları Yönetiminde Güncel Konular* (1.Baskı, pp. 149–179). İstanbul: Efe Akademi Yayınevi.

Austin, J., Stevenson, H., & Wei-Skillern, J. (2012). Social and commercial entrepreneurship: same, different, or both? *Revista de Administração*, *47*(3), 370–384. https://doi.org/10.5700/rausp1055

Bauman, Z. (2005). Work , consumerism and the new poor. In T. May (Ed.), *New York* (Second edi). Open University Press.

Baysal, A. (2003). Sosyal Eşitsizliklerin Beslenmeye Etkisi. *C.Ü. Tıp Fakültesi Dergisi Özel Eki*, *25*(4), 66–72.

Betil, İ. (2007). Girişimcinin Gündemi – Sosyal Sorumluluk. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, *2*(2), 21–24.

Bloom, P. N., & Chatterji, A. K. (2009). Scaling social entrepreneurial impact. *California Management Review*, *51*(3), 114–133. https://doi.org/10.2307/41166496

Borzaga, C., & Defourny, J. (2003). *The Emergence of Social Enterprise* (Seconda Ed). Retrieved from file:///C:/Users/Ichiyanagi/Downloads/epdf.tips_emergence-of-social-enterprise-routledge-studies-i.pdf

Bozça, R., Çiftçi Kıraç, F., & Kıraç, R. (2017). Sağlık Turizmi SWOT Analizi: Erzincan. *GümüĢhane Üniversitesi Sağlık Bilimleri Dergisi*, *6*(3), 157–163.

Bulut, C., & Türkmenli, E. (2015). Yaşam Kalitesi ve Yaşlılıkta Değer Algısı. In *Sosyal Hizmet Sempozyumu*. Manisa.

CCSE (Canadian Centre for Social Entrepreneurship). (2001). Social Entrepreneurship Discussion. *Canadian Centre for Social Entrepreneurship*, (1), 1–6.

Çetindamar, D. (2002). *Türkiye'de Girişimcilik*. Retrieved from http://tusiad.org/tr/yayinlar/raporlar/item/1880-turkiyede-girisimcilik

Cook, B., Dodds, C., & Mitchell, W. (2003). Social entrepreneurship – False premises and dangerous forebodings. *Australian Journal of Social Issues*, *38*(1), 57–72. https://doi.org/10.1002/j.1839-4655.2003.tb01135.x

Cull, R., Demirgüç-Kunt, A., & Morduch, J. (2009). Microfinance meets the market. *Journal of Economic Perspectives*, *23*(1), 167–192. https://doi.org/10.1257/jep.23.1.167

Dees, J. G., Emerson, J., & Economy, P. (2002). *Strategic Tools for Social Entrepreneurs: Enhancing the Performance of Your Enterprising Nonprofit*. New York: John Wiley & Sons, Inc.

Díaz-Foncea, M., & Marcuello, C. (2012). Social enterprises and social markets: Models and new trends. *Service Business*, *6*(1), 61–83. https://doi.org/10.1007/s11628-011-0132-8

Durieux, M., & Stebbins, R. (2010). *Social entrepreneurship for dummies*. Indianapolis: Wiley Publishing, Inc.

Fukuyama, F. (1995). *Trust: The Social Virtues and the Creation of Prosperity*. London: Hamish Hamilton.

Gaul, S., & Tazi, H. (2008). *MIX Asia 100* (B. Stephens & N. A. Fernando, Eds.). Manila, Philippines: Asian Development Bank.

Guinnane, T. W. (2011). The Early German Credit Cooperatives and Microfinance Organizations Today: Similarities and Difference. In B. Armendáriz & M. Labie (Eds.), *The Handbook Of Microfinance* (pp. 77–100). Singapore: World Scientific Publishing Co. Pte. Ltd.

Gürdoğan, E. N. (2019). *Girişimcilik ve Girişim Kültürü* (1.baskı; Y. Ayyıldız, Ed.). İstanbul: İGİAD Yayınları.

İlhan, S. (2004). Girişimcilik ve Sosyo-Ekonomik Süreçteki Rolü. *Doğu Anadolu Bölgesi Araştırmaları Dergisi*, *3*(1), 70–75.

Johnson, S. (2003). Literature Review Of Social Entrepreneurship. *New Academy Review*, *2*, 1–17. Retrieved from https://www.researchgate.net/publication/246704544_Literature_Review_Of_Social_Entrepreneurship

Karakaş, M. (2005). Yeni Yoksulluk Bağlamında Sosyal Kimlik ve Tüketimde Eşitsizlik. *Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, *7*(2), 1–16. Retrieved from http://dergipark.gov.tr/gaziuiibfd/issue/28338/301191

Kazıcı, Z. (2020). AHÎLİK – TDV İslâm Ansiklopedisi. Retrieved May 15, 2020, from Türkiye Diyanet Vakfı website: https://islamansiklopedisi.org.tr/ahilik

Koçak, O., & Kavi, E. (2015). Sosyal Politika Aktörü Olarak Sosyal Girişimci Belediyecilik. *Hak İş Uluslararası Emek ve Toplum Dergisi*, *3*(6), 26–49. Retrieved from https://dergipark.org.tr/hakisderg/issue/7580/99509

Korkmaz, S. (2000). Girişimcilik ve Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Özelliklerinin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma. *Hacettepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, *18*(1), 163–179. Retrieved from https://dergipark.org.tr/tr/pub/huniibf/issue/30223/326859

Leadbeater, C. (1997). *The rise of the social entrepreneur*. London: DEMOS.

Macmillan, P. (2010). Social Entrepreneurship. In J. Mair, J. Robinson, & K. Hockerts (Eds.), *Political and Civic Leadership: A Reference Handbook*. https://doi.org/10.4135/9781412979337.n84

Özçelik, E. (2020). Afetlerde Sosyal Hizmetler. *Ankara Üniversitesi Afet ve Risk Dergisi*, *3*(1), 46–55. https://doi.org/10.35341/afet.680665

Özdevecioğlu, M., & Cingöz, A. (2009). SoGirişimcilik Ve SosGirişimciler:Teorik Çerçeve. *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, *0*(32), 81-95–95. https://doi.org/10.18070/euiibfd.68432

Peredo, A. M., & McLean, M. (2006). Social entrepreneurship: A critical review of the concept. *Journal of World Business*, *41*(1), 56–65. https://doi.org/10.1016/j.jwb.2005.10.007

Robinson, M. S. (2003). The microfinance revolution: v.2: Lessons from Indonesia. *Choice Reviews Online*, *40*(06), 40-3534-40–3534. https://doi.org/10.5860/choice.40-3534

Salmon, M. H. (2013). *Introduction to Logic and Critical Thinking* (Sixth Edit; J. Kozyrev, Ed.). Boston: Clark Baxter.

Şenturan, Ş., & Şentürk, N. (2016). Girişimciliğin gelişimi ve mikrofinans uygulamalarının önemi. *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi 3. ICAFR 16 Özel Sayısı*, 812–822.

Soyak, M. (2010). Kadın Girişimciliği ve Mikrofinans (Türkiye Deneyimi). *Muğla Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (24), 129–144. Retrieved from https://dergipark.org.tr/tr/pub/musbed/issue/23516/250558

Thompson, J., Alvy, G., & Lees, A. (2000). Social entrepreneurship – a new look at the people and the potential. *Management Decision*, *38*(5), 328–338. https://doi.org/10.1108/00251740010340517

Thompson, J. L. (2002). The world of the social entrepreneur. *International Journal of Public Sector Management*, *15*(4–5), 412–431. https://doi.org/10.1108/09513550210435746

Venkataraman, S. (1997). *The distinctive domain of entrepreneurship research: An editor's perspective* (Advances i; R. Katz, J., & Brockhaus, Ed.). Greenwich, CT: JAI Press.

Wallace, S. L. (1999). Social entrepreneurship: The role of social purpose enterprises in facilitating community economic development. *Journal of Developmental Entrepreneurship ; Norfolk*, *4*(2), 153–174.

Weerawardena, J., & Sullivan Mort, G. (2006). Investigating social entrepreneurship: A multidimensional model. *Journal of World Business*, *41*(1), 21–35. https://doi.org/10.1016/j.jwb.2005.09.001

Wolfgang Grassl. (2012). Business Models of Social Enterprise: A Design Approach to Hybridity. *ACRN Journal of Entrepreneurship Perspectives*, *1*(1), 37–60.

Yelkikalan, N., Akatay, A., Yıldırım, H. M., Karadeniz, Y., Köse, C., Koncagül, Ö., & Özer, E. (2010). Dünya ve Türkiye Üniversitelerinde Girişimcilik Eğitimi: *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal Ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, *2010*(2), 51–59. Retrieved from https://dergipark.org.tr/tr/pub/kmusekad/issue/10217/125589

Yılmaz, A. S. (2014). Bir Sosyal Değişim Ajanı Olarak Girişimcilik Eğitimi. *Zeitschrift Für Die Welt Der Türken*, *6*(1), 297–310.

Yılmaz, S., Sarıaydın, İ., & Sönal, T. D. (2020). İngiltere Özelinde Türkiye'nin Sağlık Turizmi Fırsatları. *Avrasya Sosyal ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, *7*(1), 74–85.