

Toplum ve Sosyal Hizmet

ISSN: 2147-3374 / E-ISSN: 2602-280X

Derleme Makale / Review Article

Sosyal Girişimcilik ve Sosyal Hizmet

Social Entrepreneurship and Social Work

İmran UZUNASLAN¹, Serhat TEK²

¹ Doktora Öğrencisi, Ankara Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü Sosyal Hizmet Anabilim Dalı, imranuzunaslan@gmail.com
ORCID: 0000-0002-7821-5605

² Dr. Öğr. Üyesi, Bitlis Eren Üniversitesi Sağlık Yüksekokulu Sosyal Hizmet Bölümü, serhattek@live.de,
ORCID: 0000-0001-7140-2099

Başvuru: 14.05.2021
Kabul: 26.07.2021

Atıf:
Uzunaslan, İ. ve Tek, S. (2021). Sosyal girişimcilik ve sosyal hizmet. *Toplum ve Sosyal Hizmet*, 32(3), 1195-. DOI: 10.33417/tsh.937360

ÖZET

Sosyal fayda ve değer yaratmak amacıyla ortaya konulmuş gönüllü çabaların profesyonel bir bakış açısıyla yansıtıldığı sosyal girişimcilik, son yıllarda sosyal bilimler literatüründe dikkat çeken bir konu haline gelmiştir. Yapılan literatür incelemelerinde sosyal girişimcilik konusunun daha çok işletme, kamu yönetimi ve çalışma ekonomisi gibi alanlarla birlikte zikredildiği görülmüştür. Bilindiği üzere sosyal hizmet disiplini; sosyal etki yaratma, dezavantajlı grupları güçlendirme, sosyal sorunların çözümüne katkı sunma, kıt kaynakları yönetme, fırsatlardan yararlanma, sürdürülebilirliği sağlama ve toplumsal değişimi gerçekleştirme gibi konular üzerine çalışmalar yürütmektedir. İfade edilen bu konular sosyal hizmetin, sosyal girişimcilik ile paylaştığı ortak çalışma alanlarını oluşturmaktadır. Gelecekte sosyal hizmet bilim ve mesleğinin sosyal girişimcilik süreçlerinde etkinlik alanını artıracakları düşünülmektedir. Sosyal girişimcilik bağlamında sosyal hizmet, bireylerin kendilerini ekonomik olarak gerçekleştirmelerinin yanında özgürleşme, benlik saygısı ve sosyal entegrasyon alanlarında da gelişimi sağlamayı hedeflemektedir. Derleme niteliğinde olan bu çalışmanın amacı sosyal hizmet ve sosyal girişimcilik hedeflerinin kesiştiği uygulama alanlarını Dünya ve Türkiye örnekleri üzerinden somutlaştırarak, alana dair farkındalık oluşturmaktır.

Anahtar kelimeler: Girişimcilik, sosyal girişimcilik, sosyal inovasyon, sosyal hizmet

ABSTRACT

Social entrepreneurship, in which voluntary efforts to create social benefit and value are reflected from a professional perspective, has become a prominent issue in the social sciences literature in recent years. In the literature reviews, it is seen that the subject of social entrepreneurship is mostly mentioned together with areas such as business administration, public administration and labor economy. As it is known, social work discipline conducts studies on issues such as creating social impact, empowering disadvantaged groups, contributing to the solution of social problems, managing scarce resources, taking advantage of opportunities, ensuring sustainability and realizing social change. These stated issues constitute the common working areas that social work shares with social entrepreneurship. It is thought that social work science and profession will increase the area of activity in social entrepreneurship processes in the future. In the context of social entrepreneurship, social work aims to develop in the areas of emancipation, self-esteem and participation in society, as well as the economic self-realization of individuals. The purpose of this review study is to create awareness about the field by concretizing the application areas where social work and social entrepreneurship goals intersect over the world and Turkey samples.

Keywords: Entrepreneurship, social entrepreneurship, social innovation, social work

GİRİŞ

“Sosyal girişimcilik, yalnızca balık vermeyi ya da balık tutmayı öğretmekle yetinmez. Aynı zamanda balık endüstrisini kökten değiştirmeyi de hedefler.” Bill Drayton

Son yıllarda akademik yazında ön plana çıkan sosyal girişimcilik kavramı yeni bir fenomenmiş gibi görülse de temel olarak bilinmesi gereken, kavramın geniş bir geçmişe sahip olduğudur. Geçmişten günümüze bireyler veya topluluklar, sosyal ihtiyaçlarını karşılamak ve gelişmiş kurumlar oluşturmak için girişimci çaba içerisinde bulunmuşlardır. Ancak sosyal girişimcilik faaliyetleri son yirmi yılda dikkat çeken ölçüde büyümüştür. Toplumsal sorunların değişmesi ve çeşitlenmesiyle birlikte bu sorunları önemseyen birey, örgüt ve topluluklar, önemli sosyal misyonları gerçekleştirmek için çok sayıda ulusal ve uluslararası kuruluş kurmuş ve programlar hazırlamışlardır. Alana dair birçok kitap yazılmıştır. Odağına sosyal girişimciliği konumlandıran bu kitaplardan bazıları şunlardır: Social Entrepreneurship: New Models Of Sustainable Social Change (Nicholls, 2006); Social Entrepreneurs and the Power of New Ideas (Borenstein, 2004); The Rise of Social Entrepreneurship (Leadbeater, 1997); New Social Entrepreneurs: The Success, Challenge and Lessons of Nonprofit Enterprise Creation (Emerson ve Twersky, 1996). Yine alana dair birçok hakemli dergide sosyal girişimcilikle ilgili makaleler yayınlanmıştır (Katzenstein ve Chrispin, 2011; Germak ve Singh, 2010; Calas, Smircich ve Bourn, 2009; Harding, 2007; Light, 2006). Ayrıca sosyal girişimciliği tanıtmak ve sosyal girişimci faaliyetlere kaynak sağlamak için web siteleri oluşturulmuştur (Nandan ve Scott, 2013). Sosyal girişimciliğin farklı alanlardaki kitaplara, dergilere konu olması, online platformlarda popülerlik kazanması ve akademik çalışmalarda yer edinmesiyle birlikte kavramla ilgili tanımlamaların da çeşitlilik kazandığı ifade edilmektedir. Bu çeşitlilik sosyal girişimciliğin; sosyal değer yaratıcı, girişimci, örgütlü, piyasa yönelimli ve sosyal inovasyon gibi alt açıklayıcı kavramlarla bir arada ele alınmasını sağlamıştır. Bu durum da kavramın çok boyutlu bir fenomen olduğu gerçeğini ortaya koymaktadır (Choi ve Majumdar, 2014; Weerawardena ve Mort, 2006).

Peredo ve McLean (2006) sosyal girişimciliği; kişi veya grupların belirgin bir şekilde sosyal değer yaratmayı amaçladıkları, bu değeri yaratmak için fırsatları tanıma ve fırsatlardan yararlanma kapasitesi gösterdikleri, değişim içeren fikirler kullandıkları, riskler üstlendikleri ve kıt varlıklarla yılmadan mücadele ederek beceri gösterdikleri uygulama alanı olarak tanımlamaktadır. Hibbert, Hogg ve Quinn (2002) ise kavramı, girişimci uygulamalarla elde edilen karın sosyal sorunların çözümü için dezavantajlı grupların yararına sunulması şeklinde açıklamaktadır. Bunun yanında yaratılan faydanın devamlılığının sağlanabilmesi için sürdürülebilirliğinin olması gerekmektedir. Dolayısıyla sosyal girişimcilik, sürdürülebilir uygulamaların sağlanmasıdır (Fowler, 2000). Sürdürülebilir uygulamalar için sosyal girişimciler beceriye sahip olmalı, değişim içeren fikirlerin takipçisi olmalı, fırsatları iyi değerlendirmelidir (Dees, Emerson ve Economy, 2001). Örgütlerin ekonomik ve sosyal hedeflerini dengelemeli, yerel girişim ve katılıma değer vermeli, sosyal adaletin peşinde koşmalı, girişimci faaliyetin çıktılarını değerlendirmelidir (Gray, Healy ve Crofts, 2003). Marjinalleştirilmiş, dezavantajlı ve haklarından mahrum edilmiş nüfus gruplarının ihtiyaçlarının

karşılanması için yaratıcı fikirlere ve sistemik yaklaşımlara öncülük etmelidir (Dacin, Dacin ve Matear, 2010). Bu özellikleri taşıyan sosyal girişimciler, toplumu yeniden şekillendiren ve insanlığa fayda sağlayan değişimlere öncülük etme sorumluluğunu paylaştığı, ister yerel ister uluslararası ölçekte olsun eylemde bulunup zorlu sorunların üstesinden gelmede çaba gösterdiği için “toplumsal değer yaratıcılar” olarak görülmektedir. Dolayısıyla bahsedilen toplumsal değer yaratıcıların olduğu sosyal girişimcilik alanı, makro sosyal hizmet uzmanlarının faaliyetleri ile uygunluk gösteren ve yeni ortaya çıkan bir alandır (Brueggemann, 2013). Çünkü sosyal hizmet uzmanları da sosyal girişimcilerle paralel olarak, gelişen ekonomik çevrenin ve küreselleşmenin zorluklarına tepki olarak sosyo-ekonomik kalkınmayı, sosyal katılım ile eşitliği teşvik eden politikaları aktif olarak savunmakta ve sosyal problemlerin çözümü için daha iyi ve daha yeni yaklaşımlar aramaktadır. Sosyal hizmet uzmanları bu amaçları gerçekleştirmek adına çoğu zaman kıt kaynakları verimli bir şekilde kullanmaktadır (Tan, 2004). Özellikle müracaatçıların sorunları ya da toplulukların yaşadıkları zorlukların karmaşıklığının gittikçe büyüdüğü ve ulusal, küresel, sosyal, politik iklimin sosyal hizmet uzmanlarını bireylerin ve toplumların üzerinde kalıcı bir etkiye sahip olabilecek sosyal değişimin ajanları olarak algıladığı dikkate alındığında sosyal hizmet uzmanlarının uygulamalarında girişimci faaliyetlere yer vermesi gerektiği düşünülebilir (Nandan, London ve Bent-Goodley, 2015). Sosyal girişimci faaliyetler, karmaşık sosyal meseleleri ele almada uygun bir makro uygulama müdahalesi olabilir. Çünkü sosyal sorunların çeşitlenmesi ve artmasına karşılık kamu finansmanları azalmakta bununla eş zamanlı olarak sosyal refahı sağlamada hükümetin işlevini azaltmaya ilişkin liberal vurgular ön plana çıkmakta (Jarman-Rohde, McFall, Kolar ve Strom, 1997), hayırsever bağışlar ve hayır kurumlarının bütçelerinde son yıllarda düşüşler yaşanmakta (Zongker, 2010) ancak kâr amacı gütmeyen kurumların finansal ihtiyaçları artmaya devam etmektedir. Tüm bu değişiklikler, herhangi bir organizasyonel yapı içerisindeki (kamu, özel, birey veya kar amacı gütmeyen sektör) endemik sosyal sorunların etkili bir şekilde incelenmesini ve sorunların ‘kutunun dışında’ düşünülmesini (Phills, Deiglmeier ve Miller, 2008; Schmitz ve Scheuerle, 2012) gerektirmektedir. Tam da bu noktada sosyal hizmet uzmanları, sosyal hizmet mesleğinin etik kurallarına uygun şekilde topluluk üyeleri, hükümet ve iş ortaklarının katılımıyla birlikte toplumsal gelişimi sağlayacak olan girişimlere yer vererek, sosyal hizmet kurumlarında sosyal değer ve sosyal değişim yaratan sosyal girişimciler olabilirler (Nandan ve Scott, 2013). Sosyal hizmet disiplininin, sosyal girişimcilikle paylaştığı sosyal değer yaratma, sosyal etki sağlama, dezavantajlı grupları güçlendirme, sosyal sorunları çözme, kıt kaynakları yönetme, fırsatlardan yararlanma, sürdürülebilirliği sağlama ve toplumsal değişimi gerçekleştirme gibi ortak temalarından hareketle bu çalışma, sosyal girişimcilik ve sosyal hizmet ilişkisini ortaya koymayı amaçlamaktadır. Bu genel amaç doğrultusunda çalışmada ‘Sosyal Girişimciliğin Tarihi Üzerine’, ‘Sosyal Girişimcilik Kavramının Tanımlanması’, ‘Sosyal Girişimcilik ve Sosyal Girişimciler’, ‘Dünya’da ve Türkiye’de Sosyal Girişimcilik’, ‘Sosyal Girişimcilik ve Sosyal Hizmet İlişkisi’ başlıklarına yer verilerek kavrama dair açıklayıcı noktalara değinilmiştir.

Sosyal Girişimciliğin Tarihi Üzerine

Anlamsal olarak derin bir tarihe sahip olduğu varsayılan sosyal girişimcilik kavramının literatüre girişi görece uzak olmayan bir tarihte gerçekleşmiştir. Sosyal girişimcilik kavramı, ilk kez 1953 yılında Howard R. Bowen tarafından kaleme alınan 'İş Adamının Sosyal Sorumlulukları' adlı kitapta kullanılarak literatüre girmiştir. 1980'li ve 1990'lı yıllarda Bill Drayton ve Charles Leadbeater'in öncülüğünde yaygın olarak kullanılmıştır. 2000'li yıllar ile birlikte akademik uygulamalar, başarı öyküleri, vaka çalışmaları ortaya çıkmaya başlamış özellikle Charles Leadbeater'ın 'Sosyal Girişimcinin Yükselişi' isimli eserinin 1997 yılında yayınlanmasından sonra akademisyenler tarafından üzerinde durulmuş, kamusal mekanizmalar tarafından kullanılmış, medyada ilgi görmüş ve popülerlik kazanarak dikkat çeken bir kavram olmuştur (Tan, Williams ve Tan, 2005; Bowen, 2013; Nicholls, 2006; Saifan 2012). Kavramın popülerleşmesi ile birlikte dünya genelinde sosyal girişimcilerden oluşan ağlar kurulmuş, girişimcileri destekleyici kurumlarla buluşturmayı, kaynaklarla bağlantılandırmayı ve sosyal girişimci çabaları güçlendirmeyi amaçlayan birçok önemli uluslararası destek ağı gelişmiştir (Nicholls, 2010).

Kavramın popüler olmaya başlaması ve girişimci çabaların artmasıyla birlikte akademisyenler ve uygulayıcılar kimlerin veya hangi kuruluşların sosyal girişimci olabileceğiyle ilgili tartışmalar yürütmeye başlamıştır. Çünkü sosyal girişimciliğin ne olduğuna ilişkin üzerinde anlaşmaya varılan bir tanımın varlığı söz konusu değildir ve kavram birçok farklı alan, disiplin ve kurumla (sivil toplum kuruluşları, kar amaçlı işletmeler, çevreciler, sosyal aktivistler ve hayır kurumları) ilişkilidir. Dolayısıyla sosyal girişimcilik kavramının tanımlanmasının, sınırlarının belirlenmesinin, tanımlamayla ilgili belirsizliklerin giderilmesinin ve üzerinde anlaşmaya varılan ortak bir ifadenin gerekli olduğu anlaşılmıştır (Bornstein, 2007; Saifan, 2012). Buradan hareketle kavramla ilgili literatürde yer alan tanımlara yer verilmesinin, terimin hangi kavramlar ve ilkeler etrafında şekillendiğinin, belirleyici özelliklerinin neler olduğunun, neyi amaçladığının belirtilmesinin terimle ilgili boşlukları dolduracağı ve genel bir çerçevesinin çizilmesinde yardımcı olacağı düşünülmektedir.

Sosyal Girişimcilik Kavramının Tanımlanması

Sosyal girişimcilik, iş ve yardımseverlik arasındaki boşluğu dolduran bir yapıdır; bir diğer ifade ile girişimciliğin toplumsal alanda uygulanmasıdır. Vizyoner, tutkulu ve özverili bireyler tarafından yürütülen dönüştürücü sosyal değişim fırsatlarının inşası, değerlendirilmesi ve peşinden koşulmasıdır (Roberts ve Woods, 2005). Sosyal girişimcilik, kar amacı güden hedeflerden ziyade sosyal amaçlar için girişimci davranışın kullanılması veya alternatif olarak üretilen kârların belirli bir dezavantajlı grubun yararına kullanılmasıdır (Hibbert, Hogg ve Quinn, 2002). Sosyal girişimler, toplumsal sorunların çözümüne ilişkin büyük bir etki ya da farkındalık yaratmak için finansal olarak varlığını devam ettiren, girişimci stratejiler uygulayan ve bilindiği anlamıyla kar amacı gütmeyen kuruluşlardır (Lasprogata ve Cotton 2003). Elde edilen kârın yatırımcılara iade edilmesi yerine sosyal girişimlerin devamlılığının sağlanması, daha çok toplumsal değer yaratılması ve dezavantajlı kişilere

ulaşılması yönünde işletmelere ya da uygulamalara yatırılmasıdır (Global Entrepreneurship Monitor United Kingdom Project, 2006).

Sosyal girişimcilik, aynı anda hem finansal hem de sosyal bir yatırım getirisi (iki yönlü olma) peşinde koşma sanatıdır (Institute for Social Entrepreneurs, 2002). Sosyal fayda sağlayan sürdürülebilir sosyo-ekonomik yapıların, ilişkilerin, kurumların, kuruluşların ve uygulamaların yaratılmasıdır (Fowler, 2000). Sosyal girişimcilik, bir iş kurmak ya da daha ticari hale gelmek adına yapılacak bir faaliyet değildir. Aksine kavram toplumsal değer yaratmanın yeni ve daha iyi yollarını bulmakla ilgilidir (Dees, Emerson ve Economy, 2002). Sürdürülebilir bir şekilde toplumsal ihtiyacı karşılayan fırsatları veya olanakları araştırmak ve bunları doğru kullanmak için kaynakların yaratıcı kullanımınıdır (Mair ve Marti, 2004).

Sosyal girişimcilik, sosyal girişim yaratma sürecidir (Haugh, 2005). Sosyal girişim yaratma sürecinin altında özel sektör ve kamu tarafından doldurulmamış bir hizmet boşluğu vardır. Dolayısıyla sosyal girişimciler bu boşluğun doldurulmasını kendilerine görev edinirler (Sharir ve Lerner, 2005).

Sosyal girişimcilik sürecinde, sosyal sorunlar ele alınırken yaratıcı ve becerikli yaklaşımlar sergilenmektedir (CASE, 2008). Mevcut iktisadi ve sosyal kurumlar tarafından yerine getirilemeyen ya da yetersiz kalan temel insani ihtiyaçlara doğrudan cevap veren ürün ve hizmetlerin sağlanması için yeni modeller yaratılmaktadır (Seelos ve Mair, 2005). Toplumda değişiklik başlatmayı hedefleyen girişimci kuruluşların toplumsal refahı iyileştirmek için tasarladıkları yeni fikirler bulunmaktadır (Perrini, 2006). Toplumsal refahı sağlayan organizasyonlar veya uygulamaların devamlılığının sağlanması, bunlarla ilgili fırsatların değerlendirilmesi, kaynakların yaratıcı bir şekilde kullanımından ve dönüştürülmesinden geçmektedir (Mair ve Noboa 2003). Bireysel olarak kişilerin, kâr amacı gütmeyen kuruluşların, hayır kurumlarının, gönüllü kuruluşların veya aktivistlerin yer aldığı; yaratıcı, değişim içeren, misyon destekleyici, gelir kazandırıcı veya yetkilendirici çabalar sosyal girişimlerin geliştirilmesinde önemli olanaklar sağlamaktadır (Pomerantz, 2003).

Sosyal Girişimcilik ve Sosyal Girişimciler

Sosyal girişimcilik, girişimci teşebbüslerle ekonomik, sosyal ve çevresel hedeflerin eş zamanlı olarak takip edilmesi, her şeyden önce karşılanmamış bireysel ve toplumsal ihtiyaçlara pratik bir yanıtıdır (Haugh, 2007). Dolayısıyla doğru bir sosyal girişimcilik süreci ancak çeşitli özelliklere sahip, donanımlı sosyal girişimciler ile gerçekleştirilebilir.

Sosyal girişimcilerin finansal araçlardan, siyasi nüfuzdan yoksun, dışlanmış, marjinalleştirilmiş ve adaletsiz, haksız dengenin oluşturulduğu bir ortamda; fırsat belirleme, sosyal değer önerisi geliştirme, ilham, yaratıcılık, doğrudan eylem, cesaret ve dayanıklılık yoluyla istikrarlı devlet hegemonyasına meydan okuyan; hedeflenen grubun acısını dindirmeye çalışan yeni ve istikrarlı bir denge oluşturan ve hedeflenen grup ve hatta genel olarak toplum için daha iyi bir gelecek sağlamak yolunda, yeni denge etrafında istikrarlı bir ekosistem oluşturma çabasında olan bireyler olduğu varsayılmaktadır (Martin ve Osberg, 2007). Bu ekosistemin oluşturulması ve sosyal misyona ulaşma

süreci, girişimci olarak erdemli davranışların ifadesini, ahlaki karmaşıklık karşısında tutarlı bir amaç ve eylem birliğini, sosyal değer yaratma fırsatlarını tanıma becerisini, proaktiflik ve risk alma gibi temel karar alma özelliklerini içermekte ve sosyal girişimcilik çok boyutlu bir yapı olarak kavramsallaştırılmaktadır. (Sullivan Mort, Weerawardena ve Carnegie, 2003). Sosyal değer yaratmak ve sosyal misyonlara finansal olandan daha fazla değer vermek, kavramın belirleyici boyutlarından biri olarak görülmekte dolayısıyla girişimci faaliyetlerle kalıcı sosyal değer yaratan bireyler sosyal girişimci olarak kabul edilmektedir (Leadbeater, 2006). Toplumsal değer yaratma çabası kâr amacı gütmeyen kuruluşların, iş dünyasının, devlet sektörünün, aktivistlerin ve gönüllü bireylerin değişim içeren, ilerici ve risk yönetici davranışlarının gösterilmesini gerektirir. Çünkü bu davranışların gösterilmesi sosyal değişimi sağlamanın ve sosyal sorunları çözenin sosyal girişimleri gerçekleştirmedeki araçlarıdır (Weerawardena ve Mort, 2006).

Değişim başlatan, ilerici, yaratıcı ve risk alıcı gibi gösterilmesi gereken davranış özelliklerine ek olarak literatürde sosyal girişimcilerin özelliklerinin hangi unsurlar etrafında şekillendiğini ve neler olduğunu açıklayan çeşitli görüşler bulunmaktadır. Roger ve Osberg (2007), sosyal girişimcilerin sahip olması gereken davranış özelliklerini beş başlık altında toplamıştır. Bu davranış özelliklerinden ilki hırslı olmalarıdır. Sosyal girişimcilerin hırsları yüksektir ve sosyal misyonu olan reformcular ve devrimcilerdir. Büyük sosyal sorunların üstesinden gelirler, fikirler üretir ya da çözümler sunarlar. İkincisi stratejik olmalarıdır. Sosyal girişimciler sahip oldukları fırsatları mevcut sosyal sistemleri iyileştirmek, çözümler üretmek, tatmin edici sosyal değerler yaratmak ve yeni yaklaşımlar icat etmek için kullanırlar. Üçüncüsü becerikliliktir. Sosyal girişimciler iş dünyasında değil sosyal bir çerçevede işlev görürler. Sermaye taleplerine sınırlı erişim ve likidite yetersizliğine rağmen beceri sahibi bireyler olarak sosyal sorunları çözmek için gereken her kaynağı seferber ederler ve en doğru şekilde yönetirler. Dördüncüsü sonuç odaklılıktır. Sosyal girişimciler mevcut durumları toplumun yararına bir üslupla değiştirerek ölçülebilir sonuçlar üretirler. Beşinci ve son özellik ise misyon odaklılıktır. Başarılı sosyal girişimcilerin nihai amacı sadece servet yaratmak değil, aynı zamanda mümkün olduğunca sosyal değer de üretmektir.

Thompson (2002) sosyal girişimcileri, gereksinimlerin farkında olan, bu gereksinimlerin karşılanmasına ilişkin kişileri ve toplulukları örgütleyen, kaynaklar bulup, fırsatlar yaratan, sorunları çözümlen ve bu sorunlarla baş etmede gerekli sistemleri belirleyen kişiler olarak tanımlamaktadır. Dees (2001) sosyal girişimcileri, toplumsal alandaki değişim ajanları, toplumsal değer yaratan ve bunu devam ettiren, keşfedilmemiş fırsatları fark edip gün yüzüne çıkaran, değişim sağlayıcı, adaptasyon yeteneği olan, öğretim süreciyle ilgilenen, eldeki kıt kaynaklarla çok iş yapan ve bu noktada cesurca davranan son olarak ise hizmet ettikleri tarafa karşı büyük bir sorumluluk duygusu geliştiren kişiler şeklinde açıklamaktadır. Barendsen ve Gardner (2004) ise tek bir sosyal girişimci tarzının olmadığını farklı tarzlarda sosyal girişimci özelliklerinin olduğunu belirtmektedir. Sosyal girişimcilerin bazılarının liderler gibi etkileyici bir hitabete sahip olduklarını, kiminin ikna kabiliyetinin yüksek olduğunu, kiminin politik, kiminin de yumuşak bir üslupta olduğunu ifade etmekte ve her bir farklı özelliğin sosyal girişimleri yaratma ve sonuç alma konusunda önemli katkısının olduğunu ifade

etmektedir. Dolayısıyla sosyal girişimcilerin sahip olduğu bu özelliklerin dünyada farklı sosyal girişimcilik örneklerinin ortaya çıkmasına ve büyümesine, mikro- mezo- makro düzeylerde önemli değişiklikler yaratmış olmasına ve sosyal refahın artırılmasına katkı sağladığı düşünülebilir.

Dünya’da ve Türkiye’de Sosyal Girişimcilik

Sosyal girişimcilik, sosyal girişimcilerin gelişmekte olan ülkelerde yapmış olduğu çalışmalarla dünya çapında tanınırlık kazanmıştır (Economist, 2005). Sosyal girişimler farklı şekillerde ortaya çıkmaktadır. Bazı sosyal girişimler, kar amacı güden işletmelerin, toplumun sosyal sorunlarını çözmeye ilişkin sosyal fayda yaratmak şeklindeki sosyal sorumluluk uygulamaları iken bazıları ise kâr amaçlı olmayan işletmelerin ekonomik destek sağlamak, sosyal değişimi gerçekleştirebilmek ve sosyal etki yaratabilmek için yaptığı çalışmaları kapsamaktadır (Mair ve Marti, 2006; Dess, 2001). Bu çalışmalara Dünya ve Türkiye genelinde var olan pek çok sosyal girişimcilik uygulamaları örnek olarak gösterilebilir.

Dünya genelinde ilk uygulama Nobel Barış Ödülü sahibi ve Grameen Bank’ın kurucusu ekonomi profesörü olan Mohammed Yunus’un mikro finans ile gelişmemiş ülkelerdeki yoksul insanlara hayatlarını değiştirme fırsatı sunan sosyal girişimcilik öyküsüdür (Economist, 2005). Ekonomi doktorasını ABD’de yapmış Bangladeşli Prof.Dr.Mohammed Yunus öğrencilerine ders anlatırken anlattığı ekonomi kuramları ile gerçek hayattaki yoksul insanların yaşamları arasında rahatsız edici bir farkın olduğunu görmüş ve öğrencileri ile saha araştırması için 1974 yılında Bangladeş’in yoksul bir köyüne gitmiştir. Köyde, ilk olarak üç çocuğuyla birlikte derme çatma teneke bir barakada yaşayan ve geçimini bambu ağacından sandalye üreterek sağlayan bir kadınla karşılaşmıştır. Kadının çok sayıda sandalye üretilip satmasına rağmen yoksulluk içinde olduğunu görmüştür. Bunun sebebini araştırdığında kadının, sandalyenin hammaddesi olan bambu ağacını satın alabilmek için (15peni), elinde hiç parasının olmadığını para bulmak içinse yüksek faiz karşılığında tefeciden borç aldığını ve sattığı sandalyelerin parasından elde ettiği kar ile tefecinin yüksek miktardaki faizini ödediği sonuçta ise elinde minimum düzeyde (1 veya 2 peni) para kaldığını ve kadının geçinemediğini öğrenmiştir. Yunus, köyü dolaştığında bu kadın gibi 41 köylünün daha aynı durumu yaşadığını ve her bir köylünün tefeciye 40 dolar borcu olduğunu görmüştür. Bunun üzerine Yunus, her bir köylüye faizsiz 40 dolar vermeyi taahhüt etmiş ve bu parayı bir senenin sonunda ödemeleri gerektiğini belirtmiştir. Köylüler ise bir senenin sonunda hem Muhammed Yunus’un parasını ödeyecek konuma gelirken, hem de ürettiklerinin karşılığını alabildikleri için kaliteli bir yaşama kavuşmuştur. Mikro kredi ile köylülerin kalkındığını ve refahının arttığını gören Muhammed Yunus 1976 yılında ‘köy bankası’ anlamına gelen Grameen Bank’ı kurmuştur. Grameen Bank, geliri düşük olan yoksul bireylere karlı küçük işletmeler kurmaları için finansal teminat tedarik etmiş zaman içinde yoksulluktan kurtulmalarını sağlamıştır. Krediyeye erişimi olmayan bireyler Grameen Bank tarafından sağlanmış olan mikro kredilerle kendi küçük işletmelerini kurmuşlar ve daha iyi bir gelecek yaratmışlardır. Grameen Bank’tan sonra 1997 yılında Grameen Vakfı kurulmuştur. Vakıf günümüzde 22 ülkede 52

ortağa sahiptir. Asya, Afrika, Amerika ve Ortadoğu'da milyonlarca kişiye fon sağlamaktadır. İşletmeler, sivil toplum kuruluşları ve hükümetler mikro krediyi mükemmel bir servet inşası modeli olarak lanse etmişlerdir. Yunus ve bankasına sosyal ve ekonomik gelişme yaratmadaki çabasından dolayı 2006 yılında Nobel Barış Ödülü verilmiştir (Akbulaev, Ahmedov ve Aliyev, 2017; Fernando, 2015; Bayülgen, 2008). Muhammed Yunus'un bireysel düzeydeki sosyal girişimcilik öyküsünün; Bangladeş'te Grameen Bank'ı kurması, banka yoluyla yoksul topluluklara kredi olanağı tanınması, sosyal ve ekonomik kalkınmanın sürdürülebilirliği yönünde sağladığı gelişmeler, tek özneyle gerçekleşen bir mikro girişimi makro düzeyde sosyal girişimcilik örneğine dönüştürdüğü görülmüştür. Çünkü sürecin bireyler, aileler ve topluluklar üzerinde yaratmış olduğu makro bir sosyal etki söz konusudur. Başarılı şekilde yürütülen ve hedefe ulaşan bu girişim aynı zamanda dünya çapında yaygınlık kazanan ve uygulamaya konulan bir program olmuştur.

Muhammed Yunus'un başlattığı mikrofinans sisteminin uygulamaya konulduğu ülkelerden biri de Türkiye'dir. Türkiye'de uygulamaya konulan programın tam adı 'Türkiye Grameen Mikrofinans Programı (TGMP)'dir. Bu program Türkiye'de yoksulluğu azaltmak için kurulmuş, gelirden yoksun olan kadınlara sürdürülebilir, gelir getirici faaliyetlerde bulunmaları ve aile bütçesine ek gelir sunmaları için fayda sağlamaktadır. Kar amacı gütmeyen bir mikrofinans kuruluşu olan TGMP'nin 64 ilde 91 şubesi bulunmaktadır. Pek çok dar gelirli kadın, program vasıtasıyla aldıkları mikro krediler ile önemli başarılar elde etmiş, kendi işlerinin sahibi olmuş ve aile bütçesine önemli katkılar sağlamıştır (Türkiye Grameen Mikrofinans Programı, 2020; Bayraktutan ve Akatay, 2012).

Bireysel çabalar yoluyla kümülatif fayda yaratmayı amaç edinen sosyal girişimciliğin dünya örneklerindeki bir başka örneği, merkezi San Francisco'da bulunan ve farmakolog Victoria Hale tarafından 2000 yılında kurulan, kar amacı gütmeyen bir ilaç şirketi olan One World Health Enstitüsü'dür. Enstitünün ana amacı, 2000'li yıllarda gelişmekte olan ülkelerdeki savunmasız nüfus gruplarını 'kala-azar, leishmaniasis ve sıtma' gibi bulaşıcı hastalıklardan korumak, bu hastalıkları ortadan kaldıracı formüllerin bulunmasını sağlamak, potansiyel yeni ilaçları belirlemek bunu yaparken de uluslararası etik standartlara uymak, yeni ilaçların üretimi ve dağıtımını için işbirliği yapmak, etkili yeni ilaçların kullanılabilirliğini ve erişilebilirliğini geliştirmektir. Bulaşıcı hastalıklar bu ülkelerde önde gelen ölüm nedenidir ve çoğunlukla bu hastalıkları tedavi etmek için ilaçlar geliştirilmemiştir. Çünkü bireyler ilacı satın alacak ödeme gücüne sahip değillerdir. Bu amaçlar doğrultusunda One World Health (OWH); Bangladeş, Hindistan, Nepal ve Vietnam'da hizmet vermiş, fakir alanlardaki hasta sakinlerine ilaç dağıtmak için büyük ilaç şirketleri ile işbirliği yapmış çok ihtiyaç duyulan ilaçları tedarik etmiştir (The Institute for One World Health Institute, 2021; Day, 2006).

Sosyal girişimci uygulamaların makro boyuta ulaşması; dünya genelinde yaygınlık kazanan uygulamalara dönüşmesi, sürdürülebilir kalkınmanın sağlanması yönünde etkili bir yöntem olması, kamu tarafından da desteklenip fonlanması, sosyal etkisinin güçlü bir şekilde kendisini göstermesiyle ve çeşitli kar amacı güden kuruluşları da sosyal sorumluluk almaya ilişkin sosyal girişimci uygulamalar yönünde teşvik etmesiyle açıklanabilir. Bu ifadeyi destekler nitelikte dünyada kar amacı

güden şirketler tarafından sergilenen azımsanmayacak sayıda sosyal girişimcilik örneğinin olduğu bu şekilde hem işletmelerinin karlılığını artırdıkları hem de sosyal sorumluluklarını yerine getirip yoksul kesimlere önemli sosyal getiriler kazandırdıkları bilinmektedir. Bu örneklerden biri 2010 yılında, kendi ülkesi Romanya'daki çocuklara yardım etmek için moda ve hayırseverlik ilişkisini birleştirmek isteyen Samuel Bistran tarafından kurulan 'Roma Boots' şirkettir. Şirket satılan her bot çifti için ihtiyacı olan bir çocuğa yeni bir çift bot bağışlamakta aynı zamanda dünyanın dört bir yanından gelen çocuklara ekonomik yardım ulaştırmakta, eğitim olanakları sağlamakta ve sürdürülebilir ekonomik kalkınmanın sağlanması adına yoksulluğun önlenmesiyle savaşa katkı sunmaktadır. Şirket yardım faaliyetlerini bünyesinden doğan Roma Boots Vakfı aracılığıyla yürütmektedir (Roma Foundation, 2021).

Bir diğer örnek ise gelişmekte olan ülkelerdeki zanaatkarların ürünlerini ve hikâyelerini uzun vadeli, adil ticaret ilişkileri ile pazarlara getirerek hem kendileri kazanç sağlayan hem de dar gelirli zanaatkarların gelir elde etmeleri için fırsatlar yaratan ismi Mahatma Gandhi'nin sözünden ilham alınmış olan 'On Bin Köy- Ten Thousand Villages' adlı bir markettir. On Bin Köy isminin kullanılmasında, her köyde saygın ve anlamlı bir hayat yaşamak isteyen, paylaşmaya değer güzel kültürler getiren insanların var olduğuna inanılması ve köy fikrinin on bin ile çarpıldığında inşa etmek için çalıştıkları dünyayı temsil ettiği düşüncesi yatmaktadır. Markanın logosu dairesel bir damga içerisinde yer alan, ışıklı kapılar ve pencereleri olan, sürekli bir çatı katı serisi bulunan ve küçük harf türü bir evden oluşmaktadır. Dairesel damga üreticinin işaretini, onay mührünü ve '*işçiliğini*' temsil etmekte, ışıklı kapılar ve pencereler zanaatkarların evlerindeki hayatı yansıtmakta, sürekli bir çatı katı serisi, hepimizin '*küresel köyün bir parçası*' olduğumuzu hatırlatmakta son olarak küçük harf türü ise herkesi '*yapımcı-pazar hareketine*' davet etmektedir. El emeğiyle yapılmış olan her bir ürünün satılmasıyla, ticari açıdan şirket karının artırılması; sosyal etki açısından ise dar gelirli üreticilerin güvenli çalışma koşullarında adil ve yaşayan bir ücret alınması, yerel kaynaklı, geri dönüştürülmüş ve yenilenebilir malzemelerin kullanımına odaklanması, çevresel ayak izinin en aza indirilmesi, bunun için esnaf atölyelerinde ve tedarik zincirlerinde yaratıcı yeniden kullanımlara önem verilmesi, enerji verimliliğinin teşvik edilmesi, toplulukları güçlendiren ortaklıklarla (kadınlar, engelli bireyler ve genellikle küresel ekonomiden dışlananlar) çalışma yapılması, zanaat ve kültürün nesilden nesile aktarılması sağlanmaktadır. Böylelikle gelişmekte olan bir ülkedeki üreticinin ve çevresinin yaşamı değişmekte, kuşaksal yoksulluk döngüsü kırılmakta, toplumsal değişim ateşlenmekte kısacası hem çevresel hem de ekonomik ve sosyal sürdürülebilirlik kazanmaktadır. Bu kazanımlardan dolayı marka sistemini küresel bir adil ticaret hareketi olarak görmektedir (Ten Thousand Villages, 2021).

Sosyal girişimciliğin dünya genelindeki farklı örneklerinin yanı sıra Türkiye genelindeki örneklerinin de çeşitlilik gösterdiği ve son yıllarda sayılarının arttığı söylenebilir. Sosyal girişimcilikle ilgili Türkiye'deki uygulama örneğine 2014 yılından beri Türkiye'de faaliyet göstermeye başlayan 'Ashoka Türkiye' platformu ve bu platformun üyesi olan Hasan Zafer Elcik'in 'Otsimo' projesi gösterilebilir. Projenin içeriğine dair açıklama yapmadan önce Ashoka ve Ashoka Türkiye ile ilgili bilgi vermenin

daha aydınlatıcı olacağı düşünülmektedir. Ashoka dünyadaki sosyal girişimcilik faaliyetlerini koordine eden, Bill Drayton tarafından 1980'de Washington DC'de kurulan dünyanın ilk ve en geniş sosyal girişimcilik platformudur. Platformun amacı dezavantajlı pek çok insanın hayatını değiştirmek ve sosyal etki yaratabilmektir. Bunun için acil toplumsal sorunlara kalıcı ve sürdürülebilirliği olan sosyal girişimcileri belirlemekte ve onları global bir ağda bir araya getirerek potansiyellerini ortaya çıkarmalarını, buldukları çözümleri daha geniş alanlara ulaştırmalarını sağlamaktır. Ashoka Türkiye de benzer amaçlara sahiptir. Sosyal girişimcileri desteklemekte, Türkiye'deki sosyal girişimcilik ekosisteminin kapasitesini artırıcı işbirlikleri ve projeleri geliştirmekte özellikle çocukların ayırt edici becerilerini ortaya çıkarmaya ve geliştirmeye ilişkin öğretmenler, ebeveynler, kamu, sivil toplum kuruluşları ve aktivistlerle çalışmalar yürütmektedir (Ashoka Türkiye, 2020).

Sosyal girişimciliğin Türkiye örneğinde başarılı örneklerinden birisi ise, yukarıda da değinilen Hasan Zafer Elcik'in 'Otsimo' projesidir. Proje otizm eğitimi ile ilgilidir. Projenin amacı, okul öncesi dönemde, özel eğitime gereksinim duyan çocuklara kolaylıkla ulaşılabilir, ücretsiz, oyunlaştırılmış eğitim içerikleri sunarak pahalı ve yalnızca sosyo ekonomik düzeyi yüksek olanların faydalanabildiği otizm eğitimi demokratikleştirmek ve her bölgeye ulaştırılmasını sağlamaktır. Çünkü Türkiye'de otizmli çocuklara yönelik olarak verilen otizm eğitimi yetersizdir ve özel okulların yıllık ücretleri ise oldukça pahalıdır. Bu adaletsizliği sonlandırmak isteyen Elcik ve arkadaşları, ebeveynlerin akıllı telefonları için eğitici bir aplikasyon tasarlamışlardır. Aplikasyona, dünyadaki ileri eğitim metodolojilerini aktararak otizmli çocukların sosyal becerilerini, kas gelişimlerini ve akademik temellerini güçlendirmeyi amaç edinmişlerdir. Projenin çıktılarını bakıldığında ise 2018 itibariyle Otsimo'nun hem Türkiye hem de ABD'den kayıtlı 80.000 aktif kullanıcısı olduğu, yaklaşık 16.000 çocuğun ve ailesinin her hafta düzenli olarak Otsimo'yu etkin bir şekilde kullandığı, en önemlisi ek aktivitelerle desteklenen çocukların devlet okullarının kaynaştırma sınıflarına kabul edildiği belirlenmiştir. Projenin çıktılarından hareketle Elcik bir sonraki adımının Otsimo'nun coğrafi çapını genişletmek olduğunu ve disleksi gibi diğer gelişim gruplarına da özel içerikler üretmeyi hedeflediğini belirtmektedir (Ashoka Türkiye, 2018).

Sosyal girişimcilikle ilgili yukarıda verilen örneklerden de anlaşıldığı üzere geleneksel işletmelerin birincil amaç olarak gelir ve kar üretmeye odaklanmasının aksine, sosyal girişimler bireylerin sorunlarını çözebilecek, özgecil amaçlara ulaşmak için karı hedeflerler (Diochon ve Anderson, 2011). Sosyal girişimciler, pazar koşullarından yararlanır ve sosyal amaçlara ulaşmak için iş araçlarını kullanır (Germak ve Singh, 2010; Linton, 2013). Kar amaçlı şirketlerin iş zekâsını kâr amacı gütmeyen kuruluşların sosyal kaygılarıyla birleştirir. Kâr odaklanması girişimci yanını ortaya koyarken sağlık, finansal erişim ve cinsiyet güçlendirme gibi küresel sorunları ortadan kaldırmaya çalışması sosyal olan yanını ortaya koyar. Sosyal girişimci örgütler, üçlü bir alt çizgiye sahiptir. Sosyal, finansal ve çevresel kaygılara eşit öncelik verirler. Bu şekilde bireyler, aileler ve topluluklar üzerinde sosyal değer yaratırken çevresel kaynakların da bilinçli kullanımı ve sürdürülebilirliği noktasında fayda sağlarlar (Germak ve Singh, 2010). Diğer bir ifadeyle sosyal girişimciliğin karakteristik özelliği sosyal değer yaratmaya odaklanmak iken kaynakların bilinçli kullanılmasının

desteklemesi ve ekonomik değer yakalamasının ise amacı sürdürme aracı olduğu belirtilebilir. Bahsedilmekte olan sosyal değer kavramından toplumsal bir sorunu çözme veya acil sosyal ihtiyaçlara yanıt vererek toplum için kazanımlar elde etme anlaşılabilir (Alvord, Brown ve Letts, 2004). Ancak bu durumda, sosyal girişimcilerin sosyal misyon tutkusu olmalıdır. Çünkü sosyal girişimcilik, sosyal değişim, sosyal dönüşüm ve sosyal etki gibi kavramlarla da ilişkilendirilen sosyal veya toplumsal bir sorunu çözmeye odaklanan misyon etrafında konumlanmaktadır (Nandan, London ve Bent-Goodley, 2015).

Sosyal Girişimcilik ve Sosyal Hizmet İlişkisi

Sosyal hizmetin doğası gereği, sosyal hizmet uzmanlarının girişimci faaliyetlere tarihsel bir katılımı vardır ve bu tarih sosyal hizmet eğitim programlarında yer almaktadır. Girişimsel faaliyetlerle ilgili 19. yüzyılın sonu ve 20. yüzyılın başları önemli yer tutmaktadır. ABD'de 1890'ların başında yaşanan ekonomik kriz hayırseverlik örgütlerinin ve diğer gönüllü sosyal refah kurumlarının ortaya çıkmasına neden olmuştur. Hızlı sanayileşme, kentleşme ve göçler ile birlikte sosyal sorunlar artmıştır. Artan sosyal sorunları çözmek adına toplum örgütlenmeleri olan yerleşim evleri (settlement house) ve komşuluk merkezleri (neighbourhood center) ortaya çıkmıştır. Samuell Barnet ilk yerleşim evi olan Toynbee Hall (1884)'u kurmuştur. Amerika Birleşik Devletleri'nde 20. yüzyılın başlarında 20 yıllık bir süre boyunca bu amaca hizmet eden 400'den fazla ev geliştirilmiştir. Hull House gibi organizasyonlar dezavantajlı birey ve grupların sosyal, ekonomik ve kültürel ihtiyaçlarını karşılamak için oluşturulmuştur. Bu örgütler, 1900'lü yıllarda sosyal refahın nasıl gerçekleştirildiğini gösteren örneklerdir. İngiltere ve Amerika Birleşik Devletleri'ndeki yerleşim evlerinin sayısının artması ilk dönem sosyal hizmet uzmanlarının çeşitli çağdaş sosyal sorunları karşılamak için yaratıcı organizasyonlar yarattığını göstermektedir. Bu organizasyonların, inovasyon, yaratıcılık, deneme-yanılma ve deneyler yoluyla toplumsal değişimin araçları olduğu belirtilmelidir. Jane Addams ve Mary Richmond gibi sosyal hizmet mesleğinin öncüleri, sosyal, ekonomik ve çevresel adaleti sürdürmek için örgütler oluşturarak sosyal girişimciliği somutlaştırmışlardır. Bugünün sosyal hizmet uzmanları da benzer misyonla çalışmalarını yürütmektedir. Dünya bir dizi ekonomik krizle karşı karşıya kalmaya devam ettikçe sosyal hizmet eğitimi, gelecekteki sosyal hizmet profesyonellerini öncülerinin sosyal girişimci mirasını sürdürmeye hazırlama fırsatına sahiptir (Savaya, Packer, Stange ve Namir, 2008). Çünkü sosyal hizmet uzmanlarının karmaşık, iç içe geçmiş, yoksulluk, ırkçılık, ayrımcılık, sosyal eşitsizlik kaynaklı sorunlarını çözme, bu sorunlara ilişkin yeni çözüm yolları arama ihtiyacı ortaya çıkmaktadır. Artık sosyal hizmetlere ekonomik durgunluklar ve liberal politikalarından dolayı kamu ve özel kesim tarafından destekte önemli düşüşler yaşanmaktadır. Dolayısıyla sosyal hizmet disiplinin bu konuları ele almak için yeni çözümlerle ne tür yeni stratejiler kullanabileceğini anlamaları gerekmektedir (Berzin, 2012).

Amerikan Ulusal Sosyal Hizmet Uzmanları Birliği (NASW)'nin misyonuna ilişkin açıklamaya bakıldığında da bireylerin refahının sağlanmasına dair sosyal hizmetin odağı, sosyal hizmet

uzmanlarının öncü rolleri ve yükümlülüklerine bir takım atıflar yapmaktadır. Bu noktada, sosyal hizmet mesleğinin temel misyonu “*Savunmasız, ezilen ve yoksulluk içinde yaşayan insanların ihtiyaçlarına ve güçlendirilmesine özel önem vererek, insan refahını arttırmak ve tüm insanların temel insani ihtiyaçlarını karşılamaya yardımcı olmaktır. Sosyal çalışmanın tarihi ve belirleyici bir özelliği, mesleğin sosyal bağlamda bireysel refah ve toplumun refahına odaklanmasıdır. Sosyal hizmetin temeli, yaşamda sorunları yaratan, bunlara katkıda bulunan ve bunları ele alan çevresel güçlere dikkat etmektir*” şeklinde açıklanmaktadır (NASW, 2017). Bu açıklamanın sosyal sorunları ele almak için net bir taahhüt verdiği, bağlamsal engellerin ele alınması ve sürdürülebilir değişim vizyonlarının formüle edilmesine vurgu yaptığı ayrıca sosyal girişimci fikirler ve varsayımlarla net bir uyum gösterdiği söylenebilir. Light (2009), sosyal girişimcinin misyonunu ve motivasyonunu sosyal güdümlü, kalıcı, iyimser olarak nitelendirmektedir. Bahsedilen özellikler sosyal hizmet uzmanında aranan temel becerilerin bir başka kavramsal üslupla yansıtılmasıdır. Bu minvalde sosyal hizmet, bireylerin ve toplumun refahını iyileştirmeye yönelik dönüştürücü özelliklere sahiptir. Bu özellikler, sosyal hizmet ve sosyal girişimcilik arasındaki misyon ve değer bakımından potansiyel bağlantılar olduğunu ortaya koymaktadır. Sosyal girişimciler, toplumsal değerler ve ahlaki nedenler de dahil olmak üzere bir dizi motivasyon ve değer tarafından yönlendirilmektedir (Mair ve Noboa 2006; Stephan ve Drencheva 2017).

Germak ve Singh (2010) sosyal girişimciliği, misyonuyla ilişkili olarak bireyler, aileler ve topluluklar üzerinde sosyal etki yaratmak için tasarlanmış çeşitli sürdürülebilir ekonomik faaliyetler uygulayan nispeten yeni bir sosyal hizmet makro uygulaması türü olarak görmektedir. Benzer şekilde Gray, Healy ve Crofts (2003) da sosyal girişimciliğin, toplumsal refahın peşinde ekonomik ve sosyal hedefleri bütünleştiren geniş bir faaliyet yelpazesine atıfta bulunarak sosyal girişimciliği sosyal hizmetin işi olarak kabul etmektedir. Belirtilen ifadelerden yola çıkılarak, sosyal hizmet mesleğinin, sosyal sorunları ele almaya, sosyal değişimi sağlamaya, sosyal sistemleri iyileştirmeye ilişkin amaçlarının ve dezavantajlı, marjinal bireyler ya da topluluklarla ilgili tarihsel misyonunun sosyal girişimcilikle ilgili tartışmalarda önemli bir rol oynamasına neden olabileceği söylenebilir. Değinilen rol, sosyal sorunların çözümü noktasındaki “köktenci” anlayışta yatmaktadır. Diğer bir deyişle hem sosyal hizmet uzmanları hem de girişimci bireyler sorunların temelden çözülmesine aracılık etmektedirler (Apaydın ve Altun, 2021).

Yıldırım ve Tuncay (2019) sosyal hizmet bağlamında irdeledikleri sosyal girişimciliği sosyal inovasyon kavramı ile birlikte ele almıştır. Yazarlar sosyal girişimciliğin, ekonomik sistemlerde serbest piyasanın ön plana çıkması sonucunda ortaya çıktığını ve sürecin toplumsal sistemler ve bireylerin sosyal yaşamını birbirleriyle örüntülünen bir yapıya evirdiğini ifade etmektedir. Son yıllarda kamusal mekanizmaların ve kar amacı güden örgütlerin ekonomik sistemleri harekete geçirmek, gelir ve istihdamı artırmak adına bu tür girişimlere yöneldiği belirtilmektedir. Bu bağlamda, sosyal refahın alışlageldiği üzere salt kamusal yapıların bir yükümlülüğümüğü gibi algılanmaktan çıkıp çeşitlenen bir yapıyla; kooperatif, sendika, mikro-krediler ve sosyal girişimcilik projeleri ile yürütülen girişimlere dönüştüğü söylenmektedir. Gündüz ve Altun (2021), belirtilen sosyal girişimcilik zihniyeti

ile alana yapılacak olan katkıların, sosyal hizmetin uygulama sınırlarını genişleteceğine dikkat çekmektedirler.

Sosyal hizmet uzmanları, çeşitlenen sosyal sorunlara çözüm bulmak adına kimi zaman bireylere yönelik çalışmalar ortaya koyarken çoğu zaman ise topluluklar ve sistemlere yönelik çalışmalar yürütür. Sosyal hizmetin makro uygulamaları kapsamında yöneldiği alanlara bakıldığında, son yıllarda sosyal inovasyon ve sosyal girişimciliğin kayda değer anlamda dikkat çektiği görülmektedir. Germak ve Singh (2010) sosyal hizmet uzmanlarının sosyal sorunlara yönelmeleri açısından sosyal girişimciliğin bir fırsat olacağından söz etmektedir. Bu noktada son yıllarda sosyal hizmet uzmanlarının sosyal girişimciliğe yönelmesinin akademik çalışmaları da bu alana yönlendirdiği belirtilmektedir. NASW (1999)'a göre, sosyal girişimci olmak isteyen sosyal hizmet profesyonellerinin, uygulamalarını etkileyen etik hususlara da dikkat etmeleri önemli olarak görülmektedir. Bu noktada sosyal hizmetin, etik ve değerler yönüne dikkat çekilmektedir. Sosyal girişimcilik uygulayıcısı bir sosyal hizmet uzmanının, Ulusal Sosyal Hizmet Uzmanları Demeği Etik Kurallarına uymalarının bir zorunluluk olduğu ifade edilmiştir.

Sosyal girişimcilik uygulamasında doğrudan maddi süreçler söz konusu olduğu için, bir takım etik sorunların doğabilmesi muhtemeldir. Başlangıçta sosyal girişimcilik uygulamasında karşılaşılan etik ikilemlerin NASW (1999)'ın Etik Standartlarında yer alan 'müracaatçılara bağlılık' ve 'hizmetler için ödeme' başlıklarını içerdiği ifade edilirken, günümüzde sosyal girişimcilik alanının büyümesi ile birlikte daha fazla sosyal hizmet uzmanının girişimci faaliyetlere katıldığı ve daha fazla etik ikilemlerin ortaya çıkacağı ön görülmektedir.

Bilindiği üzere sosyal hizmet uzmanının öncelikli odağı müracaatçısının üstün yararıdır. Sosyal girişimci bir sosyal hizmet uzmanının bu odağın yanında fon kaynakları, devlet düzenleme kurumları, medya vb. gibi ilave birçok paydaşa yanıtlar vermesi gerekmektedir (Germak ve Singh, 2010).

Gummer (1997)'a göre, sosyal girişimcilik alanında çalışan sosyal hizmet uzmanları için önemli etik çelişkiler bulunmaktadır. Örneğin, bu çelişkilerden biri, sosyal girişimcilik sürecindeki sosyal hizmetin öncelikle müracaatçılara karşı sorumlu olduğu fikrinin hem gerçekçi hem de istenmeyen bir durum olabilme ihtimalidir. Bu noktada sosyal hizmet yönetiminin karmaşıklığı göz önüne alındığında, sosyal girişimcilik alanında çalışan sosyal hizmet uzmanlarının müracaatçılara ve dış paydaşlara olan taahhütlerini eşzamanlı olarak dengelemek için samimi bir çaba sarf etmelerinin bir gereklilik olduğu vurgulanmaktadır.

Sosyal girişimlerdeki ikilemleri ele almak için, sosyal girişimcilik alanında çalışan sosyal hizmet uzmanlarının müracaatçılara olan bağlılığını periyodik olarak gözden geçirecek bir komite kurmanın akıllıca olacağı belirtilmektedir. Aksi durumda böyle önleme başvurulmazsa karşılıklı taahhüt dengeli de olsa girişimcinin sosyal girişimciliğin sosyal yönünü gözden kaçırma riskiyle karşı karşıya kalabileceği ifade edilmektedir (Germak ve Singh, 2010).

Kurzman (2000)'a göre, sosyal girişimciliği de içeren geleneksel sosyal hizmet dışındaki yeni diye ifade edilebilecek bir takım alanlar yalnızca belirlenen etik kurallara uymakla kalmamalı, aynı zamanda 'savunuculuk ve eşitlik ilkelerinin altını çizen normatif bir ahlak disiplini' oluşturmalıdır.

SONUÇ

Sosyal hizmet bilimi ve mesleğinin birincil misyonu; savunmasız, ezilen ve/ve ya yoksulluk içinde yaşayan insanların ihtiyaçlarına ve güçlenmesine özel önem vererek, insan refahını artırmak ve tüm insanların temel insan ihtiyaçlarını karşılamaya yardımcı olmaktır. Sosyal hizmetin tarihi ve tanımlayıcı olan bu özelliği, mesleğin sosyal bağlamda bireysel refaha ve toplumun refahına odaklanmasını bir zorunluluk olarak görmektedir. Bu bağlamda sosyal hizmetin temeli, yaşamdaki sorunları yaratan, bunlara katkıda bulunan ve bunları ele alan çevresel sistemlere dikkat etmektir (NASW, 2008). Bu tanım, sosyal hizmete sosyal sorunları ele almak için açık bir taahhüt ve misyon yüklemektedir. Ayrıca tanımda, bağlamsal engellerin ele alınması ve sürdürülebilir değişim vizyonlarının formüle edilmesine de vurgu yapılmaktadır. Bu noktada mesleğin unsurlarının sosyal girişimcilik fikirleri ve varsayımları ile açık uyum gösterdiği bir gerçekliktir. Light (2009), sosyal girişimcinin misyonunu ve motivasyonunu toplumsal odağa yönlendirilmiş, ısrarcı ve iyimser çabalar olarak açıklamakta ve aynı özelliklerin birçok sosyal hizmet uzmanının da sahip olduğu yetenekler olarak ifade edilebileceği belirtilmektedir. Bilindiği üzere sosyal hizmet bireylerin ve toplumun refahının iyileştirilmesi bağlamında çalışır ve açıkça dönüştürücü bir misyona sahiptir. Bu özellikler, sosyal hizmet ve sosyal girişimcilik arasında misyon ve değer açısından potansiyel bağlantılar olduğunu açıkça ortaya koymaktadır.

Sosyal girişimcilik alanında çalışan sosyal hizmet uzmanlarının dünyanın farklı bölgelerinde gerçekleştirmiş oldukları örnek faaliyetler söz konusudur. Sosyal hizmet uzmanlarının girişimciliğe katılma ve sosyal sorunları dönüştürücü bir şekilde ele alma potansiyelini ortaya koyan bir örnek El Paso County, Colorado, Amerika Birleşik Devletleri'nde sosyal hizmet uzmanı David Berns tarafından kurulan sosyal girişim, refah ve çocuk refahı arasındaki bağlantıyı tamamen yeniden canlandırarak şekilde dönüştürmüştür (Hutson, 2003). Sosyal hizmet uzmanı Michael Sherraden'ın kaynak oluşturma üzerine planladığı sosyal girişim, ABD'deki düşük gelirli insanlar arasında tasarruf ve varlık birikimini desteklemek için bir mekanizma yaratmıştır (McKeman ve Sherraden, 2008). Sosyal hizmet uzmanı Antonia Pantojo, Porto Rikolu ve diğer Latin gençleri için kendi kendine yeterliliği ve daha yüksek hedefleri teşvik etmeye yönelik bir hareketi teşvik eden dönüşüm örgütleri olan Ulusal Porto Riko Forumu ve ASPIRA Derneği'ni kurmuştur (ASPIRA Foundation, 2020). Bu örnekler her ne kadar sosyal girişimciliğin geleneksel yapısının dışındaymış gibi konumlanıyor olsalar da, sosyal girişimcilik ve sosyal hizmet arasındaki doğal uyumu güçlendirmeye yardımcı olan önemli örnekler olarak değerlendirilmektedir (Berzin, 2012).

Sosyal girişimci eylemlerde bulunmak isteyen sosyal hizmet profesyonellerinin, sosyal girişimleri başarılı bir şekilde başlatmak ve yürütmek için bir takım becerilere sahip olmaları gerekmektedir. Bu

becerilerden bazıları; yasal beceriler, uygulama becerileri, bilgi teknolojilerine hakimiyet becerileri, bütçe yönetim becerileri olarak sıralanabilir (Nandan, London ve Bent-Goodley, 2015).

Sosyal açıdan değişim içeren, gelişmiş programlar ve girişimler tasarlanmanın önemli bir ayağı bütçelendirilmedir. Bu sebeple sosyal girişimcilik alanında çalışan sosyal hizmet uzmanları ve diğer profesyoneller herhangi bir süreç başlatmadan önce, halihazırda var olan programların, organizasyonların, kaynakların neler olduğunu tespit etmelidir. Buna ilave olarak girişime ve bütçelendirmeye yönelik topluluktaki tutumların ve değişime olan inancın sorgulaması da elzem olarak görülmektedir (Tedmanson ve Guerin, 2011). Tüm bahsi geçen çalışmaları yürütürken sosyal girişimcilik ve kurum içi girişimcilik süreçlerinde sosyal hizmet uzmanlarının makro uygulama becerilerini ve alan bilgilerini kullanmaları bir gereklilik olarak öne çıkmaktadır (Germak ve Singh, 2010).

İşletme gibi alanlarda sosyal girişimcilik eğitimi lisans düzeyinde yapılandırılan derslerle sürdürülmektedir. Bu derslerin öğrencilere mezuniyet sonrası olası sosyal girişimcilik serüvenlerinde hırs, motivasyon, eleştirel ve analitik düşünme, sosyal aktivizm gibi bir takım becerileri kazandırdığı ifade edilmektedir. Sosyal hizmet akademisyenleri, sosyal girişimciliği büyük ölçüde görmezden gelse de, alanda yeni yeni hareketlenmeler izlenmektedir. Örneğin, yapılan müfredat incelemelerinde günümüzde birkaç sosyal hizmet okulunun sosyal girişimcilik dersleri vermeye başladığı görülmüştür. Bu sosyal hizmet okullarına St. Louis Washington Üniversitesi George Warren Brown Sosyal Hizmet Okulu, Central Florida Üniversitesi Sosyal Hizmet Okulu, Boston College Sosyal Hizmet Enstitüsü, Urbana-Champaign Illinois Üniversitesi Sosyal Hizmet Okulu örnek gösterilebilir. Bu birkaç istisna okul dışında dünya genelinde sosyal hizmet alanında sosyal girişimcilik derslerine pek de yer verilmediği görülmektedir. Genellikle bu ders, işletme, çalışma ekonomisi veya kamu yönetimi bölümlerinin alanı gibi kabul görmektedir. Halbuki sosyal girişimcilik alanı belli birkaç alanla sınırlandırılmayacak kadar kapsamlı bilgiler ve çalışmalar içermektedir. Bu bakımdan sosyal hizmet bilimi ve mesleğinin, sosyal girişimcilik eğitim ve uygulamasında kritik bir rol oynayacağı düşünülmektedir. Örneğin, sosyal hizmet uzmanları sosyal girişimcilik konusunu ele alırken kültür, toplum katılımı, sosyal adalet ve ezilen nüfuslarla çalışma gibi önemli konuları dikkate alacak bir eğitim alt yapısına sahip olarak yetiştirilmektedir (Nandan, London ve Bent-Goodley, 2015). Bu bağlamda sosyal hizmet akademisyenlerinin, sosyal girişimcilik alanına ilişkin dersler vermeleri, kurslar planlamaları ve programlar geliştirmeleri gerekmektedir. Bu noktada sosyal hizmet akademisyenlerinin söz konusu çalışmaları gerçekleştirecek bilgi, beceri ve altyapıya sahip oldukları düşünülmektedir (Nandan ve Scott, 2013). Gelecekte sosyal hizmet biliminin ve mesleğinin sosyal girişimcilik süreçlerinde etkinlik alanını artıracak olduğu düşünülmektedir. Nitekim sosyal girişimcilik bağlamında sosyal hizmet, bireylerin kendilerini ekonomik olarak gerçekleştirmelerinin yanında özgürleşme, benlik saygısı ve topluma katılım alanlarında da gelişimi sağlamayı mesleki bir misyon olarak taahhüt etmektedir.

YAZAR KATKI ORANI BEYANI

Yazarlar çalışmaya eşit oranda katkı sağlamıştır.

ÇATIŞMA BEYANI

Herhangi bir potansiyel çıkar çatışması bulunmamaktadır.

KAYNAKÇA

- Abu-Saifan, S. (2012). Social entrepreneurship: definition and boundaries. *Technology innovation management review*, 2(2).
- Akbulaev, N., Ahmedov, T., ve Aliyev, Y. (2017). Yoksulların bankası: Grameen Bank. *Uluslararası Türk Kültür Coğrafyasında Sosyal Bilimler Dergisi*, 2(1), 56-70.
- Alvord S. H., Brown L. D., ve Letts C. W. (2004). Social entrepreneurship and societal transformation. *Journal of Applied Behavioral Sciences* 40(3):260–282. <https://doi.org/10.1177/0021886304266847>.
- ASHOKA TÜRKİYE (2020). Ashoka nedir ve amaçları nelerdir?. Erişim adresi: <http://ashokaturkiye.org/>.
- ASPIRA Foundation (2021). ASPIRA is more than an organization, ASPIRA is a Movement! Retrieved from: <https://aspira.org/about-us/>
- Apaydın, E., ve Altun, F. Sosyal Girişimcilik ile Sosyal Hizmet Arasındaki İlişkinin Değerlendirilmesi. *OPUS Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, 18(39), 1-1.
- Barendsen, L., ve Gardner, H. (2004). Is the social entrepreneur a new type of leader?. *Leader to leader*, 2004(34), 43.
- Bayraktutan, Y., ve Akatay, M. (2012). Kentsel yoksulluk ve mikro finansman: Kocaeli örneği. *Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, (24), 1-34.
- Bayulgen, O. (2008). Muhammad Yunus, Grameen Bank and the Nobel Peace Prize: What political science can contribute to and learn from the study of microcredit. *International Studies Review*, 10(3), 525-547.
- Berzin, S. C. (2012). Where is social work in the social entrepreneurship movement? *Social Work* 57(2), 185–188. doi:10.1093/sw/sws004.
- Bornstein, D. (2007). How to change the world: Social entrepreneurs and the power of new ideas. Oxford University Press.
- Bowen, H. R. (2013). Social responsibilities of the businessman. University of Iowa Press.
- Brueggemann, W. G. (2013). The practice of macro social work. Nelson Education.
- Center for Advancement of Social Entrepreneurship (CASE) (2008). Developing the field of social entrepreneurship report from CASE, Duke University, Fuqua School of Business, June.
- Choi, N., ve Majumdar, S. (2014). Social entrepreneurship as an essentially contested concept: Opening a new avenue for systematic future research. *Journal of business venturing*, 29(3), 363-376.
- Dacin, P. A., Dacin, M. T., ve Matear, M. (2010). Social entrepreneurship: Why we don't need a new

- theory and how we move forward from here. *Academy of Management Perspectives*, 24(3), 37–57.
- Day, P. (2006). Young, gifted and not for profit. Retrieved from: http://newsvote.bbc.co.uk/mpapps/pagetools/print/news.bbc.co.uk/1/hi/business/4939642_
- Dees, J. G. (2001). The meaning of social entrepreneurship. Erişim adresi: <https://entrepreneurship.duke.edu/news-item/the-meaning-of-social-entrepreneurship/>
- Dees, J.G., Emerson, J., ve Economy, P. (2002). Strategic tools for social entrepreneurs: enhancing the performance of your enterprising non-profit, John Wiley & Sons, New York.
- Diochon, M., ve Anderson, A. (2011). Ambivalence and ambiguity in social enterprise, narratives about values in reconciling purpose and practices. *International Entrepreneurship and Management Journal* 7, 93–109. doi: 10.1007/s11365-010-0161-0.
- Economist (2005, November 3). Survey: The hidden wealth of the poor. Retrieved from: http://www.economist.com/node/5079324_
- Fernando, R. (2015). Social work and social entrepreneurship: Opportunities for synergy and social change. *Journal of Baccalaureate Social Work*, 20(1), 189-198.
- Fowler, A. (2000). NGOs as a moment in history: beyond aid to social entrepreneurship or civic innovation?, *Third World Quarterly*, Vol. 21, No. 4, pp. 637-654.
- Global Entrepreneurship Monitor United Kingdom Project (2006). Social entrepreneurship report. Retrieved from: <https://socialinnovationexchange.org/insights/social-entrepreneurship-monitor-2006>
- Germak, A., ve Singh, K. (2010). Social entrepreneurship: changing the way social workers do business. *Administration in Social Work* 34(1), 79–95. doi:10.1080/03643100903432974.
- Gray, M., Healy, K., ve Crofts, P. (2003). Social enterprise: is it the business of social work?. *Australian Social Work*, 56(2), 141-154.
- Gummer, B. (1997). Is the code of ethics as applicable to agency executives as it isto direct service providers? No. In E. Gambrell & R. Pruger (Eds.), *Controversial issues in social work ethics, values, and obligations* (pp. 143–150). Boston: Allynand Bacon.
- Gündüz, A., ve Altun, F. (2021). Sınırlılıkları Açısından Sosyal Girişimcilik ve Sosyal Hizmet. *Sağlık ve Sosyal Refah Araştırmaları Dergisi*, 3(1), 46-50.
- Haugh, H. (2005). A research agenda for social entrepreneurship, *Social Enterprise Journal*, Vol. 1, No. 1, pp. 1-12.
- Haugh, H. (2007). Community-led social venture creation, *Entrepreneurship: Theory & Practice*, Vol. 31, No. 2, pp. 161-182.
- Hibbert, S., Hogg, G., ve Quinn, T., (2002). Consumer response to social entrepreneurship: the case of the big issue in Scotland”, *International Journal of Non-profit & Voluntary Sector Marketing*, Vol. 7, No. 3, pp. 288-301.
- Hutson, R. (2003). A vision for eliminating poverty and family violence: Transforming child welfare

- and TANF in El Paso County, Colorado. Washington, DC: Center for Law and Social Policy.
- Institute for Social Entrepreneurs (2002). A Glossary of Useful Terms, The Institute for Social Entrepreneurs, Retrieved from: www.socialent.org/pdfs/GLOSSARY.pdf.
- Kurzman, P. A. (2000). Bakalinsky's conundrum: Should social workers practice in the world of work? *Administration in Social Work*, 23(3/4), 157–161.
- Lasprogata, G., ve Cotton, M., (2003). Contemplating enterprise: the business and legal challenges of social entrepreneurship, *American Business Law Journal*, Vol. 41, No. 1, pp. 67-113.
- Leadbeater, C. (2006). The socially entrepreneurial city, in A. Nicholls (ed.), *Social Entrepreneurship: New Models of Sustainable Social Change*, Oxford University Press, Oxford, 233-246.
- Light, P. C. (2009). Social entrepreneurship revisited. *Stanford Social Innovation Review*, 7, 21–22.
- Linton, K. F. (2013). Developing a social enterprise as a social worker. *Administration in Social Work* 37(5), 458–470. doi:10.1080/03643107.2013.828000.
- Mair, J., ve Noboa, E. (2003). Social entrepreneurship: how intentions to create a social enterprise get formed, Working Paper No. 521, September, IESE Business School, University of Navarra (Spain).
- Mair, J., ve Marti, I. (2004). Social entrepreneurship: what are we talking about? a framework for future research, Working Paper No. 546, IESE Business School, University of Navarra (Spain).
- Mair, J., ve Marti, I. (2006). Social entrepreneurship research: A source of explanation, prediction, and delight. *Journal of world business*, 41(1), 36-44.
- Martin, R., ve Osberg, S. (2007). Social entrepreneurship: the case for definitions, *Social Innovation Review*, Vol. 5, No. 2, pp. 28-39.
- McKernan, S. M., ve Sherraden, M. (2008). *Asset building and low-income families*. Washington, DC: Urban Institute Press
- Nandan, M., ve Scott, P. A. (2013). Social entrepreneurship and social work: The need for a transdisciplinary educational model. *Administration in Social work*, 37(3), 257-271.
- Nandan, M., London, M., ve Bent-Goodley, T. (2015). Social workers as social change agents: Social innovation, social intrapreneurship, and social entrepreneurship. *Human Service Organizations: Management, Leadership & Governance*, 39(1), 38-56.
- National Association of Social Workers (1999). NASW's code of ethics. Retrieved from: <http://www.ncsss.cua.edu/Docs/NASWCodeofEth-ics.pdf>
- National Association of Social Workers (2008). Code of ethics of the National Association of Social Workers. Retrieved from: <http://www.socialworkers.org/pubs/code/default.asp>
- National Association of Social Workers (2017). Code of ethics of the National Association of Social Workers. Retrieved from <https://www.socialworkers.org/pubs/%20code/default.asp>
- Nicholls, A. (2006). Introduction: The meanings of social entrepreneurship. In A. Nicholls (Ed.), *Social entrepreneurship: New paradigms of sustainable social change* (pp. 136). Oxford: Oxford University Press.

- Nicholls, A. (2010). The legitimacy of social entrepreneurship: Reflexive isomorphism in a pre paradigmatic field. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 34(4), 611-633. doi:10.1111/j.1540-6520.2010.00397.x.
- Peredo, A. M., ve McLean, M. (2006). Social entrepreneurship: A critical review of the concept. *Journal of world business*, 41(1), 56-65.
- Perrini, F. (2006). The new social entrepreneurship. What Awaits Social Entrepreneurship Ventures?, Edward Elgar Publishing, Cheltenham.
- Pomerantz, M. (2003). The business of social entrepreneurship in a 'down economy', *Business*, Vol. 25, No. 2, pp. 25-28.
- Roberts, D., ve Woods, C. (2005). Changing the world on a shoestring: The concept of social entrepreneurship. *University of Auckland business review*, 7(1), 45-51.
- Roger, M.L., ve Osberg, S. (2007). Social entrepreneurship: the case for definition, *Stanford Social Innovation Review*. Spring.
- Roma Foundation (2021). A small notion of kindness. Retrieved from: <https://www.romaboostpoverty.org/our-story>
- Savaya, R., Packer, P., Stange, D., ve Namir, O. (2008). Social entrepreneurship: Capacity building among workers in public human service agencies. *Administration in Social Work* 32(4), 65-86. doi:10.1080/03643100802293840.
- Seelos, C., ve Mair, J. (2005), Social entrepreneurship: creating new business models to serve the poor, *Business Horizons*, Vol. 48, No. 3, pp. 241-246.
- Sharir, M., ve Miri, L. (2005), Gauging the success of social ventures initiated by individual social entrepreneurs, *Journal of World Business*, Article in Press, ss.1-15.
- Sullivan Mort, G., Weerawardena, J., ve Carnegie, K. (2003), Social entrepreneurship: towards conceptualization, *International Journal of Non-profit and Voluntary Sector Marketing*, Vol. 8, No. 1, pp. 76-88.
- Ten Thousand Villages (2021). Maker to market. Retrieved from: <https://www.tenthousandvillages.com/about-us>
- The Institute for One World Health Institute (2021). Field notes news and updates from the ground. Retrieved from: <https://oneworldhealth.com/field-notes/>
- Tan, N. T. (2004). Social entrepreneurship: Challenge for social work in a changing world. *Asia Pacific Journal of Social Work & Development* 14(2), 87-98.
- Tan, W. L., Williams, J., ve Tan, T. M. (2005). Defining the 'social' in 'social entrepreneurship': Altruism and entrepreneurship. *The International Entrepreneurship and Management Journal*, 1(3), 353-365.
- Thompson, J. L., (2002). The world of the social entrepreneur, *The International Journal of Public Sector Management*, 15(5), 412-431.
- Türkiye Grameen Mikrofinans Programı (TGMP) (2020). Faaliyet raporları. Erişim adresi:

<http://tgmp.net/tr/sayfa/faaliyet-raporlari/310/0>

- Weerawardena, J., ve Mort G. (2006). Investigating social entrepreneurship: a multidimensional model. *Journal of World Business*, Vol. 41, No. 1, pp. 21-35.
- Yıldırım, B., ve Tuncay, T. (2019). Sosyal inovasyonun ve sosyal girişimciliğin sosyal hizmet mesleğinin geleceğindeki rolü. *Hacettepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 37(1), 169-188.