

## **BİR SOSYAL DEĞİŞİM KATALİZÖRÜ OLARAK SOSYAL GİRİŞİMCİLİK**

**Beyza Gökçin KATI**

*Bezmiâlem Vakıf Üniversitesi, İstanbul*  
*beyza\_gokcin@hotmail.com, ORCID: 0000-0002-6581-5513*

**Kerem TOKER**

*Bezmiâlem Vakıf Üniversitesi, İstanbul*  
*ktoker@bezmialem.edu.tr, ORCID: 0000-0002-1904-1406*

### **ÖZ**

*Bu çalışmanın amacı, sosyal girişimcilik kavramını incelemek, tartışmak ve uygulama örnekleri ile sosyal girişimcilik alanında farkındalık yaratmaktır. Bu amaçla, çalışmada ilk olarak literatür incelenmiş ve sosyal girişimcilik kavramının farklı anlamları tartışılmıştır. Ayrıca, sosyal girişimciliğin amacı, önemi, boyutları ve faaliyet alanları açıklanmıştır. Ardından, geleneksel girişimcilik ve sosyal girişimcilik arasında karşılaştırma yapılmıştır. Sosyal girişimciliğe yönelik yapılan eleştiriler, sosyal girişimcilik eğitimi ve toplumda oluşan sosyal etki incelenmiştir. Sonrasında ise, Türkiye'deki sosyal girişimcilik uygulamaları detaylı anlatım ve örneklerle açıklanmıştır. Elde edilen sonuçlar, Türkiye'deki sosyal girişimcilik faaliyetlerinin 2000 yılından sonra artış gösterdiğini fakat kavramın herkes tarafından bilinmediğini ve bir kavram karmaşası yaşandığını göstermektedir. Son olarak, günümüzde sosyal girişimcilik, işletmeler ve bireyler bazında desteklenmektedir. Yapılan projelerle birlikte sosyal girişimcilik alanı daha da gelişmekte ve başta gençler olmak üzere sosyal girişimciliğe yönelen girişimci sayısında artış görülmektedir.*

**Anahtar Kelimeler:** Sosyal girişimcilik, Sosyal refah, Sosyal girişimcilik örnekleri  
**JEL Kodları:** D60, L30, L31

### **SOCIAL ENTREPRENEURSHIP AS A SOCIAL CHANGE CATALYST**

#### **ABSTRACT**

*This study aims to examine and discuss the concept of social entrepreneurship and to create an awareness in this field with application examples. For this purpose, the literature was first examined, and different meanings of social entrepreneurship were discussed. Also, the purpose, importance, dimensions, and activity areas of social entrepreneurship are explained. Next, a comparison is made between traditional entrepreneurship and social entrepreneurship. The criticisms made on the topic, the education of social entrepreneurship, and the social impact on society have been examined. Later on, social entrepreneurship practices in Turkey are explained by detailed descriptions and examples. The results show that social entrepreneurship activities in Turkey increased after 2000. Still, the concept is not known by everyone, and there is conceptual confusion. Finally, today social entrepreneurship is supported based on businesses and individuals. With the projects carried out, social entrepreneurship field develops even more, and the number of entrepreneurs, especially the youth, is increasing.*

**Keywords:** Social entrepreneurship, Social welfare, Social entrepreneurship examples  
**JEL Codes:** D60, L30, L31

## 1. GİRİŞ

Açlık, yoksulluk, işsizlik, salgın hastalıklar ve çevre kirliliği gibi küresel sorunlar giderek artmaktadır. Kamu ve özel sektör organizasyonları artan bu sorunlara çözüm bulmada yetersiz kalmakta ve toplumun beklentilerini karşılayamamaktadır. Bu bağlamda son yıllarda sosyal girişimler, toplumsal sorunların çözümüne katkı sunan organizasyonlar olarak ortaya çıkmıştır.

Sosyal girişimler, kâr amacı gütmeyen, sosyal risklerin farkına varıp fırsatları değerlendiren, sosyal sorunlara çözüm bulabilen ve sosyal değer yaratan organizasyonlardır. Konvansiyonel girişimcilik veya ticari girişimcilikten farklı olarak sosyal girişimcilik (SG), faaliyetleri sonucunda kâr elde etmeyi amaçlamamaktadır. SG tamamen toplumsal sorunlara odaklanır ve tüm faaliyetlerini bu sorunları çözmek için gerçekleştirir. Bununla birlikte sosyal girişimler, devletin ve bağışçıların yardımları ve destekleriyle kendilerine kaynak sağlar. Sosyal girişimcilerin amacı maddi kazanç veya kâr elde etmek olmasa da faaliyetleri sonucunda kazanç ve kâr elde ederler. Sosyal girişimciler elde ettikleri bu kazancı kendileri için değil, sosyal misyonlarını gerçekleştirmek için yeniden sosyal girişimleri için kullanır. Bu sayede sosyal girişimler örgütsel sürdürülebilirliklerini sağlar ve geliştirir.

Birçok yazar sosyal girişimcileri “toplumsal değişim ajanı” olarak adlandırmaktadır. Sosyal girişimciler topluma katkı sağladıkları için pozitif imaja sahiptir. Bu sayede kendilerini topluma tanıtıp pek çok gönüllünün/hayırseverin desteğini kazanırlar. Sosyal girişimlerin büyümesi toplumsal değişimi de beraberinde getirir. Bu değişimler arasında, insanların sosyal sorumluluklarının farkına varması ve bilinçlenmesi, sosyal etki artışı, sürdürülebilirliğin sağlanması, istihdam ve kalkınmanın artması gibi gelişmeler sıralanabilir.

Toplumda SG hakkında oluşacak bilgi birikimi ve farkındalık söz konusunu pozitif sosyal değişimlerin artmasına yardımcı olmaktadır. Bu çerçevede çalışmada, SG'nin önemi, amaçları açıklanmış, topluma sağladığı katkıların ve gerçekleştirdiği faaliyetlerin analizi yapılmıştır. Güncel SG örneklerinin tartışılmasıyla birlikte kavram hakkında yeni içgörülerin geliştirilmesi ve sosyal sorunların çözümüne teorik katkı sunulması hedeflenmektedir. Bu doğrultuda çalışmada öncelikle girişimcilik ve SG kavramları açıklanacaktır.

## 2. GİRİŞİMCİLİK KAVRAMI VE SOSYAL GİRİŞİMCİLİK

Girişimcilik, sanayi devriminden bu yana gittikçe önem kazanmış ve her kesimin üzerinde durduğu önemli konulardan biri olmuştur. Girişimciliğin farklı kesimler tarafından ele alınması ve farklı boyutlarının incelenmesi, bu kavramın farklı açılardan değerlendirilmesine ve böylece farklı tanımların ortaya çıkmasına neden olmuştur (Pehlivanoğlu ve Kayan, 2019). Paksoy ve diğer. (2019) göre girişimcilik, bir fikrin değere sahip bir ürüne ya da hizmete dönüştürülmesi ve bu ürün veya hizmeti pazara sunmak amacıyla bir organizasyonunun oluşturulması sürecidir. Pehlivanoğlu ve Kayan'a (2019) göre girişimcilik, bireylerin ekonomideki faaliyetleriyle ilgilidir. Girişimcilik, mikroekonomik faaliyetler ile makroekonomik sonuçlar olarak bireyselliği toplumsal seviyeye yükseltmektir. Reyhanoğlu ve Akın (2012), bir girişimcinin sosyal ve ekonomik amaçlarıyla ilgili iki teori olduğunu ifade etmektedir. Ekonomik teoride, girişimcinin yeni fırsatlara ihtiyaç duyarak, uzun vadede sürdürülebilirliğini sağlamak ve pazarda rekabet etmek için ekonomik amaçlar göz önünde bulundurması gerekmektedir. Sosyal teoride ise girişimcilik, toplumdaki sosyal sorunları görür ve ekonomik fayda yaratacak şekilde bu sorunların çözümlerini fırsata dönüştürür.

Bireyleri girişimciliğe iten farklı nedenler sonucunda; fırsat girişimciliği, kamu girişimciliği, özel girişimcilik, karma girişimcilik, yabancı girişimcilik, yenilikçi girişimcilik ve sosyal girişimcilik gibi birçok girişimcilik türü ortaya çıkmıştır. Bu girişimcilik türlerinin tanımları Tablo 1’de gösterilmektedir.

**Tablo 1.** Girişimcilik Türleri ve Tanımları

Girişimcilik Türü	Tanım
Fırsat Girişimciliği	Mevcut ve potansiyel pazarlardaki değişimlerin getirdiği fırsatları görerek pazarlarda satış yapmak amacıyla oluşan girişimciliktir.
Kamu Girişimciliği	Kamu alanında hizmet veren, kamunun kaynak ve yetkisini kullanan girişimciliktir.
Özel Girişimcilik	Sermayenin tamamının girişimciye ait olduğu, özel kişiler tarafından kurulup, işletilen işletmelerdeki girişimcilik türüdür.
Karma Girişimcilik	Sermayenin özel ve kamu tarafından paylaşıldığı girişimcilik türüdür. Kamu-özel ortaklığı da denilebilmektedir.
Yabancı Girişimcilik	Farklı ülke vatandaşlarının mülk sahibi olduğu girişimcilik türüdür. Bu girişimciler kimi zaman kendi işletmelerini kurar, kimi zamansa başka işletmelerle işbirliği yapar.
Yenilikçi Girişimcilik	Pazarlardaki değişimi takip ve analiz eden, yeni fikirler bulan ya da halihazırda bulunan fikir veya hizmetleri iyileştiren girişimcilik türüdür.
Sosyal Girişimcilik	Kâr amacı güden ve gütmeyen işletmelerin ekonomik değil, sosyal fayda güderek gerçekleştirdikleri faaliyetleri kapsayan bir girişimcilik türüdür.

**Kaynak:** Tablo yazarlar tarafından hazırlanmıştır.

Tablo 1’de görüldüğü gibi fırsat girişimciliği, mevcut ve potansiyel pazarlardaki değişimlerin getirdiği fırsatların görülerek pazarlarda satış yapma amacı ile oluşmuş bir girişimcilik türüdür. Kamu girişimciliği, kamu kaynaklarını ve yetkilerini kullanarak gerçekleştirilen girişimcilik türüdür. Özel girişimcilik, sermayenin tamamının girişimciye ait olduğu, özel girişimciler tarafından kurulan ve işletilen işletmelerdeki girişimcilik türüdür. Karma girişimcilik, kamu-özel ortaklığı da denilebilen, sermayenin özel ve kamu tarafından paylaşıldığı girişimcilik türüdür. Yabancı girişimcilik, farklı ülke vatandaşlarının mülk sahibi olduğu girişimcilik türüdür. Bu yabancı girişimciler isterlerse kendi işletmelerini kurabilir, isterlerse de başka işletmelerle işbirliği yapabilmektedir. Yenilikçi girişimcilik, pazarlardaki değişimi takip ve analiz eden, yeni fikirler bulan ya da halihazırda bulunan fikir veya hizmetleri iyileştiren girişimcilik türüdür (Bayraktar, 2008; Türkeş, 2017).

Toker’e (2020) göre SG, toplumsal fayda üretmek için sosyal alanda çalışan özel işletmelerin, gönüllülerin, kamu kurumlarının ve kâr amacı gütmeyen kuruluşların çalışmalarını tanımlamak için kullanılan bir kavramdır. Rahim ve Mohtar (2015) sosyal girişimcileri, kıt kaynakları yaratıcı şekilde kullanarak toplumsal sorunlar için yenilikçi çözümler üreten problem çözücüler olarak tanımlamıştır. Carragher ve diğer. (2016) göre sosyal girişimciler, sosyal ekonomi içindeki belli sorunları çözmekle ilgili hedeflerinin peşinden gider. Ticari girişimcilerle aynı özelliklere sahip olsalar da sosyal girişimciler ticari ihtiyaçlardan daha çok sosyal ihtiyaçlarla



yaratmaktır. Sermayeleri genellikle sattıkları ürün ve hizmetlerden oluşmakla birlikte gönüllülerin yapmış olduğu bağışlardan da sermaye elde ederler. İşgücünü gönüllüler ve piyasa ücretinin altında ücretle çalışanlar, tedarik faaliyetlerini ise sosyal girişime yapılan özel indirimlerle ve bağışlarla gerçekleştirirler.

### **3. SOSYAL GİRİŞİMCİLİĞİN AMAÇLARI FAYDALARI VE ÖNEMİ**

Sosyal girişimci, toplumun önemli bir kesimine veya toplumun tamamına yönelik büyük ölçekli dönüşümsel fayda biçimindeki değeri yaratmayı hedefler (Martin ve Osberg, 2007). Bununla birlikte, sosyal girişimciler amaçladıkları sosyal değeri daha üstün bir şekilde sunma fırsatlarını fark etme ve bunlardan yararlanma konusunda mükemmeldir. Ayrıca sosyal girişimciler, ticari girişim ortamında sergilenen risk alma, yenilikçilik ve proaktiflik gibi davranışları da sergiler (Peredo ve McLean, 2006). Kırılmaz'a (2013) göre sosyal girişimciler, sosyal girişimlerinde yenilikçi veya istisnai liderlik davranışları sergiler ve söz konusu liderlik davranışları sosyal organizasyonların bağlamına iyi yönlendirilebilir. Ayrıca, SG faaliyetleri bir organizasyonun sosyal misyonunu gerçekleştirmesine izin veren sürdürülebilir bir rekabet avantajı elde etmesiyle sonuçlanır (Sullivan Mort ve diğer., 2003). Şeker'e (2012) göre sivil toplum kuruluşlarının (STK) faaliyetlerinin artması, özel sektörün SG faaliyetlerine katılması, çalışma hayatında oluşan değişiklikler ve hayırseverlik yaklaşımındaki değişiklikler SG'nin önemini artmasını sağlayan etkenlerdir.

#### **3.1. Sosyal Girişimciliğin Boyutları**

SG'nin boyutları genel olarak altı başlıkta açıklanabilir. Kırılmaz (2014) bu boyutları; sosyal içerikli vizyon ve misyon sahibi olmak, yenilikçi olmak, kaynak yaratmak ve sürdürülebilirliği sağlamak, sosyal ağları kullanmak, sosyal değer yaratmak ve fırsatları görmek olarak sıralamıştır.

##### **3.1.1. Sosyal Vizyon ve Misyon**

Sosyal girişimciler olayları geniş çerçevede görür, değerlendirir ve analiz eder. Çünkü sosyal girişimci, tüm ekonomik ve sosyal sistemi bilecek ve çözecek bir istek, vizyon ve kararlılığa sahiptir. Bu vizyon ve kararlılığa sahip bir sosyal girişimci, sosyal fayda elde etmek amacıyla çalışma, toplumsal ihtiyaçları farketme ve karşılama ve SG'ye etkisi olan çevresel faktörlerin tanımlanması üzerine yoğunlaşmaktadır (Yeşil ve diğer., 2020). Sosyal misyon ise sosyal girişimcileri motive eder ve faaliyetlerini gerçekleştirmek için daha fazla çaba harcamalarına neden olur. Diğer yandan sosyal misyon, ahlâki olarak da SG'yi destekleyen bir faktördür (Kırılmaz, 2014). Bu bağlamda sosyal vizyona sahip olan sosyal girişimciler sosyal misyonlarının kabulleri doğrultusunda topluma yenilik getirmeyi ve refahı arttırmayı amaçlar.

##### **3.1.2. Yenilikçilik**

Sosyal girişimciler toplumsal bir soruna çözüm bulmak için yenilikçi düşünmek zorundadır. Ancak bu demek değildir ki sosyal girişimcinin tamamen yeni bir fikir bulması gerekir. Yeniliklere bağlı olan sosyal girişimciler, sosyal sorunlara karşı daha kolay çözüm üretmek girişimlerini daha da geliştirmektedir (Kırılmaz, 2014). Bununla birlikte sosyal girişimciler yeni fikirleri gerçekleştirirken, fikrin beklenildiği kadar etkili olmaması riskini de göze almaları gerekmektedir. Böylece daha fazla yenilik arayışı içine girerek kendilerini tekrar etmemiş olurlar (Özdevecioğlu ve Cingöz, 2009). Yenilikçi olmak veya mevcut yöntemleri farklı şekilde sunmak eldeki kaynaklarla sağlanamayabilir. Bundan dolayı yenilikler için kaynak yaratmak sürdürülebilirliğin ve faaliyetlerin en önemli bileşenidir.

### 3.1.3. Kaynak Yaratmak ve Sürdürülebilirlik

Sosyal girişimler sürdürülebilirliklerini sağlamak için kaynak konusunda ortaya çıkan sorunlara karşı proaktif olmalı ve riski yönetmelidir (Kırılmaz, 2014). Sürdürülebilirliği benimsemiş olan sosyal girişimciler, sosyo-ekonomik olarak alt seviyede olan insanların, devletin ya da ticari girişimcilerin karşılayamadığı ihtiyaçlarını karşılayarak bu gelişimi kalıcı ve kararlı hale getirmek için çaba gösterir (Akkan ve Süygün, 2016). Tiryaki'ye (2013) göre, kaynaklar devletten, bağışçılardan veya özel sektörden elde edilebilir. Devlet maddi olarak yardımcı olup, sosyal girişimlere fon sağlarken, aynı zamanda gerçekleştirilen faaliyetlerden vergi almayarak da destek olur. Ayrıca sosyal girişimler devlet haricinde özel kişi ya da işletmelerden bağışçılar olarak mal ve hizmet maliyetlerini ve giderlerini karşılamaya çalışır (Paksoy ve diğer., 2019). Bununla birlikte kaynak sağlamak için sosyal ağları kullanmanın da önemli olduğu söylenebilir.

### 3.1.4. Sosyal Ağlar

Sosyal ağlar, sosyal girişimciler için kaynakların elde edilmesi ve sürdürülebilirliğin sağlanması açısından büyük bir fırsat olarak görülmektedir. Sosyal ağlar, daha fazla yeni fikre olanak sağlar. Sosyal girişimciler, girişim faaliyetlerinden dolayı daha fazla kişi tanır ve bundan dolayı sosyal ağları bir o kadar geniş olabilir. Bununla birlikte sosyal girişimciler sosyal ağlarını etkili bir şekilde yönetebilme becerisine sahip olmalıdır. Etkili bir ağ yönetimi, hem sosyal girişimciler, hem de girişimleri açısından oldukça faydalıdır (Kırılmaz, 2014). Paksoy ve diğerlerine (2019) göre, sosyal ağlar değerli bilgiler, yenilikçi fikirler, finansal ve duygusal destek sağladığı için SG'nin, sosyal değer oluşturma amacını daha ileri bir seviyeye taşımak için paha biçilemez bir kaynaktır. Öyle ki, son dönemlerde, sosyal girişimcilerin oluşturdukları sosyal ağlarla birlikte girişimlerinde daha başarılı oldukları gözlenmiştir (Kırılmaz, 2014). Görüldüğü gibi sosyal ağları kullanmak, sosyal değer oluşturmada önemli bir faktördür.

### 3.1.5. Sosyal Değer

Sosyal değer, sosyal girişimci açısından toplumsal sorunlara yardımcı olmak, çözüm bulmak, ve ilerlemeyi sağlamak olarak tanımlanabilir. Sosyal girişimcilerden oluşan kuruluşlar sosyal değeri maddi olarak değerlendirmez. Faaliyetler sonucu elde edilen maddi bir gelir olsa da, sosyal girişimciler onu da sosyal değer olarak bildikleri işlerde kaynak olarak kullanır. Bir sosyal girişimci de sosyal değerini, toplumsal ihtiyaç ve sorunlara yönelik etkili ve sürdürülebilirliği açısından uygun olacak çözümler ve faaliyetler gerçekleştirerek oluşturur (Kantur, 2017). Ayrıca sosyal misyon da, sosyal değer oluşturma üzerinde etkilidir. Sosyal misyona göre hareket edilerek bir sosyal değer oluşumu öngörülmekte ve bundan dolayı sosyal misyon, sosyal girişimci için kritik bir faktör olarak sayılmaktadır (Kırılmaz, 2014). Sosyal misyon belirlenirken bu misyonun sürdürülebilir olması önemlidir. Bunun için de mevcut sosyal sorunları etkili bir şekilde değerlendirip fırsatları görmek gerekmektedir.

### 3.1.6. Fırsatları Yakalamak

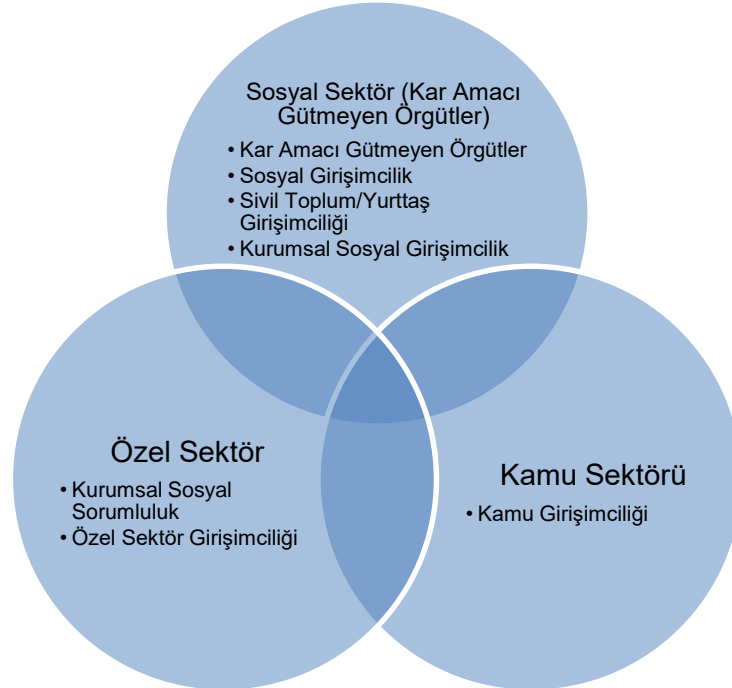
Bir sosyal girişimci herhangi bir faaliyete atılmadan önce çevresindeki fırsatları görmelidir. Bir fırsatı görmek için her şeyden önce sosyal sorunlara odaklanılması gerekir. Çünkü bir fırsat en iyi, bir sorun içinden çıkmaktadır. Soruna odaklanılarak aynı zamanda sosyal değer de yaratılır. Böylelikle çözüm yolları aranır ve artırılır (Kırılmaz, 2014). Çevresindeki sosyal sorunlara odaklanan sosyal girişimcinin birçok fırsat yakalaması kaçınılmazdır.

### 3.2. Sosyal Girişimciliğin Faaliyet Alanları

SG'nin faaliyet alanları; sektöre göre sosyal girişimcilik, amaçlarına göre sosyal girişimcilik, eylemlerine göre sosyal girişimcilik olmak üzere üçe ayrılır (Demirel, 2017; Ercan, 2016). Bu faaliyet alanlarını açıklamak, SG'yi tüm yönleriyle kavrama konusunda katkı sağlayacaktır.

#### 3.2.1. Sektöre Göre Sosyal Girişimcilik

Bazı araştırmacılar kâr amacı gütmeyen kuruluşların faaliyetlerine SG derken, bazıları ise ticari işletmelerin sosyal politikalarını da SG içerisinde görmektedir. SG'nin sadece kâr amacı gütmeyen kuruluşlar açısından tanımlanması kısıtlayıcı bulunmaktadır (Ercan, 2016). Oysa SG'nin kâr amacı güden özel sektör ve kamu sektörü ile de ilişkisi vardır. Bu bağlamda kâr amacı gütmeyen kuruluşlar misyonları doğrultusunda gelir sağlayıcı faaliyetler gerçekleştiren kuruluşlar kurmakta, kâr amacı güden kuruluşlar ise elde ettiği kârın bir kısmını sosyal faaliyetler için kullanmaktadır. Her durumda gerçekleştirilen faaliyetler sosyal amaçlara yöneliktir (Sönmez ve diğer., 2016; Taş ve Menteşe, 2016). Şekil 1'de sosyal sektör, özel sektör ve kamu sektörüyle ilişkili SG türleri görülmektedir.



**Şekil 1.** Sosyal Girişimciliğin Sektörler İle İlişkisi

**Kaynak:** Erkan Turan Demirel (2017), "Sosyal Girişimcilik" (s.7). 17 Ocak 2021 tarihinde, <https://openaccess.firat.edu.tr/xmlui/handle/11508/12123> 'ten alınmıştır.

Şekil 1'de görüldüğü gibi, sosyal girişimcilik genel olarak kâr amacı gütmeyen kuruluşlar içerisinde bulunmaktadır. Fakat, kamunun politikaları ve bazı kâr amacı güden kuruluşların yaptığı yatırım, bağış ve çeşitli destekler de SG'yi kapsamaktadır (Demirel, 2017; Ercan, 2016). SG'nin sürdürülebilirliği için elde edilen kaynakların bir kısmının kendisi için ayrılması gerekmektedir.

#### 3.2.2. Amaçlarına Göre Sosyal Girişimcilik

Özel, kamu ve sosyal sektörün SG amaçları birbirinden farklıdır. Demirel'e (2017) göre kâr amacı gütmeyen kuruluşlar ve kamu kuruluşları sosyal girişimler ile aynı

alandan bulunmamaktadır. Çünkü bu kuruluşlar, her ne kadar sosyal etki yaratmaya çalışsalar da girişimcilik düzeyleri düşüktür. SG'nin ise amacı sosyal etki yaratmak olmakla birlikte girişimcilik düzeyi de yüksektir. Bu da SG'yi diğer kuruluşların girişimcilik faaliyetlerinden ayıran en önemli özelliğidir.

### 3.2.3. Eylemlerine Göre Sosyal Girişimcilik

Eylemlerine göre SG alanında, “sosyal girişimcilik”, “sosyal hizmet sağlama” ve “sosyal eylemcilik” olmak üzere üç kavram değerlendirilmektedir. Bu kavramlar aynı anlamlara geliyormuş gibi görünse de birbirlerinden farklıdır (Demirel, 2017). Ercan'a (2016) göre, sosyal hizmet sağlayıcılar, mevcut sistem içerisinde gerçekleştirdikleri, geliştirilebilir sosyal faaliyetleriyle birlikte topluma karşı doğrudan bir etki yaratır. Sosyal eylemcilik ise, toplumsal sorunlarla ilgilenen ve yenilik konusunda SG'den daha geridedir. SG'nin ise yenilikçi faaliyetleriyle topluma karşı doğrudan bir etkisi olmaktadır.

### 3.3. Sosyal Girişimciliğe Yönelik Eleştiriler

SG'yi başarılı ve doğru bulanlar olduğu gibi bu kavramdan pek memnun olmayan, işini düzgün yapamadığını düşünen ve bu kavrama çekingen yaklaşanlar da bulunmaktadır. Bu eleştiriler genel olarak şöyledir (Şeker, 2012):

- SG'lerin gündem olan alanlara yönelip, sadece kısa süreli etki yaratmaları.
- İşsizlik ve yoksulluk sorunlarına kalıcı çözüm üretilmemesi.
- İhtiyaç duyulan konulara yeteri kadar yardım ve destek sağlayamamaları.
- Kural ya da prosedürleri olmadığından dolayı SG'lerin nasıl verimlilik sağladıklarını test edecek bir ölçümün olmaması.
- Devletin çözemediği sosyal sorunların çözümünde başarılı olabilecekleri düşünülmemektedir. Çünkü devletin imkânları sosyal girişimlerin imkânlarından daha fazladır.
- Yeni çözümler üretmek yerine sürekli aynı yöntemleri izlemeleri.

Genel olarak bakıldığında sosyal girişimlerin başarıları olmasına rağmen, verimli olmadıkları düşünülmektedir. Devletle birlikte hareket etmeleri, performanslarını sürekli değerlendirmeleri ve her alana yönelmeye çalışıp yeni ve güncel fikirler üretmeleri, verilen eğitimler aracılığıyla yeni sosyal girişimcileri ve gönüllü çalışanları artırmaları da verilen öneriler arasındadır (Gökbunar ve diğer., 2018; Şeker, 2012). Bu bağlamda, hedeflenen sosyal etkinin gerçekleşmesinde SG eğitimleri kritik bir role sahiptir.

### 3.4. Sosyal Girişimcilik Eğitimi ve Sosyal Etki

Yeni bir işletme kurulmasına yönelik verilen eğitim girişimcilik eğitimi olarak tanımlanabilir. Girişimcilik eğitimi bireylerin tutumlarını, eğilimlerini ve motivasyonları değiştirmeye yöneliktir (Uygun ve Güner, 2016). Bu bağlamda SG eğitimlerinde kişilere sahip olmaları gereken özellikleri kazandırmak amaçlanır. SG'de en önemli özellikler, yardım etmeye ve yeni fikirler denemeye istekli olmaktır. Bundan dolayı, SG eğitimi teorik olarak değil aksine deneyimlendirerek verilmelidir. Kişi cesaretlendirilmeli, özgüveni yükseltilmeli, düşünme becerisi geliştirilmeli, sosyal sorunların çözümünde pratik olmaları sağlanmalıdır. Bu şekilde kişiye kazandırılan SG özellikleri de kalıcı olacaktır. SG eğitimleri, genel olarak girişimciliğe karşı olumlu bir eğilim olmasını sağlar, kendi başına yeterli olmasa dahi bireyi etkileyecek önemli bir etkidir (Coşkun ve Sarıkaya, 2016; Yılmaz, 2014). Burada unutulmaması gereken şudur ki, bir sosyal girişimci her ne



kadar eğitim ve pratik yapmış olsa da bilmediği konularda destek alabileceği uzman kişilerle iletişim halinde olması gerekmektedir. Bu doğrultuda SG konusunda eğitim veren dünyada ve Türkiye’de birçok gönüllü kuruluş bulunmaktadır. Bu kuruluşlara örnek olarak, Türkiye Erozyonla Mücadele, Ağaçlandırma ve Doğal Varlıkları Koruma Vakfı (TEMA), Points of Light, Young Enterprise Scotland (YES) verilebilir (Coşkun ve Sarıkaya, 2016; Ersen ve diğer., 2010).

SG faaliyetleri sosyal sorunların çözümlerine dolaylı ya da direkt olarak etki edebilir ve toplumsal sonuçları uzun vadede görülebilir (Taş ve Şimşek, 2017). Bu nedenle SG faaliyetleri sonucunda oluşan sosyal etkinin ölçülmesi ve değerlendirilmesi gerekmektedir. Sosyal etki ölçümünde temel amaç, bir sosyal girişimin kişi ya da toplum üzerinde ne kadar bir etki yarattığını, neyin daha fazla yararlı olduğunu görmek ve elde edilen sonuç sayesinde diğer faaliyetler için sağlanan desteklerin ve işbirliklerinin sürdürülebilirliğini sağlamaktır (Vanclay, 2003; Yalçın ve Güner, 2015). Bu bağlamda bir SG faaliyetinin performansı bir sonraki faaliyet için öncü bir fikir sağlamaktadır.

#### 4. TÜRKİYE’DE SOSYAL SEKTÖRÜN TARİHSEL GELİŞİMİ

Osmanlı döneminde, ülkede yaşanan sorunlardan dolayı halk ticarete atılamamış, daha çok askerlik ve çiftçilik ile ilgilenmiştir. Bununla birlikte ahilik teşkilatı yayılarak halka ve birbirlerine yardımcı olmaya devam etmiştir. Gereğinden fazla kâr elde etmek asla düşünülmemiştir. İstanbul’un fethi sonrasında kurulan esnaf loncaları da devletin halka olan desteğine ve bu destekle birlikte gelen kuralların uygulanmasına yardımcı olmuş, yine devletin desteğini alarak mesleklerini icra etmişlerdir. 19. yy. ile birlikte Batı’da meydana gelen değişimler Osmanlı’yı da etkilemiş ve üretimler aksamıştır. Buna bağlı olarak ahilik teşkilatı bitmiştir. Onun yerine aynı görev ve faaliyetleri yerine getirebilecek sendika, vakıf, Ticaret ve Sanayi Odaları gibi çeşitli kurumlar oluşturulmuştur (Efeoğlu, 2019; Türkes, 2017). Bu çerçevede Osmanlı Döneminde gerçekleştirilen önemli SG faaliyetleri Tablo 3’te yer almaktadır.

**Tablo 3.** Osmanlı Döneminde Sosyal Girişimler

Sosyal Girişim	Faaliyet Konusu
Vakıf Gureba Hastanesi (Bezmiâlem Vakıf Üniversitesi Tıp Fakültesi Hastanesi)	Bezm-i Alem Valide Sultan tarafından kolera ve çiçek hastalığı salgını için kurulmuştur.
Zeynep Kâmil Hastanesi	Prenses Zeynep Kâmil tarafından kadın hastalıklarını ve çocuk ölümlerini önlemek için kurulmuştur.
Darüşşafaka (Şefkat Okulu)	Yusuf Ziya Bey tarafından, ihtiyacı olan öğrencilere yatılı ve ücretsiz eğitim vermek amacıyla kurulmuştur.
Osmanlı Hasta ve Yaralı Askere Yardım Cemiyeti (Türk Kızılayı)	11 Haziran 1868 tarihinde kurulup, savaşta yaralanan askerlere yardım eden kurumdur.
Darülaceze	II. Abdülhamit Han tarafından kurulmuştur. İnsanlara hiçbir ayrımcılık gözetmeksizin yardımcı olan bir hayır kurumudur.
Hamidiye Etfal Hastane-i Alisi (Şişli Etfal Hastanesi)	II. Abdülhamit Han tarafından kurulmuş, tarihimizdeki ilk çocuk hastanesidir.

**Kaynak:** *Tablo yazarlar tarafından hazırlanmıştır.*

Tablo 3'te görüldüğü gibi, sosyal girişimcilik adına Osmanlı döneminde kurulan birçok kurum vardır. Bunlardan biri Vakıf Gureba Hastanesi'dir. Günümüzde ismi Bezmîâlem Vakıf Üniversitesi Hastanesi olan kurum 1845 yılında Bezm-i Âlem Valide Sultan tarafından kurulmuştur. O dönemlerde artış gösteren kolera ve çiçek hastalığı salgınına yakalananlara yardım etmek amacıyla kurulmuş bir vakıf hastanesidir. 1862 yılında ise, Prenses Zeynep Kâmil tarafından, kadın hastalıkları ve çocuk ölümlerinin artış göstermesinden dolayı Zeynep Kâmil Hastanesi kurulmuştur. Yusuf Ziya Bey tarafından 1863 yılında kurulmuş ve diğer ismi Şefkat Okulu olan Darüşşafaka, Türkiye'nin eğitim alanında kurulan ilk sivil toplum kuruluşudur. Darüşşafaka'nın kuruluş amacı ihtiyacı olan öğrencilere yatılı olarak ücretsiz eğitim vermektir. Şu anki ismi Türk Kızılayı olan, Osmanlı Hasta ve Yaralı Askere Yardım Cemiyeti 11 Haziran 1868 yılında, savaşta yaralanan askere yardım etmek amacıyla kurulmuştur. Dünyadaki ilk Kızılay'dır. Darülaceze ise, 1895 yılında II. Abdülhamit Han tarafından kurulmuştur. Yardıma ihtiyacı olan her insana yardımcı olan ve hiçbir insan için ayırım yapmayan bir hayır kurumudur. Son olarak, şimdiki ismi Şişli Etfal Hastanesi olan Hamidiye Etfal Hastane-i Alisi, yine II. Abdülhamit Han tarafından 1898 yılında kurulan Türkiye'nin ilk çocuk hastanesidir.

Cumhuriyetin ilanından sonra halkı girişimciliğe teşvik amacıyla çalışmalar olmuştur. Fakat İkinci Dünya Savaşı'nın başlaması girişimciliğin gelişmesine engel olmuştur. Türk Dil Kurumu (TDK), Türk Tarih Kurumu (TTK), Halkevleri, Atatürk Orman Çiftliği, Merkez Hıfzısıhha Enstitüsü, Toplum Gönüllüleri Vakfı, Arama Kurtarma Derneği (AKUT), Umut Çocukları Derneği gibi çeşitli kurumlar kurulmuştur (Efeoğlu, 2019; Türkeş, 2017). Bütün bu gelişmeler, Türkiye'de hayırseverlik faaliyetlerinin geçmişinin çok eskiye dayandığını ancak bu faaliyetlerin profesyonel bir çerçevede organize edilip yönetilmesine yönelik yaklaşımların henüz yeni geliştirilmeye başlandığını göstermektedir.

Türkiye'de SG, 2000 yılında Ashoka Türkiye'nin kurulmasıyla başlayıp, tanınmış ve bu alana yönelim artmıştır. Yine SG'ye katkı sağlayan bir başka kurum olarak Türkiye Üçüncü Sektör Vakfı (TÜSEV) kurulmuştur. Bir diğeri ise, gençlere sosyal girişimciliği tanıtarak yaygınlaşmasını sağlayan, Sosyal Girişimci Genç Liderler Akademisi (SOGLA)'dir (Efeoğlu, 2019; Türkeş, 2017). Efeoğlu'na (2019) göre bütün bu gelişmelere rağmen Türkiye'de sosyal girişimcilik konusuna henüz tam olarak ağırlık verilmemiş, sadece kamu ve özel kuruluşların stratejik planları doğrultusunda önemi vurgulanmıştır. Bundan dolayı da politikalar açısından ülke genelinde bütünsellik gösterilmemekte ve yetersiz kalınmaktadır. Halihazırda belli olan 3 kurumsal politika bulunmaktadır. Bunlar; "Türkiye Cumhuriyeti Ekonomi Bakanlığı Stratejik Planı (2018-2022), KOSGEB Türkiye Girişimcilik Stratejisi ve Eylem Planı (2015-2018), Türkiye Kooperatifçilik Stratejisi ve Eylem Planı"dır. Söz konusu politika yetersizliğiyle birlikte yatırım desteği ve finansman ihtiyacının karşılanması olanağı da kısıtlıdır. "500 Startups, Arya Kadın Yatırım Platformu, Buluşum, IdaCapital, İlk Adım Destek Platformu, İstanbul Social Enterprise"da SG'lere destek olan kuruluşlardan birkaçıdır.

Ercan'a (2017) göre, Türkiye'de artan SG faaliyetlerin kısa vadede oluşan etkileri; sosyal girişim etkinliklerine katılımı artırması, katılım sağlayan kişilerin özgüveninde artış olması, gençlere ve kadınlara motivasyon sağlaması, kadınların topluma ve ekonomiye katılması, toplumsal farkındalığın güçlenmesi, yardımlaşma duygusunun gelişmesidir. Uzun vadeli etkiler ise; engelli olan bireylerin topluma katılması, toplumsal kalkınmanın hızlanması, insanların

birbirlerine örnek oluşturması, sosyal ağların gelişmesi, kültürel ve sosyal açıdan gelişim sağlanması, sosyal sorumluluk farkındalığının artması ve yaşam kalitesinde artış olmasıdır. Söz konusu girişimcilik ekosistemi içerisinde sosyal girişimciler sorunların çözülmesi ve toplumsal fayda sağlanması açısından daha kalıcı çözümler bulmalı ve topluma daha fazla açılarak, daha fazla insana ulaşabilmelidirler (Okandan ve Görgülü, 2012). Bu sayede olumlu sonuçlarda artış sağlanabilir ve SG'ye olan ilgi artırılıp, daha fazla destek sağlanabilir.

## 5. TÜRKİYE'DE SOSYAL GİRİŞİMCİLİK ÖRNEKLERİ

SG hakkında farkındalık arttıkça Türkiye'de de birçok sosyal girişimin birbirinden farklı alanlarda faaliyet gösterdiği görülmektedir. Fazla Gıda, İhtiyaç Haritası, Good4Trust, Türkiye Alzheimer Derneği ve Çöp (M)Adam güçlü sosyal etki yaratan sosyal girişimlere örnek olarak gösterilebilir.

**Fazla Gıda:** Fazla Gıda, 2016 yılında Olcay Silahlı ve Arda Eren tarafından kurulmuş bir sosyal girişimdir. Gıda atığından dolayı karbon salınımı artmaktadır ve bu da iklim değişikliğine neden olmaktadır. Bu sosyal girişimin amacı, 2030 yılına kadar teknoloji tabanlı çözümler aracılığıyla gıda atığının %50 azaltılmasıdır. Bu amaçla gıda işletmelerinin talep fazlası ürünlerini paylaşarak değer yaratmaları sağlanmaktadır. Satılmayan gıdalar, bu platform sayesinde tekrar satılabilir, bağışlanabilir ya da geri dönüşüme kazandırılabilir. Fazla Gıda girişimi Birleşmiş Milletler Kalkınma Programı (UNDP) tarafından desteklenen Accelerate 2030 Hızlandırma Programı'na seçilmiş 9 etki odaklı girişimden biridir. Bunun birlikte söz konusu sosyal girişim UNDP tarafından 2017 yılında organize edilmiş olan Cenevre Sosyal Fayda Zirvesi'nde Türkiye'den katılan tek temsilci olmuştur (Fazla Gıda, 2021). Yüksek sosyal etki yaratan bir başka sosyal girişim ise İhtiyaç Haritası'dır.

**İhtiyaç Haritası:** 7 Ekim 2015 tarihinde UNDP'nin Sosyal Fayda Zirvesi'nde lanse edilen ihtiyaç sahibi insanları ve onların destekçilerini çevrimiçi bir platformda bir araya getiren, gönüllülük esaslı bir sosyal kooperatiftir. İhtiyaç haritası, ihtiyacı olan herkesin konumunu ve ihtiyacının ne olduğunu gösteren bir haritadır. Harita üzerinde sosyal projelerde gönüllü çalışacak kişiler dahil her türlü ihtiyaç belirtilebilmektedir. Çevrimiçi imece kültürünün yaygınlaşmasına yardımcı olarak, ihtiyaç sahibi kişileri ve destekçileri bir araya getirerek, mahalle, bölge ve şehir bazlı topluluklar oluşturulmaktadır. İhtiyaç Haritası'nın amacı ihtiyaç sahibi kişileri tespit ederek, kurumlar ya da özel kişiler tarafından yardımların kolaylıkla o kişilere ulaşmasını sağlamaktır. Bununla birlikte yardım edebilecek olanlar da haritada kendilerini göstererek ihtiyaç sahiplerinin onlara ulaşip, desteklerinden yararlanmasını sağlamaktadır. İhtiyaç Haritası'nı 2015 yılından günümüze kadar 100.000'e yakın üye kullanmıştır. Bu sosyal girişim ile birlikte 1,4 milyondan fazla ihtiyaç karşılanmıştır. Türkiye'deki üniversitelerde 48'den fazla İhtiyaç Haritası Öğrenci Toplulukları bulunmaktadır. Sürdürülebilirliği sağlamak için şirketlerle iş birliği yapılmaktadır. Koç Sistem, İyzico, MasterCard, Facebook, Sabancı Vakfı Fark Yaratanlar, Oriflame destek alınan büyük şirketlerden bazılarıdır (İhtiyaç Haritası, 2021). Bir başka önemli sosyal girişim örneği ise Good4Trust'tır.

**Good4Trust:** 2014 yılında Dr. Uygur Özemesi tarafından hayata geçirilmiş bir SG projesidir. Good4Trust'ın amacı sosyal ve ekolojik açıdan adil bir üretim gerçekleştirilip, satışların da güvenilir bir şekilde yapılmasıyla iyilikleri paylaşarak üretim ekonomisini desteklemektir. Hisseleri yatırım hissesidir ve bu nedenle kâr dağıtılmamaktadır. Kâr elde edildiğinde, bu kârlar Good4Trust'a geri yatırılmaktadır. Projede üretici ve üretici olarak iki taraf bulunmaktadır. Üye olarak katılan üreticiler tamamen katkısız ve temiz şekilde ürettikleri ürünleri

Good4Trust çarşısında kendilerine dükkan açarak satmakta, tüketiciler ise ihtiyaçlarını o ürünlerden karşılamakta ve bu döngüyle üretim ekonomisini canlandırmak hedeflenmektedir. Sisteme üye olup katılmak isteyen üreticiler, 7'ler konseyi adını verdikleri ve üreticilerden oluşan grup tarafından değerlendirilip, seçilmektedir. Projede toplam 271 üretici, 18.850 üretici faaliyet göstermektedir. Çarşıda yapılan her bir alışverişten %3 katkı payı almaktadırlar. (Good4trust, 2021). Bu sayede sistemin finansal sürdürülebilirliği sağlanmaktadır.

Çöp (M)Adam: Tara Hopkins ve Melih Özsöz tarafından 2008 yılında kurulan, kadınların istihdam sorunu ve geri dönüşüm konularında faaliyet gösteren bir sosyal girişimdir. Unilever sosyal girişimin ana sponsorudur. Unilever ile birlikte Ülker, Orta Anadolu ve Coca-Cola ile de işbirliği söz konusudur. Çöp (M)adam, ev kadınlarının atık ve geri dönüştürülen ambalajlarla çantalar yaparak, ev ekonomilerine ve yaşamlarına katkıda bulunmalarına fırsat vermektedir. Geri dönüşümü olabilen çöpler toplanıp, geri dönüşümünü sağlanarak o malzemeye farklı tasarımlarda çantalar yapıp satılmaktadır. Çalışan kadınlar, ürettikleri çanta başına ücretlendirilirken, o çanta satılmasa dahi üreten kişiye nakit olarak ücreti verilmektedir (Sanje ve Dinç, 2012; Çöp (M)Adam, 2021). Tablo 4'te Türkiye'de faaliyet gösteren SG örnekleri özetlenmektedir.

Türkiye Alzheimer Derneği: Türkiye Alzheimer Derneği, hasta yakınlarını ve Alzheimer konusunda uzman olan doktorlar tarafından 1997 yılında kurulmuştur. Derneğin Türkiye genelinde 13 şubesi bulunmakta ve 1500 üyeye çalışmaktadır. Söz konusu sosyal girişimin amacı Alzheimer hastalığı konusunda halkın, hastaların ve hasta yakınlarının eğitilip bilinçlendirilmesi ve yaşam kalitelerinin iyileştirilmesidir. Gönüllüler ve uzman doktorların yardımıyla hastalara ve hasta yakınlarına eğitim verilmekte, psikolojik ve sosyal destek sağlanmaktadır. Bunun dışında sağlık personellerine de ayrıca eğitim verilmektedir. Türkiye Alzheimer Derneği hastalık adına özel dal merkezleri açarak bu merkezlere tıbbi cihazlar, personeller ve gerekli araç-geçerler temin etmektedir. Ayrıca bakım evi ve huzur evlerine kalite danışmanlığı verilmektedir. Sosyal misyonunu gerçekleştirmek için bakanlıklar, üniversiteler, hastaneler, özel ve tüzel sağlık kurumları ile işbirliği yapmaktadır. Türkiye Alzheimer Derneği, dünyada oldukça etkili olan Alzheimer's Disease International (ADI)'in (Uluslararası Alzheimer Hastalığı) 84 üyesinden biridir. ADI, 2005 yılında uyguladığı Twinning Programme (Eşleştirme Programı) ile üyelerini birbirleriyle eşleştirerek işbirliğini güçlendirmek istemiştir. Bu eşleştirmeye Türkiye Alzheimer Derneği ve Almanya Alzheimer Derneği eşleşmiş ve yardımlaşarak birbirlerinin eksiklerini karşılamaya devam etmektedir. Bununla birlikte, Türkiye Alzheimer Derneği, Alzheimer Europe'ın da 36 üyesinden biridir. Türkiye'de Alzheimer hastalarının durumu hakkında en kapsamlı bilgiye sahip olan girişim, uluslararası kuruluşlara da bilgi akışı sağlamaktadır (Türkiye Alzheimer Derneği, 2021). Çöp (M)Adam ise Türkiye'de faaliyet gösteren bir başka SG örneği olarak dikkat çekmektedir.

**Tablo 4.** Türkiye'de Faaliyet Gösteren Sosyal Girişimcilik Örnekleri

Sosyal Girişim	Sosyal Girişimci	Kuruluş Yılı	Kuruluş Amacı / Faaliyeti
Fazla Gıda	Olca Silahlı Arda Eren	2016	Gıda atığının azaltılarak tüketim konusunda fayda sağlamaktadır.
İhtiyaç Haritası	Ali Ercan Özgür, Elif Kalan, Gujan Şen, Güler Altınsoy,	2015	İhtiyaç sahibi olan insanlara daha kolay ulaşarak ihtiyaçlarının daha kısa

	Hazal Dut, İlksen Başarır, Mert Fırat		sürede giderilmesini sağlamaktadır.
Good4Trust	Dr. Uygur Özemesi	2014	Adil üretim ve güvenilir satış ile üretim ekonomisine destek olmaktadır.
Çöp (M)Adam	Tara Hopkins Melih Özsoz	2008	Ev hanımlarının atık ve geri dönüştürülen ambalajlar ile çantalar yaparak, ev ekonomilerine ve yaşamlarına katkıda bulunmalarına fırsat vermiştir.
Türkiye Alzheimer Derneği	Prof. Dr. Murat Emre	1997	Öncelikli olarak Alzheimer hastalarına ve hasta yakınlarına hastalık konusunda destek olup, bireyleri bilinçlendirmek adına çalışmalar yapmaktadır.

**Kaynak:** Tablo yazarlar tarafından hazırlanmıştır.

Tablo 4'te özetlenen örnekler dışında da Türkiye'de birçok farklı alanda sosyal etki sağlayan SG çalışmaları gerçekleştirilmektedir. Bu çalışmalar, çeşitli kurumlar tarafından desteklenmektedir. "Türkiye'de SG üzerine çalışma yapan bakanlıklar, KOSGEB, TÜBİTAK gibi devlet kurumlarının yanı sıra, Sabancı Üniversitesi (Fark Yaratanlar Programı), Koç Üniversitesi (Küresel Sosyal Girişimcilik Yarışması), İstanbul Bilgi Üniversitesi (Genç Sosyal Girişimcilik Ödülleri) ve Okan Üniversitesi (Sosyal Girişimcilik Yarışması) gibi kurumlar da yer almaktadır. Ayrıca, TÜSEV, Anadolu Vakfı (Sosyal Girişimcilik Yarışması) ve Garanti Bankası (Kadın Sosyal Girişimcilik Ödülü) gibi vakıf ve özel sektör işletmeleri de sosyal girişimcilik faaliyetlerine dahil olmuşlardır" (Durmuş ve diğer., 2018). Türkiye'de olduğu gibi dünyada da birbirinden farklı alanlarda faaliyet gösteren birçok sosyal girişim bulunmaktadır.

## 6. DÜNYADA SOSYAL GİRİŞİMCİLİK ÖRNEKLERİ

Türkiye'de olduğu gibi dünyada da birçok SG örneği bulunmaktadır. Perma Fungi, Charity Water, TOMS, Schwab Vakfı, Tateni Home Care Nursing Services, Ashoka, Grameen Bank bu örneklerden birkaçıdır.

**Perma Fungi:** Belçika'da Francois Martin ve Martin Germeau tarafından 2014 yılında faaliyete başlamış bir sosyal girişimdir. Bu girişimde kahve taneleri toplanıp, mantar üretilen bir işletmeye gönderilerek doğal gübre ve istiridye mantarı yapılmaktadır. İstiridye mantarından kalan kalıntılar da organik hindiba üretimi için kullanılmaktadır. Böylece çevreye fayda, iş bulamayan gençlere istihdam sağlamak ve topluma yardımcı olmak amaçlanmıştır. Perma Fungi çalışanları kahve telvesini, fosil yakıtların en aza indirmek ve çevreye zarar vermemek için her zaman bisikletle dolaşarak toplamaktadır. Aynı zamanda girişim, kentsel tarım ve döngüsel ekonomi konusunda eğitim vererek insanları bilinçlendirmektedir (Perma Fungi, 2021). Charity Water ise dezavantajlı toplulukların temiz suya ulaşmaları konusunda etkili projeler üreten bir sosyal girişimdir.

**Charity Water:** 2006 yılında New York'ta kurulmuş ve amacı gelişmekte olan ülkelere temiz ve güvenli su sağlamak olan bir sosyal girişimdir. 29 ülkede faaliyetlerini gerçekleştirmektedir. Charity Water kuruluşundan günümüze kadar

64.081 su projesini finanse etmiştir. Girişim, temiz su sağlayacağı bölgeyi yerel ortaklarıyla birlikte belirlemektedir. Ortaklar, bölgedeki topluluk katılımını ve ihtiyaç durumunu değerlendirir, fiziksel faktörleri göz önünde bulundurur ve ekipmanları yerel olarak sağlayabilecekleri yerleri proje alanı olarak belirlemektedir. Proje maliyetleri özel bağışçılar tarafından karşılanır. Sadece büyük işletmeler değil, sosyal girişimin resmi sitesinden her bir gönüllü 40 dolar bağış yaparak, projelere yardım edebilmektedir. Kazılmış kuyular, yerçekimi besleme sistemleri, biyo-kum filtreleri, delinmiş kuyular, borulu sistemler, yağmur suyu havzaları, su arıtma sistemleri ve tuvaletler belirlenen bölgelerin ihtiyacına göre yapılan çalışmalar arasındadır. Girişim, 2019 yılında 56 milyon doların üzerinde bağış toplamış ve 10 milyon kişiye projeleriyle yardım etmiştir (Charity Water, 2021). Bir başka önemli SG örneği olarak TOMS son zamanlarda öne çıkmaya başlamıştır.

TOMS: Blake Mycoskie, 2006 yılında Arjantin'e yaptığı seyahati sırasında çocukların ayakkabı konusunda sıkıntı yaşadığını farketmiş ve bu çocuklara yardım etmek amacıyla TOMS'u kurmuştur. TOMS mağazalarından satın alınan her bir ayakkabı, yoksul bir çocuğa ayakkabı bağışlanmasını sağlamaktadır. Proje tüm dünyaya yayılmış ve 13 yılda 96,5 milyon kişiye yardım sağlamıştır. TOMS, "Hayatları iyileştirmek için işi kullanma" misyonuna sahiptir. Girişim, ortaklarını ve destekçilerini STK ve sosyal girişimcilerden seçmektedir. Ayakkabı projesi dışında temiz suya erişim gibi çeşitli sosyal projeler de gerçekleştirilmiştir. TOMS'a 167 ortağıyla 2019'a kadar 82 ülkede, 32 ABD eyaletinde 95 milyon çift ayakkabı bağışlanmıştır. Söz konusu sosyal girişim, okullardaki öğrenci sayısını arttırması, öğrenciler arasında yapılan ayrımcılık sorununu azaltması ve ayak enfeksiyonu vakalarını azaltmasıyla toplum üzerinde oldukça olumlu bir etki bırakmıştır (Zainea ve diğer., 2020). TOMS'la birlikte Schwab Vakfı da dünya çapında faaliyette bulunan bir başka sosyal girişim örneğidir.

Schwab Vakfı: Sosyal girişimleri desteklemek, geliştirmek ve insanları buna teşvik etmek için 1998 yılında Hilde Schwab ve eşi Klaus Schwab tarafından kurulmuştur. Kâr amacı gütmeyen bir kurum olan Schwab Vakfı İsviçre hükümetinin denetimindedir. Birçok ülkeden üyesi bulunan Vakıf, ağırlıklı olarak yoksulluk üzerine çalışmalar gerçekleştirmektedir (Meçikoğlu ve Durmuş-Özdemir, 2019). 2018 yılında Schwab Vakfı'nın, Dünya Ekonomik Forumu'yla birlikte düzenlediği "2018 Yılı Sosyal Girişimcileri" ödülünü Türkiye'den Tülin Akın almıştır. Tülin Akın, çiftçilere piyasa durumu, pazar fiyatları, hava durumu gibi bilgilere ulaşmakta zorlanmayacakları bir SMS modeli geliştirmiş ve bilgi ulaşımını kolaylaştırmıştır. Ayrıca, bir bankayla anlaşarak çiftçi kartı geliştirmiştir. Tülin Akın, "Barış İçin Çalışma" alanında Nobel Ödülü'ne aday gösterilmiş, 2012 yılında da Ashoka üyesi seçilmiştir (Schwab Found, 2021). Tateni Home Care Nursing Services ise Güney Afrika'da sağlık alanında faaliyette bulunan bir sosyal girişim örneğidir.

Tateni Home Care Nursing Services: Güney Afrika'da hemşire Veronica Khosa, yaşlıların sağlık hizmetinden yararlanamadığını ve HIV hastalarının hastanelere alınmayıp, bakımlarının yapılmadığını farketmiştir. Bu sorunu çözmek için 1995 yılında Tateni Home Care Nursing Services sosyal girişimini hayata geçirmiştir (Denizalp, 2007). Tateni Home Care Nursing Services Güney Afrika'daki sağlık hizmetlerinden yararlanamayan insanlara evde sağlık hizmeti vermekte ve aynı zamanda psikolojik destek sağlamaktadır. Girişim zamanla ülke dışına yayılmıştır. Sosyal girişimin ilk finans kaynağı bağışçılar ve ek finans kaynağı ise devlettir (Health Market Innovations, 2021). SG alanında uzun yıllardır küresel ölçekte faaliyette bulunan Ashoka da önemli bir örnektir.

Ashoka: 1980 yılında Bill Drayton tarafından kurulan ve SG konusunda küresel ölçekte faaliyet gösteren ilk kuruluştur. Ashoka'nın amacı, dünyadaki sorunlara karşı yenilikçi çözümler üzerinde çalışan sosyal girişimlere yatırım yapıp, projelerini desteklemek ve çözümlerin kalıcı olmasını sağlamaktır. Günümüze kadar 70 ülkede 3000 sosyal girişimciye destek olmuştur. Ashoka devletlerden fon almak yerine dünyada sosyal girişimleri destekleyen kişiler, vakıf, dernek ve özel işletmeler tarafından fon sağlamaktadır (Taş ve Menteşe, 2016). Ashoka, 2000 yılında Türkiye'de ilk sosyal girişimciyi seçerek faaliyetlerine başlamıştır. Platformun Türkiye'de 30'a yakın sosyal girişimci üyesi bulunmaktadır (Ashoka Türkiye, 2021). Grameen Bank ise yoksullukla mücadele konusunda kritik faaliyetlerde bulunan bir başka SG örneğidir.

**Tablo 5.** Dünyadan Sosyal Girişimcilik Örnekleri

Sosyal Girişim	Sosyal Girişimci	Kuruluş Yılı	Kuruluş Amacı / Faaliyeti
Perma Fungi	Francois Martin Martin Germeau	2014	Kahve taveleri toplanıp mantar üretilen bir işletmeye gönderilerek doğal gübre ve istiridye mantarı üretilerek çevreye ve iş bulamayanlara istihdam sağlanır.
Charity Water	Scott Harrison	2006	Gelişmekte olan ve su kullanımı konusunda sıkıntı yaşayan ülkelere temiz ve güvenli su sağlar.
TOMS	Blake Mycoskie	2006	Ayakkabısı olmayan çocuklara ayakkabı imkânı sağlar.
Schwab Vakfı	Hilde Schwab Klaus Schwab	1998	Yoksul ve ihtiyaç sahibi olan insanlara yardım edecek projeler gerçekleştirmektedir.
Tateni Home Care Nursing Services	Veronica Khosa	1995	Sağlık hizmetlerinden yararlanamayan insanlara evde sağlık hizmeti verip, aynı zamanda psikolojik destek sağlar.
Ashoka	Bill Drayton	1980	Dünyadaki sorunlara karşı yenilikçi çözümler üzerinde çalışan sosyal girişimcilere yatırım yapar, projelerini destekler ve çözümlerin kalıcı olmasını sağlar.
Grameen Bank	Muhammed Yunus	1976	Yoksul ve kredi alabilecek durumu olmayan insanlara kolay bir geri ödeme sistemi sağlayarak ihtiyaçları kadar kredi vermektedir.

**Kaynak:** Tablo yazarlar tarafından hazırlanmıştır.

Grameen Bank: 1976 yılında, ekonomi profesörü Muhammed Yunus tarafından kurulmuştur. Muhammed Yunus yaptığı bir araştırmada, yoksul insanların kredi

almaktan mahrum kaldığını ve bu durumun yoksulları kısıtladığını farketmiştir. Bu farkındalık sonucunda yoksullara kredi verebilecek Grameen Bankası'nı Bangladeş'te kurmuştur. Bugün banka, 81 ülkede faaliyetlerine devam etmektedir. İhtiyaç sahibi kişiler aynı aileden olmayan 5 kişilik bir grup halinde ve bir projeye kredi başvurusu yapabilir. Bu sayede karşılaşılan sorunlar takım çalışmasıyla çözülebilir. Gruplar krediyi almadan önce 7 günlük kursa katılmakta ve ekonomi, toplumsal sorunlar ve çevre gibi temel konularda eğitim almaktadır. Gruptaki kişilerin aynı mahallede bulunmaları bir zorunluluktur. Çünkü her hafta bir evde kredinin geri ödemesi hakkında grup toplantısı yapılır. Kredilerin Bangladeş'te geri ödenme oranı %97'dir (Akbulaev ve diğer., 2017). Grameen Bank sayesinde birçok yoksul kişi içinde bulunduğu yoksulluk sarmalına son verebilmektedir. Tablo 5'te söz konusu SG faaliyetleri özetlenmiştir.

## 7. SONUÇ TARTIŞMA VE ÖNERİLER

Tarihin eski zamanlarından bu yana farklı toplumsal sorunları çözmek için insanlar tarafından çeşitli hayırsever faaliyetler düzenlenmiştir. Bu faaliyetlerden birçoğu günümüze kadar varlıklarını sürdürmeye devam etmiştir. SG, kamu ve özel sektörün toplumsal sorunlara çözüme yetersiz kalmasından dolayı ortaya çıkmış üçüncü bir sektör olarak ifade edilebilir. SG'nin temel amacı, toplumsal sorunlara çözüm bularak ve sosyal değer yaratarak toplumda olumlu değişimler yaratmaktır. İstihdam sağlamak, geneli kapsayan fakat ücretli olan hizmetlerden yararlanamayan dezavantajlı topluluklara yardımcı olmak, topluma entegre olma konusunda sorun yaşayan insanları topluma kazandırmak, doğal çevreyi korumak, yoksulluk sorununa çözüm üretmek olumlu değişim yaratan sosyal girişim faaliyetlerinden biridir. Sosyal girişimciler söz konusu faaliyetleri gerçekleştirirken gerek devletten, gerek özel işletmelerden, gerekse bireysel destekçilerden bağış desteği alarak kaynak yaratır. Bu kaynakları kâr amacı gütmeyen sosyal misyonlarını gerçekleştirmek için kullanır.

Türkiye'de SG alanında olumlu birçok gelişme olmasına rağmen birtakım eksiklikler de bulunmaktadır. Bu olumsuzluklardan biri ticari girişimcilik ve SG arasında toplumda yaşanan kavram karmaşasıdır. Ticari girişimciliğin birinci adımı kâr, ikinci adımı sosyal faydadır; SG'nin ise birinci adımı sosyal fayda ikinci adımı sürdürülebilirlik adına kârdır. Bir diğer eksiklik ise, sosyal girişimcilerin faaliyetleri için ihtiyaç duydukları fonları sağlayamamalarıdır. Ayrıca işletmeler SG hakkında yeterli nosyona sahip değildir. Bunlara ek olarak kamunun da bu alana yoğunlaşmayıp, SG ile ilgili politikalar üretmemesi ve bürokratik zorlamaları yaşanan bir başka eksikliktir. SG'nin, kamudan yeterli desteği alamamakla birlikte bu alanla ilgili hukuki ya da mali düzenleme olmaması da sosyal girişimcileri faaliyetlerine başlama ve ilerleme konusunda sıkıntıya sokabilmektedir. Bu alanın gelişip, daha fazla sosyal değer yaratması için çeşitli gönüllü kuruluşlar eğitim vermektedir. Bu eğitimler aracılığıyla gönüllü kişiler, SG, sosyal sorumluluk ve toplumsal sorunlar hakkında daha net bilgi sahibi olmakta ve söz konusu faaliyetlere katılımları artmaktadır. Bununla birlikte, SG eğitimleri sayesinde toplumda farkındalık ve sorumluluk artmakta, çevreye karşı olan duyarlılık gelişmekte, olumlu sosyal değişim daha etkili yaşanmakta, toplumsal sorunlara yönelik yenilikçi çözümler artmakta, istihdama ve kalkınmaya yardımcı olunmakta, sosyal değer yaratılmaktadır. SG alanında faaliyetlere devam edildikçe sürdürülebilirlik konusunda daha fazla gelişme sağlanması beklenmektedir.

Toplumda sosyal girişimleri destekleyen ve doğru bulan bireyler olduğu gibi, bu faaliyetlerden kalıcı çözüm sağlanmadığını düşünen bireyler de mevcuttur. SG'lerin sadece gündemdeki sorunları ele alıp, kısa süreli etki yarattığını, geçici



ve yeterli olmayan yardımlar yaptığını, verimlilik konusunda kendilerinin farkında olamayıp verimliliklerini ölçemediklerini, birbirine benzer çözüm yöntemleri uyguladığını ve devletin yapamadığını bu denli az kişinin de yapamayacağını düşünenler vardır. Bu olumsuz düşüncelere rağmen SG toplumlarda ger geçen gün gelişerek büyümektedir.

Günümüzde dünyanın her bölgesinde çok daha fazla sosyal girişim ihtiyaç sahibi birçok dezavantajlı kişi ve topluluklara yardım etmekte, onlara destek olmaktadır. Sosyal girişimler giderek daha fazla insana ulaşsa da yine de dünyada eşitsizlik, yoksulluk, açlık, sağlık hizmetlerine erişimde güçlük, çevresel tahribat gibi önemli sorunlar yaşanmaya devam etmektedir. Bu nedenle sosyal girişimci olması için daha fazla insan teşvik edilmelidir. SG tanınıp, bilindikçe insanlar kendilerinin ve sosyal sorunların farkına varır ve bu alana katılımları artar. Bu da toplumsal sorunlara karşı daha fazla yenilikçi çözüm anlamına gelir. SG'nin gelişimi için aşağıda bir takım önerilerde bulunulmuştur. Bu öneriler;

- Öncelikle Türkiye'de devletin SG'ye daha fazla önem vermesi gerekmektedir. Sosyal girişimciler, daha çok desteğe başvurarak, daha fazla bağış ile büyük ve kalıcı çözüm getirecek girişimlere adım atmalı ve kendilerini göstermelidir.
- SG alanına yönelik hukuki ve mali düzenlemeler yapılmalıdır.
- Türkiye'de diğer birçok ülkede olduğu gibi, sosyal girişimcilerin faaliyetleri için kredi desteği alabileceği özel bir banka açılmalıdır. Böylelikle bağışların yeteriz kaldığı durumlarda faaliyetler duraksamamış olur.
- Eğitimler, konferans ve seminerler arttırılmalıdır. Bu etkinlikler sayesinde sadece büyük şehirlerde değil, küçük şehir ve köylerde de SG tanıtılarak bu konudaki farkındalık arttırılmalıdır.
- Verilen eğitimler sadece teorik değil, aynı zamanda uygulanmalı da olmalıdır. Uygulama sırasında gerçekleştirilen her yeni fikir kişinin SG'ye yönelik ilgisini ve isteğini arttıracaktır.
- Lise ve üniversitelerin derslerinde SG'ye yer verilmelidir. Böylece öğrenciler SG'ye daha hızlı ve etkili olarak atılabilir.
- Akademik olarak yapılan çalışma ve araştırmalarda SG'ye ağırlık verilmelidir. Özellikle insan yaşamı için kritik önemi olan sağlık alanında daha fazla SG projesine yer verilmelidir.
- SG alanında yüksek lisans programları açılmalıdır. Bu programlara katılan bireyler SG hakkındaki bilgi, görgü ve becerilerini geliştirebilir.

SG kavramı hakkında kapsamlı bir içgörü oluşturmayı amaçlayan bu araştırmanın birtakım sınırlılıkları mevcuttur. Bu sınırlılıklarından ilki SG ve güncel örnekleri hakkında ikincil kaynaklarından yararlanılmasıdır. Bu alanda yapılacak ampirik ölçümler yeni sorunlar saptayabilir ve tartışma alanları yaratabilir. Ayrıca çalışmada SG'nin Türkiye ve dünya örnekleri arasındaki bağlantılar tartışılmamıştır. Gelecek araştırmacılara toplumda SG farkındalığı ve sorunları hakkında ampirik ölçümler yapması ve yerel SG örnekleri ile dünya örnekleri arasında gerçekleştirilen stratejik işbirliklerinin tartışmaya açılması önerilmektedir.

## KAYNAKLAR

- Akbulaev, N., Ahmedov, T. ve Aliyev, Y. (2017). Yoksulların bankası: Grameen Bank. *Uluslararası Türk Kültür Coğrafyasında Sosyal Bilimler Dergisi*, 2 (1), 56-70.
- Akkan, E. ve Süygün, M.S. (2016). Lisans öğrencilerinin özyeterlik algıları ve başarıma güdülerinin sosyal girişimcilik eğilimlerine etkilerinin incelenmesi. *Journal of Economics and Administrative Sciences*, 18 (2), 35-63.
- Angelica, M.H. (2019). Social entrepreneurship: evolutions, characteristics, values and motivations. *The Annals of The University of Oradea. Economic Sciences*, 28 (1), 63–71.
- Ashoka Türkiye. (2021). Toplumsal sorunlara yenilikçi ve etkili çözümler. 17 Temmuz 2021, <https://ashokaturkiye.org/hakkimizda/>
- Bayraktar, S. (2008). Girişimcilik. Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Ders Kitabı, 1-9., 20 Mayıs 2021 <https://docplayer.biz.tr/49114972-Eis526-h04-1-girisimcilik-eis526-yazar-doc-doktor-serkan-bayraktar.html>.
- Carraher, S. M., Welsh, D.H.B. ve Svilokos A. (2016). Validation of a measure of social entrepreneurship. *European Journal of International Management*, 10 (4), 386–402.
- Charity Water. (2021). Herkesin temiz suya erişimi projesi. 5 Mayıs 2021, <https://www.charitywater.org/>
- Coşkun, E. ve Sarıkaya, M. (2016). Sosyal girişimcilik eğitiminde gönüllü kuruluşlar. *Strategic Public Management Journal*, 2(4). 72-82.
- Demirel, E.T. (2017). Sosyal girişimcilik. Fırat Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi İşletme Bölümü, 1-11., 8 Ocak 2021, <https://openaccess.firat.edu.tr/xmlui/handle/11508/12123>
- Denizalp, H. (2007). Toplumsal dönüşüm için sosyal girişimcilik rehberi. Sivil Toplum Geliştirme Merkezi, 7-25.
- Durmuş, M., Şeşen, Ö. ve Yıldırım, N. (2018, 9-11 Kasım). Türkiye’de sosyal girişimlerin haritalanmasına yönelik bir sistem modeli tasarımı. 2nd International Entrepreneurship Social Sciences Congress, (International EMI, 2018), Nevşehir, Türkiye.
- Ebrashi, R.E. (2013). Social entrepreneurship theory and sustainable social impact. *Social Responsibility Journal*, 9(2), 188–209.
- Efeoğlu, A. (2019). Dünyada ve Türkiye’de sosyal girişimcilik. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Ercan, S. (2016). Türkiye’de sosyal girişimcilik ve yarattığı etkilerin değerlendirilmesi. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, İstanbul Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü.
- Ersen, T.B., Kaya, D. ve Meydanoğlu, Z. (2010). Sosyal girişimler ve türkiye. İhtiyaç Analizi Raporu. İstanbul: TÜSEV Yayınları. 50.
- Fazla Gıda. (2021). İhtiyaç fazlası ürünlerin etkin yönetimi. 11 Ocak 2021, <https://www.fazlagida.com/>
- Good4Trust. (2021). Doğaya dost ürün ve hizmetler. 16 Ocak 2021, <https://good4trust.org/>
- Gökbunar, R., Aktaş, H. ve Kargın, M. (2018). Üniversitelerde sosyal girişimcilik: fırsatlar ve öneriler. *Yönetim ve Ekonomi: Celal Bayar Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 25 (1), 155-170.
- Health Market Innovations. (2021). Tateni home care nursing services. 15 Ocak 2021, <https://healthmarketinnovations.org/program/tateni-home-care-nursing-services>.
- İhtiyaç Haritası. (2021). İhtiyacı sahibini bul ve destek ol. 16 Ocak 2021, <https://www.ihtiyacharitasi.org/>

Kantur, D. (2017). Sosyal girişimcilikte yerleşiklik: coğrafi yayılım ve kültürel değerlerin rolü. *Girişimcilik ve İnovasyon Yönetimi Dergisi*, 6 (1), 173-196.

Kırılmaz, S.K. (2013). Sosyal girişimcilerin girişimcilik ve dönüştürücü liderlik algılarının belirlenmesine yönelik bir araştırma. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 8 (1), 103-128.

Kırılmaz, S. K. (2014). Sosyal girişimcilik boyutlarına kuramsal bir bakış. *Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Ekonomi ve Yönetim Araştırmaları Dergisi*, 3 (2), 55-74.

Martin, R. L. ve Osberg, S. (2007). Social entrepreneurship: the case for definition. *Stanford Social Innovation Review*, Spring, 29-39.

Meçikoğlu, S. ve Durmuş-Özdemir, E. (2019, 2-4 Mayıs). Importance of innovative strategies in social entrepreneurship. Innovation and Global Issues Congress V,(INGLOBE, 2019), Ankara, Türkiye.

Okandan, G.D. ve Görgülü, V. (2012). Türkiye’de sosyal girişimcilik tanımı ve örnekleri (iç.) Büyüyen Kapsayıcı Piyasalar: Türkiye’de Sosyal Girişimcilik Vakaları. (9-33). İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.

Özdevecioğlu, M. ve Cingöz, A. (2009). Sosyal girişimcilik ve sosyal girişimciler: teorik çerçeve. *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 32, 81-95.

Paksoy, H.M., Özbezek B.D. ve Gül, M. (2019). Kişilik özellikleri ve sosyal sorumluluk bilincinin sosyal girişimcilik özelliklerine etkileri üzerine bir araştırma. *Turkish Studies Social Sciences*, 14 (3), 973-1006.

Pehlivanoğlu, F. ve Kayan, K. (2019). Türkiye’de girişimcilik: mevcut durum analizi ve çözüm önerileri. *Kırklareli Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 8 (1), 58-78.

Peredo, A.M. ve McLean, M. (2006). Social entrepreneurship: a critical review of the concept. *Journal of World Business*, 41 (1), 56-65.

Perma Fungi. (2021). Story of the project. 26 Ocak 2021, <https://www.permafungi.be/en/story/>

Rahim H.L. ve Mohtar S. (2015). Social entrepreneurship: a different perspective. *International Academic Research Journal of Business and Technology*, 1 (1). 9-15.

Reyhanoğlu, M. ve Akın, Ö. (2012). Ticari girişimciler ne kadar sosyal girişimcidir?. *İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi İşletme İktisadi Enstitüsü Yönetim Dergisi*, 23 (71), 8-33.

Sanje, G. ve Dinç, Y.E. (2012). Çöp(m)adam: ev hanımlarına çöpten istihdam yaratmak (iç.) Büyüyen Kapsayıcı Piyasalar: Türkiye’de Sosyal Girişimcilik Vakaları. (37-58). İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.

Schwab Found. (2021). Awards social entrepreneur. 23 Ocak 2021, <https://www.schwabfound.org/awardees/tulin-akin>

Sönmez, A., Arıker, Ç. ve Toksoy, A. (2016). Dünya’da ve Türkiye’de sosyal girişimciliğin gelişimi. *Sosyal ve Beşeri Bilimler Araştırmaları Dergisi*, 17 (37 Girişimcilik Özel Sayısı), 102-121.

Sullivan Mort, G., Weerawardena, J., & Carnegie, K. (2003). Social entrepreneurship: towards conceptualisation. *International Journal of Nonprofit and Voluntary Sector Marketing*, 8 (1), 76-88.

Şeker, M. (2012). Sosyal girişimciliğin artan önemi ve bir araştırma. yayınlanmamış yüksek lisans tezi. Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı.

Taş, H. Y. ve Menteşe, B. (2016, 5-7 Mayıs). Sosyal girişimciliğin gelişimi: Avrupa Birliği ülkelerinde ve Türkiye’de sosyal girişimciliğin boyutları. 2. Uluslararası Çin’den Adriyatik’e Sosyal Bilimler Kongresi (ICSSCA, 2016), Hatay, Türkiye.

Tiryaki, T. (2013). Sosyal girişimcilik nedir?. SOGLA.

Toker, K. (2020). From social sustainability to social entrepreneurship: a path for social value creation, (in), M. A. Fındıklı, D. A. Erdur (ed.) *Creating Social Value Through Social Entrepreneurship*. Hershey PA, USA: IGI – Global, Chapter 14, 1-31.

Türkeş, N. (2017). Türkiye'de sosyal girişimciliğin gelişimi ve bir örnek olarak İhsan Doğramacı. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, Maltepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Türkiye Alzheimer Derneği. (2021). Unutulanları unutmayın. 24 Ocak 2021, <https://www.alzheimerderneği.org.tr/>.

Uygun, M. ve Güner, E. (2016). Girişimcilik eğiliminin gelişiminde girişimcilik eğitiminin rolü. *Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 5 (5), 37-57.

Vanclay, F. (2003). International principles for social impact assessment. *Impact Assessment and Project Appraisal*, 21 (1), 5-12.

Yalçın, A.S. ve Güner, D. (2015). Sosyal etki ölçümü kusif 4 adım yaklaşımı. İstanbul: KUSİF Yayınları, 3.

Yeşil, S., Paksoy, H. M. ve Paksoy, H. B. (2020). Bir toplumsal duyarlılık davranışı olarak sosyal girişimcilik. *Journal of Social and Humanities Sciences Research*, 7 (62), 3387-3398.

Yılmaz, A.S. (2014). Bir sosyal değişim ajanı olarak girişimcilik eğitimi. *Journal of World of Turks*, 6 (1), 297-310.

Zainea, N. L., Toma, S.G., Grădinaru, C. ve Catană, S. (2020). Social entrepreneurship, a key driver to improve the quality of life: the case of toms company. *Business Ethics and Leadership*, 4 (3), 65-72.