

SOSYAL GİRİŞİMCİLERİN ETİK VE HİZMETKÂR LİDERLİK DAVRANIŞLARININ CİNSİYET BAĞLAMINDA KARŞILAŞTIRMALI ANALİZİ*

COMPARATIVE ANALYSIS OF SOCIAL ENTREPRENEURS' ETHICAL AND SERVANT LEADERSHIP BEHAVIOR AND GENDER

Hikmet BAHÇEBAŞI*** 
M. Leyla YILDIZ*** 

Öz

Sosyal girişimciler, toplumsal sorunlara sistemli ve sürdürülebilir çözümler üreten, finansal kârlılıktan çok sosyal amaçları gerçekleştirmeye odaklanmış lider kişiler olarak tanımlanmaktadır. İzleyicilerinin gelişimini önemsemeleri ve süreçlerde izleyicilerinin de görüşlerini almaları ile hizmetkâr lider, ahlaki motivasyonları önemsemeleri, işbirlikçi ve adil olmaları ile etik lider olarak tanımlanmaktadır. Bu çalışmanın temel amacı, kadın ve erkek sosyal girişimcilerin, etik ve hizmetkâr liderlik davranışlarının tespit edilmesi ve cinsiyet temelinde karşılaştırmalı olarak analiz edilmiştir. Araştırma örneklemini, Türkiye’de sosyal girişimcilik kapsamında; kadın, engelliler, çevre, eğitim, çocuk, sağlık ve yardım gibi alanlarda faaliyet gösteren 34 sosyal girişimci ile birlikte çalışan ve gönüllü olan 169 izleyici oluşturmaktadır. Araştırma değişkenlerine ilişkin veriler, anket yöntemi ile toplanmış, anketlerin geçerlilik ve güvenilirlik analizleri yapılmış ve elde edilen veriler istatistik paket programı ile analiz edilmiştir. Araştırma sonucunda, sosyal girişimcilerin etik ve hizmetkar liderlik davranışı gösterdikleri tespit edilmiştir. Hem yerli hem yabancı literatürde sosyal girişimlerin faaliyet ve etki alanlarının büyümesine karşılık sosyal girişimlerde liderlik davranışı üzerine oldukça az sayıda çalışma bulunmaktadır. Bu araştırma, sosyal girişimcilik ile etik ve hizmetkar liderlik arasında ilişkiyi ampirik olarak inceleyen sayılı araştırmadan biri olarak yazına katkı sağlamaktadır.

Anahtar Kelimeler: Sosyal Girişimcilik, Etik Liderlik, Hizmetkâr Liderlik, Cinsiyet.

JEL Sınıflandırması: P31, P36, J16.

* Bu çalışma, Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı’nda Prof. Dr. Müge Leyla YILDIZ danışmanlığında Hikmet BAHÇEBAŞI tarafından hazırlanan “Sosyal Girişimcilerin Etik ve Hizmetkâr Liderlik Davranışlarının Cinsiyet Bağlamında Karşılaştırmalı Analizi” adlı yüksek lisans tezinden türetilmiştir.

** Yüksek Lisans Mezunu, Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, E-Mail: hikmetbahcebasi@marun.edu.tr, hkmtbshcebasi@gmail.com, ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-4797-1512>

*** Prof. Dr., Marmara Üniversitesi, İşletme Fakültesi, İşletme Bölümü, İstanbul, E-Mail: mlyildiz@marmara.edu.tr, ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-7618-4529>

Abstract

Social entrepreneurs are also known as leaders because of their approaches and behaviors towards events. These behaviors; He/She defines a servant leader as an ethical leader because they care about the development of their followers and take the opinions of their followers in the processes, and they care about moral motivations and are cooperative and fair. Studies in the field of social entrepreneurship in our country are in the minority, and according to the results of the research, it has been concluded that gender differences in this field are less obvious. The main purpose of this study, considering the ethical and servant leadership behaviors of male and female social entrepreneurs, the differences were analyzed comparatively on the basis of gender. Research within the scope of social entrepreneurship in Turkey; It was carried out on 169 people who work social entrepreneur or voluntarily operate in a social enterprise. The data related to the research variables were collected by the questionnaire method. As a result of the research, it has been determined that social entrepreneurs show ethical and servant leadership behavior. This research contributes to the literature as one of the few studies that empirically examines the relationship between social entrepreneurship.

Keywords: Social Entrepreneurship, Ethical Leadership, Servant Leadership, Gender.

JEL Classification: P31, P36, J16.

1. Giriş

Dünya'da sosyal, ekonomik ve çevresel birçok sorunla karşılaştığımız gibi bu sorunlarla mücadele etmenin de bir o kadar yolu olduğunu yapılan çalışmalarla gözlemlemekteyiz. Bilgi ve iletişim teknolojilerinin yaygın kullanımı bilginin paylaşım hızına bağlı olarak sosyal sorunlara olan farkındalığı ve tepkilerin yayılımını da arttırmaktadır. Çeşitli paydaşlardan gelen beklentiler ve hatta talepler doğrultusunda da işletmeler devletin ve sosyal yardım kurumlarının yeterli olmadığı alanlarda sosyal sorumluluk projelerini arttırmaya başlamışlardır. Kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinin gelişmesiyle başlayan değişim sürecine, sosyal girişimcilerin yarattığı değişim ve dönüşüm üçüncü sektör olarak adlandırılan “sosyal amaç doğrultusunda kâr sağlayan sosyal girişimler” yepyeni bir soluk getirmiştir.

Yüzyıllardır toplumların alışagelmiş davranışlarını değiştirmeye, bir yandan toplumların kalkınmasını ve yaşam standartlarının gelişmesini sağlayan, alışagelmişin dışında köklü dönüşümlere zemin hazırlayan sosyal girişimciler; günümüzde girişimciliğin sadece ticari alanda, çalışmanın ise kâr elde etme amacıyla yapılabileceği yönündeki geleneksel anlayışı değiştirmektedir (Işık, 2013, s. 235). Sosyal girişimcilik; toplumsal sorunlara karşı maddi fayda ve kâr ön planda olmaksızın, problemin çözümüne, problemin ortadan kaldırılmasına odaklanarak soruna dair bakış açısının hatta mevcut sistemlerin dönüşmesine yönelik girişimcilik faaliyetleri olarak adlandırılabilir. Sosyal girişimciler, toplumsal değer yaratmanın yanı sıra sosyal konular hakkında kamuoyunda da farkındalık yaratmaktadır (Seelos ve Mair, 2005, s. 242). Ekonomik amaçlı örgütler yani işletmeler, toplumsal ihtiyaçları karşılamak adına sosyal değer yaratmak için sosyal sorumluluk çalışmaları yaparken sosyal girişimciler sorunları farklı bir bakış açısı ile görmektedirler (Denizalp, 2007, s. 7). Çünkü sosyal girişimciler, devlet ve ilgili kurumların yeterli olmadığı toplumsal sorunlara farklı sürdürülebilir bakış açıları sunabilecek vizyon, başarıma güdüsü ve kararlık sistemlerini değiştirip köklü değişimler yaratmalarını sağlamaktadır.

Sosyal girişimciler iki iş stratejisinin sınırları dahilinde faaliyet gösterdiklerinden iki farklı görüş söz konusudur. Bu görüşlerden ilki, sadece kâr amacı gütmeyen örgütlerin yapmış oldukları faaliyetlerin sosyal girişimcilik olarak kabul edilmesidir. Diğer görüş ise, sosyal bir amaç taşıyor olmak şartıyla özel sektör kuruluşlarının yapmış oldukları faaliyetlerin de sosyal girişimcilik olarak kabul edilmesidir (Volkman, 2012, s. 315). Sosyal girişimciliğin kâr amacı gütmeyen kuruluşlarda öne çıkmasının önemli nedenlerinden biri toplumsal sorunu giderme doğrultusundaki örgütsel amaçlardır. Oysa sosyal değer odaklı kâr amacı gütmeyen kuruluşlar, kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri yürüten özel sektör kuruluşları ve sosyal girişimler sahip oldukları misyonları ve gelir modelleri ile birbirinden farklılaşmaktadır (Sarıkaya, 2010). Sosyal girişimcileri kâr amacı güden özel sektörden ve kâr amacı gütmeyen gönüllü sektörden de farklı değerlendirmek gerekir. Bu sektörlerin kesişim noktasında faaliyet gösteren sosyal girişimcileri “toplumda giderilemeyen ihtiyaçları karşılamaya yönelik, bu doğrultuda sosyal bir misyonu, vizyonu, stratejisi ve çalışma şekli olan, çözümleri yenilikçilik içeren girişimci prosedürler ile uygulayan dönüştürücü, girişimci liderler” olarak tanımlamak mümkündür (Mort vd., 2003, s. 79). Sosyal girişimcilerin kurduğu toplumsal fayda amacı taşıdığı için “sosyal”, özel sektörde ise iktisadi girişimcilik faaliyeti gösterdiği için “girişim” olarak nitelendirilen bu kuruluşlar üçüncü sektör olarak değerlendirilen melez (hybrid) model yapıları içinde “sosyal girişim” olarak nitelendirilmiştir (Işık, 2018, s. 239).

Sosyal girişimciliğin küresel anlamda önemini göz önüne aldığımızda, Türkiye’de son yıllarda sosyal girişimcilik ivme kazanmaktadır. Özellikle küçük fikirlerle başlayıp sonrasında büyük projelere dönüştürülen birçok sosyal girişimcilik örneği mevcuttur. Bu sosyal girişimler her geçen yıl hızla değişen bir tablo ortaya koymaktadır. Sosyal girişimcilik ekosisteminin genişlemesiyle birlikte; liderlik olgusu da literatürde araştırılmış, sosyal girişimcilerin liderlik davranışları literatürde tartışılan bir konu olmuştur.

Bu çalışmada, Dünya ile benzer şekilde Türkiye’de giderek büyüyen üçüncü sektörden yola çıkarak, sosyal girişimcilerin liderlik davranışlarına odaklanılmıştır. Etik liderlik ve hizmetkâr liderlik davranışı açısından Türkiye örneğinde sosyal girişimciler araştırılmıştır. Ayrıca sosyal girişimcilerin liderlik davranışının kadın ve erkek girişimciler konusunda cinsiyet açısından farklılıkları karşılaştırılmıştır.

2. Literatür Taraması ve Hipotezlerin Geliştirilmesi

Tüm insanlar sosyal çevrelerini dönüştürme potansiyeline sahiptirler, ancak sosyal girişimciler değişime ve dönüşüme aracılık ederler (Dees, 1998, s. 4). Sosyal girişimciler, sosyal değer yaratmak için, imkanları doğrultusunda sahip oldukları sınırlı kaynaklarla yeni iş modelleri, organizasyon yapıları ve stratejiler oluştururlar. Bir sosyal girişimci, Tüm bu faaliyetleri organize eden ve yaptıkları yeniliklerle sistemleri dönüştürebilen yetenekli, sofistike ve çok yönlü bir lider olarak adlandırılabilir (Seelos ve Mair, 2005, s. 244; Casto-Salazar, 2013, s. 7).

Belirli durum ve koşullar altında insanları veya grupları kendi belirlediği amaçlar doğrultusunda harekete geçirme, yönetme ve etkileyebilme becerisi olarak tanımlanan liderlik ve bir iş planını

harekete geçirmeyi içeren girişimcilik sosyal girişimcilerin yetkinlikleri arasındadır. Başarılı sosyal girişimcilerin de sahip oldukları kişisel özellikleri incelediğimizde, sosyal misyona sahip olma ve sosyal etkiye odaklanma haricinde başarılı girişimcilerden çok farklı özelliklere sahip olmadıkları söylenebilmektedir (Bornstein ve Davis, 2010; Castro-Salazar, 2013, s. 8; Yıldız, 2016, s. 24). Fark edilmemesine rağmen, sosyal girişim liderliği yirmi birinci yüzyıl ekonomik kalkınması için kritik kabul edilmektedir (Kuratko, 2007, s. 8).

Sosyal girişimciler, elde ettikleri kârı kendi çıkarları doğrultusunda değil, toplumun yararları doğrultusunda kullanan organizasyonların girişimci liderleri olarak tanımlanabilir. Prabhu'ya (1999) göre, sosyal girişimci liderler; yenilikçi girişimsel organizasyonlar veya yeni girişimler yaratan ve yöneten, temel misyonları doğrultusunda hizmet verdikleri gruplarda sosyal değişimi ve gelişimi sağlayan kişilerdir.

Güven, şefkat, bağlılık, kararlılık, ayırt etme, empati, coşku, dürüstlük, alçakgönüllülük, inisiyatif, risk alma, iyimserlik, proaktivite, bilgelik, duyarlılık ve samimiyet gibi çok çeşitli özelliklerinin yanı sıra, sosyal girişimci liderlerin literatürde en sık karşılaşılan özellikleri vizyoner, yenilikçi, proaktif olmaları, stratejik davranmaları ve risk almalarıdır (Bagheri ve Pihie, 2011; Chen, 2007; Gupta, MacMillan ve Surie, 2004). Alvord, Brown ve Letts (2004), sosyal girişimcileri, vizyonlarını gerçekleştirmek için sosyal sorunlara odaklanan ve araştıran, bu sorunlara yenilikçi çözümler üreten kişiler olarak tanımlamıştır. Tüm liderler de vizyonları doğrultusunda hareket ederler, ancak sosyal girişimci liderler, sosyal ve ekonomik yapıları değiştirerek, toplumsal değer yaratarak, dünyayı daha iyi bir yer yapma vizyonu doğrultusunda hareket ettikleri gözlemlenmiştir (Dees vd., 2001, s. 9). Sosyal girişimci liderler, kârın kendi çıkarları için değil, tamamen toplumun yararına kullanılmasını sağlar ve işletmelerinin başarısını önemser (Yıldız, 2018, s. 280).

Sosyal girişimciler, piyasa ekonomisinin mekanizmalarıyla birlikte sosyal değer yaratan güçlü liderlerdir. Sosyal girişimciler, mevcut pazarın imkanlarıyla daha adil toplumlar inşa etmeyi amaçlayan liderlerdir. Bu tarz liderliği benimseyen kişiler statüden memnun olmayıp daha çok astlarının gelişimini destekleyip hizmetkâr liderleridir. Sosyal girişimciler değişim araçları olarak hizmet ederler, ancak özünde tüm insanları ve sosyal çevrelerini dönüştürme potansiyeline sahip olup dönüştürücü liderlerdir (Castro-Salazar, 2013, s. 7).

Coker vd. (2017), yapmış oldukları araştırmada; sosyal girişimcilik ve ulusal liderlik kültürünün rolünü incelemişlerdir. Önerilen kavramsal modelin merkezinde, Küresel Liderlik ve Örgütsel Davranış Etkililiği (GLOBE) teorik modelinden altı liderlik boyutu; karizmatik / değer temelli liderlik, takım odaklı liderlik, katılımcı liderlik, insan odaklı liderlik ve etkileşimsel liderlik özellikleri incelenmiştir. Elde edilen bulgular, karizmatik liderler, yaratıcı, yenilikçi, vizyon sahibi olmaları ve başkalarına ilham vermelerinden dolayı sosyal girişimcilikle ilişkilendirilmiştir. Hizmetkâr liderlerin “liderlik etmekten çok hizmet eder” görüşü sosyal girişimcilerle ilişkilendirilmiştir.

Yüksek güç motivasyonunu sorumluluk motivasyonu ile birleştiren sosyal girişimciler, çalışanları tarafından daha karizmatik lider olarak algılanırken bir başka araştırma, vizyoner ve dönüştürücü liderlik algılarının yüksek olduğunu öne sürmüştür (Taylor vd., 2014, s. 567). Sürdürülebilir liderler

değişimi teşvik eder, takipçilerini güçlendirir, sosyal olarak adil davranır, insan kaynakları yeteneğini tanıy ve bu durumlarla ilgilenir hem ekonomik hem de sosyal açıdan daha iyi bir gelecek yaratmak için uğraşır (Yıldız, 2018, s. 282). Sürdürülebilir sosyal değer yaratma odaklı sosyal girişimciler sürdürülebilirliği doğru bir yörüngeye koyarak dünyayı değiştirmeyi hedeflemekte ve bu vizyonları ile onları sürdürülebilir liderler olarak tanımlayabiliriz.

Sosyal girişimciler güç paylaşımı, işbirlikçi ve adil davranış göstermeleri etik güdülere dayanmaktadır, ahlaki sorumluluk ve “özgeciliğin ifadesi” olabilmektedir (Mair ve Marti, 2006, s. 39). Sosyal girişimcilerin örgütü kendileri yönetmek istemediklerini, başka bir deyişle kahraman olmak istemediklerini göz önünde bulundurarak onları hizmetkâr lider olarak tanımlayabiliriz (Seanor ve Meaton, 2007, s. 96). Tüm sosyal girişimciler aynı liderlik tarzına sahip olmayıp; dönüşümcü, sürdürülebilir, etik, hizmetkâr lider davranışları gösterdikleri görülmektedir (Yıldız, 2018, s. 276). Bu araştırma kapsamında ise kadın ve erkek sosyal girişimcilerin, etik ve hizmetkâr liderlik davranışları arasında benzerlikler ve farklılıklar incelenecektir.

2.1. Sosyal Girişimcilik ve Etik Liderlik İlişkisi

Etik liderlik konusu son yıllarda akademik olarak büyük ilgi görmektedir. Brown vd. (2005, s. 120), etik liderliği, kişisel eylemlerde ve kişilerarası ilişkilerde normatif olarak uygun davranışın gösterilmesi, bu tür davranışların karşılıklı iletişim, güçlendirme ve karar verme yoluyla takipçilerle paylaşılması olarak tanımlamışlardır. Etik liderler, etik rol modeller olup takipçilerine rehberlik etmek için kuruluştaki açık etik davranış kuralları belirleyen ahlaki insanlar ve ahlaki yöneticilerdir. Kişisel yaşamlarında olduğu kadar profesyonel yaşamda da etik davranışlar (Yıldız, 2016, s. 214).

Sosyal girişimcilik ve etik ilişkisi; sosyal girişimin kültürü ve ahlakı, gönüllülük ilkelerine, etik davranışa ve sosyal fayda yaratacak bir misyona dayanmakta, sosyal girişim liderlerini diğer liderlerinden ayıran, temel unsur sosyal misyonu temel alan lider olmalarıdır (Chell, 2007, s. 18). Sosyal girişimciler, sosyal misyonu takip etmelerini sağlayan etik erdemliliğin somut örneği olarak temsil edilirler (Bornstein, 2004; Drayton, 2002). Mair ve Marti (2006), sosyal girişimcilerin ticari alandaki meslektaşları ile bazı ortak davranışlara sahip olabileceğini gözlemlenmelerine rağmen, sosyal girişimcilerin davranışları genellikle etik güdülere dayandığını ve ahlaki sorumluluklar doğrultusunda hareket ettiklerini belirtmişlerdir. Ilac (2018), sosyal girişimler için mevcut liderlerin deneyimlerine dayalı olarak teorik bir liderlik geliştirme modeli oluşturmak ve gelecekte liderlerin sahip olması gereken yetkinlikleri ve doğası gereği zorunlu süreçleri anlamak için yapmış olduğu nitel analizde görüşmeler için ortak on tema belirleyip, sosyal girişim liderleri tarafından gerekli görülen yönleri özetlemiş ve süreçsel bir liderlik geliştirme çerçevesi oluşturmuştur. Belirlenmiş olan on temadan biri olan “değerler” kavramı içerisinde etik davranışa değinilmiştir. Kişiyi etkileyen önemli bir dayanak noktası olduğu, liderin işletmeyi etkileyen kararlar almasına yardımcı olacak yol gösterici bir ilke ve “doğru ve yanlış” arasında ayırım yapma duygusu olarak tanımlanmış, katılımcılardan biri; “etiğin liderlik gelişimindeki önemli temel olduğu, sosyal girişimciyi etik lider, karakter ve yetkinliğe sahip olarak” yorumlamıştır.

Etik davranış ve cinsiyet arasındaki sosyal konulara bakış literatürde birçok araştırmaya konu olmuştur. Erkekler ve kadınlar hem psikolojik hem de davranışsal olarak birbirlerinden farklıdırlar. Yapılmış olan araştırmalarda kadınların erkekler göre daha az etik dışı davranış sergiledikleri ileri sürülmüştür. Erkeklerin daha rekabetçi, saldırgan davranışlar gösterdikleri, kadınların ise daha işbirlikçi, eşitlikçi ve duygusal yakınlık gibi davranışlar gösterdikleri gözlemlenmiştir. Kadınlar etik sorunları itina, merhamet ve empati kurmak olarak görürken; erkekler hak, adalet ve eşitlik sorunu olarak görmektedirler (Yıldız ve Yakut, 2019, s. 203).

Bazı araştırmacılar, sosyal girişimcilikteki belirsiz uygulamaların ciddi etik kaygılar yaratabileceğine inanmaktadır (Fowler, 2000; Martin ve Osberg, 2007; Zahra vd., 2009). Medyada sosyal girişimciler, ciddi sosyal sorunları çözmek için asil ve yaratıcı fikirler taşıyan kahramanlar, pazar liderleri olarak görülmektedir. Bir sosyal girişimciyi neyin etik kıldığını ve sosyal girişimcilerin herhangi bir etik olmayan davranışı önleyip önleyemeyeceğini bilmiyoruz. Bu nedenle, sosyal girişimcileri yüksek ahlaki veya etik ilkelere sahip bir kahraman olarak doğrudan kabul etmek bilimsel olmayabilir. Belki de sosyal girişimciler için etik karar verme; özellikle başkalarına karşı sosyal sorumluluk veya daha spesifik olarak bir pazar ve aynı zamanda sosyal bir değer yaratmayı amaçlayan bir meslek söz konusu olduğunda daha zorlayıcı bir güdü olabileceği iddia edilebilir. Etik ile ilgili birçok bilimsel dergi ve kitap yayınlanmıştır, ancak sosyal girişimcilik etiği yeterince araştırılmamıştır, bazı araştırmacılar etik ve sosyal girişimcilik üzerine araştırma yapma ihtiyacını da vurgulamıştır (Chell vd., 2016; Harris vd., 2009). Bu bağlamda sosyal girişimcilerin izleyici algılarına yönelik yapılan araştırmanın hipotezi şu şekildedir:

H₁: Sosyal girişimciler etik liderlik davranışı göstermektedir.

2.2. Sosyal Girişimcilik ve Hizmetkâr Liderlik İlişkisi

Greenleaf (1977), tarafından hizmetkâr liderlik kavramını ilk kez açıklandığında, bir liderin birincil rolünün takipçilerin gelişmesine katkı sağlaması ve daha özgür birey olmalarına yardımcı olması gerektiğini savunmuştur. Bu nedenle hizmetkâr liderlik, sadece önemli görevleri yerine getirmekle değil, takipçilerin kişisel ve mesleki gelişimlerini destekleyerek örgütsel hedeflerin gerçekleşmesine katkı sağlamaktadır (Hogue, 2016, s. 838).

Liden vd. (2010), hizmetkâr liderliği karakterize etmek ve anlamak için; duygusal iyileşme, toplum için değer yaratma, kavramsal beceriler, güçlendirme, astların büyümesine ve başarılı olmasına yardımcı olma, astlarını ilk sıraya koyma, etik davranma, ilişki kurma ve astlarına hizmet etme olmak üzere dokuz boyutta tanımlamıştır. Bu kimliğe dayanarak, hizmetkâr lider her takipçiyi dönüşümcü liderler olarak tanır ve onlara etik lider gibi davranır (Yıldız, 2018, s. 282).

Sosyal girişimcilerin örgütü yönetmek istemediklerini, başka bir deyişle kahraman olmak istemediklerini göz önünde bulundurarak bu özellikleri ile onları hizmetkâr lider olarak tanımlayabiliriz. Kahraman olmayı arzu etmek ya da kahraman olarak adlandırılmak yerine vizyonlarını gerçeğe dönüştürmek onlar için daha önemlidir (Yıldız, 2018, s. 283). Sosyal girişimci liderlik özelliklerinin, bir lideri “daha iyi bir toplumun olumlu kurucusu” olarak tanımlayan

hizmetkâr liderlik çerçevesi kullanılarak yakalanabileceği varsayımı üzerine inşa edilmiş olmasıdır (Greenleaf ve Spears, 2002, s. 24).

Petrovskaya ve Mirakyan (2018), hizmetkâr bir lider olarak sosyal girişimciyi araştırmıştır. Literatür taramasına göre fedakârlık, tevazu, dürüstlük, güven ve empati olmak üzere beş hizmetkâr liderlik davranışı belirlenmiştir. Keşifsel amaçlı bu çalışmada, 78 sosyal girişimciden oluşan bir örneklem incelenmiştir. Anket sonuçlarına göre sosyal girişimcilerin geleneksel girişimcilere göre algılanan hizmetkâr liderlik özelliklerinden fedakârlık, bütünlük, başkalarına güven ve empati olmak üzere dördünde farklılık gösterdiği elde edilmiştir. Yapılmış olan başka bir araştırmanın sonucuna göre hizmetkâr liderliğin ayırt edici unsurlarının, liderlik yapısının daha fazla kadınlara yönelik davranışlar içerdiği sonucuna varılmıştır (Reynolds, 2011, s. 159). Bu bağlamda araştırmanın bir diğer hipotezi şu şekildedir:

H₂: Sosyal girişimciler hizmetkâr liderlik davranışı göstermektedir.

2.3. Sosyal Girişimci Liderlik ve Cinsiyet

Eagly ve Carli (2003) liderlik becerilerinde cinsiyet farklılıkları olduğuna dair bir kanıt bulunmadığı ve Carless (1998), bazı durumlarda belirli davranış ve beceriler açısından cinsiyete bağlı farklılıklar olduğu sonucuna varmıştır. Geleneksel olarak başarılı yönetimler eril özellikler ve davranışlarla ilişkilendirilmiştir. Schein (1973), “başarılı liderlerin genel olarak kadınlara oranla erkeklere atfedilen özelliklere, tutumlara ve mizaçlara sahip olduklarını” söylemiştir. Bu baskın algıyla birlikte liderlik özellikleri yapılan araştırmalarda tartışılmıştır. Basitçe ifade etmek gerekirse, toplumsal cinsiyet sosyalizasyonu liderliğin erkeksi bir rol olduğu vurgulanmıştır. Bu cinsiyet beklentileri, kadınların işgücü ve toplumdaki temsiliyle orantılı olarak yönetici kademelerine başarılı bir şekilde yönlendirilmesini engellenmeye devam etmektedir (Johanson, 2008, ss. 786-787). Yirminci yüzyılın ortalarından bu yana, kadın istihdam sayısında önemli bir artış olmuştur (Scott vd., 2008, s. 3). Bununla birlikte, kadınların birçoğunun yarı zamanlı işlerde veya işletmelerin alt kademelerinde, erkeklerin ise daha çok üst kademelerde çalıştıkları görülmektedir (Teasdale vd., 2011, s. 68).

Türkiye’de kadınların diğer çalışma alanlarında faaliyet gösterme oranları incelediğimizde ise, 2017 TÜİK verilerine göre kadın yöneticilerin ticari girişimlerde faaliyet gösterme oranı %18,9’dur. Kadınların sivil toplum kuruluşlarına katılımları da düşük bir seviyede olup, sivil toplum kuruluşu üyelerinin de %10,4’ü kadın ve sivil toplum kuruluşlarının %14’ünde kadınlar liderlik etmektedir (TÜİK, 2017; İçduygu ve Meydanoğlu, 2011). Kadınların dünya genelinde diğer çalışma alanlarında faaliyet gösterme oranları incelediğimizde ise; Dünya Ekonomik Forumu 2018 Raporuna göre, kadınların işgücüne katılım oranı %68,4 iken erkeklerde bu oran %85,6 olup kadınların benzer iş ücretlerinin erkek meslektaşlarının ücretlerine göre düşük olduğu gözlemlenmiştir. Ayrıca kadınlar liderlik pozisyonlarında yeterince temsil edilememektedir; 2018 Dünya Ekonomik Forumu’nun verileri 2018 Küresel Toplumsal Cinsiyet Açığı Raporu kadınların halka açık şirketlerin yönetim kurullarının sadece %3’ünü temsil ettiği tespit edilmiştir (Schnauber vd., 2020, s. 2). Kadınlar

sosyal girişimcilik alanında, özellikle daha az gelişmiş ülkelerde daha fazla faaliyet göstermektedir. Hindistan'da kadınların kâr amacı gütmeyen kuruluşlara katılımı, sosyal ve politik alanlarda faaliyet göstermeleri ile birlikte daha önce engellendikleri birçok alana girme fırsatı vermiştir (Handy vd., 2002, s. 139-140).

British Council tarafından Brezilya, İngiltere, Amerika, Hindistan ve Pakistan'da sosyal girişimci kadınların mevcut durumlarını araştırmak için yapılan çalışmalarda; kadınlar toplam işgücü piyasasının Brezilya'da %43'ünü, Hindistan'da %24'ünü, İngiltere ve Amerika'da %46'sını, Pakistan'da ise %22'sini oluşturmaktadır. Kadınların sosyal girişimde liderlik oranları Brezilya'da %25, Hindistan'da %24, Pakistan'da %20, İngiltere'de %40 ve Amerika'da %55'ini oluşturmaktadır. Son olarak British Council tarafından Türkiye'de yaklaşık 9.000 kişi üzerinde yapılan araştırmada sosyal girişimci liderlerin %55'inin kadınlar tarafından oluşturulduğu gözlemlenmiştir (British Council, 2019).

Daha önce yapılmış olan çeşitli araştırmalar, etkili sosyal girişimcilik ve liderlik kavramı için bazı yetkinlikleri ortaya koyabilmektedir. Ancak sosyal girişimcilerin etik liderlik yetkinliklerini ortaya koyabilecek nispeten yapılmış olan araştırma literatürde eksik olup, bu çalışma ile sosyal girişimcilerin etik liderlik davranışları literatürde incelenen ilk araştırma olacak ve sosyal girişimci kadın ve erkeklerin etik liderlik davranışları; adaletli olmaları, güç paylaşımları, rol açıklamaları, insan odaklı olmaları, etik rehberlik etmeleri, çevre odaklı olmaları ve bütünlük ilkelerine bağlı olmaları incelenip, karşılaştırmalı olarak analiz edilmiştir. Bu bağlamda araştırmanın cinsiyet bağlamında farklılık hipotezi aşağıdaki gibidir:

H_{3a}: Kadın sosyal girişimcilerin etik liderlik davranışı ile erkek sosyal girişimcilerin etik liderlik davranışı arasında anlamlı bir farklılık vardır.

Barbuto ve Gifford (2008), takipçilerin hizmetkâr liderliğe ilişkin cinsiyet farklılıklarını belirlemek için bir çalışma yürütmüştür. Araştırmacılar, hizmetkâr liderlik için beş alt boyut içeren Barbuto ve Wheeler'nın (2006) Hizmetkâr Liderlik Anketini (SLQ) kullanmıştır. Araştırmacılar bu anketten yola çıkarak beş alt boyuttan üçünü kadınsı, ikisini eril olarak değerlendirmişlerdir. Kadınsı olanalar fedakârlık, duygusal iyileşme, örgüt yönetimi iken eril olanlar ise bilgelik ve ikna edici planlamadır. Bu çalışmaya katılan 462 katılımcının %65'i kadınlardan oluşmaktadır. Bu araştırmanın sonucu, toplumsal herhangi bir cinsiyet farklılığının olmadığını göstermiştir. Kadınlar bilgelik ve ikna edici davranış gösterirken, erkekler de fedakârlık, duygusal iyileşme ve örgütsel yönetim davranışlarını göstermiştir. Bu araştırma, her iki cinsiyet için de hizmetkâr liderlik yaklaşımıyla basmakalıp cinsiyetçi ön yargıları aşılabileceği görüşündedir. Bu bağlamda araştırmanın cinsiyet bağlamında diğer farklılık hipotezi şu şekildedir:

H_{3b}: Kadın sosyal girişimcilerin hizmetkâr liderlik davranışı ile erkek sosyal girişimcilerin hizmetkâr liderlik davranışı arasında anlamlı bir farklılık vardır.

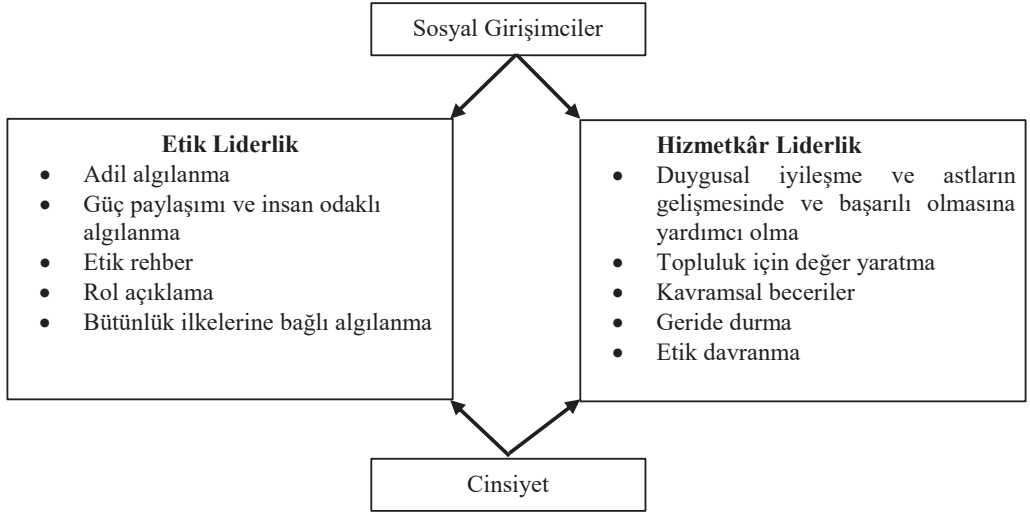
3. Araştırmanın Yöntemi

Bu çalışmanın amacı, Türkiye’de genişleyen örneklemden yola çıkarak, sosyal girişimcilerin liderlik davranış profilini incelemek; etik liderlik ve hizmetkâr liderlik davranışı açısından Türkiye örnekleminde sosyal girişimcileri değerlendirmektir. Bu aşamada sosyal girişimcilerin liderlik davranışının kadın ve erkek girişimciler konusunda cinsiyet farklılıkları karşılaştırmalı olarak belirlenen hipotezlerle analiz edilecektir.

3.1. Araştırmanın Modeli ve Hipotezler

Sosyal girişimciliğin etik ve hizmetkar liderlik davranışına yönelik cinsiyet bağlamında farklılıklarını incelemeye yönelik araştırma modeli Şekil 1’de görüldüğü gibidir:

Şekil 1: Araştırma Modeli



Model doğrultusunda önce sosyal girişimcilerin liderlik davranışı incelendiği ve liderlik davranışında cinsiyete göre farklılıkları konu olan araştırma hipotezleri şu şekildedir:

H_1 : Sosyal girişimciler etik liderlik davranışı göstermektedir.

H_2 : Sosyal girişimciler hizmetkâr liderlik davranışı göstermektedir.

H_{3a} : Kadın sosyal girişimcilerin etik liderlik davranışı ile erkek sosyal girişimcilerin etik liderlik davranışı arasında anlamlı bir farklılık vardır.

H_{3b} : Kadın sosyal girişimcilerin hizmetkâr liderlik davranışı ile erkek sosyal girişimcilerin hizmetkâr liderlik davranışı arasında anlamlı bir farklılık vardır.

3.2. Veri Toplama Yöntemi ve Ölçekler

Araştırmada veriler anket yöntemi kullanılarak toplanmıştır. Anketler mail ortamında katılımcılarla paylaşılıp online olarak doldurulması talep edilmiştir. Veri toplamada ilgili literatürden belirlenmiş ve önceden hazırlanmış geçerlilik ve güvenilirliği kanıtlanmış ölçekler kullanılmıştır. Anket 2 bölüm 75 sorudan oluşmaktadır. İlk bölümde katılımcılara dair demografik bilgiler (sosyal girişimcilik faaliyet alanları, faaliyet gösterilen merkez iller, sosyal girişimcilerin ve katılımcıların yaş, cinsiyet, eğitim durumu) sorulmuş, ikinci bölümde ise katılımcıların birlikte çalıştıkları sosyal girişimcilerinin etik ve hizmetkâr liderlik davranışlarını ölçmeye yönelik 2 farklı ölçek kullanılmıştır.

Etik liderlik davranışı (ELW), Kalshoven vd., (2011) tarafından geliştirilen 38 soru ile ölçülmüştür. Ölçek insan odaklılık, adalet, güç paylaşımı, sürdürülebilirlik, etik rehberlik, rol açıklama ve bütünlük olmak üzere 7 boyuttan oluşmaktadır. Ölçek '1: Kesinlikle Katılmıyorum ve 6: Kesinlikle Katılıyorum' olmak üzere 6'lı likert ile değerlendirilmiştir.

Hizmetkâr liderlik davranışı, Liden vd., (2008) tarafından geliştirilen 28 soru ile ölçülmüştür. Ölçek duygusal iyileşme, topluluk için değer yaratmak, kavramsal beceriler, güçlendirme, astların geliştirilmesine ve başarılı olmasına yardımcı olmak, geride durmak ve etik davranmak olmak üzere 7 boyuttan oluşmaktadır. Ölçek '1: Kesinlikle Katılmıyorum ve 6: Kesinlikle Katılıyorum' olmak üzere 6'lı likert ile değerlendirilmiştir.

3.3. Örneklem

Belirlenen örneklem dahilinde, araştırmaya sosyal girişimci ile birlikte çalışan veya sosyal girişimde gönüllü olarak faaliyet gösteren 175 kişi katılmış ve 169 anket araştırmada kullanılarak, ortalama her sosyal girişimciyi 5 kişi değerlendirerek toplamda "34" sosyal girişimcinin etik ve hizmetkâr liderlik davranışları takipçileri tarafından değerlendirilmiştir. Analizler sonucunda tanımlayıcı istatistiklere bakıldığında, 22 kadın sosyal girişimci (%64,4) ve 12 erkek sosyal girişimci (%35,5) değerlendirilmiştir. En fazla faaliyet gösterilen sosyal fayda alanı ise, %33,13'lük oranla eğitim alanında olduğu sonucu elde edilmiştir. Sosyal girişimcilik alanında Türkiye'de eğitimin en fazla faaliyet gösterilen alan olduğu ve sosyal girişimcilik alanında ise kadınların daha fazla faaliyet gösterdiği literatür tarafından da desteklenmektedir.

Katılımcıların vermiş olduğu cevaplara göre sosyal girişimcilik alanında ana faaliyetlerin yürütüldüğü merkez ilin %71,6 oranla İstanbul olduğu görülmektedir. Daha önce yapılmış çalışmaların sonucunda merkez illerin İstanbul, Ankara ve İzmir olduğu gözlemlenmiştir.

Yaş faktörü açısından değerlendirildiğinde, yaş dağılım aralığının 17-29 ve 30-39 aralığında yoğunlaştığı görülmektedir. Sosyal girişimcilik alanında çoğunlukla Y ve Z kuşaklarının çalıştığı veya gönüllü olarak faaliyet gösterdikleri dikkate alındığında toplam katılımcıların %82,42'sinin 17-39 yaş aralığında olduğu sonucu elde edilmiştir. Sosyal girişimcilerle birlikte faaliyet gösterenler incelendiğinde araştırmaya katılanların %31,9'u çalışan olarak ve %36,7'si gönüllü olarak faaliyet

göstermektedir. Sosyal girişimcilerin takipçilerinin çalışanlardan daha fazla gönüllüler olduğu görülmektedir.

3.4. Geçerlilik ve Güvenilirlik

Araştırmada ölçeklerin kapsam geçerliliğini sağlayabilmesi için ölçekte yer alan ifadeler ilk önce İngilizceden Türkçeye sonra da Türkçeden İngilizceye çevrilmiştir. Daha sonra ölçek soruları akademisyenlerden oluşan 6 kişilik uzman grup ile tartışılmış, sonrasında 3 sosyal girişimci ve sosyal girişimlerde çalışan 5 kişiye uygulanarak görüşleri alınmış ve gerekli düzenlemeler yapılmıştır. Bahsedilen grubun önerileri doğrultusunda gerekli düzeltmeler yapılarak ankette yer alan ifadelerin kapsam geçerliliği sağlanmıştır.

Kullanılan ölçeklerin geçerlilikleri literatürde kabul görmüş olmasına rağmen, araştırmaya katılan kişilerin ölçekteki maddeleri algılama düzeyleri değişkenlik gösterebilmektedir. Bu çalışmada faktör analizi ile birlikte katılımcıların değişkenlere ilişkin algı ve tutumları doğru bir şekilde ölçülüp ölçülmediğini anlayabilmek için değişkenlere ilişkin ifadeler yeniden gruplandırılmıştır. Araştırma kapsamında açımlayıcı faktör analizi kullanılmıştır.

Etik liderlik ölçeği örneklemin açımlayıcı faktör analizine uygunluğunun belirlenmesi için Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) ölçütü ve Bartlett Küresellik Testi kullanılmıştır. Açımlayıcı faktör analizine baktığımızda KMO örneklem yeterlilik ölçüm değeri 0,941 olarak hesaplanmıştır. Bu değer 0,5'in üzerinde olduğu için ilgili veri grubuna analiz yapılmasının uygun olduğu görülmektedir. Bartlett Küresellik Testi, değişkenler arasında belirli bir korelasyonun olup olmadığını test etmek için kullanılmış olup test sonucunda elde edilen olasılık değerinin anlamlılık değeri ($p=0,000$) 0,05'ten küçük olarak hesaplanmıştır. Bu değer 0,05'ten küçük elde edilmesi her bir ölçeğin maddeleri arasında anlamlı bir ilişkinin olduğunu ve verilerin faktör analizi yapılması için uygun olduğunu göstermektedir. Etik liderlik ölçeği 38 sorudan oluşmakta olup 7 boyutludur. Ölçek içeriğindeki bazı ifadeler faktörler içerisinde düşük faktör yüklerine sahip olması ve boyutlar arasında düzenli dağılmadıkları için çıkarılarak, adalet boyutu 5 ifadeye, rol açıklama boyutu 4 ifadeye indirilmiş, sürdürülebilirlik boyutu tamamen çıkarılmış, güç paylaşımı boyutu ile insan odaklılık boyutu 12 ifadeye tek faktör altında toplanmıştır. Yedi boyutlu olan ölçek beş boyuta indirgenmiştir. Bu 5 faktör ölçeğin varyansının %68,5'ini açıklamaktadır. Analiz sonucunda açıklanan varyans değerleri ne kadar yüksekse ölçeğin faktör yapısı da o oranda güçlü olmaktadır.

Hizmetkâr liderlik ölçeği açımlayıcı faktör analizine baktığımızda KMO örneklem yeterlilik ölçüm değeri 0,914 olarak hesaplanmıştır. Bu değer 0,5'in üzerinde olduğu için ilgili veri grubuna analiz yapılmasının uygun olduğu görülmektedir. Bartlett Küresellik Testi, sonucunda elde edilen olasılık değerinin anlamlılık değeri ($p=0,000$) 0,05'ten küçük olarak hesaplanmış ve her bir ölçeğin maddeleri arasında anlamlı bir ilişkinin olduğunu, verilerin faktör analizi yapılması için uygun olduğunu göstermektedir. Hizmetkâr liderlik ölçeği 28 sorudan oluşmakta olup 7 boyutludur. Ölçek içeriğindeki bazı ifadeler faktörler içerisinde düşük faktör yüklerine sahip olması ve boyutlara düzenli dağılmadıkları için çıkarılarak, kavramsal beceriler boyutu ve geride durma boyutu 3, astların

gelişmesine ve başarılı olmasına yardımcı olma boyutu 2 ifadeye indirilmiş, güçlendirme boyutu tamamen çıkarılmış, duygusal iyileşme ile astların gelişmesine ve başarılı olmasına yardımcı olma boyutu tek faktörde toplanarak 6 ifadeli yeni bir boyut elde edilmiştir. Yedi boyutlu olan ölçek beş boyuta indirgenmiştir. Bu 5 faktör ölçeğin %70,3'ünü açıklamaktadır. Analiz sonucunda açıklanan varyans değerleri ne kadar yüksekse ölçeğin faktör yapısı da o oranda güçlü olmaktadır.

Etik liderlik ölçeğinin güvenilirlik analizi Cronbach's Alpha iç tutarlılık katsayısı ile hesaplanmıştır. Yapılan güvenilirlik analizi sonucuna göre Cronbach's Alpha katsayısı tek boyuta indirgenen insan odaklılık ve güç paylaşımı boyutlarında 0,934, adalet boyutunda 0,907, etik rehberlik boyutunda 0,926, rol açıklama boyutunda 0,892 ve bütünlük boyutu için 0,959 olarak hesaplanmıştır. Hizmetkâr liderlik ölçeğinin yapılan güvenilirlik analizi sonucuna göre Cronbach's Alpha katsayısı tek boyuta indirgenen duygusal iyileşme ve astların gelişmesine ve başarılı olmasına yardımcı olma boyutlarında 0,891, topluluk için değer yaratma boyutunda 0,876, kavramsal beceriler boyutunda 0,883, geride durma boyutunda 0,908 ve etik davranma boyutunda 0,933 olarak hesaplanmıştır. Bu değerler, $0.70 < \alpha < 0.90$ ve $\alpha > 0.90$ aralığında olduğu için ölçeğin; iyi düzeyde güvenilir olduğu ve $\alpha > 0.90$ ölçeğin çok iyi düzeyde güvenilir bir ölçek olduğunu göstermektedir.

3.5. Bulgular

3.5.1. Etik ve Hizmetkâr Liderlik Davranışı Analiz Sonuçları

Sosyal girişimci kadınların ve erkeklerin, etik ve hizmetkâr liderlik davranışları arasında farklılığın olup olmadığını anlamak için yapılan gruplar arası fark analizi için SPSS programından faydalanılmıştır. Verilerin normal dağılım gösterip göstermediğini anlamak için her iki ölçek içinde "Kolmogorov – Smirnov" testi ile çarpıklık ve basıklık değerleri hesaplanarak her iki grup ve faktörler için tek tek incelenmiştir. Araştırma kapsamında dağılım analizi sonucunda $p > 0,05$ (sig.) değerinin altında, 000 değeri elde edildiği için dağılımın normal dağılım göstermediği, ayrıca etik ve hizmetkâr liderlik boyutlarının "K-S" ve "Z" değerlerine göre de çoğunlukla normal dağılım göstermediği tespit edildiği için hipotez analizlerinde "Mann Whitney U Testi" yapılması uygun görülmüştür. H_1 : Sosyal girişimciler etik liderlik davranışı göstermektedir." Hipotezini test etmeye yönelik yapılan "Mann Whitney U" testi sonuçları Tablo 1'de görüldüğü gibidir:

Tablo 1: Etik Liderlik İçin Mann – Whitney U Testi

Mann-Whitney U	2871,500
Wilcoxon W	4,9044
Z	-1,009
Anlamlılık	,411

H_1 : Sosyal girişimciler etik liderlik davranışı göstermektedir." Hipotezini test etmeye yönelik yapılan "Mann Whitney U" testi sonuçları Tablo 1'de görüldüğü gibidir:

H_2 : Sosyal girişimciler hizmetkar liderlik davranışı göstermektedir.” Hipotezini test etmeye yönelik yapılan “Mann Whitney U” testi sonuçları Tablo 2’de görüldüğü gibidir:

Tablo 2: Hizmetkâr Liderlik İçin Mann – Whitney U Testi

Mann-Whitney U	3271,500
Wilcoxon W	4,6902
Z	-,809
Anlamlılık	,512

Mevcut araştırmayla sosyal girişimcilerin etik ve hizmetkâr liderlik davranışları karakterize edilmesi amaçlanmıştır. Bu bağlamda örnekleme ilk olarak sosyal girişimci lider takipçileri tarafından algılanan etik liderlik ve hizmetkâr liderlik davranışı ortalamaları incelenmiş; etik liderlik ortalaması 4,9044 ve hizmetkâr liderlik ortalaması 4,6902 olarak hesaplanmıştır. Mann-Whitney U testine göre ve ortalama puanlara bakıldığında değerlerin birbirine yakın olduğu görülmektedir. Bu sonuçlar sosyal bilimlerde önemli bir farklılık olmadığı ve takipçileri tarafından sosyal girişimciler hem etik lider hem de hizmetkâr lider olarak algılandıkları söylenebilmektedir. Bu durumda H_1 ve H_2 kabul edilmektedir.

3.5.2. Cinsiyet Farklılıkları Analiz Sonuçları

Sosyal girişimci kadın ve erkeklerin takipçileri tarafından algılanan etik ve hizmetkâr liderlik davranışı ortalamalarına bakıldığında; kadın sosyal girişimcilerin etik liderlik ortalaması 4,9793, erkek sosyal girişimciler için 4,8295 olarak hesaplanmış ve ortalama değerlerin birbirine yakın olduğu, anlamlı bir farklılığın olmadığı ve takipçileri tarafından sosyal girişimci kadınların ve erkeklerin etik lider olarak algılandıkları söylenebilmektedir. Hizmetkâr liderlik davranışı ortalamalarına bakıldığında ise kadın sosyal girişimcilerin hizmetkâr liderlik ortalaması 4,7258, erkek sosyal girişimciler için 4,6547 olarak hesaplanmış ve ortalama değerlerin birbirine yakın olduğu, anlamlı bir farklılığın olmadığı ve takipçileri tarafından sosyal girişimci kadınların ve erkeklerin hizmetkâr lider olarak algılandıkları söylenebilmektedir. “H3a: Kadın sosyal girişimcilerin etik liderlik davranışı ile erkek sosyal girişimcilerin etik liderlik davranışı arasında anlamlı bir farklılık vardır” hipotezini test etmek için yapılan Mann-Whitney U analiz sonuçlarına göre yalnızca etik liderlik ölçeğinin alt boyutlarından birinde anlamlı farklılık bulunduğu görülmektedir.

Kadın sosyal girişimcilerin “adalet” faktörü için 5,0844 ortalamaya sahipken erkek sosyal girişimciler için 4,7267 olduğu görülmektedir. “Adalet” faktörü için anlamlılık değeri 0,007 < 0,05 hesaplanmıştır. H3.a1 kabul edilmekte ancak diğer alt boyutlar için anlamlı bir farklılık bulunmamıştır.

Kadın sosyal girişimcilerin “hizmetkâr liderlik” faktörü için 4,7258 ortalamaya sahipken erkek sosyal girişimciler için bu değer 4,6547 olduğu görülmektedir. Mann – Whitney U testine göre ve ortalama puanlara bakıldığında değerlerin birbirine yakın olduğu ve farklılığın istatistiki olarak anlamlı olmadığı görülmektedir.

4. Sonuç

Bugün insanlığın sosyal sorunlara ilişkin farkındalığı ve endişesi, bilgi ve iletişim teknolojilerinin ortaya çıkması ve yayılmasıyla birlikte hiç olmadığı kadar yüksek seviyelere ulaşmıştır. Bu durum Y ve Z kuşaklarının, kendilerinden önceki kuşaklara göre çok farklı bir bilince ve sosyal farkındalığa sahip olmalarına ortam hazırlamıştır. Bu sosyal farkındalık, özgürlük, etik, sorumluluk, sürdürülebilirlik gibi konulardan çevrenin, insanların, çalışanların, çocukların, kadınların haklarına dair yanlış uygulamaların daha fazla dikkat çekmesini sağlamıştır.

Sosyal girişimcilik kavramı ülkemizde kâr amacı gütmeyen, sivil toplum kuruluşları, dernekler, yardım ve hayırseverlik faaliyetleri ile ilişkilendirilmektedir. Sosyal girişimler “sosyal bir amacı başarmaya çalışan, kâr amacı gütmeyen örgütlerin bağış ve gönüllülük faaliyetleri sonucunda elde ettikleri geleneksel gelir kaynaklarının yanında, ticari kazanç sağlayan özel girişimler” olarak görülmektedir. Bununla birlikte; kâr amacı gütmeyen örgütlerin geleneksel gönüllülük, hayırseverlik destekli stratejileri yerine sosyal girişimlerde kazanılmış gelirin ön plana çıktığı söylenebilmektedir. Bu sektörlerin kesişim noktasında faaliyet gösteren sosyal girişimciler, yapmış oldukları faaliyetlere fon sağlayabilmek ve misyonlarını gerçekleştirebilmek için ticari faaliyetlerde bulunmalarıyla, sosyal amaçlarını başarmak için kaynakları yeniden yapılandırmalarıyla ve başarılarını “sosyal dönüşümü” sağlayıp, üçüncü sektör kuruluşlarının geleneksel yönetim anlayışından sıyrılarak, dış yardıma ihtiyaç duymadan ekonomik olarak bağımsız ve sürdürülebilir bir yönetim anlayışını bünyelerine taşımalarıyla farklılaşmaktadır. Sosyal girişimciler, iki farklı hedefe ulaşmayı amaçlarlar; yapılan faaliyetlerle ilk olarak toplumsal fayda sağlamak, ikinci olarak kâr elde etmek. Ancak başarı ölçütü elde edilen kâr değil, toplum üzerinde yaratılan olumlu etki olup ticari girişimlerden de bu noktada farklılaşmaktadır. Ancak literatürde ve uygulamada kâr elde etmeyen bazı yardım kurumları da sosyal girişimci olarak adlandırılmaktadır. Araştırma kapsamında bu ayrımlar dikkate alınarak araştırmanın örneklemini oluşturup değerlendirilmiştir.

Araştırma örneklemini 22 kadın sosyal girişimci (%64,4) ve 12 erkek sosyal girişimci (%35,5) olmak üzere toplamda 34 sosyal girişimcinin liderlik davranışı 169 çalışan ve gönüllü izleyicisi oluşturmaktadır.

Araştırmada sosyal girişimcilerin takipçileri tarafından algılanan etik liderlik ve hizmetkar liderlik davranışları test edilmiştir. Yapılan Mann – Whitney U testine göre; sosyal girişimcilerin hem etik lider hem de hizmetkâr lider davranışı gösterdikleri görülmektedir. Sosyal girişimcilerin cinsiyet temelinde, liderlik davranışı açısından farklılık olup olmadığı incelendiğinde, etik liderlik adalet algısının kadın girişimcilerde erkeklere kıyasla daha fazla olduğuna yönelik istatistiki olarak anlamlı bir farklılık elde edilmiştir. Ancak etik liderlik davranışı diğer alt boyutlarında ve hizmetkar liderlik davranışında cinsiyet farklılığına dair herhangi bir farklılık tespit edilememiştir.

Bu araştırmanın literatüre öncelikli katkısı, mevcut literatürde sosyal girişimcilerin dönüşümcü liderlik davranışına dair yapılmış bazı çalışmalar olmasına rağmen sosyal girişimcinin etik liderlik ve hizmetkar liderlik davranışına yönelik Petrovskaya ve Mirakyan (2018) dışında ampirik çalışma

bulunmamaktadır. Bu özelliğiyle yerli ve yabancı yazında nadir bir araştırma olmasıyla sonuçları literatüre önemli bir boşluğu doldurmaktadır.

Sosyal girişimlerdeki liderlik davranışının şaşırtıcı şekilde az incelendiği görülmektedir. Gelecekteki araştırmalar, sosyal girişimcilerin liderlik davranışına dair ampirik çalışmalar konusunda literatürdeki boşluğu doldurabilir.

Kaynakça

- Alvord, S. H., Brown, D. L., & Letts, C. W. (2004). Social entrepreneurship and social transformation: an exploratory study. *The Journal of Applied Behavioral Science*, 40(3), 260-282.
- Bagheri, A., & Pihie, Z. A. (2011). On becoming an entrepreneurial leader: a focus on the impacts of university entrepreneurship programs. *American Journal of Applied Sciences*, 8(9), 884-892.
- Barbuto, J. E., Jr., & Wheeler, D. W. (2006). Scale development and construct clarification of servant leadership. *Group & Organization Management*, 31(3), 300-326.
- Barbuto, J. E., & Gifford, G. T. (2010). Examining sex differences of the servant leadership dimensions: an analysis of the agentic and communal properties of the servant leadership questionnaire. *Journal of Leadership Education*, 9(2), 4-21.
- Bornstain, D., & Davis, S. (2010). *Social Entrepreneurship What Everyone Needs To Know*. New York: Oxford University Press.
- Bornstein, D. (2004). *How To Change The World: Social Entrepreneurs And The Power Of New Ideas*. New York: Oxford University Press.
- British Council, B. (2019). Türkiye'de sosyal girişimlerin durumu. Türkiye. doi:<https://www.britishcouncil.org.tr/programmes/education/social-enterprise->
- Brown, M. E., Treviño, L. K., & Harrison, D. A. (2005). Ethical leadership: a social learning perspective for construct development and testing. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 97(2), 117-134.
- Carless, S. A. (1998). Gender differences in transformational leadership: an examination of superior, leaders and subordinate perspectives. *Sex Roles*, 39(2), 887- 902.
- Castro-Salazar, R. (2013). The many faces of social entrepreneurial leadership entrepreneurial leadership. *Collective Efficacy: Interdisciplinary Perspectives on International Leadership*, 20, 3-21.
- Chell, E. (2007). Social enterprise and entrepreneurship. *International Small Business Journal*, 25(1), 5-26.
- Chell, E., Spence, L. J., & Perrini, F. (2016). Social entrepreneurship and business ethics: does social equal ethical? *Journal of Business Ethics*, 133(4), 619-625.
- Chen, M.-H. (2007). Entrepreneurial leadership and new ventures: creativity in entrepreneurial teams. *Creativity and Innovation Management*, 16(3), 239-249.
- Coker, K. K., Flight, R. L., & Valle, K. N. (2017). Social entrepreneurship: the role of national leadership culture. *Journal of Research in Marketing and Entrepreneurship*, 9(2), 125-139.
- Dees, G. J. (1998). *The Meaning Of "Social Entrepreneurship"*. Kauffman Foundation and Stanford University.
- Dees, J. G., Emerson, J., & Economy, P. (2001). *Enterprising nonprofits: a toolkit for social entrepreneurs*. New York: Wiley.
- Denizalp, H. (2007). *Toplumsal Dönüşüm İçin Sosyal Girişimcilik Rehberi*. Ankara: Odak Ofset Matbaacılık.

- Dünya Ekonomik Forumu, (2018), The Global Risks Report 2018 13th Edition. 29 Ocak 2020 tarihinde <https://tusiad.org/tr/yayinlar/raporlar/item/9983-dunya-ekonomi-forumu-2018-kuresel-risk-raporu> adresinden alındı.
- Drayton, W. (2002). The citizen sector: becoming as entrepreneurial and competitive as business. *California Management Review*, 44(3), 120–132.
- Eagly, A. H., & Carli, L. L. (2003). The female leadership advantage: an evaluation of the evidence. *The Leadership Quarterly*, 14(6), 807-834.
- Fowler, A. (2000). NGOs as a moment in history: beyond aid to social entrepreneurship or civic innovation? *Third World Quarterly*, 21(4), 637-654.
- Greenleaf, R. K. (1977). *Servant Leadership: A Journey into the Nature of Legitimate Power and Greatness*. New York: Paulist Press.
- Greenleaf, R. K., & Spears, L. (2002). *Servant Leadership: A Journey into the Nature of Legitimate Power and Greatness, 25th Anniversary Edition*. New York, NY and Mahwah, NJ: Paulist Press.
- Gupta, V., MacMillan, I. C., & Surie, G. (2004). Entrepreneurial leadership: developing and measuring a cross-cultural construct. *Journal of Business Venturing*, 19(2), 241-260.
- Handy, F., Kassam, M., & Ranade, S. (2002). Factors influencing women entrepreneurs of NGOs in India. *Nonprofit Management ve Leadership*, 13(2), 139-154.
- Harris, J. D., Sapienza, H. J., & Bowie, N. E. (2009). Ethics and entrepreneurship. *Journal of Business Venturing*, 24(5), 407–418.
- Hogue, M. (2016). Gender bias in communal leadership: examining servant leadership. *Journal of Managerial Psychology*, 31(4), 837-849.
- İçduygu, A., & Meydanoglu, Z. S. (2011). Türkiye’de Sivil Toplum: Bir Dönüm Noktası. TÜSEV. Ocak 28, 2020 tarihinde https://www.tusev.org.tr/usrfiles/files/step2011_web_SON.pdf adresinden alındı
- Ilac, E. J. (2018). Exploring social enterprise leadership development through phenomenological analysis. *Social Enterprise Journal*, 14(3), 268-288.
- Işık, V. (2013). Kurumsal sosyal sorumluluğun değiştirdiği çalışma kavramı ve yeni bir çalışma alanı olarak sosyal girişimler. *Sosyal Güvenlik Dergisi*, 3(1), 101-131.
- Işık, V. (2018). Değişen çalışma anlayışı ve sosyal girişimler: ashoka türkiye üyeleri üzerine bir alan araştırması. *Üçüncü Sektör Sosyal Ekonomi*, 53(1), 229-258.
- Johanson, J. C. (2008). Perceptions of femininity in leadership: modern trend or classic component? *Sex Roles*, 58, 784–789.
- Kalshoven, K., Hartog, D. N., & Hoogh, A. H. (2011). Ethical leadership at work questionnaire (elw): development and validation of a multidimensional measure. *The Leadership Quarterly*, 22(1), 51- 69.
- Kuratko, D. F. (2007). Entrepreneurial leadership in the 21st century. *Journal of Leadership and Organizational Studies*, 13(4), 1-12.
- Liden, R. C., Vidyarthi, P. R., Anand, S., Erdogan, B., & Ghosh, S. (2010). Where do I stand? Examining the effects of leader–member exchange social comparison on employee work behaviors. *Journal of Applied Psychology*, 95(5), 849–861.
- Liden, R. C., Wayne, S. J., Zhao, H., & Henderson, D. (2008). Servant leadership: Development of a multidimensional measure and multi-level assessment. *The Leadership Quarterly*, 19(2), 161-177.
- Mair, J., & Marti, I. (2006). Social entrepreneurship research: a source of explanation, prediction, and delight. *Journal of World Business*, 41(1), 36–44.
- Martin, R. L., & Osberg, S. (2007). Social entrepreneurship: The case for definition. *Stanford Social Innovation Review*, 28-39.

- Mort, G. S., Weerawardena, J., & Carnegie, K. (2003). Social entrepreneurship: towards conceptualisation. *International Journal of Nonprofit and Voluntary Sector Marketing*, 8(1), 76-88.
- Petrovskaya, I., & Mirakyan, A. (2018). A mission of service: social entrepreneur as a servant leader. *International Journal of Entrepreneurial Behavior ve Research*, 24(3), 755-767.
- Prabhu, G. N. (1999). Social entrepreneurial leadership. *Career Development International*, 4(3), 140-145.
- Reynolds, K. (2011). Servant-leadership as gender-integrative leadership: paving a path for more gender-integrative organizations through leadership education. *Journal of Leadership Education*, 10(2), 155-171.
- Sarıkaya, M. (2010). Üçüncü sektörde yönetsel ve kavramsal dönüşüm: Sosyal kâr amaçlı örgütler. *C.Ü. İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 11(1), 87-100.
- Schein, V. E. (1973). The relationship between sex role stereotypes and requisite management characteristics. *Journal of Applied Psychology*, 57(2), 95-100.
- Schnauber Smirles, K. E., Basile, K. A., Aughenbaugh, A., Nasser, S., Logue, S., & Arteaga, L. (2020). Japanese women's perceptions of gender roles and leadership and the effects of a Women ve Leadership Course: A qualitative analysis. *Women's Studies International Forum*, 80, 1-12.
- Scott, J., Dex, S., Joshi, H., Purcell, K., & Elias, K. (2008). Introduction: changing lives and new challenges. *Women and employment: Changing lives and new challenges* (s. 1-19). içinde Cheltenham: Edward Elgar.
- Seanor, P., & Meaton, J. (2007). Making sense of social enterprise. *Social Enterprise Journal*, 3(1), 90-100.
- Seelos, C., & Mair, J. (2005). Social entrepreneurship: Creating New Business Models to Serve the Poor. *Business Horizons*, 48(3), 241-246.
- Taylor, C. M., Cornelius, C., & Colvin, K. (2014). Visionary leadership and its relationship to organizational effectiveness. *Leadership ve Organization Development Journal*, 35(6), 566-583.
- Teasdale, S., McKay, S., Phillimore, J., & Teasdale, N. (2011). Exploring gender and social entrepreneur women's leadership, employment and participation in the third sector and social enterprises. *Voluntary Sector Review*, 2(1), 57-76.
- TÜİK. (2017). Girişimcilik İstatistikleri. Ocak 28, 2020 tarihinde www.tuik.gov.tr adresinden alındı
- Volkman, T. v. (2012). Background, Characteristics and Context of Social Entrepreneurship . T. v. Volkman içinde, *Social Entrepreneurship and Social Business* (s. 3-27). Wiesbaden: Springer Gabler.
- Yıldız Şen, M. L. (2016). Liderlik Üzerine. M. L. Yıldız (Dü.) içinde, *Liderlik Çalışmaları* (s. 23-60). İstanbul: Beta.
- Yıldız Şen, M. L. (2018). Social Entrepreneurial Leadership for a Better World. Ö. İyigün içinde, *Creating Business Value and Competitive Advantage With Social Entrepreneur* (s. 271- 292). İstanbul: IGI Global.
- Yıldız Şen, M. L., & Giray Yakut, S. (2019). İşyerinde etik algısı cinsiyete ve kuşaklara göre değişir mi? Türkiye'deki Çalışanlar Üzerine Ampirik Bir Çalışma. *Istanbul Business Research*, 48(2), 197-217.
- Zahra, S. A., Gedajlovic, E., Neubaum, D. O., & Shulman, J. M. (2009). A typology of social entrepreneurs: Motives, search processes and ethical challenges. *Journal of Business Venturing*, 24(5), 519-532.

As we encounter many social, economic and environmental problems in the world, we observe from previous studies that there are just as many ways to combat these problems. The concept of work has differentiated depending on the period of change of societies; it has ranged from the pre-industrial era to the present post-industrial era. The evolution of the developments in the third sector to the change process that started with the development of corporate social responsibility activities and the inclusion of social entrepreneurs in this process revealed the search for new concepts in the working order. Businesses today are not the only players seeking profitable solutions to social problems. Social entrepreneurs laying the groundwork for radical transformations; today, it is changing the traditional understanding that entrepreneurship can only be done in the commercial field and work can be done for profit. Social entrepreneurs are building a new working order in line with this understanding.

Social entrepreneurship is a process which people build and transform together to find solutions to social problems. The concept of social entrepreneur is defined as people who produce systematic and sustainable solutions to social problems and focus on achieving social goals rather than financial profitability. Even though the concepts of social entrepreneurship and social entrepreneurs are perceived as a new understanding, these expressions have been used since the 1980s.

It is necessary to evaluate social entrepreneurs differently from the for-profit private sector and the non-profit voluntary sector. It is possible to define social entrepreneurs operating at the intersection of these sectors as: *“people who tend to meet the needs that cannot be met in the society, who have a social mission, vision, strategy, and way of working in this direction, and who implement solutions with innovative entrepreneurial procedures”*.

Social entrepreneurs serve as mediators of change, but they are essentially transformational leaders who have the potential to transform all followers and their social environment. Social entrepreneurs care about the development of their followers, and since they do not want to manage the organization on their own, they also receive their followers' opinions in the processes. These attitudes define them as servant leaders. Social entrepreneurs show ethical leadership behavior, as their power-sharing, and also collaborative and fair behavior based on gender differences.

The concepts of social impact, social benefit, and sustainability attract attention all over the world. Social entrepreneurs who produce solutions to problems aim to serve the society by prioritizing providing social benefit. This benefit and service will change, transform, or reshape the world for the century and beyond. In this respect, social entrepreneurship has a global importance. Considering the global importance of social entrepreneurship, social entrepreneurship has been gaining momentum in Turkey in recent years. There are many examples of social entrepreneurship that started with small ideas and then turned into big projects. These social enterprises present a rapidly changing picture with each passing year after year. With the expansion of the social entrepreneurship ecosystem; In the literature, the phenomenon of leadership and leadership behavior of social entrepreneurs have been widely discussed topics.

According to Global Women Entrepreneurship Research it is concluded that women are 1.17 times more likely to start social enterprises rather than just economic initiatives, 1.23 times more likely to

perform environmental initiatives than economic oriented enterprises and more women lead social enterprises. The research made on economic entrepreneurship in Turkey precisely reveals the gender gap between male and female entrepreneurs. It can be concluded that male entrepreneurs are mostly active in this field as the result of the analysis. Since the studies in the field of social entrepreneurship are in the minority, the gender gap is less evident and economic entrepreneurship cannot be generalized in this field. In this study, potential differences in leadership behavior of women and men operating in this field were analyzed comparatively, focusing on the ethical and social leadership behaviors of male and female social entrepreneurs, based on gender differences.

Research was carried out on 169 individuals working along with 34 social entrepreneurs or volunteering in social services, who are operating in areas such as women, disabled people, environment, education, children, health, and assistance within the scope of social entrepreneurship in Turkey. Within these two groups, ethical and social leadership scale was applied. The data related to the research variables were collected by the survey method, and obtained data were analyzed.

As a result of the research, it has been determined that social entrepreneurs show ethical and servant leadership behavior. However, it is revealed there is a difference between the ethical and social leadership behaviors of male and female social entrepreneurs.

Despite the growth of social enterprises' activities and areas of influence in both domestic and foreign literature, there are very few studies on leadership behavior in social enterprises. This research contributes to the literature as one of the few studies that empirically examines the relationship between social entrepreneurship and ethics and servant leadership.