



TÜRKİYE'DE ÖDÜL ALMIŞ GENÇ SOSYAL GİRİŞİMCİLERİN PROFİLLERİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

Prof. Dr. Esin CAN

Yıldız Teknik Üniversitesi
Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Yönetimi

Ayten CANBAL

Yıldız Teknik Üniversitesi
Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Yönetimi

Özet

Sosyal girişimciler, piyasa odaklı girişimcilik yaklaşımı ile sosyal sorunların çözümüne katkı sağlamayı hedefleyen bireylerdir. Çalışmanın konusunu oluşturan Sosyal girişimciler, günümüzde girişimciliğin ticari alanda ve gelir amacıyla yapılabileceği yönündeki geleneksel anlayışı değiştirerek yeni bir çalışma alanı yaratmaktadır. Bu kişiler, piyasanın kendi başına çözemediği, pazar çözümlerinin henüz üretilmediği, hükümet politikalarının değinmediği sorunlara ve toplumsal ihtiyaçlara eğilmektedir. Toplumsal ihtiyaçların çözümünde ise finansal olarak değer yaratacak işletmelerin kurulmasını sağlarlar. Piyasa gereksinimlerine göre çalışmış olsalar da pazar işleyişini değiştirmeyi hedeflemektedirler. Bu çalışma Sosyal Girişimcilerin Profillerini belirlemek amacıyla yapılmıştır. Türkiye’de ödül alarak sosyal girişimci unvanını alan bireyler hedef kitle olarak belirlenmiştir. Bu kapsamda sosyal girişimcilerin kim olduğu ve toplumsal sorunları hangi metotlar geliştirerek çözdükleri araştırılmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Sosyal Girişimcilik, Sosyal Girişimci, Sosyal Girişimcilerin Profilleri



A STUDY ON THE PROFILE OF YOUNG SOCIAL ENTREPRENEUR WHO HAVE RECEIVED AWARDS IN TURKEY

Abstract

Social entrepreneurs with oriented entrepreneurial approach who aim to contribute to the solution of social problems. Social entrepreneurs who form the main subject of this study creates a new working area by changing conventional understanding in commercial field with the aim of revenue. These people approach to find out some issues about marketing. These are about some marketing solutions which are non-existing method approaches so far, government policies and the social needs. They provide the financial value in the solution of social needs. Although they work according to market needs, they aim to diversify market process. The study of thesis was researched with the aim of determine the profile of social entrepreneurs. Social entrepreneurs who have received award by the name of social entrepreneur title in Turkey, were specified as target group. In this context, the social problems in which methods to be solved and who the social entrepreneur's information are researched.

Keywords: Social entrepreneurship, Social entrepreneur, Profile of Social entrepreneurship

Giriş

Yaklaşık son 20 yıl içerisinde Dünya'nın birçok ülkesinde yaşanan ekonomik krizler zamanla sosyal ve siyasi krizlerle evrim geçirdi. Yaşanan bu sorunları sistem kendi içinde çözemeyince alternatif çözüm önerileri getirilmeye başlandı. Getirilen bu çözüm önerileri ile birlikte dünya yeni bir olgunun ortaya çıkmasına sahne oldu: "sosyal girişimcilik"; İngilizce tabiriyle "Social Entrepreneurship". Bu kavram, serbest piyasa yöntemlerini benimseyerek, sosyal sorunların çözümüne katkı sağlayan girişimcilik modelidir.

Herkesin bildiği gibi şirketler kar elde etmek ve el ettiği karı hissedarları arasında paylaşmak için kurulur. Topluma fayda sağlayacak hizmetler ise ya Sivil toplum örgütleri tarafından ya da devlet tarafından yapılır. Ticari Şirketler de sosyal sorumlulukları kapsamında toplumsal fayda sağlayacak işleri yaparlar. Sosyal girişimcilik ise tüm bu algıyı bozan melez bir modeldir.

Tarihte, birçok sosyal girişimcilik örneği bulunmakla beraber, sosyal girişimciliğin kavram olarak bilinirliğini ve etkinlik çeşitliliğini artırması son yirmi yıllık süreçte gerçekleşmiştir. Yeni tanımlanmış olmasına rağmen sosyal girişimciliğin temelinde yatan mantık oldukça eski olduğu için toplumun her zaman sosyal girişimcilere sahip olduğunu söyleyebiliriz. Girişimciliğin yalnızca ticari alanla



sınırlandırıldığı, toplumun sosyal sorunlarına çözüm arayanlara ise hayalci denildiği bir dönemde sosyal girişimcilik, toplumların kalkınmasında önemli rol oynamıştır. Sosyal girişimciler yüzyıllardır toplumların alışlagelmiş davranışlarını değiştirerek dönüşümlere yol açmışlardır (Denizalp, 2009: 7). Dünya’da mikro kredinin mucidi Muhammed Yunus Türkiye de ise Darüşşafaka’nın kurucusu Yusuf Ziya Bey gibi birçok örnek bulunmaktadır.

Sosyal girişimlerin merkezinde misyonları vardır; amaçlarını gerçekleştirmek için ticari faaliyetleri araç olarak kullanırlar. Bu doğrultuda, dezavantajlı kesimlerin yoksunluklarının giderilmesinden çevrenin korunmasına, insan hakları ihlalleriyle mücadele etmekten yok olan dillerin ve toplulukların yaşatılmasına kadar birçok alanda sosyal girişim modeli örnekleri mevcuttur.

1. LİTERATÜR TARAMASI

1.1. Sosyal Girişimcilik Kavramları

Geçmişten günümüze toplumsal sorunlar incelendiğinde küçük çaplı organizasyonlarla çözümlene imkânı olan sorunların günümüzde niteliği artmakta ve etki alanı büyümektedir. Ayrıca teknolojinin yaygınlaşmasıyla birlikte toplumsal sorunların kapsam ve niteliği her geçen gün değişmektedir. Yapılan birçok araştırma tüm bu sorunların artık bölgesel sorun olmaktan çıkarak küresel sorun haline dönüştüğünü söylemektedir. Günümüzde yaşanan toplumsal sorunların çözümü için, işletme yönetiminde ki girişimcilik olgusunun farklı bakış açısıyla ele alınması amaçlanmaktadır. Bu kavram ise literatüre sosyal girişimcilik yöntemi olarak girmiştir.

Girişimcilik kavramı ürün ve hizmet oluşum sürecine yeniliği dâhil ederek ortaya çıkarken, sosyal girişimcilik kavramı bu sürece sosyal sorumluluk olgusunu dâhil ederek ortaya çıkmıştır. Toplumsal sorunlara çözüm önerileri getiren sosyal girişimcilik olgusu ile, gönüllülük ve ihtiyaç dışı kar amacı gütmeme esasına dayanan yeni bir iş modeli süreci başlamıştır (Erdoğan, 2014:79). Sosyal girişimcilik, sosyal misyon tutkusu ile iş disiplini, yenilikçi şekilde kombine etmektedir (Dess, 1998: 1). Austin ve Diğerleri (2006, 2) ise sosyal girişimciliği kişisel servetleri artırmak yerine sosyal değer yaratılarak yenilik oluşturma süreci olarak tanımlamıştır.

Besler ’in (2010, 16) sosyal girişimcilik tanımlaması ise, her sektörde sosyal ihtiyaçları karşılamak ve sosyal değer yaratmak için fırsatların peşinden gidebilen, bu fırsatları kullanmak için belirli ölçüde risk alarak kaynakların yaratıcı şekilde kullanıldığı, sürdürülebilir faaliyetlerin olduğu süreçtir. Tanımlardan da anlaşıldığı gibi sosyal girişimciliğin iki yönü bulunmaktadır.



- Yeni sosyal girişimler geliştirmek
- Kar misyonunu benimseyen işletmelerin belirli ilkelerini benimseyerek kar maksimizasyonunu yaratmak.

Sosyal girişimcilik kavramına dair yapılan tanımların birbiri ile çelişmesi ve hala konu üzerin de ortak bir tanıma varılamamasının nedeni, kavramı oluşturan iki kelime olan “sosyal” ve “girişimcilik” terimlerinin net anlamlarının olmamasından kaynaklanmaktadır (Güler, 2010; 46). ”Girişimcilik” kavramı fırsatları keşfederek yenilikçilik ve risk olgularını oluşturmaktadır. Yani ekonomik ve finansal yapıya odaklı bir anlam içermektedir. “sosyallik” anlayışı ise girişimcilik prensibinin temelini oluşturan maksimum kar anlayışı yerine toplumsal sorunların çözümüne uyarlanmasını kapsamaktadır (Özdevcioğlu vd. 2009; 85).

Sosyal girişimcilikte “sosyal” kelimesinin kavrama katkısı aşağıda sıralanmıştır (Besler, 2010; 46):

- *Sonuç sosyal olmalı:* Yapılan girişimin sonucu sosyal amaçları gerçekleştirecek nitelikte olmalıdır. Örneğin; kadın istihdamını arttıracak faaliyetlerle işsizliğin azaltılması, gelir dağılımındaki adaletsizliği azaltılması gibi. Yani aslında sosyal girişimcilerden toplumda fırsat eşitliğini sağlayacak faaliyetlerde bulunması beklenir.
- *Sosyal sermayeye önem verilmeli:* Sermaye arttırmanın yolu farklı sektörlerde faaliyet gösteren iş ortaklarıyla kurulan ilişki ağlarını ve işbirliklerini geliştirmekte yatmaktadır.
- *Kurulacak olan örgüt sosyal amaçlı olmalı:* Organizasyonun misyonu topluma fayda sağlayacak hizmetleri geliştirmek olmalıdır. Bu sebeple kazanılan kar hissedarlar arasında paylaşılmaz, sosyal organizasyonların misyonları doğrultusunda yeni yatırımlara dönüştürülür.
- *Sosyal sektörde faaliyet göstermeli:* “kamu” sektörü ve “özel” sektör arasında üçüncü sektörde faaliyet gösteren ve sosyal kar amacı güden organizasyonlar olmalıdır.

Sosyal girişimcilikte “Girişimcilik” kelimesinin kavrama katkısı ise aşağıda sıralanmıştır (Besler, 2010; 47-48):

- *İhtiyaca odaklanma:* Toplumsal ihtiyaçlar fark edilerek gerekli atılımlar yapılmalıdır.
- *Kişilik özellikleri bağlamında:* Sosyal amaçlarını gerçekleştirmek için hırslı ve azimli ve sonuç odaklı kişilerdir.
- *Yenilikçilik ve yaratıcılık:* Yenilikçi ve yaratıcı fikirler geliştirdikleri sürece toplumsal katkılarının daha fazla

olacağının bilincindedirler. Bu sebeple sosyal sorunlara yenilikçi çözümler bularak sosyal etkiyi artırma amacı içindedirler.

1.2. Sosyal Girişimci Kavramı

Schumpeter'in yorumuyla “yeni fikirlerin uygulama süreci” olarak ifade edilen girişimcilik kavramı, kar amacı gütmeyen girişimlerin, kar amacı güden girişimlerin ve sosyal girişimlerin ana terimidir. Sosyal girişimcilik ticari girişimlerin kar odaklı olmadan toplumun yararına kullanılabilmesidir. Buradan yola çıkarak Sosyal girişimcilikte kar misyon olarak değil, ama sosyal amaçların gerçekleşmesini sağlayan motivasyondur.

Sosyal girişimciler yüzyıllardır toplumların alışıla gelmiş davranışlarını değiştirerek dönüşümlere yol açmıştır. 1980 yılında Bill Drayton isimli Amerikalı bunu sosyal girişimcilik olarak tanımlamıştır ve bu sayede farkındalığı arttırmıştır (Denizalp, 2009: 9). Drayton sistemleri değiştirebilecek güçlü ve etkili bir fikir olmadan girişimcinin olamayacağını savunsa da, bireysel yaratıcılık yetisi ve girişimcilik arzusu olmadan başarı elde edilmesi mümkün değildir. Bu hareketle sosyal girişimciyi tıpkı özel sektör girişimlerinde olduğu gibi risk alarak toplumsal alada yenilik yapan kişi olarak ifa edebiliriz.

Sosyal girişimciler kamu, özel ve üçüncü sektörden oluşan ekonomik örgütsel yapılarda faaliyet gösterir. Bu örgütsel fonların her biri farklı şekillerde sosyal yeniliklerin geliştirilmesine ve uygulanmasına katkıda bulunur. Hangi örgütsel yapı içinde olursa olsun sosyal girişimci bulunduğu ortam üzerinden sosyal inovasyonların değişim ajanlığını yapar (Çetindamar ve Diğerleri, 2010).

Sosyal girişimciler sosyal sektörde değişim ajanı rolünü şu şekilde üstlenirler (Dess 2006):

- ✓ Sosyal fayda yaratmak ve sürdürmek için misyon belirlemek,
- ✓ Bu misyona hizmet etmek için yeni fırsatları belirlemek ve daima bu fırsatları kovalamak,
- ✓ Sürekli bir yenilikçilik, uyum ve öğrenme sürecinde olmak,
- ✓ Mevcut kaynaklar ile kendini sınırlandırmadan cesur davranmak,
- ✓ Elde edilen çıktılar ve hizmet edilen kurumlara karşı yüksek düzeyde şeffaflık göstermek.

Sosyal girişimcilik kavramında bazı anlam kargaşaları, çok anlamlılık ve bakış açısı farklılıkları kavramsal belirsizliklere yol açmaktadır. Sosyal girişimcilik kavramlarını tam anlamıyla açıklamak oldukça güçtür. Alana ilişkin literatürde, sosyal girişimcilik kavramı farklı şekilde anlaşılmakta ve kapsamı konusunda tartışmalar devam

etmektedir. Sosyal girişimcilik olgusunu netleştirebilmek için öncelikle bu farklı bakış açısı ve değerlendirmelerin ele alınması gerekmektedir. Aşağıda ki tabloda, literatürde ve uygulamada yer alan sosyal girişimcilik tanımlamaların bazılarına yer verilmektedir.

Tablo 1: Sosyal Girişimci Tanımları

Yazarlar	Sosyal Girişimci Tanımları
Theobald(1987)	Sosyal girişimciler, yeni fikirler değiştiren toplumun değişim aracıdır
Dess(1998)*	Sosyal girişimciler, 1- Sosyal sektör değişim ajanları 2- Sosyal misyona sahip olmak 3- Bu misyon için yeni fikirler keşfetmek 4- Riskleri göze alıp sahip olunan kaynaklarla sınırlı kalmayan Birey olarak tanımlar.
Thompson ve Diğerleri(2000)	Sosyal girişimciler, sosyal fırsatları gören bu fırsatları toplumun yararına dönüştürebilmek için girişimci yollar deneyen kişilerdir.
Brinckerhoff(2000)	Sosyal girişimciler, daha iyi bir hizmet verebilmek için risk alma eğiliminde olan ve hizmetlere değer katan bireylerdir.
Waddock ve Post (1991)*	Sosyal girişimciler, kamu sektöründe sosyal sorunların çözümü için rol oynayan özel sektör vatandaşlarıdır.
Thompon ve arkadaşları(2000)*	Sosyal girişimci, toplumun bazı kesimlerinin ihtiyaçlarının karşılanmadığını gören bunlar için gerekli kaynakları toplayarak farklı çözümler üreten kişidir.
LaBarre ve Fishman (2001)*	Sosyal girişimciler, işletmelerdeki yenilikçilik fikrini toplumun değişimini sağlamak için dönüştüren bireylerdir.
Peredo ve McLean (2006)*	Sosyal girişimciler, sosyal değer yaratmak için fırsatları görüp ve bunları değerlendiren tüm bunları sağlamak içinde ortalamanın üstünde risk alan kişidir.
Frumkin(2002)	Sosyal girişimciler, yeni girişimler oluşturmak için kazanç akışını sağlayan kar amacı gütmeyen organizasyonları kuran kişidir.
Thompson(2002)	Sosyal girişimciler, özel sektör girişimcileriyle benzer faaliyetlerde bulunan fakat kar amacından daha çok insanlara yardım etmeyle ilgilenen kişidir.
Alvord ve diğerleri	Sosyal dönüşümün lideridir.
Bornstein(2004)	Sosyal misyonlarını gerçekleştirebilmek için sorunlara yenilikçi fikirler üreten insanlardır.

Kaynak: Besler, s.8 ve Güler s.50.51.52.53.54.55 ‘den derlenerek hazırlanmıştır.



1.3. Ticari Girişimci Ve Sosyal Girişimci Arasındaki Fark

Literatürde sosyal girişimcilik kavramının ticari yönü ve sosyal değer yönü ayrı şekilde ele alınmaktadır. Bu ayrımı daha iyi şekilde kavrayabilmek için ticari girişimcilik ve sosyal girişimcilik arasındaki farkların açıklanmasına ihtiyaç duyulur. Sosyal girişimcilik, girişimciliği bir parçasıdır ancak ondan farklıdır. Sosyal girişimciler pek çok farklı ekonomik, çevresel ve sosyal kaynaklı amaçları başarmak için girişimler kurulabilirler. Bu iki olgu arasındaki asıl fark ticari girişimciler motivasyonlarını finansal kazanımlarla sağlarken sosyal girişimciler para kazanım konusunda eşitsizlikleri gidermek için karşılıklarına çıkan fırsatları değerlendirerek motivasyonlarını sağlarlar (Martin, 2007; 30).

Tablo 2 Ticari Girişimci ile Sosyal Girişimci Arasındaki Fark

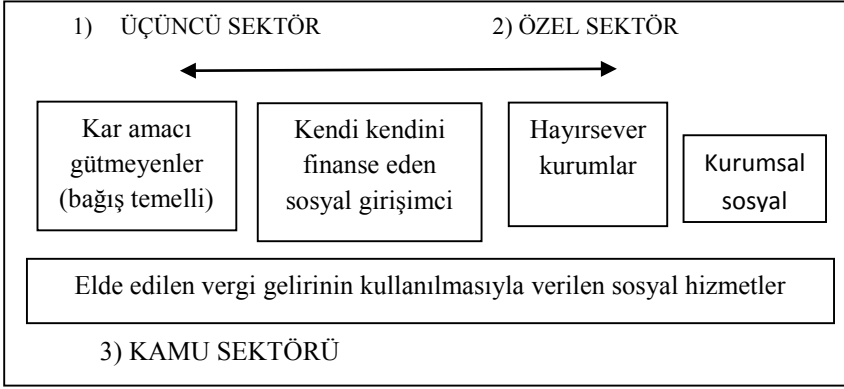
Ticari Girişimci	Sosyal Girişimci
Yeni ihtiyaçlara odaklanma eğitimindedirler	Yeni yaklaşımlar aracılığı ile uzun dönemli amaçlara da etkili bir şekilde hizmet etmeye odaklanırlar.
Pay sahipleri veya kendi adlarına risk alırlar	Paydaşlar adına risk alırlar
İşletme yaratmaya çalışırlar	Değişim yaratmaya çalışırlar
Ekonomik yapıda ayakta kalabilmek için rekabet ederler	Toplum ve çevreye fayda sağlamak için rekabet ederler
Para ve saygınlık kazanmak için risk alırlar	Toplumun ihtiyaçlarını karşılamak için risk alırlar
Temel amacı kardır	Karı sosyal amaçlar için kullanacak bir araç olarak görürler

Kaynak: Barendsen ve Gardner, 2004: 43, Austin vd., 2006: 6, Özdevecioğlu ve Cingöz 2010: 91'den derlenerek hazırlanmıştır.

1.4. Sosyal Girişim Modelleri

Sosyal girişimciler sadece kar amacı gütmeyen üçüncü sektörde değil özel ve kamu sektöründe de faaliyet gösterdiğini birçok defa vurguladık. Bu faaliyet alanlarının neler olduğunu aşağıdaki şekilde özetlenmektedir (Ashoka, [08.09.2015]). Çoğu sosyal girişim modelleri sosyal hizmet örgütlerinde olabileceği gibi kamu işletmeleri veya özel işletmeler gibi kar amaçlı işletmelerde de yer alabilir.



Şekil:1 Sosyal Girişimcilerin Görev Yaptıkları Örgüt Formları

Kaynak: Çetindamar, Tural, Titiz, TalukSosyal Dönüşüm Ajanları:

Sosyal Girişimciler. Uluslararası Sosyal Girişimcilik Konferansı Organizasyonu Komitesi

1980'lerden sonra sosyal girişimcilik kavram olarak belirginleşmeye başladı ve sosyal misyonların başarılması için farklı ekonomik modeller kullandı. Bu modeller ise; (Kırılmaz, 2014: 55)

- Üçüncü Sektörde Faaliyet Gösteren Sosyal Girişim Modeli: Üçüncü sektörde faaliyet gösteren işletmeler sosyal misyonlarını daha etkin şekilde gerçekleştirmek için sosyal amaçlı kar sağlamak için piyasa şartlarına göre hareket eden örgütlerdir (Sarıkaya, 2010: 90-94)
- Özel Sektörde Faaliyet Gösteren Sosyal Girişim Modeli: Bu modelde sosyal girişimcilik açık şekilde ticari girişimciliğe benzemektedir. Ticari işletmelerin sosyal misyon amaçlarını vurgulayarak ekonomik refah ve iş hedeflerine odaklanmıştır.

2. YÖNTEM BİLİM

Bu araştırma, Türkiye'de ödül alan Genç Sosyal Girişimcilerin profillerini ve geliştirmiş oldukları girişim modellerini incelemek amacıyla yapılmıştır. Bu amaçla; YouthActionNet Ulusal Enstitü programı çerçevesinde İstanbul Bilgi Üniversitesi tarafından başarılı olarak değerlendirilen genç sosyal girişimciler incelenmiştir. İstanbul Bilgi Üniversitesi kapsamında 2010 yılında başlatılan programla, her yıl 10 kişiye Genç Sosyal Girişimcilik ödülü verilmektedir. Araştırmanın örneklemini 2010 – 2015 yılları arasında bu ödülü almaya hak kazanan sosyal girişimciler oluşturmaktadır. Ana kütlenin bu



şekilde belirlenmesinin temel nedeni daha önce literatürde bu uygulamaya yer verilmemiş olmasıdır.

Katılımcıların yoğun programlarının olması ve hepsinin İstanbul'da yaşamaması nedeniyle çalışmada anket yönteminin kullanılmasına karar verilmiş olup, anket kullanımı için alınan izin yazısı Ek-1'de bulunmaktadır. 2008 yılında Burcu Kümbül Güler tarafından Ashoka ve Schwab Vakıflarında faaliyette bulunan sosyal girişimcilere uygulanan ankettten sadeleştirilerek hazırlanmış olan anket örneği Ek-3'de yer almaktadır. Bu çalışma, Ocak 2016 - Haziran 2016 tarihleri arasında web tabanlı araştırma düzenleme ve yayma imkânı sağlayan www.survey.com isimli profesyonel anket erişim sayfasında hazırlanarak sosyal girişimcilere ulaştırılmıştır. Örneklemi oluşturan sosyal girişimcilere Bilgi Üniversitesinin Bilgi Genç Sosyal Girişimci web sayfasında duyurulan mezunlar listesinden ulaşılmıştır. Her bir sosyal girişimcinin kimlik bilgileri ve kurmuş oldukları sosyal girişim modelleri internet arama motorunda taranmıştır. Bu kişilerle Facebook kullanıcı adreslerinden iletişime geçilerek e-posta adresleri öğrenilmiştir. Yapılan görüşmeler sonucunda ön yazı ile her bir yarışmacı araştırma anketine katılımı için davet edilmiştir. Gönderilen davet yazısına olumlu cevap veren girişimcilere anketin erişim sayfası e-posta adreslerine iletilmiştir. Anketi dolduran katılımcılardan elde edilen veriler anket sitesinin web sayfasında toplanmış olup, anket uygulaması sona erdiğinde bu veri tabanında bulunan veriler SPSS 22.0 istatistiksel analiz paket programına aktarılmıştır. Bu program üzerinden analizlere devam edilmiştir.

Çalışma kapsamında sosyal girişimcilere sorulan soruların analizinde, demografik bilgilerinin sorulduğu birinci bölüm ve sosyal girişim modelleri hakkında bilgilerin sorulduğu ikinci bölüm için nicel araştırma yöntemleri kullanılmıştır. Örneklem sayısının yetersiz olması nedeniyle, bireysel ve sosyal özelliklere yönelik soruların bulunduğu üçüncü bölüm de nicel araştırma yöntemleriyle değişkenler arasında ilişki kurulamamıştır. Bu sebeple, anket sorularının bulunduğu üçüncü bölüm için nitel araştırma yöntemlerinden de yararlanılmıştır. Araştırma kapsamında ki veriler nitel ve nicel yöntemler birlikte kullanılmasıyla değerlendirilmiştir. Bu şekilde araştırmanın geçerliliği ve güvenilirliği artırılmak istenilmektedir.

Araştırma kapsamında belirlenen örneklem hacminin 40 olması ve evreni temsil edecek büyüklükte olmaması sebebiyle parametrik olmayan yöntemlerle analizlere devam edilmiştir. Bu sebeple sosyal girişimcilerin sahip oldukları kişisel özelliklerin bazı demografik özelliklerle karşılaştırılmasında;



- Bağımlı değişkenlerin iki seçenekli bağımsız değişken arasında anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğine bakılmak istenildiğinde uygulanacak test olan parametrik olmayan Mann-Whitney U testi,
- İki'den fazla seçenekli bağımsız değişken arasında anlamlı bir farklılık gösterip gösterilmediğine bakılmak istenildiğinde uygulanacak olan test ise parametrik olmayan Kruksal-Willis H testi,

kullanılmıştır. Çalışma kapsamında, araştırma sonucunda elde edilen bulgular ile genç sosyal girişimciler derinlemesine araştırılarak, konunun anlaşılmasına katkıda bulunulmak istenmiştir.

3. BULGULAR

Sosyal girişimcilerin demografik özellikleriyle ilgili yapılan tanımlayıcı istatistik analizlerinin sonuçları Tablo 3' de belirtilmektedir. Buna göre araştırmaya katılan Sosyal Girişimcilerin %60'ının (24) erkeklerden %40'ının (16) ise kadınlardan oluştuğu görülmektedir. Sosyal Girişimcilerin eğitim durumları incelendiğinde bir kişi hariç hepsinin üniversite mezunu olduğu görülmektedir. Lise mezunu olan Sosyal Girişimcinin bilgilerini incelediğimizde ise henüz lise eğitimine devam ettiği öğrenilmiştir. Ankete katılan sosyal girişimcilerin 23'nün büyük şehirlerde 14'nün şehirlerde 2'sinin ilçede 1'nin kasabada yaşadığını görüyoruz. Değerlendirme sonucuna göre büyükşehirlerde imkânların fazla olması ve geliştirdikleri girişim modellerini daha çok kitleye duyurma şansının olması gibi nedenlerle sosyal girişimcilerin çoğu büyük şehirlerde yaşamayı tercih etmektedirler.

Tablo 3 Sosyal Girişimcilerin Demografik Özelliklerinin Dağılımı

	Frekans	Geçerlilik oranı (%)
Cinsiyet		
Kadın	16	40.0
Erkek	24	60.0
Toplam	40	100.00
Eğitim Durumu		
Lise	1	2.5
Yüksek Okul	3	7.5
Üniversite	28	70.0

Yüksek Lisans	7	17.5
Doktora	1	2.5
Toplam	40	100.00
Yaşanılan Yer		
Büyükşehir	23	57.5
Şehir	14	3.5
İlçe	2	5.0
Kasaba-Köy	1	2.5
Toplam	40	100.00
Rol Model		
Hayır	22	55.0
Evet	18	45.0
Toplam	40	100.00
Olumsuz Yaşam Deneyimi		
Hayır	21	52.5
Evet	19	47.5
Toplam	40	100.00

Yukarıdaki tabloda verilen özet demografik bilgilerde “sosyal girişimcilerin yapmakta oldukları işte ilham veren rol modelin varlığı” ve “sosyal girişimci olma kararlarını etkileyen olumsuz bir yaşam deneyiminin varlığı” ile ilgili sorularda da tanımlayıcı istatistik analizi kullanılmıştır. Yapılan analiz sonuçlarına göre sosyal girişimcilerin %55’ in (22) de yaptıkları işte ilham kaynağı olacak kişiler olmazken %45’in (18) de kendilerine örnek teşkil edecek kişilerden bahsederler. Sonuçlar değerlendirildiğinde evet ve hayır cevaplarının birbirine yakın olması sebebiyle olumlu cevap veren kişilerin cevaplarının da gösterilmesine ihtiyaç duyulmuştur. Aşağıdaki tabloda sosyal girişimcilerin ilham aldıkları ve hayatlarında rol model olarak kabul edebilecekleri kişilerin listesi yer almaktadır.

Tablo 4 Sosyal Girişimcilere Rol Model Olan Kişiler

Steve Jobs	Sema Başol
Peter Thiel	Dedem Ve Babam
Anne	Ashoka fellowları
Dostlarım	Bill Drayton
STK'lar	Toplumsal dönüşüm için bir şeyler yapan insanlar
Anne	Annem ve Türkan Saylan
Sanatı sevdirmeye	Açık Akademi (online eğitim platformu)
Babam, annem, girişimci arkadaşlarım	Timur Tiryaki -SOGLA

“Sosyal girişimci olma kararlarını etkileyen olumsuz bir yaşam deneyiminiz oldu mu?” Sorusuna ise sosyal girişimcilerin % 52,5 hayır cevabı verirken %47,5 u ise evet cevabı vermiştir. Soru daha detaylandırıldığı da olumsuz cevap verenlerin olumsuz yaşam deneyimlerinin ne tür bir deneyim olduğu “maddi”, “manevi”, “ikisi de” sunulan bir soru daha hazırlanmıştır. Toplam 17 sosyal girişimciden elde edilen sonuçlar aşağıdaki gibidir.

Tablo 5 Olumsuz Yaşam Deneyimi Türü

	Frekans	Geçerlilik Yüzdesi
Maddi (ör: Yoksulluk)	4	10.0
Manevi (ör:Sevilen birinin kaybı)	7	17.5
Her ikisi de	6	15.0
Total	17	42.5

Daha önce sosyal girişimcilerin kişisel özellikleri üzerine yapılan birçok araştırmaya göre sosyal girişimcilerin çocukluklarında yaşadıkları olumsuz deneyimler sebebiyle toplumsal olaylara karşı daha duyarlı oldukları vurgulanmıştır. Sonuçlar değerlendirildiğinde evet ve hayır cevaplarının birbirine yakın olması sebebiyle sosyal sorunlara odaklanmalarının sebebinin yaşamış oldukları sorunlara ya da bazı konularda mağdur olmalarına bağlamaması gerektiğini vurgulayabiliriz.

Tablo 6 Sosyal Girişimcilerin Girişim Modellerini Nasıl Tanımladığı

	Frekans	Geçerlilik Oranı
Sosyal misyona sahip kar amacı gütmeyen	17	40,0
Sosyal misyona sahip kar amacı güden örgüt	16	42,5
Ekonomik misyona sahip kar amacı gütmeyen örgüt	3	7,5
Ekonomik misyona sahip kar amacı güden	3	7,5
Diğer (Lütfen belirtiniz)	1	2,5
Toplam	40	100,0

Sosyal Girişimcilere geliştirdikleri girişim modellerini nasıl tanımladıkları sorulduğunda; %40'ı (17) “sosyal misyona sahip kar amacı gütmeyen örgüt” % 42, 5’i (16) “Sosyal misyona sahip kar amacı güden örgüt” %7, 5’i (3) “Ekonomik misyona sahip kar amacı

gütmeyen örgüt” %7, 5’i (3) ise “Ekonomik misyona sahip kar amacı güden örgüt” olarak tanımlamıştır. Tüm bu sonuçlar değerlendirildiğinde sosyal girişimcilerin %50’si geliştirdikleri girişim modellerini kar amacı güden örgüt yapısı olarak değerlendirirken %47, 5’i ise girişim modellerini kar amacı gütmeyen örgüt yapısı olarak konumlandırmaktadırlar.

Tablo 7 Yapmış Oldukları İşte Belirli Faktörlere Verdikleri Önem

	Minimum	Maximum	Ortalama	Standart Sapma
İşinizde aşağıdaki faktörlere ne kadar önem verilmektedir? (Yenilikçilik)	60	100	88,25	11,959
İşinizde aşağıdaki faktörlere ne kadar önem verilmektedir? (Sosyal etki yaratma)	50	100	87,75	14,049
İşinizde aşağıdaki faktörlere ne kadar önem verilmektedir? (Kar elde etme)	10	100	55,00	29,264
İşinizde aşağıdaki faktörlere ne kadar önem verilmektedir? (Farklı kaynakları kullanma)	10	100	75,50	22,412

Çalışmanın birinci bölümünde daha detaylı anlattığımız sosyal girişimci bileşenlerini, sosyal sorunlara çözüm bulmak için yenilikçi fikirlerle sosyal etkiyi arttırmak ve farklı kaynakları bir araya getirmek olarak belirtmiştik. Asıl amacın kar elde etmek olmadığını söylesek de kar girişim faaliyetlerinin sürdürülebilirliği açısından sosyal girişimcilerin önem vermeleri gereken konulardan biridir. Sosyal Girişimcilere “Yenilikçilik”, “Sosyal Etki”, “Kar Elde Etme”, “Farklı Kaynakları Kullanma” faktörlerine ne kadar önem verdikleri sorulduğunda, elde edilen sonuçlar Tablo 7’de yer almaktadır. Tablodaki sonuçlar değerlendirildiğinde Sosyal Girişimciler yapmış oldukları işte en çok yenilikçilik faktörüne önem verirken, en az kar elde etme faktörüne önem vermektedir. Kar elde etmeye önem verilmiyor olması, kar elde edecek faaliyetlerde bulunmadığı anlamına gelmemelidir. Sosyal girişimciler karı faaliyetlerinin sürdürülebilirliğini sağlamada araç olarak gördükleri için ticari girişimler kadar kara önem vermezler.

Sosyal girişimcilerin her bir ölçek altında belirlenmiş olan özellikleri yukarıdaki tablolar doğrultusunda kapsamlı bir şekilde incelenmiştir. Bu doğrultuda aşağıdaki tabloda sosyal girişimcilerin sahip oldukları bireysel ve sosyal özelliklerin ortalamalarının verildiği genel bir değerlendirme verileri yer almaktadır.

Tablo 8 Sosyal Girişimcilerin Bireysel Özellikleri

	Gözlem Sayısı	Ort.	S.S
Sosyal Sorumluluk	40	4.7949	0.4090
Öz yeterlilik	40	4.4861	0.4998
Yenilikçilik	40	4.4803	0.4441
Kontrol Odağı	40	4.2973	0.6610
Liderlik	40	4.0395	0.6301
Fırsatları Görebilme	40	3.9500	0.7531
Başarı İhtiyacı	40	3.9352	0.4867
Empati Sahibi Olma	40	3.8289	0.7907
İyimserlik	40	3.6852	0.7598
Özgecilik	40	3.4750	1.0124
Sosyal Sermaye	40	3.1772	0.4103
Belirsizlikten Kaçınma	40	2.2821	0.8255

Yukarıda belirtilen tablo sonuçlarına göre, sosyal girişimcilerin sahip oldukları özelliklere bakıldığında öncelikli olarak en çok fark edilen özelliğin sosyal sorumluluk ($\bar{X}=4,7949$), öz yeterlilik ($\bar{X}=4,4861$), yenilikçilik ($\bar{X}=4,4803$), özellikleri olduğu görülmektedir. Sosyal girişimcilerin kendilerine has olarak belirtilen bu özellikler aslında sosyal duyarlılığa sahip olma, hedeflerini gerçekleştirebilmek için sorumlulukları üstlenebilme ve daha önce uygulanmamış yeni fikirler ortaya koyabilmedir. Belirsizlikten Kaçınmanın ortalama değerine baktığımızda ($\bar{X}=2,2821$) Sosyal girişimcilerin risk alma eğilimi içinde oldukları söylenebilir. Ancak burada önemle vurgulanması gereken konu risk alma eğilimleri ticari girişimciler kadar yüksek değildir.

Sosyal girişimcilerin sahip oldukları özelliklerin yukarıda açıklamalarını yaptığımız bazı demografik özelliklerle karşılaştırılması amacıyla Mann-Whitney U testi uygulanmış ve sadece aralarında anlamlı ilişkiler bulunan bağımlı ve bağımsız değişkenler Tablo 8' de belirtilmiştir.



Tablo 9 SG'lerin Sahip Oldukları Özelliklerin İlham Veren Rol Model ve Olumsuz Yaşam Deneyimi ve Daha Önce Gönüllü Faaliyetlerde Çalışma ile Karşılaştırılmasına İlişkin Mann-Whitney U testi

	İlham Veren Rol Model	Gözlem Sayısı	Ort.	S.S	Mann-Whitney-U test (P)
İyimserlik	Evet Hayır	40	3.6852	0.7598	0.028
Belirsizlikten Kaçınma	Evet Hayır	40	2.2821	0.8255	0.039
Olumsuz Yaşam Deneyimi					
Sosyal Sermaye	Evet Hayır	40	3.1772	0.4103	0.04
Daha Önce Gönüllü Faaliyetlerde Çalışma					
Özgeçilicilik	Evet Hayır	40	3.4750	1.0124	0.04
Sosyal Sermaye	Evet Hayır	40	3.1772	0.4103	0.00

Bu test sonucunda, (a) Sosyal girişimcilerin yaptıkları işte onlara ilham veren bir rol model olmasıyla “İyimserlik” ve “Belirsizlikten Kaçınma” özellikleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki bulunmuştur ($p=.028$). (b) Sosyal Girişimci olma kararlarını etkileyen olumsuz bir yaşam deneyimi ile sosyal sermayeye sahip olmaları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki bulunmuştur ($p=.004$). (c) Sosyal Girişimcilerin daha önce gönüllü faaliyetlerde bulunmuş olmaları ile “Özgeçilicilik” ($p=.04$) ve “Sosyal Sermaye” ($p=.00$) arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki bulunmuştur.



Tablo 10 SG'lerin Sahip Oldukları Özellikler ile İşlerindeki Memnuniyet Düzeylerinin Karşılaştırılmasına İlişkin Kruskal-Wallis H Testi

	Bireysel Özellikler				Kruskal-Wallis H Testi		
	Memnun Değil	Kararsız	Memnu	Çok Memnun	X2	S.d.	Asymp. Sig.
SG'lerin yapmış oldukları işten memnuniyetleri							
Kontrol Odağı	1.50	13.50	13.50	24.81	4.2973	.66101	.006
Liderlik	5.00	9.83	15.94	24.79	4.0395	.63012	.033
Özgecilik	4.50	22.83	15.97	25.03	3.4750	1.01242	.046
Sosyal Sermaye	1.50	5.83	16.88	22.79	3.1772	.41031	.048

Sosyal girişimcilerin sahip oldukları özelliklerin çalışmış oldukları işlerdeki memnuniyet düzeyleriyle karşılaştırılması amacıyla Kruskal-Wallis H Testi uygulanmış ve sadece aralarında anlamlı ilişkiler bulunan bağımlı ve bağımsız değişkenler Tablo 10' de belirtilmiştir. Tabloya göre (a) sosyal girişimcilerin kontrol odağı özelliği ile işlerindeki memnuniyet düzeyi arasında anlamlı bir ilişki bulunmuştur ($p=.006$). (b) Sosyal girişimcilerin Liderlik özelliği ile işlerindeki memnuniyet düzeyi arasında anlamlı bir ilişki bulunmuştur ($p=.033$). (c) Sosyal girişimcilerin özgecilik özelliği ile işlerindeki memnuniyet düzeyi arasında anlamlı bir ilişki bulunmuştur ($p=.046$). (d) Sosyal girişimcilerin sosyal sermaye özelliği ile işlerindeki memnuniyet düzeyi arasında anlamlı bir ilişki bulunmuştur ($p=.048$).

TARTIŞMA VE SONUÇ

Araştırmaya katılan sosyal girişimciler hedeflemiş oldukları toplumsal değişimi sağlamak için etkili ve sürdürülebilir projeler geliştirmişlerdir. Geliştirmiş oldukları projeleri geliştirerek girişimcilik faaliyetlerine dönüştüren sosyal girişimciler sosyal değişimi destekleyen, lider ruhlu ve vizyon sahibi bireylerdir.

Türkiye'de ödül almış genç sosyal girişimcilerin profillerini detaylı bir şekilde açıklamayı amaçlayan bu çalışma neticesinde elde edilen sonuçlara göre Şekil, 2' de gösterildiği üzere genel bir profil oluşturulmuştur. Buna göre ödül alan finalistlerin büyük çoğunluğunun erkeklerden oluşmakta olsa da kadın ve erkek oranının birbirine çok yakın olduğunu görülmektedir. Asıl amacı sosyal sorunlara çözüm

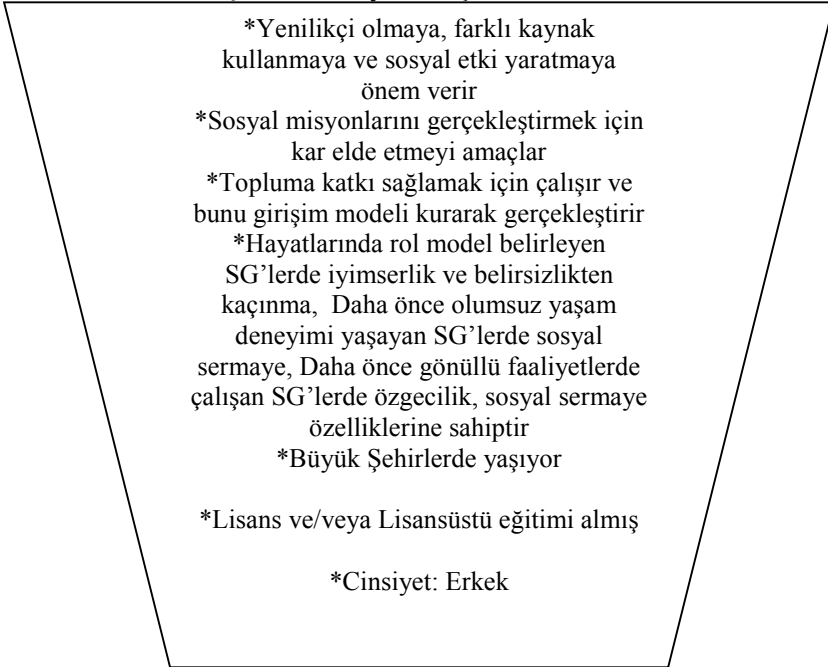


aramak olan sosyal girişimcilerin özellikleri incelendiğinde cinsiyete göre bir farklılık görülmediği saptanmıştır.

Sosyal girişimcilerin birçoğunun (%70) lisans seviyesinde bir diplomaya sahip olduğu yüksek lisans ve doktora düzeyinde diplomaya sahip olanlarında eklenmesiyle %90 seviyesinde bir eğitim düzeyinden bahsedebiliriz. Sosyal girişimcilerin sahip oldukları özellikleri incelediğimizde eğitim faktörünün etkisi görülme bile, sosyal girişimcilerin aldıkları eğitim ve sosyal sorunlara karşı duyarlılık arasında bir ilişkinin varlığından bahsetmek mümkündür. Daha açık bir ifadeyle, sosyal girişimciler toplumsal problemler karşısında daha bilinçli olmak için yükseköğrenimde bulunmaktadırlar.

Araştırmaya katılan sosyal girişimcilerin %92'si büyükşehir veya şehir merkezlerinde yaşadıkları saptanmıştır. Kırsal alanlar sosyal imkânların daha olduğu bu sebeple bu bölgelerde sosyal sorunlar görme imkânı daha fazla bulunmaktadır. Ancak sosyal girişimcilerin büyük kısmını şehirlerde yaşamasının sebebi, geliştirmiş oldukları fikirleri daha fazla kitleye ulaştırabilirler. Ayrıca şehirlerde kaynak bulma şanslarının daha fazla olduğu bu şekilde projelerini daha da büyütürük daha çok kişiye ulaşma imkânları olmaktadır.

Şekil 2: Sosyal Girişimci Profili



Araştırmaya katılan sosyal girişimcilerin cevapladıkları soruları Tablo 6’da belirttiğimiz belirli ölçekler arasında toplamıştık. Yapılan araştırma sonucunda sosyal girişimcilerin belirgin olan özellikleri (a) sosyal sorumluluk, (b) özerklik, (c) yenilikçilik ve (d) kontrol odağı olduğu görülmektedir. Dolayısı ile sosyal girişimcilerin toplumsal sorunlar karşısında kendini sorumlu hisseden bireyler olduğu söylenebilir. Ayrıca Sosyal Girişimciler kendileri dışındaki bir güçle mücadele edebilmeleri için özgür ve bağımsız karar vererek kendi seçimlerini yapan bireyler olduğu söylenebilir. Ayrıca belirsizlikten kaçınma özelliğinin ortalama değerinin en düşük olan özelliktir. Bura dikkat çekici bir nokta ise hayatlarında rol model olan sosyal girişimciler ile belirsizlikten kaçınma özelliği arasında anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Bu durumu şu şekilde ifade edebiliriz, örnek almış oldukları kişilerin yaşam tecrübesini dikkate alan Sosyal Girişimciler risk alma konusunda daha temkinli davranmaktadır.

Sosyal girişimcilerin yaptıkları işte ilham kaynağı olan kişiler tablo 4’ de belirtilmişti. Konuyu biraz daha açmak gerekirse, sosyal girişimciler hayatlarında ya büyük başarılar elde etmiş ve topluma önemli katkıları olan kişileri rol model olarak kabul etmiş ya da yakın çevresinde onlara her zaman destek olan kişileri rol model olarak kabul etmiştir. Çalışma kapsamında Sosyal Girişimcilerin yaptıkları işte onlara ilham veren bir rol model olmasıyla “İyimserlik” ve “Belirsizlikten Kaçınma” özellikleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Rol model olarak kabul ettikleri kişilerin hayatlarına bakarak karşılıklarına çıkabilecek zorluklara rağmen tüm bunların üstesinden gelebilecekleri inanca sahip oldukları söylenebilir. Bununla birlikte belirsizlikten kaçınma özelliğinin ön plana çıkma sebebini ise yaşamış oldukları topluma karşı kendilerini sorumlu hissetmelerine bağlayabiliriz.

Daha önce gönüllü faaliyetlerde bulunan sosyal girişimciler ile özgeçicilik ve sosyal sermaye arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Buradan yola çıkarak, sosyal girişimcilerin hiç bir karşılık beklemeden topluma katkı sağlayan hatta bu duygu ile motive olan bireyler olduklarını söyleyebiliriz. Sosyal girişimciler ile ticari girişimciler arasındaki en büyük fark sosyal girişimciler bireysel çıkarları için değil içinde buldukları örgütün dolayısı ile toplum yararına faaliyette bulunmalarıdır. Sosyal girişimciler daha önce gönüllü faaliyetlerde buldukları ve bu örgüt yapılarını daha yakından tanıma imkânları oldukları için sosyal alt yapı ve iletişim ağına sahiptirler. Özellikle yeni kurmuş oldukları girişim modellerinde sosyal sermayeye ve sosyal ağa sahip olmanın avantajını sağlamışlardır.



Sosyal girişimciler toplumsal sosyal değişimi yenilikçi ve girişim temelli faaliyetlerle sağlamaktadırlar. Bu faaliyetlerin asıl gelir kaynaklarını değerlendirdiğimizde, kazanç sağlama yani karın ilk sırada İkinci sırada ise özel kuruluşlar ile kurdukları ortaklıkların yer adlığını görüyoruz. Gelir kaynaklarında kazancın yer alması Örgütlerinin devamlılığı ve hizmetleri fon akımında çeşitlendirmeyi sağlamaktadırlar. Bu ise yeni kazanç sağlama olanakları yaratma ve ticari kuruluşlarla işbirliğini zorunlu kılmaktadır. Tüm bunlarla birlikte söyleyebilir ki, Sosyal girişimciler kurmuş oldukları örgüt modellerini kar amacı gütmeyen örgüt modeli anlayışından kurtardıklarını göstermektedir. Bu şekilde örgütlerinin sürdürülebilirliğini sağlayabilmek için bağışlar ile varlıklarını devam eden örgüt anlayışını değiştirdiklerini vurgulanabilir. Kısacası, sivil toplum örgütlerinin faaliyet alanları artık rekabetçi koşullara meydan okuyan girişimci ruhuna sahip bireyler tarafından yürütülmektedir.

Sosyal girişimci bireyler sosyal sorunlara çözüm geliştirecek işletmeler kurmayı veya bu sektörde faaliyet gösteren işletmelerde çalışmayı tercih etmektedirler. Araştırma verilerini incelediğimizde, çalışmış oldukları işten memnun olduklarını belirtmişlerdir. Bu alanda isteyerek ve severek çalıştıkları için daha geniş sosyal sermayeye sahiptirler. Çünkü girişim alanlarını geliştirebilmek için sosyal girişimcilerin çevresiyle kurmuş oldukları ilişkilerin önemli olduğunu görmekteyiz. Ayrıca çalışmış oldukları işteki memnuniyet düzeylerinin yüksek olmasıyla "liderlik" özelliği arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Buradan yola çıkarak, çalışmış oldukları alanda lider pozisyonunda olmasının altında işlerindeki memnuniyet düzeyi yatmaktadır.

Buna paralel olarak girişim modellerini tanımlamaya yönelik diğer soruları incelediğimizde, sosyal girişimcilerin çoğu örgütlerini "sosyal misyona sahip kar amacı güden" örgüt olarak tanımlamışlardır. Bu ise sosyal girişimcilerin kar elde eden organizasyonların lideri olduklarını göstermektedir. Sosyal girişimciler kendilerini sivil toplum kuruluşlarının örgütlerinin lideri olarak değil girişimci lider olarak tanımlama eğilimindedirler (Barendsen, 2006; 158). Bu organizasyonların liderlerini ise misyonlarını gerçekleştirme konusunda yeterli olmamakla, koordineli, verim ve planlı çalışmamakla eleştirmektedirler.

Burada vurgulamamız gereken önemli bir konu ise tek bir sosyal girişimcinin sosyal sorunları çözebilme yetisine sahip olmadığıdır. Sosyal girişimcilerin başarılarının arkasında ekibinin ve örgütünün desteği atlanmamalıdır. Sosyal girişimcilerin başarılarının arkasında ekibinin ve örgütünün desteği atlanmamalıdır. Bu çalışma



sosyal girişimci bireylere odaklanıp, sosyal girişimcilik etkisinin atlanılmamaktadır. Ancak girişimcilik faaliyetlerinin oluşturduğu sosyal etki oldukça önemlidir. Çalışmada bahsedilen her bir sosyal girişimcinin kurmuş olduğu işletmenin sosyal etkisinin ölçülmesi ve araştırılması farklı bir araştırma konusunu oluşturmaktadır. Bu nedenle çalışmada bu hususa yer verilmemiştir.

Kaynakça

- ASHOKA. (2015, 10 1). *Türkiye Sosyal Sorunlara Etkin Çözümler*. www.asoka.org/social_entrepreneur. adresinden alındı
- BARENSEN, Lynn ve Howard GARDNER; (2004), "Is the Social Entrepreneur a New Type of Leader?", *Leader to Leader*, 4, ss.43-50.
- BESLER, Senem. (2010), *Sosyal Girişimcilik*. İstanbul: Beta Yayınları.
- ÇETİNDAMAR, Dilek ve TUTAL Ercan ve TİTİZ Serra & TALUK Şeyda. (Mayıs 2010). "*Sosyal Dönüşüm Ajanları: Sosyal Girişimciler*". Uluslararası Sosyal Girişimcilik Konferansı Organizasyonu Komitesi. İstanbul: Sabancı Üniversitesi.
- DESS, Gregory. J. (1998). The Meaning of "Social Entrepreneurship", *Miriam and Peter Haas Centennial Professor in Public Service Graduate School of Business Stanford Univer.*, s.1-5.
- DESS Gregory, & ANDERSON Beth Battle. (2006). *Farming a Theory of Social Entrepreneurship: Building On Two Schools of Practice And Thought*. (R. Mosher-William, Dü.) ARNOVA Occasional Paper Series.
- DENİZALP, Hülya. (2009), "*Toplumsal Dönüşüm İçin Sosyal Girişimcilik Rehberi*" Ankara: Sivil Toplum Geliştirme Merkezi (STGM), Baskı 2.
- ERDOĞAN, Mahmure Yelda. (2014), "*Sivil Toplum Örgütleri Gönüllü Yönetimi Yaklaşımları ve Sosyal Girişimcilik Gönüllü Yönetimi Modeli Önerisi*", Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı Yüksek Lisans Tezi.
- GÜLER, KÜMBÜL, Burcu (2010). *Sosyal Girişimcilik*. İstanbul: Elif yayıncılık.
- GÜLER, KÜMBÜL, Burcu (2008). "*Sosyal Girişimciliği Etkileyen Faktörlerin Analizi*". Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri Anabilim Dalı, Doktora Tezi.
- MARTIN Roger. (2007). "*Social Entrepreneurship: The Case for Definition*". Stanford Social Innovation Review, 29-39.
- ÖZDEVECİOĞLU, Mahmut, & CİNGÖZ, A. (2009, Ocak-Haziran), "Sosyal Girişimcilik ve Sosyal Girişimciler; Teorik Çerçeve", *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, Sayı 32, s.81-95.
- SARIKAYA, Muhammet. (2010), "*Kar Amacı Gütmeyen Örgütlerde Sosyal Girişimcilik*" S. Besler içinde, *Sosyal Girişimcilik* (s. 31-52). İstanbul: Beta.