

Sosyal Girişimcilikte Başarı İçin Bireysel Faktörlerin AHP Yöntemi İle Değerlendirilmesi: Ödül Almış Sosyal Girişimcilerle Uygulama¹

Nuray TÜRKES*, Ebru Beyza BAYARÇELİK**

ÖZ

Amaç: Bu çalışmanın amacı, sosyal girişimcilikte başarıyı etkileyebilecek bireysel faktörlerin öncelik ve önem derecelerinin belirlenmesidir.

Yöntem: Araştırmada ilk olarak literatür taramaları yapılarak sosyal girişimcilikte başarı için bireysel faktörler belirlenmiştir. Bu faktörler altı ana kriter ve yirmi dokuz alt kriterden oluşmaktadır. Ardından bu kriterlerin öncelik ve önem derecelerini tespit edebilmek amacıyla AHP (Analitik Hiyerarşi Prosesi) yöntemi kullanılmıştır. Veri toplama formu için kriterlere ait ikili karşılaştırma matrislerinin olduğu AHP Formu kullanılmıştır. Veriler alanlarında uzman ve ödül almış dokuz sosyal girişimci ile yüz yüze ve çevrimiçi görüşme tekniği kullanılarak toplanmıştır.

Bulgular: Değerler kriteri en önemli ana kriter olarak bulunmuştur. Ayrıca iş tecrübesi/deneyim, sorumluluk sahibi olmak, liderlik, etik değerlere sahip olmak, başarıya ihtiyacı ve sosyal girişimcilik öz yeterliği kriterleri her bir ana kriterin en önemli alt kriteri olarak ortaya çıkmıştır.

Sonuç ve Öneriler: Sosyal girişimcilikte başarıyı etkileyebilecek bireysel faktörlerin öncelik ve önem derecelerinin belirlenmesi mevcut sosyal girişimcilere veya yeni sosyal girişimcilere bir rehber olabilir. Ayrıca sosyal girişimcilikte başarı konusuna ilgi duyan öğrenciler ve araştırmacılar için katkı sağlanabilir. Yeni yapılacak araştırmalara ödül almış başka sosyal girişimciler dâhil edilerek bu çalışmadaki bulgularla benzerlikleri ve farklılıkları kıyaslanabilir.

Özgün Değer: Sosyal girişimcilikte başarı için bireysel faktörleri altı ana kriter ve yirmi dokuz alt kriter kullanarak kapsamlı bir şekilde inceleyen özgün bir çalışmadır.

Anahtar Kelimeler: Sosyal Girişimcilik, Sosyal Girişimci, AHP Yöntemi

Jel Sınıflandırması: M10, M14, L31

Evaluation of Individual Factors for Success in Social Entrepreneurship Using AHP Method: Implementation with Award-Winning Social Entrepreneurs

ABSTRACT

Purpose: This study aims to identify and assess the relative importance and prioritization of individual factors that may influence success in social entrepreneurship.

Methodology: In this study, individual factors contributing to success in social entrepreneurship were initially identified through a comprehensive literature review. These factors were categorized into six main criteria and twenty-nine sub-criteria. Subsequently, the Analytic Hierarchy Process (AHP) method was employed to determine the priority and significance levels of these criteria. For data collection, an AHP Form containing pairwise comparison matrices related to the criteria was utilized. Data were gath-

¹ Bu çalışma, Nuray Türkes'in Doç. Dr. Ebru Beyza Bayarçelik danışmanlığında hazırladığı doktora tezinden üretilmiştir.

* Maltepe Üniversitesi, nurayturkes@gmail.com, 0000-0002-3976-8346

** Maltepe Üniversitesi, ebrubeyzabayarcelik@maltepe.edu.tr, 0000-0003-4886-5719

ered through face-to-face and online interviews with nine award-winning social entrepreneurs who are recognized experts in their respective fields.

Findings: The values criterion was identified as the most significant main criterion. Additionally, work experience, sense of responsibility, leadership, adherence to ethical values, need for achievement, and social entrepreneurship self-efficacy emerged as the most important sub-criteria under each main criterion.

Practical Implications: Identifying the priorities and significance levels of individual factors that may influence success in social entrepreneurship can serve as a guide for both current and aspiring social entrepreneurs. Furthermore, this study may provide valuable insights for students and researchers interested in the topic of success in social entrepreneurship. Future research could include other award-winning social entrepreneurs in order to compare similarities and differences with the findings of this study.

Originality: This original study offers a comprehensive analysis of individual factors contributing to success in social entrepreneurship, utilizing six main criteria and twenty-nine sub-criteria.

Keywords: Social Entrepreneurship, Social Entrepreneur, AHP Method

JEL Codes: M10, M14, L31

1. Giriş

Dünyada küresel çapta veya bölgesel olarak çeşitli sorunlar bulunmaktadır. Bu sorunlar arasında yoksulluk, fırsat eşitsizlikleri, iklim değişikliği, zorunlu göç, insan hakları ihlalleri, eğitim ve sağlık hizmetlerine erişememe gibi pek çok başlık bulunmaktadır. Hükümetler temel sorunlarla mücadele edebilmek için bazen yetersiz kalabilmektedir. Hayırseverlik, gönüllülük, yardım veya bağış temelli geleneksel yaklaşımlar da sorunların çözümünde sürdürülebilir olmamaktadır. Bu nedenle sosyal girişimciler yenilikçi fikirler ve çözümlerle bu boşluğu doldurmaya çalışmaktadırlar.

Sosyal girişimcilik istisnai bir dizi davranışı tanımlamakta (Dees, 2001), sosyal girişimcilik faaliyetleri sayesinde geleneksel girişimcilerin ve hükümetlerin çözemediği sosyal sorunlar çözülmeye çalışılmaktadır (Bewayo ve Portes, 2016:39). Sosyal girişimcilikte sorunların çözümü için klasik girişimciliğin fırsatların tanımlanması, yenilik ve risk alma özellikleri kullanılırken (Bayarçelik, 2018), diğer taraftan bu sorunlara kalıcı çözümler bulmak için finansal sürdürülebilirlik ve sosyal fayda sağlanmaya çalışılmaktadır. Böylece sosyal girişimcilik hem ekonomik değeri hem de sosyal değeri bütünleştiren bir süreç olarak ortaya çıkmaktadır.

Sosyal girişimciler kurdukları sosyal girişimler yoluyla toplumsal sorunlara çözüm bulma ve fayda sağlama süreçlerini yürütmektedir. Sosyal girişimciler sahip oldukları sosyal yetenekler yoluyla büyümeye katkı sağlamakta (Mair, 2010), gelir getirici stratejilerini doğrudan sosyal değer sunma misyonlarına hizmet edecek şekilde tasarlamaktadır (Abu-Saifan, 2012). Zeyen ve diğerlerine (2012) göre ise sosyal girişimciler ve sosyal girişimler, ihmal edilen toplumsal sorunlara sürdürülebilir çözümler üreterek toplum için değer yaratmayı amaçlamaktadır. Dünyanın

her yerinde sosyal girişimciler yoksulluğu azaltan, müşterilerinin, tedarikçilerinin, çalışanlarının ve çevrenin yaşamlarını iyileştiren yenilikçi işletmeler yaratmaktadır (Yunus Social Business, 2017).

Sosyal girişimcilerin sahip oldukları bazı bireysel özellikleri bulunmaktadır. Bu özellikler arasında sosyal sorunları fark etme, sorunların üzerine gitme, fark yaratma, toplumun güvenini kazanma, yaratıcı, enerjik, ısrarcı ve duyarlı olma gibi özellikleri bulunmaktadır (Denizalp, 2007; Özdevecioğlu ve Cingöz, 2009). Baporikar'a (2016) göre bir sosyal girişimci yenilikçiliği, becerikliliği ve fırsatları birleştirmektedir. Keleş ve Dilmaç'a (2017) göre sosyal girişimci tüm sistem dönüşene dek yılmadan çalışmayı sürdürebilecek vizyon ve kararlılığa sahip kişidir. Türkiye'de Sosyal Girişimlerin Durumu (2019) raporuna göre sosyal girişimci, sosyal sorunlara uygulamaya dönük çözümler geliştiren ve uygulayan sosyal liderdir (British Council, Türkiye, 2019:103).

Literatürde sosyal girişimcilerin sahip oldukları bireysel özelliklerin çeşitli boyutlarda incelendiği çalışmalar bulunmaktadır. Güler'in (2008) çalışmasında sosyal girişimciliği etkileyen faktörler analiz edilmiş, demografik özellikler, kişisel özellikler, bilişsel özellikler, değerler ve motivasyonel özellikler incelenmiştir. Kırılmaz'ın (2012) çalışmasında sosyal girişimciliğin başarı faktörleri girişimci kişilik ve dönüşürücü liderlik kapsamında incelenmiş, sosyal girişimciliğin boyutları kapsamında sosyal içerikli misyon sahibi olma, sosyal değer yaratma, sosyal girişim fırsatlarını görme, sosyal ağlardan faydalanma, kaynak yaratma ve sürdürülebilirliği sağlama alt boyutları ele alınmıştır. Gül'ün (2019) çalışmasında girişimci kişilik özelliklerinin sosyal girişimcilik yönelimine etkisi incelenmiş, sosyal girişimcilik yönelimi kapsamında sosyal vizyon, finansal getiri, inovasyon, sürdürülebilirlik ve sosyal ağlar alt boyutları kullanılmıştır. Polat'ın (2020) çalışmasında sosyal girişimciliği belirleyen faktörler kapsamında psikolojik ve demografik faktörler yer almıştır. Çalkın'ın (2021) çalışmasında sosyal girişimcilik davranış öncülleri olarak empati, ahlaki yükümlülük, sosyal girişimcilik özyeterliği ve algılanan sosyal destek kullanılmıştır.

Literatürde sosyal girişimcilikteki bireysel faktörlerin incelendiği çalışmaların sayıca az olduğu, bireysel faktörlerin kapsamlı olarak ele alınmadığı ve alanda boşluklar olduğu da görülmektedir. Bu boşluklardan hareketle çalışmada ilk olarak sosyal girişimcilikte başarı için bireysel faktörler nelerdir? sorusu detaylı olarak araştırılmıştır. Araştırmalar sonucunda en sık kullanılan kriterler belirlenmiştir. Bu kriterler (1) demografik özellikler, (2) kişisel özellikler, (3) bilişsel özellikler, (4) de-

ğerler, (5) motivasyonel özellikler, (6) sosyal girişimcilik davranış öncülleri olmak üzere altı ana kriterden ve bu kriterlere bağlı yirmi dokuz alt kriterden oluşmuştur. Ardından sosyal girişimcilerin sahip oldukları bireysel faktörlerin sosyal girişimcilik başarısında öncelik ve önem derecesi nedir? sorusuna cevaplar aranmıştır. Bu doğrultuda AHP yöntemi kullanılarak analiz gerçekleştirilmiştir. Araştırma sonucunda elde edilen bulguların, mevcut sosyal girişimciler için yol gösterici nitelikte olacağı öngörülmektedir. Ayrıca sosyal girişimcilik alanında faaliyet göstermeyi planlayan yeni girişimciler için bir yol haritası işlevi görebileceği düşünülmektedir. Son olarak sosyal girişimciliğe ilgi duyan öğrenciler ve araştırmacılar için de faydalı bir kaynak olma potansiyeli taşımaktadır.

2. Literatür Taraması

2.1. Demografik Özellikler

Demografik özellikler belirli bir grubun özelliklerini incelemek için kullanılmakta, cinsiyet, yaş, dil, eğitim, gelir, meslek, aile faktörü, etnik köken ve ırk gibi bir nüfusun özelliklerini temsil etmektedir. Demografik özellikler ana kriteri altında bu çalışmada (1) cinsiyet, (2) yaş, (3) eğitim, (4) aile faktörü ve (5) iş tecrübesi/deneyim alt kriterleri bulunmaktadır.

Cinsiyet, sosyal girişimcilikle ilgili araştırmalarda demografik özellikler kapsamında kullanılan kriterler arasında bulunmaktadır. İş ölçeklerini küçük tutmalarından dolayı kadınların sosyal girişimci olma eğilimi gösterebildiği, bir sosyal girişimde liderlik ya da yöneticilik yapabildiği görülmektedir (British Council, Türkiye, 2019:50-61). Polat'ın (2020) çalışmasında sosyal girişimcilerin çoğunlukla erkeklerden oluştuğu, buna karşın kadın sosyal girişimcilerin toplumsal sorunları çözmek için sosyal girişimcilik aracını kullanma ve kurallara uyma konusunda erkek sosyal girişimcilere göre daha yüksek düzeyde algıya ve bilgiye sahip olduğu sonucuna ulaşılmaktadır (Polat, 2020:242-245). Jafarova'ya (2020) göre kadın sosyal girişimcilerdeki eğitim, aile desteği, güvenilir bir sosyal ağ ve liderlik becerileri gibi özellikler girişimciliği kolaylaştırıcı faktörler arasında bulunurken; önyargılı yaklaşımlar, ayrımcılık, iş-yaşam dengesini yönetme zorluğu, finansal destek bulma, yasal ve politik kısıtlamalar ise kadınların karşılaştığı başlıca zorluklar arasında bulunmaktadır (Jafarova, 2020:89).

Yaş, sosyal girişimcilik çalışmalarında kullanılan bir diğer kriterdir. Kırmızı'nın (2016) çalışmasında yirmi-yirmi beş yaş aralığındaki genç katılımcıların diğer yaş

aralığındaki katılımcılara göre sosyal girişimciliğin “misyon sahibi olma”, “sosyal değer yaratma”, “yenilikçi olma” ve “sosyal ağlardan faydalanma” boyutlarında daha yüksek sosyal girişimcilik düzeyine sahip olduğu görülmektedir (Kırmızı, 2016:107). Polat’ın (2020) çalışmasında sosyal girişimcilerin yaş durumları değerlendirildiğinde ise %64 oranında yirmi altı ile elli yaş arasında oldukları belirtilmektedir (Polat, 2020:217). Özdemir’in (2022) çalışmasında ise elli-elli dokuz ve kırk-kırk dokuz yaş arası katılımcıların sosyal girişimcilik eğilimi puan ortalamaları, daha alt yaş gruplarından anlamlı derecede daha fazla olduğu görülmektedir (Özdemir, 2022:48).

Eğitim, sosyal girişimcilik çalışmalarında kullanılan demografik özellikler kriterlerinden bir diğeridir. Canbal’ın (2016) çalışmasında ödül almış sosyal girişimcilerin eğitim durumuna bakıldığında %70 oranında üniversite mezunu, %17,5 oranında yüksek lisans mezunu, %7,5 oranında yüksekokul mezunu, %2,5 oranında ise lise veya doktora mezunu oldukları görülmektedir (Canbal, 2016:49). Türkiye’de Sosyal Girişimlerin Durumu raporunda da sosyal girişim kurucularının ya da yöneticilerinin eğitim düzeyinin yüksek olduğu, katılımcıların %84’ünün en azından meslek okulu veya üniversite mezunu olduğu, %20’sinin yüksek lisans ya da doktora derecesine sahip olduğu, %88,14’ünün lisans derecesine veya daha yüksek bir dereceye sahip olduğu belirtilmektedir (British Council, Türkiye, 2019:51-52).

Aile faktörü, aileden birinin sosyal girişimcilik için rol model olmasını, ilgili sosyal soruna ailedeki birinin yakınlığını, yaşamın bir döneminde ailede yaşanan olumlu veya olumsuz olayları ifade etmektedir. Yaptıkları işlerde sosyal girişimcilere anne, baba, dede, eş, amca, kuzen ya da dayı gibi aile üyeleri ilham kaynağı olabilmektedir (Güler, 2008; Canbal, 2016; Polat, 2020). Sosyal bir girişim kurmak veya sosyal bir girişimde çalışmak için ilham veren faktörler arasında bizzat deneyimlenen ya da yakınları tarafından deneyimlenen bir sorun da olabilmektedir (British Council, Türkiye, 2019:49).

İş tecrübesi veya deneyim, kişinin işe başlamasından ayrılmasına kadar geçen sürede ay veya yıl olarak edindiği tecrübe ve deneyimleri ifade etmekte, literatürde demografik özellikler kapsamında araştırılmaktadır. Kırılmaz’ın (2012) çalışmasında sosyal girişimcilerin 78’inin 1-5 yıl arası, 73’ünün 6-10 yıl arası, 33’ünün 11-15 yıl arası, 21’inin 16-20 yıl arası, 11’inin 21-25 yıl arası çalışma süresine sahip oldukları görülmektedir (Kırılmaz, 2012:198). Polat’ın (2020) çalışmasında

sosyal girişimcilerin STK faaliyetlerine ve toplumsal faaliyetlere katılım oranının %100 oranında olduğu, sosyal girişimcilerin toplumsal faaliyetlerde deneyim sahibi olduktan sonra faaliyetlerde bulunduğu belirtilmektedir (Polat, 2020:217-218). Genç'in (2023) çalışmasında kadın sosyal girişimcilerin bilgiyi güç olarak gördükleri, bilgi ve deneyimleri aktarmak için ekip yetiştirdikleri görülmektedir (Genç, 2023:269-270).

2.2. Kişisel Özellikler

Kişisel özellikler bireyler arasındaki değişiklikleri ön plana çıkaran, bireyden bireye farklılık gösterebilen, bireyin kişiliğini oluşturan tutumu ve davranışları olarak tanımlanmaktadır. Bu çalışmada kişisel özellikler ana kriteri altında (1) sebatkârlık/kararlılık, (2) iyimserlik, (3) içsel kontrol odağı, (4) risk almaya eğilimli, (5) yaratıcı, (6) dışa dönüklük, (7) belirsizliklere karşı toleranslı olma, (8) sorumluluk sahibi alt kriterleri bulunmaktadır.

Sebatkârlık veya kararlılık, bireyin bir işi yılmadan sonuna kadar sürdürmesini, zorluklar karşısında dirençli olmasını, sözünden veya kararından dönmemesini ifade etmektedir. Sosyal girişimcilik araştırmalarında sebatkârlık kriterinin kişisel özellikler kapsamında ele alındığı görülmektedir (Güler, 2008; Şeker, 2012; Güney ve Ören, 2021). Sosyal girişimcilerin sebatkârlık düzeyini ölçmek için "Bir iş sonlanmadan asla o işi bırakmam. Yolumda engeller olsa bile, yaptığım işi mutlaka bitiririm. Plan yaptığım zaman, plan dâhilindeki işlerin mutlaka yürümesini sağlarım." gibi ifadeler kullanılmaktadır (Güler, 2008; Şeker, 2012). Duncan-Horner ve diğerlerinin (2022) çalışmalarında sosyal girişimci niyet modelinde "azim" değişkeninin kullanıldığı görülmektedir (Duncan-Horner vd., 2022:384). Genç'in (2023) çalışmasında ise katılımcıların özellikleri arasında sabırlı olma, mücadele ruhu ve pes etmeme unsurlarının olduğu rapor edilmektedir (Genç, 2023:270).

İyimserlik kriterinin sosyal girişimcilik araştırmalarında kişisel özellikler kapsamında ele alındığı ve ölçüldüğü görülmektedir (Güler, 2008; Şeker, 2012; Canbal 2016). İyimserlik, genel olarak yaşama karşı olumlu bakış açısına sahip olmayı, gelecekle ilgili olumlu bir beklenti içinde olmayı, durum veya olayların iyi ve uygun yönlerine odaklanmayı ifade etmektedir. Canbal'ın (2016) çalışmasında ödül almış genç sosyal girişimcilerin iyimserlik özelliğine sahip oldukları ifade edilmektedir (Canbal, 2016:59). Sözer'in (2019) çalışmasında sosyal girişimcilerin özellikleri arasında iyimserlik kriterine yer verilmekte, sosyal girişimcilerin koşullar kötü

olsa dahi durum iyiymiş gibi davranmaktan ziyade bir çıkar yol bulabilmesine dikkat çekilmektedir (Sözer, 2019:18).

Bireyler olayların kendi davranışlarına veya kendi kalıcı özelliklerine bağlı olarak gerçekleştiğine inanıyorsa bu durum içsel kontrole olan inanç şeklinde tanımlanmaktadır (Rotter, 1975:57). İçsel kontrol odağına sahip olan bireyler olayların kendi çabası ve yeteneğiyle gelişmekte olduğunu algılamakta, sosyal olaylara aktif bir şekilde yaklaşabilmektedir. İçsel kontrol odağı kriterinin Güler'in (2008) çalışmasında kişisel özellikler kapsamında kullanıldığı görülmektedir (Güler, 2008:204). Gül'ün (2019) çalışmasında kontrol odağı ile sosyal girişimcilik yönelimi arasında anlamlı bir ilişki bulunmuştur (Gül, 2019:143). Canbal'ın (2016) çalışmasında ödül almış genç sosyal girişimciler de hayatlarında gelişen olayların kontrolünün çoğunlukla kendi ellerinde olduğunu ifade etmektedir (Canbal, 2016:68).

Sosyal girişimcilerin temel özellikleri arasında girişimcilik ruhuna sahip, atılgan, cesur ve risk alan gibi özellikler bulunmaktadır (Toktamış, 2019:59). Risk alma eğilimi kumar oynarcasına ölçsüz şekilde risk alma eğilimini değil, hedefe ulaşmak amacıyla yaratıcılık ve yenilik peşinde koşmayı, bir ihtiyacı belirleyerek bu ihtiyacı iş fikrine ve fırsata çevirmeyi, ortaya çıkabilecek riskleri üstlenip bir girişim kurmaya istekli olmayı ifade etmektedir (Gürdoğan, 2020). Sosyal girişim niyeti modelinde de "risk almak" kriterine yer verildiği (Duncan-Horner vd., 2022:384), risk alma eğilimi ile sosyal girişimcilik boyutları arasında aynı yönde yüksek ilişki olduğu görülmektedir (Kırılmaz, 2012:220).

Kişisel özellikler kapsamında ele alınan yaratıcı olma özelliği özgün, yeni, şaşırtıcı veya alışılmamış fikirler öne sürmeyi ya da davranışlarda bulunabilmeyi ifade etmektedir. Sosyal girişimciliğin çeşitli unsurlarını inceleyen Mair'e (2010) göre sosyal girişimcilikteki stratejiler ve taktikler yaratıcı, yenilikçi ve yeni şeyler yapma biçimleriyle karakterize edilen eylemlerden oluşmaktadır. Baporikar (2016), başarılı sosyal girişimcilik için Yedi C-Stratejisinde Yaratıcılık (Creativity) kriterini kullanmıştır. Toktamış'ın (2016) çalışmasında sosyal girişimcilik, fırsatları takip ederek yaratıcı kaynakların bir araya getirildiği bir süreç olarak tanımlanmış ve çalışmadaki katılımcıların kişisel özellikleri arasında yaratıcı olma özelliği ortaya çıkmıştır (Toktamış, 2019:87).

Kişilik boyutlarından biri olan dışa dönüklük, Goldberg'in (1992) Kişiliğin Beş Büyük Boyutu - Beş Faktör Modeli olarak literatürde yer alan modeli içinde

bulunan boyutlarından biridir. Dışa dönüklük kişinin başkalarıyla olan ilişkilerde rahatlık düzeyini ifade etmekte ve sosyal girişimcilik araştırmalarında kullanılmaktadır (Nga ve Shamuganathan, 2010; İrengün, 2014; Koyun, 2017). Toktamış'ın (2019) çalışmasında katılımcıların sosyal girişimcilerin sahip olduğu kişilik özelliklerine ilişkin görüşleri arasında dışa dönük özelliğini vurguladığı görülmektedir (Toktamış, 2019:64). Gül'ün (2019) çalışmasında dışadönüklük ile sosyal girişimcilik yönelimi arasında anlamlı bir ilişki bulunmuştur (Gül, 2019:167).

Belirsizliklere karşı toleranslı olma, bir kişinin belirsiz bir durumu algılama ve bu durum için mevcut bilgileri düzenleme biçimini yansıtmaktadır. Girişimciliğe yatkın olan bireyler belirsizliğe karşı daha toleranslı olabilmektedir (Koh, 1996:22). Belirsizliklere karşı toleranslı olma sosyal girişimcilikle ilgili çalışmalarda da kullanılmaktadır. Belirsizliklere karşı toleranslı olma ile sosyal girişimcilik boyutları ve sosyal girişimcilik yönelimi arasında anlamlı ilişkilerin bulunduğu görülmektedir (Kırılmaz 2012; Gül 2019).

Sorumluluk sahibi kriteri de sosyal girişimcilik çalışmalarında kullanılan kriterler arasında yer almaktadır. Sorumluluk, bireyin davranışlarının sonuçlarını üstlenmesi anlamına gelmekte, Goldberg'in (1992) Beş Faktör Modeli içinde bulunan alt boyutlardan biri olmaktadır. Sosyal sorunlara girişimci bir yaklaşımla çözüm bulmayı amaçlayan sosyal girişimcilerin sorumluluk algılarının diğer bireylere göre daha yüksek olduğu bilinmekte, sorumluluk kriterinin sosyal girişimci kişiliği etkileyen bir kriter olduğu da görülmektedir (Nga ve Shamuganathan, 2010; İrengün, 2014; Kolcu, 2018; Gül, 2019; Genç, 2023).

2.3. Bilişsel Özellikler

Bilişsel özellikler bireyin çevresindeki dünyayı anlamasını sağlayan zihinsel beceriye sahip olma yeteneğini ifade etmektedir. Bilişsel özellikler ana kriteri altında bu çalışmada (1) özgüven ve özyeterlik, (2) yenilikçilik, (3) fırsatları görebilme, (4) liderlik alt kriterleri bulunmaktadır.

Özgüven, amaçları gerçekleştirmek için kişinin sahip olduğu kişisel yeteneklerin kendisinde var olduğuna inanması anlamına gelmektedir. Özyeterlik ise kişinin hangi faaliyetlerde bulunacağını, bu faaliyetler için ne kadar çaba sarf edeceğini, bu çabaya ne kadar süre dayanacağını ve yetenekleri kapsamında neler yapabileceğini ifade etmektedir (Güler, 2008; Şeker, 2012; Canbal, 2016; Polat, 2020). Özgüven ve özyeterlik kriterlerinin sosyal girişimcilik çalışmalarında bilişsel özel-

likler kapsamında ele alındığı görülmektedir (Güler, 2008:198). Çiftçi'nin (2017) çalışmasında turizm sektöründeki sosyal girişim çalışanlarının sosyal sorunları çözmeye ve işleri gerçekleştirmede kendilerine güvendikleri ifade edilmektedir (Çiftçi 2017:53). Polat'ın (2020) çalışmasında sosyal girişimcilerin %92'lik oranla yüksek düzeyde özgüven-öz yeterliğe sahip oldukları belirtilmektedir (Polat, 2020:221). Genç'in (2023) çalışmasında da kadın sosyal girişimcilerin yüksek düzeyde özgüvene sahip oldukları sonucuna ulaşılmaktadır (Genç, 2023:270).

Yenilikçilik kavramı sosyal girişimcilik çalışmalarında kullanılan kavramlardan biri olmakta, sosyal sorunlara ve ihtiyaçlara yönelik yaratıcı, alışılmamış ve farklı çözümler bulabilmeyi ifade etmektedir (Güler, 2008; Kırılmaz 2012; Kırmızı 2016; Polat, 2020; Sarı, 2022). Güler'e (2008) göre sosyal girişimciler örgütlerinde en fazla yenilikçiliğe değer vermektedir (Güler, 2008:244). Kırılmaz'ın (2012) çalışmasında yenilikçi olma boyutu ile sosyal girişimciliğin boyutları arasında anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki olduğu bulunmuştur (Kırılmaz, 2012:268-269). Ekmekçioğlu'na (2025) göre yenilikçi ve yaratıcı düşünce başarı faktörleri arasında yer almaktadır (Ekmekçioğlu, 2025:77). Sosyal girişimcilerin yüksek düzeyde kişisel yaratıcılık ve yenilikçilik eğilimine sahip oldukları da görülmektedir (Polat, 2020; Sarı, 2022; Genç, 2023).

Fırsatları görebilme, gelecekteki durumun şimdikinden daha farklı olacağına dair isteği, bu gelecek durumun başarılabilmesinin mümkün olacağına dair inancı ve fırsatları tanıyabilmeyi ifade etmektedir (Güler, 2008; Şeker 2012; Canbal, 2016). Güler'e (2008) göre sosyal girişimciliğin çıkış noktası olarak değerlendirilebilecek girişimcilikte fırsatları görebilme unsuru önemli olmaktadır (Güler, 2008:254). Sosyal girişimcilerin fırsatları görme konusunda yetenekli olduğu ve fırsatları görebilme özelliğine sahip oldukları görülmektedir (Şeker, 2012; Canbal, 2016).

Liderlik belirli bir grup insanı belirli amaçlar etrafında toplayabilmeyi, bu amaçları gerçekleştirebilmek için onları harekete geçirmeyi, tüm bu işler için gerekli nitelik, yetenek ve tecrübeye sahip olmayı ifade etmektedir (Kırılmaz, 2012; Şeker, 2012; Canbal, 2016; Güney ve Ören, 2021). Liderlik kriteri de sosyal girişimcilik çalışmalarında bilişsel özellikler kapsamında incelenmektedir (Güler, 2008:198). Kırılmaz'ın (2012) çalışmasında dönüştürücü liderin özellikleri ile sosyal girişimcilik boyutları arasında anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki bulunmuştur (Kırılmaz, 2012:241-264). Sosyal girişimci davranışlarına etki eden bilişsel özellik-

ler arasında liderlik özelliği bulunmakta ve sosyal girişimcilerin liderlik özelliğine sahip oldukları da görülmektedir (Canbal, 2016; Güney ve Ören, 2021; Genç, 2023).

2.4. Değerler

Değerler, bir kişinin neyin doğru, neyin yanlış ve neyin arzu edilen olduğu yönündeki kökleşmiş yargılarını temsil etmekte ve kişiden kişiye değişebilmektedir. Bu çalışmada değerler ana kriteri altında (1) etik değerlere sahip olmak, (2) sosyal sorumluluk, (3) özgecilik, (4) kültürel değerler alt kriterleri bulunmaktadır.

Etik, doğru davranışlarda bulunmayı, insani değerler hakkında düşünmeyi ve bireyin davranışlarına temel olan ahlak ilkelerin tümünü kapsamaktadır (Güler, 2008; Şeker, 2012; Gül, 2019). Etik değerlere sahip olan bireylerde topluma karşı sorumluluk artmakta, muhtaçlara yardım etme eğilimi desteklenmekte ve böylece sosyal girişimci davranış daha çok gözlenebilmektedir (Güler, 2008:246-247). Sosyal girişimciler sosyal fayda anlayışı ile hareket ettiklerinden dolayı dürüst, ahlaklı ve etik değerlerle faaliyetler gerçekleştiren bireyler olarak ifade edilmektedir (Gül, 2019:66). Işık ve Aydın'ın (2017) çalışmalarında kişisel değerlerin sosyal girişimcilik eğilimi üzerinde pozitif ve anlamlı yönde etkili olduğu, dürüstlüğe yönelik tutumların sosyal girişimcilik eğilimlerini etkileyen en önemli değerler arasında olduğu belirtilmektedir (Işık ve Aydın, 2017:147).

Sosyal sorumluluk, bireylerin veya kuruluşların kendi çıkarları kadar toplumun genel çıkarı ve yararı adına hareket etmesini ifade etmektedir. Sosyal sorumluluk kavramı da sosyal girişimcilik çalışmalarında sıklıkla kullanılmaktadır. Sosyal girişimcilerin sosyal sorumluluk bilincine sahip oldukları, kişisel kazançtan çok toplumsal çıkarı gözettileri, sosyal sorunlar için yeni teknik ve yöntemler geliştirerek çözümler buldukları belirtilmektedir (Güler, 2008; Şeker, 2012 Canbal, 2016; Güney ve Ören, 2021; Genç, 2023). Ayrıca sosyal sorumluluk, sosyal girişimcilerin başarısını etkileyen bir unsur olmaktadır (Güler, 2008).

Özgecilik, başkalarının yararını da kendi yararı kadar gözetmeyi ve kişisel çıkar gözetmeksizin diğer insanlara yararlı olmayı ifade etmektedir. Özgecilik kriteri de sosyal girişimcilik çalışmalarında incelenen kriterlerden biridir (Güler, 2008; Canbal, 2016; Işık ve Aydın, 2017; Yeşilkaya ve Yıldız, 2018; İbrahimov, 2023). Canbal'ın (2016) çalışmasındaki sosyal girişimci profilinde daha önce gönüllü faaliyetlerde çalışan sosyal girişimcilerin maneviyatçılık ve özgecilik özelliklerine sahip

oldukları görülmektedir (Canbal, 2016:74). Yeşilkaya ve Yıldız'ın (2018) çalışmalarında katılımcıların özgeci davranış düzeyleri, sahip oldukları sosyal inovasyon eğilimlerini olumlu yönde, son derece güçlü ve anlamlı düzeyde etkilediği bulunmuştur (Yeşilkaya ve Yıldız, 2018:92). Genç'in (2023) çalışmasındaki bulgularda sosyal girişimcilerin yardımsever oldukları ve başkalarını düşündükleri sonucuna ulaşılmıştır (Genç, 2023:270). İbrahimov'un (2023) çalışmasında bireylerin özgeci davranışları ile sosyal girişimcilik yönelimleri arasında anlamlı bir ilişki olduğu ortaya çıkmıştır (İbrahimov, 2023:71).

Kültürel değerler, belirli bir gruba veya topluma özgü olan değerler sistemi olarak tanımlanmakta, yardımlaşma, başarı, gücün paylaşımı, inisiyatif kullanma ve risk alma gibi yaklaşımlar kültürel değerlere örnek olarak verilmektedir (Hofstede, 1994; Güler, 2008; Durak, 2016; Yiğit, 2020). Hofstede'e (1994) göre ulusal kültür farklılıkları (1) güç mesafesi, (2) bireycilik ve toplulukçuluk, (3) erkeklik ve kadınlık, (4) belirsizlikten kaçınma, (5) uzun vadeli ve kısa vadeli yönelim olmak üzere beş boyuta ayrılmaktadır (Hofstede, 1994:2-5). Güler'e (2008) göre İnsani Gelişmişlik Endeksi (İGE) düşük ve orta düzeyde bulunan ülkelerde daha fazla sosyal girişimcilik davranışı sergilemektedir. Durak'a (2016) göre sosyal girişimcilik faaliyetleri sosyal değer yaratmaya yönelik faaliyetlerdir ve çeşitli açılardan Ahilik Teşkilatı ile benzerlik göstermektedir (Durak, 2016:102). Yiğit'e (2020) göre ise sosyal girişimcilik faaliyetleri ülkelerin kültürel özellikleri ile farklılaşmamaktadır (Yiğit, 2020:654).

2.5. Motivasyonel Özellikler

Motivasyon, kişilerin belirli bir amacı gerçekleştirmek üzere kendi arzu ve istekleri ile davranmaları ve çaba göstermeleri olarak tanımlanmaktadır (Koçel, 2020:637). Bireylerin motivasyonel özellikleri sayesinde, kişi işten, iş kişiden etkilenmektedir. Motivasyonel özellikler ana kriteri altında bu çalışmada (1) ilişki kurma ihtiyacı, (2) güç kazanma ihtiyacı, (3) başarma ihtiyacı, (4) özerklik ihtiyacı alt kriterleri bulunmaktadır.

İlişki kurma ihtiyacı, kişinin başkaları ile ilişki kurmasını, bu kişilerle sosyal ilişkiler geliştirmesini veya kendini ait hissedebileceği bir gruba girmesini ifade etmektedir (McClelland ve Burnham, 1976; Boluk ve Mottiar, 2014; Ghalwash vd., 2017; Jafarova, 2020; Yee vd., 2022). Boluk ve Mottiar'ın (2014) çalışmalarında katılımcıların motivasyonları arasında tanınma/kabul görme ve bir ağa girme fak-

törünün olduğu, bir grubun parçası olmanın pazarlama ve ağ oluşturma fırsatları açısından sosyal girişimcilerin işlerini geliştirdiği belirtilmektedir (Boluk ve Mottiar, 2014:60). Ghalwash ve diğerlerine (2017) göre de bir sosyal ağa girmek motive edici faktör olmaktadır. Ayrıca sosyal girişimcilerin arkadaşlarından, kişisel ağlarından, meslektaşlarından ve iş arkadaşlarından cesaret, destek ve güç aldıkları ifade edilmektedir (Ghalwash vd., 2017:287). Genç'in (2023) çalışmasında kadın sosyal girişimcilerin güçlü sosyal ağlar kurdukları, diğer kadınlara güven duydukları ve iş birliği içinde oldukları rapor edilmektedir (Genç, 2023:269-270).

Güç kazanma ihtiyacı, diktatörce bir davranışı değil, etki yaratma, güçlü ve etkili olma arzusunu ifade etmektedir (McClelland ve Burnham, 1976:120). Güler'e (2008) göre sosyal girişimcilerin bireysel statü ve güç kazanma ihtiyacından ziyade içinde bulunduğu topluma faydalı olmak isteği bulunmaktadır. Canbal'a (2016) göre sosyal girişimcilerin çalışmaları ardındaki motivasyonlarında topluma katkı sağlamak bulunmaktadır. Yee ve diğerlerinin (2022) çalışmalarında da sosyal girişimcilerin bireysel güç kazanmak için değil, günlük operasyonları ve kaynakları yönetmek, kararları almak, hedeflere ulaşmak ve kendi girişimlerinde liderlik etmek için güçlü olma eğiliminde oldukları görülmektedir (Yee vd., 2022:44).

Başarma ihtiyacı, güçlü bir başarı ihtiyacı olan kişiler tarafından tercih edilen ve başarı elde etme eğiliminde olan kişilerin belirli durumları ve özellikleri olarak ifade edilmektedir (McClelland, 2005:48). Güler'in (2008) çalışmasında topluma katkıda bulunma motivasyonuna sahip olan sosyal girişimcilerin kendilerini daha fazla başarılı bulduğu, kişisel başarı ihtiyacına sahip olsalar bile topluma faydalı olabilmeyi bir başarı kriteri olarak gördükleri belirtilmektedir (Güler, 2008:244-245). Kırılmaz'a (2012) göre başarma ihtiyacı yüksek olan sosyal girişimci liderler organizasyonlarına kaynak sağlayarak organizasyonun varlığını sürdürmek istemektedirler. Germak ve Robinson'un (2014) çalışmalarında, başarı ihtiyacının ve başarı odaklılığının sosyal girişimcilerde motive edici faktör olduğu rapor edilmektedir (Germak ve Robinson, 2014:16). Genç'in (2023) çalışmasındaki bulgularda da sosyal girişimcilerin başarı odaklı oldukları görülmektedir (Genç, 2023:270).

Özerklik ihtiyacı bireyin kendisi ile ilgili olaylarda kontrol sahibi olmayı istemesi, kendi hayatını kendisinin yönetmesi ve kendi hayatına kendi kurallarını koyabilmesi gibi anlamlara gelmektedir (Deci ve Ryan, 2008; Güler, 2008; To vd., 2020; Duncan-Horner vd., 2022). Deci ve Ryan'a (2008) göre özerklik ihtiyacı yalnızca bireyciliğe değer veren kültürlerde değil aynı zamanda toplulukçuluğa

değer veren kültürlerde de önemli olmaktadır. To ve diğerlerine (2020) göre sosyal girişimcilikte özyeterlik motivasyonu (1) girişimci özerklik, (2) deneyim-bilgi ustalığı, (3) sosyal iddialılık değişkenleri ile etkileşim içinde olmaktadır (To vd., 2020:214-218). Duncan-Horner ve diğerlerinin (2022) çalışmalarında, sosyal girişimcilerin sosyal girişimcilik faaliyetlerini başlatma ve sürdürme motivasyonları arasında (1) yeterlik, (2) özerklik, (3) özyeterlik/fizibilite boyutlarının olduğu görülmektedir (Duncan-Horner vd., 2022:384).

2.6. Sosyal Girişimcilik Davranış Öncülleri

Sosyal girişimcilik davranış öncülleri, sosyal girişimcilik niyetinin belirleyicileri olarak tanımlanmaktadır. Sosyal girişimcilik davranış öncülleri ana kriteri altında bu çalışmada (1) empati, (2) toplumsal ahlaki yükümlülük, (3) sosyal girişimcilik özyeterliği, (4) algılanan sosyal destek alt kriterleri bulunmaktadır. Literatürde bu alt kriterlerin Mair ve Noboa'nın (2003) çalışmalarındaki sosyal girişimcilik niyetleri modeline dayandığı görülmektedir.

Mair ve Noboa'ya (2003) göre empati, başkalarının duygularını veya hislerini entelektüel olarak tanıma ve duygusal olarak paylaşma yeteneğidir. Hockerts'ın (2017) çalışmasında empatinin sosyal girişimcilik niyetleriyle olumlu ilişkili olduğu ve önceki deneyimler ile sosyal girişimcilik niyeti arasındaki bağlantının empati aracılığıyla sağlandığı belirtilmektedir (Hockerts, 2017:29-32). Empatinin sosyal girişimcileri motive ettiği, empati duygusunun sosyal girişimcileri diğer girişimcilerden ayıran bir özellik olduğu ve sosyal girişimcilerin yüksek düzeyde empatiye sahip oldukları da görülmektedir (Işık ve Aydın, 2017; Akar, 2020; Genç, 2023; Şen, 2023).

Ahlaki yükümlülük, Mair ve Noboa'ya (2003) göre sosyal girişimcileri geleneksel girişimcilerden ayırmada ilgili bir parametredir ve sosyal girişimcilik niyetinin bilişsel öncülüdür (Mair ve Noboa, 2003:6-7). Hockerts'a (2017) göre ahlaki yükümlülük, toplumsal normların dezavantajlı insanlara yardım etme konusundaki algısıdır ve sosyal girişimcilik niyetleriyle olumlu bir şekilde ilişkilidir (Hockerts, 2017:8). İbrahimov'un (2023) çalışmasında özgeci davranış ile toplumsal ahlaki yükümlülük boyutunun korelasyonunun en yüksek olduğu belirtilmektedir (İbrahimov, 2023:62).

Sosyal girişimcilik davranış öncüllerinden biri olan sosyal girişimcilik özyeterliliği, bireyin sosyal bir girişimci olmak için gerekli olan rol ve görevleri yerine

getirme becerisine olan inancını ifade etmektedir (Mair ve Noboa, 2003; Hockerts, 2017; Akar, 2020; Iqbal vd., 2023). Çalkın'a (2021) göre bireyin yüksek özyeterliğe sahip olması, sosyal girişimciliği algılamasını ve gerçekleştirmesini sağlamaktadır. Hossain'in (2021) çalışmasında öz yeterliliğin sosyal girişimcilik niyeti üzerinde olumlu bir etkiye sahip olduğu görülmektedir (Hossain, 2021:393). Obi-Anike ve diğerleri (2022) ile Iqbal ve diğerlerinin (2023) çalışmalarında da özyeterliliğin sosyal girişimcilik niyeti ile anlamlı ve güçlü bir pozitif ilişkiye sahip olduğu belirtilmektedir.

Algılanan sosyal destek, sosyal girişimcilerin sosyal girişime başlarken aile ve arkadaşları olmak üzere diğer kişi ve kurumlardan alabilecekleri desteği, tavsiyeleri ve bilgileri ifade etmektedir (Mair ve Noboa, 2003; Çiftçi, 2017; Hockerts, 2017; Akar, 2020). Çiftçi'ye (2017) göre sosyal girişimcilerin ihtiyacı olan sosyal destek, sosyal girişimcilerin sahip olduğu sosyal sermaye tarafından oluşmakta, güven ve dayanışma ile ilişkili olmaktadır. Osanmaz'ın (2020) çalışmasında aileden ve arkadaştan sağlanan sosyal desteğin sosyal girişimcilik eğilimini pozitif ve anlamlı olarak etkilediği bulunmuştur (Osanmaz, 2020:46). Obi-Anike ve diğerlerinin (2022) çalışmasında sosyal desteğin sosyal girişimcilik niyeti üzerinde pozitif etkisi olduğu, özellikle kurumsal çerçevelerin yetersiz olduğu ortamlarda, sosyal desteğin yeni girişimcilere kaynaklar sağladığı belirtilmektedir (Obi-Anike vd., 2022:16).

3. Yöntem

Bu çalışmada ilk olarak literatür taramaları yapılmış, sosyal girişimcilikte başarı için en sık kullanılan bireysel faktörler belirlenmiştir. Bu faktörler Şekil 1'deki araştırma modelinde yer almaktadır. Ardından sosyal girişimcilikte başarı için bireysel faktörlerin öncelik ve önem derecelerinin belirlenebilmesi için AHP yöntemi kullanılmıştır.

3.1. Araştırma Modeli

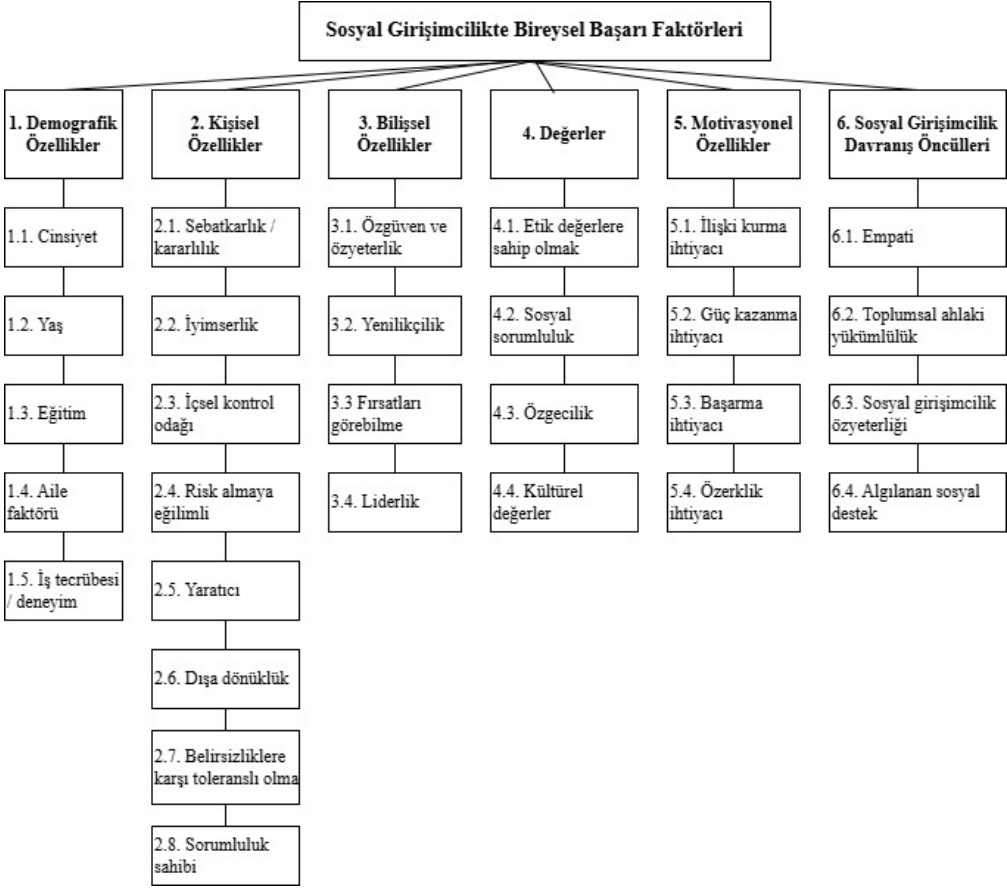
AHP, Thomas L. Saaty tarafından geliştirilen, çok kriterli karar problemlerinin modellenmesi ve çözümlenmesinde kullanılan, grup veya bireyin tercihlerini, bilgilerini, deneyimlerini, sezgilerini, düşüncelerini ve yargılarını karar vermeye dâhil edebilen bir karar verme tekniği olarak tanımlanmaktadır (Saaty, 2004; Saaty, 2016; Özdemir, 2019). 1970'lerin sonlarında geliştirilmiş bu tekniğin avantajları

arasında kullanım kolaylığı, sayısal olarak doğrudan ifade edilemeyen sübjektif yargıların analize dâhil edilmesi ve farklı alanda ortaya çıkan çok kriterli karar problemlerine uygulanabilmesi gibi özellikleri bulunmaktadır. AHP yöntemi, ele alınan karar problemini hiyerarşik bir yapıya dönüştürür ve ikili karşılaştırmalara dayanır. İkili karşılaştırmalarda bulunan kişilerin alanında uzman, eğitim almış veya tecrübeye sahip olması doğru sonuçların elde edilmesi açısından önemli olmaktadır.



Şekil 1. Araştırma Modeli

AHP uygulama adımları kapsamında bu çalışmada araştırma modeline göre ana kriterler ve alt kriterler belirlenmiş ve AHP hiyerarşik yapısı oluşturulmuştur. Ardından ana kriterleri ve alt kriterleri içeren ikili karşılaştırma matrisleri hazırlanmıştır. Oluşturulan AHP hiyerarşik yapısı ise Şekil 2’de gösterilmektedir.



Şekil 2. Sosyal Girişimcilikte Bireysel Başarı Faktörleri AHP Hiyerarşik Yapısı

3.2. Veri Toplama Aracı

Veri toplama aracı olarak Yapılandırılmış AHP Formu kullanılmıştır. AHP Formunda ana kriterler ve alt kriterler için ikili karşılaştırmalar bulunmaktadır. Karşılaştırmalarda 1-9 temel ölçeği kullanılarak kriterlere puan verilmekte ve sayısallaştırılmaktadır (Saaty, 2004:6). Temel ölçek, veri toplama aracı olan Yapılandırılmış AHP Formunda bulunmaktadır. Uzmanlar, ölçekteki sayısal değerlere göre ikili karşılaştırmalardaki kriterlere puan vermişlerdir.

3.3. Katılımcılar

Araştırmanın örnekleme, tesadüfi olmayan örnekleme tekniklerinden olan amaçlı (yargısal-kasıtlı) örneklemdir. Araştırmanın evreninden örneklem seçimi ilk olarak araştırmacıların belirlediği kriterlere göre olmuştur. Bu kriterlere göre; (1) uzmanların en az iki yıldır bir sosyal girişimin kurucusu/yöneticisi olarak ya da bir sosyal girişimci olarak en az iki yıldır faaliyet gösteriyor olması, (2) uzmanların ödül alması gerekmektedir. Ardından bu kriterleri sağlayan uzmanlar için kartopu örnekleme kullanılmıştır. Uzmanlara ait bilgiler Tablo 1’de bulunmaktadır.

Tablo 1. Uzmanlar Hakkında Bilgiler

Rumuz	Cinsiyet	Uzmanlar Hakkında Bilgiler
Uzman 1	Erkek	Marka yönetimi, sosyal sorumluluk projeleri ve sosyal girişimcilik alanlarında 15 yıllık deneyime sahiptir. İstanbul merkezli bir sosyal girişimin kurucusudur. Uluslararası Sosyal Girişimcilik Çalıştayı Ödülü bulunmaktadır.
Uzman 2	Erkek	Deneyim tasarımcısı olarak 17 yıllık deneyime sahiptir. İstanbul merkezli bir sosyal girişimin kurucusudur. Sabancı Fark Yaratanlar Ödülü bulunmaktadır.
Uzman 3	Kadın	Ziraat mühendisi ve Doktora Öğretim Üyesidir. 30 yıllık deneyime sahiptir. Kooperatif başkanı olarak Muğla merkezli bir sosyal girişimin kurucusudur. Datça Altın Badem Ödülü bulunmaktadır.
Uzman 4	Kadın	Sürdürülebilir kalkınma, kadını güçlendirme, proje yönetimi ve sosyal girişimcilik alanlarında uzmandır. 24 yıllık deneyime sahiptir. Kooperatif başkanı olarak Ankara ve Hatay merkezli bir sosyal girişimin kurucusudur. Halk Bankası Üreten Kadınlar Yarışması Ödülü bulunmaktadır.
Uzman 5	Erkek	Gökbilimci, uzman astronom ve sosyal girişimci olarak 6 yıllık deneyime sahiptir. Adana merkezli bir sosyal girişimin kurucusudur. Sabancı Fark Yaratanlar Ödülü bulunmaktadır.
Uzman 6	Erkek	Yazılım, proje yönetimi ve sosyal girişimcilik alanlarında uzmandır. Bilgisayar mühendisi olarak 6 yıllık deneyime sahiptir. İzmir ve ABD merkezli bir sosyal girişimin kurucusudur. Bilgi Genç Sosyal Girişimci Ödülü ve İbrahim Bodur Sosyal Girişimcilik Ödülü bulunmaktadır.

Uzman 7	Kadın	Sosyal girişimcilik ve STK çalışmaları alanlarında 15 yıllık deneyime sahiptir. Elektik mühendisidir ve Bursa merkezli bir sosyal girişimin kurucusudur. Sosyal Girişimcilikte İlk 100 Kadın Ödülü (Euclid Network Top 100 Women in Social Enterprise Award) bulunmaktadır.
Uzman 8	Kadın	Ziraat mühendisi ve Doktora Öğretim Görevlisidir. 30 yıllık deneyime sahiptir. Böcek bilimi, organik tarım ve sosyal girişimcilik alanlarında uzmandır. Kayseri merkezli bir sosyal girişimin kurucusu ve yöneticisidir. Yves Rocher Vakfı Toprağın Kadınları Ödülü ve Sabancı Fark Yaratanlar Ödülü bulunmaktadır.
Uzman 9	Kadın	Pazarlama, kurumsal iletişim, ajans yönetimi, gıda imalatçısı, gıda üreticisi ve sosyal girişimcilik alanlarında uzmandır. Trabzon merkezli bir sosyal girişimin kurucusu olarak 3 yıllık deneyime sahiptir. Türkiye'nin Yöresinde Sürdürülebilir Fark Yaratan Kadın Girişimcisi Ödülü bulunmaktadır.

3.4. Verilerin Toplaması ve Analizi

Veriler Yapılandırılmış AHP Formu kullanılarak dokuz uzmanla yüz yüze ve çevrimiçi görüşme tekniği kullanılarak toplanmıştır. Demografik özellikler, kişisel özellikler, bilişsel özellikler, değerler, motivasyonel özellikler ve sosyal girişimcilik davranış öncülleri hakkında her bir uzmandan toplanan veriler, yine her bir uzman için ayrı ayrı olacak şekilde ikili karşılaştırma matrislerine yerleştirilmiştir. Bunun için Excel programından yararlanılmıştır. Matrislere yerleştirilen kriterler için tüm uzmanların görüşlerinin olduğu ortalama matrisleri oluşturulmuş ve geometrik ortalaması alınmıştır. Ortalama matrislerin, her bir sütunun değeri toplam sütun değerine bölünerek normalleştirme işlemi yapılmıştır. Ardından satırlarda yer alan değerler toplanıp satır sayısına bölünerek öncelikler vektörü/öz vektör kapsamında kriterlerin önem ağırlıkları belirlenmiştir. Öncelikler vektörü formülasyonu şu şekildedir (Timor, 2010):

$$b_{ij} = \frac{a_{ij}}{\sum_{i=1}^n a_{ij}} \quad (1)$$

$$w_{ij} = \frac{\sum_{i=1}^n b_{ij}}{n} \quad (2)$$

Daha sonra uyum oranının hesaplanması gerekmektedir. Bu oranın hesaplanması için aşağıdaki formül kullanılmıştır (Timor, 2010):

$$CR = CI / RI \quad (3)$$

CI: Uyum İndeksi

$$CI: (\lambda_{maks} - n) / (n - 1) \quad (4)$$

(λ_{maks} değeri; öncelikler matrisinde yer alan değerlerin, öncelikler vektöründe yer alan elemanlara bölünmesiyle elde edilen matrisin ortalamasının alınmasıyla bulunur.)

RI: Rastgele Değer İndeksini ifade etmektedir ve Tablo 2'den uygun değerler seçilerek işlemlerde kullanılmıştır.

Tablo 2. Rassal Tutarlılık İndeksi Tablosu

n	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
RI	0	0	0,52	0,89	1,11	1,25	1,35	1,40	1,45	1,49

Kaynak: Saaty, 2004:23

Kriterlerin önem ağırlıklarının tutarlı olup olmadığını kontrol etmek için tutarlılık oranı hesaplanmıştır (Tutarlılık Oranı = CI ÷ RI). Tutarlılık oranı 0,10'dan küçük ise sonucun tutarlı olduğu kabul edilmektedir. Araştırmada ana kriterlerin tutarlılık oranı 0,05; demografik özelliklerin tutarlılık oranı 0,06; kişisel özelliklerin tutarlılık oranı 0,05; bilişsel özelliklerin tutarlılık oranı 0,02; değerlerin tutarlılık oranı 0,09; motivasyonel özelliklerin tutarlılık oranı 0,02; sosyal girişimcilik davranış öncüllerinin tutarlılık oranı 0,04 olarak bulunmuştur. Böylece kriterlerin önem ağırlıklarının tutarlı olduğu görülmüştür.

4. Bulgular

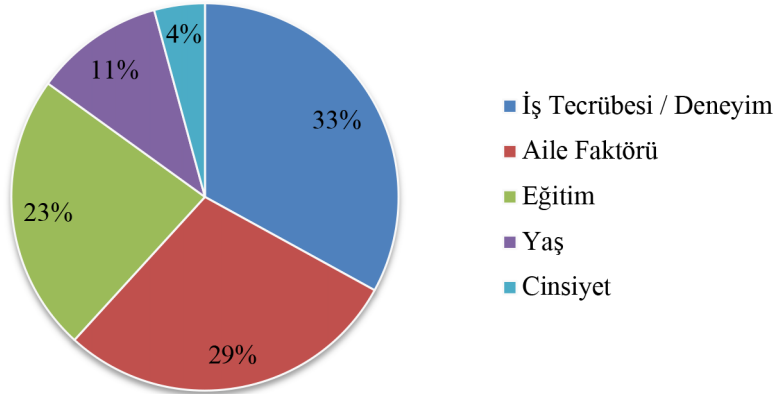
Ana kriterlerin ağırlıkları büyükten küçüğe sıralandığında en önemli ana kriter 0,23 kriter ağırlığı ile değerler olmuştur. İkinci önemli ana kriter 0,19 kriter ağırlığıyla kişisel özellikler, üçüncü önemli ana kriter 0,15 kriter ağırlığıyla sosyal girişimcilik davranış öncülleri, dördüncü önemli ana kriter 0,12 kriter ağırlığıyla motivasyonel özellikler, beşinci önemli ana kriter 0,11 kriter ağırlığıyla bilişsel özellikler olmuştur. Demografik özellikler ise 0,05 kriter ağırlığı ile son sırada yer almıştır.

Demografik özelliklerin kriter ağırlıkları büyükten küçüğe sıralandığında en önemli alt kriter iş tecrübesi/deneyim kriteri olmuştur. İkinci önemli alt kriter aile faktörü, üçüncü önemli alt kriter eğitim, dördüncü önemli alt kriter ise yaştır. Cinsiyet alt kriteri de son sırada yer almıştır. Demografik özelliklerin kriter ağırlıkları ve önem sıralaması Tablo 3'te bulunmakta ve grafik olarak Şekil 3'te gösterilmektedir.

Tablo 3. Demografik Özelliklerin Kriter Ağırlıkları ve Önem Sıralaması

Demografik Özellikler	Kriter Ağırlıkları	Önem Sıralaması
İş Tecrübesi / Deneyim	0.33	1
Aile Faktörü	0.29	2
Eğitim	0.23	3
Yaş	0.11	4
Cinsiyet	0.04	5

Demografik Özellikler



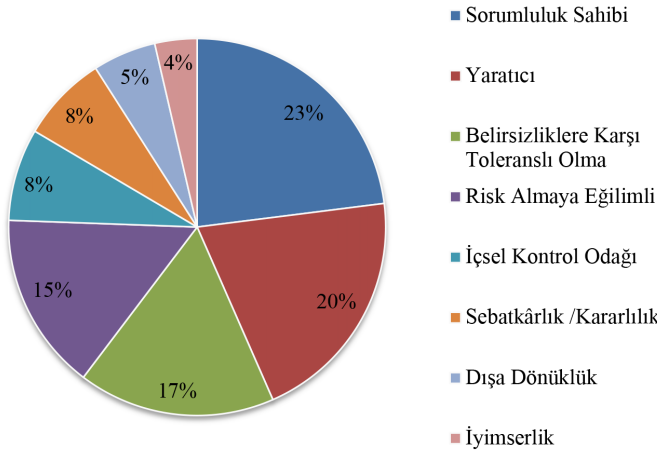
Şekil 3. Demografik Özelliklerin Önem Değerleri Grafiği

Kişisel özelliklerin kriter ağırlıkları büyükten küçüğe sıralandığında en önemli alt kriter sorumluluk sahibi kriteri olmuştur. İkinci önemli alt kriter yaratıcı, üçüncü önemli alt kriter belirsizliklere karşı toleranslı olma kriteri olmuştur. Ardından sırayla risk almaya eğilimli, içsel kontrol odağı, sebatkârlık/kararlılık ve dışa dönüklük kriterleri gelmektedir. İyimserlik alt kriteri ise son sırada yer almıştır. Kişisel özelliklerin kriter ağırlıkları ve önem sıralaması Tablo 4'te bulunmakta ve grafik olarak Şekil 4'te gösterilmektedir.

Tablo 4. Kişisel Özelliklerin Kriter Ağırlıkları ve Önem Sıralaması

Kişisel Özellikler	Kriter Ağırlıkları	Önem Sıralaması
Sorumluluk Sahibi	0.23	1
Yaratıcı	0.20	2
Belirsizliklere Karşı Toleranslı Olma	0.17	3
Risk Almaya Eğilimli	0.15	4
İçsel Kontrol Odağı	0.08	5
Sebatkârlık /Kararlılık	0.07	6
Dışa Dönüklük	0.05	7
İyimserlik	0.04	8

Kişisel Özellikler



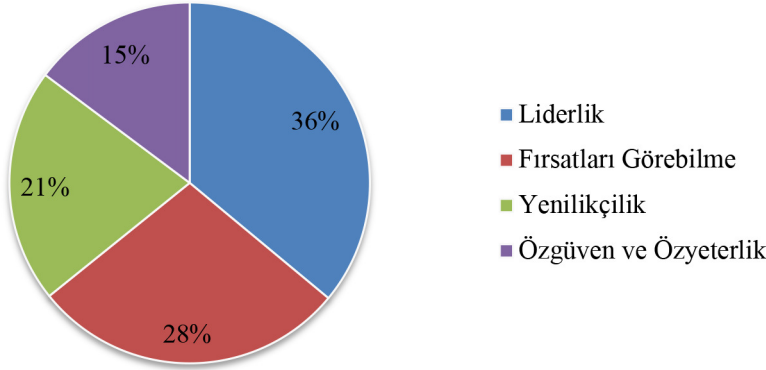
Şekil 4. Kişisel Özelliklerin Önem Değerleri Grafiği

Bilişsel özelliklerin kriter ağırlıkları büyükten küçüğe sıralandığında en önemli alt kriter liderlik olmuştur. İkinci önemli alt kriter fırsatları görebilme, üçüncü önemli alt kriter yenilikçilik olmuştur. Özgüven ve özyeterlik alt kriteri ise son sırada yer almıştır. Bilişsel özelliklerin kriter ağırlıkları ve önem sıralaması Tablo 5'te bulunmakta ve grafik olarak Şekil 5'te gösterilmektedir.

Tablo 5. Bilişsel Özelliklerin Kriter Ağırlıkları ve Önem Sıralaması

Bilişsel Özellikler	Kriter Ağırlıkları	Önem Sıralaması
Liderlik	0.36	1
Fırsatları Görebilme	0.28	2
Yenilikçilik	0.21	3
Özgüven ve Özyeterlik	0.15	4

Bilişsel Özellikler



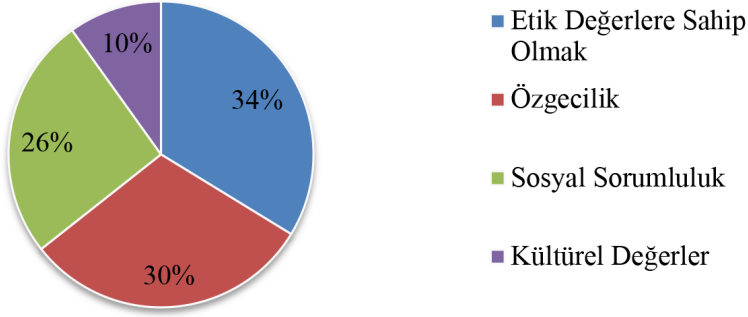
Şekil 5. Bilişsel Özelliklerin Önem Değerleri Grafiği

Değerlere bağlı kriterlerin ağırlıkları büyükten küçüğe sıralandığında en önemli kriter etik değerlere sahip olmak alt kriteri olmuştur. İkinci önemli alt kriter özgecilik, üçüncü önemli alt kriter sosyal sorumluluk olmuştur. Kültürel değerler alt kriteri ise son sırada yer almıştır. Değerlerin kriter ağırlıkları ve önem sıralaması Tablo 6'da bulunmakta ve grafik olarak Şekil 6'da gösterilmektedir.

Tablo 6. Değerlerin Kriter Ağırlıkları ve Önem Sıralaması

Değerler	Kriter Ağırlıkları	Önem Sıralaması
Etik Değerlere Sahip Olmak	0.34	1
Özgeçilicilik	0.30	2
Sosyal Sorumluluk	0.26	3
Kültürel Değerler	0.10	4

Değerler



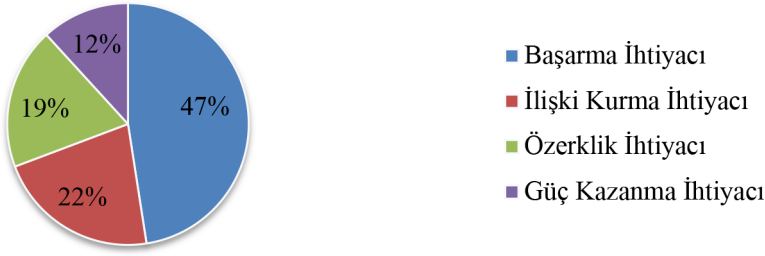
şekil 6. Değerlerin Önem Değerleri Grafiği

Motivasyonel özelliklerin kriter ağırlıkları büyükten küçüğe sıralandığında en önemli alt kriter başarma ihtiyacı olmuştur. İkinci önemli alt kriter ilişki kurma ihtiyacı, üçüncü önemli alt kriter özerklik ihtiyacı olmuştur. Güç kazanma ihtiyacı alt kriteri ise son sırada yer almıştır. Başarma ihtiyacının kriter ağırlığı ile diğer kriterlerin ağırlıkları arasında yüksek fark olması da dikkat çekmiştir. Motivasyonel özelliklerin kriter ağırlıkları ve önem sıralaması Tablo 7'de bulunmakta ve grafik olarak şekil 7'de gösterilmektedir.

Tablo 7. Motivasyonel Özelliklerin Kriter Ağırlıkları ve Önem Sıralaması

Motivasyonel Özellikler	Kriter Ağırlıkları	Önem Sıralaması
Başarma İhtiyacı	0.47	1
İlişki Kurma İhtiyacı	0.22	2
Özerklik İhtiyacı	0.19	3
Güç Kazanma İhtiyacı	0.12	4

Motivasyonel Özellikler



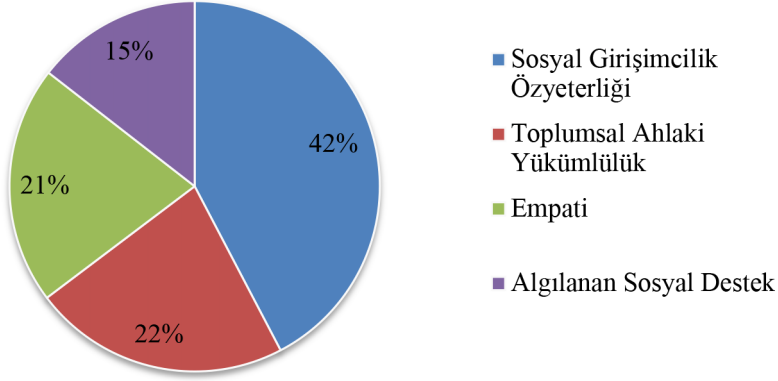
Şekil 7. Motivasyonel Özelliklerin Önem Değerleri Grafiği

Sosyal girişimcilik davranış öncüllerinin kriter ağırlıkları büyükten küçüğe sıralandığında en önemli alt kriter sosyal girişimcilik özyeterliliği olmuştur. İkinci önemli alt kriter toplumsal ahlaki yükümlülük, üçüncü önemli alt kriter empati olmuştur. Algılanan sosyal destek alt kriteri ise son sırada yer almıştır. Sosyal girişimcilik özyeterliliği kriter ağırlığının diğer kriterlere göre yüksek farkla ilk sırada olması yine dikkat çekmiştir. Sosyal girişimcilik davranış öncüllerinin kriter ağırlıkları ve önem sıralaması Tablo 8’de bulunmakta ve grafik olarak Şekil 8’de gösterilmektedir.

Tablo 8. Sosyal Girişimcilik Davranış Öncüllerinin Kriter Ağırlıkları ve Önem Sıralaması

Sosyal Girişimcilik Davranış Öncülleri	Kriter Ağırlıkları	Önem Sıralaması
Sosyal Girişimcilik Özyeterliği	0.42	1
Toplumsal Ahlaki Yükümlülük	0.22	2
Empati	0.21	3
Algılanan Sosyal Destek	0.15	4

Sosyal Girişimcilik Davranış Öncülleri



Şekil 8. Sosyal Girişimcilik Davranış Öncüllerinin Önem Değerleri Grafiği

Elde edilen tüm bulgulara göre sosyal girişimcilikte başarı için bireysel faktörler, önem sıralamasına göre en yüksek önemden en düşük öneme doğru sıralanarak Şekil 9’da gösterilmektedir.

Sosyal Girişimcilikte Bireysel Başarı Faktörlerinin Önem Sıralaması

Demografik Özellikler <ol style="list-style-type: none"> 1. İş tecrübesi / deneyim 2. Aile faktörü 3. Eğitim 4. Yaş 5. Cinsiyet 	Bilişsel Özellikler <ol style="list-style-type: none"> 1. Liderlik 2. Fırsatları görebilme 3. Yenilikçilik 4. Özgüven ve özyeterlik 	Motivasyonel Özellikler <ol style="list-style-type: none"> 1. Başarma ihtiyacı 2. İlişki kurma ihtiyacı 3. Özerklik ihtiyacı 4. Güç kazanma ihtiyacı
Kişisel Özellikler <ol style="list-style-type: none"> 1. Sorumluluk sahibi 2. Yaratıcı 3. Belirsizliklere karşı toleranslı olma 4. Risk almaya eğilimli 5. İçsel kontrol odağı 6. Sebatkarlık / kararlılık 7. Dışa dönüklük 8. İyimserlik 	Değerler <ol style="list-style-type: none"> 1. Etik değerlere sahip olmak 2. Özgeçilicilik 3. Sosyal sorumluluk 4. Kültürel değerler 	Sosyal Girişimcilik Davranış Öncülleri <ol style="list-style-type: none"> 1. Sosyal girişimcilik özyeterliği 2. Toplumsal ahlaki yükümlülük 3. Empati 4. Algılanan sosyal destek

Şekil 9. Sosyal Girişimcilikte Bireysel Başarı Faktörlerinin En Yüksek Önemden En Düşük Önemde Göre Sıralanması

5. Tartışma

Çalışmada, başarılı sosyal girişimcilerin sahip olması gereken bireysel faktörler, AHP yöntemiyle öncelik ve önem derecesine göre sıralanmıştır. Bireysel faktörler için altı ana kriter ve bu ana kriterlere bağlı toplam yirmi dokuz alt kriter kullanılmıştır. Ana kriterler arasında demografik özellikler, kişisel özellikler, bilişsel özellikler, değerler, motivasyonel özellikler ve sosyal girişimcilik davranış öncülleri bulunmaktadır. Bu ana kriterler arasında en yüksek puanı alan, değerler olmuştur. Elde edilen bulgu, değerlerin sosyal girişimcilerin başarısını sağlamada kritik öneme sahip olduğunu göstermektedir. Sahip olunan değerlerin topluma karşı sorumluluğu artıracığı, toplumsal dayanışma ve değerlerin sosyal girişimciler için sürdürülebilir çözümler anlamına geldiği Güler'in (2008) çalışmasında da belirtilmiştir. Ayrıca Canbal (2016) sosyal girişimcilerin ahlaki değerlere itibar ederek faaliyetler gerçekleştirdiğini ve başarılı olduklarını bulmuştur. Gül'ün (2019) çalış-

masında sosyal girişimcilerin sosyal fayda anlayışı, sorumluluk duygusu ve etik değerlerle hareket ederek faaliyetler gerçekleştirdiği ifade edilmiştir. Kılınçarslan'ın (2024) çalışmasında sosyal girişimcilerin yardımseverlik, adalet, insan hayatına dokunmak ve eşitlik gibi evrensel değerlere sahip olduğu ve bu değerlerin sosyal girişimi başlatmakta ve sürdürmekte etkili unsurlar olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Güler'in (2008), Canbal'ın (2016), Gül'ün (2019) ve Kılınçarslan'ın (2024) çalışmaları ile bu çalışmada elde edilen bulgu benzerlik göstermektedir.

Başarılı sosyal girişimcilerin özellikleri arasında daha önceki çalışma deneyimlerinin önemli olduğu İnceplik'in (2018) çalışmasında bulunmuştur. British Council, Türkiye (2019) raporunda sosyal bir girişim kurmada veya sosyal bir girişimde çalışmada daha önce deneyimlenen faaliyetlerin ve tecrübelerin önemli faktörler arasında olduğu bulunmuştur. Polat'ın (2020) ve Genç'in (2023) çalışmalarında sosyal girişimciler toplumsal faaliyetlerde deneyim sahibi olduktan sonra faaliyetlerde bulunduğu belirtilmiştir. Kılınçarslan (2024), insanları sosyal girişimci olmaya ve toplumsal fayda odaklı değerlerini geliştirmeye yönelten temel unsurların arasında deneyimlerin olduğunu rapor etmiştir. Ekmekçioğlu (2025), sosyal girişimlerin ortaya çıkışının deneyimlere ve gözlemlere dayandığını belirtmiştir. Bu çalışmada demografik özelliklerdeki en yüksek puanı alan kriter, iş tecrübesi/deneyim kriteri olmuş, İnceplik'in (2018), British Council, Türkiye'nin (2019), Polat'ın (2020), Genç'in (2023), Kılınçarslan'ın (2024) ve Ekmekçioğlu'nun (2025) çalışmaları ile benzerlik göstererek, iş tecrübesi/deneyimin, sosyal girişimcilerin başarısında kritik öneme sahip olduğunu göstermiştir.

Sosyal girişimcilerin sosyal özellikleri arasında sorumluluk sahibi özelliğinin olduğu Kolcu'nun (2018) çalışmasında vurgulanmaktadır. Aynı zamanda Gül (2019) çalışmasında sorumluluk ile sosyal girişimcilik yönelimi arasında anlamlı bir ilişki olduğu bulunmuştur. Genç'in (2023)'in çalışmasında kadın sosyal girişimcilerin sorumluluk duygusuna sahip oldukları tespit edilmiştir. Bu çalışmada da kişisel özelliklerdeki en yüksek puanı alan kriter, sorumluluk sahibi olma kriteri olmuş, Kolcu'nun (2018), Gül'ün (2019) ve Genç'in (2023) çalışmalarındaki bulgular ile benzerlik göstermiştir. Ayrıca elde edilen bulgu, sorumluluk sahibi olmanın sosyal girişimcilerin başarısında kritik öneme sahip olduğunu göstermiştir. Ancak İrengün'ün (2014) çalışmasında sorumluluk özelliği ile sosyal girişimcilik arasında anlamlı bir ilişki bulunmamış ve bu kapsamda elde edilen bulgular farklılık göstermiştir.

Bilişsel özelliklerdeki en yüksek puanı alan kriter, bu çalışmada liderlik kriteri olmuştur. Elde edilen bulgu, sosyal girişimcilerin başarısında liderliğin kritik öneme sahip olduğunu göstermiştir. Güler'in (2008), Canbal'ın (2016) ve Genç'in (2023) çalışmalarında sosyal girişimcilerin liderlik özelliğine sahip oldukları, hatta Kırılmaz'ın (2012) çalışmasında dönüştürücü liderlik özellikleri ile sosyal girişimcilik boyutları arasında anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki olduğu bulunmuştur. Güler'in (2008), Kırılmaz'ın (2012), Canbal'ın (2016) ve Genç'in (2023) çalışmalarında elde edilen bulgular ile bu çalışmada elde edilen bulgu benzerlik göstermiştir.

Işık ve Aydın'ın (2017) çalışmalarında, dürüstlüğe ve etik değerlere yönelik tutumların sosyal girişimcilik eğilimlerini etkileyen en önemli değerler arasında olduğu vurgulanmıştır. Gül'ün (2019) çalışmasında sosyal girişimcilerin etik değerlerle hareket ederek faaliyetler gerçekleştirdiği belirtilmiştir. Güney ve Ören'in (2021) çalışmalarında, sosyal girişimcilerin davranışlarına etki eden özellikleri arasında etik değerlere sahip olma kriteri görülmüştür. Kılınçarslan'ın (2024) çalışmasında sosyal girişimcilerin yasal ve etik değerlere uygun hareket ettikleri belirtilmiştir. Bu çalışmada değerler kapsamında etik değerlere sahip olmak en yüksek puanı alan kriter olmuş, Işık ve Aydın'ın (2017), Gül'ün (2019), Güney ve Ören'in (2021) ve Kılınçarslan'ın (2024) çalışmaları ile benzerlik göstermiştir. Elde edilen bulgu, sosyal girişimcilerin başarısında etik değerlere sahip olmanın kritik önemini vurgulamıştır.

Motivasyonel özelliklerdeki en yüksek puanı alan kriter, bu çalışmada başarıma ihtiyacı olmuştur. Kırılmaz'ın (2012) çalışmasında sosyal girişimcilerin başarıma ihtiyacının oldukça yüksek olduğu, Germak ve Robinson'un (2014) çalışmalarında ise başarı ihtiyacının ve başarı odaklılığın, sosyal girişimcilerde motive edici faktör olduğu görülmüştür. Gül'ün (2019) çalışmasında başarı ihtiyacı ile sosyal girişimcilik yönelimi arasında anlamlı bir ilişki olduğu bulunmuştur. Genç'in (2023) çalışmasında sosyal girişimcilerin başarı odaklı olduğu tespit edilmiştir. Kırılmaz (2012), Germak ve Robinson (2014), Gül (2019) ve Genç (2023) tarafından elde edilen bulgular, bu çalışmada ulaşılan sonuçlarla paralellik göstermektedir. Ayrıca elde edilen bulgular, sosyal girişimcilerin başarısında başarıma ihtiyacının kritik bir rol oynadığını ortaya koymuştur.

Sosyal girişimcilik davranış öncülleri arasında en yüksek puanı alan unsur, sosyal girişimcilik özyeterliliği olmuştur. Bu sonuç, sosyal girişimcilerin başarısında sosyal girişimcilik özyeterliliğinin belirleyici bir öneme sahip olduğunu göstermektedir. Çalkın'ın (2021) çalışmasında, bireylerin yüksek düzeyde özyeterlik sergi-

lemesinin sosyal girişimcilik eğilimlerini olumlu yönde etkilediği ifade edilmiştir. Benzer şekilde Hossain (2021) ile Iqbal ve diğerlerinin (2023) alışmalarında da öz yeterliliğin sosyal girişimcilik niyeti üzerinde olumlu bir etkisi olduğu tespit edilmiştir. Dolayısıyla bu araştırmadan elde edilen bulgular, alkın (2021), Hossain (2021) ve Iqbal ve diğerleri (2023) tarafından rapor edilen sonuçlarla tutarlılık göstermektedir.

6. Sonuç

Bu araştırma, sosyal girişimcilikte başarıyı etkileyebilecek bireysel faktörleri belirleyip öncelik ve önem sırasına koymaktadır. Sistematik bir literatür taraması yoluyla, sosyal girişimcilikte başarı için bireysel faktörler kapsamında yirmi dokuz alt kriter belirlenmiş ve bu kriterler altı gruba ayrılmıştır. Ayrıca bu kriterler AHP yöntemi kullanılarak önceliklendirilmiştir.

Bulgular, sosyal girişimcilikte başarı için sahip olunan iş tecrübesinin/deneşimin ve sorumluluk sahibi olmanın önemini açıkça ortaya koymaktadır. Çalışma ayrıca liderlik yapabilmeyin ve etik değerlere sahip olmanın da sosyal girişimcilikte başarı için önemli olduğunu ortaya koymaktadır. Analiz ayrıca başarma ihtiyacının ve özyeterliğe sahip olmanın bireysel faktörler kapsamında en yüksek öneme sahip olduğunu göstermektedir.

Akademik, Yönetimsel ve Pratik ıkarımlar

Literatürde sosyal girişimcilerin bireysel özellikleri, davranışsal öncülleri ve motivasyon faktörlerini ayrı ayrı ele alan çeşitli çalışmalar mevcuttur. Ancak, sosyal girişimcilikte bireysel faktörlerin bütüncül bir çerçevede incelenmediği ve bu alanda belirli boşlukların bulunduğu görülmektedir. Bu alışma, söz konusu faktörleri bir araya getirerek sosyal girişimcilerin başarısını kapsamlı bir şekilde analiz etmiş ve ardından tüm kriterleri öncelik ve önem derecelerine göre sıralamıştır. Bu yönüyle, araştırmanın literatüre özgün bir katkı sunduğu değerlendirilmektedir.

Araştırma modelinin ve elde edilen bulguların sosyal girişimciliğe ilgi duyan araştırmacılar için önemli olabileceği düşünölmektedir. Bu kapsamda çalışmanın benzerleri yapılabilir veya araştırma modeline yeni kriterler eklenerek genişletilebilir. Çalışmanın sosyal girişimciliğe ilgi duyan öğrenciler için de önemli olacağı öngörülmektedir. Elde edilen bulgular sosyal girişimci olmak isteyen öğrenciler için bir rehber olabilir.

Çalışma, sosyal girişimciler için bireysel başarı faktörlerini ele almada uygulanabilir içgörüler de sunmaktadır. Demografik faktörler grubunda bulunan iş tecrübesi ve deneyimin, aile desteğinin ve eğitimin başarıda önemli olduğu bulgusu, sosyal girişimciler için pratik çıkarımlar sağlayabilir.

Sosyal girişimcilerin kişisel özellikleri arasında yer alan sorumluluk sahibi olma, yaratıcılık ve belirsizliklere karşı tolerans gösterme niteliklerinin, sosyal girişimcilerin başarısında önemli bir etkiye sahip olduğu bulgusu, hem mevcut hem de potansiyel sosyal girişimciler için yol gösterici nitelik taşımaktadır. Özellikle belirsizliklerin yüksek olduğu bugünün dünyasında sosyal girişimciler, belirsizliklerin üstesinden gelebilmek için çaba gösterebilirler, yeni fırsatlar bulabilirler veya tahmin edilemeyen durumlar için yaratıcı çözümler üretebilirler.

Liderlik, fırsatları görebilmek ve yenilikçilik özellikleri de mevcut sosyal girişimcilerin başarılı olmasında yardımcı olabilir. Ayrıca etik değerlere sahip olmak ve özgecilik gibi değerler de sosyal girişimcilerin başarısında önemli olabilmektedir. Bu bağlamda sosyal girişimciler, liderlik gelişimine yatırım yapmaya ve aynı zamanda misyonlarıyla uyumlu bir kültür geliştirmeye çalışmalıdırlar.

Motivasyonel özellikler arasında başarıma ihtiyacının belirgin biçimde öne çıkması, sosyal girişimcilerin zorlu ve yoğun emek gerektiren anlamlı hedefler benimsediklerini ortaya koymaktadır. Ayrıca elde edilen bulgular, sosyal girişimcilerin amaçlarını gerçekleştirmek için gerekli yetenek ve bilgi elde etmeye ve kullanmaya istekli olduklarını da göstermektedir. Başarıma ihtiyacının ardından ilişki kurma ihtiyacının da başarıda önemli bir kriter olduğu tespit edilmiştir. Bu nedenle sosyal girişimcilerin diğer sosyal girişimciler ile ilişki kurması, mevcut ilişkilerini güçlendirmesi, yeni iş birlikleri oluşturması veya yeni ağlara katılması başarılarını arttırabilir.

Bu çalışma, politika yapıcılar için de önemli çıkarımlar sunmaktadır. Politika yapıcılar, sosyal girişimciliğin gelişimini desteklemek amacıyla finansal teşvikler sağlamalıdır. Hükümetler, devlet kurumları ve yerel yönetimler; iyi uygulamaların paylaşılabilirdiği, sosyal girişimcilerin bir araya gelerek deneyimlerini aktardığı, rol modellerden öğrenme fırsatının sunulduğu topluluklar, organizasyonlar, etkinlikler ve festivaller oluşturmalıdır. Ayrıca düzenleyici kurumlar, sosyal girişimcilerin eğitimini, gelişimini, yatırımcılarla ilişkilerini destekleyecek ve vergi teşvikleri sunacak mekanizmaları hayata geçirmeyi değerlendirmelidir. Zira sosyal girişimciler, çoğu zaman kaynakların oldukça sınırlı olduğu bir ortamda faaliyet göstermekte-

dir. Tüm bu zorluklara rağmen, sosyal girişimciler misyonlarını ileriye taşımak ve başarıya ulaşmak için kararlı, sabırlı ve motive bir şekilde çaba göstermektedir.

Sınırlıklar ve Gelecekteki Araştırmalar İçin Öneriler

Bu araştırma, ödöl almış dokuz sosyal girişimciyle yapılmıştır ve bu durum çalışmaya sınırlılık getirmektedir. Türkiye’de ödöl almış pek çok sosyal girişimci bulunmaktadır. Gelecekteki araştırmalara ödöl almış başka sosyal girişimcilerin dâhil edilmesi, bu çalışmanın bulgularının yeni çalışmalarla karşılaştırılmasına ve benzerliklerle farklılıkların ortaya konmasına olanak sağlayabilir.

Araştırmadaki sosyal girişimciler çoğunlukla Türkiye’de faaliyet göstermektedir. Bu durum elde edilen bulguların uluslararası genellenebilirliği hakkında sınırlılık oluşturmaktadır. Elde edilen bulgular, kültürel etkiler nedeniyle inanç, ahlak, eğitim, teknoloji, anlayış, davranış ve örf-adetlerde farklılıklar gösterebilir. Bu nedenle, bulguların farklı kültürlerde ve ölkelerde test edilmesi, gelecek araştırmalar için önerilmektedir.

Sosyal girişimcilerin faaliyet gösterdiği temel sektörler arasında eğitim, imalat/üretim, tarım/çiftçilik/bahçecilik, giyim/gıda/kırtasiye gibi ürünlerde perakende satış, geri dönüşüm, istihdam/beceri geliştirme, kültür ve sağlık hizmetleri gibi alanlar bulunmaktadır. Gelecekteki araştırmalarda sosyal girişimcilerin faaliyet gösterdikleri sektörlere özğü bireysel başarı faktörlerinin öncelik ve öneminin incelenmesi önerilmektedir.

Türkiye’deki sosyal girişimciler, kurdukları sosyal girişimler için ihtiyaçlarına uygun olarak kooperatif, limited şirket, şahıs işletmesi, dernek ve vakıf gibi hukuki yapıları tercih etmektedirler. Bu hukuki yapılar arasında kooperatifler sayıca daha fazla olmaktadır. Son olarak, gelecekteki araştırmalarda kooperatifler bağlamında bireysel başarı faktörlerinin öncelik ve önemi incelenebilir ve bu sayede daha ayrıntılı bilgiler elde edilebilir.

Kaynakça

Abu-Saifan, S. (2012). Social Entrepreneurship: Definition and Boundaries. *Technology Innovation Management Review*, 22-27.

Akar, H. (2020). Sosyal Girişimcilik Öncülleri Ölçeğinin Türkçeye Uyarlanması: Geçerlik ve Güvenirlik Çalışması. *Turkish Studies-Educational Science*, 15(2), 579-593; <https://dx.doi.org/10.29228/TurkishStudies.40562>.

Baporikar, N. (2016). Boundaries and Challenges for Social Entrepreneurship. In Z. Fields (Ed.). *Incorporating Business Models and Strategies into Social Entrepreneurship* (s. 1-20). içinde IGI Global <https://doi.org/10.4018/978-1-4666-8748-6.ch001>.

Bayarçelik, E. B. (2018). Sosyal Girişimcilikte Sosyal Medyanın Önemi. H. Yıldız içinde, *Sosyal Medyanın İş Yaşamındaki Yeri* (s. 425-449), İstanbul: Beta Basım Yayım Dağıtım A.Ş.

Bewayo, E. D., Portes, L. S. (2016). Environmental Factors for Social Entrepreneurship Success: Comparing Four Regions. *American Journal of Management*, 16(4), 39-56.

Boluk, K. A., Mottiar, Z. (2014). Motivations of Social Entrepreneurs: Blurring the Social Contribution and Profits Dichotomy. *Social Enterprise Journal*, 10(1), 53-68 DOI 10.1108/SEJ-01-2013-0001.

British Council, Türkiye. (2019). *Türkiye’de Sosyal Girişimlerin Durumu*: <https://www.britishcouncil.org.tr/programmes/education/social-enterprise-research>, (Erişim: 22.01.2023).

Canbal, A. (2016). Sosyal Girişimcilik ve Türkiye’de Ödül Almış Genç Sosyal Girişimcilerin Profilleri Üzerine Bir Araştırma. Yüksek Lisans Tezi, Yıldız Teknik Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

Çalkın, Ö. (2021). Sosyal Girişimcilik ve Sürdürülebilir Turizm: Uzundere Örneğinde Bir Karma Yöntem Araştırması. Doktora Tezi, Atatürk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Erzurum.

Çiftçi, F. (2017). Turizm Sektöründeki Sosyal Girişim Çalışanlarının Sosyal Girişimcilik Davranışı, İş ve Yaşam Tatmini: Tatuta Projesi Narköy Örneği. Yüksek Lisans Tezi, Anadolu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir.

Deci, E. L., Ryan, R. M. (2008). Self-Determination Theory: A Macrotheory of Human Motivation, Development, and Health. *Canadian Psychology*, 49(3), 182-185.

Dees, J. G. (2001). *The Meaning of Social Entrepreneurship*. https://centers.fuqua.duke.edu/case/wp-content/uploads/sites/7/2015/03/Article_Deas_MeaningofSocialEntrepreneurship_2001.pdf, (Erişim: 12.03.2024).

Denizalp, H. (2007). *Toplumsal Dönüşüm İçin Sosyal Girişimcilik Rehberi*. Ankara: Sivil Toplum Geliştirme Merkezi.

Duncan-Horner, E. M., Farrelly, M. A., Rogers, B. C. (2022). Understanding the Social Entrepreneur: A New Intentions Model for Advancing Equity, Social Justice and Sustainability. *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies*, 14(3), 361-391.

Durak, İ. (2016). Sosyal Girişimcilik ve Ahilik Teşkilatı: Teorik Çerçeve. *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*(47), 101-120.

Ekmekçiöğlü, S. (2025). Sosyal Etki Odaklı Projelerde Tasarım Odaklı Düşünce Yaklaşımı: Türkiye’de Sosyal Girişimcilik Projeleri Üzerinden Değerlendirme. Doktora Tezi, İstanbul Teknik Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, İstanbul.

Genç, G. (2023). Kadının Güçlenmesi Sürecinde Bir Sosyal Girişim Modeli Olarak Kadın Kooperatifleri: Yelki Kadın Kooperatifi ve Defne Kadın Kooperatifi Örneği. Doktora Tezi, Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Muğla.

Germak, A. J., Robinson, J. A. (2014). Exploring The Motivation of Nascent Social Entrepreneurs. *Journal of Social Entrepreneurship*, 5(1), 5-21 <https://doi.org/10.1080/19420676.2013.820781>.

Ghalwash, S., Tolba, A., Ismail, A. (2017). What Motivates Social Entrepreneurs to Start Social Ventures? An Exploratory Study in the Context of a Developing Economy. *Social Enterprise Journal*, 13(3), 268-298 DOI 10.1108/SEJ-05-2016-0014.

Goldberg, L. R. (1992). The Development of Markers for the Big-Five Factor Structure. *Psychological Assessment*, 4(1), 26-42.

Gül, M. (2019). Kişilik ve Girişimci Kişilik Özelliklerinin Sosyal Girişimcilik Yönelimine Etkisi Üzerine TR63 Bölgesinde Bir Araştırma: *Üniversite Öğrencileri Örneği*. Doktora Tezi, Gaziantep Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gaziantep.

Güler, B. K. (2008). Sosyal Girişimciliği Etkileyen Faktörlerin Analizi. Doktora Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.

Güney, G., Ören, K. (2021). Sosyal Girişimciliği Etkileyen Sosyal ve Kültürel Faktörlere Teorik Bir Yaklaşım. *Isparta Uygulamalı Bilimler Üniversitesi Uygulamalı Sosyal Bilimler ve Güzel Sanatlar Dergisi (SOSGÜZ)*, 3(5), 54-66.

Gürdoğan, E. N. (2020). *Girişimcilik ve Girişim Kültürü (3. Baskı)*. İstanbul: İGİAD Türkiye İktisadi Girişim ve İş Ahlakı Derneği.

Hockerts, K. (2017). Determinants of Social Entrepreneurial Intentions. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 1-46 DOI: 10.1111/etap.12171.

Hofstede, G. (1994). The Business of International Business is Culture. *International Business Review*, 3(1), 1-14.

Hossain, U. (2021). Relationship Between Individual Characteristics and Social Entrepreneurial Intention: Evidence from Bangladesh. *Business and Economics Research Journal*, 12(2), 385-397 doi: 10.20409/berj.2021.328.

Iqbal, M., Geneste, L., Weber, P. (2023). Who Wants to be a Social Entrepreneur? Exploring the Antecedents Interrelationship via Modified Mair Noboa Model. *Social Enterprise Journal*, 19(5), 536-554. DOI 10.1108/SEJ-12-2022-0115.

Işık, C., Aydın, E. (2017). Kişisel Değerlerin Sosyal Girişimcilik Eğilimine Etkisi: Turizm Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma. *Girişimcilik ve İnovasyon Yönetimi Dergisi*, 6(2), 131-154.

İbrahimov, K. (2023). *Özgeci Davranış ve Kontrol Odağı ile Sosyal Girişimcilik Arasındaki İlişki: Azerbaycan ve Türkiye Arasında Karşılaştırmalı Bir Araştırma*. Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

İnceplik, G. K. (2018). *Sürdürülebilir Sosyal Girişimler İçin Başarı Faktörleri: Türkiye Örneği Üzerine Teorik Bir Model*. Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

İrengün, O. (2014). Beş Faktör Kişilik Kuramının Sosyal Girişimcilik Yönelimine Etkisi ve Bir Alan Araştırması. Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

Jafarova, R. (2020). *Social Entrepreneurship in Turkey: A Qualitative Research into Motivational Factors and Major Constraints Faced by Women Entrepreneurs on Their Career Path*. Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Commerce University, Graduate School of Social Science, İstanbul.

Keleş, Ş., Dilmaç, M. (2017). Kırsal Alanda Sosyal Sermayenin Sosyal Girişimcilik Üzerine Etkisi: Erzurum Kırsalı Örneği. *The International New Issues In Social Sciences (TINI-SOS)*, 4(4), 43-64.

Kılınçarslan, Ö. (2024). *Understanding and Redefining Social Entrepreneurship through Social Entrepreneurs' Personal Values and Experiences in Türkiye*. Doktora Tezi, Adana Alparslan Türkeş Science and Technology University, Graduate School Business Administration Department, Adana.

Kırılmaz, S. (2012). *Sosyal Girişimciliğin Başarı Faktörlerinin Girişimci Kişilik ve Dönüştürücü Liderlik Bağlamında Araştırılması*. Doktora Tezi, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Çanakkale.

Kırmızı, C. (2016). *Sosyal Girişimcilik Odaklı Örgüt İklimi Oluşturma: Dumlupınar Üniversitesi'nde Bir Uygulama*. Yüksek Lisans Tezi, Dumlupınar Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kütahya.

Koçel, T. (2020). *İşletme Yöneticiliği: Yönetim ve Organizasyon, Örgütsel Davranış, Klasik, Modern, Çağdaş ve Güncel Yaklaşımlar* (18 b.). İstanbul: Beta Basım Yayım Dağıtım A.Ş.

Koh, H. C. (1996). Testing Hypotheses of Entrepreneurial Characteristics: A study of Hong Kong MBA Students. *Journal of Managerial Psychology*, 11(3), 12-25.

Kolcu, R. (2018). Girişimcilik ve Kişilik Özellikleri: Geleneksel ve Sosyal Girişimcilerin Kişilik Özellikleri Arasındaki Farklara İlişkin Bir Araştırma. Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

Koyun, S. (2017). Sosyal Girişimciliği ve Sosyal Girişimi Etkileyen Faktörlerin Analizi. Yüksek Lisans Tezi, Dumlupınar Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kütahya.

Mair, J. (2010). Social Entrepreneurship: Taking Stock and Looking Ahead. *IESE Business School University of Navarra Working Paper WP-888*, 1-11.

Mair, J., Noboa, E. (2003). Social Entrepreneurship: How Intentions to Create a Social Enterprise Get Formed. *IESE Business School University of Navarra Working Paper WP No 521*, 1-22.

McClelland, D. (2005). Achievement Motivation Theory. J. B. Miner içinde, *Organizational Behavior 1: Essential Theories of Motivation and Leadership* (s. 46-60). New York: M.E. Sharpe, Inc.

McClelland, D. C., Burnham, D. H. (1976). Power is the Great Motivator. *Best of HBR*, 117-126.

Nga, J. K., Shamuganathan, G. (2010). The Influence of Personality Traits and Demographic Factors on Social Entrepreneurship Start Up Intentions. *Journal of Business Ethics*, 9(2), 259–282.

Obi-Anike, H. O., Okafor, C. N., Daniel, C. O., Onodugo, I. J., Ukpere, W. I., Udoh, B. E. (2022). Sustained Social Entrepreneurship: The Moderating Roles of Prior Experience and Networking Ability. *Sustainability*, 14(13702), 1-24 <https://doi.org/10.3390/su142113702>.

Osanmaz, H. (2020). Algılanan Sosyal Desteğin Sosyal Girişimcilik Eğilimi Üzerindeki Etkisi: Adil Dünya İnancının Düzenleyici Rolü. Yüksek Lisans Tezi, Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Nevşehir.

Özdemir, A. (2019). AHP H. Durucusu İçinde, *İşletmelerde Karar Verme Teknikleri* (s. 64-83). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi.

Özdemir, A. (2022). Yerel Yönetim Çalışanlarının Sosyal Girişimcilik Eğilimleri: Muğla Büyükşehir Belediyesi Sosyal Hizmetler Şube Müdürlüğü *Çalışanları Üzerine Bir Uygulama*. Yüksek Lisans Tezi, Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Muğla.

Polat, O. (2020). Etkinlik Teorisi Bağlamında Yerel Kalkınma Amaçlı Sivil Toplum Kuruluşlarında Sosyal Girişimciliğin İncelenmesi: Türkiye Örneği. Doktora Tezi, İnönü Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Malatya.

Rotter, J. B. (1975). Some Problems and Misconceptions Related to the Construct of Internal Versus External Control of Reinforcement. *Journal of Consulting and Clinical Psychology*, 43(1), 55-73.

Saaty, T. L. (2004). Decision Making-The Analytic Hierarchy and Network Processes (AHP/ANP). *Journal of Systems Science and Systems Engineering*, 13(1), 1-35.

Saaty, T. L. (2016). The Analytic Hierarchy and Analytic Network Processes for the Measurement of Intangible Criteria and for Decision-Making. *Multiple Criteris Decision Analysis* (s. 345-406). içinde

Sarı, H. (2022). Sosyal Girişimcilik ve Sosyal Zekâ Arasındaki İlişkinin İncelenmesi. Yüksek Lisans Tezi, Ağrı İbrahim Çeçen Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Ağrı.

Sözer, S. (2019). Sosyal Girişimcilik Bağlamında OYAK Hizmet Kalitesinin Değerlendirilmesi: Konya İli Örneği. Yüksek Lisans Tezi, İnönü Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Malatya.

Şeker, M. (2012). Sosyal Girişimciliğin Artan Önemi ve Bir Araştırma. Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

Şen, C. E. (2023). Kırsal Bölgelerde Sosyal Girişimcilikten Markalaşmaya Evrimleşme Sürecinde Lisinia Doğa Projesi Örneği. Yüksek Lisans Tezi, Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Burdur.

Timor, M. (2010). *Yöneylem Araştırması*. İstanbul: Türkmen Kitabevi.

To, C. K., Martínez, J. M., Orero-Blat, M., Chau, K. (2020). Predicting Motivational Outcomes in Social Entrepreneurship: Roles of Entrepreneurial Self-Efficacy and Situational Fit. *Journal of Business Research*, 209–222 <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.08.022>.

Toktamış, S. G. (2019). Sosyal Girişimciliğe ve Sosyal Girişimcilere Yönelik Bilinirlik ve Farkındalık. Yüksek Lisans Tezi, Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Bolu.

Yee, L. L., Johari, S., Emang, D., Thoo, P. Y. (2022). The Motivation of Female Social Entrepreneurs in Lundu District, Sarawak, Malaysia. *Asian Women*, 38(1), 34-58.

Yeşilkaya, M., Yıldız, T. (2018). Özgüç Davranış Ekseninde Sosyal İnovasyon Eğiliminin İncelenmesine Yönelik Bir Araştırma. *Girişimcilik İnovasyon ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi*, 2(4), 81-97.

Yiğit, S. (2020). Sosyal Girişimcilikte Ulusal Kültürün Rolü. *BAİBÜ Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 20(3), 641-658.

Yunus Social Business. (2017). *A Road Less Traveled: Scaling Social Businesses in Emerging Economies*. Yunus Social Business Funds gGmbH.

Zeyen, A., Beckmann, M., Mueller, S., Dees, J. G., Khanin, D., Krueger, N., . . . Zacharakis, A. (2012). Social Entrepreneurship and Broader Theories: Shedding New light on the 'Bigger Picture'. *Journal of Social Entrepreneurship*, 1-20. <http://dx.doi.org/10.1080/19420676.2012.725422>.