

İSTANBUL TEKNİK ÜNİVERSİTESİ ★ FEN BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ

**TÜRKİYE’DE SOSYAL GİRİŞİMCİLİK VE YARATTIĞI ETKİLERİN
DEĞERLENDİRİLMESİ**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Seda ERCAN

Şehir ve Bölge Planlama Anabilim Dalı

Bölge Planlama Programı

ARALIK 2016

İSTANBUL TEKNİK ÜNİVERSİTESİ ★ FEN BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ

**TÜRKİYE’DE SOSYAL GİRİŞİMCİLİK VE YARATTIĞI ETKİLERİN
DEĞERLENDİRİLMESİ**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

**Seda ERCAN
(502141059)**

Şehir ve Bölge Planlama Anabilim Dalı

Bölge Planlama Programı

Tez Danışmanı: Prof. Dr. Tüzin BAYCAN

ARALIK 2016

İTÜ, Fen Bilimleri Enstitüsü'nün 502141059 numaralı Yüksek Lisans Öğrencisi Seda ERCAN, ilgili yönetmeliklerin belirlediği gerekli tüm şartları yerine getirdikten sonra hazırladığı “TÜRKİYE’DE SOSYAL GİRİŞİMCİLİK VE YARATTIĞI ETKİLERİN DEĞERLENDİRİLMESİ” başlıklı tezini aşağıda imzaları olan jüri önünde başarı ile sunmuştur.

Tez Danışmanı : Prof. Dr. Tüzin BAYCAN
İstanbul Teknik Üniversitesi

.....

Jüri Üyeleri : Doç. Dr. Aliye Ahu AKGÜN
İstanbul Teknik Üniversitesi

.....

Doç. Dr. Adem Erdem ERBAŞ
Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi

.....

Teslim Tarihi : 25 Kasım 2016
Savunma Tarihi : 19 Aralık 2016

Benden hiçbir zaman emeğini esirgemeyen aileme,

ÖNSÖZ

Hayatımda aldığım her kararı destekleyen, beni hiçbir zaman yalnız bırakmayan, bana her zaman güvenerek bugünkü kişiliğimi kazandıran, her daim iyi ki benim ailem dediğim hayattaki en değerli varlıklarım annem Fatma ERCAN, babam Fikri ERCAN ve abim Semih ERCAN'a en büyük teşekkürlerimi sunuyorum.

Tez yazma sürecinde benim hep yanımda olan ve çalışmalarım esnasında beni her zaman iyi yönde motive eden tez hocam Prof. Dr. Tüzin BAYCAN'a teşekkürlerimi borç bilirim. Ayrıca bu çalışma boyunca bir çok anı biriktirdiğim, zor anlarımda yanımda olan, her zaman destekleyen tüm güzel arkadaşlarıma teşekkür ediyorum. İyi ki benimle birliktesiniz!

Kasım 2016

Seda ERCAN
(Şehir ve Bölge Plancısı)

İÇİNDEKİLER

Sayfa

ÖNSÖZ.....	vii
İÇİNDEKİLER	ix
KISALTMALAR	xi
ÇİZELGE LİSTESİ.....	xiii
ŞEKİL LİSTESİ.....	xv
ÖZET.....	xvii
SUMMARY	xix
1. GİRİŞ.....	1
1.1 Tezin Amacı	2
1.2 Kapsam.....	3
1.3 Yöntem	4
2. SOSYAL GİRİŞİMCİLİK	7
2.1 Sosyal Girişimcilik Kavramı	7
2.1.1 Sosyal girişimcilik tanımları	9
2.1.1.1 Sosyal etki yaratma açısından sosyal girişimcilik.....	11
2.1.1.2 Ticari kuruluşlar ile sosyal etki yaratma açısından sosyal girişimcilik	13
2.1.1.3 Sosyal dönüşümü hızlandırıcı etki yaratma açısından sosyal girişimcilik	13
2.1.2 Sosyal girişimciliğin faaliyet alanı.....	17
2.1.2.1 Sektörlere göre	17
2.1.2.2 Amaçlarına göre	21
2.1.2.3 Eylemlerine göre	23
2.1.3 Ticari girişimcilik ile sosyal girişimciliğin farkları	23
2.1.4 Sosyal girişim örgütlerinin yapısı	25
2.1.5 Sosyal girişimciliğin bileşenleri.....	27
2.2 Sosyal Girişimcilik ve Sosyal Etki	31
2.2.1 Sosyal değer ve sosyal etki tanımları	31
2.2.2 Sosyal etki değerlendirmesi	32
3. SOSYAL GİRİŞİMCİLİĞİN KALKINMAYA ETKİSİ: DÜNYADAN VE TÜRKİYE'DEN ÖRNEKLER.....	35
3.1 Sosyal Girişimcilik ve Kalkınma İlişkisi	35
3.2 Dünyadan Sosyal Girişimcilik Örnekleri	38
3.3 Türkiye'den Sosyal Girişimcilik Örnekleri	41
4. TÜRKİYE'DE SOSYAL GİRİŞİMCİLİĞİN ETKİLERİ	49
4.1 Çalışmanın Amacı ve Kapsamı	49
4.2 Analiz Yöntemi	52
4.3 Araştırma Bulguları.....	53
4.3.1 Türkiye'de sosyal girişimcilik profili	53
4.3.2 Anket çalışması ve genel bulgular	56
4.3.3 Sosyal girişimlerin etkisinin değerlendirilmesi.....	67

5. SONUÇ VE ÖNERİLER.....	75
EKLER.....	87
ÖZGEÇMİŞ.....	91

KISALTMALAR

AKUT	: Arama Kurtarma Derneği
ASHOKA	: Sosyal Girişimci Ağı
EMES	: Avrupa Sosyal Girişimin Ortaya ıkması Araştırma Ağı
GENÇTUR	: Gençlik Turizmi
KAMER	: Kadın Merkezi
KEDV	: Kadın Emeğini Değerlendirme Vakfı
SOGLA	: Sosyal Girişimci Genç Liderler Akademisi
SPSS	: İstatistik Analizi Yazılım Paketi
STK	: Sivil Toplum Kuruluşu
TEMA	: Türkiye Erozyonla Mücadele, Ağaçlandırma ve Doğal Varlıkları Koruma Vakfı
TOG	: Toplum Gönüllüleri Vakfı
TÜSEV	: Türkiye nc Sektör Vakfı
UK	: Birleşik Krallık
UNDP	: Birleşmiş Milletler Kalkınma Programı

ÇİZELGE LİSTESİ

Sayfa

Çizelge 2.1 : Sosyal girişimcilik tanımları.	14
Çizelge 2.2 : Sosyal girişimciliğin amaçlarına göre çeşitlenmesi.	22
Çizelge 2.3 : Sosyal girişimcilik ve ticari girişimcilik farkları.....	25
Çizelge 3.1 : Türkiye’de bulunan başarılı sosyal girişimler.	44
Çizelge 4.1 : Ankete katılan sosyal girişimler ve organizasyonlar.....	51
Çizelge 4.2 : Ankete katılan kişilerin pozisyonları ve kurumun bulunduğu yerler. ..	57
Çizelge 4.3 : Sosyal girişimlerin türü.	58
Çizelge 4.4 : Girişimlerin ilgilendikleri faaliyet alanları.	59
Çizelge 4.5 : Sosyal girişimler ile beklenen/hedeflenen etkiler.	62
Çizelge 4.6 : Cronbach’s Alpha değeri.....	67
Çizelge 4.7 : KMO ve Barlett’s test değerleri.	67
Çizelge 4.8 : Sosyal etki yaratmada öne çıkan faktörler.	68
Çizelge 4.9 : Özdeğer istatistiği.	69
Çizelge A1 : Sosyal girişimlere uygulanan anket çalışması.....	87

ŞEKİL LİSTESİ

Sayfa

Şekil 1.1 : Tezin kapsamı.	3
Şekil 1.2 : Çalışmanın yöntemi.	4
Şekil 2.1 : Sosyal girişimciliğin faaliyet alanı.	18
Şekil 2.2 : Sosyal girişimciliğin kapsadığı sektörler.	18
Şekil 2.3 : Sosyal girişimlerin türleri.	19
Şekil 2.4 : Sosyal girişimcilik matrisi.	20
Şekil 2.5 : Sosyal girişimciliğin sektörleri.	21
Şekil 2.6 : Sosyal girişimlerin iş amacına göre sınıflandırılması.	22
Şekil 2.7 : Sosyal sorunlarla ilgilenme şekilleri.	23
Şekil 2.8 : Sosyal etki yaratan unsurlar.	28
Şekil 2.9 : Sosyal girişimciliğin kavramsal modeli.	29
Şekil 4.1 : Yıllara göre sosyal girişimler.	54
Şekil 4.2 : Sosyal girişimlerin türü.	55
Şekil 4.3 : Sosyal girişimlerin ilgilendikleri alan.	55
Şekil 4.4 : Sosyal girişimlerin uyguladıkları projeler.	56
Şekil 4.5 : Ankete katılan sosyal girişimlerin kuruluş yılları.	58
Şekil 4.6 : Ankete katılan sosyal girişimlerin türü.	59
Şekil 4.7 : Ankete katılan sosyal girişimlerin ilgilendikleri faaliyet alanları.	60
Şekil 4.8 : Sosyal girişimlerin hedeflenen etkilere ulaşma durumu.	63
Şekil 4.9 : İnsanların sosyal girişimlerden yararlanma biçimleri.	64
Şekil 4.10 : Sosyal girişimlerde geliştirilmesi gereken hususlar.	66
Şekil 4.11 : Faktör 1 istatistiksel incelemesi.	70
Şekil 4.12 : Faktör 2 istatistiksel incelemesi.	71
Şekil 4.13 : Faktör 3 istatistiksel incelemesi.	72

TÜRKİYE’DE SOSYAL GİRİŞİMCİLİK VE YARATTIĞI ETKİLERİN DEĞERLENDİRİLMESİ

ÖZET

Sosyal girişimcilik son yıllarda toplumsal sorunların çözümünde bir araç olarak görülmekte, dünyada ve Türkiye’de örnekleri artmaktadır. Toplumsal sorunların artması ve kamunun bu toplumsal ihtiyaçları karşılamada yetersiz kalması nedeniyle sosyal girişimcilik yükselen bir değer olmaktadır. Toplumsal sorunları tek tek ele almaktansa temelden ve sürekli bir değişim yaratmak ve bu değişimi yaygınlaştırarak uzun vadede sorunların ortadan kaldırılması amacındadır. Bu nedenle de sosyal girişimcilik değişimin ve kalkınmanın bir aracı olarak görülmektedir.

Sosyal girişimcilik ticari girişimciliğin risk alma, yenilikçi olma ve kar elde etme gibi özellikleri ile harmanlanmış olup; temel hedefi sosyal misyon ile yola çıkıp sosyal bir değer yaratmaktır. Sosyal girişimlerin hedefinde toplumda bir etki yaratmak varken, ticari faaliyetleri ise bu hedefi gerçekleştirmek için kullanılmaktadırlar. Elde etkileri karı yeniden sosyal amaçları için kullanıp kalıcılıklarını ve sürdürülebilirliklerini sağlamaktadırlar. Sosyal girişimler toplumu ilgilendiren her konu ile ilgilenmekte ve sorunların çözümü için çaba göstermektedirler.

Sosyal girişimcilik kar amacı gütmeyen, ticari ve kamu sektörü içinde faaliyet gösterebilen sürdürülebilir, yenilikçi ve sosyal değer yaratan faaliyetler olarak tanımlanmaktadır. Sosyal girişimleri diğer hayırsever ya da ticari faaliyetlerden ayıran en önemli özellik etki yaratacak fırsatları görüp, yenilikçi yollar uygulayarak sürdürülebilir sosyal etki yaratmasıdır. Toplumsal sorunların çözümü ve toplumsal kalkınma için gerekli olan etki sosyal girişimler tarafından yaratılmaktadır. Bu çalışmada da kalkınmanın bir aracı olan sosyal girişimciliğin, Türkiye’de yarattığı etkiler incelenerek toplumda nasıl bir fayda sağladığı değerlendirilmektedir.

Bu çerçevede öncelikle sosyal girişimciliğin kavramsal arka planı oluşturulmuştur. Tezde ilk olarak sosyal girişimciliğin farklı tanımlarına yer verilmiş olup kavramsal olarak ele alınmıştır. Sosyal girişimciliğin faaliyet alanları, boyutları, farklılıkları ve sosyal girişimleri oluşturan temel özelliklerden bahsedilmiş, çoğu sosyal girişimcilik tanımlarında bahsedilen sosyal bir etki yaratma hususu ele alınmıştır.

Sosyal girişimciliğin toplumda bir etki yarattığından ve uzun vadede bir değişime ve kalkınmaya neden olacağından bahsedilmektedir. Bu etkinin nasıl yaratıldığı ve hangi konular üzerinde bir değişime neden olduğunun anlaşılması amacıyla tezin ikinci bölümünde dünyadan ve Türkiye’den de örnekler verilerek sosyal girişimlerin kalkınmaya olan etkisinden bahsedilmiştir.

Tezin son bölümünde ise öncelikle ön araştırmalar ile belirlenen Türkiye’deki sosyal girişimlerin durumu değerlendirilmiş olup, sonrasında ise sosyal girişimlerin etkisinin değerlendirilmesi amacıyla uygulanan anket çalışması ve analizleri yer almaktadır. İki aşamalı olan bu kısımda hem çalışmanın örneklemini belirleyebilmek

hem de Türkiye’deki sosyal girişimlerin faaliyetlerini ve durumunu anlayabilmek adına öncelikle ASHOKA’ya bağlı olan sosyal girişimler ve TÜSEV’in sosyal girişimcilik projesi sonucu oluşturulan internet sitesi aracılığı ile Türkiye’de 54 adet sosyal girişim örneği belirlenmiştir. Bu sosyal girişimlerin kuruluş yıllarına göre, kurum türüne göre, faaliyet alanına ve meydana getirdikleri projelere göre bir genel değerlendirilmesi yapılmıştır. Değerlendirmenin ikinci aşamasında ise 54 adet sosyal girişime anket yolu ile ulaşılmış 24 adet organizasyondan geri dönüş alınarak sosyal girişimlerin etkisinin değerlendirildiği nitel ve nicel analizler yapılmıştır.

Yapılan ön değerlendirme, nitel ve nicel analizler sonucunda Türkiye’deki sosyal girişimlerin yarattığı etkiler belirlenmeye çalışılmıştır. Türkiye’de sosyal girişimlerin sayısı 2000’li yıllardan bu yana artış göstermekte olup, pek çok farklı toplumsal sorunun giderilmesi için uğraşmaktadırlar. Sosyal girişimler Türkiye’de sosyal içermenin ve fark yaratmanın bir aracı, özellikle dezavantajlı gruplar ve gençler için istihdam ve maddi kazanç sağlamaya neden olan bir etken ve kamuda ve özel sektörde değişiklikler yaratan organizasyonlar olarak öne çıkmaktadır. Bu üç faktör sonucu Türkiye’de sosyal girişimlerin yarattığı en önemli faktör ise sosyal içirme ve fark yaratmadır. Sosyal girişimler projeler, eğitim ve seminerler ile farkındalık sağlamakta, toplumsal sorunların çözümü için ortak bir bilinç oluşturarak, duyarlılık ve katılımı sağlamaktadır.

Sonuç olarak, sosyal girişimlerin etki yarattığı bilinmekle beraber hangi konularda ve nasıl bir etki yarattığının anlaşılması amacıyla yapılan bu çalışmada Türkiye’de sosyal girişimler en fazla sosyal içirme ve farkındalık konusunda bir değişim sağlamaktadır. Uygulanan faaliyetler ile toplumsal sorunlara karşı bir farkındalık oluşturmakla birlikte, yararlanıcıların da topluma katılımını sağlamaktadır. Uzun vadede sosyal sorumluluk bilinci sağlayarak, yurttaş katılımı ile toplumsal kalkınmanın temelini oluşturmaktadır.

SOCIAL ENTREPRENEURSHIP IN TURKEY AND THE EVALUATION OF EFFECTS

SUMMARY

In recent years, social entrepreneurship has been seen as a tool for solving social issues and the number of social enterprises are increasing in the world and in Turkey. Because of the increasing social problems and the inadequacy of the public to meet these needs, social entrepreneurship is a rising value to handle all these problems. Instead of addressing social issues one by one, it aims to create a permanent and constant change and to dissolve the problems in the long run by spreading this change. For this reason, social entrepreneurship is seen as a means of change and development.

Sociality and entrepreneurship, which form social entrepreneurship, are seen as different concepts. While concept of sociality is related with solving social issues, concept of the entrepreneurship also offers innovative and untried methods. Social entrepreneurship is blended with business entrepreneurship's features such as risk taking, innovation and profit making, and its main goal is to create a social value with a social mission.

Social entrepreneurship is expressed variety of concepts such as social mission, social value, social transformation, social innovation. Social initiatives are seen as a means of change, and it is argued that social order will transform in the long run. Social enterprises are interested in every aspects of society related problems and they strive to solve problems. Nowadays, social enterprises as an alternative to the public sector and the private sector for many issues such as education, health, equality, poverty, environment, awareness, tourism, development and they are also introducing innovative and sustainable projects about all these social issues.

Being aware of the social issues, social enterprises can briefly described as an organizations involving innovation and applying entrepreneurial activity to create social impact in order to find solutions for the social problems. Social entrepreneurship activities are only used to achieve making an impact in society. They maintain persistency and sustainability by using their profits for social missions again. Social entrepreneurship can be defined as sustainable, innovative and having social impacts activities which operate non-profit oriented, commercial and public sectors.

The most important features that distinguishes social enterprise from other philanthropic or commercial activities is that it sees opportunities to create impacts and applies innovative ways to create sustainable social impact. Solution of social problems and need for social developments is created by social initiatives. In this study, it is evaluated how the social entrepreneurship, which is an instrument of development, effect the society and how it provide social value in Turkey. This thesis study was designed to determine the examples and development of social enterprises in Turkey, to understand short and long term effects, and to adjust the changes on

society in which they create. In this framework, the concept of social entrepreneurship is firstly considered. After that, when we mention about social entrepreneurship, social impact is constantly repeated. So, concept of social value and social impact were argued and their effects of development are also handled. In addition to these, it has been explained through examples from the world and Turkey that are social enterprises are interested in and what kind of change they are creating. In the research section of the study, social enterprises were stated and they survey were made with them. The results were measured with statical methods. Both the qualitative and the quantitative data have been taken into account in the study.

In this context, the conceptual background of social entrepreneurship has been established. At the first section of the thesis, different definitions of social entrepreneurship approach has been explained and they have been conceptually discussed. The fields of social entrepreneurship, the dimensions, the differences and the basic features that create social initiatives have been mentioned and the social impact which is mentioned in most social entrepreneurship definitions is adressed. In addition to this, social value created by social social entrepreneurship and its effecton society are mentioned in this part. According to this literatur survey, questionnaire survey and the evaluation part were determined .

It is mentioned that social entrepreneurship has an impact in society and it will cause a change and development in the long run. In order to understand how this effect is created and which changes it causes, the second part of the thesis mentioned the effects of social enterprises on development, giving examples from the world and also Turkey.

In the last part of the thesis, by doing preliminary researches the situation of the social enterprises in Turkey is firstly evaluated, followed by the questionnaire studies and analyzes applied for the evaluation of the effects of the social enterprises. In this phase, which has two stages, in order to be able to determine the sample of the study and to understand the activities and situation of the social enterprises in Turkey, 54 examples of social enterprises in Turkey are given firstly through the social enterprises connected to ASHOKA and the website created by TUSEV's social entrepreneurship project. To evaluate the general situation of the social enterprises in Turkey, they are examined according to their establishment years, institutional type, field of activity and their projects. In the second stage of the evaluation of impact of social enterprises, qualitative and quantitative analyzes were carried out that social enterprises were assessed by taking back from 24 organizations reached through 54 social participation questionnaires.

The impacts created by social enterprises in Turkey were tried to be determined as a result of preliminary evaluation, qualitative and quantitative analyzes. The number of social enterprises in Turkey has been increasing since 2000 and they are struggling to overcome many different social problems. Social initiatives stand out in Turkey as a means of social inclusion and social awareness, a factor that causes employment and financial gain especially for disadvantaged groups and young people, and organisations that make changes in the public and private sectors. After the analyzes of these factors, the most important factor created by social enterprises in Turkey is social inclusion and social awareness. Social initiatives provide awareness with the projects, training and seminars, and create awareness and participation by creating a common consciousness for the solution of social problems.

In conclusion, although it is obvious that social enterprises has an impact, in this study, it is aimed to undertand how social enterprises affect and how they influence the society. Social enterprises in Turkey provide the most change in social inclusion and awareness. Both activities of social enterprises has an impact in terms of awareness of social problems and deficiencies, and they provide participation of society especially beneficiaries and disadvantaged groups. In the long run, social entrepreneurship provide sense of social responsibility and form the basis of citizen participationand social development.

1. GİRİŞ

Sosyal girişimcilik eski zamanlardan beri var olmasına rağmen; kavram olarak ortaya çıkması ve gelişimi Muhammet Yunus'un yoksullar için mikro kredi olanağı sunduğu girişim ile başlamıştır. 1980 yılında en büyük sosyal girişimci ağı ASHOKA'nın da kurulması ile kurumsallaşması başlamıştır. Sosyal girişimcilik literatürde incelendiğinde pek çok farklı kavram ile açıklanmaya çalışılsa da temelde toplumsal sorunlara girişimci bakış açısı ile yenilikçi çözümler sunmak olarak açıklanmaktadır.

Sosyal girişimciliği oluşturan sosyallik ve girişimcilik farklı kavramlar gibi görülmektedir. Sosyallik kavramı ile toplumsal sorunlarla ilgilenilmesi kastedilmektedir. Girişimcilik kavramı ile de yenilikçi ve denenmemiş yöntemler sunması belirtilmektedir. Sosyal girişimcilik; sosyal misyon, sosyal değer, sosyal değişim, sosyal sektör, sosyal yenilikçilik gibi pek çok kavramla ifade edilmektedir. Sosyal girişimler değişimin bir aracı olarak görülmekte, toplumsal düzende uzun vadede dönüşüme neden olacağı savunulmaktadır. Tüm sosyal girişim tanımlarının ortak noktası ise ilk olarak ticari bir amaç için değil sosyal bir misyona sahip olmaktır. Buna ek olarak; sosyal etki yaratacak fırsatları görüp yenilikçi yollarla toplumda uzun vadede bir etki yaratmaktır. Tüm bunlar ile birlikte yeni kaynaklar yaratarak sürdürülebilirliğini sağlamak ve elde edilen kazancın kişisel çıkarların ötesinde yine sosyal bir amaç için kullanılmasıdır. Sosyal girişimler sorunların kökünden çözümünü amaçlayarak uzun vadede etkili olmak amacındadırlar. Günümüzde eğitim, sağlık, eşitlik, yoksulluk, çevre, farkındalık, turizm, kalkınma gibi pek çok sorun için kamu sektörü ve özel sektöre alternatif olarak sosyal girişimler de yenilikçi ve uzun vadede değişim sağlayan projeler ortaya koymaktadırlar.

Sosyal girişimcilik özellikle 2000'li yıllardan sonra adı geçen fakat henüz tam bir çalışma alanı ve tanımı yapılamayan bir kavramdır. Sosyal girişimcilik ile ilgili genelde kavramı açıklamaya yönelik çalışmalar bulunmaktadır. Çoğunlukla çalışmalar sosyal girişimcilik tanımlamaları, ticari girişimcilik ile farklılıkları ve

sosyal girişimcinin kişisel özellikleri üzerine yapılmıştır. Bu çalışmada ise Türkiye’de bulunan başarılı sosyal girişimlerin nasıl etki yarattığı ele alınmaktadır. Sosyal girişimlerin değişimin bir aracı olduğu ve sosyal bir değer yarattığı belirtilse de bununla ilgili çalışmaların azlığı nedeni ile bu boşluğun doldurulacağı düşünülmektedir. Aynı zamanda bölge planlama çalışmaları için de yeni bir araştırma konusu olacağı düşünülmektedir.

1.1 Tezin Amacı

Bu tezin amacı; sosyal girişimcilik literatür taraması sonucu belirlenen, toplumda değer yaratmanın bir aracı olan sosyal girişimciliğin Türkiye’de bulunan sosyal girişimler üzerinden meydana getirdiği etkilerinin değerlendirilmesidir. Çalışmanın örneklemini belirlenirken; ASHOKA’ya bağlı Türkiye’deki sosyal girişimler ve TÜSEV’in sosyal girişim projesi kapsamında oluşturduğu internet sayfası aracılığıyla ulaşılan sosyal girişimler olmak üzere 54 adet sosyal girişim belirlenmiştir. Bu sosyal girişimler kuruluş yıllarına, amaçlarına, projelerine ve ilgilendikleri alana göre gruplandırılmış böylelikle Türkiye’deki başarılı sosyal girişimlerin bir profili de oluşturulmuştur. Daha sonra literatürden ve uygulanan sosyal etki çalışmalarından incelenerek oluşturulan bileşenler ile sosyal girişimlerin yarattıkları etkileri değerlendirmesi beklenmiştir.

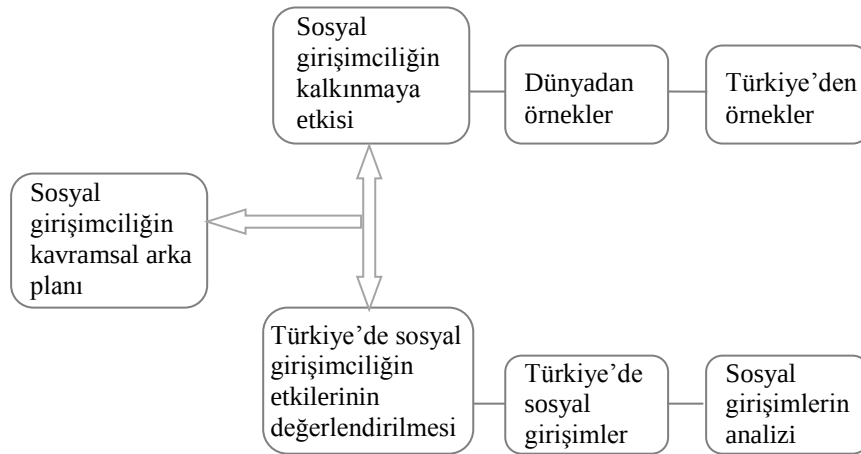
Çalışma; sosyal girişimlerin Türkiye’deki örnekleri ve gelişimi, kısa ve uzun vadedeki etkileri, hangi konularda değişim yarattıklarını belirlemek amacıyla oluşturulmuştur. Bu çerçevede öncelikle sosyal girişimcilik kavramı ele alınmıştır. Sosyal girişimcilikten bahsedilirken sürekli tekrarlanan sosyal değer ve sosyal etki ele alınarak, değişimin bir aracı olarak görülen sosyal girişimler sonucu meydana gelen etkinin kalkınmaya etkisinden bahsedilmiştir. Bunlara ek olarak sosyal girişimlerin hangi konularla ilgilendiği ve nasıl bir değişim yarattığı dünyadan ve Türkiye’den örnekler üzerinden açıklanmıştır. Çalışmanın saha araştırması bölümünde ise uygulaması devam eden girişimlere ulaşılmış ve anket gönderilerek cevap veren girişimleri üzerinden sonuçlar istatistiki yöntemlerle ölçülmüş ve bir sonuca ulaşılmıştır. Yapılan çalışma ile hem nesnel hem de öznel veriler göz önünde bulundurulmuştur.

Yapılan değerlendirmeler sonucu ulaşılan araştırma bulguları ile sosyal girişimlerin etkileri 3 faktör altında toplanmıştır. Bu faktörler; ASHOKA’nın üyelerine yaptığı

etki değerlendirmesi çalışmasında kullanılan başlıklar göz önüne alınmış ve ona göre düzenlenmiştir. Sosyal içerme ve fark yaratma, istihdam, maddi kazanç ve sosyal fayda, kamu politikası ve sektör standartları olarak belirlenen faktörler arasında da sosyal girişimlerin Türkiye’deki etkisi en fazla sosyal içerme ve fark yaratma üzerine olmuştur. Bu faktör altında belirlenen eğitim ve seminerlerin amaçlarına hizmet etmesi ve vatandaşın katılımı ve duyarlılığının artması en çok elde edilen fayda olarak belirlenmiştir.

1.2 Kapsam

Bu alışma toplumda etki yaratmanın bir aracı olarak gösterilen sosyal girişimciliğin Türkiye’deki durumu ve sosyal girişimlerin yarattıkları etkileri değerlendirmek amacındadır. Bu kapsamda şekil 1.1’de gösterildiği gibi öncelikle sosyal girişimciliğin kavramsal arka planı oluşturularak sosyal girişimcilik tanımları, ilgilendiği alanlar ve etkilerine değinilmiştir. Daha sonra sosyal girişimciliğin kalkınmaya olan etkisinden bahsedilmiş; dünyadan ve Türkiye’den başarılı örnekler gösterilerek, hangi toplumsal konuda, nasıl bir etkiye neden oldukları açıklanarak devam edilmiştir. Tezin son bölümünde ise Türkiye’de belirlenen sosyal girişimler üzerinden yarattıkları etkilerin değerlendirilmesi ve ne çıkan faktörlerin ele alınması ile sonuçlandırılmıştır.



şekil 1.1 : Tezin kapsamı.

Tezin ikinci bölümünde sosyal girişimciliğin kavramsal erevesi incelenmiştir. Sosyal girişimcilik literatürü incelendiğinde pek çok kaynak kavramın anlamını açıklamaya yöneliktir. Bu nedenle farklı sosyal girişimcilik tanımları ortak özelliklerine göre gruplandırılıp açıklanmıştır. Sosyal girişimlerin faaliyet alanları,

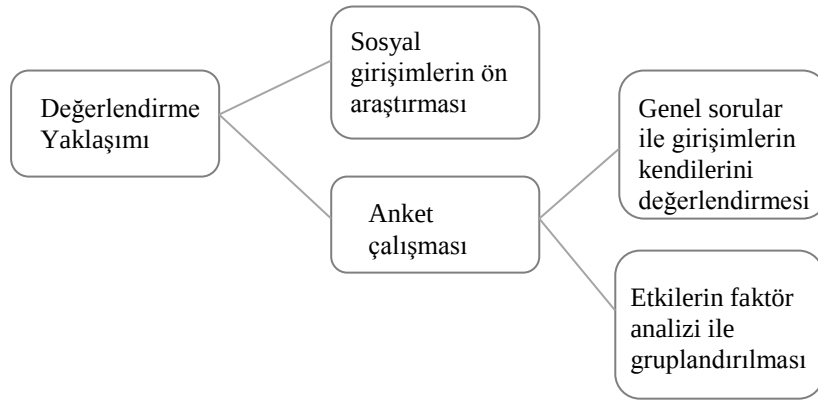
bileşenleri ve yapısına değinilmiştir. Aynı zamanda bunlara ek olarak sosyal girişimciliğin yarattığı sosyal değer ve bunun toplumda yarattığı etkiden bahsedilmiştir. Sosyal girişimlerin neden olduğu etkinin ölçülmesi ve literatürde nasıl değerlendirildiğine bakılarak anket çalışmasının soruları ve de değerlendirilmesi belirlenmiştir.

Sosyal girişimcilik yarattığı etkiler ile toplumda uzun vadede dönüşüme ve kalkınmaya neden olmaktadır. Bu nedenle tezin üçüncü bölümünde sosyal girişimciliğin kalkınmaya olan etkisine değinilmiştir. Aynı zamanda dünyadan ve Türkiye’den başarılı olmuş ve diğer çalışmalara örnek olan sosyal girişimlerin çeşitli toplumsal sorunlarda ortaya koydukları değişim ele alınmıştır.

Tezin dördüncü bölümünde ise öncelikle ön araştırma yapılarak Türkiye’de uygulanan sosyal girişimlerin profili çıkarılmış ve değerlendirilmesi yapılmıştır. İkinci olarak ise bu belirlenen üzerinden uygulanan anket çalışmasının öznel değerlendirmeleri derlenmiş ve elde edilen veriler ile de istatistiksel değerlendirmesi yapılmıştır.

1.3 Yöntem

Türkiye’de bulunan sosyal girişimlerin meydana getirdiği etkileri araştırmayı amaçlayan bu çalışmada, araştırma iki kısımdan oluşmaktadır.



Şekil 1.2 : Çalışmanın yöntemi.

Şekil 1.2’de özetlendiği gibi öncelikle ön araştırma yapılarak Türkiye’deki sosyal girişimler incelenmiş ve ASHOKA’ya bağlı ve TÜSEV’in sosyal girişimcilik projesi kapsamında oluşturulan internet sayfası üzerinden sosyal girişimler belirlenerek amaçları, projeleri, kuruluş yılları, ilgilendikleri alanlar belirlenmiştir. Böylelikle

Türkiye’deki sosyal girişimciliğin durumu ortaya konmak istenmiştir. Bu sosyal girişimlerin etkilerinin değerlendirilebilmesi için anket çalışması hazırlanmıştır. Bu anket çalışması iki bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde girişimlerin organizasyon yapısına ilişkin, hedefleri ve kısa ve uzun vadedeki etkileri ile geliştirilmesi gereken noktalar belirlenmiştir. Anketin ikinci bölümünde ise belirlenen bileşenler ile girişimlerin etkilerini değerlendirmeleri istenmiş ve bunun sonucunda uygulanan faktör analizi ile öne çıkan 3 faktör belirlenmiştir.

2. SOSYAL GİRİŞİMCİLİK

2.1 Sosyal Girişimcilik Kavramı

Dünya çapında devletler ekonomilerini güçlendirmek ve canlı tutmak, milli geliri ve istihdamı artırmak amacıyla inovasyon ve girişimciliğe büyük önem vermeye başlamışlardır. Böylelikle hem ekonomik yapının sosyal yapılar ve sosyal hayatla yakınlaşan ve karmaşıklaşan ilişkisi hem de girişimciliğin sosyal etkilere neden olması sosyal inovasyon ve sosyal girişimcilik kavramlarını oluşturmuştur. Sosyal inovasyon ve sosyal girişimcilik kavramları birbirine çok yakın anlamlar içerse de sosyal girişimcilik faaliyetleri genel manada sosyal inovasyon başlığı altında değerlendirilebilir. Sosyal inovasyon; öncelikli olarak toplum odaklı değer üretme, sosyal sorun ve ihtiyaçlara eskisinden daha verimli, yeterli, sürdürülebilir ve yeni çözümler üretme süreci olarak tanımlanmaktadır (Phills ve diğ, 2008; O’Sullivan ve diğ, 2012). Sosyal girişimciliği ise kar amaçlı işletmelerin ötesinde birincil amacı sosyal değer üretmek olan girişimlerin genel adı olarak tanımlayabiliriz (Peredo ve McLean, 2006).

Sosyal girişimcilik çok eskilere dayansa da kavram olarak kullanımı henüz yeni sayılmaktadır. 1980 yılında Bill Drayton tarafından kurulan dünya çapındaki girişimcilik ağı olan ASHOKA’nın kurulması ile duyulmaya başlamıştır. 2006 yılında da Muhammed Yunus’un Bangladeş’teki Grameen Bank Projesi ile Nobel Barış Ödülü’ne layık görülmesi ile dünyada merak uyandırmaya başlamıştır (Koenig, 2013).

Kar odaklı işletme ve sosyal değer yaratma birbirleri ile bağlantısız gözükseler de ticari kuruluşların sosyal alandaki çalışmaları nedeni ile bir arada düşünölmeye başlanmıştır. Bu iki kavramın bir araya gelmesi ile de sosyal girişimcilik olgusundan bahsedilmektedir. Sosyal girişimcilikteki temel olay, toplumsal konulara odaklanıp bir sosyal etki yaratmak amacıyla girişimci yaklaşımlar ile yenilikçi sosyal işletmeler oluşturmaktır. Sosyal girişimcilik aktiviteleri toplum için sosyal, çevresel ve

ekonomik olarak katkı sağlayan bir eleman olarak görülmektedir (Arasti ve diğ, 2015).

Sosyal girişimcilik geniş kapsamlı olması nedeni ile hakkında tek ve bütüncül bir tanımlama söz konusu değildir. Kavram hakkında tam bir tanım ortaklığına varılamamasının bir nedeni bir takım araştırmacılar kar amacı gütmeyen örgüt olarak ele alıp (Weerawardena ve Mort, 2006), sosyal girişimciliğin kar amacı gütmeyen kuruluşların ticari faaliyetler içine girdiklerini savunmaktadırlar (Dees, 1998). Diğer bir grup ise konunun sadece kar amacı gütmeyen örgütlere özgü olmadığını (Austin ve diğ, 2006), sosyal girişimlerin de kar amacı güden girişimlerin bir parçası olduğunu savunmaktadırlar (Thompson, 2002).

Ortak bir tanım yapılamamasının diğer bir nedeni de kavramı oluşturan sosyal ve girişimci kelimelerinin anlamlarının net olmamasıdır (Zahra ve diğ, 2006).

Sosyal ile sosyal girişimcilik olgusuna katılmak istenen düşünceler şu şekilde açıklanabilir (Güler, 2008):

- Sosyal çıktılara sahip olma: Sosyal girişimciliğin yapılma amacına uygun olarak sonucunda sosyal bir etki yaratması beklenmektedir. Giderek artan sosyal sorunlara yenilikçi çözümler sunarak fırsata çevirmek olarak da açıklanabilir.  rnek olarak istihdama katılımın artması ve işsizliğin azalması,  evre sorunlarında azalma verilebilir.
- Sosyal sermayeyi dikkate alma: Kişiler ve girişimler arasında işbirliği, güven ve bağlantı olmalı ve tüm bunlar finansal ve fiziksel sermaye unsuru olarak görülmelidir.
- Sosyal amaca hizmet eden örgütün kurulması: Girişimlerin amacı ve misyonu toplum adına olmalıdır. Elde edilen kar paydaşlar arasında değil yeniden bir sosyal faaliyet gerçekleştirmek adına kullanılmalıdır.
- Sosyal girişimcilerin aynı zamanda toplum girişimcileri olması: Sosyal girişimciler toplumun sorunların çözümüne odaklanarak toplumsal kalkınmanın temelini oluşturmalıdırlar (Leadbeater, 1997).
- Faaliyet alanının sosyal sektör olması: Sosyal girişimler devlet ve özel sektörün arasında kar amacı gütmeyen sosyal bir sektör olmalıdır.

Sosyallik olgusu; sosyal girişimlerin sosyal gereksinimleri karşılamak amacıyla sosyal dönüşümü sağlamaya çalışmasıyla açıklanmaktadır. Girişimler sosyal bir değer yaratırken ekonomik olarak da katkı sağlarlar. Fakat asıl önemli olan sosyal değer yaratma noktasıdır. Ekonomik olarak sağlanan kazançlar finansal sürdürülebilirliği sağlamaktadır (Mair ve Marti, 2006).

Girişimcilik kavramı ile sosyal girişimciliğe kazandırdırılan anlamlar ise ihtiyaca odaklanma, kararlı, hırslı ve karizmatik girişimcilik karakterine sahip olma ve son olarak yenilikçi ve yaratıcı olmaktır (Güler, 2008).

Sosyal kavramı daha çok ekonomik olmayan ve geniş bir alanı temsil ederken; girişim kavramı ise bireysel ve ekonomik tabanlı bir kavram olarak görülmektedir. Böylelikle iki farklı kavramı ele alan sosyal girişimcilik, kendi içinde de bir ikilem oluşturduğu için tanımlanması zor bir hal almıştır. Böylelikle sosyal fayda amacı güden kurum ve kuruluşların hangisinin sosyal girişim olarak adlandırılacağı da belirsizlik içindedir (Aslan ve diğ, 2012).

Sosyal girişimciliğin alanı ve kavramsal karışıklıklarının yanında, sosyal girişimcilik ile eş anlamlı olarak kullanılan sosyal amaçlı girişim, hayırsever girişim, sosyal ticari kuruluşlar gibi kavramların kullanılması da karışıklıklara sebep olmaktadır (Trivedi, 2010).

2.1.1 Sosyal girişimcilik tanımları

Sosyal girişimcilik son yıllarda arttan bir öneme sahip olmakla birlikte pek çok tanımı yapılmaktadır. Yapılan ilk tanımlarda sosyal girişimcilik sosyal amaçla ortaya çıkan yenilikçi aktiviteler olarak tanımlanmaktadır (Dees, 1998; Austin ve diğ, 2006; Emerson ve Twersky, 1996). Sosyal girişimciliğin genel tanımına bakacak olursak iş dünyasının genel kurallarının sosyal amaçlar için kullanılması olarak açıklanmaktadır. Sosyal girişimcilik sosyal amaçlı kar amacı güden kuruluş, kurumsal sosyal girişimcilik, kar amacı gütmeyen kurum ve melez kurumlardan oluşabilmektedir. Tüm tanımların ortak noktası ise sosyal girişimcilik sosyal bir etki yaratmak amacıyla ortaya konan yenilikçi çözümler olarak tanımlanabilir. Sosyal girişimcilikte esas nokta sosyal sorunlara ışık tutmak ve toplumsal bir değişim yaratmak için girişimci bir yaklaşım kullanılarak yenilikçi fikirler ve sosyal işletmeler meydana getirmektir (Austin ve diğ, 2006).

Sosyal girişimcilik farklı ekollere göre farklı şekillerde tanımlanmaktadır. 4 farklı düşünce okuluna göre sosyal girişimcilik değişik şekillerde ele alınmışlardır (Hoogendoorn, 2011).

Yenilikçi düşünce okulu (Innovation School of thought): Yenilikçi düşünce okuluna göre sosyal girişimciler sosyal problemleri bireysel olarak ele alan ve sosyal ihtiyaçlara yenilikçi çözümler sunan kişiler olarak görülmektedir (Hoogendoorn, 2011). Bu düşünce okuluna göre sosyal girişimciler kar amacı güden ve kar amacı gütmeyen kuruluşlarda çalışabilmektedirler. ASHOKA'nın kurucusu olan Bill Drayton sosyal girişimci lider olarak örnek gösterilmektedir. Sosyal girişimciler keşfetmede, yenilikler ortaya çıkarmada ve yorumlamakta bilginin kaynağı olarak görülmektedirler.

Sosyal girişim düşünce okulu (The Social Enterprise School of thought): Bu düşünce okulunda ise sosyal girişimler kar amacı gütmeyen kuruluşların sosyal misyonunu gerçekleştirirken hak edilmiş gelir elde etmesi olarak tanımlanmıştır. Gelirin yardımlar ve hibeler haricinde düzenliliğini sağlamak ve hizmet akışının devamlılığını sağlamak temel amaçtır. 1980 yılında New Business Ventures for Non-profit Organizations'ın kurucusu olan Skloot bu düşünce okulunun öncülerindendir.

EMES Yaklaşımı: Sosyal girişimlerin ortaya çıkması araştırma ağı 1996'da Avrupa Birliği'ndeki ulusal farklılıkların nedenini geniş açılardan ortaya koymak amacıyla kurulmuştur. Birincil amacı Avrupa Birliği'nde kurulan sosyal girişimlerin gelişimini izlemektir. Sosyal girişim organizasyonları genel olarak dernek, kooperatif, karşılıklı yarar sağlayan organizasyonlar ve dernekleri içermektedir.

UK yaklaşımı: Sosyal girişimler; öncelikli amacı sosyal yatırım olmakla birlikte elde edilen karın şirketin karını artırmak amacıyla değil yine aynı sosyal amaçlara yatırım yapılması şeklinde tanımlanmışlardır. Sosyal girişimcilik üçüncü sektör olarak kabul edilip sektörde büyümelere sebep olmuştur.

Sosyal girişimciliği meydana getiren üç özellik bulunmaktadır. Bunlardan ilki sosyal etki ile ticari işletmeleri birleştirmedir. Kar amacı güden işletmeler gelirlerinin bir kısmını sosyal bir amaç için kullanabilir ya da kendi faaliyetlerini sosyal bir getiri sağlamak amacıyla düzenleyebilirler. Bir diğeri ise sosyal etki için yenilik yapmadır. Bir sosyal problemin sonucunda çözüme ulaşmak amacıyla yenilikçi sosyal düzenlemeler uygulanmaktadır. Bu uygulamalar sosyal sorunlara odaklanarak

kaynakların bu problem doğrultusunda kullanılması ve yeni düzenlemelere yaratıcı çözümler sunulması olarak açıklanmaktadır. Sonuncusu ise sosyal dönüşüm için hızlandırıcı etki yaratmadır. Sosyal girişimler kısa vadede varolan sistem üzerinde küçük değişiklikler şeklinde etkisini gösterse de uzun vadede büyük değişikliklere sebep olmaktadır. Bu nedenle sosyal girişimler sosyal sisteme daha geniş perspektiften bakmalı, değişime ayak uyduran sosyal düzenlemeler oluşturulmalıdır (Alvord ve diğ, 2004).

Sosyal girişimcilik farklı grup araştırmacılar tarafından farklı şekillerde tanımlanmışlardır. Bu tanımlara bakıldığında üç farklı yaklaşım olduğu görülmektedir. İlk grup sosyal girişimciliği sosyal değer yaratan stratejileri belirleyen ve alternatif yatırım olanakları ortaya çıkaran kar amacı gütmeyen kuruluş olarak tanımlamaktadır (Austin ve diğ, 2006; Boschee, 1998). İkinci grup sosyal girişimciliği ticari şirketlerin sosyal politikaları ve projeleri olarak görmektedir (Sagawa ve Segal, 2000; Waddock, 1998). Üçüncü gruptaki araştırmacılar ise sosyal girişimciliği sosyal problemlerin azaltılması ve sosyal dönüşümün harekete geçirilmesi olarak tanımlamışlardır (Alvord ve diğ, 2004).

2.1.1.1 Sosyal etki yaratma açısından sosyal girişimcilik

Sosyal girişimciler sosyal sektörde sosyal değişimi meydana getirmektedirler. Sosyal girişimler sosyal değer yaratma ve toplumsal sorunları çözme konusunda yenilikçi çözümler ortaya koymaktadır (Dees, 1998).

Sosyal girişimciliğin özellikleri şu şekilde belirtilmiştir (Dees, 1998):

- Sürdürülebilir sosyal değer yaratan bir misyona sahip olmak,
- Sosyal misyonları doğrultusunda yeni olanakları bıkmaksızın keşfetmek ve ortaya çıkarmak,
- Sürekli bir yenilikçi ve öğrenen bir sürecin içinde olmak,
- Eldeki kaynaklarla cesaretle yeni şeyler yaratmak
- Yardım ve kaynak bulmada bitmeyen bir sorumluluk duygusunun olması ve kazanç sağlaması

Sosyal sektör girişimcilerinde bu tanımların olması gerektiği söylenmektedir. Bu özellikleri en çok taşıyan girişimci sosyal girişimci özelliğe o kadar yakın

olmaktadır. Sosyal girişimcilik girişimci bir bakış ile sosyal misyonun bir araya gelmesidir (Dees, 1998).

Mair ve Marti (2006) sosyal girişimciliği sosyal ve ekonomik olarak değer yaratan küresel bir pratik olarak tanımlamıştır. Sosyal girişimcilik sosyal bir değişim meydana getirmek ve sosyal ihtiyaçlara cevap vermek için kaynakların yenilikçi bir biçimde bir araya getirilmesi olarak tanımlanmıştır. Sosyal girişimciliği tanımlarken 3 varsayım üzerinden tanım yapmışlardır. Bunlardan birincisi kaynakların yeni yollarla bir araya getirilerek sosyal değer yaratma sürecidir. İkinci; bu kaynaklar bir araya gelerek sosyal değişimi sağlamalı ve sosyal ihtiyaçlara cevap vermelidir. Üçüncüsü ise sosyal girişimcilik yeni ürün ve servis sağlasa da yeni bir organizasyonun kurulması da demektir (Mair ve Marti, 2006).

Austin ve diğ. (2006) sosyal girişimciliğin yeterince keşfedilemediği ve daha fazla teorik ve pratik olarak incelenmesi gerektiğini savunmaktadırlar. Sosyal girişimciliği kar amacı gütmeyen kuruluşlar, şirketler ve kamusal organlar ile karşımıza çıkan yaratıcı, sosyal değer yaratan aktiviteler olarak tanımlamışlardır (Austin ve diğ, 2006). Austin ve diğ. (2006)'nin yaptığı tanımda sosyal girişimciliğin 3 unsuru karşımıza çıkmaktadır:

- Yenilik: Sosyal girişimcilik ile yeni bir şey üretildiği için yaratıcı bir süreç içermektedir.
- Sosyal değer yaratma: Sosyal girişimciliğin ticari girişimcilikten farklı olarak sosyal değer yaratma amacıyla olması anlatılmaktadır.
- Sektör (alan): Sosyal girişimcilik alan fark etmeksizin tüm sektörlerde ve sektörler arası işbirliği içinde ortaya çıkabilir (Austin, 2006).

Dünyada ve Türkiye’de pek çok üyesi bulunan sosyal girişimcilik ağı ASHOKA’nın sosyal girişimlerin yarattıkları etkisini belirledikleri çalışmalarda 5 alanda etki yaratıldığı görülmüştür. Bunlar;

- Piyasa dinamikleri ve değer zinciri ile; mal ve hizmetlere erişim arttı, yeni pazarlar yarattı, değer olmadığı bir alanda değer üretildi, yoksullar için gelir yaratıldığını açıklamışlardır.

- Kamu politikası ve sektör standartları ile; yasa tasarısı hazırlayarak, tanıklık ve araştırma yaparak, vatandaşları harekete geçirerek etki yarattıklarını belirtmişlerdir.
- Sosyal içerme ve empati ile dışlanmış grupları toplumla bütünleştirerek ulusal düzeyde etki yaratmışlardır.
- Maddi kazanç ve sosyal fayda birlikteliği ile; kar getiren unsurlar oluşturma ve ticari işletmelerle ortaklık sağlama etkisi elde edilmiştir.
- Fark yaratma kültürü boyutu ile de ulusal düzeyde bir farkındalık elde edilmiştir.

2.1.1.2 Ticari kuruluşlar ile sosyal etki yaratma açısından sosyal girişimcilik

Sosyal girişimcilik kavram olarak ilk ortaya çıktığında yalnızca kar amacı gütmeyen örgütlerin faaliyetleri olarak değerlendirilse de, kurumsal sosyal yenilikçilik ve sorumluluğu içeren stratejiler ile de ilgili olduğu için kar amacı güden ticari örgütleri de ilgilendirdiği belirtilmektedir (Thompson, 2002). Firmaların sosyal sorumluluk ve sosyal yenilik stratejilerine karşı önemi arttıkça gelirlerinin bir kısmını sosyal sorunların çözümü için kullanmaktadırlar. Bu nedenle de kar amacı güden şirketlerin de sosyal girişimcilik kavramının içinde yer alacağı öngörülmektedir.

Emerson ve Twersky (1996) sosyal girişimciliğin, ticari girişimlerin sonunda ortaya çıkan sosyal etki olarak tanımlamışlardır. Bu açıdan bakıldığında, girişimciler iş ile ilgili bilgilerini ve yeteneklerini ortaya koyarken sonucunda da sosyal bir amaç elde etmek istemektedirler (Emerson ve Twersky, 1996). Kar amacı gütmeyen şirketler ile ticari şirketlerin de ortaklık sağlayarak sosyal bir amaç için bir araya geldiği görülmektedir. Kar amacı gütmeyen kuruluşlar bir istihdam ve servis sağlarken, ticari işletmeler de bağışlar ve destekler ile sosyal bir amacı desteklemiş olurlar (Alvord ve diğ, 2004).

2.1.1.3 Sosyal dönüşümü hızlandırıcı etki yaratma açısından sosyal girişimcilik

Alvord ve diğ. (2004) sosyal girişimciliği, sosyal sorunları hafifleten ve toplumsal dönüşümü kolaylaştıran aktiviteler olarak nitelendirmektedirler. Sosyal girişimcilik örnekleri yarattığı sosyal etkiler ile toplumda değişikliklere sebep olmaktadır. Sosyal dönüşümün gerçekleştirilmesi açısından bakıldığında, sosyal girişimler kısa vadede

küçük değişikliklere sebep olsa da uzun dönemde büyük değişikliklerin görülebileceği savunulmaktadır (Alvord ve diğ, 2004).

Sosyal dönüşümü kolaylaştıran sosyal girişimcilik farklı sosyal ihtiyaçlarla baş edebilmek için yenilikçi yaklaşımlar olarak ortaya çıkmışlardır (Peredo ve McLean, 2006). Sosyal girişimcilik belli kurumlarla sınırlanmayan, sosyal değer yaratan her grubun sosyal girişimcilikle ilgili çalışmalar yürütebileceğini ve böylelikle sosyal sorunları azaltan ve toplumsal dönüşümü meydana getiren aktiviteler olarak tanımlanmıştır (Light, 2005; Mair ve Marti, 2006).

Yapılan sosyal girişimcilik tanımlamalarına ek olarak Çizelge 2.1’de kronolojik sıralama ile farklı sosyal girişimcilik tanımları verilmiştir. Tablo oluşturulurken Llewellyn ve diğ. (2000)’nin oluşturduğu kronojik tablo kullanılmıştır. Aslan ve diğ. (2012)’nin son yıllardaki çalışmaları da eklediği tablosu ile birleştirilmiştir. Güler (2008)’in kurumların sosyal girişimcilik tanımları tablosundan da yararlanılmıştır.

Çizelge 2.1: Sosyal girişimcilik tanımları (Llewellyn ve diğ, 2000; Aslan ve diğ, 2012; Güler, 2008).

Yazar (Yıl)	Çalışmanın Amacı	Tanım
King ve Roberts (1987)	Kamu sektörü girişimcilerinin devlet politikalarına olan etkisini tanımlamaktadır.	Sosyal girişimcilik yenilik ve liderlik özellikleri ile tanımlanmıştır.
Waddock & Post (1991)	Sosyal girişimcilerin kim olduklarını ve ne yaptıklarını açıklamaktadır.	Bir kamu kuruluşu yaratarak veya mevcut bir kuruluşu düzenleyerek, yetersiz olan kamu kaynaklarını düzenlemek olarak açıklanmıştır.
Henton ve diğ. (1997)	Sivil girişimciliğin, toplumsal gelişime sağladığı katkıyı vurgular.	Sivil girişimciler fırsatları belirleyerek, bunları kolektif iyilik için kullanırlar.
Leadbeater (1997)	Sosyal girişimlerin hizmet aracı olarak kullanılması ile Birleşik Krallık’ın refah devleti olup olmamasını araştırır.	Az yararlanılan kaynakları kullanarak giderilmeyen sosyal ihtiyaçların karşılanması olarak ele alınmıştır.
Cornwall (1998)	Düşük gelirli topluluklarda girişimcilerin yarattığı sosyal etkiyi tanımlamaktır.	Sosyal girişimciler toplulukları geliştirmek için gerekli sosyal sorumluluklara sahiptir.
Dees (1998)	Sosyal girişimciliğin tanımını yapmaktır.	Sosyal girişimciliğin sosyal değer yaratma, yeni fırsatların peşinde olma, yenilik, var olan kaynaklarla yetinememe ve sorumlulukla ilgili 5 önemli boyutundan bahsetmiştir.
Prabhu (1998)	Sosyal girişimsel liderliğin araştırılmasıdır.	Girişimci örgütlerin temel misyonu sosyal değişim yaratmak ve hitap ettikleri grubu geliştirmektir.
Wallace (1999)	Sosyal amaçlı işletmelerin toplumun kalkınmasındaki rolü incelemektedir.	Girişimciler toplumlarını geliştirmek için sosyal sorumluluğa sahiptirler.
Thompson, Alvy, & Lees (2000)	Özel sektördeki sosyal girişimciliğin incelenmesidir.	Sosyal sermayeyi geliştirmek amacıyla yeni ve farklı yolların denenmesidir.

Çizelge 2.1 (devam): Sosyal girişimcilik tanımları (Llewellyn ve diğ, 2000; Aslan ve diğ, 2012; Güler, 2008).

Fowler (2000)	Sürdürülebilirlik ve sosyal yarar amacındadır.	Sosyal girişimcilik, sosyal fayda üreten ve bunun sürdürülebilirliğini sağlayan sosyal ve ekonomik yapı, ilişki, kurum, örgüt ve uygulamalar yaratmaktır.
Canadian Centre for Social Entrepreneurship (2001)	Sosyal girişimciliği genel olarak ele alırken özellikle küreselleşmenin etkisine bakar.	Yenilikçi girişimlerin özel, kamu ve gönüllü sektörlerde yükselişe geçmesi ve hem sosyal hem ekonomik anlamda geri dönüşü olduğundan bahseder.
Hibbert ve diğerleri (2001)	Tüketicilerin sosyal girişimsel inisiyatiflerine yönelik tutumlarını ölçmektedir.	Girişimciliğin kar amaçlı değil sosyal sonuçlar sağlayacak şekilde kullanılması ve kar elde eden şirketin bunu dezavantajlı gruplar için kullanmasından bahseder.
Sullivan Mort ve diğ. (2003)	Sosyal girişimciliği çok boyutlu bir biçimde ele almak amacındadır.	Yeni sosyal örgütlerin kurulmasını ve mevcut olanlarda ise yenilikçilik ve fırsatların aranmasından bahsetmektedir.
Alvord ve diğ. (2004)	Sosyal dönüşümü gerçekleştiren başarılı sosyal girişimcilik faktörlerini araştırmaktır.	Normal ticari işletme kriterlerinin dışında yenilikler yaratarak sosyal sorunlara yönelmek ve sosyal etki yaratmaktan bahsetmektedir.
Tan ve diğ. (2005)	Sosyal girişimciliğin başkalarının yararına olan formunu incelemek amacındadır.	Sosyal girişimcilik kendi yararını düşünmenin yanında toplumun belli bir kesimi için yarar sağlama sürecidir.
Light (2005)	Sosyal girişimciliğin alanını ve herkese hitap edip etmediğini bulmak amacındadır.	Sosyal girişimcilik önemli sosyal sorunları ele alan, toplumda büyük çaplı değişime neden olan sürdürülebilir anlayışı benimseyen birey, grup, örgüt ve oluşumlardır.
Weerawardena ve Mort (2006)	Sosyal girişimciliği çok boyutlu ele alıp kuram oluşturma amacındadır.	Sosyal girişimcilik; kar amacı gütmeyen örgütlerin fırsatları kullanarak sosyal bir değer yaratmayı hedeflemektedir.
Mair ve Marti (2006)	Sosyal girişimciliğin kavramsal olarak incelenmesi amacındadır.	Sosyal ihtiyaçları gidermek ve sosyal değişimi sağlamak amacıyla farklı kaynakları bir araya getirip bunları yenilikçi biçimde kullanarak fırsatları değerlendirme sürecidir.
Peredo ve McLean (2006)	Sosyal girişimcilik kavramını açıklamaktır.	Sosyal girişimcilik tamamen ve belirgin bir biçimde sosyal değer yaratmaktır.
Robinson (2006)	Sosyal girişimcilik kavramını açıklamaktır.	Sosyal girişimcilik sosyal sorunları belirleyen ve bu sorunların çözümü için yeni ve farklı yollar ortaya koyan, yarattığı sosyal etkinin ve iş modelinin sürdürülebilirliğini sağlayan; sosyal amaç odaklı kar amacı güden ya da kar amacı gütmeyen işletme odaklı bir örgüt yaratma sürecidir.
Martin ve Osberg (2007)	Girişimcilik ve sosyal girişimcilik farklarını ortaya koyarak sosyal girişimcilik vakalarının incelenmesidir.	Sosyal girişimcilik toplumun bir kısmının kendi yararına dönüşümünü yapacak finansal veya politik güce sahip olamayan dışlanan ve kesimi belirlemek, sosyal değer sağlayacak yaratıcılık ve cesaret gösteren, hedeflenen grubun potansiyellerini ortaya çıkaran kalıcı ve dengeli bir ekosistem oluşturmaktadır.

Çizelge 2.1 (devam): Sosyal girişimcilik tanımları (Llewellyn ve diğ, 2000; Aslan ve diğ, 2012; Güler, 2008).

Yazar (Yıl)	Çalışmanın Amacı	Tanım
Chell (2007)	Sosyal girişimciliği anlamak amacıyla.	Sosyal girişim; sürdürülebilirliği sağlamak için yaratılan refah ve sosyal değeri tekrardan yatırım fırsatına çevirip sürekliliği sağlamaktadır.
Zahra ve diğ. (2008)	Sosyal girişimciliğin oluşmasına ve küreselleşmesine katkıda bulunan güçlerin açıklanmasıdır.	Yeni girişimler meydana getirerek ya da var olan oluşumlarda sosyal refahı artırmak adına keşfetmeyi ve fırsatları görmeyi üstlenen aktivite ve sürecin bütünüdür.
Bloom ve Chatterji (2009)	SCALE adında sosyal etki ölçeği geliştirmişlerdir.	Sosyal girişimler sorunları belirleyen ve bunlarla ilgili değişim ortaya koyan sosyal problemleri azaltmak için oluşturulan yeni örgüt ve programlardır.
Marshall (2011)	Kar amacı güden oluşumların sosyal girişimcilik boyutları ele alınmıştır.	Sosyal girişimler kaynak ülkede sosyal misyonu gerçekleştirecek hizmeti oluşturup, alıcı ülkeye ulaştırarak fayda sağlar.
Kurumların Sosyal Girişimcilik Tanımları		
Duke University, The Fuqua School of Business, Center for the Advancement of Social Entrepreneurship		Sosyal girişimcilik, fırsatları görüp verimli bir biçimde kullanan sosyal değer yaratan süreçtir.
Harvard University, Harvard Business School, Social Enterprise Initiative		Yenilikçi ve sosyal değer yaratan kar amacı gütmeyen kuruluş, özel veya kamu sektöründe görülen faaliyetlerdir.
Oxford University, Said Business School, The Skoll Center for Social Entrepreneurship		Optimum sosyal ve çevresel etkiyi sağlamak amacıyla dinamik yönetim stratejilerini kullanan faaliyetlerdir.
Ashoka		Toplumsal sorunlara etkin ve kalıcı çözümler getirip, büyük ölçekli değişim için yenilikçi fikirler ortaya koyar.
Schwab Foundation for Social Entrepreneurship		Özellikle dışlanmış ve yoksulları önemseyen toplumun yararına olan yenilikçi ve sürdürülebilir yaklaşımlardır.
Skoll Foundation		Sosyal girişimciler insanlığın yararına çalışan toplumun değişim araçlarıdır.
Global Entrepreneurship Monitor (Dünya Girişimcilik Platformu)		Sosyal bir amaçla ortaya çıkan, elde edilen karın girişimin veya faaliyetin tekrardan yatırıma dönüştüğü faaliyetlerdir.

Tüm tanımların ortak noktası ise sosyal girişimcilik kişisel ve kurumsal kar elde etmek yerine sosyal değer yaratmayı amaçlayan ve yenilikçi çözüm olanakları sunan bir olgudur (Austin ve diğ, 2006).

Bu çalışmada ise sosyal girişimcilik; *toplumun farklı ihtiyaçlarını çözmeyi amaçlayan, sosyal bir vizyon, strateji ve çalışma şekline sahip, yenilikçi çözümleri girişimci bakış açısıyla ele alan, kar amacı gütmeyen kuruluşlar, platformlar, vakıflar, dernekler ve kooperatifler aracılığıyla sürdürülebilir sosyal değer yaratmak şeklinde ele alınmıştır.*

2.1.2 Sosyal Girişimciliğın Faaliyet Alanı

2.1.2.1 Sektörlere göre

Sosyal girişimciliğın sektörleri konusunda pek çok görüş bulunmaktadır. Sosyal girişimlerin kar amacı gütmeyen kuruluşların faaliyetleri olduğunu savunanların yanında, ekonomik fayda sağlayan işletmelerin sosyal politikalardaki sürdürülebilirliği de sosyal girişim olarak görülmektedir. Sosyal girişimciliğın hangi sektörde olduğu konusunda bazı araştırmacılar, kar amacı gütmeyen örgütlerin yürüttüğü aktiviteler olarak tanımlamaktadır (Prabhu, 1999; Thompson, 2002; Spear, 2006). Dees (1998)'e göre de sosyal girişimler kar amacı gütmeyen yenilikçi girişimleri, sosyal amaçlı iş girişimlerini ve melez kuruluşları içermektedir. Fakat sosyal girişimlerin kar amacı gütmeyen örgütlere dahil olduğunu savunmaktadır (Dees, 1998). Sosyal girişimcilik kavramının ilk ortaya çıktığı zamanlarda kuruluş amacının kar elde etmek olmadığı ve sosyal fayda sağlamak amacı güttüğü gerekçesiyle kar amacı gütmeyen kurumların yürüttüğü faaliyetler sosyal girişimcilik olarak tanımlanmıştır.

Bazı araştırmacılar ise bunun anlamını kısıtlayacağını ve bazı ticari şirketlerin de sosyal bir amaç gütmesi nedeniyle sosyal girişimciliğe dahil olabileceklerini savunmaktadırlar. Sosyal girişimcilik sadece kar amacı gütmeyen sektör bazında düşünüldüğünde kavramın faaliyet alanını daralacağından özel sektörde de uygulama alanı bulan sosyal girişimci hareketlerin olabileceği savunulmaktadır (Post, 2006: 27; Naumes ve diğ, 2002: 10; Thompson, 2002). Sosyal girişimcilik, sosyal yenilikçilik ve sosyal sorumluluk kavramları ile de ilgili olduğu için kar amacı güden kurumları da ilgilendirdiği belirtilmiştir (Thompson, 2002; Tan ve diğ, 2005; Marshall, 2010). Kar amacı güden kurumlar sosyal sorumluluk projelerine önem vermektedir. Bu projeler sonucunda elde edilen karın tekrardan sosyal fayda sağlamak için kullanılması bu kuruluşların da sosyal girişimler olarak adlandırılmasına neden olmaktadır (Aslan ve diğ, 2012; Dees, 1998).

Sosyal girişimler pek çok alanda faaliyet göstermektedir. Bunlar topluma duyarlı olan kar amacı güden işletmeler, sosyal amaçlarla kurulmuş ve işletme olarak devam eden sosyal girişimler ve gönüllü sektördür (Thompson, 2002). Şekil 2.1'de görüldüğü gibi sosyal girişimcilikte pek çok sosyal ve ticari uygulama bir araya gelmektedir. Bu nedenle aralarındaki ilişki devamlı ve aralıksız bir düzen içindedir.

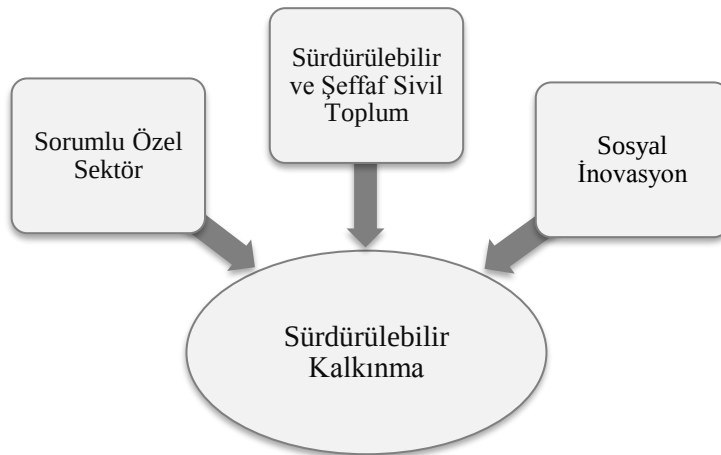
Sosyal girişimler kar elde eden ticari kurumlar ile gönüllülük ile yönetilen sosyal hizmetler sağlayan sivil toplum kuruluşlarının arasında bulunmaktadır. Çoğu sosyal girişim profesyonel personel istihdam etmekte ve gelir sağlayıcı hizmetler sunmakla birlikte, pek çok sosyal soruna müdahalede bulunmaktadır (Ersen ve diğ, 2010).



Şekil 2.1 : Sosyal girişimciliğin faaliyet alanı (Ersen ve diğ, 2010).

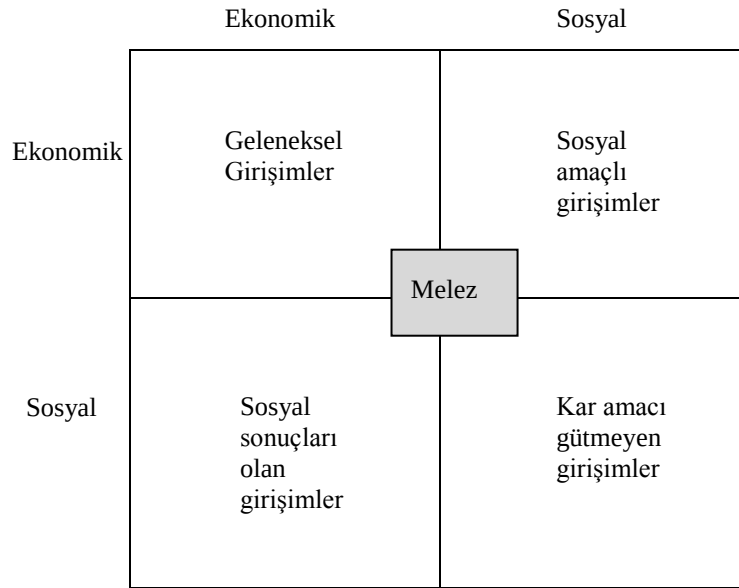
Sosyal girişimciliğin kar amacı gütmeyen kuruluşa mı dahil olduğu yoksa kar amacı güden kuruluşların da olabileceği tartışılırken her iki kurumun da sınırlarının belirsizleştiği gözlemlenmektedir.

Şekil 2.2’ de görüldüğü gibi özel sektör ve sivil toplum sosyal konularda yenilikçi ve sürdürülebilir fikirler üreterek sürdürülebilir bir kalkınmayı hedeflemektedirler. Kar amacı gütmeyen kuruluşlar sosyal amaçları doğrultusunda gelir getirici faaliyetlerde bulunan kuruluşlar açarken, kar amacı güden kuruluşlar da elde ettikleri karın bir kısmını sosyal amaçlar için kullanmaktadırlar. Her iki durumda da, ticari faaliyetler sosyal amaçları yerine getirmek üzere kullanılmaktadır (Alvord ve diğ, 2004; Austin ve diğ, 2007).



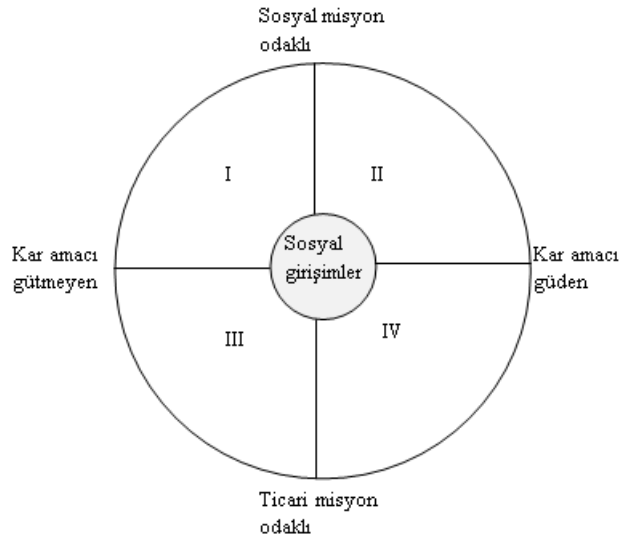
Şekil 2.2 : Sosyal girişimciliğin kapsadığı sektörler (Titiz, 2012).

Neck ve diğ. (2009) sosyal girişimleri faaliyet alanlarına göre gruplarken misyon ve çıktılar olarak ele almışlardır (Aslan ve diğ, 2012). Şekil 2.3'te görüldüğü gibi misyon ve çıktılar doğrultusunda; ekonomik ve sosyal olmasına göre gruplayarak 4 tip ve bir de melez sosyal girişim kuruluşu belirlemişlerdir. Bunlar; sosyal amaçlı girişimler, geleneksel girişimler, sosyal sonuçları olan girişimler, kar amacı gütmeyen girişimler ve melez formlar olarak sosyal girişimlerin tipolojilerini belirlemişlerdir. Sosyal amaçlı girişimlerin kuruluş amacı kar odaklı olup sosyal bir sorunu çözmek üzere kurulmuşlardır. Geleneksel girişimler ise ekonomik odaklı olup, kar amacı gütmektedirler. Sosyal sonuçları olan girişimler geleneksel girişimler gibi olmakla birlikte yalnızca kar amacıyla kurulmuş olup ayrıldığı nokta ise sosyal bir sonuç da elde etmeleridir. Melez formlar ise birkaç özelliği bir arada bulunduranlar için kullanılmaktadır. Sosyal amaçlı girişimler ve kar amacı gütmeyen girişimlerin sosyal girişimciliğe daha uygun olduğu söylenmiştir (Neck ve diğ, 2009).



Şekil 2.3 : Sosyal girişimlerin türleri (Neck ve diğ, 2009).

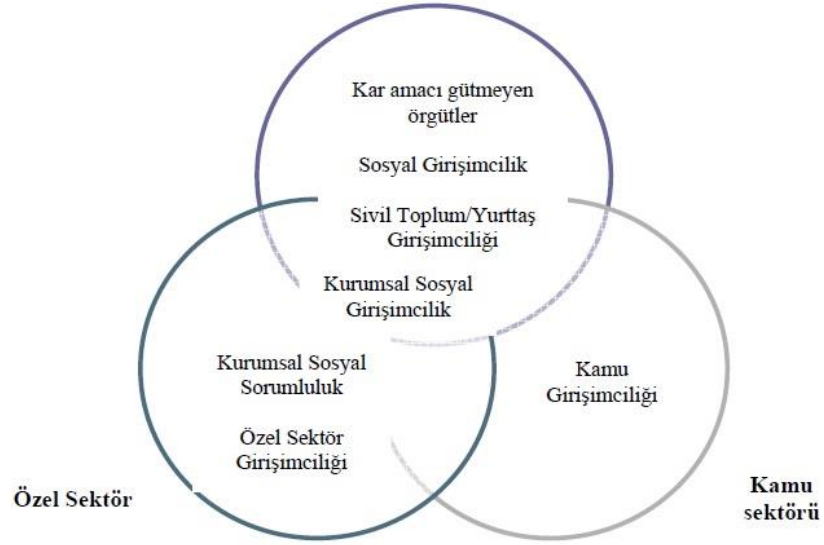
Masetti (2008), sosyal girişimcilik matriksi oluşturarak sosyal girişimlerin misyona yönelme ve kar elde etme süreci ile anlamlandırıldığını belirtmiştir (Aslan ve diğ, 2012).



Şekil 2.4 : Sosyal girişimcilik matrisi (Masseti, 2008).

Şekil 2.4'te de görülebileceği gibi matrikste 4 kadrana bulunmaktadır ve 1. Kadranda geleneksel kar amacı gütmeyen örgütler bulunmaktadır. Geleneksel kar amacı gütmeyen kurumlar sosyal amacı olan kar elde etme amacıyla olmayan, aidat, hibe ve bağışlarla giderlerini karşılayan kuruluşlar olarak tanımlanmaktadır. 2. Kadrana taşıma noktası kadrana olarak adlandırılmakta olup, sosyal misyonun yanında sürdürülebilirliklerini sağlamak için kar elde etmek zorunda olan kuruluşlardır. 3. Kadrana geçici örgütler kadrana olarak adlandırılmakta ve belli bir süre boyunca fonksiyona sahip kuruluşlardır. Bunlar özel ve kamu sektörü tarafından desteklenen kar amacı gütmeyen kuruluşlardır. 4. Kadrana ise geleneksel işletme kadrana olup kar elde etme amacıyla olan kuruluşlardır. Sosyal girişimler bu kadrana herhangibirinde yer alabilmektedir (Masseti, 2008).

Güler (2008), sosyal girişimleri çoğunlukla kar amacı gütmeyen sektör olarak değerlendirirken, Şekil 2.5'ten görülebileceği gibi diğer sektörlerle ilişkisini göstermiştir.



Şekil 2.5 : Sosyal girişimciliğin sektörleri (Güler, 2008).

Sonuç olarak, sosyal girişimcilik çoğunlukla kar amacı gütmeyen kuruluşların faaliyetleri olarak görülseler de kamunun sosyal politikaları ve bazı kar amacı güden şirketlerin sosyal faaliyetlere yaptığı yatırımların bütünü sosyal girişimciliği oluşturmaktadır.

2.1.2.2 Amaçlarına göre

Sosyal girişimlerin amaçlarına göre sınıflandırılmasında da pek çok farklı görüş bulunmaktadır. Bu tanımların ortak noktası ise; sosyal girişimler yalnızca sosyal amaç güden değil, aynı zamanda girişimcilik faaliyetlerinde de bulunan oluşumlardır. Şekil 2.6’da görüldüğü gibi Huber (2004), sosyal girişimleri yüksek düzeyde girişimcilik performansına sahip, temel iş amacı sosyal etki yaratmak olan örgütler olarak belirtmiştir (Güler, 2008’de atıfta bulunulduğu gibi). Geleneksel kar amacı güden örgütler diğerlerinden çok farklı konumlanmışlardır, çünkü kar elde etmek amacındadırlar. Geleneksel kar amacı gütmeyen örgütlere bakıldığında da sosyal girişimlerden farklı bir konumda bulunmaktadırlar. Çünkü geleneksel kar amacı gütmeyen örgütler de sosyal etki amacıyla olsalar da girişimcilik faaliyetleri olarak bakıldığında sosyal girişimlerden farklılık göstermektedirler.



Şekil 2.6 : Sosyal girişimlerin iş amacına göre sınıflandırılması (Güler, 2008).

Sosyal girişimciliğin sosyal fayda yaratmak amacıyla olduğunu ve bunu farklı sosyal amaçlara göre gruplayıp örneklendirerek açıklayan Peredo ve McLean (2006), Çizelge 2.2’de de görüldüğü gibi örgütleri tamamen sosyal amacı olandan ve sosyal amacı ikincil olarak ele alana doğru sıralamışlardır.

Çizelge 2.2: Sosyal girişimciliğin amaçlarına göre çeşitlenmesi (Peredo ve McLean, 2006).

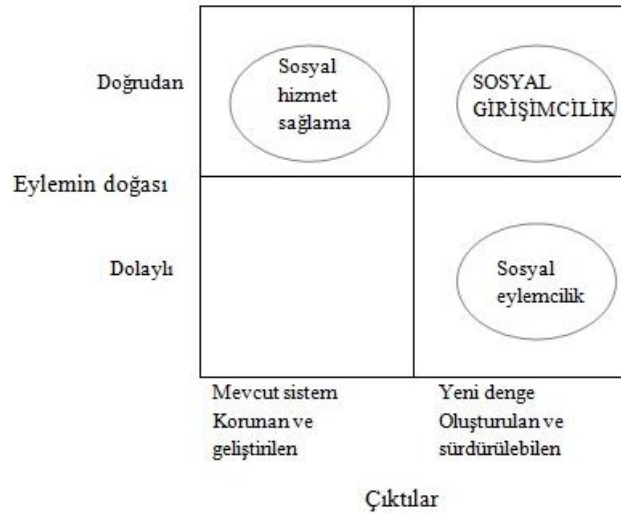
Sosyal Amacın Şekli	Ticari amaç	Örnek
Tamamen sosyal amaçlı örgütler	Ticari bir yapılanma yok	Sivil toplum örgütleri
Tamamen sosyal amaçlı örgütler	Kısmen ticari yapılanma görülmektedir. Kar sosyal yarar (bütünleşmiş kar) ya da örgütün desteklenmesi (tamamlayıcı kar) için kullanılmaktadır.	Gramen Bankası (bütünleşmiş kar) Baskı, soğuk depo faaliyetleri ve giyim fabrikası olan Bangladeş Kırsal Gelişim Komitesi (tamamlayıcı kar) Newman’s Own
Başlıca amacı sosyal olan örgütler	Ticari yapılanma görülür. Karın bir kısmı girişimci ve destekçilere verilmektedir.	Missouri Evde Bakım Vakfı, Ciudad Salud (Sağlıklı Şehir)
Sosyal amacı diğer amaçlar arasında belirgin olan örgütler	Ticari yapılanma görülür. Girişimci için kar elde etmek önemlidir.	Ben & Jerry’s Dondurmaları
Diğer amaçlar arasında sosyal bir amaç da bulunan fakat ikincil öneme sahip örgütler	Girişimciler ve diğer yatırım yapanlar için kar elde etmek temel amaçtır.	Sosyal pazarlama. Bankalar gibi büyük kuruluşlar sosyal amaçlar üstlenir.

Üstte, tamamen sosyal amaçlı olan örgütler sivil toplum örgütü olarak açıklanmıştır. Sosyal girişimler ise bir altta bulunan başlıca amacı sosyal olup kısmen ticari yapılanmanın görüldüğü grup olarak açıklanmıştır. Sosyal girişimler tamamen sosyal amaç gütmeyip ticari faaliyetlerde de bulunmaktadır.

2.1.2.3 Eylemlerine göre

Martin ve Osberg (2007), sosyal hizmet sağlama, sosyal eylemcilik ve sosyal girişimcilik kavramlarını inceleyerek, doğrudan ve dolaylı olarak doğasını ele alıp, eylemlerin çıktılarına göre konumlandırmışlardır.

Sosyal hizmet sağlayıcılar, var olan sistemde geliştirdikleri bir takım sosyal projeler ile doğrudan bir etkiye sahiplerdir. Sosyal girişimcilik ise yenilikçi ve doğrudan bir etkiye sahiptir. Yeni ve sürdürülebilir bir etkiye sahip olmaları sosyal girişimlerin toplumda değişimlere sebep olan bir etkiye sahip olduğunu göstermektedir. Sosyal eylemciler ise toplumu harekete geçirip sosyal sorunlara müdahalede bulunsalar da yenilikçilik hususunda sosyal girişimlerden ayrılırlar.



Şekil 2.7 : Sosyal sorunlarla ilgilenme şekilleri (Martin ve Osberg, 2007).

Şekil 2.7’den de anlaşılacağı gibi sosyal sorunları ele alan kavramlar birbirinin aynısı gibi gözükse de ortaya konan eylemler ve çıktıları konusunda küçük farklılıklara sahiptirler.

2.1.3 Ticari Girişimcilik ile Sosyal Girişimciliğin Farkları

Sosyal girişimcilik ticari girişimciliğin bir boyutu olarak değerlendirilse de bazı yönleri ile farklılıklar oluşturmaktadırlar. Ticari girişimler herhangi bir hizmetin ekonomik olarak getirileri ile ilgilenirken, sosyal girişimler bunun daha çok yarattığı sosyal değişimler ile ilgilenmektedir (Reyhanoğlu ve Akın, 2012).

Ticari girişimlerin çıkış amacı yeni bir iş yaratmak olması nedeniyle aslında toplumda istihdamı sağlayarak istihdam olanağı sunmaktadırlar. Aynı zamanda

sosyal bir etki yaratan girişimlerde bulunsalar da sosyal etki ikincil amaçları olduğu için sosyal girişimci olarak sayılmamaktadır (Prabhu, 1999). Sosyal bir etki yaratarak sosyal sektörde değişime sebep olmak ve sosyal bir misyona doğrultusunda faaliyetlerde bulunmak sosyal girişimciliğin temel tanımlarındandır (Harding, 2004). Sosyal girişimcilikte misyon, değer ve temel görüşler sosyal amaçlıdır ve oluşumların tüm faaliyetleri bu doğrultuda belirlenmektedir (Güler, 2008).

Alvord ve diğ. sosyal dönüşümü sağlamada yardımcı olan sosyal girişimcileri; kardan çok sosyal değer yaratmayı amaç edinip bunun sürekliliği için yeni fırsatların peşini hiç bırakmayan, sürekli yenilik ve öğrenme çabasında bulunana, elde olan kaynakları verimli şekillerde kullanan ve kaynak bulma konusunda fikirler geliştiren, hitap ettikleri gruba karşı yüksek bir sorumluluk duygusuna sahip kişiler olarak tanımlamışlardır (Alvord, 2004). Sosyal girişimler ihtiyaç karşılamaktansa ihtiyacı giderme yönünde çalışmaktadırlar.

Sosyal girişimlerde yaratılan etki genellikle niteliksel olarak elde edilir ve etki gözlemlenerek ölçülür, fakat ticari girişimlerde ise niceliksel olarak ölçülmektedir (Dees ve diğ, 2004).

Sosyal girişimcilikte amaçların sürdürülebilirliği için yeni amaçlar oluşturulur ve yeni fırsatlar takip edilir. Ticari girişimlerde ise devamlılık sağlamak adına yeni amaçlar belirlemek gerekmez. Sosyal girişimciliği hayırseverlikten ayıran fark yenilikçilik ve sürdürülebilirlik için kar elde etmek iken, ticari girişimcilikten ayıran fark ise kişisel kar elde etmek değil toplumsal kar elde etmek amacıyla olmasıdır (Güler, 2008).

Austin ve diğ. girişimciliğin de unsurları olan içerik, bağlam (context), aktör (people/resources), teklif (deal) ve fırsatın (opportunity) bir araya gelmesini ele alarak ticari girişimcilik ile sosyal girişimciliği kıyaslamışlardır. Öncelikle piyasadaki başarısızlığın her iki grubu da farklı şekilde etkileyeceğini savunmuşlardır. Diğer bir farklılık ise ekonomik olarak kar elde etme ve sosyal değer yaratma amaçlarının farklılık göstermesidir. Özellikle finansal kaynağa erişim ve risk alabilme düzeyi her iki girişimci için farklı düzeylerde olacaktır. Son olarak da performans değerlendirmesi ele alınmış ticari girişimcilik daha somut ve niceliksel iken, sosyal girişimcilik ise maddi olmayan çıktıların elde edildiği faaliyetlerdir (Austin ve diğ, 2006).

Çizelge 2.3: Sosyal girişimcilik ve ticari girişimcilik farkları (Llewellyn ve diğ, 2000; Güler, 2008).

Kategoriler	Sosyal Girişimcilik	Ticari Girişimcilik
Motivasyon	Sosyal değer yaratarak hitap ettiği grubun gelişimini sağlamak.	Yeni bir iş kurup finansal olarak kar elde etmek.
Karar ve Risk	Toplumsal ve sosyal ihtiyaçları karşılamak amacıyla risk alınır.	Kişisel kar elde etmek için risk alınır.
Yapılan İş	Kamu kurum ve kuruluşları ile İletişim içinde iş birliği yapılmaktadır.	Finansal kısıtların üstesinden gelmek. Endüstri ağı içinde iş birliği yapmak.
Kar Özellikleri	Sosyal sermaye yaratmak ve sosyal sorunlara çözüm üretmek.	Kişisel kar elde etmek ve piyasa odaklı sorunları çözmek.
Yenilikçilik	Az kaynak ile daha çok şey elde etmek. Toplumun kaynaklarını birleştirmek.	Yeni fikirler ve yeni yöntemler keşfetmek.
Fırsat Kollama	Sosyal ihtiyaçlardaki eksiklikleri belirler.	Yeni piyasalara girer. Boşluklar bularak yeni işlerin yerini doldurur.
Temel Değerler	Ekonomik ve sosyal amaçların birbirinden ayrılması. Yerel katılımın ve toplumsal birlikteliğin teşvik edilmesi. Farklılık, yenilik ve yaratıcılık, fırsatları ve kaynakları kollama. Uzun dönemli amaçlara hizmet etme. Değişim yaratma amacı.	Ekonomik kaygılarının olması. Verimlilik, etkinlik, kar düzeyi ve çıktılar önemlidir. Müşterilere ve hissedarlara karşı sorumluluk vardır. Sosyal amaçlı projelere yardım ve hayırseverlikte bulunulur. İş/işletme yaratma amacı.
Örgütsel Çevre	Kurallar çerçevesi dışında işlemektedir.	Değişik biçimlerde prosedür ve kurallara bağlıdır.

Yukarıdaki tabloda da görüldüğü gibi sosyal girişimciliğin ve ticari girişimciliğin girişimciliği ele alış biçimleri pek çok başlık altında farklılık göstermektedir. İkisi arasındaki temel fark sahip oldukları iş amacı ve misyonun farklı olmasından kaynaklanmaktadır. Sosyal girişimcilikte girişimci yaklaşım araç olarak kullanılırken amaç toplumsal odaktır (Ersen ve diğ, 2010).

2.1.4 Sosyal Girişim Örgütlerinin Yapısı

Sosyal girişim; ticari girişimcilik faaliyetlerin araç olarak kullanıldığı sosyal bir amaç ile hareket eden ve elde edilen geliri yine bu sosyal amaç uğruna harcayan işletmeler olarak tanımlanmaktadır. Vakıflar, dernekler, kooperatifler, şirketler, iktisadi işletmeler gibi kuruluşlar sosyal girişim olarak ele alınabilmektedirler (Ersen ve diğ, 2010). Daha sınırlı yapılmış bir tanımlamada sosyal girişimler; kar amacı

olan ve kar amacı olmayan kurumlar arasındaki sınırı belirsizleştiren girişimci yaklaşımları sosyal amaçlarla kullanan örgütler olarak ele alınmışlardır (Haugh, 2005). Haugh (2005) sosyal girişimleri tanımlarken iki önemli unsur üzerinde durmuştur. Bunlardan ilki amacının sosyal olması; ikincisi ise, elde edilen karın işletme sahibi ortaklar arasında paylaşımın yapılmamasıdır.

Sosyal girişimler faaliyet gösterdikleri alanda kalıcı çözüm önerileri sunup bunları yaygınlaştırarak, uzun vadede toplumun da desteğini alarak sistematik bir değişim sürecini hedeflemektedirler. ASHOKA'nın kurucusu Bill Drayton'un da dediği gibi balık vermek ve balık tutmayı öğretmekle yetinmeyip balık endüstrisinde kökten bir değişim yapmayı amaçlamaktadırlar (Aksoy, 2013).

Sosyal girişimler dezavantajlı kesimlerin yoksulluklarının giderilmesi, insan hakları, eğitim, sağlık, çevre, kalkınma, kültür-sanat gibi pek çok farklı alanda toplumsal dönüşümü sağlamayı hedeflemektedirler. Sosyal girişimlerin hedef kitlesi sosyal sorunları olan gruplar olup, girişimler bu sorunlara çözüm üretmektedir. Sosyal girişimlerde çalışanlar ise gönüllü ve ücretli çalışanlar olup onların da temel amaçları bu sosyal sorunlarla ilgilenmektir (Güler, 2008).

Özetle, sosyal girişim örgütlerinin sahip olduğu özellikler şu şekilde sıralanabilir:

- Sosyal bir hedefle kurulmuş ve bu hedefle yönetilen,
- Elde ettiği geliri yeniden toplum için kullanabilen ve bunun piyasada sürdürülebilirliğini sağlamayı başarmış,
- Hitap ettiği kişilere uygun hizmetler sunabilen,
- Üyelerine ve topluma karşı sorumluluk bilincinde olan,
- Çalışan ve gönüllülerinin topluma karşı duyarlılıkları olan,
- Ekonomik, sosyal ya da çevresel etkilere sahip olmasıdır (Bu etkilerin hepsi birden gözlenmeyebilir. Sosyal etkisi fazla iken ekonomik bir getirisi olmayabilir) (Güler, 2008).

Bu çalışmada *sosyal girişimler; ekonomik, sosyal ve çevresel etkilere sahip, kendi sürdürülebilirliklerini idame ettiren oluşumlar/organizasyonlar* olarak ele alınmıştır.

2.1.5 Sosyal Girişimciliğın Bileşenleri

Sosyal girişimler dünyada ve Türkiye’de değişim ve kalkınma aracı olarak görülmektedir. Artan sosyal problemler nedeniyle bunların bir     m aracı olarak görülen sosyal girişimler sosyal amaçları doğrultusunda; fırsatları gören, yenilikçi olup kaynaklar yaratan ve böylelikle sosyal bir etki meydana getiren oluşumlar olarak görülmektedir.

Weerawardena ve Mort (2006)  alışmalarında sosyal misyon, yenilikçilik, proaktiflik, çevresel dinamikler, risk yönetimi, sürdürülebilirlik, ve fırsatarama gibi unsurları sosyal girişimciliğın boyutları olarak belirlemişlerdir. Bir diğer  alışma Hervieux ve diğ. (2010) sosyal girişimcilik için önemli olan faktörleri önem sırasına göre şu şekilde belirlemişlerdir: sosyal misyon, sosyo-ekonomik organizasyon, yenilik, sürdürülebilirlik, sosyal değişim, fırsatlar, otonomi ve risk alma. Bu unsurların hepsi önemli olmasına rağmen sosyal girişim örgütlerinde hepsi aynı oranda görülmeyebilir. Örneğın  evre ile ilgili olan bir girişimde sosyallik boyutu az görülebilir (Hervieux ve diğ, 2010).

Ortak noktalara bakıldığında ise sosyal misyon, sosyal değer/etki yaratma, sosyal girişim fırsatlarını görme, yenilikçilik, sürdürülebilir olma ve yeni kaynaklar yaratma ve sosyal ağları kullanma sosyal girişimciliğın bileşenleri olarak görülmektedir.

Sosyal misyon

Sosyal misyona sahip olma sosyal girişimciliğın kavramlaştırılması için vazgeçilmez bir öneme sahiptir. Sosyal misyona sahip olma sosyal girişimciliği ticari girişimcilikten ayıran önemli bir unsurdur (Mort ve diğ, 2003).

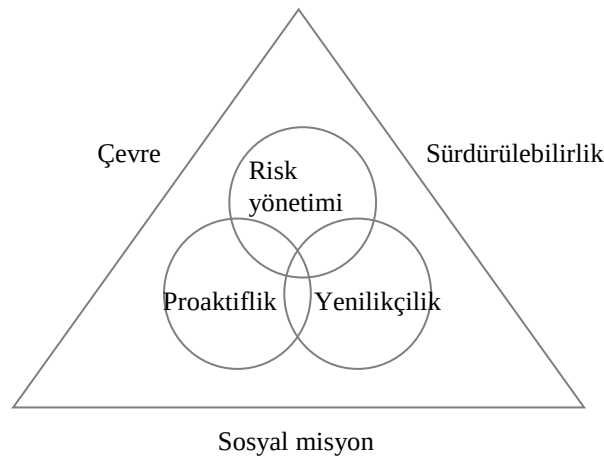
Sosyal misyona sahip olma günümüzde önemli bir konuma sahiptir. Çünkü sosyo-mekansal eşitsizlikler arttı a eski yöntemler yetersiz kalmakta ve uzun soluklu olmamaktadır. Sosyal girişimlerin sosyal misyona sahip olup bu sorunları daha geniş açılardan ele almasını sağlamaktadır. Küçük bir yoldan başlasa dahi sosyal girişimlerin büyük alanlara yayılıp taklit edilmesi ve sürdürülebilir olması değişime neden olacaktır.

Sosyal misyona sahip olma aynı zamanda sorunları ele alış biçimini etkilemekte, fırsatların algılanması ve değerlendirilmesi üzerinde etkili olmaktadır (Dees, 1998).

Sosyal değer/etki yaratma

Sosyal girişimcilik tanımları bölümünde de bahsedildiği gibi sosyal girişimcilik tanımlarının ortak noktası sosyal değer yaratmaktır. Sosyal girişimler sosyal değer yaratma ve toplumsal sorunları çözme konusunda yenilikçi çözümler ortaya koymaktadır (Dees, 1998). Yaratılan bu sosyal değer de toplumda etkiye sebep olmaktadır. Sosyal değer yaratma, toplumda meydana gelen sorunlara karşı çözümler üretme ve böylelikle topluma katkıda bulunmaktır. Dees (1998) sosyal girişimcilerin sosyal misyonları doğrultusunda sosyal değer yaratmak ve bunun sürdürülebilirliğini sağlamalarından bahsetmiştir. Karın bir ölçüt olmadığı sosyal girişimlerin uzun dönemde toplumda yarattıkları etkinin bir belirleyen olduğunu belirtmiştir.

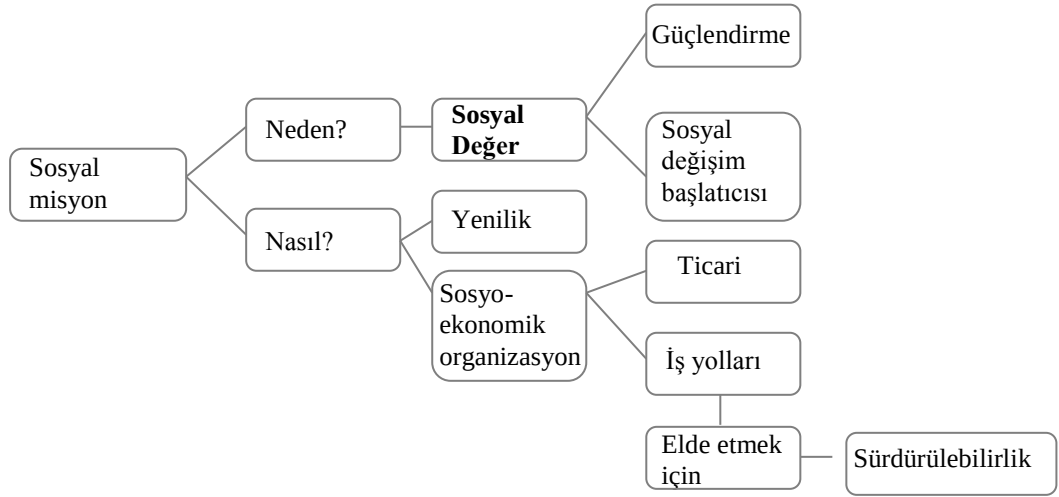
Şekil 2.8’de görüldüğü gibi sosyal etki yaratılabilmesi için çevre, sosyal misyon ve sürdürülebilirlik unsurları ile riskleri yönetmek, proaktif ve yenilikçi düşünmek gerekmektedir.



Şekil 2.8 : Sosyal etki yaratan unsurlar (Weerawardena ve Mort, 2006).

Yaratılan değerın ölçüsü ticari girişimcilikte olduğu gibi kâr ya da müşteri tatmini değil, sosyal etkidir.

Hervieux ve diğ. (2010) yapmış oldukları çalışmada Şekil 2.9’da da görüldüğü gibi sosyal değer elde etme amacıyla belirlenen misyonun sosyal girişimcilik için en önemli kavram olduğunu belirtmişlerdir.



Şekil 2.9 : Sosyal girişimciliğin kavramsal modeli (Hervieux ve diğ, 2010).

Sosyal girişim fırsatlarını görme

Sosyal girişimler problem olarak görülen sorunları fırsat olarak değerlendirebilirler. Toplumda bir gelişim sağlama amacıyla oldukları için bu yönde hareket etmektedirler (Dees, 1998). Böylelikle sosyal girişimler çevresel ve toplumsal olaylara farklı şekilde reaksiyon gösterip fırsatlar yaratabilirler. Mesela ekonomik kriz esnasında toplumsal ve ekonomik pek çok ihtiyaç ve eksiklikler oluşmaktadır. Böyle bir ortamda ihtiyaçları karşılamak amacıyla pek çok sosyal girişim kurulmuştur. Gelişmemiş ya da gelişmekte olan ülkelerde sosyal girişim sayılarının artmasının da bundan kaynaklandığı belirtilmiştir (Kırılmaz, 2014, Besler, 2010'dan aktarılmıştır).

Yenilikçilik

Sosyal girişimcilikte önemli olan bir diğer unsur da sosyal etki yaratmak adına sosyal yenilikler üretmektir. Sosyal sektörde yenilik ürün, hizmet ya da süreç düzeyinde görülebilmektedir (Miller ve Wesley, 2010). Haugh (2007) verdiği bir örnekte ofis mobilyalarını yenileyen ve geri dönüşümün sağlayan bir işletmeden bahsetmektedir. Ofis mobilyalarını değiştirmek isteyen kurumlar ile dernekleri bir araya getirerek hem geri dönüşümü sağlamakta hem de dernekler ve ihtiyacı olanlar için uygun fiyatlı mobilya sağlamaktadır. Ayrıca sağladığı istihdam ile de toplumsal olan bir soruna yenilikçi bir çözüm önerisi sunmaktadır. Bu sosyal girişim yenilikçi bir süreç geliştirerek meydana gelmiştir.

Yenilikçilik yeni bir şey yaratmakla sınırlı olmayıp, var olan bir ürünün yeni yollarla ve yeni bir şekilde üretilmesiyle de açıklanmaktadır (Dees, 1998). Sosyal yenilik sürdürülebilirliği ve rekabeti sağlasa da sosyal girişimler için yeniliğin süreç içerisinde önem kaybetmesinden bahsedilmektedir. Sosyal girişimlerin başlangıçta olmasa da ilerleyen zamanda yenilikçilik özelliğinin aynı düzeyde olmadığı azaldığı söylenmektedir (Spear, 2006).

Sürdürülebilir olma ve yeni kaynak yaratma

Sosyal girişimler kaynak yarattığı sürece sürdürülebilir olmaya devam ederler, sürdürülebilir oldukça da yeni kaynaklara erişebilirler. Kaynak yaratma ve sürdürülebilirlik ilişkili konulardır (Kırılmaz, 2014). Sosyal girişimler sosyal sorunlara odaklanmanın yanında yenilikçi olanaklar yaratarak farklı kaynakları kullanmaktadır. Yeni sosyal anlaşmalar kurarak, kendi kişisel kaynakları ve girişimcilerin sahip olduğu ilişkilerden kaynaklar yaratmaktadır (Thompson, 2002). Bağışlar, üye aidatları, devlet desteği, proje gelirleri, sponsorluklar, uluslararası fonların yanında sosyal girişimler ticari faaliyetlere de yönelerek farklı rekabetçi fırsatlarla da değer yaratmaktadır (Kırılmaz, 2014).

Sosyal girişimler aynı zamanda medya ve iletişimin etkisini kullanarak da kaynakları yönetebilir ve yeni kaynaklara ulaşabilmektedir (Waddock, 1988).

Bir çalışmada sosyal girişimcilerin yararlanacakları kaynaklar eylemcilik, kendine yardım ve hayırseverlik olarak gruplandırılmıştır (Güler, 2008, Hockerts, 2006'dan aktarılmıştır). Eylemcilik ile sosyal girişimciler işletmecileri ve politikacıları etkilemeyi hedeflemekte ve kendilerine uzak ağlara ulaşabilmeyi amaçlamaktadırlar. Kendine yardım ile girişimlerden faydalanan kullanıcıların önemli bir kaynak olduğu düşünülmektedir. Hayırseverlik ise işletme sahiplerinin girişimlere yaptıkları hayır ve diğer yatırımlardır.

Sosyal ağlardan faydalanma

Sosyal girişimciler toplumdaki sosyal ağlardan faydalanarak kolay yoldan kaynak elde etme ve bilgilenme fırsatını yakalamış olurlar (Miller ve Wesley, 2010). Sosyal sermaye sayesinde toplumdaki gömülü bilgi ortaya çıkarken sosyal girişimcilik sağladığı olanaklar ile sosyal sermayenin önemli bir unsuru olan güven ağını da oluşturmaktadır (Lehner ve Kaniskas, 2012).

Sosyal girişimciler yararlanıcılar, yatırımcılar, yöneticiler, farklı yerlerde çalışan gönüllüler ile birlikte çok geniş bir sosyal çevreye ve bunları yönetebilme yeteneğine sahiptir (Kırılmaz, 2014).

2.2 Sosyal Girişimcilik ve Sosyal Etki

Sosyal girişimcilik ile ticari girişimciliği birbirinden ayıran en önemli özelliğin sosyal girişimlerin sahip olduğu sosyal misyon doğrultusunda bir değer yaratma amacıyla olduğundan yukarıdaki bölümlerde bahsedilmişti. Sosyal girişimcilerin öncelikli amaçları kişisel ve kurumsal kardan çok bir değer yaratarak toplumda etki yaratmaktır.

2.2.1 Sosyal değer ve sosyal etki tanımları

Sosyal değer (social value) ve sosyal etki (social impact) birbirleriyle karıştırılan aslında iç içe geçmiş terimlerdir (Yalçın ve Güner, 2015). Sosyal girişimciler aracılığı ile sosyal değer sağlarken bu değerler toplumda bir etkiyi yaratmış olurlar. Sosyal girişimlerin sonucunda meydana gelen değer ölçüsü kar ya da müşteri tatmini değil, sosyal etkidir.

Sosyal değer programların, sivil toplum kuruluşlarının ve sosyal girişimlerin topluma yansıyan etkileri olarak açıklanmaktadır (Wood ve Leighton, 2010). Kar amacı gütmeyen kuruluşlar, sosyal girişimler, ticari şirketlerin sosyal projeleri, kamunun sosyal politikaları ile toplumda olumlu bir sosyal etki yaratılmaya çalışılmaktadır (Yalçın ve Güner, 2015).

Sosyal değer kuruluşların sosyal amaçları doğrultusunda gerekli ihtiyaçları karşılamasıdır (Felicio ve diğ, 2013). Bir proje veya program sonucunda elde edilen toplumsal faydayı incelemektir (Vines, 2013).

Austin ve diğ. (2006)'e göre sosyal değer yaratan sosyal girişimler, sosyal içermeyi hızlandırarak toplumun gelişmesine yardımcı olmaktadır.

Sosyal etki ise genel anlamıyla uygulanan bir proje sonucunda toplumda meydana gelen değişim olarak tanımlanmaktadır. Olumlu ya da olumsuz sonuçlar elde edilmekle birlikte uzun vadede de etkisini gösterebilmektedir. Sosyal girişimler yarattıkları etki ile olumlu bir sonuç almak amacındadır (Yalçın ve Güner, 2015).

Sosyal etki toplumdaki kişilerin yaşamlarındaki eksiklikler ve ihtiyaçları ile ilgili, toplumu ilgilendiren sonuçlar meydana getiren gönüllü, özel ya da kamu kurumlarının faaliyetleri sonucunda oluşan sosyal, kültürel, ekonomik ve çevresel etkileri içermektedir (Yalçın ve Güner, 2015, Esteves ve Vanclay, 2013'ten aktarmadır).

2.2.2 Sosyal etki değerlendirmesi

Ticari girişimcilerin yarattıkları değeri ölçmek için kar zarar oranlarına bakma, ekonomik girdiler gibi pek çok unsur bulunmaktadır. Fakat sosyal girişimcilerin yarattıkları değer toplumun ihtiyaçlarını karşılamaya yönelik olduğu için bu değeri ölçmek de zordur. Bu nedenle de sosyal etkilerinin ölçülmesi beklenmektedir (Ebrashi, 2013).

Sosyal etkinin ölçülmesi ve değerlendirilmesi kar amacı gütmeyen kuruluşları, kar amacı güden sosyal projelere yatırım yapan işletmeleri, kamu kurumlarını ilgilendirmektedir. Yaratılan etkinin değerlendirilmesi kurumların sürdürülebilirliği açısından da önemlidir. Dünyada sosyal etki analizi gönüllü sektör, sosyal girişimcilik ve kurumsal sosyal sorumluluk gibi çeşitli önemli uygulama alanlarını etkilemektedir (Yalçın ve Güner, 2015). Sosyal girişimler toplumun yaşam biçimini, sağlığını, çevreyi, inancı etkilemekte ve böylelikle sosyal bir değişim meydana getirmektedir. Bu etkilerin ölçülmesi ise toplumsal sürdürülebilirliği sağlamak ve sosyal kalkınmanın bir aracı olmaktadır (Vanclay, 2003).

Yaratılan değer ölçülebilmesi için pek çok farklı yöntem bulunmaktadır. Bunlar genel olarak nitel ve nicel yöntemler başlıkları altında değerlendirilebilir. Nitel yöntemlerde en çok kullanılan metotlar memnuniyet anketleri, paydaş katılımlı etki analizleri ve detaylı görüşmelerdir. Nicel veri yöntemlerinde ise fayda maliyet analizleri, algılanan değer, açıklanmış tercih ve değer oyunları gibi metotlar uygulanmaktadır (Yalçın ve Güner, 2015).

Sosyal etkinin ölçülmesinin temel sebepleri öğrenmek, uygulamaya geçebilmek ve hesap verebilir olmaktır (Yalçın ve Güner, 2015). Öğrenmek için ölçmek kime, ne zaman ve ne kadar etki ettiğini anlayabilmek için kullanılmaktadırlar. Uygulamaya geçebilmek için ölçme amacıyla bulunmak ise önceki projelerin ne kadar bir etki yarattığına bakarak diğer projelerinin de geliştirilen stratejilerle yeniden uygulanmasını sağlamak amacındadırlar. Hesap verebilir olmak ise kurumların

geliştirdiği stratejiler ile fon kaynaklarının sürdürülebilirliğini sağlaması, hedef kitlelerin sürekli katılımını sağlaması ve sağlanan işbirliklerinin devamlılığına neden olmaktadır.

İkinci bölümün genel bir değerlendirilmesi yapılacak olursa; sosyal girişimler sosyal bir misyona sahip sosyal bir etki yaratma amacıyla olan, yenilikçi yöntemleri ve fırsatları görebilen, kaynaklar yaratarak sürdürülebilirliğini sağlayan gelirini de sosyal amaçlar için harcayan organizasyonlardır. Sosyal girişimcilik kar amacı gütmeyen örgütlerin faaliyetleri, kar amacı güden kurumların sosyal faaliyetleri, kamu kurumlarındaki sosyal politikalar ile özel, kamu ve sosyal sektörün kesişim noktasında bulunmaktadır.

Bu tez çalışmasında ise sosyal girişimcilik; toplumun farklı ihtiyaçlarını çözmeyi amaçlayan, sosyal bir vizyon, strateji ve çalışma şekline sahip, yenilikçi çözümleri girişimci bakış açısıyla ele alan, kar amacı gütmeyen kuruluşlar, platformlar, vakıflar, dernekler ve kooperatifler aracılığıyla sürdürülebilir sosyal değer yaratmak şeklinde ele alınmaktadır. Sosyal girişim örgütleri ise; ekonomik, sosyal ve çevresel etkilere sahip, kendi sürdürülebilirliklerini idame ettiren oluşumlar/organizasyonlar olarak belirlenmiştir.

Sosyal girişimler yarattığı etkiler ile değişime sebep olmaktadır. Bu değişim ise sosyal etki değerlendirmesi ile ortaya konmaktadır. Sosyal etki değerlendirmesi belli bir fayda sağlamak amacıyla yola çıkan sosyal girişimler için yaratılan etkinin kimlere ve nasıl etki ettiğini anlaması için önemli bir yoldur. Bu çalışmada da sosyal etki, sosyal etkinin ilk amacı olan öğrenme amacıyla uygulanmış, Türkiye’de başarılı olan sosyal girişimlerin yarattıkları etkiyi değerlendirmesi ve kimlere nasıl bir fayda sağladığını göstermek amacıyla kullanılmıştır.

Anket soruları hazırlanırken sosyal etkinin ölçülmeye çalışıldığı projeler incelenerek var olan sosyal girişimlere uygun bir biçimde anket çalışması oluşturulmuştur. Anketin genel soruları ile girişimlerin ortaya çıkış amaçları, beklenen hedefleri, hedeflerine ne kadar ulaştıkları, kimlerin yararlandığı, faaliyetleri, sonuçları ve etkiler sorularak mantıksal çerçevesi oluşturulmaya çalışılmıştır. Sosyal etki değerlendirmesinin istatistiksel değerlendirilmesi yapılırken faktör analizine başvurularak etkilerin temel başlıklar altında toplanması sağlanmıştır. Bu temel

etkiler ise ASHOKA'nın üyelerine uyguladığı sosyal etki değerdendirmesi bileşenleri yoluyla isimlendirilmiştir.

3. SOSYAL GİRİŞİMCİLİĞİN KALKINMAYA ETKİSİ: DÜNYADAN VE TÜRKİYE'DEN ÖRNEKLER

Sosyal girişimcilik sosyal, ekonomik ve çevresel amaçları kendine hedef seçmiştir. Sosyal girişimciliğe bir sektör olarak bakıldığında sosyal ekonomi içerisinde yer almaktadır. “Sosyal ekonomi kar amacı güden ve devlet tarafından yönetilen örgütlerin haricinde bunların arasında kalan kar amacı gütmeyen sektör, gönüllü sektör veya üçüncü sektör olarak adlandırılan örgütler tarafından sürdürülen ekonomik faaliyetlerdir.” (Birch ve Whittam, 2006).

Sosyal ekonomi giderek önem kazanan ve büyüyen bir sektör olarak kabul edilmektedir. Sosyal girişimlerin ve sosyal ekonominin bölgesel ve ekonomik gelişmeye katkısı olduğu söylenmesine rağmen, katkılarının ortaya konamaması nedeniyle kafa karışıklığına sebep olmaktadır (Birch ve Whittam, 2006). Sosyal girişimcilik kavramını ortaya koyma çabaları ve hangi sektöre ait olduğu tartışmaları nedeniyle, ortaya çıktığından beri bu konular tartışılmaktadır. Bu nedenle de gelişmeye nasıl katkı sağladığı ile ilgili çalışmalar azınlıktadır.

3.1 Sosyal Girişimcilik ve Kalkınma İlişkisi

Toplumsal sorunların çözümünde önemli bir rol oynayan sosyal girişimcilik; çevre, sağlık, insan hakları, yurttaş girişimleri, ekonomik gelişme, genç nüfusun eğitim ve gelişimi gibi pek çok alanda faaliyet göstermektedir. Böylelikle sosyal girişimler toplumsal değişim, sosyal içerme ve sürdürülebilir toplumsal gelişmede bir araç olarak karşımıza çıkmaktadır. UNDP Bin Yıl Kalkınma Hedefleri kapsamında belirlenen hedefler kapsamında da sosyal girişimcilik çalışmaları incelendiğinde aynı sorunların ele alındığı görülmektedir (Okandan ve Görgülü, 2012). Bundan yola çıkarak sosyal girişimler;

- Etkin, kaliteli ve sürdürülebilir projeler ile kamunun sağlamakta zorlandığı sosyal problemlerin çözümü için uğraşırlar,

- Sosyal girişimlerde çalışanlar ve sosyal girişimlerden yararlananlar için istihdam imkânı sunarlar,
- Piyasanın şartları ile uyumlu sürdürülebilir işletmeler kurarak ekonomik gelişmeye katkı sağlarlar,
- Dezavantajlı grupların toplumla bütünleşmesine neden olurlar,
- Toplumda bulunan kişilerin bir araya gelmesini sağlayıp, güven ortamı oluşturarak sosyal sermayenin gelişmesine neden olurlar,
- Farklı sektörde bulunan kurum ve kuruluşlar ile işbirliği sağlayarak katılımcılık düzeyini artırırılar,
- Eğitimi destekleyerek insan sermayesini geliştirirler,
- Toplumda eşitliğin sağlanması için çaba gösterirler,
- Çevreye duyarlı girişimler meydana getirirler ve çevrenin korunmasına dikkat ederek toplumda sürdürülebilir bir gelişmeye neden olurlar.

Sosyal girişimcilik yarattığı sosyo-ekonomik getiriler ve sosyal sermaye sayesinde sürdürülebilir bir toplum ve bölgesel gelişme sağlamaktadır (Birch ve Whittam, 2008). Sosyal girişimler bireylerin bir araya gelmesini sağlayarak sosyal sermaye düzeyini yükseltir. Toplumdaki gömülü olan değerlerin ortaya çıkarılmasına neden olurken, gönüllülüğün ve sorunlara karşı farkındalığın da artması nedeniyle sosyal sermayeye etki etmektedir. Toplumsal sermaye, sosyal girişimciliğin ekonomik sermayenin ötesinde oluşturduğu en önemli değerdir (Birch ve Whittam, 2008).

Sosyal sermaye toplumsal güvene, katılıma ve sivil toplum ve iletişim ağlarına dayalı bir süreç olarak tanımlamaktadır (Putnam, 1995). Özellikle sosyal girişimcilik projelerine katılım ve iletişim ağlarında etkin rol alma sosyal sermayenin gelişiminde önemli bir unsur olarak görülmektedir. Bu nedenle bir ülkenin sosyal sermayesinin gelişmesinde sosyal sorumluluk uygulamaları ve gönüllülük potansiyeli büyük bir öneme sahiptir (TOG, 2013). Sosyal sorumluluk uygulamaları ile gönüllülük çalışmaları artacak ve kaynakların gelişmesi ile birlikte yasal çerçevelerde de esnemeye neden olacaktır. Bunun da sosyal sermayeyi geliştireceğini ve toplum içindeki güven ve iletişimin artıracığını düşünülmektedir.

Sosyal girişimler yerel ve ticari işbirliklerini harekete geçirerek, ulusal ve uluslararası işbirlikleri sağlarlar. Böylelikle farklı organizasyonlar arası bir ağ

oluşumuna neden olurlar (Oktay ve diğ, 2015). Toplumun birbirine güveninin artması ve iletişimin kuvvetli olduğu bir atmosfer de toplumsal kalkınmanın güçlenmesine neden olacaktır.

Sosyal girişimler sunduğu etkin ve sürdürülebilir sosyal hizmetleri ile kamunun üzerindeki yükü azaltır. Özellikle dezavantajlı gruplar için istihdam imkânı sağlar ve topluma entgre olmalarına neden olmaktadır. Ekonomik faaliyetin düşük olduğu ülkelerde, özel sektörün ve kamu yatırımlarının yetersiz olması nedeniyle piyasada bir boşluk oluşabilmektedir. Bu boşluğun doldurulması için de sosyal girişimciler yeni çalışma biçimleri geliştirerek, yeni ürün ve hizmetler ortaya koyarak yerel kalkınmayı destekleyerek, yeni işler yaratarak, yöresel değerlerin gelişmesine önayak olarak alandaki fırsatları değerlendiriler (Güler, 2008). Böylelikle ekonomik büyümeye de neden olmaktadır. Sosyal girişimciliğin ekonomik kalkınmadaki rolüne verilebilecek en önemli örnek ise Prof. Yunus tarafından kurulan Gramen Bankası'nın sağladığı olanaklardır. Gramen Bankası verdiği mikro krediler ile 6 milyon mikro girişimci kadının ekonomik durumlarında iyileşmeye neden olmuştur.

Sosyal girişimler istihdam yaratma potansiyeline sahip olup özellikle gençlerin işsizliğine sunduğu çözümler ile alternatif yaratan önemli bir aktördür. Gençler yalnızca geleceğin bir yatırımı olarak görülmeyp, bugüne dair söz hakkı olan ve harekete geçen bireyler olarak da istihdama katılma hakkına sahip olmaktadır (TOG, 2013).

Sosyal girişimler ile aynı zamanda yeni ve alternatif iş kolları meydana gelmekte ve dünyada oluşturulan sosyal girişim örneklerinin farklı yerlerde uygulanması ile de ekonomik olarak çeşitlilik sağlanmaktadır (Önce ve diğ, 2014).

Austin ve diğ. (2006)'e göre sosyal değer yaratma sosyal içermeyi hızlandırarak toplumun gelişmesine yardımcı olmaktadır. Sivil toplum kuruluşları için sürdürülebilir mali kaynak yaratarak sivil toplumu güçlendirir ve gerçekleştirdiği faaliyetler ile toplum katılımını sağladığı için toplumsal kalkınma ve içermeye de sebep olmaktadır.

Sosyal girişimcilik dezavantajlı grupların sorunlarının görünürlüğüne artırmanın yanında bu gruplar için bir istihdam ve katılım sağlaması açısından da büyük bir role sahiptir. Hem sosyal girişimcilik projesi üreterek hem de üretilen proje sonucu kazanılan yetenekler ile istihdama katılım artmaktadır (TOG, 2013).

Sosyal girişimcilik, bir toplumun tüm kaynaklarının daha eşitlikçi bir anlayışla dağıldığı yapıya kavuşmalarında destek olabilmektedir. Prof. Yunus tarafından kurulan Grameen Bank dezavantajlı konumda bulunan kadınlara destek olmuş, Amerikalı sosyal girişimci Schramm kurduğu yapıyla düşük gelir grubundaki çok sayıda lise öğrencisinin yükseköğretime devam etmelerini sağlamıştır. Toplumun her kesimine hitap ederek kalkınmada önemli bir role sahiptir.

Sosyal girişimler yoksulluk, eğitim, çevre sorunları, ekolojik tarım, kadınlar, çocuklar ve yaşlılarla ilgili sorunların çözümüne odaklanmaktadır. AIDS, akıl hastalıkları, düşük eğitim düzeyi, suç, uyuşturucu kullanımı gibi alanlarda bu tip girişimlerin yenilikçi ürün ve hizmetler ortaya koyabildikleri dikkati çekmektedir. Örneğin, Brezilyalı sosyal girişimci Veronica Khosa, AIDS hastaları için ev bakım modeli geliştirmiş, bu model Brezilya Hükümeti'nin sağlık politikasında değişikliklere neden olmuştur.

3.2 Dünyadan Sosyal Girişimcilik Örnekleri

Sosyal girişimcilik örneklerinin artması ile gelişen sektörler ekonominin gelişmesini sağlamakla birlikte sosyal ve çevresel sorunlara çözümler sunmaktadır (Prabhu, 1999). Özellikle az gelişmiş ülkelerde devlet tarafından giderilmesi beklenen sosyal sorunlar devam etmekte ve sağlanan çözümler yetersiz kalmaktadır. Bu noktada sosyal girişimler bu boşluğu doldurarak yerel halkın refahını artırarak ekonomik olarak da rahatlamaya neden olmaktadır.

Dünyadan ve Türkiye'den örneklerle bakıldığında sosyal girişimler, yoksullukların giderilmesinden doğanın korunmasına, insan hakları ihlalleriyle mücadeleden sağlık konusunda ortaya koyulan pek çok yenilikçi çözüme kadar birçok alanda etkinlik göstermektedirler. Eğitim, sağlık, çevre, insan hakları, kalkınma, sosyal içerme, katılımcılık gibi birçok alanda sosyal dönüşüm gerçekleştirmeyi amaçlamaktadırlar.

1981 yılında kurulan ASHOKA Vakfı ile sosyal girişimcilik kavramının gelişmesinde önemli bir katkı sağlayan William Bill Drayton, sosyal girişimcilerin toplumsal dönüşümdeki rolüne vurgu yapmaktadır (TOG, 2013). Sosyal girişimcilik, farklı gelişmişlik düzeylerine sahip ülkelerde etkili sonuçlar üreten bir sosyal aktör olma özelliğine sahiptir. Özellikle Nobel Barış Ödülü sahibi Muhammad Yunus tarafından 1970'lerde Bangladeş'te başlatılan mikro-kredi uygulamasından sonra

oluşturulan pek çok sosyal girişimcilik örnekleri, kendi ülkelerinin koşullarına uygun strateji ve uygulamalarla önemli sosyal etkiler yaratmışlardır. Amerika Birleşik Devletleri ve İngiltere gibi sosyal girişimlere özgü çeşitli yasal düzenlemelerin de olduğu ülkelerde sosyal girişimlerin sayısı, projeleri ve etkisi daha da fazla artmaktadır.

Grameen Bank (Yoksullar Bankası) ve Mikro Kredi, Bangladeş: Prof. Dr. Muhammed Yunus tarafından yoksulları kredi vermek amacıyla kurulan bankadır. Günümüzde 81 ülkede faaliyet göstermektedir. Banka çok yoksul insanlara, hiçbir geri ödeme garantisi olmayanlara ve geleneksel kurumların tamamen reddettiği kişilere kredi vermektedir (Denizalp, 2007).

L'apecianca, İtalya: L'apecianca, İtalya'nın Forli kentinde kurulan; kentliler tarafından kurulan sürdürülebilir ekonomiye katkı sağlayan ve kültür ile ticareti bir araya getiren bir sosyal girişim örneğidir. Sosyal işletme fikri 2009 yılında başlamış, 2011 yılında finansman kaynağı bulunmuş ve 2012 yılında ise 2 üye ile kooperatif olarak kurulmuştur. Çalışanlarının üçte birinin engellilerden oluştuğu işletmede, kendilerine yer bulamayan, organik ve yerel tarım yapan küçük üreticiler haftada iki gün kurulan pazaryerinde satış yapabilmektedirler. Ayrıca kentlileri bir araya getirecek etkinlikler de düzenleyen kuruluş yasal bir danışmanlık hizmeti de sunmaktadır (TÜSEV, 2014).

Green Osijek, Hırvatistan: Doğa ve Çevre Koruma Derneği olarak bilinen sosyal girişim örneği 1995'te kurulmuştur. Yeşil Osijek'in amacı, çevreye karşı duyarlı yenilikler yaratmak ve çevre bilinci uyandırarak sürdürülebilir kalkınmaya katkı sağlamaktır. Yasa ile koruma altına alınan bir bölgedeki nehre dökülen atık suların rehabilitasyonu yapılarak nehir kenarında terk edilmiş bir yeri kiralarak turizme kazandırmıştır. Böylelikle kırsal turizm canlandırılmış ve kalkınmada etkisi olmuştur. Bu projeler ile ilk ekoturizm acentesini açan dernek, elde edilen geliri yine çevre için kullanmaktadır (TÜSEV, 2014).

Mozaik Vakfı, Bosna Hersek: Bir toplumsal kalkınma vakfı olarak ortaya çıkan vakfın amacı savaş sonrası insanlar arasındaki güvensizlik sorunlarını çözebilmektir. Vakfın kurulması ile birlikte bütün etnik grupların bir araya gelebileceği bir ortam meydana gelmiştir. EkoMozaik ve MaSta Ajansı olmak üzere iki kuruma sahip olan Vakıf girişimci liderler bularak onların gelişmelerine katkıda bulunmaktadır. Vakıf,

pek çok projeye fon sağlamış, gönüllü ve etkinlik sayısı giderek artmaktadır (TÜSEV, 2014).

Brac, Bangladeş: Fazle Abed tarafından kurulan; eğitim, sağlık, sosyal ve mali işler konusunda yeni fikirlerin ortaya çıkmasına öncülük eden kuruluş en büyük sivil toplum kuruluşu sayılmaktadır. Bölge insanına pek çok yetki ve hizmet vererek yerel kalkınmayı da sağlamaktadır. Dünyada da pek çok ülkede benzer oluşumlar kurulmuştur (Denizalp, 2007).

Toplumsal Saydamlık Hareketi, Almanya: Peter Eigen tarafından 1993 yılında kurulan sosyal girişim örneği yolsuzluğa karşı verilen küresel mücadelenin örneğidir. Sistemle ilgili bir sorun olan yolsuzluk ile ilgili pek çok araştırma yöntemi geliştirilmiştir. Bu sayede yolsuzluğun yereldeki insanlar da dahil takip edilip anlaşılmasına olanak sağlamıştır (Denizalp, 2007).

Dünya Sosyal Forumu, Brezilya: Oded Grajev tarafından kapitalist dünyaya alternatif çözümler amacıyla ortaya çıkan bir sosyal girişimcilik örneğidir. Neo-liberal küreselleşmenin yarattığı tahribatlara karşı bir direnmeyi örgütleyen bu kuruluşa dünyadan 80.000 kar amacı gütmeyen kuruluşu bünyesinde barındırmaktadır (Denizalp, 2007).

Uluslar arası Sosyal Sorumluluk Vakfı, ABD: Alice Tepper tarafından kurulan bu kuruluş birinci sınıf standartlar oluşturarak kurumları denetlemektedir. İş yerleri, iş ve toplum için oluşturduğu standartlar 40'dan fazla ülkede pek çok sanayi dalında kullanılmaktadır (Denizalp, 2007).

White Circle of Safety, Çek Cumhuriyeti: Giderek artan suçların mağdurlarının sayısının çok olması ve kişilere hiçbir şey yapılmaması nedeniyle bu dernek kurulmuştur. Bu dernek, mağdur olan kişiler için danışmanlık, psikolojik yardım desteği ve yasal yardım desteği vermektedir. Ülkede yasa ile ilgili değişiklikler yapmayı hedefleyen oluşum pek çok ülke için de örnek olmuştur (Denizalp, 2007).

Tateni Home Care Nursing Services, Güney Afrika: Veronica Khosa, Güney Afrika'daki yetersiz sağlık bakımı nedeniyle evde hasta bakımı kültürünü geliştirip yaygınlaştırmıştır (Denizalp, 2007).

Geri Dönüşüm Bankası, ABD: Geri dönüşüm oranını artırmak için kurulan sistemde, sisteme üye olanlar, blog yazılarını okuyanlar, arkadaşlarını sisteme davet edenler

doğa ve doğa dostu ürün satan mağazalardan indirimli ürünler kazandığı bir sosyal girişim örneğidir (TÜSEV, 2014).

Kastri Kooperatifi, Yunanistan: Yunanistan'ın Syros adalarında kurulan kooperatif, çalışmayan 20 kadının gelir getirici faaliyette bulunma isteğinden ortaya çıkmıştır. Kadınların yerel yemekler yaptığı ve bir manastırda sattığı, böylelikle hem düşük fiyatlı yemek satma ve yemekleri tanıtmaya hem de kadınlara gelir kazanma olanağı sunan bir sosyal girişimcilik örneğidir (TÜSEV, 2014).

Solution Library: Dünyanın farklı bölgelerinde yaşayan insanların problemlerini yazdığı ve bu problemlere çözümler sunulduğu bir sosyal girişim örneğidir. Kişiler kendi çözümlerinin dünya ile paylaşabilir ve sunulan yenilikçi projeleri kendi ülkeleri için sunabilmektedirler (TÜSEV, 2014).

Career Moves: İnternet üzerinden engelli ve engelsiz bireyleri bir araya getirerek işsizlik sorunlarına bir çözüm sunmayı amaçlayan bir sosyal girişimcilik örneğidir. Sosyal Girişimcilik ve Avrupa Engellilik ödülünü kazanmıştır (TÜSEV, 2014).

Wheelmap Education Program: Engellilerin kamusal alan kullanımlarını artırmak ve kolaylaştırmak amacıyla çocuklara ve gençlere internet üzerinden eğitim programları sunmaktadır. Aynı zamanda engelli haklarına farkındalık ve engellilerin katılımını sağlama amacındadır (TÜSEV, 2014).

3.3 Türkiye'den Sosyal Girişimcilik Örnekleri

Türkiye'de sosyal girişimcilik ile ilgili çalışmalara bakıldığında sınırlı kaynağın olması nedeniyle yeni bir konsept olarak görülmektedir (Türker ve diğ., 2014).

Türkiye'de sosyal girişimcilik farklı kurumsal yapılar ile karşımıza çıkmaktadır. Vakıflar, kooperatifler, dernekler, kar amacı gütmeyen şirketler ve internet üzerinden yürütülen faaliyetler bunlara örnek olarak gösterilebilir. Şirketlerin geliştirdiği Kurumsal Gönüllülük Programları ile de kurumsal sosyal sorumluluk anlayışı gelişmekte ve çalışanların da sosyal konulara olan desteği artış göstermektedir (TOG, 2013).

Türk mevzuatında sivil toplum kuruluşu ile ilgili bir tanım bulunmadığı için kar amacı gütmeyen sivil toplum kuruluşu denildiğinde akla vakıflar, dernekler ve kooperatifler gelmektedir. Vakıf ve dernekler uygulamada oldukça benzer özelliklere

sahip olmalarına rağmen, ayrı kamu kuruluşları tarafından denetlenen ve ayrı mevzuatlara tabi olan tüzel yapılanmalardır. Vakıf modeli olarak işleyen sosyal girişimcilik örneği olarak Nebahat Akkoç tarafından kurulan Kadın Merkezi (KAMER) örnek olarak verilebilir. Dernek modelinde işleyen sosyal girişimlere örnek olarak Victor Ananias tarafından kurulmuş olan Buğday Ekolojik Yaşamı Destekleme Derneği verilebilir. Kadın Emeğini Değerlendirme Vakfı (KEDV) kooperatif yapılanmasına örnek olarak verilebilir. Ayrıca sosyal girişimcilik örnekleri şirketler yoluyla da görülebilmektedir. Kar amacı gütmeyen şirketlere örnek olarak Gençtur ve Çöp(m)Adam verilebilir (TÜSEV, 2010).

Türkiye’de kar amacı gütmeyen kuruluşların sayısı artmasına rağmen, bunlar finansal ve yasal olarak bazı zorluklar yaşamaktadırlar. (Tatar ve Toplaoğlu, 2014).

Sosyal girişimler toplumsal sorunların çözümünde alternatif bir güç olarak görülmesinin yanında özellikle gençler için de önemli bir potansiyel iş alanı olarak görülmektedir. Son yıllarda pek çok üniversite ve şirket sosyal girişimcilik ile ilgili eğitimler, yarışmalar ve etkinlikler düzenlemektedir.

- Özyeğin Üniversitesi, Toplum Gönüllüleri Vakfı ve JP Morgan ortaklığı ile kurulan Sosyal Değişim Laboratuvarı,
- Toplum Gönüllüleri Vakfı ve Mastercard işbirliği ile geliştirilen Genç Fikir Projesi,
- İstanbul Bilgi Üniversitesi’nin, Uluslararası Gençlik Vakfı, Slyvean-Laureate Vakfı ve TEGV ile birlikte düzenlediği Bilgi Genç Sosyal Girişimciler Ödülleri,
- Kadir Has Üniversitesi’nin Türkiye Kurumsal Sosyal Sorumluluk Derneği işbirliği ile sürdürdüğü Sosyal Girişimcilik Akademisi,
- Koç Üniversitesi’nin UC Berkeley Haas İşletme Fakültesi’nin ortağı olarak düzenlediği Küresel Sosyal Girişim Yarışması,
- Okan Üniversitesi bünyesinde kurulan Muhammed Yunus Uluslararası Mikrofinans ve Sosyal Girişimcilik Merkezi,
- Dünya Bankası desteği ile kurulan gençlik örgütlenmesi olan SOGLA Sosyal Girişimci Genç Liderler Akademisi, sosyal girişimcilik alanında son yıllarda Türkiye’de yaşanan önemli gelişmeler arasındadır (TOG, 2013).

Türkiye’de çok sayıda başarılı sosyal girişim örneği bulunmaktadır. Sosyal girişimcileri destekleyen sosyal girişim ağları sayesinde de sosyal girişimciler fikirlerini uygulayabilmektedirler. ASHOKA ve Schwab Vakfı ağına üye olan sosyal girişimciler çevre, gençlik, kadınlar, sağlık, gençler, engelliler, sanat, sosyal içerme ile ilgili pek çok toplumsal konuda başarılı çalışmalara imza atmaktadır (TOG, 2013).

ASHOKA üyesi olan KEDV, KAMER, Umut Işığı Kadın Kooperatifi, Uçan Süpürge, Nilüfer Kadın Kooperatifi, İlk Adım Kadın Kooperatifi, İpek Yolu Kadın Kooperatifi, b-fit, Çöp(m)adam kadınların sosyal hayata katılımı ve istihdamını amaçlamaktadırlar. TEMA, AKUT, İnsan Yerleşimleri Derneği, Buğday, Doğa Derneği, Doğu Anadolu Besiciler Birliği, Doğa Gözcüleri Derneği, Kalkınma Merkezi çevrenin korunması ve kırsal kalkınmayı; TOG, Umut Çocukları Derneği, GENÇTUR gençlerin ve çocukların sosyal yaşama katılımını amaçlamaktadır. Otistikler Derneği, Alternatif Yaşam Derneği engellilerin katılımını; Açık radyo, Özel Sektör Gönüllüleri Derneği, Alış bağış ise toplumun katılımını, iletişim ve medya ile gerçekleştirmeyi amaçlamaktadırlar. Bu örneklerin daha fazlası ise aşağıdaki tabloda özetlenmiştir.

Üçüncü bölümün genel bir değerlendirmesi yapılacak olursa; sosyal girişimcilik dünyada ve Türkiye’de kalkınmanın ve değişimin bir aracı olarak görülmekle birlikte her geçen gün sayısı artmaktadır. Sosyal girişimcilik kavramı toplumsal ve çevresel sorunların çözümüne yardımcı olmakla birlikte, girişimcilik boyutu ile de ekonomik bir kazanca ve sosyal sektörün de gelişmesine neden olmaktadır. Devletin ve özel sektörün toplumun ihtiyaçlarını karşılamada yetersiz kaldığı noktada sosyal girişimler bu boşluğun doldurulmasında rol almakta ve hem ekonomik hem de toplumsal gelişmelere neden olmaktadır. Özellikle sosyal bakımdan dışlanmış kimselere, yoksullara sağladığı olanaklar, mikro kredi imkânı ile hayata katılma imkânı sunmaktadır. Dezavantajlı bireylerin güçlendirilmesi, kırsal gelişme, çevrenin korunması, sağlık, eğitim, gençlerin hayata katılımı gibi pek çok insanı ilgilendiren konuda geliştirilen sosyal girişimcilik dünyada hızla yayılmaktadır.

Çizelge 3.1 : Türkiye’de bulunan başarılı sosyal girişimler.

KURUM	KURUM TÜRÜ	KURULUŞ YILI	AMAÇ
1) Türkiye Görme Engelliler Derneği	Dernek	1970	Görme engellilerin müzik grupları yoluyla istihdamının sağlanması ve görme engellilerin sosyal yaşama katılımının sağlanması
2) İstanbul Kültür Sanat Vakfı	Kar amacı gütmeyen sivil toplum kuruluşu	1973	İstanbul’da uluslararası sanat festivalleri düzenlemek
3) GENÇTUR	Dernek	1979	Gençlik turizmini geliştirmek
4) KEDV (Kadın Emegini Değerlendirme Vakfı)	Kooperatif	1986	Dar gelirli kadınların yaşam kalitelerini ve ekonomik durumlarını iyileştirmelerine destek olmak ve yerel kalkınmada liderliklerini güçlendirmek
5) Steppen	Kar amacı gütmeyen sivil toplum kuruluşu	1992	Sürdürülebilir ve doğa dostu plastik ürünler üretmek
6) Umut Çocukları Derneği	Kar amacı gütmeyen sivil toplum kuruluşu	1992	Aile ortamından uzak sokaklarda yaşamak zorunda kalan, aynı zamanda uyuşturucu maddelerin yanı sıra suça bulaşmış veya suç potansiyeli ön görülen, istismar edilen veya her türlü istismara açık olan çocuk, ergen, genç, yetişkin bireyler kapsamında sosyal çalışmalar yapmak
7) TEMA	Vakıf	1992	Türkiye’nin geleceğini tehdit eden erozyon ve çölleşme tehlikesine karşı toplumsal duyarlılığı arttırmak ve bu mücadelenin devlet politikası haline gelmesini sağlamak
8) Otistikler Derneği	Dernek	1994	Otistiklerin özellikle yetişkin yaşlara geldiklerinde normal ve sağlıklı olarak toplum içinde fakat kendileri olarak insanca yaşayabilmeleri için ortam ve ilişkiler yaratmak
9) Açık radyo	Kar amacı gütmeyen sivil toplum kuruluşu	1995	Özgür, bağımsız, demokratik haysiyetli, duyarlı ve sıradışı bir radyo kurmak
10) İçel El Sanatları ve Eğitim Vakfı	Kar amacı gütmeyen sivil toplum kuruluşu	1996	Kırsal Kalkınma Projesi Kapsamında İçel’de zengin el dokumalarını değerlendirmek, bir kültür unsuru olarak korumak ve bu ürünlerin üreticisi kadınların istihdamını artırmak
11) AKUT	Dernek	1996	Afetler ve kayıplarda arama ve kurtarma ekibi yardımı yapmak
12) Uçan Süpürge	Kar amacı gütmeyen sivil toplum kuruluşu	1996	Toplumsal cinsiyet eşitliğinin hayatın her alanında sağlandığı, kadınların güçlendiği, herkes için adil bir dünyaya kavuşmak amacıyla değişim yaratmak
13) KAMER(Kadın Merkezi)	Kooperatif?	1997	Kadınların aile içi şiddet konusunda acil ve kritik ihtiyaçlarına cevap verirken, aynı zamanda kadınların birer vatandaş, eş ve anne olarak haklarının farkındalığını artırması

Çizelge 3.1 (devam): Türkiye’de bulunan başarılı sosyal girişimler.

KURUM	KURUM TÜRÜ	KURULUŞ YILI	AMAÇ
14) Türk Geriatri Vakfı	Kar amacı gütmeyen sivil toplum kuruluşu	2001	65 yaş ve üzeri nüfusa sağlık yardımı yapmak üzere hastaneler, dinlenebilecekleri bakımevleri, dinlenme ve rehabilitasyon merkezleri kurmak
15) TOG (Toplum Gönüllüleri Vakfı)	Vakıf	2002	Gençlerin gönüllü olarak sosyal sorumluluk çalışmalarına katılmasını sağlayarak kişisel gelişimlerine katkıda bulunmak ve böylece gençlerin gönüllülük temelinde toplumsal katılımlarını arttırmak
16) AYDER	Dernek	2002	Engelsiz Türkiye
17) Buğday	Dernek	2002	Toplumda ekolojik yaşam bilinci ve duyarlılığı oluşturmak; ekolojik dengelerin geri dönüşü olmayacak hız ve biçimde bozulması sonucunda ortaya çıkan sorunlara çözüm yolları sunmak ve doğa ile uyumlu yaşamı desteklemek
18) Doğa Derneği	Dernek	2002	Türkiye ve dünyadaki Önemli Doğa Alanları’nın yaşaması
19) Özel Sektör Gönüllüleri Derneği	Dernek	2002	İlgili birimler ile görüşerek özel şirketleri uygun sosyal sorumluluk projelerine yönlendirip, kuruma özel projeler geliştirerek şirketlerin ve çalışanların topluma katkıda bulunmalarını sağlamak
20) Nilüfer Kadın Kooperatifi	Kooperatif	2002	Çocuklara eğitim ve kadınlar için sosyal ve ekonomik güçlendirme alanındaki faaliyetlerinin yaygınlaştırmak ve sürdürülebilirlik potansiyelini artırma
21) Genç Adımlar Derneği	Dernek	2003	Yereldeki gençlerin kendileri için sunulan fırsatlardan haberdar olması ve bu fırsatları değerlendirmesinde destekçi olmak
22) Doğu Anadolu Besiciler Birliği	Kooperatif	2003	Tarım ve hayvancılıkta organik çözümler üretmek
23) Ekolojik Tarım	Ekolojik işletme	2003	Kırsal kalkınma, çevre dostu tarım ile sürdürülebilirlik sağlamak, sağlıklı gıda sunmak
24) Kalkınma Atölyesi Kooperatifi	Kooperatif	2004	Sürdürülebilir kalkınma modelleri tasarlamak, bölgesel işbirliğinin azaltılması ve yoksulluğun azaltılarak dezavantajlı grupların sosyal hayata katılımını sağlamak
25) Tarımsal pazarlama	Kar amacı gütmeyen sivil toplum kuruluşu	2004	Çiftçileri internetle buluşturup ürünlerini koruması hakkındaki bilgilere ulaşmalarını tarlasından aldığı mahsulünü hem değerinde hem de komisyonsuz daha hızlı bir şekilde satması hakkında bilgilendirmek
26) Doğa Gözcüleri Derneği	Dernek	2004	Toplumda ekoloji bilincinin oluşmasını sağlayarak doğal kaynakların tüketilmeden, korunarak kullanılması ve bu yolla dünya zenginliklerinin gelecek nesillere devrinin sağlanması

Çizelge 3.1 (devam): Türkiye’de bulunan başarılı sosyal girişimler.

KURUM	KURUM TÜRÜ	KURULUŞ YILI	AMAÇ
27) Umut Işığı Kadın Kooperatifi	Kooperatif	2004	Başta kadınlar ve toplumun dönüşümünde en dinamik öge olan çocuklar olmak üzere sosyal, kültürel ve ekonomik açıdan dezavantajlı grupların yaşamlarını iyileştirmek için çalışmalar yürütmek
28) İlk Adım Kadın Kooperatifi	Kooperatif	2004	Yoksulluğun ve şiddet olaylarının yoğun görüldüğü bir mahallede, mahalle sakinlerini de örgütleyerek yoksullukla mücadele etmek, kadınlar için kolektif iş imkânları yaratmak
29) Pozitif Yaşam Derneği	Dernek	2005	AIDS ile ilgili sorunlara çözüm aramak
30) İpek Yolu Kadın Kooperatifi	Kooperatif	2005	Kadın Emegini Değerlendirme Vakfı’nın Mardin’de uyguladığı yerel kalkınmada kadın liderliğinin güçlendirilmesi amacıyla kurulmuştur
31) Genç Engelliler Gençlik ve Spor Kulübü	Dernek	2005	Türkiye Cumhuriyeti vatandaşı olan tüm ortopedik engellilerin eğitim, sağlık ihtiyaçlarına katkıda bulunarak sosyal dayanışmalarını sağlamak
32) Gündem Çocuk Derneği	Dernek	2005	Her çocuğun hak sahibi, eşit, özgür ve onurlu birer birey olarak, barış içerisinde, iyi ve mutlu bir yaşam sürmesi için çocukların yararına bütüncül bir dönüşümü amaçlar
33) b-fit	Kar amacı gütmeyen sivil toplum kuruluşu	2006	Sadece kadınlara açık ve kadın dostu mekanlar yaratarak kadınlara spor yapma ve bedenlerini tanıma fırsatının yanında hayatlarının diğer alanlarında kullanabilecekleri çeşitli bilgi ve beceriler de kazandırmak
34) Hayat Sende Gençlik Akademisi Derneği	Dernek	2007	Devlet korumasında kalan çocuk ve gençlerin temel yaşam becerilerini kazanmış şekilde, ayrımcılığa uğramadan hayata atılması ile ilgili çalışmalar gerçekleştirmektedir
35) Özel Kapadokya Kültür Müzesi	Kar amacı gütmeyen sivil toplum kuruluşu	2007	Ortahisar’ın turistik alanı restore ederek turizme açılması ve burada faaliyet alanlarında yerel halka istihdam sağlamak
36) Adım Adım	Kar amacı gütmeyen sivil toplum kuruluşu	2007	Bir yandan spor aracılığıyla bireyleri toplumsal sorunların çözümü için harekete geçirirken, bir yandan da sivil toplum kuruluşlarının daha şeffaf ve hesap verebilir olması
37) Çöp(m)adam	Kar amacı gütmeyen sivil toplum kuruluşu	2008	Kadın istihdamının ve geri dönüşümün önemi üzerinde denemeler yaparak Ayvalık’ta yerel bir kalkınma projesi olarak hayata geçirilen bu fikir, ambalaj atıklarını yaratıcı, farklı, estetik ve benzersiz şekilde kullanıp, satışa sunmak
38) SOGLA (Sosyal Girişimci Genç Liderler Akademisi)	Dernek	2009	Sosyal girişimciliği gençler arasında yaymayı ve bu alanda gençlere destek olmayı amaçlayan Türkiye’nin öncü bir platformudur
39) Gelecek Daha Net	Kar amacı gütmeyen sivil toplum kuruluşu	2009	Türkiye’deki gençlerin doğru eğitim, meslek ve hayat seçimleri yapmalarını sağlayacak bilgi, beceri ve bağlantılara sahip olmalarını sağlayan internet sitesi
40) Başka Bir Okul Mümkün	Dernek	2010	Alternatif bir okul modeli geliştirmek ve bu modelin uygulandığı okullar açmak

Çizelge 3.1 (devam): Türkiye’de bulunan başarılı sosyal girişimler.

KURUM	KURUM TÜRÜ	KURULUŞ YILI	AMAÇ
41) Yaşayarak Öğrenme Merkezi	Dernek	2011	“Yaşayarak öğrenme” felsefesinin gençler tarafından yaşamlarının bir parçası haline getirilmesini sağlayan dünyaya örnek olacak bir model olmak
42) Zumbara	Kar amacı gütmeyen sivil toplum kuruluşu	2011	Bilgi, yetenek ve tecrübenin paylaşılması
43) Sosyal İnovasyon Merkezi	Kar amacı gütmeyen sivil toplum kuruluşu	2011	Toplumsal, kültürel, ekonomik ve çevresel sorunlara yenilikçi çözümler üretecek toplumsal yenileşme projeleri
44) Bir Silgi Bir Kalem	Kar amacı gütmeyen sivil toplum kuruluşu	2011	Türkiye’deki ilk ve orta öğretimdeki ihtiyaç sahibi kurumlar ile bağışta bulunmak isteyenleri buluşturmak
45) Sen de Gel	Dernek	2012	Yerel, ulusal ve uluslararası alanda, her türlü toplumsal duyarlılık projelerinin oluşturulması ve geliştirilmesi kapsamında sosyal yardım projeleri, insanların ekonomik ve sosyal gelişimlerine yönelik destek projeleri ve toplumsal duyarlılık kapsamında benzer başka projeler hazırlamak, hazırlanmasına destek vermek ve uygulamak
46) Eşya Kütüphanesi	Kar amacı gütmeyen sivil toplum kuruluşu	2012	Eşyaların satın alınmadan diğer kişilerden ödünç alınarak dönüşümün sağlanması
47) İstanbul Permakültür Kolektifi	Kooperatif	2013	İstanbul’da yaşayanlara permakültürün ne olduğunu anlatmak, permakültür ve kapsamakta olduğu konular üzerine film gösterimleri, söyleşiler, atölyeler hazırlamak ve kentli insanın toprakla, sürdürülebilir yaşamla tanışıklığını, bağlarını kuvvetlendirmek
48) Askıdanevar.com	Kar amacı gütmeyen sivil toplum kuruluşu	2013	Maddi gelirleri olmayan ve ailelerinin desteğiyle öğrenim hayatına devam eden üniversite öğrencilerine ücretsiz yemek imkânı sunmak
49) Yolyola	Kar amacı gütmeyen sivil toplum kuruluşu	2013	Aynı yöne giden kişilerin aynı aracı kullanmasını sağlayarak trafikte daha az araç kullanımını hedefleyen sürdürülebilir ulaşım alternatifi olmak
50) E- hastam	Kar amacı gütmeyen sivil toplum kuruluşu	2013	Hastalar ve doktorları internet ortamında bir araya getirerek hem bir internet ağı oluşturmak hem de sağlık altyapısını kuvvetlendirmek
51) Ceza İnfaz Sisteminde Sivil Toplum Derneği (CİSST)	Dernek	2013	Sivil toplum örgütleri ve üniversitelerin cezaevlerine yönelik sosyal ve eğitsel programlar geliştirip uygulamalarını sağlayan bir platform
52) Proje Panosu	Kar amacı gütmeyen sivil toplum kuruluşu	2014	Sivil toplum, sosyal girişimcilik ve gençlik çalışmaları alanlarında sosyal fayda odaklı bilgiler içeren bir internet sitesidir
53) Afacan Gençlik Evi	Kar amacı gütmeyen sivil toplum kuruluşu	2004	Avrupa’da Youth Hostel örneğinin bir uygulamasıdır. Tematik kamplar, farklı stklara servis, farklı yaz grupları, hobi atölyesi, dezavantajlı çocuk ve gençlere proje uygulamak

4. TÜRKİYE’DE SOSYAL GİRİŞİMCİLİĞİN ETKİLERİ

4.1 Çalışmanın Amacı ve Kapsamı

Sosyal girişimler pek çok alanda görülmekle birlikte özellikle kadınlar, gençler, yaşlılar, çocuklar, kültür-sanat, engelli katılımı, çevre ve doğayı koruma, katılım, sosyal içerme, eğitim, farkındalık, istihdam, sağlık, spor gibi pek çok konuyu kapsamaktadır. Sosyal girişimler toplumsal hayata karışmada sorunlar yaşayan dezavantajlı kesimler için yenilikçi çözümler ortaya koymakta ve kente entegrasyonu sağlamaktadır. Sosyal girişimlerin toplumda yarattığı değişikliklerin yanında sürdürülebilirliği ve etkisinin değerlendirilebilmesi belirlenen amaçlara ne düzeyde ulaşabildiği ve hangi konularda etki ettiği açısından da önemlidir. Sosyal girişimlerin sosyal etki yarattığı, toplumda değişikliklere sebep olduğu belirtilse de yaratılan etkinin nasıl ve hangi konularda fayda sağladığını belirlemek de önemlidir.

Sosyal girişimlerin topluma fayda sağladığına karar verebilmek ve ne tür etkileri olduğunu belirlemek, kar amacı ile hizmet eden kuruluşların performansını ölçmekten daha zordur. Çünkü özel sektörde faaliyet gösteren kuruluşların geri dönüşleri hesaplanabilen göstergelere sahiptir. Sosyal girişimlerin sağladığı sosyal fayda ise tartışmalı ve somut verilere sahiptir. Bu nedenle sosyal girişimlerin bir sonucu olarak meydana gelen sosyal faydanın etki ölçümü kolay olmayan bir yöntemdir. Bu nedenle sosyal girişimlerin etki değerlendirilmesi bir sorun olarak görülmektedir (Güler, 2008).

Çalışmanın ilk bölümünde hem örneklem belirlemek maksadıyla hem de Türkiye’deki uygulanan sosyal girişimlerin profilini çıkarmak amacıyla ön araştırma yapılmıştır. Türkiye’de sosyal girişimcilik ile ilgili pek çok örnek bulunmaktadır. Araştırmada kullanılan örnekler ise ASHOKA Türkiye’ye üye olan ve TÜSEV’in sosyal girişimcilik projesi için oluşturulan internet sitesi www.sosyalgirisim.org sitesinden yararlanılmıştır. Bu bölümde Türkiye’de 54 adet sosyal girişim belirlenmiş ve yıllarına, amaçlarına, kurum türüne, sektörlerine ve projelerine göre incelenerek genel bir sonuç elde edilmeye çalışılmıştır.

Araştırmanın ikinci kısmında ise 54 adet sosyal girişime anket yoluyla ulaşılmış fakat bazı girişimlerin ise anket sorularını cevaplamayı reddetmesi üzerine 24 adet cevap alınmıştır. Anket toplamda iki bölümden oluşmaktadır. İlk bölümünde genel sorular sorulmuş olup sosyal girişimlerin etkisi yazılı cevaplar yolu ile belirlenmeye çalışılmıştır. Bu sorular oluşturulurken sosyal etki çalışmalarındaki anket soruları incelenerek sosyal girişimin ortaya çıkış amacı, hedeflenen etkileri, projeleri, etkilere ulaşma durumu, yaratılan sosyal, ekonomik ve çevresel etkiler sorulmuştur.

Anketin ikinci kısmında ise ASHOKA'nın toplumda değişikliğe neden olan bileşenlerinin yeniden düzenlenmiş ve cevaplara uygun olarak derlenmiş hali kullanılarak; Türkiye'deki başarılı sosyal girişimlerin etkileri değerlendirilmeye çalışılmıştır. ASHOKA her yıl üyesi olan sosyal girişimlerin etkisini değerlendirmek için kuruma geri bildirilmesi gereken sorular göndermektedir. Bu sorular piyasa dinamikleri ve değer zinciri, kamu politikası ve sektör standartları, sosyal içerme ve empati, maddi kazanç sosyal fayda birlikteliği, fark yaratma kültürü başlıkları altında toplanarak;

- 1) En başta belirlediğiniz vizyon doğrultusunda mı çalışıyorsunuz?
- 2) Sosyal girişim fikriniz başka kuruluşlarca taklit edildi mi?
- 3) Kamu politikalarını etkilediniz mi?
- 4) Kurumunuzun pozisyonu nedir? Gibi sorulara cevaplar alarak üye olan girişimlerin etkilerini değerlendirmektedir.

Sosyal girişimlerin etkilerinin literatürden de yararlanarak hem genel sorular yardımı ile hem de belirlenen bileşenler ile hangi konularda etki yarattıkları verilen cevaplar doğrultusunda uygulanan faktör analizi ile değerlendirilmiş, Türkiye'de hangi etki faktörünün öne çıktığı sonucuna varılmıştır.

Çalışmanın kapsamı belirlenirken projeyi etkileyen ve projeden etkilenen olarak düşünülmüştür. Fakat erişilebilirlik ve zaman kısıtları nedeni ile yalnızca projeyi etkileyen yani girişimler ile anket çalışması yapılmıştır.

Çizelge 4.1 : Ankete katılan sosyal girişimler ve organizasyonlar.

KURUM	KURULUŞ YILI	AMAÇ
1) Türkiye Görme Engelliler Derneği	1970	Görme engellilerin müzik grupları yoluyla katılımının ve istihdamının sağlanması
2)İstanbul Kültür Sanat Vakfı	1973	İstanbul’da uluslararası sanat festivalleri düzenlemek
3) GENÇTUR	1979	Gençlik turizmini geliştirmek
4) KEDV (Kadın Emeğini Değerlendirme Vakfı)	1986	Dar gelirli kadınların yaşam kalitelerini ve ekonomik durumlarını iyileştirmelerine destek olarak yerel kalkınmayı güçlendirmek
5) İçel El Sanatları ve Eğitim Vakfı	1996	İçel’de zengin el dokumalarını değerlendirmek, bir kültür unsuru olarak korumak ve bu ürünlerin üreticisi kadınların istihdamını artırmak
6) AKUT	1996	Afetler ve kayıplarda arama ve kurtarma ekibi yardımı yapmak
7) KAMER(Kadın Merkezi)	1997	Kadınların aile içi şiddet konusunda ihtiyaçlarına cevap vermek ve birer vatandaş, eş ve anne olarak haklarının farkındalığını artırması
8) Türk Geriatri Vakfı	2001	65 yaş ve üzeri nüfusa sağlık yardımı yapmak üzere hastaneler, dinlenebilecekleri bakımevleri, dinlenme ve rehabilitasyon merkezleri kurmak
9) TOG (Toplum Gönüllüleri Vakfı)	2002	Gençlerin gönüllü olarak sosyal sorumluluk çalışmalarına katılmasını sağlayarak kişisel gelişimlerine katkıda bulunmak ve toplumsal katılımlarını arttırmak
10) AYDER	2002	Engelsiz Türkiye
11) Tarımsal pazarlama	2004	Çiftçileri internetle buluşturup ürünlerini koruması hakkındaki bilgilere ulaşmalarını ve zararsız satmaları hakkında bilgilendirmek
12) b-fit	2006	Kadınlara spor yapma ve bedenlerini tanıma fırsatı vererek, hayatlarının diğer alanlarında kullanabilecekleri çeşitli bilgi ve beceriler de kazandırmak
13) Özel Kapadokya Kültür Müzesi	2007	Ortahisar’ın turistik alanı restore ederek turizme açılması ve burada faaliyet alanlarında yerel halka istihdam sağlamak
14) SOGLA (Sosyal Girişimci Genç Liderler Akademisi)	2009	Sosyal girişimciliği gençler arasında yaymayı ve bu alanda gençlere destek olmayı amaçlayan Türkiye’nin öncü bir platformudur
15) Gelecek Daha Net	2009	Türkiye’deki gençlerin doğru eğitim, meslek ve hayat seçimleri yapmalarını sağlayacak bilgi, beceri ve bağlantılara sahip olmalarını sağlayan internet sitesi

Çizelge 4.1 (devam): Ankete katılan sosyal girişimler ve organizasyonlar.

KURUM	KURULUŞ YILI	AMAÇ
16) Başka Bir Okul Mümkün	2010	Alternatif bir okul modeli geliştirmek ve bu modelin uygulandığı okullar açmak
17) Yaşayarak Öğrenme Merkezi	2011	“Yaşayarak öğrenme” felsefesinin gençler tarafından yaşamlarının bir parçası haline getirilmesini sağlayan dünyaya örnek olacak bir model olmak
18) Sen de Gel	2012	Sosyal yardım projeleri, insanların ekonomik ve sosyal gelişimlerine yönelik destek projeleri ve toplumsal duyarlılık kapsamında benzer başka projeler hazırlamak, hazırlanmasına destek vermek ve uygulamak
19) Eşya Kütüphanesi	2012	Eşyaların satın alınmadan diğer kişilerden ödünç alınarak dönüşümün sağlanması
20) İstanbul Permakültür Kolektifi	2013	İstanbul'da yaşayanlara permakültürün ne olduğunu anlatmak, permakültürü ve sürdürülebilir yaşamı kentli insanlara tanıtmak
21) Yolyola	2013	Aynı yöne giden kişilerin aynı aracı kullanmasını sağlayarak trafikte daha az araç kullanımını hedefleyen sürdürülebilir ulaşım alternatifi olmak
22) Afacan Gençlik Evi	2004	Avrupa'da Youth Hostel örneğinin bir uygulamasıdır. Tematik kamplar, farklı stklara servis, farklı yaz grupları, hobi atölyesi, dezavantajlı çocuk ve gençlere proje uygulamak
23) Doğu-Batı Kampı	2008	Sosyo-ekonomik olarak fırsat eşitsizliği olan gençleri farklı kültürlerle tanıştırtarak öğrenmelerine ve kaynaşmalarına katkı sağlamak
24) Özel Sektör Gönüllüleri Derneği	2002	İlgili birimler ile görüşerek özel şirketleri uygun sosyal sorumluluk projelerine yönlendirip, kuruma özel projeler geliştirerek şirketlerin ve çalışanların topluma katkıda bulunmalarını sağlamak

4.2 Analiz Yöntemi

Sosyal girişim örneklerinin yarattığı değişimi belirlemek için çeşitli bileşenler belirlenerek bunlara uygun sorular belirlenmiştir. Bu sorular farklı sosyal etki örneklerinden ve sosyal girişimciliğin literatürden gelen etkilerinden yola çıkılarak belirlenmiştir. Bu sorular ile sosyal girişimlerin yarattığı değişim belirlenmeye çalışılmıştır. Mevcut koşulları ortaya koymak, içinde bulunulan durumu tanımlamak için anketin birinci bölümündeki genel sorular sorulmuştur. Bu bölümde girişimlerin beklenen etkileri yazılı olarak belirtilmesi istenmiştir. İzleme ve değerlendirmede

bulunmak için ise ikinci bölümde kullanılan bileşenler vasıtası ile ‘katılıyorum’, ‘katılmıyorum’ ve ‘kararsızım’ maddelerini kullanarak girişimlerin etkisi belirlenmeye çalışılmıştır. Bileşenlere uygun sorular ile girişimlerin sosyo-ekonomik, toplumsal ve politik etkileri ele alınmıştır. Sosyal içerme ve fark yaratma kültürü başlığında bilinçlendirme ve eğitimler ile çevreye ve kültürel yaşama katkısı, toplumsal sorunların çözümüne katkısı incelenmiştir. İstihdam, maddi kazanç ve sosyal fayda birlikteliği boyutu ile mesleki gelişime ve iş bulmaya katkısı incelenmeye çalışılmıştır. Kamu politikası ve sektör standartları ile de girişimlerin yarattığı politika değişiklikleri incelenmiştir.

Hâlihazırda anket formu için belirlenen 3 bileşen (sosyal içerme ve fark yaratma, istihdam, maddi kazanç ve sosyal fayda, kamu politikası ve sektör standartları) olmasına rağmen, bu sosyal girişimciliğin etkiledikleri alanlar faktör analizi ile ölçülecek bu sayede hangi faktörlerin sosyal girişimciliğin etkilerini tanımlayıcı olduğu belirlenecektir.

Hazırlanan sorular Google Forms anket hazırlama ve uygulama programı aracılığı ile sosyal girişimlere ulaştırılmıştır. İlk etapta yetersiz geri dönüş olması nedeni ile İstanbul’da bulunan çoğu girişime gidilmiş ve anketler uygulanmıştır. Ya da ankete cevap verecek kişilerin kişisel iletişim adresleri alınarak yine mail yoluyla ulaşılmaya çalışılmıştır. Anketler gönderilirken sosyal girişimciliğin etkilerinin önemi vurgulanarak bir davet yazısı hazırlanmış ve her ankete yazılmıştır. Ankete katılan katılımcıların verdiği cevaplar google forms veritabanından excell tablosu olarak elde edilmiştir. Bu veriler de IBM Statistic SPSS 22 programına aktarılarak veri analizleri yapılmıştır.

4.3 Araştırma Bulguları

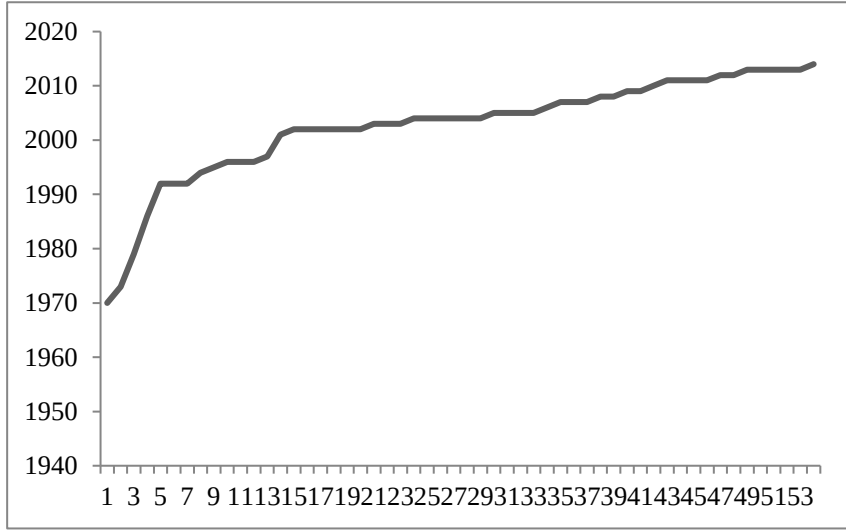
4.3.1 Türkiye’de sosyal girişimcilik profili

ASHOKA Türkiye’ye üye olan girişimler ve TÜSEV’in sosyal girişimcilik projesi sonucu oluşturulan internet sayfası incelenerek belirlenmiştir. Ön inceleme sonucu 54 adet sosyal girişim belirlenmiş olup bu örnekler 3.3 Türkiye’den sosyal girişimcilik örnekleri bölümünde bulunan Çizelge 3.1 Türkiye’de bulunan başarılı sosyal girişimler tablosunda özetlenmiştir. Aşağıda ulaşılan veriler sonucu sosyal

girişimlerin yıllara, kurum türüne, ilgilendiği alana ve projelerine göre analizleri bulunmaktadır.

Yıllara göre sosyal girişimlerin gelişimi

Türkiye’de sosyal girişimcilik örneklerine bakıldığında ilk olarak 1970 yılında görülse de 2000’li yıllarda artış göstermiş ve giderek yükselen bir sayıya sahiptir.



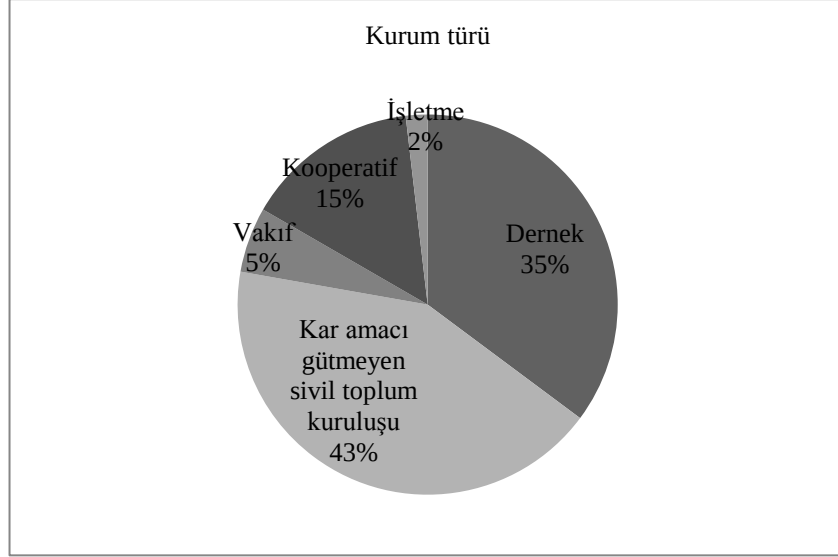
Şekil 4.1 : Yıllara göre sosyal girişimler.

54 sosyal girişimin kurulduğu yıllara göre incelenmesi sonucu sosyal girişimlerin sayısı 2000’li yıllardan sonra artış göstermiştir. Şekil 4.1’de de görüldüğü gibi 40’den fazla sosyal girişim 2000 yılından sonra kurulmuş ve hala uygulamaları devam etmektedir.

Sosyal girişimlerin türü

Ön araştırmalar ile elde edilen sosyal girişimcilik örnekleri araştırıldığında sosyal girişimler organizasyonun yapısını kar amacı gütmeyen kuruluş, vakıf, dernek, kooperatif olarak belirtmişlerdir. Türkiye’de sosyal girişimlerin henüz bir yasal altyapısı olmaması nedeniyle bu çeşitlilik meydana gelmektedir.

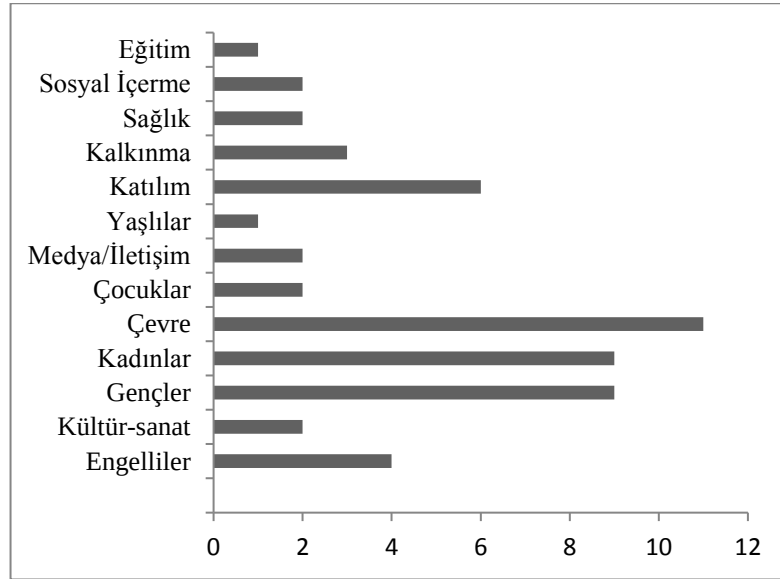
Bu araştırma sonucu Şekil 4.2’de belirtilen şekilde sosyal girişimler kendilerini %43 oranında kar amacı gütmeyen kuruluş olarak tanımlamışlardır. Bu veriler sosyal girişimlerin internet adreslerinden toplanmış ve oluşturulmuştur.



Şekil 4.2 : Sosyal girişimlerin türü.

Sosyal girişimlerin ilgilendikleri alan

Bu veriler sosyal girişimlerin amaçları doğrultusunda belirlenmiştir. Yalnızca temel olarak ilgilendikleri alanlar ele alınmıştır.

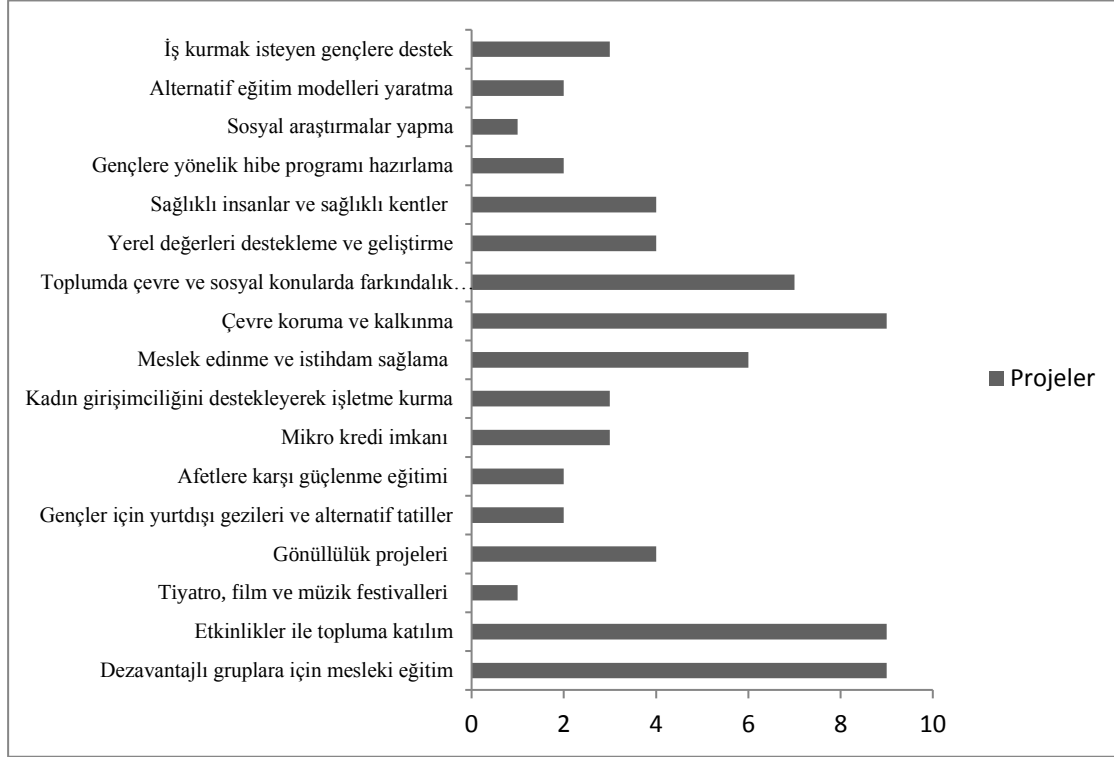


Şekil 4.3 : Sosyal girişimlerin ilgilendikleri alan.

Ön çalışma sonucu belirlenen sosyal girişimlerin temel faaliyet alanları Şekil 4.3'te gösterildiği gibi %33,3 oranında dezavantajlı gruplara yöneliktir. Dezavantajlı gruplar kadınlar, çocuklar, yaşlılar, engelliler ve yoksul kişiler olarak detaylandırılmıştır. %17 oranında da gençlere yönelik sosyal girişimler bulunmaktadır.

Sosyal girişimlerin uyguladıkları projeler

Sosyal girişimler sürdürülebilirliklerini sağlamak ve yeni kaynaklar elde edebilmek adına pek çok farklı proje yürütmektedirler. Bu analizde tüm sosyal girişimlerin hangi projelere ağırlık verdiği ve hangi konularda çalıştıkları belirlenmiştir. Bazı sosyal girişimlerin internet sayfalarına ulaşamadığı için belirlenenler ile bu analiz yapılmıştır.



Şekil 4.4 : Sosyal girişimlerin uyguladıkları projeler.

Sosyal girişimlerin Şekil 4.4'te gösterildiği gibi çoğunlukla çevre koruma ve kalkınma, mesleki eğitimler ve istihdam sağlama, farkındalık yaratma ve topluma katılım en çok üzerinde durulan projelerdir.

4.3.2 Anket çalışması ve genel bulgular

Araştırmanın bu bölümünde cevap veren sosyal girişim hakkında genel bilgiler, uygulanan projeler, temel hedefler ve etkiler sorularak girişimlerin kendilerini değerlendirmeleri istenmiştir.

Ankete cevap veren 24 kişiden %41,7'si kurucu olarak ankete katılmıştır. Sosyal girişimler bir merkezde kurulup tüm Türkiye'de etkili olabilmektedir. Sosyal girişimlere ait internet siteleri aracılığı ile bu girişimlerden faydalanılmaktadır. Aynı

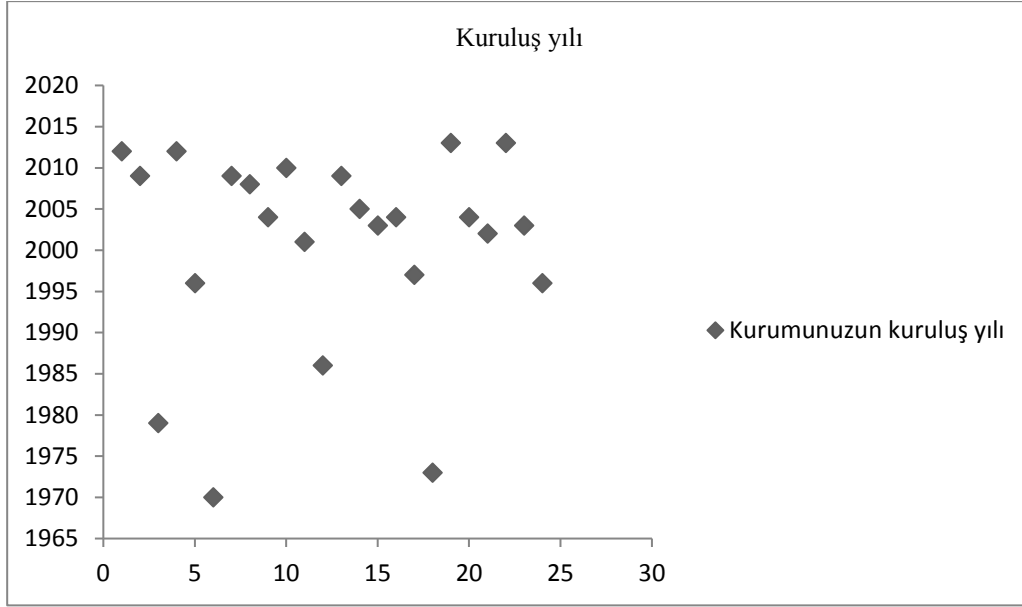
zamanda çoğu girişimler internet üzerinden platform olarak da etkisini göstermektedir. Fakat anket sorularında bu soru açık uçlu olarak sorulmuş ve genelde merkezin bulunduğu yer olan İstanbul cevap olarak alınmıştır. Çizelge 4.2’de de ankete katılanların pozisyonları ve girişimlerin bulundukları yerler gösterilmiştir.

Çizelge 4.2 : Ankete katılan kişilerin pozisyonları ve kurumun bulunduğu yerler.

GENEL SORULAR	Cevap veren kişi sayısı	Oran (%)
Pozisyonunuz/Göreviniz		
Gönüllü	3	12,5
Kurucu	10	41,7
Yönetim Kurulu Üyesi	4	16,7
Genel Koordinatör	1	4,2
Proje Koordinatörü	4	16,7
İletişim Sorumlusu	2	8,3
Total	24	100
Kurumunuzun Yeri		
Ankara	1	4,2
Diyarbakır	1	4,2
İstanbul	14	58,3
İzmir	1	4,2
Mersin	1	4,2
Nevşehir	1	4,2
Platform	4	20,7
Total	24	100

Kurumsal yapı ve faaliyet alanları

Türkiye’de bulunan başarılı sosyal girişimlerin kuruluş yıllarına bakıldığında 2000 yılından sonra sayıca artma görülmektedir. Ankete cevap veren kuruluşlarda da 2000 yılından sonra sayılarının arttığı gözlenmektedir. Sosyal girişimcilik Türkiye’de yeni kullanılan bir kavram olmakla birlikte yaygınlığı artmaktadır. Şekil 4.5’te görüldüğü gibi de ankete cevap veren çoğu kurum 2000’li yıllardan sonra kurulmuş ve devam etmektedir.



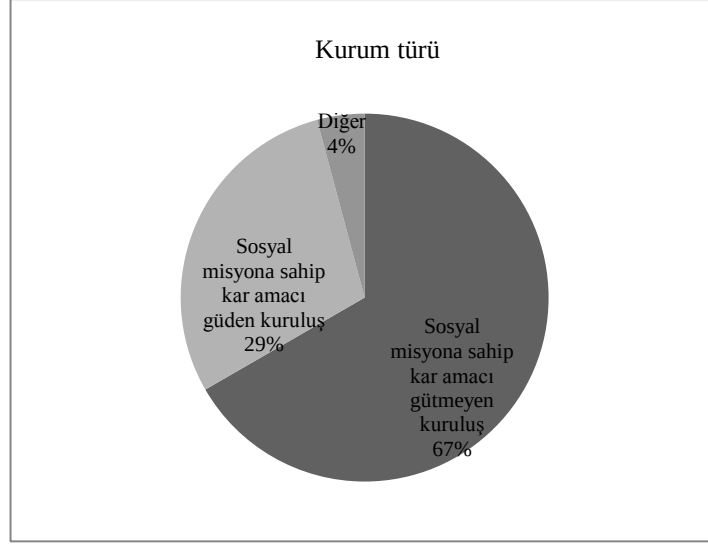
Şekil 4.5 : Ankete katılan sosyal girişimlerin kuruluş yılları.

Ankete cevap veren kişilere girişiminizi nasıl tanımlarsınız diye sorulduğunda Çizelge 4.3'te ve Şekil 4.6'da da görüldüğü gibi %66,7 ile sosyal misyona sahip kar amacı gütmeyen örgüt şeklinde tanımlanmışlardır. 1 adet diğer seçeneğinde ise organizasyon dernek olarak tanımlanmıştır.

Çizelge 4.3 : Sosyal girişimlerin türü.

Kurumunuzun türü	Cevap veren kişi sayısı	Oran(%)
Sosyal misyona sahip kar amacı gütmeyen kuruluş	16	66,7
Sosyal misyona sahip kar amacı güden kuruluş	7	29,2
Ekonomik misyona sahip kar amacı gütmeyen kuruluş	0	0
Ekonomik misyona sahip kar amacı güden kuruluş	0	0
Diğer	1	4,2

Sosyal girişimciliğin Türkiye'de henüz bir yasal tanımlaması olmaması nedeniyle bu soruda literatürde kullanılan tanımlamalar kullanılmıştır. Vakıf, dernek, kooperatif gibi çeşitlendirme yapılmamıştır.



Şekil 4.6 : Ankete katılan sosyal girişimlerin türü.

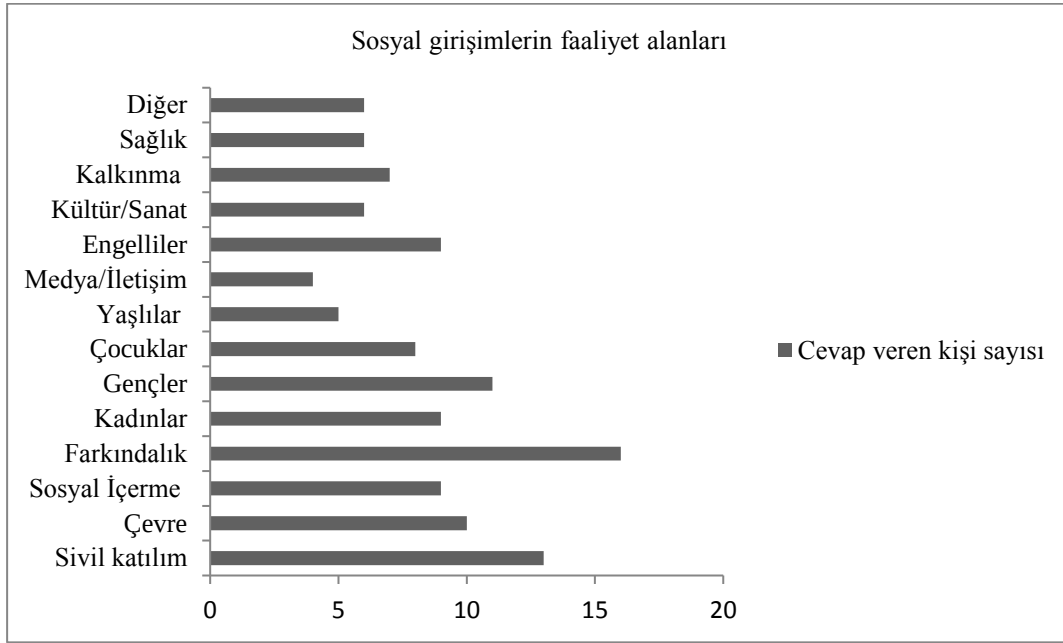
Ankette yer alan bir diğer seçmeli soru ise girişimin ilgilendiği faaliyet alanıdır. Bu sorudaki faaliyet alanları incelenen örnekler üzerinden derlenerek belirlenen girişimlerin gruplandırılması ile oluşturulmuştur. Girişimlerin tam olarak faaliyet alanını tanımlayabilmesi için tek bir cevabın yanında diğer seçenekleri de işaretleyebilmişlerdir. Cevaplanan seçeneklere bakıldığında Çizelge 4.4'te görüldüğü gibi sosyal girişimler %66,7 oranı ile farkındalık yaratmak istediklerini belirtmişlerdir. Şekil 4.7'ye bakıldığında ise girişimlerin farkındalık ve sivil katılım üzerinde çalışmalarının yanı sıra, faaliyet alanı olarak en çok işaretlenen seçeneklerin dezavantajlı gruplar (kadınlar, gençler, çocuklar, yaşlılar, engelliler) olduğu görülmektedir. Diğer seçeneğini işaretleyenler ise ek olarak sürdürülebilirlik, alternatif turizm, küresel hedefler, tarımsal ekonomik güçlendirme ve permakültür, kurumsal gönüllülük konularından bahsetmişlerdir.

Çizelge 4.4 : Girişimlerin ilgilendikleri faaliyet alanları.

Girişimin ilgilendiği alan	Cevap veren kişi sayısı	Oran(%)
Sivil katılım	13	54,2
Çevre	10	41,7
Sosyal İçerme	9	37,5
Farkındalık	16	66,7
Kadınlar	9	37,5
Gençler	11	45,8
Çocuklar	8	33,3
Yaşlılar	5	20,8
Medya/İletişim	4	16,7

Çizelge 4.4 (devam): Girişimlerin ilgilendikleri faaliyet alanları.

Girişimin ilgilendiği alan	Cevap veren kişi sayısı	Oran(%)
Engelliler	9	37,5
Kültür/Sanat	6	25
Kalkınma	7	29,2
Sağlık	6	25
Diğer	6	25



Şekil 4.7 : Ankete katılan sosyal girişimlerin ilgilendikleri faaliyet alanları.

Sosyal girişimlerin amaçları ve hedeflenen etkileri

Sosyal girişimlerin ortaya çıkmasındaki temel amaçlar sorulduğunda katılımcılar çeşitli cevaplar vermişlerdir. Fakat tüm cevaplar ele alındığında bir model geliştirerek toplumda gözlenen çeşitli sorunlara değinmek ve bunlarla ilgili çözümler üretmek olarak özetlenebilir.

Sosyal girişimlerin amaçları toplumda değişim yaratmak, sistemde olan eksiklikleri alternatif yöntemlerle iyileştirmek ve kalkınma başlıkları altında toplanıp aşağıdaki gibi derlenmiştir.

Değişim yaratmak;

- Gençlerin hayata katılımını sağlamak, çeşitli olanaklar sunarak farklı kültürlerle etkileşim sağlamak ve istihdama katılımı artırmak

- Engelliler için hal temelli eğitim imkânı ve istihdam sağlama
- Sosyo-ekonomik olarak dezavantajlı kişilerin güçlendirilmesi ve fırsat eşitliği sağlanması
- Dezavantajlı kişiler ile ilgili farkındalık yaratmak
- Kadınların katılımı ve toplumdaki eşitsizliğin giderilmesi
- Çevre ve tüketim bilinci oluşturmak,
- Çiftçilerin sorunlarına teknolojik imkânlarla cevap vermek,
- Bağımsız bireylerden oluşan, katılımcı bir toplum yaratmak,
- Kültür ve sanatın yaygınlaşmasını sağlamak.

İyileştirme;

- Alternatif eğitim imkânı sunmak
- Sürdürülebilir projeler oluşturmak,
- Güvenli yaşam kültürü oluşturarak dayanıklı ve afete hazırlıklı Türkiye oluşturmak,
- Alternatif turizm imkânları sağlamak.

Kalkınma;

- Küresel kalkınma hedeflerini gençler yolu ile gerçekleştirmek,
- Az gelişmiş ülkelerin kalkınmasına katkı sağlamak,
- Sosyal girişim stratejisi ve eylem planı oluşturmak,
- Paylaşım ekonomisi oluşturmak.

Toplumda bir sosyal değer yaratma amacıyla ortaya çıkan sosyal girişimlere hedeflenen etkileri sorulduğunda; en fazla bir model geliştirmek ve toplumda sosyal, ekonomik ve politik değişiklikler yaratmak cevapları verilmiştir. Çizelge 4.5'te sosyal girişimlerin beklenen hedeflerinden toplumda farkındalık yaratmak, dezavantajlı grupların sosyal, ekonomik ve toplumsal gelişimini sağlamak, sosyal girişimciliği geliştirmek ve örnek olmak, sürdürülebilir kentsel gelişme sağlamak ve politika oluşturmak başlıkları altında verilen cevaplar derlenmiştir.

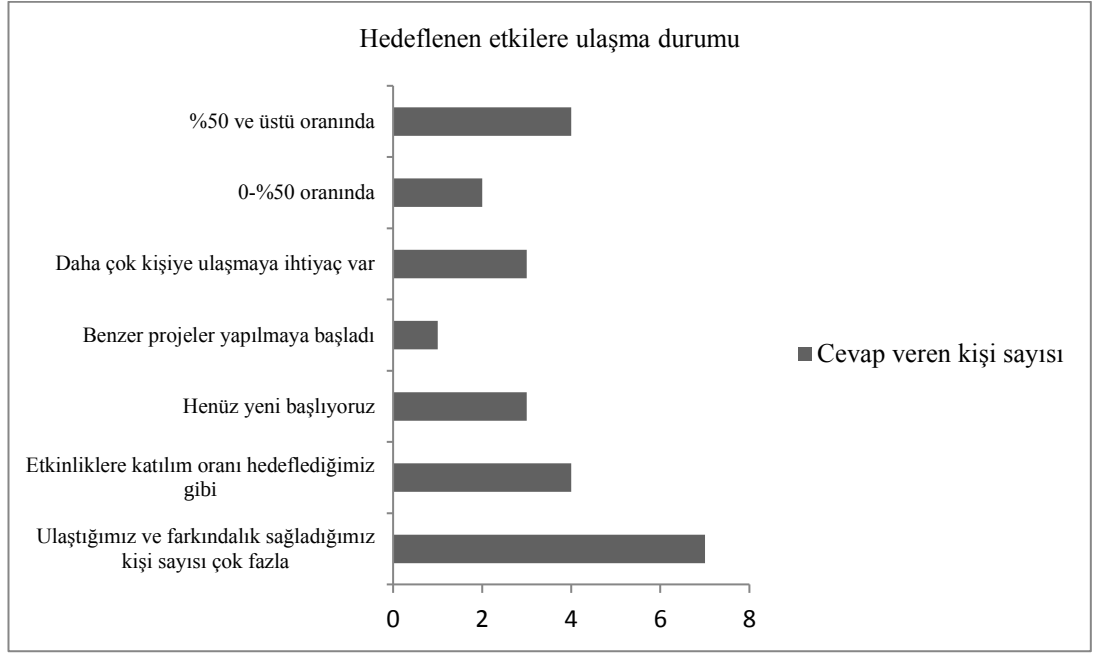
Çizelge 4.5 : Sosyal girişimler ile beklenen/hedeflenen etkiler.

Toplumda farkındalık yaratmak	- İnsan yaşamına dokunmak - Alternatif ekonomilerin ve toplulukların varlığı hakkında farkındalık yaratmak - Özgüven geliştirme, iş ve sosyal dünyada eşitlik yaratmak - Dışlanmış çoğunluğun dahil edileceği, farklılıkların olduğu gibi kabul edileceği bir dünya yaratmak - Türkiye'de alternatif eğitim çalışmalarının yapılması - Yaşlılar, sağlık çalışanları, kamu ve yaşlı yakınlarında farkındalık ve yetkinlik geliştirilmesi - Türkiye'nin yolculuk paylaşım ağını oluşturmak ve paylaşım ekonomisinin oluşmasına katkı sağlamak - Toplumsal değişim, aktif vatandaşlık, gençlerin sosyal problemlere beraber çözüm üretebilmeleri - Toplum ve özel sektör arasında dinamik bir ilişki yaratmak. Özel sektörde gönüllülüğün yayılmasına önderlik etmek. Toplumsal ihtiyaçların saptanmasında ve çözümünde sivil toplum kuruluşları ile işbirliği yapmak
Dezavantajlı grupların sosyal, ekonomik ve toplumsal gelişimini sağlamak	- Gençlerin daha bilinçli ve verimli birey olmasını sağlamak, genç işsizliğini azaltmak ve bu sayede toplumsal gelişime katkı sağlamak - Dezavantajlı grupların iyileştirilmesine yönelik yeni iş alanları ortaya çıkarmak - Görme engellilerin sosyal, ekonomik ve toplumsal gelişimini sağlamak - Dar gelirli kadınların toplumsal, ekonomik ve politik yaşama katılımlarında artış - Cinsiyetçi değerlerin biçimlendirdiği kültür ve geleneklerin kadın ve çocuklara zarar veren uygulamalarını tespit etmek, alternatiflerini geliştirmek ve uygulanabilir olmalarını sağlamak
Sosyal girişimciliği geliştirmek ve örnek olmak	- Örnek oluşturarak sosyal girişim sayılarının artırılması - Tüm Anadolu'da Sosyal Girişimcilik kavramının, tüm üniversitelerde ders müfredatına girmesi, Küresel Hedefleri başarabilmek için yerel fikirlerin ve/veya sosyal girişimlerin gençler tarafından üretilmesi, hayata geçirilmesi - Sürdürülebilir olması
Sürdürülebilir kentsel gelişme sağlamak ve politika oluşturmak	- Köyden kente göçü durdurma, ekonomik güçlendirme, toprak ve su kirliliğinin önlenmesi, temiz gıdaya erişimin kolaylaşması - Kültür ve sanat yoluyla ulusal ve evrensel, geleneksel ve çağdaş değerler arasında sürekli ve kalıcı bir etkileşim sağlamak ve kültür politikalarının oluşturulmasında etkin rol oynamaktır - Sosyal, kültürel ve ekonomik katkı sağlamak - Şehirlerde dönüşümün başlayabilmesi - Güvenli yaşam kültürünün yerleştiği afetlere dayanıklı ve hazırlıklı bir Türkiye oluşturmak

Sosyal girişimlerin performans etki değerlendirmesi

Sosyal değer yaratma yolunda hedeflenen etkilerin ne kadarına ulaşılabildiği ise ankette sorularak, kendilerini nasıl değerlendirdikleri belirlenmek istenmiştir. Verilen cevaplar doğrultusunda bir veri girişi yapılmıştır. Sosyal girişimler etkilerini çoğunlukla ulaştıkları kişi sayısının çokluğu ile değerlendirmişlerdir. Şekil 4.8'de de

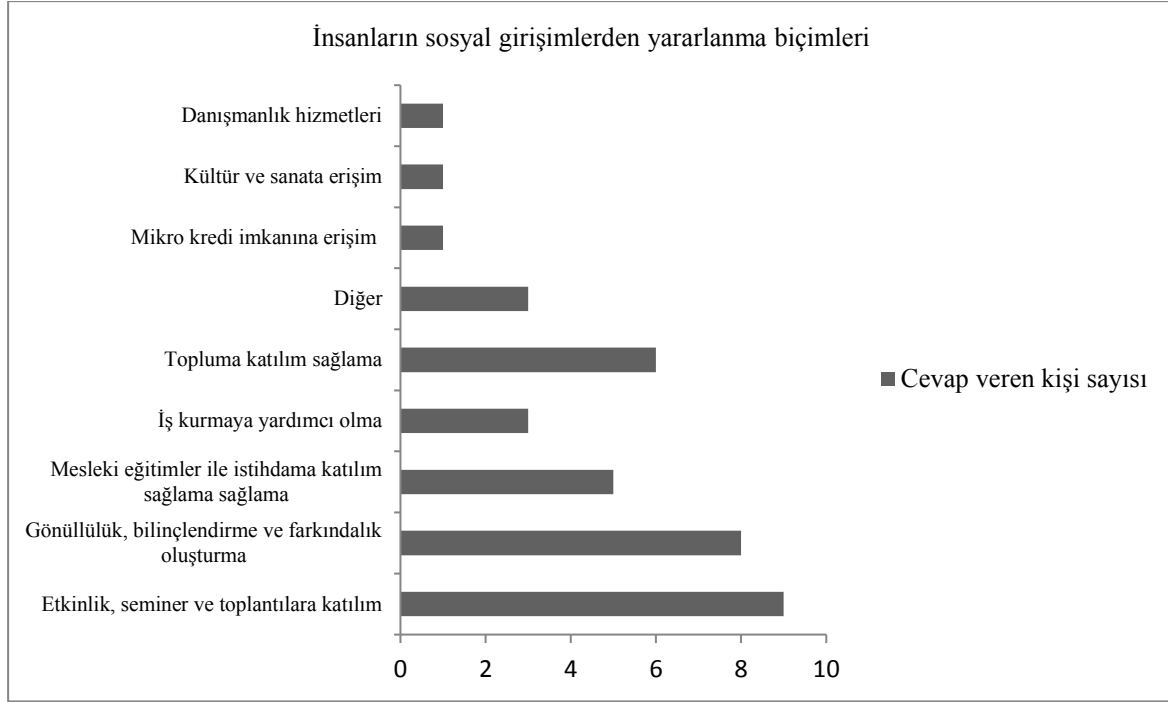
görüldüğü gibi hedefledikleri ve farkındalık sağladıkları kişiler doğrultusunda başarılı olduklarını söylemişlerdir. Sosyal etkisini ölçen örgütler de bulunmuştur ve bunlar doğrudan bir etki yüzdesi belirmişlerdir.



Şekil 4.8 : Sosyal girişimlerin hedeflenen etkilere ulaşma durumu.

Sosyal girişimlerin çevrede ve bölgede yarattığı yaratıcı süreç sorulduğunda ise alınan cevaplar farkındalık oluşturmak ve kendi projelerine benzer oluşumların çoğalması cevap olarak alınmıştır.

Sosyal girişimlerden insanların nasıl yararlandığı sorulduğunda da cevaplar yararlanıcılar ve gönüllüler olarak ikiye ayrılıp farklı şekilde değerlendirilmiştir. Gönüllüler sosyal girişimlerde çalışıp katkı sağlayan kişiler olarak ele alınmıştır. Yararlanıcıların ise girişimlerden faydalanması; etkinlik, seminer ve toplantılara katılarak, farkındalık ve gönüllülük bilinci sağlayanarak, mesleki eğitimler ile istihdam imkanı bularak, iş kurmak için gerekli donanımı elde ederek, özellikle dezavantajlı kişilerin topluma katılımı sağlanması olarak belirtilmiştir. Şekil 4.9’da gösterildiği gibi ayrıca bir sosyal girişim örneği mikro kredi imkanı sağlamakta, bir örnek kültür ve sanata erişim sağlamakta ve bir diğer sosyal girişim ise danışmanlık hizmetleri vererek insanların bu olanaklardan faydalanmasına neden olmaktadır.



Şekil 4.9 : İnsanların sosyal girişimlerden yararlanma biçimleri.

Sosyal girişimlerin kısa ve uzun vadede yarattığı etkiler

Sosyal girişimlerin yarattığı sosyal etkiler verilen cevaplarda kısa ve uzun vadede ele alınmış ve bu şekilde ne tür değişikliklere sebep olduğu belirtilmiştir. Tüm oluşumlar bu soruya kendi girişimleri üzerinden cevap vermiştir. Verilen cevapların derlemesi yapılarak yazılmış olup kısa ve uzun vadede girişimlerin yarattığı sosyal etki değerlendirilmiştir.

Kısa vadede sosyal girişimlerin yarattığı etkiler:

- Etkinliklere katılım ve bilinirlik oranında artış
- Beceri ve özgüven gelişimi
- Gençler için motivasyon kaynağı
- Çocukların eğitim kalitesinin yükselmesi
- Kadınların toplumsal ve ekonomik yaşama katılımı
- Türkiye’de, sosyal girişimci ve çevrelerine ilham verebilecek etik ve yaratıcı gençlerden bir topluluk oluşturmak
- Çiftçilerin sorunlarına erişim ve iş kapasitelerinde artış
- Kişilere istihdam ve sosyal olanaklar sağlayarak toplumsal güçlenme

- Organik ve doğal yaşam bilincinin oluşması
- Birlik, beraberlik ve yardımlaşma anlayışının gelişmesi

Uzun vadede sosyal girişimlerin yarattığı etkiler:

- Kişilerin karar verme süreçlerine etki etme
- Bireysel ve sosyal gelişim sayesinde toplumsal duyarlılık ve aktif yurttaş katılımı
- Engellilerin topluma katılımı ve sosyalleşmesi
- Güçlenen gençlik ve yurttaş katılımı ve bu sayede toplumsal kalkınmanın gerçekleşmesi
- Diğer kişi ve kurumlara örnek oluşturma
- Pek çok kişiye ulaşarak sosyal ağ oluşumu
- Kadınların ve ailelerinin yaşam kalitelerinde iyileşme
- Gençlerin kurduğu sosyal girişimlerden topluluk ekonomisi oluşturma
- Sağlıklı bir toplum
- Sosyal ve sanatsal olarak gelişim ve katılım
- Kentlerin kültür-sanat merkezler olarak marka değerinin artması
- Kültürel canlılık ile yaratıcılık ve tasarımın gelişmesi
- Kişiler arası güvenin artması
- Turizmin gelişmesi
- Gönüllülük ağının oluşması
- Sosyal sorumluluk bilincinin artması
- Güvenli yaşam kültürünün gelişmesi

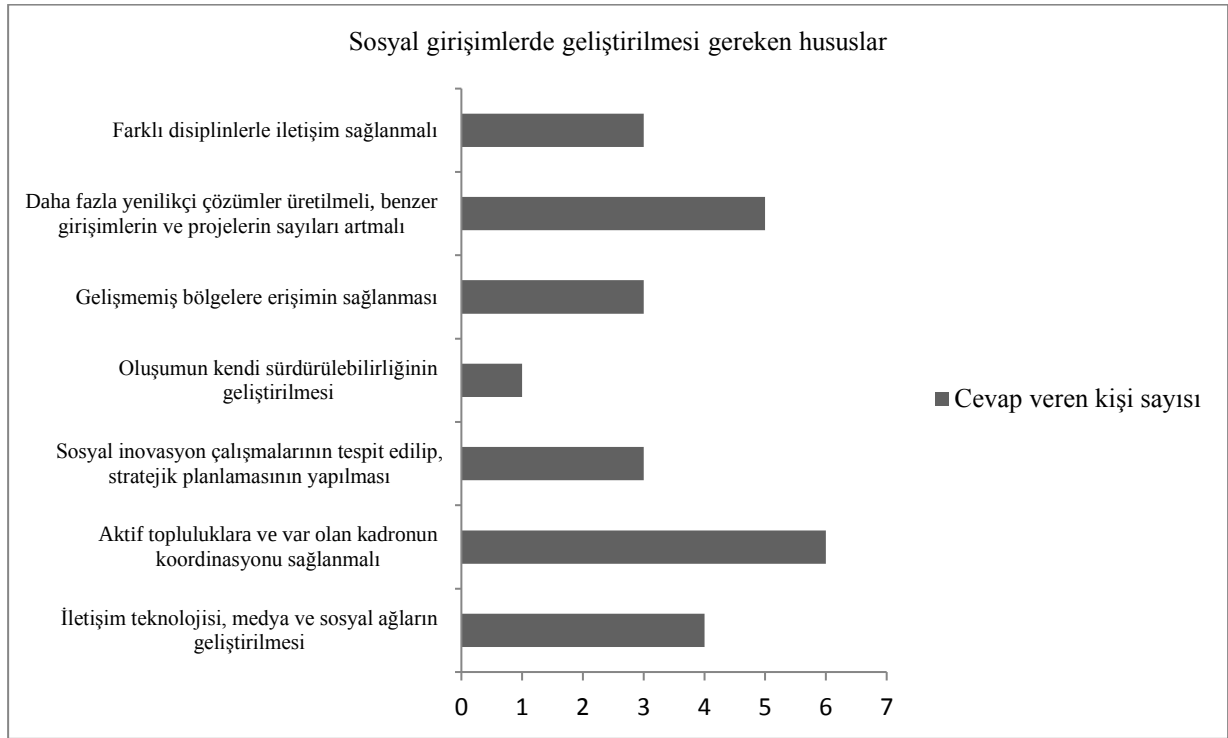
Sosyal girişimlerin çevresel etkileri sorulduğunda %33,3 oranında çevresel etkimiz yok cevabı alınmıştır. Bir diğer %33,3 oranında ise oluşumların çevreye duyarlı olduğu ve etkinliklerde çevre koruma bilincinin oluşturulduğu cevabı alınmıştır. Çevreye olan diğer etkiler:

- Karbon salınıminin azalması

- Engelli sinyalizasyonlarının yaygınlaşması
- Çevre atölyelerinin düzenlenmesi
- Dijital ortamda düzenlenmesi ve bu sayede kağıt israfının önlenmesi
- Çiftçilerin bilinçli üretimi ve temiz suya erişim imkanı sağlama
- Restorasyon çalışmalarının yapılması
- Permakültürün gelişimi ve desteklenmesi

Sosyal girişimlerde geliştirilmesi gereken hususlar

Son olarak da girişimlerde nelerin geliştirilmesi gerektiği sorulmuştur ve Şekil 4.10'da görüldüğü gibi en fazla %25 oranında aktif topluluklara katılım ve var olan kadronun koordinasyonu sağlanmalı cevabı en çok söylenmiştir. Diğer cevaplar aşağıdaki grafikte gösterilmiştir.



Şekil 4.10 : Sosyal girişimlerde geliştirilmesi gereken hususlar.

Sosyal girişimlerin genel bir özellikleri ortaya konulmuş olup; ortaya çıkma nedenleri, beklenen hedefleri, hedeflerinin ne kadarına ulaştıkları, kişilerin yararlanma biçimleri, sosyal, çevresel ve ekonomik etkileri sırasıyla sorularak kendilerini ve etkilerini değerlendirmeleri istenmiştir.

4.3.3 Sosyal girişimlerin etkisinin değerlendirilmesi

Yukarıda Türkiye’de sosyal girişimlerin durumunu anlamamıza neden olan ve kendilerini değerlendirmelerini sağlayan sorular ile genel bir tablo belirtmeye çalışılmıştır. Bu sorulardan sonra, girişimlerin yarattığı değişimleri belirleyebilmek adına bir takım sorular sorulmuştur. Bu sorularda anketin uzun olması ve cevap verenlerin dikkatinin dağılmaması adına 3’lü likert ölçeği kullanılarak ‘katılıyorum’, ‘kararsızım’ ve ‘katılmıyorum’ seçeneklerini işaretleyerek cevap vermişlerdir. Ankette yer alan sorulara faktör analizi uygulandığında, belli faktörler altında toplanmalar olduğu görülmüştür. Anket formunda yer alan genel başlıklar doğrultusunda elde edilen toplanmalar tekrardan düzenlenmiştir.

Analiz yapılırken faktör analizinin gerektirdiği uygun koşulları sağlanmıştır. Güvenilirlik analizi yapıp Çizelge 4.6’da görüldüğü gibi Cronbach Alpha ,775 bulunarak anketin güvenilirliği ve tutarlılığı ölçülmüştür. Güvenilirlik testi yapılırken Yeni yasa tasarısı hazırlandı, konu ile ilgili araştırma ve tanıklık yapıldı, engellilerin ve dezavantajlı grupların ticari hayata katılımı sağlandı değişkenleri ters çevrilmiştir.

Çizelge 4.6 : Cronbach’s Alpha değeri.

Cronbach’s Alpha	Cronbach’s Alpha Based on Standardized Items
,775	,806

KMO (Kaiser Mayer Olkin)-Bartlett Testi ile analiz için örneklemin yeterli olup olmadığına bakılmıştır. Çizelge 4.7’de gösterildiği üzere KMO değerinin 0,50’den büyük çıkması örneklemin yeterli olduğunu göstermektedir. Bartlett testi ile değişkenler arasındaki korelasyona bakılmış ve 0,005’ten küçük çıktığı için veri seti faktör analizine uygun bulunmuştur.

Çizelge 4.7 : KMO ve Barlett’s test değerleri.

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy		,654
Barlett’s Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	130,751
	df	65
	Sig.	,000

Faktör analizi yapılırken;

- Ulusal düzeyde farkındalık sağlandı
- Empati ve katılım düzeyi arttı

- Toplumsal sorunlarda azalma görüldü
- Yeni yasa tasarısı hazırlandı
- Konu ile ilgili tanıklık ve araştırma yapıldı
- Yeni pazarlar oluştu
- Dezavantajlı grupların katılımı ve istihdamı arttı maddeleri faktörlere birbirine çok yakın yüklerle yüklendiği için çıkarılmıştır.

Faktör analizinde 3 adet faktör meydana gelmiştir. Bu faktörlere isim verilirken anket oluşturmada da kullanılan ASHOKA'nın sosyal etki bileşenleri kullanılmıştır. Fakat anketteki gruplama ile faktör analizi sonucundaki gruplamada farklılıklar görülmüştür. Bunun bir nedeni yalnızca Türkiye'deki sosyal girişimlere uygulanmasıdır. Diğer neden ise anketi cevap veren oluşumların bu değişkenleri benzer şekillerde algıladıklarını göstermektedir. Çizelge 4.8'de faktör analizinin sonuçları ve faktör ağırlıkları yer almaktadır.

Çizelge 4.8 : Sosyal etki yaratmada öne çıkan faktörler.

Faktör İsimleri	Değişkenler	Faktör Ağırlıkları
Faktör 1: Sosyal İçerme ve Fark Yaratma	Toplumsal sorunların çözümüne odaklanma ve çözüm arayışları arttı	,832
	Eğitimler ve seminerler amaçlarına hizmet etti	,714
	Dışlanmış gruplarda bütünleşme gözlemlendi	,701
	Vatandaşın katılımı ve duyarlılığı arttı	,589
Faktör 2: İstihdam, Maddi Kazanç ve Sosyal Fayda	Kar getiren organizasyonlar kuruldu	,814
	Yararlanıcılar kendi işlerini kurdu	,778
	Ticari işletmelerle ortaklık sağlandı	,774
Faktör 3: Kamu Politikası ve Sektör Standartları	Değerin olmadığı bir alanda değer üretildi	,784
	Engellilerin ve dezavantajlı grupların ticari hayata katılımı sağlandı	,631
	Vatandaşa bilinç oluştu	,494
	Kurumlar, şirketler, platformlar politika değiştirdi	,349

Ankette 3 adet faktör oluşmuştur. Bu faktörler belirlenirken Eigen Values'e (özdeğer istatistiği) bakılmıştır. Çizelge 4.9'da da görüldüğü gibi bu üç faktör toplam varyansın %64,5'ini açıklamaktadır. Yalnızca 1. faktör toplam varyansın %30,3'ünü açıklarken; ikinci faktör %21,4'ünü ve son faktör ise %12,7'sini açıklamaktadır.

Çizelge 4.9 : Özdeğer istatistiği.

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %	Total
1	3,335	30,315	30,315	3,335	30,141	30,315	2,273
2	2,363	21,479	51,795	2,263	21,479	51,795	2,314
3	1,401	12,734	64,528	1,401	12,734	64,528	2,311

Faktörlere isim verilirken öncelikle kavramsal çerçevede bahsedilen sosyal etki ile ticari işletmeleri birleştirme, sosyal etki için yenilik yapma, sosyal dönüşüm için hızlandırıcı etki yaratma tanımlarından yola çıkılmıştır. Bu tanımlamalar, incelenen sosyal etki değerlendirmeleri ve Ashoka'nın etkiyi ölçeklendiren çalışmasından yola çıkılmıştır. Tüm bunlar derlenip yeni başlıklar altında değerlendirilmiş ve bunlara uygun değişkenler ile Türkiye'de sosyal girişimlerin etkilerini nasıl değerlendirdikleri yönünde bir çalışma yapılmıştır.

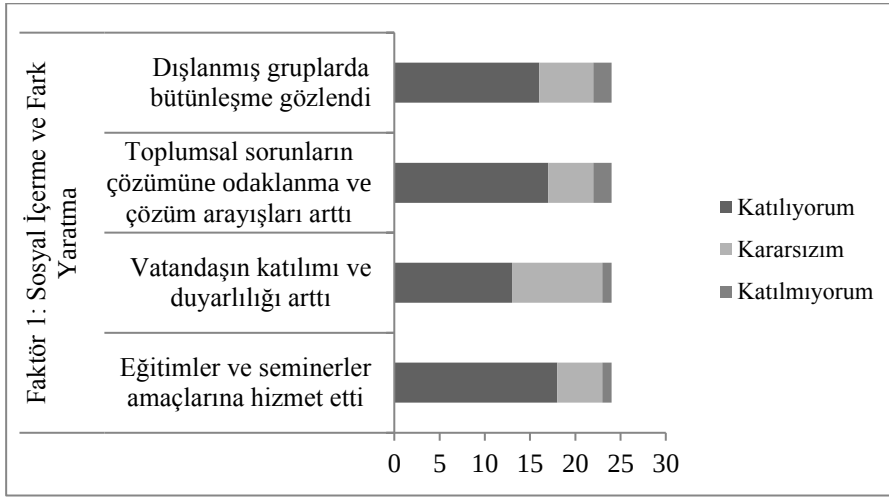
Faktör 1

Faktör 1 sosyal içerme ve fark yaratma kültürü genelde sosyal girişimlerin toplumdaki etkileri, insanların nasıl yararlandığı ve bunu oluşumların nasıl değerlendirdiği ile ilgili maddeleri içermektedir. Bu madde daha çok toplumda sosyal dönüşümün ve girişimlerin hayata yansımaları içermektedir. Faktör ağırlıkları da her maddenin faktör içindeki önemini göstermektedir. Bu ağırlıklara bakıldığında ise sosyal içerme ve fark yaratma faktörü için en önemli bileşen toplumsal sorunların çözümüne odaklanma ve çözüm arayışları arttı maddesi olmuştur. Bu da toplumda bir farkındalık oluştuğuna işaret etmektedir.

Faktör 1'in cevaplara göre analizi yapıldığında Şekil 4.11'de de görüldüğü gibi eğitimler ve seminerler amaçlarına hizmet etti %75 oranında katılıyorum cevabı

verilmiştir. En az ise %54 oranında vatandaşın katılımı ve duyarlılığının arttığı söylenmiştir. Sosyal girişimlerin faaliyetlerinden olan eğitim ve seminerler düzenleyerek kişilere yetkinlik kazandırması etkisi en çok görülmektedir.

Anket sorularında sorulan fakat faktör analizi esnasında diğer faktörlere de benzer oranlarda yüklendiği için çıkarılan toplumsal sorunlarda azalma görüldü maddesi ise %33 oranında katılıyorum cevabı almıştır. Bunun bir nedeni olarak kavramsal çerçevede bahsedilen sosyal girişimlerin toplumsal sorunlara etki ederek azaltması Türkiye’de henüz etkisini göstermemektedir. Ya da toplumsal sorunlar pek çok farklı nedenden kaynaklanmakta ve azaltılması uzun bir süreç gerektirmektedir. Bu nedenle sosyal girişimlerin henüz bu etkisinden bahsedilememektedir.



Şekil 4.11 : Faktör 1 istatistiksel incelemesi.

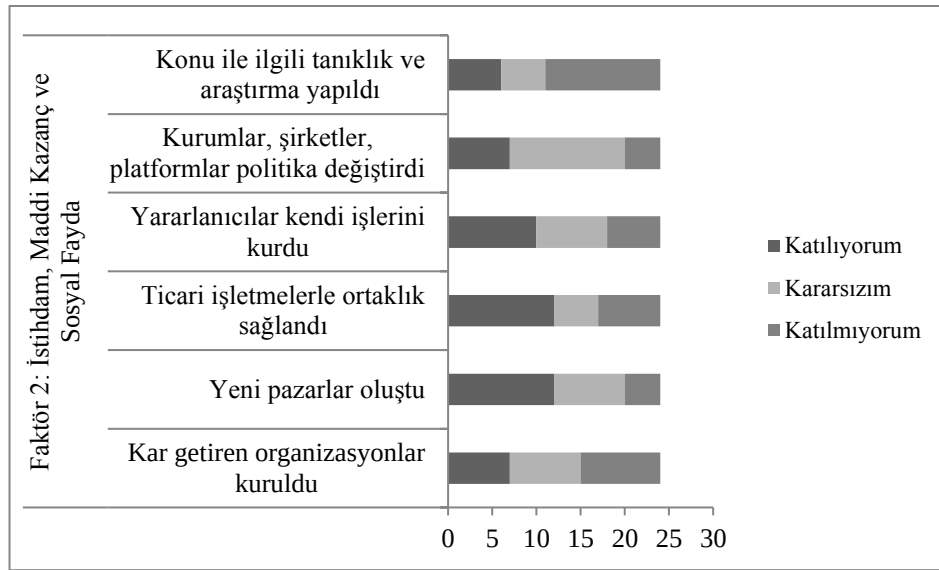
Faktör 2

Faktör 2 istihdam, maddi kazanç ve sosyal fayda birlikteliği ise daha çok girişimlerden yararlanan kişilerin ekonomik yaşama katılması ve bu sayede sosyal hayata katılımını değerlendirmektedir. Kar amacı gütmeyen şirketler ile ticari şirketlerin de ortaklık sağlayarak sosyal bir amaç için bir araya geldiği görülmektedir. Kar amacı gütmeyen kuruluşlar bir istihdam ve yol gösterme sağlarken, ticari işletmeler de destekler ile sosyal bir amacı desteklemiş olurlar. Böylelikle toplumun ekonomik ve sosyal olarak gelişmesini sağlarlar. Bu faktörde ise en çok kar getiren organizasyonların kurulması maddesi öne çıkmıştır.

Faktör 2’deki değişkenlere bakıldığında Şekil 4.12’de de görüldüğü gibi ise en çok %50 oranında yararlanıcılar kendi işlerini kurdu ve ticari işletmelerle ortaklık sağlandı cevapları alınmıştır. Sosyal girişimlerin etkilerinden olan istihdam sağlama

yararlanıcıların iş kurmaları ile sağlanmıştır. Ticari işletmeler ile ortaklık sağlanması da son yıllarda gelişen bir olgudur. Ticari işletmeler sosyal politikalar geliştirmekte ve gelirlerini sosyal girişimlere bağışlamaktadır.

Anket sorularında sorulan fakat faktör analizi esnasında diğer faktörlere de benzer oranlarda yüklendiği için çıkarılan dezavantajlı grupların katılımı ve istihdamı arttı %66 oranında katılıyorum cevabı almıştır. Bu da sosyal girişimlerin istihdama katılımı sağladığını göstermektedir. Engellilerin ve dezavantajlı grupların ticari hayata katılımı sağlandı maddesi ise analiz esnasında 3. Faktör altında gruplandırılmış ve anket cevaplarında %16 oranında katılıyorum, %38 oranında katılmıyorum cevabı almıştır. Bunun nedenlerinden biri olarak cevap veren oluşumların tamamı dezavantajlı gruplara yönelik değildir. Çevre, turizm, kültür-sanat gibi konularla da ilgilenenler olduğu için bu maddeye katılmıyorum cevabı verilmiştir.

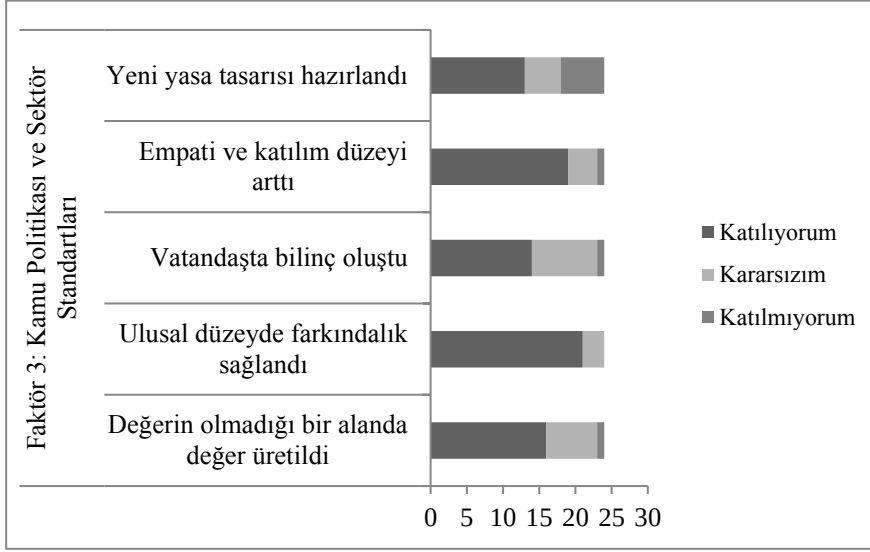


Şekil 4.12 : Faktör 2 istatistiksel incelemesi.

Faktör 3

Literatürde sosyal girişimciliğin sektörlerine bakıldığında; çoğunlukla kar amacı gütmeyen kuruluşların faaliyetleri olsa da; kamunun sosyal politikaları ve özel sektörün sosyal çalışmalarının bütünü sosyal girişimciliğin gelişmesine ve toplumda bir dönüşüme sebep olmaktadır. Bu nedenle sosyal girişim düşüncesinin ve politikalarının değerlendirilmesi amacıyla Faktör 3 kamu politikası ve sektör standartları olarak belirlenmiştir. Sosyal girişimciliğin en önemli amaçlarından biri

olan değerin olmadığı bir alanda değeri üretilmesi bu faktör için en açıklayıcı madde olmuştur.



Şekil 4.13 : Faktör 3 istatistiksel incelemesi.

Faktör 3'e Şekil 4.13'te bakıldığında ise %87,5 oranında ulusal düzeyde farkındalık sağlandı cevabı alınmıştır. En az cevabı ise %45 oranında yeni yasa tasarısı hazırlandı maddesine katılıyorum cevabı verilmiştir. Sosyal girişimciliğin topluma kazandırdıkları ve dönüşüme yol açtığı örnekler çoğaldıkça insanların da duyarlılığı artmakta ve farkındalık meydana gelmektedir. Böylelikle kurumlar politika değiştirmekte ve yeni yollar denemeye çalışmaktadır.

Türkiye'de sosyal girişimcilik örneklerinin sayısının artmasına rağmen, bölgesel farklılıklar, cinsiyet eşitsizliği, eğitimin kalitesi, sosyal ayrılmalar ve çevrenin tahribatı gibi pek çok sorun hala devam etmektedir. Sosyal girişimciliğin Türkiye'deki durumu ve etkilerine bakıldığında henüz kökten bir değişim olmamasına rağmen yaratılan farkındalık ve bilinçlenme ile uzun dönemde kesin çözümler ortaya konması beklenmektedir. Türkiye'de son yıllarda sosyal girişimcilik alanında pek çok gelişme yaşanmakta hem sosyal girişimcileri için teşvik hem de yeni projeler yaratma ortamı sunulmaktadır.

Türkiye'de sosyal girişimcilik 2000'li yıllardan sonra artış göstermekte ve çoğunlukla farkındalık, sivil katılım ve dezavantajlı grupların topluma katılımı ile ilgilenmektedir. Mesleki eğitim, mikro kredi imkanı, gençlere ve kadınlara iş kurma imkanı, sağlıklı kentler ve sağlıklı insanlar, yerel kalkınma, istihdam sağlama, gönüllülük, alternatif eğitim ve turizm modelleri ve kültürel faaliyetler ile ilgili

projeler sunmaktadırlar. Aynı zamanda Türkiye’de yasal düzenlemelerde sosyal girişimcilik tanımı yapılmadığı için de kendilerini çoğunlukla sosyal misyona sahip kar amacı gütmeyen kuruluş olarak tanımlamakta, vakıf, dernek, kooperatif ve şirket olarak değerlendirmektedirler. Sosyal girişimlerin toplumda değişim ve farkındalık yaratmak, sorunlu olan konularda iyileştirmelere gitmek veböylece sosyal, ekonomik ve çevresel gelişmeyi sağlamak, sosyal girişimciliği geliştirmek ve örnek olmak, sürdürülebilir kentsel gelişme sağlamak ve politika oluşturarak kalkınmayı etkilemek amaçındadırlar. Sosyal girişimler hedefledikleri kitleye sayısal olarak ulaşmış olsalar da daha çok kişiye ulaşarak geniş ve ulaşılamayan bölgelerde de farkındalık sağlamak amaçındadırlar. Kısa vadede etkinliklere katılım ve motivasyon kaynağı, ekonomik ve toplumsal yaşama katılım, kırsal kesimin sorunlarına ulaşma kaynağı, çevresel ve kültürel imkanlara ulaşma gibi etkilere olmakla birlikte, uzun vadede aktif yurttaş katılımı, yaşam kalitelerinde iyileşme, sosyal ve sanatsal olarak gelişim, sosyal sorumluluk bilincinin oluşması, yerel kalkınma, kültürün ve turizmin gelişmesi, kırsal kalkınma ve sağlıklı çevreler gibi pek çok etkisi bulunmaktadır. Türkiye’de bulunan sosyal girişimlerde sosyal girişimde faaliyet gösteren kişi sayısının ve koordinasyonunun gelişmesi, daha fazla yenilikçi öneriler sunarak sayılarının artırılması, uygulamada meydana gelen aksaklıklar, farklı disiplinlerle iletişimin artırılması ve sosyal ağların geliştirilmesi gibi geliştirilmesi gereken mevzular da bulunmaktadır.

Türkiye’de sosyal girişimler sosyal içerme ve fark yaratma boyutu ile en fazla etkiyi yaratmaktadır. Sosyal girişimler ile vatandaşın katılımı ve duyarlılığı arttı, toplumsal sorunların çözüm arayışı arttı, dışlanmış grupların topluma katılımı sağlandı ve eğitim ve seminerler ile girişimler amaçlarına ulaşmıştır.

5. SONUÇ VE ÖNERİLER

Sosyal girişimcilik; tarih boyunca örnekleri görülmesine rağmen kavram olarak yeni bir kullanıma sahiptir. İnsanlık yıllardır sosyal fayda amaçlı pek çok organizasyon kurmuş ve faaliyetlerini göstermişlerdir. Teoride sosyal girişimcilik olarak ifade edilmeseler de sosyal girişimciliğin kapsamında değerlendirilen pek çok örnek bulunmaktadır. Sosyal girişimcilik Muhammet Yunus'un yoksullar için mikro kredi olanağı sunduğu girişim ile yaygınlaşmaya başlamıştır. En büyük sosyal girişimci ağı ASHOKA'nın da kurulması ile kurumsallaşmaya ve sosyal girişimcilik alanında çabalar artmaya başlamıştır. Sosyal girişimcilik tanımları çeşitlilik gösterse de temelde toplumsal sorunlara girişimci bakış açısı ile yenilikçi çözümler sunmak olarak açıklanmaktadır.

Sosyal girişimcilik birbirine zıt iki kavram gibi görünen sosyallik ve girişimcilikten oluşmaktadır. Sosyallik sosyal girişimciliğin sosyal sorunlarla ilgilenmesi, sosyal bir amaç için kurulması ve faaliyet alanının sosyal sektör olması ile açıklanabilir. Girişimciliğin anlama kattığı değer ise yenilikçi ve yaratıcı yöntemlerin kararlılık ve azimle uygulanabilmesidir. Sosyal girişimcilik için en önemli faktör sosyal bir değişim yaratmaktır. Kar elde etmek ise sürdürülebilirliğini sağlamak ve yeni sosyal yatırımlar yapmak için yaratılan fırsattır.

Sosyal misyon, sosyal değer, sosyal değişim, sosyal sektör, sosyal yenilikçilik gibi pek çok kavram sosyal girişimcilik tanımlanırken kullanılmakta ve bu nedenle kavram karmaşasına neden olmakta, sosyal girişim tanımları çeşitlilik göstermektedir. Bir grup araştırmacı sosyal girişimleri sosyal değer yaratan stratejileri belirleyen ve alternatif yatırım olanakları sunan kar amacı gütmeyen kuruluş olarak tanımlamakadır. Bir grup araştırmacı sosyal girişimleri ticari işletmelerin sosyal politikaları olarak görmektedir. Son olarak ise sosyal girişimciliğin sosyal sorunları azaltması ve dönüşümü sağladığı savunulmaktadır. Tüm sosyal girişimcilik tanımlarının ortak noktası ise ticari bir amaç için değil sosyal bir misyona sahip olan, sosyal etki yaratacak fırsatları görüp yenilikçi yollarla

toplumda uzun vadede bir etki yaratan organizasyonlar olmasıdır. Tüm bunlar ile birlikte yeni kaynaklar yaratarak sürdürülebilirliğini sağlayarak, elde edilen kazancın kişisel çıkarların ötesinde yine sosyal bir amaç için kullanılmasıdır.

Sosyal girişimcilik kar amacı gütmeyen, ticari ve kamu sektörü içinde faaliyet gösterebilen sürdürülebilir, yenilikçi ve sosyal değer yaratan faaliyetler olarak tanımlanmaktadır. Sosyal girişimleri diğer hayırsever ya da ticari faaliyetlerden ayıran en önemli özellik etki yaratacak fırsatları görüp, yenilikçi yollar uygulayarak sürdürülebilir sosyal etki yaratmasıdır. Fakat Türkiye’de yasal ve kurumsal bir altyapısı olmadığı için sosyal girişimler genelde sosyal misyona sahip kar amacı gütmeyen kuruluşlar, dernek, vakıf ve kooperatif olarak bilinmektedir. Sosyal girişimler kar amacı gütmeyen kuruluşların faaliyetleri, ticari işletmelerin sosyal stratejileri ve projeleri ve kamunun sosyal çalışmaları olarak faaliyet gösterebilen melez bir modele sahiptir.

Bu tez çalışmasında sosyal girişimcilik; toplumun farklı ihtiyaçlarını çözmeyi amaçlayan, sosyal bir vizyon, strateji ve çalışma şekline sahip, yenilikçi çözümleri girişimci bakış açısıyla ele alan, kar amacı gütmeyen kuruluşlar, platformlar, vakıflar, dernekler ve kooperatifler aracılığıyla sürdürülebilir sosyal değer yaratmak şeklinde ele alınmaktadır. Sosyal girişim örgütleri ise; ekonomik, sosyal ve çevresel etkilere sahip, kendi sürdürülebilirliklerini idame ettiren oluşumlar/organizasyonlar olarak belirlenmiştir.

Sosyal girişimciliğin toplumda bir değişim yarattığından ve uzun vadede bir etkiye ve kalkınmaya neden olacağından bahsedilmektedir. Bu etkinin nasıl yaratıldığı ve hangi konular üzerinde bir değişime neden olduğunun anlaşılması amacıyla tezin ikinci bölümünde dünyadan ve Türkiye’den de örnekler verilerek sosyal girişimlerin kalkınmaya olan etkisinden bahsedilmiştir. Günümüzde dünya çapında yoksulluk, işsizlik, bölgesel eşitsizlikler, doğal kaynakların tahribatı, insan hakları, eğitim, barınma, sağlık gibi konularda belirginleşen sorunlar meydana gelmektedir. Bu sorunların artmasındaki nedenlerden biri de kamunun sorunların çözümünde yetersiz kalması ve yeterince etkin olmamasıdır. Bu nedenle devlet ve özel sektörün de işbirliği ile yürütülecek sosyal girişimcilik faaliyetleri sosyal politika uygulamalarında bu eksikliklerin giderilmesi için sosyal girişimler bir fırsat olarak karşımıza çıkmaktadır. Sosyal girişimcilik kavramı toplumsal ve çevresel sorunların çözümüne yardımcı olmakla birlikte, girişimcilik boyutu ile de ekonomik bir kazanca

ve sosyal sektörün de gelişmesine neden olmaktadır. Dezavantajlı bireylerin güçlendirilmesi, kırsal gelişme, çevrenin korunması, sağlık, eğitim, gençlerin hayata katılımı gibi pek çok insanı ilgilendiren konuda geliştirilen sosyal girişimcilik dünyada hızla yayılmakta ve toplum için olumlu sonuçlar meydana getirmektedir. Türkiye’de sosyal girişimcilik faaliyetleri artmasına rağmen, bölgesel farklılıklar, cinsiyet eşitsizliği, eğitimin kalitesi, sosyal ayrışmalar ve çevrenin tahribatı gibi pek çok sorun hala devam etmektedir. Sosyal girişimciliğin Türkiye’deki durumu ve etkilerine bakıldığında henüz kökten bir etki görülmemekle birlikte, toplumsal sorunlara karşı farkındalık ve bilinçlenme görülmektedir. Türkiye’de son yıllarda sosyal girişimcilik alanında pek çok gelişme yaşanmaktadır. Sosyal girişimciler için teşvikler ve yeni projelerin sunulabilmesi için çeşitli fırsatlar sağlanmaktadır.

Bu çalışmada da kalkınmanın bir aracı olan sosyal girişimciliğin, Türkiye’deki durumu ve yarattığı etkiler incelenerek toplumda nasıl bir fayda sağladığı değerlendirilmiştir. Sosyal girişimlerin değişimin bir aracı olduğu ve sosyal bir değer yarattığı belirtilse de bununla ilgili çalışmaların azlığı nedeni ile bu boşluğun doldurulacağı düşünülmektedir. Aynı zamanda bölge planlama çalışmaları için de yeni bir araştırma konusu olacağı düşünülmektedir.

Sosyal etki değerlendirmesi belli bir hedef ile yola çıkıp etki yaratmak amacıyla olan sosyal girişimler için, yaratılan etkinin kimlere ve nasıl etki ettiğini anlaması için önemli bir yoldur. Bu tez çalışmasında da öğrenmek amacıyla uygulanan sosyal etki değerlendirmesi, Türkiye’de başarılı olan sosyal girişimlerin yarattıkları etkiyi değerlendirmesi ve kimlere nasıl bir fayda sağladığını göstermek amacıyla kullanılmıştır. Öncelikle ön araştırma yapılarak Türkiye’de faaliyet gösteren sosyal girişimlerin profili çıkarılmış ve günümüzde sosyal girişimciliğin durumu ile ilgili analizler yapılmıştır. İkinci olarak ise bu belirlenen sosyal girişimler ile anket çalışması yapılarak niceliksel ve niteliksel yöntemler ile etkileri belirlenmiştir. Yapılan ön değerlendirmeler sonucunda Türkiye’de sosyal girişimcilik faaliyetleri 2000’li yıllardan sonra artış göstermekte ve çoğunlukla farkındalık, sivil katılım ve dezavantajlı grupların topluma katılımı ile ilgili çalışmalar yürütmektedir. Mesleki eğitim, mikro kredi imkanı, gençlere ve kadınlara iş kurma imkanı, sağlıklı kentler ve sağlıklı insanlar, yerel kalkınma, istihdam sağlama, gönüllülük, alternatif eğitim ve turizm modelleri ve kültürel faaliyetler ile ilgili projeler sunmaktadırlar. Türkiye’de yasal düzenlemelerde sosyal girişimcilik kavramının bulunmaması nedeniyle; sosyal

misyonu sahip kar amacı gütmeyen kuruluş, vakıf, dernek, kooperatif olarak faaliyetlerini sürdürmektedirler. Sosyal girişimler toplumda değişim ve farkındalık yaratmak, sorunlu olan konularda iyileştirmelere gitmek ve böylece sosyal, ekonomik ve çevresel gelişmeyi sağlamak, sosyal girişimciliği geliştirmek ve örnek olmak, sürdürülebilir kentsel gelişme sağlamak ve politika oluşturarak kalkınmayı etkilemek amacındadırlar. Sosyal girişimler daha çok kişiye ulaşmak amacında olup, farkındalık sağlamak istemektedirler. Kısa vadede etkinliklere, faaliyetlere katılım ve motivasyon kaynağı, istihdamkatılım ve böylece topluma dahil olma, kırsal kesimin sorunlarına ulaşabilme, çevrenin korunması ve kültürel imkanlara ulaşma gibi etkileri olmakla birlikte, uzun vadede aktif yurttaş katılımı, yaşam kalitesinde iyileşme, sosyal ve sanatsal olarak gelişim, sosyal sorumluluk bilincinin oluşması, yerel kalkınma, kültürün ve turizmin gelişmesi, kırsal kalkınma ve sağlıklı çevreler gibi pek çok etkisi bulunmaktadır. Sosyal girişimlerde geliştirilmesi gereken hususlar ise daha çok sosyal girişimlerin yapısal ve yasal düzeni ile ilgilidir. Girişimlerde faaliyet gösteren kişi sayısının artması gerekmekte ve koordinasyonun gelişmesi gerekmektedir. Daha fazla yenilikçi öneriler sunarak sayılarının artırılması, uygulamada meydana gelen aksaklıklar, farklı disiplinlerle iletişimin artırılması ve sosyal ağların geliştirilmesi gibi geliştirilmesi gereken mevzular da bulunmaktadır.

Sosyal girişimler Türkiye’de sosyal içermenin ve fark yaratmanın bir aracısı, özellikle dezavantajlı gruplar ve gençler için istihdam ve maddi kazanç sağlamaya neden olan bir etken ve kamuda ve özel sektörde değişiklikler yaratan organizasyonlar olarak öne çıkmaktadır. Bu üç faktör sonucu Türkiye’de sosyal girişimlerin yarattığı en önemli faktör ise sosyal içerme ve fark yaratmadır. Kişiler toplumsal sorunların çözümlerine odaklanarak yeni yollar ararken, sosyal girişimler projeler, eğitim ve seminerler ile farkındalık sağlamakta, toplumsal sorunların çözümü için ortak bir bilinç oluşturarak, duyarlılık ve katılımı sağlamaktadır.

Çizelge 5.1 : Türkiye’de sosyal girişimlerin faaliyetleri, amaçları ve etkileri.

Faaliyetler	Amaçlar		Hedeflenen etkiler	
- İş kurmak isteyen gençlere destek olmak - Alternatif eğitim modelleri yaratmak - Sosyal konular konusunda araştırmalar yapmak - Gençlere yönelik hibe programları hazırlamak - Sağlıklı insanlar ve sağlıklı çevreler konusunda çalışmak - Yerel değerleri destekleyerek yerel kalkınmanın önünü açmak - Toplumda çevre ile ilgili duyarlılık ve farkındalık sağlamak - Çevrenin korunması ve kırsal kalkınmanın desteklenmesi için çalışmalar yapmak - Meslek edinme kursları düzenlemek ve istihdama kazandırmak - Kadın girişimciliğini destekleyerek işletme kurmalarına destek olmak - Yoksullar için mikro kredi imkanı sağlamak	Değişim yaratma	- Gençlerin hayata katılımı - Engelliler için hak temelli yaşam - Sosyo-ekonomik dezavantajlı grupların güçlendirilmesi - Hak temelli yaşam ve farkındalık sağlama - Eşitsizliklerin giderilmesi - Çevre ve tüketim bilinci oluşturmak - Kırsal sorunlara çözüm sunmak - Katılımcı bir toplum oluşturmak	Farkındalık	- İnsan yaşamına dokunmak - Alternatif çözümler ile ilgili farkındalık - Özgüven geliştirme ve eşitlik sağlama - Dışlanmış grupların dahil edileceği bir dünya yaratma - Farklı eğitim sistemleri geliştirme - Paylaşım ekonomisi oluşturma - Toplumsal değişim ve aktif vatandaşlık sağlama - Toplum ve özel sektör arasında ilişki geliştirme
	İyileştirme	- Alternatif eğitim imkânı sunmak - Sürdürülebilir projeler oluşturmak, - Güvenli yaşam kültürü oluşturarak dayanıklı ve afete hazırlıklı Türkiye oluşturmak, - Alternatif turizm imkânları sağlamak - Kültür-sanatın iyileştirilmesi ve kültürel gelişim sağlamak	Sosyal, çevresel ve ekonomik gelişim	- Genç işsizliğini azaltmak - Dezavantajlı grupların dahil olması için yeni işler yaratmak - Engellilerin aktif hayata katılımı - Dar gelirli kadınların toplumsal ve ekonomik hayata katılımı - Cinsiyet eşitsizliğini gidermek

Çizelge 5.1 (devam): Türkiye’de sosyal girişimlerin faaliyetleri, amaçları ve etkileri.

Faaliyetler	Amaçlar		Hedeflenen etkiler	
- Afetlere ve doğal olaylara karşı güçlenme eğitimleri vermek - Gençler için yurt dışı gezileri ve alternatif tatil imkanları sunmak - Gönüllülük projelerini desteklemek - Tiyatro, film ve müzik festivalleri düzenleyerek toplumda ve kentte sanatı geliştirmek - Etkinlikler ile topluma katılımı sağlamak - Dezavantajlı gruplar için mesleki eğitimler vermek	Kalkınmayı sağlama	- Küresel kalkınma hedeflerini gençler yolu ile gerçekleştirmek, - Az gelişmiş ülkelerin kalkınmasına katkı sağlamak, - Sosyal girişim stratejisi ve eylem planı oluşturmak, - Paylaşım ekonomisi oluşturmak	Örnek olma	- Örnek oluşturarak sosyal girişim sayılarının artırılması - Tüm Anadolu’da Sosyal Girişimcilik kavramının, tüm üniversitelerde ders müfredatına girmesi, Küresel Hedefleri başarabilmek için yerel fikirlerin ve/veya sosyal girişimlerin gençler tarafından üretilmesi, hayata geçirilmesi - Sürdürülebilir olması,
			Sürdürülebilir kentsel gelişme	- Köyden kente göçü durdurma, - Ekonomik güçlendirme, - toprak ve su kirliliğinin önlenmesi, - Temiz gıdaya erişimin kolaylaşması - Kültür ve sanat yoluyla Kültür politikalarını etkilemek - Şehirlerde dönüşümün başlayabilmesi - Güvenli yaşam kültürünün yerleştiği afetlere dayanıklı ve hazırlıklı bir Türkiye oluşturmak

Sonuç olarak sosyal girişimler Türkiye’de henüz kökten bir etkiye sebep olmasa da her geçen gün sosyal girişimlerin sayısı artmakta ve toplumda sosyal konulara karşı bir bilinç oluşturmaktadır.

Bu çalışmanın diğerk sosyal girişimcilik çalışmalarına örnek olacağı ve özellikle sosyal girişimciliğın yaratacağı etkilerin kalkınmayı etkileyeceğı düşünülmektedir. Yapılacak diğerk çalışmalarda sosyal girişimlerin sosyal sermaye ile ilişkisi, kurumsal kapasitenin inşası ve stratejik mekansal planlama ile de ilişkileri çalışılmalı ve sosyal kalkınmanın da ekonomik kalkınma kadar önemli olduğu ve toplumda değişime sebep olacağı unutulmamalıdır. Sosyal girişimcilik ile ilgili bir diğerk çalışma konusu ise kamunun girişimleri nasıl etkilediğı ve kent planlamasında nasıl bir yere sahip olduğudur. Sosyal girişimler öncelikle yararlanıcıları etkilese de geniş çapta farkındalık sahibi olan ve toplumla bütünleşen insanlar kenti, bölgeyi ve ekonomiyi de etkilemektedir. Sosyal girişimcilik uzun vadede sosyal sorumluluk bilinci sağlayarak, yurttaş katılımı ile toplumsal kalkınmanın temelini oluşturmaktadır.

KAYNAKLAR

- Alvord, S. H., Brown, L. D., & Letts, C. W.** (2004). Social Entrepreneurship and Societal Transformation. *The Journal of Applied Behavioral Science*, 260-282.
- Arasti, Z., Zarei, H., & Didehvar, F.** (2015). Identifying the Evaluative Indicators of Regulatory Policies for the Development of Social Entrepreneurship. *Public Organiz Review*, 453–474.
- Aslan, G., Araza, A., & Bulut, Ç.** (2012). Sosyal Girişimciliğin Kavramsal Çerçevesi. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 69-88.
- Austin, J. E.** (2006). Three Avenues for Social Entrepreneurship Research. J. Mair, J. Robinson, & K. Hockerts içinde, *Social Entrepreneurship* (s. 22-33). New York: Palgrave Macmillan.
- Austin, J., Stevenson, H., & Wei-Skillern, J.** (2006). Social and Commercial Entrepreneurship: Same, Different, or Both? *Entrepreneurship Theory and Practice*, 1-22.
- Birch, K., & Whittam, G.** (2006). *The Role of the Social Economy, Social Enterprise and Social Entrepreneurship in Sustainable Regional Development*. Center for Public Policy for Regions.
- Dees, J. G.** (1998). *The Meaning of "Social Entrepreneurship"*. The Kauffman Center for Entrepreneurial Leadership.
- Denizalp, H.** (2007). *Toplumsal Dönüşüm İçin Sosyal Girişimcilik Rehberi*. Ankara: Sivil Toplum Geliştirme Merkezi.
- Ebrashi, R. E.** (2013). Social entrepreneurship theory and sustainable social impact. *Social Responsibility Journal*, 188-209.
- Emerson, J., & Twersky, F.** (1996). *New Social Entrepreneurs: The Success, Challenge and Lessons of Non-Profit Enterprise Creation*. San Francisco, California: The Roberts Foundation Homeless Economic Development Fund.
- Ersen, T. B., Kaya, D., & Meydanoğlu, Z.** (2010). *Sosyal Girişimler ve Türkiye İhtiyaç Analizi Raporu*. İstanbul: TÜSEV.
- Felício, J. A., Gonçalves, H. M., & Gonçalves, V. d.** (2013). Social Value and Organizational Performance in Non-profit Social Organizations: Social Entrepreneurship, leadership, and socioeconomic context effects. *Journal of Business Research*, 2139-2146.
- Güler, B. K.** (2008). Sosyal Girişimciliği Etkileyen Faktörlerin Analizi. *Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri Anabilim Dalı Doktora Tezi*. Dokuz Eylül Üniversitesi.

- Harding, R.** (2004). Social Enterprise the New Economic Engine. *Business Strategy Review*, 40-43.
- Haugh, H.** (2005). A Research Agenda for Social Entrepreneurship. *Social Enterprise Journal*, 1-12.
- Hervieux, C., Gedajlovic, E., & Turcotte, M.-F. B.** (2010). The Legitimization of Social Entrepreneurship. *Journal of Enterprising Communities: People and Places in Economy*, 37-67.
- Hoogendoorn, B.** (2011). *Social Entrepreneurship in the Modern Economy*. EU: Erasmus Research Institute of Management.
- Kırılmaz, S. K.** (2014). Sosyal Girişimcilik Boyutlarına Kuramsal Bir Bakış. *Ekonomi ve Yönetim Araştırmaları Dergisi*, 55-74.
- Leadbeater, C.** (1997). The rise of the social entrepreneur. *DEMOS* .
- Lehner, O. M., & Kaniskas, J.** (2012). Opportunity Recognition in Social Entrepreneurship: A Thematic Meta Analysis. *The Journal of Entrepreneurship*, 25-58.
- Light, P. C.** (2005). *Searching for Social Entrepreneurs: Who They Might Be, Where They Might Be Found, What They Do*. Association for Research on Nonprofit and Voluntary Associations.
- Llewellyn, Nick; Edwards, Charles; Lawton, Alan; Jones, Geoff** (2000). *Entrepreneurship and Public Service Management: Definitions, Competencies, Obstacles and Examples*. Open University Business School Working Paper.
- Mair, J., & Marti, I.** (2006). Social entrepreneurship research: A source of explanation, prediction, and delight. *Journal of World Business*, 36-44.
- Martin, R. L., & Osberg, S.** (2007). Social Entrepreneurship: The Case for Definition. *Stanford Social Innovation Review*, 29-39.
- Massetti, B. L.** (2008). The Social Entrepreneurship Matrix as a “Tipping Point” for Economic Change. *E:CO Issue*, 1-8.
- Miller, T. L., & Wesley, C. L.** (2010). Assessing Mission and Resources for Social Change: An Organizational Identity Perspective on Social Venture Capitalists’ Decision Criteria. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 705-733.
- Mort, G. S., Weerawardena, J., & Carnegie, K.** (2003). Social entrepreneurship: Towards conceptualisation. *International Journal of Nonprofit and Voluntary Sector Marketing*, 76-88.
- Neck, H., Brush, C., & Allen, E.** (2009). The landscape of social entrepreneurship. *Business Horizons* , 13-19.
- Okandan, G. D., & Görgülü, V.** (2012). Türkiye’de Sosyal Girişimcilik Tanımı ve Örnekleri. İ. B. Üniversitesi içinde, *Büyüyen Kapsayıcı Piyasalar Türkiye’de Sosyal Girişimcilik Vakaları* (s. 9-33). İstanbul: Bilgi İletişim Grubu Yayıncılık.

- Oktay, E., Zeren, H. E., & Pekküçükşen, Ş.** (2015). Belediyelerin Sosyal Girişimcilik Faaliyetlerinin Yerel Kalkınmaya Etkisi. *Ksü İİBF Dergisi*, 267-276.
- O’Sullivan, C., Tucker, S., Ramsden, P., Norman, W., Mulgan, G., & Vasconcelos, D.** (2012). *Financing Social Impact. Funding social innovation in Europe – mapping the way forward. Social Innovation Europe Initiative.*
- Önce, A. G., Marangoz, M., & Erboy, N.** (2014). Ekonomik Büyüme ve Kalkınmada Girişimciliğin Rolü ve Önemi. *International Conference on Eurasian Economies*, 1-11
- Peredo, A. M., & McLean, M.** (2006). Social entrepreneurship: A critical review of the concept. *Journal of World Business*, 56-65.
- Phills, J., Deiglmeier, K. & Miller, D.** (2008). Rediscovering Social Innovation. *Stanford Social Innovation Review, Fall*, 34-43.
- Prabhu, G. N.** (1999). Social Entrepreneurial Leadership. *Career Development International* , 140-145.
- Putnam, R.** (1995). Bowling Alone: Americans’s Declining Social Capital. *Journal of Democracy*, 65-78.
- Reyhanoğlu, M., & Akın, Ö.** (2012). Ticari Girişimciler Ne Kadar Sosyal Girişimcidir? *İstanbul Üniversitesi İşletme İktisadi Enstitüsü Dergisi*, 8-23.
- Spear, R.** (2006). Social Entrepreneurship: A Different Model. *International Journal of Social Economics*, 399-410.
- Tatar, A., & Toplaoğlu, N.** (2014). *Social Entrepreneurship in Turkey Best Practices Example from Turkey.* İstanbul: TÜSEV.
- Thompson, J. L.** (2002). The World of the Social Entrepreneurship . *The International Journal of Public Sector Management*, 412-431.
- Titiz, S.** (2012, Şubat 5). İzleme, Değerlendirme ve Sosyal Etki Analizi. *Sosyal Girişimcilik Sertifika Programı.* İstanbul: Mikado Danışmanlık.
- TOG.** (2013). *Üniversitelerde Sosyal Sorumluluk ve Sosyal Girişimcilik Pilot Projesi.* İstanbul: Toplum Gönüllüleri Vakfı.
- Trivedi, C.** (2010). Towards a Social Ecological Framework for Social Entrepreneurship. *The Journal of Entrepreneurship*, 63-80.
- Türker, D., Özerim, G., & Yıldız, A.** (2014). Social Entrepreneurship in Turkey: Challenges and Opportunities. C. Parra, & F. Porta içinde, *in Emprendeduria Social: Alternativa Sostenible Para Una Nueva Economia* (s. 163-179). İspanya: JB Bosch Editor.
- TÜSEV.** (2014). *Sosyal Girişimcilik: Sosyal İçerme Ve Sürdürülebilir Toplumsal Gelişme Olanakları.* İstanbul: TÜSEV.
- Vanclay, F.** (2003). International Principles For Social Impact Assesement. *Impact Assessment and Project Appraisal*, 5-11.

- Vines, H.** (2013). Sosyal Etki Analizi: Sosyal Girişimler ve STK lar için Yöntemler. *Sosyal Girişimler ve Sivil Toplum Kuruluşları için Sosyal Etki Analizi* (s. 1-5). İstanbul: TÜSEV.
- Waddock, S. A.** (1988). Building Successful Social Partnership. *Sloan Management Review*, 17-23.
- Weerawardena, J., & Mort, G. S.** (2006). Investigating social entrepreneurship: A multidimensional model. *Journal of World Business*, 21-35.
- Wood, C., & Leighton, D.** (2010). *Measuring Social Value The Gap Between Policy and Practice*. Londra: DEMOS.
- Yalçın, A. S., & Güner, D.** (2015). *Sosyal Etki Ölçümlemesi KUSİF 4 Adım Yaklaşımı*. İstanbul: KUSİF Yayınları.
- Zahra, S. A., Gedajlovic, E., Neubaum, D. O., & Shulman, J. M.** (2006). Social Entrepreneurship: Domain, Contributions and Ethical Dilemmas. *University of Minnesota Conference on Ethics and Entrepreneurship*.
- Aksoy, T.** (2013, Ocak 29). Temel Aksoy. Erişim: 27 Eylül 2016, <http://www.temelaksoy.com/sosyal-girisimcilik/>
- Koenig, A.** (2013, 06 29). Milliyet. Erişim: 25 Eylül 2016 <http://www.milliyet.com.tr/-sosyal-girisimcilik-ve/gundem/ydetay/1729407/default.htm>
- TÜSEV.** (2010). Sosyal Girişim. Erişim: 14 Ekim 2016 <http://www.sosyalgirisim.org//content/detail.aspx?cid=14>.

EKLER

EK A: Anket çalışması

EK A

Çizelge A.1 : Sosyal girişimlere uygulanan anket çalışması.

Sosyal Girişimcilik Anket Çalışması

Bu anket çalışması İTÜ Fen Bilimleri Enstitüsü Şehir ve Bölge Planlama Bölümü Bölge Planlama Yüksek Lisans Programı kapsamında yürütülen "Türkiye'de Sosyal Girişimciliğin Yarattığı Sosyal Etkinin Örnekler Üzerinden Değerlendirilmesi" başlıklı tez çalışması kapsamında yapılmaktadır. Katkınız için teşekkür ederiz.

* Gerekli

Genel Sorular

1. Adınız Soyadınız		
2. Pozisyonunuz/Göreviniz		
3. Kurumunuzun adı		
4. İletişim		
5. Kurumunuzun yeri*		
6. Kurumunuzun kuruluş yılı *		
7. Kurumunuzun türü*	Sosyal misyona sahip kar amacı gütmeyen kuruluş	
	Sosyal misyona sahip kar amacı güden kuruluş	
	Ekonomik misyona sahip kar amacı gütmeyen kuruluş	
	Ekonomik misyona sahip kar amacı güden kuruluş	
	Diğer	
8. Girişimin ilgilendiği alan*	Sivil katılım	
	Çevre	
	Sosyal içerme	
	Farkındalık	
	Kadınlar	
	Gençler	
	Çocuklar	
	Yaşlılar	
	Medya/İletişim	
	Engelliler	
	Kültür-sanat	
	Kalkınma	
	Sağlık	
	Diğer	

Çizelge A.1 (devam): Sosyal girişimlere uygulanan anket çalışması.

9. Projeler ve kuruluşun aktiviteleri*		
10. Girişimin hedef kitlesi *		
11. Sosyal girişimin durumu Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.	Yeni başladı	
	Uygulanıyor	
	Bitti	
12. Sosyal girişimin ortaya çıkmasındaki temel amaç *		
13. Girişim ile beklenen/hedeflenen etkiler *		
14. Hedeflenen etkilerin ne kadarına ulaşabildiniz? *		
15. Bu girişimin çevrede/bölgede yarattığı yaratıcı süreç *		
16. İnsanların bu girişimden yararlanma biçimleri *		
17. Girişimin kısa ve uzun vadede yarattığı sosyal etkiler (Eğer sosyal etkisi yok ise yok yazınız) *		
18. Girişimin kısa ve uzun vadede yarattığı çevresel etkiler (Eğer çevresel etkisi yok ise yok yazınız) *		
19. Girişimin kısa ve uzun vadede yarattığı ekonomik etkiler (Eğer ekonomik etkisi yok ise yok yazınız) *		
20. Girişimde neler geliştirilmeli? *		

Sosyal Etkinin Bileşenleri

Bileşenler		Katılıyorum	Kararsızım	Katılmıyorum
21. Sosyal içerme ve fark yaratma kültürü boyutlarını değerlendiriniz *	Dışlanmış gruplarda bütünleşme gözlemlendi			
	Ulusal düzeyde farkındalık sağlandı			
	Empati ve katılım düzeyi arttı			
	Toplumsal sorularda azalma görüldü			
	Toplumsal sorunların çözümüne odaklanma ve çözüm arayışları arttı			
	Vatandaşın katılımı ve duyarlılığı arttı			
	Eğitimler ve seminerler amaçlarına hizmet etti			
22. Ulaşılan kişi sayısı *				
23. Eğitim, seminer ve etkinliklere katılan kişi sayısı *				
24. İstihdam, maddi kazanç ve sosyal fayda birlikteliği boyutlarını değerlendiriniz *	Dezavantajlı grupların katılımı ve istihdamı arttı			
	Kar getiren organizasyonlar kuruldu			
	Ticari işletmelerle ortaklık sağlandı			
	Engellilerin ve dezavantajlı grupların ticari hayata katılımı sağlandı			
	Yararlanıcılar kendi işlerini kurdu			
25. Sağlanan istihdam sayısı *				
26. Verilen eğitimlerin sayısı *				
27) Kamu politikası ve sektör standartları boyutlarını değerlendiriniz *	Yeni yasa tasarısı hazırlandı			
	Konu ile ilgili tanıklık ve araştırma yapıldı			
	Vatandaşa bilinç oluştu			
	Kurumlar, şirketler, platformlar politika değiştirdi			
	Yeni pazarlar oluştu			
	Değerin olmadığı bir alanda değer üretildi			

ÖZGEÇMİŞ



Ad-Soyad : Seda ERCAN
Doğum Tarihi ve Yeri : 01.04.1992
E-posta :sedaercannn@gmail.com

ÖĞRENİM DURUMU:

- **Lisans** :İzmir Yüksek Teknoloji Enstitüsü/ 01.09.2009-01.06.2014
- **Yüksek Lisans** :İstanbul Teknik Üniversitesi/ 01.09.2014-19.12.2016