T.C.
YILDIZ TEKNİK ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İŞLETME ANA BİLİM DALI
İŞLETME YÖNETİMİ YÜKSEK LİSANS PROGRAMI

YÜKSEK LİSANS TEZİ

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

AYTEN CANBAL
13713020

TEZ DANIŞMANI
Prof. Dr. ESİN CAN

İSTANBUL
2016

T.C.
YILDIZ TEKNİK ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İŞLETME ANA BİLİM DALI
İŞLETME YÖNETİMİ YÜKSEK LİSANS PROGRAMI

YÜKSEK LİSANS TEZİ

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

AYTEN CANBAL
13713020

TEZ DANIŞMANI
Prof. Dr. ESİN CAN

İSTANBUL
2016

T.C.
YILDIZ TEKNİK ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İŞLETME ANA BİLİM DALI
İŞLETME YÖNETİMİ YÜKSEK LİSANS PROGRAMI

YÜKSEK LİSANS TEZİ

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

AYTEN CANBAL
13713020

Tezin Enstitüye Verildiği Tarih: 20/10/2016
Tezin Savunulduğu Tarihi:17/11/2016

Tez oy birliği / ~~Oy çokluğu ile~~ başarılı bulunmuştur.

Tez Danışmanı : Prof. Dr. Esin Can

Jüri Üyeleri : Prof.Dr. Esin Can
Doç.Dr. Pınar Büyükbalcı
Yrd.Doç.Dr. Meral Dülger Taşkın

İSTANBUL
2016

ÖZ

SOSYAL GİRİŞİMCİLİK VE TÜRKİYE'DE ÖDÜL ALMIŞ GENÇ SOSYAL GİRİŞMCİLERİN PROFİLLERİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA
Ayten Canbal
Eylül, 2016

Sosyal girişimciler, piyasa odaklı girişimcilik yaklaşımı ile sosyal sorunların çözümüne katkı sağlamayı hedefleyen bireylerdir. Çalışmanın ana konusunu oluşturan Sosyal girişimciler, günümüzde girişimciliğin ticari alanda ve gelir amacıyla yapılabileceği yönündeki geleneksel anlayışı değiştirerek bu doğrultuda yeni bir çalışma alanı yaratmaktadır. Bu kişiler, piyasanın kendi başına çözemediği, pazar çözümlerinin henüz üretilmediği veya mevcut yöntemlerin bulunmadığı, hükümet politikalarının değinmediği sorunlara ve toplumsal ihtiyaçlara eğilmekledir. Toplumsal ihtiyaçların çözümünde ise finansal olarak değer yaratacak işletmelerin kurulmasını sağlarlar. Piyasa gereksinimlerine göre çalışmış olsalar da pazar işleyişini değiştirmeyi hedeflemektedirler.

Bu tez çalışması Sosyal Girişimcilerin Profillerini belirlemek amacıyla yapılmıştır. Türkiye'de ödül alarak sosyal girişimci unvanını alan bireyler hedefkitle olarak belirlenmiştir. Bu kapsamda sosyal girişimcilerin kim olduğu ve toplumsal sorunları hangi metotlar geliştirerek çözdükleri araştırılmaktadır.

Tez çalışması üç bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümünde; girişimci, sosyal girişimci, girişim modeli tanımları ve bu girişimcilerin hangi sektörle ilişkili oldukları, ikinci bölümde; sosyal girişimcilerin bireysel ve sosyal özellikleri incelenmiştir. Üçüncü bölümde ise araştırma sonuçlarına yer verilerek sosyal girişimcilerin genel bir profili belirlenmiştir.

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

ABSTRACT

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

Ayten Canbal

September, 2016

Social entrepreneurs with oriented entrepreneurial approach who aim to contribute to the solution of social problems. Nowadays, social entrepreneurs who form the main subject of this study creates a new working area by changing conventional understanding in commercial field with the aim of revenue. These people approach to find out some issues about marketing. These are about some marketing solutions which are non-existing method approaches so far, government policies and the social needs. They provide the financial value in the solution of social needs. Although they work according to market needs, they aim to diversify market process.

The study of thesis was researched with the aim of determine the profile of social entrepreneurs. Social entrepreneurs who have received award by the name of social entrepreneur title in Turkey, were specified as target group. In this context, the social problems in which methods to be solved and who the social entrepreneur's information are researched.

The thesis study consists of three parts. In the first section contains some definitions about social entrepreneur, entrepreneurship models as well relevant to which sector and in the second section; the features of personal and social are investigated. The research results and public profile for social entrepreneurs are stated in the third section.

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

ÖN SÖZ

Yaklaşık son 20 yıllık süreç içerisinde yaygınlaşan Neo-Liberal politikalarla birlikte Dünya'nın birçok ülkesinde yaşanan ekonomik krizler zamanla sosyal ve siyasi krizlerle evrim geçirdi. Toplumun beklentileriyle devletlerin sağlayabileceği imkânlar arasında oluşan boşlukta alternatif çözüm önerileri getirilmeye başlandı. Getirilen bu çözüm önerileriyle birlikte dünya yeni bir olgunun ortaya çıkmasına sahne oldu: "*Sosyal Girişimcilik*"; İngilizce tabiriyle "*Social Entrepreneurship*". Bu kavram, serbest piyasa yöntemlerini benimseyerek, sosyal sorunların çözümüne katkı sağlayan girişimcilik modelidir.

Bu çalışma ile değişimi gerçekleştiren ve toplumsal sorunlara duyarlı olan gençlerin toplumsal sorunlar için yeni ve yaratıcı çözüm önerileri incelenmiş ve bu gençlerin profillerinin belirlenmesi amaçlanmıştır.

Tez çalışmamda emeği geçen ve yardımları olan, saygıdeğer danışman hocam Sayın Prof. Dr. Esin Can'a, çalışmalarım sırasında kaynaklara ulaşma ve anketi gerçekleştirme konularında desteğini esirgemeyen Sayın Prof. Dr. Burcu Kümbül Güler'e, beni yalnız bırakmayan ve bana destek olan geniş aileme sonsuz teşekkürlerimi sunarım. Ayrıca ankete katılmayı kabul eden ve çalışmamı ilgiyle takip ederek destekleyen Sosyal Girişimci arkadaşlarımın hepsine teşekkürlerimi sunarım. Çalışmanın ilgililere faydalı olmasını dilerim.

İstanbul; Eylül, 2016 Ayten CANBAL

İÇİNDEKİLER

TEZ ONAY SAYFASI
ÖZ ..... İİİ
ABSTRACT.....İV
ÖN SÖZ..... V
İÇİNDEKİLER .....Vİ
TABLOLAR LİSTESİ.....İX
ŞEKİLLER LİSTESİ.....Xİ
1. GİRİŞİMCİ VE SOSYAL GİRİŞİMCİ 1
1.1. Girişimci Ve Girişimcilik Kavramı..... 1
1.1.1. Girişimcilik Kavramı..... 1
1.1.2. Girişimci Kavramı 4
1.2. Girişimcilerin Özellikleri 6
1.3. Sosyal Girişimcilik Ve Sosyal Girişimci Kavramı 7
1.3.1. Sosyal Girişimcilik Kavramı 7
1.3.2. Sosyal Girişimci Kavramı 15
1.4. Sosyal Girişimcilik Bileşenleri 19
1.4.1. Sosyal Değer (Etki) Yaratma..... 19
1.4.2. Sosyal Değer (Etki) Yaratacak Fırsatları Görme..... 19
1.4.3. Sosyal Vizyon ve Misyon Sahibi Olma..... 20
1.4.4. Kaynak Yaratma ve Sürdürülebilir Olma..... 21
1.5. Ticari Girişimci Ve Sosyal Girişimci Arasındaki Fark..... 22
1.6. Sosyal Girişim Modelleri 24
1.6.1. Üçüncü Sektörde Faaliyet Gösteren Sosyal Girişim Modeli..... 25
1.6.2. Özel Sektörde Faaliyet Gösteren Sosyal Girişim Modeli..... 26
1.7. Sosyal Girişimcinin İçinde Bulunduğu Sektör..... 27
1.7.1. Sosyal Ekonomi / Üçüncü Sektör..... 27
1.7.2. Sosyal İşletme..... 28
2. SOSYAL GİRİŞİMCİLERİN BİREYSEL VE SOSYAL ÖZELLİKLERİ... 31
2.1. Sosyal Girişimcilerin Bireysel Özellikleri 31
2.1.1. Kişisel Özellikler..... 31
2.1.1.1. Başarı İhtiyacı 31
2.1.1.2. İçsel Kontrol Odağı..... 32
2.1.1.3. İyimserlik 33
2.1.1.4. Risk Alma Eğilimi Ve Belirsizlikten Kaçınma..... 34

2.1.2. Bilişsel Özellikler 35
2.1.2.1. Yenilikçilik 35
2.1.2.2. Fırsatları Görebilme 35
2.1.2.3. Liderlik 36
2.1.3. Değerler 37
2.1.3.1. Sosyal Sorumluluk 37
2.1.3.2. Özgecilik 38
2.1.3.3. Empati Sahibi Olmak 38
2.1.3.4. Dürüstlük 39
2.2. Sosyal Girişimcilerin Sosyal Özellikleri 39
2.2.1. Sosyal Sermeye 39
2.2.2. Sosyal Ortam 40
3. TÜRKİYE'DE ÖDÜL ALMIŞ GENÇ SOSYAL GİRİŞİMCİLERİN PROFİLLERİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA 41
3.1. Araştırmanın Amacı Ve Önemi 41
3.2. Araştırmanın Kapsamı 41
3.2.1. YouthActionNet 42
3.3. Araştırmanın Evreni 43
3.4. Araştırmanın Yöntemi 46
3.4.1. Nitel Araştırma Yöntemleri 47
3.4.2. Nicel Araştırma Yöntemleri 47
3.5. Araştırmanın Bulguları 48
3.5.1. Sosyal Girişimcilerin Demografik Bilgilerinden Elde Edilen Verilerin Analizi 48
3.5.2. Sosyal Girişimcilerin Geliştirmiş Oldukları Sosyal Girişim Modellerine Ait Verilerin Analizi 50
3.5.3. Sosyal Girişimcilerin Bireysel ve Sosyal Özelliklere Ait Verilerin Analizi 55
3.5.3.1. Özyeterlilik 56
3.5.3.2. Yenilikçilik 57
3.5.3.3. İyimserlik 58
3.5.3.4. Sosyal Sorumluluk 59
3.5.3.5. Fırsatları Görme 60
3.5.3.6. Özgecilik 61
3.5.3.7. Başarı İhityacı 62
3.5.3.8. Belirsizlikten Kaçınma 63
3.5.3.9. Empati 65
3.5.3.10. Liderlik 66
3.5.3.11. Sosyal Sermaye 66
3.5.3.12. Kontrol Odağı 68
4. SONUÇ 73
KAYNAKÇA 78
EKLER 82

ÖZGEÇMİŞ..... 92

TABLOLAR LİSTESİ

Tablo 1.1: Girişimcilik Tanımları 2
Tablo 1.2: Girişimci Tanımları 5
Tablo 1.3: Sosyal Girişimcilik Tanımları 12
Tablo 1.4: Sosyal Girişimci Tanımları 17
Tablo 1.5: Ticari Girişimci ile Sosyal Girişimci Arasındaki Fark 23
Tablo 3.1: Sosyal Girişimci Bilgileri 45
Tablo 3.2: Sosyal Girişimcilerin Demografik Özelliklerinin Dağılımı 49
Tablo 3.3: Sosyal Girişimcilere Rol Model Olan Kişiler 50
Tablo 3.4: Olumsuz Yaşam Deneyimi Türü 50
Tablo 3.5: Sosyal Girişimcilerin Geliştirmiş Oldukları Sosyal Girişim Modellerinin Faaliyet Alanları 51
Tablo 3.6: Kendi İfadeleriyle Tanımladıkları Faaliyet Alanı Cevapları 51
Tablo 3.7: Sosyal Girişimcilerin Girişim Modellerini Nasıl Tanımladığı 52
Tablo 3.8: Çalışmalarındaki Motivasyon Kaynağı 52
Tablo 3.9: Sosyal Girişimcilerin Göstermiş Oldukları Çaba 53
Tablo 3.10: Yapmış Oldukları İşte Belirli Faktörlere Verdikleri Önem 54
Tablo 3.11: Sosyal Girişim Modellerinin Finansal Kaynağı 54
Tablo 3.12: Sosyal Girişim Modellerinin Faaliyet Alanı İçindeki Konumu 55
Tablo 3.13: Öz yeterlilik 56
Tablo 3.14: Yenilikçilik 57
Tablo 3.15: İyimserlik 58
Tablo 3.16: Sosyal Sorumluluk 59
Tablo 3.17: Fırsatları Görme 60
Tablo 3.18: Özgecilik 61
Tablo 3.19: Başarı İhtiyacı 62
Tablo 3.20: Belirsizlikten Kaçınma 64
Tablo 3.21: Empati 65
Tablo 3.22: Liderlik 66
Tablo 3.23: Sosyal Sermaye 67
Tablo 2.24: Kontrol Odağı 68
Tablo 3.25: Sosyal Girişimcilerin Bireysel Özellikleri 69

Tablo 3.26: SG'lerin Sahip Oldukları Özelliklerin İlham Veren Rol Model ve Olumsuz Yaşam Deneyimi ve Daha Önce Gönüllü Faaliyetlerde Çalışma ile Karşılaştırılmasına İlişkin Mann-Whitney U testi 70
Tablo 3.27: SG'lerin sahip oldukları özellikler ile Cinsiyet Karşılaştırmasına ilişkin Mann-Whitney U Testi 71
Tablo 3.28: SG'lerin Sahip Oldukları Özellikler ile İşlerindeki Memnuniyet Düzeylerinin Karşılaştırılmasına İlişkin Kruskal-Wallis H Testi 71

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1: Sosyal Girişimcilik Yaklaşımı 9
Şekil 2: Sosyal Girişimcilerin Görev Yaptıkları Örgüt Formları 25
Şekil 3: Yerel köklü Küresel Ağ Bağı 43
Şekil 4: Sosyal Girişimci Profili 74

KISALTMALAR

TÜSİAD **:** Türk Sanayiciler ve İşadamları Derneği

TÜSEV **:** Türkiye Üçüncü Sektör Vakfı

OECD **:** Ekonomik Kalkınma ve İşbirliği Örgütü

AB **:** Avrupa Birliği

1. GİRİŞİMCİ VE SOSYAL GİRİŞİMCİ

1.1. Girişimci Ve Girişimcilik Kavramı

1.1.1. Girişimcilik Kavramı

Ticaretin ulusal sınırlar içinde kalmayıp dünya pazarında serbestçe yapılması küresel rekabet ortamını doğurmuştur. Bu rekabet ortamında yenilikçi fikirlerle değişimi yöneten girişimcilik olgusu daha da önem kazanarak ekonomik değeri sürekli artmıştır. Eski ile yeniyi ikame etmeyi başaran girişimciler ekonomik gelişme ile birlikte toplumun refahını arttıkları için ülke ekonomilerine büyük katkı sağlarlar.

20'nci yüzyılda Joseph Schumpeter isimli ekonomistin temellerini oluşturduğu girişimcilik teorisinde girişimci ve yenilik olgularını bir arada kullanmıştır. Başka bir ifadeyle girişimci, fırsatları gözleyen ve gerekli ortam oluştuğunda risk alarak hayal ettikleri ürün veya hizmeti gerçekleştirmeye çalışan kişidir. Schumpeter'in girişimcilik teorisinin temelinde "yenilikçi girişimci" ve onun neden olduğu "yaratıcı yıkım" kavramları yer almaktadır. Schumpeter yenilik kavramını eskiyi dönüştüren bir şey olmaktan çok, eskiyi yok eden ve daha devrimsel yönleri olan bir kavram olarak ele aldığı için bu sürece "yaratıcı yıkım" adını vermiştir(Schumpeter, 1976). Diğer bir deyişle girişimcilik, mal ve hizmetlerin üretilmesini ve/veya kaynakların dağıtılmasını kapsayan kar amaçlı örgütün kurulması ve sürdürülebilir büyümenin sağlanmasına yönelik faaliyetler bütünüdür (Gözek, 2006, 14).

Girişimciliğin çok yönlü bir kavram olması nedeni ile girişimciliği net bir tanım ile belirli sınırların içine almak zordur. Bu sebeple girişimcilik günümüze kadar farklı şekillerde tanımlanmıştır (Tulunay, 2010, 4). Aşağıdaki tabloda ise yapılan çok yönlü girişimcilik tanımlamalarından bazılarına yer verilmiştir.

Tablo 1.1: Girişimcilik Tanımları

YAZARLAR	TANIMLAR
Schumpeter	İşletme örgütü içinde yeni kombinasyonlar oluşturarak bunları uygulamak.
Hoselitz	Kimine göre belirsizliği barındıran, kimine göre kaynakları koordine ederek yenilik sağlanmasıdır.
Cole	Girişimcilik ekonomik gelişimin merkezinde olup, kar amaçlı işletmeyi oluşturur.
McClelland	Hesaplanan riski almaktır.
Casson	Kıt kaynakların koordine edilme sürecidir.
Gartner	Yeni örgüt kurmaktır.
Pottas	Risk alarak yenilikçi fırsatları yakalamak ve işletme kurmak
Burch	Girişimcilik Fransızca'daki "entreprendre" kelimesinden gelmekte ve bunun anlamı "üstlenmek, fırsat yakalamak, yenilikçilik sayesinde ve işletme kurarak ihtiyaç ve istek gidermek" anlamına gelmektedir.
Dollinger	Belirsizlik ortamında risk alarak işletme kurmaktır.
O'Neil	Yenilikçi düşünceyle değişim yaratma becerisidir.
Barrow	Fırsatları yakalayarak gösterilen emeğin karşılığında kar, başarı ve özsaygı kazanmaktır.
Timmons	Bireyin yaratıcı faaliyetlerle örgüt kurmasını içerir.
Gartner ve Carter (2003)	Girişimcilik bir organizasyon yaratma sürecidir.
Drucek*	Girişimcilik, mevcut kaynaklara yeni refah yaratma kapasitesi eklemeyi veya refah yaratan kaynaklar oluşturmayı içeren yenilik faaliyetidir

Tablo 1.1- Devam

Mirros*	Girişimcilik, bireylerin tek başına veya bir örgüt içerisinde, hâlihazırda sahip oldukları kaynaklara bakmaksızın fırsatların peşinde koştukları bir süreçtir
Isa vanAardt ve CarelvanAardt*	Girişimcilik; bir girişim veya organizasyon yaratma, inşa etme veya genişletme faaliyetidir. Uzun dönemli kazanç elde etmek amacıyla, piyasadaki bir fırsattan yararlanmak için takım oluşturmayı ve diğer kaynakları elde etmeyi ifade eder
Coulter*	Girişimcilik; bir bireyin veya grubun, değer yaratma ve büyüme amacıyla fırsat yakalamak için organize çabalardan ve araçlardan yararlandığı süreçtir.

Kaynak: Güler s.9'den derlenerek hazırlanmıştır

Yukarıdaki tanımlar incelendiğinde, her birinde vurgulanan noktalar yenilik, yaratıcılık, risk alma, dinamiklik ve esneklik gibi girişimciliğin belli bir yönünü ortaya koyduğu görülmektedir.

Girişimciliğe ilişkin tanımların tümünde, girişimciliğin aslında bir değer yaratma süreci olduğu ifade edilmektedir. Girişimcilik, değer yaratmak amacıyla bir fırsatın tanımlanması ve bu fırsattan yararlanmak için gereken kaynakların organize edilmesi ve bu organizasyon sayesinde çeşitli sonuçlara (yeni bir ürün, yöntem, girişim veya işletme vb.) ulaşma yönündeki tüm faaliyetleri kapsar. Yenilik yapma, risk üstlenme, kaynakları benzersiz şekilde bir araya getirme gibi çeşitli davranışlar, girişimcilik olgusunu tanımlayan karakteristik unsurlar olarak değerlendirilebilir.

Girişimcilik tanımlarında dikkat çeken bir diğer nokta da, yeni işletme kurmanın önemli bir tema olarak vurgulanmasıdır. Yeni işletme kurmak girişimciliğin önemli bir parçasını oluşturmakla beraber, girişimcilik yeni işletme kurmakla sınırlandırılamaz. Çünkü var olan bir işletme içerisinde de girişimcilik fırsatları yakalanabilir. Mevcut organizasyondan yararlanarak gerekli kaynakların yeni bir düzenlemeye tabi tutulmasıyla değer yaratma faaliyeti gerçekleştirilebilir.(Karabey, 2009, 14)

1.1.2. Girişimci Kavramı

Tarihsel olarak bakıldığında Fransızcadan gelen "entrepreneur" kelimesi ile ifadeye kavuşan girişimci kavramı 18. Yüzyılda Richard Cantillon tarafından türetilmiştir (Gözek,2006,3). Cantillon'un (1931) genel olarak girişimciyi tüketiciler ile üreticiler arasında ki bağın kurulmasında rol alan kişi olarak tanımlamıştır.

Girişimci kavramına literatürde en önemli katkıyı sağlayan Schumpeter, (1934) "*The Theoryof Economic Development*" isimli eserinde girişimci ve yenilik kavramını birlikte değerlendirmiş, girişimciyi yeni bir buluş ya da yeni bir mal üreten veya mevcut üretim şekillerine yeni teknoloji/yöntemler eklemek suretiyle üretim sürecinde yenilik veya reform yapan kişi olarak tanımlamıştır.

Tablo 1.2: Girişimci Tanımları

Yazarlar	**Tanımlar**
Say	İktisadi kaynakların düşük verimli alandan yüksek Verimli alana geçmesini sağlayan kişidir.
Sombart	Piyasa güdüsüyle hareket eden ekonominin merkezindeki yaratıcı kişidir.
Schumpeter	Değişimi memnuniyetle karşılayan, ekonomideki kargaşadan yararlanan ve değer yaratmak için değişimden faydalanarak fırsat yaratan kişidir
Knight	Üretken kaynaklar hakkında risk ve belirsizlik karşısında fırsat yaratan kişi
FunkandWagnall's Standard Dictionary	Kontrollü risk alarak girişimsel yapıyı kuran ve idare eden kişidir.
Webster's Third New International Dictionary	Kar amacı güden örgütlerde işi kuran yöneten ve riski üstlenen kişidir.
Brockhaus	İşletme kurucusu
Hatten	Fırsat gören bu fırsatları avantaja dönüştürebilmek için riskleri üstlenen bireylerdir.
Marx ve diğerleri	Fırsatları araştıran, işletme kurmak için kaynakları koordine eden, kar elde etmek için yenilikçi bakış açısından yararlanan bireylerdir.
TÜSİAD*	Girişimci ekonomik faaliyetlerin düzenlenmesinde, istihdam yaratılmasında ve üretim faaliyetlerinde temel yapı taşıdır
Müftüoğlu *	Girişimci; yeni faaliyetler gerçekleştiren, servet, güç ve mevki kazanmak isteğiyle hayal gücü, cesaret, maharet, liderlik ve kararlılık gerektiren faaliyetleri gerçekleştiren kişidir.

Kaynakça Güler s.12'den derlenerek hazırlanmıştır

Tabloda yapılmış olan tanımlar girişimcileri sahip olduğu özellikler veya davranışlardan hareketle ortaya koymaya çalışır. Girişimciler hakkında yapılan araştırmalarda da girişimciye ilişkin evrensel ve standart bir tanım getirilmemiştir. Bu sebeple yapılan tanımlamalar araştırmacıların çalışmalarındaki niyetlerine göre değişmektedir.

1.2. Girişimcilerin Özellikleri

- Girişimci bulunduğu ortamı çok iyi gözlemleyerek sezgileri ile olayları yorumlayıp ve uzun dönemde ihtiyaçları belirler. Daha sonra bu İhtiyaç olarak düşündüğü ürün ya da hizmet için kaynakları bir araya getirir. Yani girişimciler sadece yenilik yapan bireyler değil belirsiz olayları önceden görerek aksiyon alan kişilerdir (Tüsiad, 2002, 37).

- Girişimciler geleneği yıkarak yeniyi oluştururlar. Yani eskinin yerine yeniyi getirdiği için gelenekselliğe karşı olan direnci kırmaktadır.

- Girişimciler eskinin yerine yeniyi çok iyi aktarabilmektedir. Bunu ise, çok yönlü düşünerek, yeni fikirleri kabul ettirecek ikna gücüne sahip olarak, güçlü bir iletişim ağı ile sağlarlar. Bunlarla birlikte özgürce düşünen, yaratıcı, özgüveni yüksek bireylerdir(Shumpeter, 1934).

- Girişimci yaratıcı ve yenilikçi düşüncelerini gerçekleştirebilmek için risk altına girebilen kişilerdir. Bu gereksiz yere risk altına girebileceği anlamına gelmez girişimci kazancının karşılaşacağı riskten daha çok olduğunu düşündüğü durumda riski kabullenir.(Gözek,2006;4)

- Uzun dönemli bir bakış açısına sahip olarak hedefleri ve standartları belirlerler,

- Girişimciler yeni bir işletme kurduklarında, bu işin üstesinden gelebilmek için gerekli olan özgüvene sahiptirler,

- Girişimciler bir işe başlamak için gerekli tüm deneyime sahip olmayabilirler fakat öğrenmeye istekli olmaları gerekir (Tulunay,2010;41),
- Girişimciler amaçlarına ulaşabilmek için yoğun çaba sarf etmekten çekinmeyen kimselerdir (Tulunay, 2010),

- Girişimcilerin fırsatlar için riskli tercihler yapabileceklerinden bahsettik tüm bu belirsizlik durumlar karşısında gizli bir özgüven duygusu taşımaktadırlar. Karşılaşacakları tüm sorunların üstesinden geleceğine inanarak çalışmalarını sürdürürler,

- Girişimci vizyonunu paylaşarak örgütünün nereye gideceğini yönlendirir bu şekilde strateji geliştirmektedir,

- Girişimcilerin sorunlarla karşı karşıya olması, yoğun stres altında bulunması nedeniyle stresle başa çıkabilme yeteneğine de sahip olması gerekir(Tulunay,2010;51)

1.3. Sosyal Girişimcilik Ve Sosyal Girişimci Kavramı

Çalışmanın ilk bölümünde girişimcilik kavramı üzerinde durulmuş girişimciliğin önemli ve kapsamlı bir geçmişe sahip olduğu gösterilmiştir. Bu bölüm de ise girişimcilik, toplumsal sorunlara yenilikçi çözümler üretme sürecinde sosyal yönü daha ağır basan bir değer yaratma olgusu olarak ele alınacaktır. Sosyal girişimciliğin temellerinin daha iyi kavranabilmesi için sosyal girişimci, sosyal girişimcilik, sosyal girişimciliğin bileşenleri ve özellikleri üzerinde durulacaktır.

2008 yılında Avrupa'da başlayıp Dünya'nın birçok ülkesinde yaşanan ekonomik kriz zamanla sosyal ve siyasi krizlerle evrim geçirdi. Yaşanan bu sorunları sistem kendi içinde çözemeyince alternatif çözüm önerileri getirilmeye başlandı. Getirilen bu çözüm önerilerinden bir tanesi sosyal girişimcilik kavramıdır.

1.3.1. Sosyal Girişimcilik Kavramı

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

Yeni tanımlanmış olmasına rağmen sosyal girişimciliğin temelinde yatan mantık oldukça eski olduğu için toplumun her zaman sosyal girişimcilere sahip olduğunu söyleyebiliriz. Girişimciliğin yalnızca ticari alanla sınırlandırıldığı, toplumun sosyal sorunlarına çözüm arayanlara ise hayalci denildiği bir dönemde sosyal girişimcilik, toplumların kalkınmasında önemli rol oynamıştır. Sosyal girişimciler yüzyıllardır toplumların alışılagelmiş davranışlarını değiştirerek dönüşümlere yol açmışlardır (Denizalp 2009, 7). Dünya'da mikro kredinin mucidi Muhammed Yunus Türkiye de ise Darüşşafaka' nın kurucusu Yusuf Ziya Bey gibi birçok örnek bulunmaktadır. Aslında sosyal girişimciliğin yeni olmadığını daha önce var olan ama kavram olarak somutlaşmayan sosyal girişimciliğin farkındalığı Bill Drayton sayesinde artmıştır.

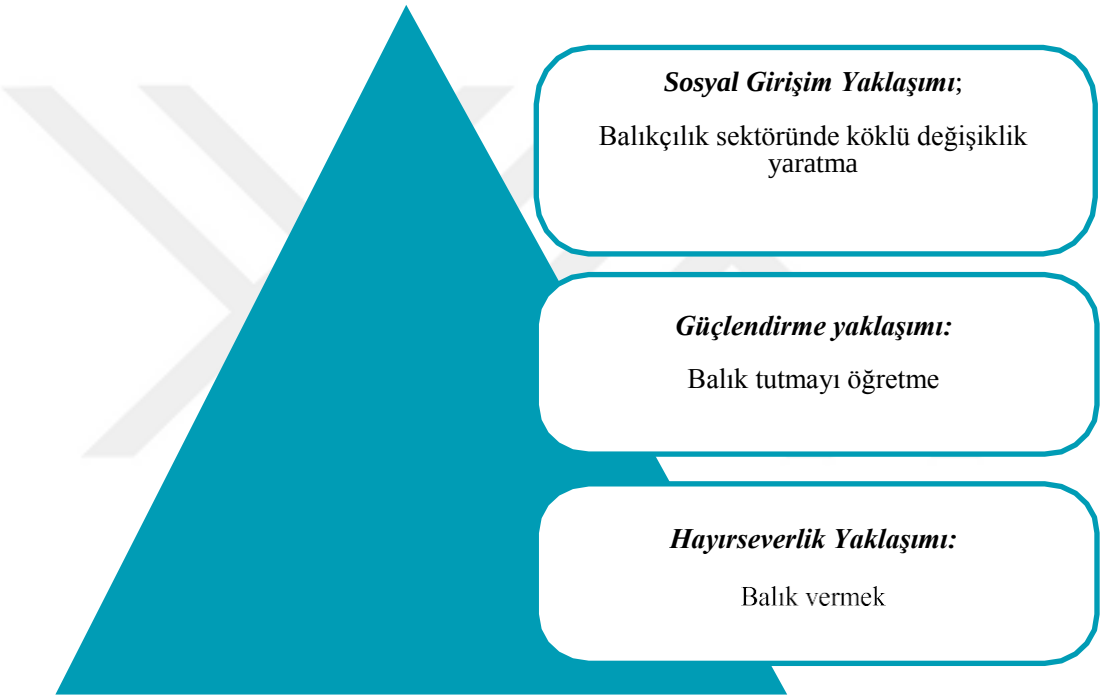
Girişimcilik kavramı ürün ve hizmet oluşum sürecine yeniliği dâhil ederek ortaya çıkarken, sosyal girişimcilik kavramı bu sürece sosyal sorumluluk olgusunu dâhil ederek ortaya çıkmıştır. Toplumsal sorunlara çözüm önerileri getiren sosyal girişimcilik olgusu ile gönüllülük ve ihtiyaç dışı kar amacı gütmeme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

Sosyal girişimciliği, sosyal sorunlara girişimcilik bakış açısıyla çözümler üretmesi düşüncesi olarak ortaya çıktığından bahsettik. Sosyal girişimcilik özellikle yoksulluk, eğitim sorunları, çevresel sorunlar, vb. ile ilgili toplumsal problemlere yaratıcı ve yenilikçi çözümler bulmak için yapılan faaliyetleri içermektedir. Toplumsal kalkınmayı sağlamak için bu faaliyetleri gerçekleştiren Sosyal Girişimciler' in en önemli özelliği sosyal misyona sahip olmalarıdır. Bu nedenle birçok yazar sosyal girişimcileri toplumsal değişimin ajanı olarak ifade eder (Kırılmaz, 2014, 57).

Sosyal girişimciliği dar anlamda tanımlarsak, kar amaçsız kuruluşların gelir sağlamak için yenilik üretmesi olarak söyleyebiliriz. Bu noktadan bakıldığında sosyal girişimcilik kar amaçsız organizasyonların gelir elde etmek için gerekli olan kaynakları bularak fırsatları keşfetmesi ve bu fırsatların gerçekleştiği faaliyetlerdir (Özdevecioğlu, Cingöz 2009, 84).

Birçok yazar sosyal girişimciliği kar amacı gütmeyen sektörlerde yapılan yenilikçi faaliyetler olarak görür. Aslında girişimler hissedarlar tarafından yönlendirilmediğinde ve kar girişimin temel amacı olmadığında "sosyal" olurlar. Bu tür organizasyonlar devletten ziyade topluma ait olurlar.

TÜSEV vakfı tarafından hazırlanmış olan "sosyal girişim ihtiyaç analizi raporunda" sosyal girişimciliğin diğer girişimcilik tanımlamasından farkını belirlemek için kullanılan yaygın bir benzetme; *"sosyal girişimlerin yalnızca balık vermek veya balık tutmayı öğretmekle yetinmedikleri, bunun yerine balık endüstrisini kökten değiştirmeyi hedefledikleri yönündedir."*



Şekil 1: Sosyal Girişimcilik Yaklaşımı

Kaynak: Hülya Denizalp, **Toplumsal Dönüşüm için Sosyal Girişimcilik Rehberi**, Sivil Toplum Geliştirme Merkezi Ankara: Odak Ofset Matbaacılık, Eylül 2007, s. 7

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

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

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

Sosyal girişimcilikte "sosyal" kelimesinin kavrama katkısı aşağıda sıralanmıştır.(Besler 2010,46):

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

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

- *İhtiyaca odaklanma*: Toplumsal ihtiyaçlar fark edilerek gerekli atılımlar yapmalıdır.
- *Kişilik özellikleri bağlamında*: Sosyal amaçlarını gerçekleştirmek için hırslı, azimli ve sonuç odaklı kişilerdir.

- *Yenilikçilik ve yaratıcılık*: Yenilikçi ve yaratıcı fikirler geliştirdikleri sürece toplumsal katkılarının daha fazla olacağının bilincindedirler. Bu sebeple sosyal sorunlara yenilikçi çözümler bularak sosyal etkiyi arttırma amacı içindedirler.

Sosyal girişimcilik kavramında bazı anlam kargaşaları, çok anlamlılık ve bakış açısı farklılıkları kavramsal belirsizliklere yol açmaktadır. Sosyal girişimcilik kavramlarını tam anlamayla açıklamak oldukça güçtür. Alana ilişkin literatürde, sosyal girişimcilik kavramı farklı şekilde anlaşılmakta ve kapsamı konusunda tartışmalar devam etmektedir. Sosyal girişimcilik olgusunu netleştirebilmek için öncelikle bu farklı bakış açısı ve değerlendirmelerin ele alınması gerekmektedir. Aşağıda ki tabloda, literatürde ve uygulamada yer alan sosyal girişimcilik tanımlamaların bazılarına yer verilmektedir.

Tablo 1.3: Sosyal Girişimcilik Tanımları

Yazarlar	Tanım
Fowler(2000)	Sosyal girişimcilik, sürdürülebilir sosyal fayda sağlama için sosyo-ekonomik yapıların ve/veya organizasyonların oluşturulmasıdır.
Hibbert ve diğerleri(2002)	Sosyal girişimcilik, kar amacı yerine sosyal amaçlar için girişimsel faaliyetlerin yaratılma sürecidir.
Mair ve Marti(2006)	Sosyal girişimcilik toplumsal ihtiyaçlar için fırsatların keşfedilmesi ve bu fırsatları yakalayabilmek için kaynakların yaratıcı bir şekilde kullanılmasıdır.
Leadbeater(1997)*	Sosyal girişimcilik, girişimcilik davranışının toplumsal ihtiyaçlar için sosyal amaçların gerçekleştirilmesinde kullanılır.
Birch ve Whittan(2006)*	Sosyal girişimcilik, amaçlarını gerçekleştirebilmek için faklı alanların misyon ve vizyonlarını birleştirerek yeni süreçlerin oluşturulmasıdır.
Peredo ve Mclean (2006)*	Sosyal girişimcilik sosyal değerin yaratılma sürecidir.
Robinson(2006)*	Sosyal girişimcilik, sosyal sorunu fark etme bu sorun için çözüm yolları belirleme girişimin sürdürülebilirliğini sağlama sosyal amaçlı kar amacı güden ya da işletme odaklı kar amacı güden örgüt yaratma sürecidir.
Martin ve Osberg(2007)*	Sosyal girişimcilik; 1) toplumun bir kesiminin yeterli finansal güce sahip olamaması sebebiyle bozulan sosyal dengesizliğin teşhis edilmesi, 2) bu dengesizliğin çözümü için gerekli fırsatları yakalayarak, sosyal değer yaratabilmek, ilham verebilmek, yaratıcılık, direk harekete geçme, cesaret ve sebatkârlık ile var olan duruma karşı meydan okuyabilmek, 3) toplumun bu kesimi için yeni ve kalıcı bir denge oluşturmak. Bu yeni denge çevresinde, hedef grubun ve daha geniş perspektifte toplumun daha iyi bir geleceğe sahip olabilmesini garanti eden kalıcı bir ekosistem yaratmaktır.
Harvard Üniversitesi, Sosyal Girişimcilik Tanımı*	Sosyal girişimcilik, devlet ve özel sektörde kar amacı gütmeyen kuruluşların sosyal değer yaratan faaliyetleridir.
OxfordÜniversitesi,sosyal girişimcilik tanımı*	Sosyal girişimcilik, sosyal etki yaratacak faaliyetler bütünüdür.
Sosyal Girişimciler Enstitüsü(2002)	Sosyal girişimcilik sosyal ve finansal geri dönüşümün sağlanmasıdır.

Tablo 1.3-Devam

Kanada Sosyal Girişimciler Merkezi(2001)	Sosyal girişimcilik iki başlık altında incelenebilir; 1-) kar amacı güden sektörlerde, sosyal faaliyet önemini vurgulayan, 2-)kar amacı gütmeyen sektörde örgütsel verimliliği artırmak ve sürdürülebilirliği sağlamak için girişimcilik faaliyetlerine karşılık gelmektedir.
Dünya Girişimcilik Platformu*	Sosyal girişimcilik, sosyal amaçlaraodak olarak alan ve karın yatırımcılara yönlendirilmesindense faaliyet veya girişimin kendisi için yeniden yatırıma dönüştüğü, yeni sosyal girişim faaliyeti, bağımsız çalışma gibi yani girişim kurma ya da birey veya grup olarak var olan bir sosyal girişimin genişletilmesi faaliyetidir.
Oxford Üniversitesi, sosyal girişimcilik tanımı*	Sosyal girişimcilik, sosyal etki yaratacak faaliyetler bütünüdür.

Kaynak: Besler, s.7 ve Güler s.52.53.54 'den derlenerek hazırlanmıştır.

Aslında bugün sosyal girişimcilik kavramı altında yatan gerçekliği açıklayabilmek oldukça güçtür. Yukarıdaki tablodan da anlaşılacağı üzere sosyal girişimcilik alanıyla ilgili yapılan tanımlamalara bakıldığında fikir birliğinin sağlanamadığı görülmektedir. Sosyal girişimcilik kavramı üzerinde araştırmalar hala devam etmekte ve yeni tanımlamalara yapılmaktadır. Tablo 1 de yapılan tanımlamalar incelendiğinde Sosyal girişimcilik tanımlamalarını 3 grup altında toplayabiliriz.(Mair ve Marti 2006,36, Güler 2010,48, Tan vd 2005,353-354)

1) Sosyal girişimcilik, alternatif finansman stratejileri araştırmak ya da sosyal değer yaratmak için kar amacı gütmeyen bir girişim türü olarak değerlendirilmiştir. Sosyal değer yaratmak üzere yapılandırılmış, alternatif kaynak yaratma ve yönetim stratejilerini barındıran örgütlerdir.

2) Sosyal girişimcilik sosyal etkiler ile ticari girişimciliğin karışımı şeklinde tanımlanır. Sektörler arası işbirliği ile ilgilenen ticari işletmelerin sosyal sorumluluk uygulamaları olarak ele alınmıştır. Aslında ticari işletmelerin sosyal sorumluluk bağlamında gerçekleştirdiği uygulamalardır.

3) Sosyal girişimciliği sosyal etkiler için yenilikçi olarak görenler, sorunları denenmemiş yollar ile gidermek üzere çalışan ve sosyal dönüşümü hızlandıranlar sosyal değişimin desteklenmesi ve sosyal problemlerin azaltılması olarak ele alınmıştır.

Besler (2010:9) ise sosyal girişimcilik yaklaşımlarını ortak özellikleri bakımında dört grupta toplamaktadır.

1. *Grup kar amaçsız organizasyonlar*; Bu alanda sosyal girişimciliği kar amaçsız organizasyonlara yönelik bir kavram olarak tanımlayabiliriz. Bu grupta sosyal girişimcilik kavramı kar amaçsız organizasyonların gelir kazanmak üzere yenilikçi yaklaşımlar geliştirmesi olarak tanımlayabiliriz. Bu yaklaşımda kar amacı gütmeyen beceriler kazandırılması amaçlanır.
2. *Grup kar amacı güden sosyal işletmeler*; bu grupta yer alan yaklaşıma göre kar amacı güden sosyal işletmeler sosyal girişimci kabul edilir. Bu alanda sosyal girişimcilik, sosyal amaca dönük yenilikçi faaliyetler olarak tanımlanır.
3. *Grup kar amacı güden kuruluşlar*; bu gruptaki yaklaşıma göre sosyal bir amaca sahip olmayan kar amacı güden kuruluşların sosyal girişimci olarak kabul edilebileceği vurgulanır. Bu alanda sosyal girişimcilik sosyal sermaye oluşturmaya yönelik bir takım yenilikçi faaliyetlerde bulunmak olarak tanımlanır. Sosyal sermaye yaratan kar amacı güden kuruluşların sosyal bakımdan girişimci kabul edilebileceği belirtilir. Burada vurgulanan faaliyet alanı doğrudan topluma yönelik olmayan ticari kuruluşlarında sosyal girişimci olabileceğidir.
4. *Grup sosyal girişimcilik tek bir sektöre bağlı olarak açıklanmaz*, "Tüm Sektörlerde" sosyal girişimciliğin açıklanabileceği söylenir. Sosyal girişimciliği, kar amacı gütmeyen, ticari veya kurumsal tüm sektörler içinde gerçekleşebilen sosyal değer yaratan faaliyetler olarak tanımlanır.

Sektör sınırlarının bulanık hale geldiği günümüz rekabet ortamında kıyasıya rekabet sadece ticari işletmelerde değil kar amacı gütmeyen tüm özel veya kamu işletmeleri de doğrudan etkilenmektedir. Bu sebeple sosyal girişimcilik kavramı tüm kuruluşları içine alan bir rekabet ortamı için kavramlaştırılmalıdır.

1.3.2. Sosyal Girişimci Kavramı

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

Sosyal girişimciler yüzyıllardır toplumların alışıla gelmiş davranışlarını değiştirerek dönüşümlere yol açmıştır. 1980 yılında Bill Drayton isimli Amerikalı bunu sosyal girişimcilik olarak tanımlamıştır ve bu sayede farkındalığı arttırmıştır (Denizalp 2007). Drayton sistemleri değiştirebilecek güçlü ve etkili bir fikir olmadan girişimcinin olamayacağını savunsa da, bireysel yaratıcılık yetisi ve girişimcilik arzusu olmadan başarı elde edilmesi mümkün değildir. Bu hareketle sosyal girişimciyi tıpkı özel sektör girişimlerinde olduğu gibi risk alarak toplumsal alada yenilik yapan kişi olarak ifa edebiliriz.

Sosyal girişimci yaşadığı toplumda ortaya çıkan sosyal aksaklıkları fark ederek o güne kadar akla gelmeyen ya da cesaret edilmeyen bir yaklaşımla sorunların üzerine giden yaratıcı, ısrarcı, duyarlı, gerçekçi, tavırları ile fark yaratan ve toplumun güvenini kazanan kişidir (Ashoka,[08.09.2015]).

Sosyal girişimci, sosyal problemleri yaratıcı fikir ve girişimci yöntemlerle çözmeye çalışan kişidir. Bu tür girişimciliğin temel amacı, parasal başarıdan ziyade, sürdürülebilir pozitif bir sosyal etkiyi başarmaktır.(Reyhanoğlu ve Akın 2010, 4)

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

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

- ✓ Sosyal fayda yaratmak ve sürdürmek için misyon belirlemek,

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

Sosyal girişimcinin önemli görevlerinden biri de toplumun sorunlarını fark ederek gerekli çözümler üretmektedir. Sosyal girişimci toplumsal aksaklıkları tespit eder sistemi değiştirecek yenilikçi yollar bulup toplumsal kalkınmayı sağlar (Denizalp 2007).

Yaptığımız tanımlamalar göz önüne alınarak sosyal girişimci tanımlarında kullanılan özellikler şu şekildedir (Thomson 2002, Selma Kırılmaz 2012; 42):

- ✓ Hizmet ettikleri gruplar için yüksek düzeyde hesap verilebilirlik sergiler,
- ✓ İhtiyaçları tanımlayarak bu ihtiyaçları fırsata dönüştürür,
- ✓ Sosyal değer yaratmak ve geliştirmek için misyon adapte eder,
- ✓ Amaçları ve faaliyetleri arasında uyumlu ve dengeli davranış sergiler,
- ✓ Gerekli ağları kurmak için diğer kişileri bir araya getirir ve güdüler,
- ✓ Elinde var olan kaynaklarla yetinmeden ihtiyaç duyulan kaynakları bulur,
- ✓ Sosyal sektör içindeki değişim ajanları rolünü üstlenir,
- ✓ Engellerin üstesinden gelen riskle baş eden, yenilikçi ve proaktif eğilim gösterir,
- ✓ Riski kontrol etmek için uygun sistemlerde öne sürer,
- ✓ Sürekli yenilik, uyum ve öğrenme sürecine katılır,

Sosyal girişimcilerin önemli bir özelliği de ticari faaliyetlerde yaratıcı ve cesur olmalarıdır. Bu sayede karşılarına çıkan engelleri fırsata dönüştürebilir, çözüm odaklı deneysel faaliyetleriyle geleneksel yöntemlerden daha çok kar elde edebilir (Ashoka, 2015)

Dess sosyal girişimciyi sosyal sermaye yaratan girişimci olarak tanımlamıştır. Çıktıların gelişmesini etkileyecek değer, norm veya toplumun temelli soyut ve somut varlıklarını yansıtan sosyal sermaye toplum için değerli bazı unsurları içerir. Bu sosyal sermaye yaratma misyonu ülkelerin gelişmişliğini ve kalkınmasını olumlu etkiler.

Tablo 1.4:Sosyal Girişimci Tanımları

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

Tablo 1.4- Devam

Alvord ve diğerleri	Sosyal dönüşümün lideridir.
Bornstein(2004)	Sosyal misyonlarını gerçekleştirebilmek için sorunlara yenilikçi fikirler üreten insanlardır.
Tan ve diğerleri(2005)	Sosyal girişimci, yardımseverlik amacı ile toplumun bir bölümüne yararlı olmak için girişimci süreç içinde bulunan tüzel kişidir.
Hough (2005)	Sosyal girişimci, sosyal işletme kuran kişidir
Light(2005)	Sosyal girişimci, önemli sosyal sorunlara işaret eden yaratıcı fikirleri ile sürdürülebilir ve geniş ölçekli değişim arayan bir bireydir.

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

Sosyal girişimci, özel sektör girişimciler gibi risk alarak toplumsal alanda yenilik yapan kişidir. Hedefi, toplumsal sorunları sosyal değer yaratacak şekilde, yeni, özgün yollarla çözümlenmesidir. Sosyal girişimci, içinde bulunduğu toplumun sosyal sorunlarını fark ederek; daha önce uygulanmayan yenilikçi fikirler üreten ve bu fikirlerin gerçekleşmesi için ısrarcı, duyarlı davranarak toplumun güvenini kazanan kişidir (Denizalp 2007, 8):

- ✓ Bir sorunu tespit eder,
- ✓ Yeni bir proje üretir,
- ✓ Yeni bir yöntem geliştirir,
- ✓ Yeni bir kaynak oluşturur,
- ✓ Kendinden sonra projenin sürdürülebilmesi için yöntem bulur.

Sosyal girişimciler sadece üçüncü sektörde faaliyet gösteren organizasyonların yönetici ve çalışanları olarak düşünülmemeli özel sektör ve kamu sektöründe faaliyet gösteren organizasyonların yönetici ve çalışanları olabilirler (Besler 2010, 20).

- Kar amacı gütmeyen kuruluşlarda ki sosyal girişimcilerin sosyal gereksinimi karşılama konusunda hırslı, azimli ve odaklanmış olan kişi ya da kişiler olduğunu görüyoruz.
- Kar amacı güden işletmelerde sosyal girişimciler ise, kendilerini ve organizasyonlarını yenilikçi ve sosyal olarak sorumlu hale getiren kişiler olabilmektedir. Yenilikçi ve sosyal bilince sahip şirket kurucuları ya da yöneticiler bu gruba girer.

1.4. Sosyal Girişimcilik Bileşenleri

Bir önceki bölümde yaptığımız sosyal girişimcilik tanımlamalarının ortak özelliklerinden hareket ederek sosyal girişimciliği bileşenlerine ayırabiliriz. Sosyal girişimciliğin önemli olan ve herhangi bir sosyal faaliyetten ayıran dört bileşeni mevcuttur. Bu bileşenleri;

- ✓ Sosyal değer(Etki) yaratma,
- ✓ Sosyal değer (Etki) yaratacak fırsatları görme,
- ✓ Sosyal Vizyon ve Misyon Sahibi Olma,
- ✓ Kaynak yaratma ve sürdürülebilir olma

Şeklinde sıralayabiliriz.(Besler 2010; 11,Sogla)

1.4.1. Sosyal Değer (Etki) Yaratma

Ticari girişimciler kendilerinin veya hissedarlarının servetlerini arttırırken, sosyal girişimciler "sosyal değer" yaratma felsefesi etrafında faaliyetlerini sürdürürler. Sosyal değer yaratma amacı olan işletmeler sosyal girişimci olmaya adaydır. Girişimsel faaliyetlerin sosyal olarak kabul edilmesi için kavramın sürdürülebilir gelişim ihtiyacını karşılaması gerekir.

Bu açıdan bakıldığında sosyal faaliyetler;

Sosyal Faaliyet = Sürdürülebilir Gelişim İhtiyacını Karşılayan Faaliyetler

Şeklinde ifade edilebilir.

Sosyal değer oluşturmak girişimsel faaliyetlerin bir sonucu olarak karşımıza çıkar. Kar amacının olması sosyal değerin yaratılamayacağı anlamına gelmemelidir. Ticari girişimlerde ürettikleri ürün ve hizmetlerle toplumsal fayda sağlayabilir ve sosyal etki yaratabilirler. Yukarıda belirtilenler kapsamında sürdürülebilir gelişim sadece sosyal girişimcilerin göstermiş oldukları çaba ile değil özel sektör, kamu sektörü ve üçüncü sektörde faaliyet gösteren tüm kurumların ortak çabası ile yaratılır.

1.4.2. Sosyal Değer (Etki) Yaratacak Fırsatları Görme

Sosyal girişimciler temel sosyal sorunların haricinde toplumun birçoğunun görmekte zorlandığı sorunları sosyal sorun olarak kabul edip bu alanda çözüm üretebilmek amacıyla fırsat yaratabilmektedir (Güler 2010, 73). Sosyal değeri

Yaratacak fırsatların görülmesi, fırsatlara götürecek yolların belirlenmesi, bu fırsatları geliştirecek yeni kaynaklara sahip olması sosyal girişimciliğin önemli bileşenlerindendir (Besler 2010, 12). Öncelikle fırsatı kelime anlamı olarak tanımlamak gerekirse, gelecekte geri dönüşü olabileceği ümidiyle kıt kaynaklara yatırım yapmayı gerektiren herhangi bir faaliyet olarak tanımlanır. Sosyal girişimciler çevresel koşullar olumsuz olsa da sosyal değişim sağlama fırsatlarını görebilme yeteneğine sahip olan kişilerdir. Çünkü sorunun var olduğu bir ekosistemde sosyal etki yaratmak amacıyla kurulacak bir sosyal girişim fikri yani bir çözüm önerisinin var olduğuna inanırlar (Sogla [20.09.2015]). Bu düşünce şekliyle sosyal girişimciler çevresel koşullara farklı şekilde cevap verirler.

1.4.3. Sosyal Vizyon ve Misyon Sahibi Olma

Sosyal Vizyon;

Sosyal geniş görüşlülük, sosyal değişim aracı olarak, fırsatları görme imkânı sağlar. Toplumun yaşadığı sosyal sorunlara çözüm yolu bulabilmek, sorumluluk bilinci ve empati duygusu ile sağlanır.

Sahip oldukları sosyal vizyonun temelinde yüksek düzeyde toplumsal faydayı sağlamak için ihtiyaçları karşılayacak kaynakları bir araya getirebilmek adına ortak hedefler belirlemek yatar (Kırılmaz, 2012,158). Vizyon ve idealizm, sosyal değer yaratmada, sosyal fırsatların fark edilmesinde önemli bir faktör olarak karşımıza çıkmaktadır (Kırılmaz 2012, 158). Geniş çerçeveli sosyal sorunları teşhis edip, çözüm önerileri üretmek sosyal vizyon etrafında toplanan birden çok sosyal girişimciye ihtiyaç duyulur. Sistemi değiştirebilecek vizyon ve kararlılık sosyal sosyal girişimci liderliğinde toplanan paydaşların desteği ile sağlanır (Denizalp 2007: 7).

Sosyal vizyon, sosyal girişimciliği diğer girişimcilik türlerinden ayıran en temel fark olarak değerlendirilmektedir (Güler, 2010:73). Sosyal girişimcilerin sosyal sorunları çözmeyi amaçlamalarının veya sosyal sorunları diğer insanlara göre daha kolay fark etmelerinin temelinde yatan neden ise, birçoklarına göre sosyal girişimcilerin geçmişte yaşadıkları deneyimlerin bir sonucudur. Özellikle çocukluk veya gençlik dönemlerinde yaşanan sorunların sonucunda kişiler ileriki dönemlerinde sosyal dengesizliğe çözüm bulmayı maddi kazanca tercih etme eğilimi göstermektedirler (İrengün, 2014, 19). Ancak bu noktada sosyal girişimcinin vizyonunu hayırseverlik faaliyetlerinden ayıran en büyük fark; sosyal vizyonun,

sorunun kaynağına inip, çözümü için uzun soluklu bir süreci yaratmayı hedeflemesidir (Güler, 2010,73).

Sosyal Misyon;

Dess (1998; 1) sosyal girişimciliği sosyal misyon tutkusu ile iş disiplinini kombine ettiğini belirtir. Sosyal girişimcilik kavramında sosyal misyon organizasyonun temelidir. Misyon, amaçlar doğrultusunda çalışanları motive eder. Sosyal değer yaratılması ve sürdürülmesi için belirlenen misyon, organizasyonu sosyal sektör içerisinde belirlemekte ve ticari sektörden ayırmaktadır (Kırılmaz 2012, 159).

Sahip olunan misyon açısından, sosyal girişimcilik özel sektör girişimciliğinden farklı görülmektedir. Bu yaklaşımın öncülüğünü Dees, 1998 yılındaki çalışması ile yapmıştır. Dees, sosyal girişimci için sosyal misyonun açıklayıcı ve merkezi olduğunu savunmuştur. Bu da sosyal girişimcinin fırsatları nasıl algıladığı ve değerlendirdiğini etkilemektedir. Açık bir şekilde sosyal bir misyona sahip olunması, sosyal girişimciliğin kavramlaştırılmasında merkezi ve anahtar bir rol oynamaktadır (Mort vd. 2003, 79).

Kısaca sosyal bir misyona sahip olmak olarak ifade edilen unsur, dünyada var olan ve giderek artan toplumsal sorunları fırsata dönüştürebilecek çözümler üretmek şeklinde anlatılmaya çalışılmaktadır (Güler 2008, 2).

1.4.4. Kaynak Yaratma ve Sürdürülebilir Olma

Dünyada sosyal sorunların çözümünü sağlayacak olan kaynaklar sınırlıdır. Tüm kuruluşların kaynak yaratma konusunda yenilikçi olmaları, bir başka ifadeyle "girişimcilik" özelliğine sahip olmaları gerekir (Güler 2008:107). Dolayısı ile sosyal girişimcilerin de kaynak yaratma konusunda yaratıcı olmaları beklenir. Sosyal sorunların çözümünde kaynak sorunu yaşayan sosyal girişimciler bu sorunu yenilikçi ve farklı bir bakış açısı yakaladıkları zaman çözebilirler (Güler 2009: 108). Sosyal sorunların çözümünü farklı kaynakları bir araya getirerek sağladıklarında geliştirmiş oldukları çözümlerinde devamlılığını sağlamış olurlar.

Sosyal girişimciler için varlıklarının devamlılığını sağlamanın diğer yolu ise ilişki ağlarının çeşitliliğinden geçer. Çünkü ilişki ağlarının çeşitliliği ve bu ilişkileri yönetebilme kabiliyetleri sayesinde çeşitli işbirlikleri ve ortaklıklar kurarak sürdürülebilirliklerini sağlarlar. Sosyal girişimcilik alanıyla ilgili yapılan araştırmalar,

sosyal girişimcilerin farklı sektörlerde faaliyet gösteren yöneticiler ve çalışanlarla kurmuş oldukları ilişki ağını yönetebilme kabiliyetine sahip olduklarını göstermektedir.

Sosyal girişimciliğin bir yönü yeni girişimler geliştirmek iken diğer yönü sosyal misyonunu unutmadan ticari işletmelerin kar ilkelerini uygulamaları oluşturmaktadır. Sosyal değerin oluşturulması amacıyla belirlenen sosyal misyon ticari işletmeler ve hükümetler için ortak bir dayanak noktası sağlamaktadır. Sosyal misyonda devamlılığın sağlanması sosyal işletmelerin sürekliliğini sağlayan önemli bir etkendir.

Özetle sosyal girişimlerde sürekliliğin sağlanması, yeni kaynakların oluşturulması, ilişki ağının çeşitliliği ve tüm paydaşlar için ortak bir sosyal misyona bağlıdır.

1.5. Ticari Girişimci Ve Sosyal Girişimci Arasındaki Fark

Literatürde sosyal girişimcilik kavramının ticari yönü ve sosyal değer yönü ayrı şekilde ele alınmaktadır. Bu ayrımı daha iyi şekilde kavrayabilmek için ticari girişimcilik ve sosyal girişimcilik arasındaki farkların açıklanmasına ihtiyaç duyulur.

Sosyal girişimcilik, girişimciliği bir parçasıdır ancak ondan farklıdır. Sosyal girişimciler pek çok farklı ekonomik, çevresel ve sosyal kaynaklı amaçları başarmak içi girişimler kurulabilirler. Martin (2007, 30) bu iki olgu arasındaki asıl fark ticari girişimciler motivasyonlarını finansal kazanımlarla sağlarken sosyal girişimciler para kazanım konusunda eşitsizlikleri gidermek için karşılarına çıkan fırsatları değerlendirerek motivasyonlarını sağlarlar.

Tablo 1.5: Ticari Girişimci ile Sosyal Girişimci Arasındaki Fark

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

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

Yukarıdaki tabloda belirtilen farklılıkları daha detaylı ve maddeler halinde şu şekilde açıklayabiliriz;

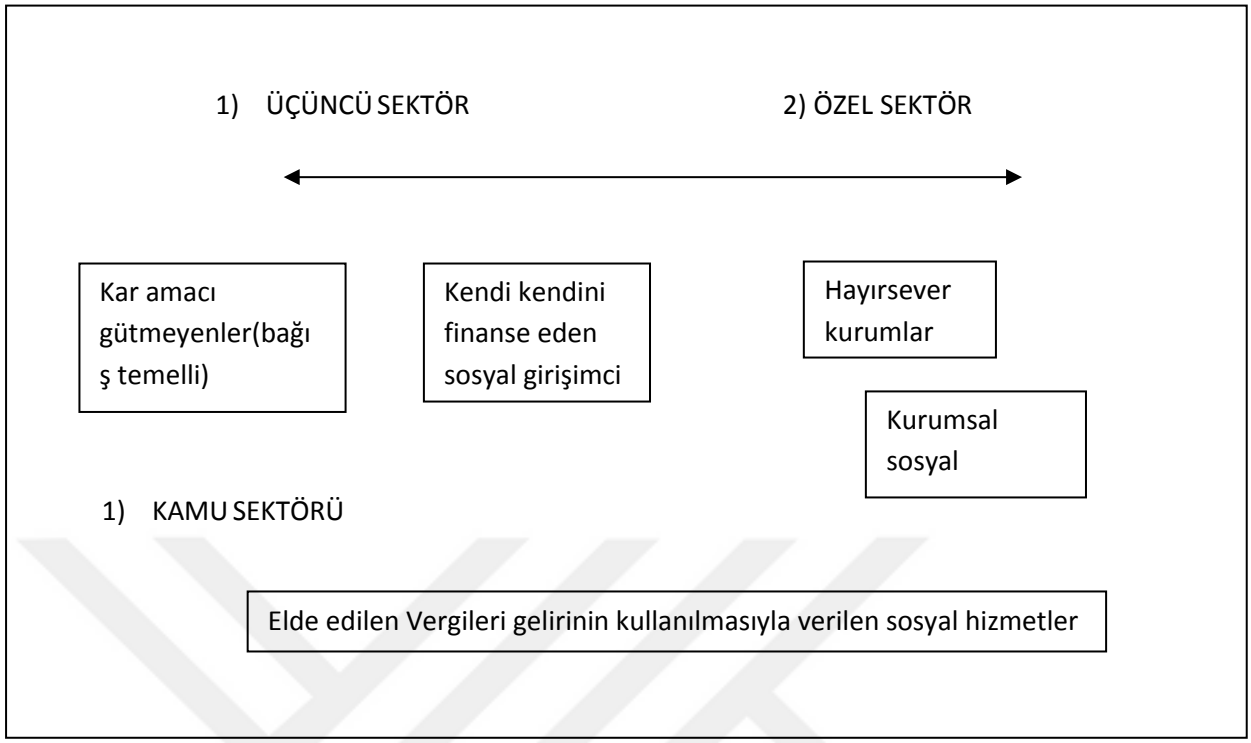
- ✓ Sosyal girişimci ticari girişimciden farklı olarak toplum duyarlılıkları daha yüksek ve daha inançlı kişilerdir.
- ✓ Ticari girişimciler kar amaçlı firmaların olduğu özel sektörde faaliyet gösterirken sivil toplum kuruluşları, özel sektörün sosyal sorumluluk faaliyetleri ve kamu sektöründe kamu iktisadi teşekküllerinde faaliyet gösterir.
- ✓ Ticari girişimcinin temel amacı kara ulaşarak servet elde etmek için faaliyet gösterirken; sosyal girişimcinin temel amacı ise sosyal misyonları doğrultusunda topluma katkı sağlayacak ve sosyal değer yaratacak gelir elde etmektir.
- ✓ Ticari girişimcinin misyonu kişisel çıkardır; sosyal girişimcinin misyonu ise kurumsal çıkardır.
- ✓ Ticari girişimciler elde ettikleri karı paydaşları arasında paylaşırken, sosyal girişimciler elde ettikleri maddi karı yeni projeler için finansal kaynak olarak kullanırlar.

- ✓ Sosyal girişimciler sosyal etki alanını genişletmek için yenilikçi faaliyetlerde bulunurken, ticari girişimciler bulundukları rekabet ortamında ayakta kalabilmek için risk alarak yenilikçi faaliyetlerde bulunurlar.
- ✓ Ticari girişimcilikte ekonomik değer üretim faaliyetiyle yaratılır ve bu şekilde süreklilik sağlanır. Sosyal girişimcilikte değer sosyal ihtiyaçları karşılayacak yeni modeller geliştirildikçe yaratılır.
- ✓ Ticari girişicilerin odak noktası finansal yatırımlardır. Sosyal girişimcilerin odak noktası ise, toplumun temel ihtiyaçlarını karşılayacak yatırımlardır.
- ✓ En önemli fark rekabet yönünde oluşmakta Ticari girişimciler arasında kıyasıya rekabet vardır. Fakat sosyal girişimciliğin sonucunda maddi kar beklentisi olmadığı ve toplumsal fayda beklentisi olduğu için rekabet yoktur.
- ✓ Ticari girişimci faaliyetlerini kendi çıkarları doğrultusunda gelir elde etmek için gerçekleştirerek, sosyal girişimci gönüllülük esaslı faaliyetlerini gerçekleştirir.

Görüldüğü üzere ticari ve sosyal girişimciler girişimciliğe bakış açıları itibariyle birbirlerinden ayrışmaktadırlar. Fakat sosyal girişimciler ile ticari girişimcilerin amaçları birbirinden farklı olsa da, girişimlerinin başlamasında ve devamlılığının sağlanmasında yaşadıkları sorunlar ve fırsatlar benzerdir (Özdevecioğlu, Cingöz 2009, 91-92). Bu sebeple ticari girişimci ile sosyal girişimci temelde aynı kavramlar olduğu halde ihtiyaca göre şekillenen iki kavram oldukları unutulmamalıdır.

1.6. Sosyal Girişim Modelleri

Sosyal girişimciler sadece kar amacı gütmeyen üçüncü sektörde değil özel ve kamu sektöründe de faaliyet gösterdiğini birçok defa vurguladık. Bu faaliyet alalarının neler olduğunu aşağıdaki şekilde özetlenmektedir (Ashoka [15.12.2015]). Çoğu sosyal girişim modelleri sosyal hizmet örgütlerinde olabileceği gibi kamu işletmeleri veya özel işleteler gibi kar amaçlı işletmelerde de yer alabilir.



Şekil 2: Sosyal Girişimcilerin Görev Yaptıkları Örgüt Formları

Kaynak: Çetindamar, Tutal, Titiz, Taluk **Sosyal Dönüşüm Ajanları: Sosyal Girişimciler.** Uluslararası Sosyal Giirişimcilik Konferansı Organizasyonu Komitesi. (Sabancı Üniversitesi, 2010)

1980' lerden sonra sosyal girişimcilik kavram olarak belirginleşmeye başladı ve sosyal misyonların başarılması için farklı ekonomik modeller kullandı.

1.6.1. Üçüncü Sektörde Faaliyet Gösteren Sosyal Girişim Modeli

Üçüncü sektörde faaliyet gösteren kuruluşlar toplumsal çıkarlar için hareket etmekte ve kar amacı gütmeyen örgütlerle hem rekabet hem de İş birliği içindedir. Fakat bu örgütler sosyal amaçlı kar elde etme misyonu dışında ticari işletmeler gibi davranmaktadırlar. Yani üçüncü sektör kuruluşlarını kar amacı gütmeyen örgütler olarak değil de sosyal amaçlı kar elde eden örgütler olarak tanımlamak bu örgütlerin faaliyetlerini daha açık şekilde ortaya koymaktadır.

Sosyal kar bu sektörde faaliyet gösteren işletmelerin sosyal mal veya hizmet sonucu elde ettiği karı ifade etmektedir. Bu sebeple, bağış toplayarak faaliyetlerini sürdüren ve toplumsal dönüşümü sağlayamayan örgütleri sosyal kar amaçlı örgütler olarak değerlendirmemek gerekir. Elde edilen sosyal kar sosyal sermayenin göstergesi olduğu için işletmelerin performansını stratejik düzeyde değerlendirmemize yardımcı olur. Ancak elde edilen kar kadar bu karın paydaşlar arasında adil bir şekilde

dağıtımında oldukça önemlidir. Sosyal girişimciliğin bu sektörde öne çıkmasının önemli nedenlerinden biri de sektördeki kuruluşların hem toplumsal katma değer yaratılması hem de sürdürülebilir şekilde faaliyetlerine devam etmesindir.

Sosyal girişimciler ise bu sektörde faaliyet gösteren işletmelerin gelir kazanması için yenilikçi yaklaşımlar geliştirirler. Bu şekilde işletmelerin ticari alanda uzmanlaşmalarını ve pazar stratejileri geliştirmelerini sağlarlar. Yani aslında sosyal girişimcilik faaliyetleri sektörün finansal iç dinamiklerini oluşturmaya çalışır. Sosyal girişimcilikle birlikte üçüncü sektör kuruluşları geleneksel anlamdaki gönüllü faaliyetlere dayanan yönetim anlayışından daha çok sosyal etki oluşturacak yönetim anlayışını benimserler.

Üçüncü sektörde faaliyet gösteren işletmeler sosyal misyonlarını daha etkin şekilde gerçekleştirmek için piyasa şartlarına göre hareket edebilen örgütlerdir. Bireysel çıkarlarının ötesinde toplumsal çıkarları için hareket etmekte ve karı toplum adına mal etmeyi amaçlamaktadırlar (Sarıkaya 2010, 90-94).

1.6.2. Özel Sektörde Faaliyet Gösteren Sosyal Girişim Modeli

Sosyal girişimciler bir taraftan toplumsal dönüşümü sağlayacak diğer taraftansa ticari faaliyetlerle sürdürülebilirliklerini sağlayacak örgütler oluşturma amacı içindedirler. Bu modelde sosyal girişimcilik açık şekilde ticari girişimciliğe benzemektedir. Bu model, ticari işletmelerin sosyal misyon amaçlarını vurgulayarak ekonomik refah ve iş hedeflerine odaklanmıştır (Kırılmaz 2014, 55).

Özel sektörde faaliyet gösteren ticari işletmelerin sosyal misyon odaklı olmaları vurgulanarak, kazanılan gelirin arttırılması ön plandadır.

Bu alandaki sosyal girişimcilik iki şekilde ortaya çıkar;

- Sosyal amaçlı ürün ve hizmetler geliştirmek için Pazar temelli becerileri kullanarak sosyal ve ekonomik sonuçlara dönüştüren sosyal girişimciliği ifade eder
- Toplumsal sorunlara kalıcı çözümler geliştirebilmek için işletmesel kaynakların kullanıldığı projeler geliştiren sosyal girişimciliği ifade eder.

Sosyal girişimcilerin kardan daha çok sosyal amaçların gelişimi için çalışıyor olmaları, kârın önemli olmadığı anlamına gelmez. Uzun dönemde, girişim için maliyetlerden arta kalan bir miktar paranın olması gereklidir. Bu alanda ortaya çıkan

her iki sosyal girişimcilik modelinde de elde edilen gelirin fazlası ile sosyal çıktılar başarılmakta veya arta kalan bu gelir yeniden sosyal projelere yatırılmaktadır.

1.7. Sosyal Girişimcinin İçinde Bulunduğu Sektör

1.7.1. Sosyal Ekonomi / Üçüncü Sektör

2008 yılında başlayan ve devam eden finansal kriz insanlığı tehdit eden birçok krizden yalnızca bir tanesidir. Aynı zamanda küresel bir gıda krizinin, bir enerji krizinin, bir çevre krizinin, bir sağlık krizinin acılarını çekmekteyiz. Bu krizler finansal krizler kadar önemli ancak onlar kadar dikkat çekmiyor. Yaşanan bu krizlerin ortak bir çözüm noktası bulunmaktadır. Ekonomideki tek boyutlu insanı- hem bencil çıkarlara sahip olan, hem de eşzamanlı olarak, kendisini hesaba katmayan- çok boyutlu insanla değiştirmek gerekmektedir (Yunus, 2010, 17). İnsan doğasının kişisel çıkarından uzak, her şey başkalarının yararı için kurulu faaliyet türüne" sosyal faaliyet alanı" ya da "sosyal sermaye" adı verilir. Sosyal ekonomiler sosyal faaliyet alanlarının geniş şekilde yer kapladığı üçüncü sektör olarak tanımlanırlar.

Ekonomiler üç sektöre ayrılmış olarak düşünülebilir;

- Kar amaçlı faaliyet gösteren iş ya da özel sektör,
- Devlet eliyle desteklenen kamu sektörü,
- Birlik, gönüllülük ve kar amacı gütmeyen aktiviteleri birleştiren sosyal ekonomiler,

Sosyal ekonomiler, özel sektör ile kamu sektörü arasında üçüncü sektör olarak tanımlanır (Tsesme, 2015, 10). Sosyal ekonomi kavramı, toplumsal katma değerin yüksek olduğu faaliyetlere yer verilen kuruluşlar bütününü kapsamaktadır. Bu kuruluşların amacı sosyal misyonlarının daha etkin şekilde gerçekleşmesi için yeni iş fırsatlarının oluşturulmasını sağlamaktır (socialeconomyrome, [10.07.2015]).Özel ya da kamu sektörü tarafından göz ardı edilen kesimin sosyal sorunlarına yeni ve yenilikçi çözümler bulma arayışındadır (Tsesme, 2015, 9).

Kısaca sosyal ekonomi, kamu, özel ve üçüncü sektörde bulunan farklı kuruluşların bir arada olduğu faaliyetler bütünüdür. Ayrıcı sosyal ekonomide kar ve sosyal misyonun birleşimi önemle vurgulanmaktadır.

Üçüncü sektör kendi içinde üç alt sektöre ayrılır (Tsesme,2015,1) ,

1- Birlik sektörü; iş gücüne dayalı aktif organizasyonları ifade eder. Küçük birlik dernekleri, küçük destek grupları bu sektör grubundadır.
2- Gönüllü sektör; Kedi yönetim şekli olan, kar amaçlı olmayan ve daha çok gönüllülük esaslı çalışan organizasyonlardır. Dernekleri, büyük hayır kurumları bu organizasyonlara örek gösterilebilir.
3- Sosyal işletme sektörü; Hissedaralar ya da sahiplerini karlarını maksimum yapmak yerine sosyal amaçlar için çalışan işletmelerdir.

Sosyal ekonomi içinde faaliyette bulunan örgütlerin çeşitlilik göstermeyen sektörler dışında daha fazla sosyal etki sağlayabilecekleri yeni sektörlere girdikleri görülmektedir.

Sosyal ekonomi bazen diğer aktörlerin yaptıklarına alternatif sunarken bazen de diğer işletmelere ve/veya girişimcilere ulaşarak diğer aktörlerin faaliyetlerini tamamlayıcı ve güçlendirici bir rol üstlenir (socialeconomyrome, [10.07.2015]).

Yaptığımız açıklamalardan hareketle sosyal ekonominin önemini maddeler halinde belirtebiliriz;

- Pazar rekabetine katkıda bulunur
- İş yaratmak içi potansiyel önerir ve girişimciler içi yeni formlar ortaya koyar
- Genellikle üyelik aktiviteleri esasında kurulur
- Yeni ihtiyaçları karşılar
- Gönüllü çalışmayı destekler
- Dayanışmayı ve birliği geliştirir

1.7.2. Sosyal İşletme

Sosyal işletme, yeni bir işletme türüdür ve kar arayışı içindeki dünyanın dışındadır. Hedefi, mal ve hizmet satışı da dâhil olmak üzere, işletme yöntemlerini kullanarak sosyal bir sorunu çözmektir. Daha geniş sosyal amaçları başarabilmek için üretim fazlasını yeniden yatırıma dönüştürürler.

Yunus (2010, 26) İki çeşit sosyal işletme olduğunu söyler;

- I. Tip sosyal işletme, zarar etmeyen, temettü dağıtmayan, sosyal bir sorunu çözmeye vakfedilmiş ve karlarının tümünü işletmeyi genişletmeye ve iyileştirmeye yatıran yatırımcıların mülkiyetinde bulunan işletme türüdür.
- II. Tip sosyal işletme, yoksul insanların doğrudan veya önceden belirlenmiş bir sosyal amaca yönelik bir vakfın vasıtasıyla sahip oldukları, kar eden şirketleridir.

Sosyal işletme kavramının yaratıcısı Muhammed Yunus'un HansReitz ile birlikte oluşturduğu yedi ilke birinci tip sosyal işletmelerin tanımlanmasında kullanılabilir. Bu ilkeler (Yunus; 2010, 27-29):

- Çalışma hedefi karı azami kılmak değil, yoksulluğu veya (eğitim, sağlık, teknolojiye ulaşma ve çevre gibi) insanları ve toplumu tehdit eden bir veya birden fazla sorunu yenmektir.
- İşletme mali ve ekonomik sürdürülebilirliğe ulaşacaktır.
- Yatırımcılar sadece yatırdıkları tutarı geri alacaklardır. Başlangıç yatırımının ötesinde bir temettü ödemeyecektir.
- Yatırım tutarı geri ödendikten sonra geriye kalan kar, yatırım ve iyileştirme harcamalarını karşılamak üzere, işletmede bırakılır.
- İşletme, çevre-bilinçli olacaktır.
- İşgücü, piyasada geçerli ücreti alacak, çalışma koşulları standardın üzerinde olacaktır.
- Bütün bunlar zevkle yapılacaktır!

Sosyal işletmeler Pazar ekonomisi için mal ve hizmet üretirler fakat sosyal amaçları başarabilmek için üretim fazlasını yeniden yatırıma dönüştürürler. Bu şekilde hem sosyal ve toplumsal amaçlara hem de özel sektörün girişimci ruhuna sahip olurlar (Tsesme, 2015, 3).

Genel anlamda sosyal ekonomide faaliyet gösteren işletmelerin özellikleri şöyle sıralanabilir (Öner, 2002, 1);

1- Anlamlı ve sürekli bir yapıya sahip olma
2- Kamu sisteminin bir parçası olmama
3- Yönetici ya da üyelerine kar dağıtmamak
4- Öz yönetime sahip olmak
5- Gönüllülük esasına sahip olmak

6- Toplumsal amaçları desteklemek

Bu tür işletmeler, ekonomi ve topluma şu şekilde faydalar sağlar (Hare, 2007, 115):

• Üretkenliği ve rekabeti artırmak;

• Sosyal olarak dâhil edici refah;

• Bireyleri ve toplumları yerel yenilenmeye teşvik etmek;

• Kamu hizmetlerinin sağlanmasında yeni yollar yaratmak;

• Aktif vatandaşlık ile dâhil edici bir toplum inşa etmek.

2. SOSYAL GİRİŞİMCİLERİN BİREYSEL VE SOSYAL ÖZELLİKLERİ

2.1. Sosyal Girişimcilerin Bireysel Özellikleri

2.1.1. Kişisel Özellikler

2.1.1.1. Başarı İhtiyacı

Başarı ihtiyacı kişilerin yapmış oldukları işte başarılı olma istekleridir. Bireylerin işlerini kusursuz şekilde başarma isteklerinin altıda bu güdü yatmaktadır (Konur, 2006, 42). McClallend (1976) başarı gereksinimini "bireylerin yapmış oldukları işte kusursuzluk standartlarıyla hareket etmesi ve rekabet stratejilerini bu standartlar üzerine dayandırması" olarak tanımlamaktadır (Özer ve Topaloğlu 2008, 14).

Başarı İhtiyacı Yüksek olan bireylerin davranışsal sonuçlarını;

- İyi iş başarmayı başkalarının gözüne girmek için değil, kendi kişisel tatminleri için amaçlayan (Konur, 2006, 43),
- Elde ettikleri sonuçların bireysel açıdan sorumluluğunu daha fazla üstlenebilen
- Çeşitli seçeneklerin başarı olasılıklarını dikkatle inceleyerek amaçlarını belirlerler (Konur, 2006, 43). Yani riskli olmayan ve açık geri bildirimi olan görevler üstlenmeyi tercih eden,

Şeklinde özetleyebiliz.

Girişimcilerin psikolojik profilleri ile ilgili sistematik çalışmayı yapan McClallend "Girişimci Kahramanların" yapıcı rollerine dikkat çekmiştir (Kırılmaz, 2012, 132). McClallend 'in yaptığı araştırma sonuçlarını yorumladığımızda girişimcilerin başarı gereksinimlerini ekonomik büyüme ve gelişmeyi sağlayabilmek için bir araç olarak kullandıklarını ifade edebiliriz. Özetlersek bazı toplumlarda sosyalleşme süreci yüksek başarı güdüsü yaratır bu sebeple bu toplumlarda girişimcilik faaliyeti daha fazladır (Özer ve Topaloğlu, 2008, 15).

Girişimciler risk alan kişilerdir. Bundan yola çıkarak söyleyebiliriz ki, girişimciler başarma ihtiyacı yüksek olan ve bu ihtiyacı gidermek için motive olan

kimselerdir. Sosyal girişimcilerin, sosyal girişimci adaylarının ve bir sosyal girişimde aktif olarak çalışmayı düşünen kişilerin başarma ihtiyaçları yüksek bireyler olması gerektiği öngörülebilir (İrengün, 2014, 75).

Sosyal girişimcilerin sahip oldukları başarı güdülerinin bireysel başarı sağlayarak değil toplumun yararına faaliyetler göstererek doyurabilirler. Bu varsayımdan hareketle sosyal girişimcilerin başarı ihtiyacının toplumun kültürel özelliğini gösterdiğini ifade edebiliriz (Güler, 2008, 189). Sosyal girişimciler kişisel başarı arzularını sosyal değişim sağlamak amacıyla, sosyal sorunlara çözüm üretmek için dönüştürdüğünü belirtebiliriz.

2.1.1.2. İçsel Kontrol Odağı

Kontrol odağı; bireyin kendisini etkileyen olayları sahip oldukları yeteneklerine veya şans, talih gibi farklı olgulara bağlama eğilimi olarak ifade edilir (Oktay, 2013, 79)

1960'lı yıllarda birçok araştırmaya konu olan kontrol odağı kavramı, bireyin gelişiminde önemli bir yere sahip olan bir kavram haline gelmiştir. İlk kez JulianRotter (1954) tarafından, geliştirilen kontrol odağı kavramı, bireyin göstermiş olduğu davranışların sonuçlar hakkındaki beklentileri şeklinde tanımlanmıştır (Oktay, 2013, 80). Yani kontrol odağı bireylerin yaşamış oldukları olayları hangi olguların kontrol ettiğine dair sahip oldukları inançlardır (Basım ve Şeşen 2008, 50)

Rotter göre, sosyal girişimciler davranışlarının sonuçlarını yorumlarken, bu sonuçların ne kadarının kendi davranışlarından kaynaklandığını konusunda doğru tahminler geliştirirler. İşte sosyal girişimcilerin bu tahinleri Rotter içsel kontrol odağı ve dışsal kontrol odağı olarak tanımlamıştır (Güler, 2008, 166).

İç kontrol odağına sahip bireyler, sahip oldukları davranışın ve yeteneklerin hayatlarında gelişen olayları etkilediklerine inanırlar. Yaşamış oldukları olayları sahip oldukları niteliklerden kaynaklandığını düşündükleri için iş hayatında performansları daha iyidir (Oktay 2008, 81).

İçsel Kontrol Odağına sahip bireylerin;

- ✓ Çevresel etkenleri değiştirmek için daha çok çaba gösterirler (Basım ve Şeşen 2008, 51),

- ✓ Davranışlarının sonuçlarını üstlenerek, başkalarının fikirlerinden etkilenmezler,
- ✓ Kendi başlarına çalıştıkları işlerde daha başarılı oldukları, kişisel özgürlüklerinin sınırlandırılmasına güçlü tepki gösterdikleri (Güler 2008, 166),
- ✓ Entelektüel akademik etkinliklerde daha fazla zaman harcadıkları,
- ✓ Toplumsal değişimde etkin rol oynadıkları

Gözlemlenmiştir (Oktay 2013, 81).

Bunlarla birlikte içsel kontrol odağına sahip bireyler etkili, bağımsızlıklarına düşkün, özgüvenleri yüksek, sorumluluktan kaçınmayan, girişken, toplumda kendini iyi ifade eden bireyler oldukları gözlenmiştir (Oktay 2008, 81).

Kısacası girişimciler açısından içsel kontrol odağı, toplumsal olayların dönüşümünde göstermiş oldukları çabaların algılanmasıdır. Diğer bireylere nazaran işletme kurucularında kurucuların da yüksek düzeyde gözlemlenen içsel kontrol odağı sosyal girişimciler içinde uygun bir özelliktir. Güler'in (2008) yapmış olduğu araştırma sosyal girişimlerin davranışlarının sonuçlarını kader gibi dışsal faktörlere bağlamak yerine yeteneklerine ve çabalarına bağladıklarını göstermektedir (Güler 2008, 167).

2.1.1.3. İyimserlik

Scheier ve Carver (1985, 26)'e göre iyimserlik ve kötümserlik kavramları genel olarak ifade edilen olumlu ve olumsuz sonuç beklentileridir (Güler, 2008, 165). İyimserlik, olumsuz olaylardan çok, olumlu olayları algılamaya ve bu olaylarla karşılaşmayı beklemeye ilişkin temel eğilim olarak açıklanmaktadır (Türküm, 1999, 2). Yaşama yönelik olumlu bakış açısıyla iyimser bireyler, engellerden önce fırsatları görebildikleri (İrengün, 2014, 80), stres verici olaylarla karşılaştıklarında problem odaklı başa çıkma stratejilerine ve duygu odaklı başa çıkma stratejilerine yöneldikleri gözlemlenmiştir (Türküm, 1999, 2).

Girişimciler hem başlangıç seviyesinde hem de ilerleyen süreçlerde olaylara iyimser gözle, fırsatları yakalamak amacıyla bakan kişiler olarak değerlendirilmektedirler (İrengün, 2014, 80). Yaşadıkları sorunlar veya güçsüzlükler karşısında, çoğu zaman başarılı olacaklarını düşünmek girişimcilere büyük rekabet avantajı sağlar. Girişimciler sorun yaşadıklarında bahaneler üretmek yerine, bu sorunları fırsata dönüştürme eğiliminde olan bireyler oldukları ifade edilir. Bu sebeple

iyimserlik özelliği sosyal girişimcilere yaşamış oldukları sorunlara karşı doğru çözüm önerileri geliştirmelerini sağlayacak fırsatlar doğurur (Güler, 2008, 165).

Şeker'in (2012, 93) çalışmada sosyal girişimci katılımcıların genel olarak iyimser olduğu ve gelecekleri konusunda da umutları olduğu görülmektedir. Sosyal girişimcilik kapsamında değerlendirildiğinde ise sonuç olarak geleceğine güvenle bakan girişimci riske girme konusunda daha cesur olacağı için katılımcıların geleceğine güvenle bakması girişimciliği açısından beklenen ve olumlu bir durumdur.

2.1.1.4. Risk Alma Eğilimi Ve Belirsizlikten Kaçınma

Riskin kelime anlamı olarak birçok tanımı bulunmaktadır. Girişimcilik olgusuyla birlikte riski tanımladığımızda "bilinmeyene doğru hareket etmeye cesaret etmek" olarak ifade edilir. Girişimcilerin risk alma eğilimlerini başarı motivasyonlarıyla birlikte ele almak gerekir. McClelland (1961), bireylerin risk alma eğilimlerinin başarı motivelerine bağlı olduğunu vurgulamaktadır. Risk kavramını girişimcilik olgusuyla açıklarsak, "belirsizlik ortamında girişim yapmak", "girişimi gerçekleştirmek için yeterli kaynakların olmaması bu sebeple borçlanarak kaynak sağlama" anlamında kullanılmaktadır (Kırılmaz, 2012, 134). Daha geniş bir tanımla işletme açısından risk: "işletme sahiplerinin almış oldukları kararlar sonucunda olumsuz olayların gerçekleşme olasılığı, başka bir ifadeyle belirsizlik ortamında alınan kararların gerçekleme doğru gerçekleşme olasılığı" şeklinde tanımlanır (İrengün, 2014, 76).

Risk değerlendirme süreci fırsatların doğması ile birlikte başlar. Risk ölçümü yapıldığı an girişimcilik sürecine başlanmış olunur. Sosyal girişimciler ise sosyal sorunlarla karşılaştıklarında bu sorunları azaltacak girişim modelleri gerçekleştirebilme için risk analizi yaparak karar verirler (Kırılmaz, 2012, 135).

Belirsizlikten kaçınma özelliği ise risk alma durumunun tam tersini ifade etmektedir. Risk alma eğilimi girişimcilerin yeteneklerinin ve kapasitelerinin farkına varmalarını sağlayan önemli bir faktördür. Bu sebeple girişimciler hayallerindeki girişimi gerçekleştirebilmek için risk almaktan kaçınmazlar. Sosyal girişimciler toplumu etkileyecek kararlar verdiklerinin bilincindedirler. Almış oldukları risklerin sonuçlarını bireysel olarak değil toplumsal olarak düşündükleri için girişimciler kadar yüksek düzeyde risk almadıklarını hatta belirsizlikten kaçınma eğilimlerinin yüksek olduğu söylenebilir (Güler, 2008, 179).

2.1.2. Bilişsel Özellikler

2.1.2.1. Yenilikçilik

Sosyal işletmeler kamu ve özel sektör tarafından giderilmeyen sosyal ihtiyaçların karşılanması için yeni Pazar değerinin yaratılmasında katıda bulunurlar. Sosyal girişimciliği sivil toplum çalışmaları ve ticari girişimcilik faaliyetlerinden ayıran temel özellik yenilikçilik olgusunu öne çıkartmasıdır (Güler 2010, 77). Pek çok araştırmacı sosyal girişimcilikte yenilikçiliğin rolünü vurgulamaktadır. Aslında temelde sosyal girişimcilik sosyal ihtiyaçların çözümünde ortaya çıkan yenilikçi fikirleri ifade eder. Burada vurgulanan nokta sosyal değerin var olan girişimsel faaliyetleri değiştirerek değil yenilik yaparak yaratılmasıdır. Burada "***sosyal yenilik***" kavramının kullanılması bu bileşenin daha iyi anlaşılmasına yol açmaktadır. Aşağıdaki bölümde yenilikçi olma olgusuyla anlatılmak istenen sosyal yenilik kavramı açıklanmaya çalışılacaktır.

-Sosyal Yenilik;

Yenilik kavramını tanımlarsak OECD ve AB dokümanlarında yenilik; "bir fikri pazarlanabilir bir ürün ya da hizmete, yeni ya da geliştirilmiş bir üretim ya da dağıtım yöntemine, ya da yeni bir toplumsal hizmet yöntemine dönüştürme" olarak ifade edilmektedir. Sosyal yenilik ise toplumun sosyal ihtiyaçlarını karşılamak amacıyla sosyal işletmeler ve sosyal girişimciler tarafından geliştirilen yenilikçi faaliyetler ve hizmetlerdir (Mulgan ve diğerleri 2007, 5). Sosyal girişimcilikte önemli olan sosyal etki için yenilik yaratmaktır. Sosyal sorunların çözümü için yenilikçi ve sosyal düzenlemelere odaklanılmalıdır. Dess ve Andersa (2006) sosyal girişimcilik alan yazısında iki düşünce okulundan bahseder. Birinci olan sosyal girişim düşünce okulunda sosyal amacın gerçekleşmesinde kazanılmış gelirin önemini vurgulamaktadır. Bu düşünce okulu bağışlar ve fonların yerine geçecek yeni gelir arayışı içindedir. İkinci düşünce okulu olan sosyal yenilik düşünce okuluna göre sosyal sorunların çözümü için yeni ve daha iyi yolların bulunması gerektiğini vurgular (Dess ve Andersa 2006, 41-42).

2.1.2.2. Fırsatları Görebilme

Girişimcileri sadece yeni bir ürün ya da hizmet oluşturan bireyler olarak tanımlamak yetersizdir. Girişimcilerin girişimcilik sürecinde karşılarına çıkacak tüm belirsizlikleri önceden görerek önlem almaları gerekmektedir. Girişimciler faaliyet gösterdiği sektörü çok iyi gözlemeyerek, uzun vadede karşına çıkabilecek engelleri

sezer ve bu şekilde düşündüğü ürün veya hizmeti üretmek için gerekli kaynakları bir araya getirir. Bu yoruma göre, girişimciler fırsatları önceden görebilen ve bunları yorumlama, muhakeme etme yönleri güçlü insanlardır (TUSİAD, 2002).

Fırsat herhangi bir durum için uygun bir zaman veya şart olarak ifade edilir. Araştırmacılar girişimcilik sürecinde fırsatları keşfetme, belirleme, fırsat peşinde koşma ve fırsattan yararlanma gibi kavramlar kullanmaktadırlar. Girişimciler rekabet ortamında ayakta kalabilmek için gelecekteki durumları öngörerek fırsatları belirleyebilme yeteneğine sahiptirler. Sosyal girişimciler de toplumsal sorunları çözebilmek için gerecekte fırsata dönüşebilecek durumları önceden sezerek, gerekli atılımları yapması beklenir.

Girişimcilik sürecinde fırsat ve yenilik kavramları birbirini tanımlamaktadır çünkü Schumpeter'e göre fırsatların temelinde yenilik vardır. Yenilik farklı kombinasyonlar ortaya çıkararak devrimsel bir değişimi gerçekleştirir. Sosyal eğilimlerdeki değişimler yeni bilgiler üretir (Bingöl, 2009, 32). Sosyal girişimciler de bu bilgileri yeniden kombine edebilmek için kullanırlar.

2.1.2.3. Liderlik

Liderlik pek çok yolla tanımlanabilir. Kişilik özelliklerine atıf yaparak liderliği tanımlayacak olursak, bireylerin kişilik ve karakter özelliklerinin birleşimidir (Kırılmaz 2012, 73). Girişimcilik kavramında liderlik özelliğinin karar verme, emretme, üstün gelme, ilerleme anlamına geldiğini söylemektedir (Schumpeter 1934).

Girişimcilik üstüne yapılan araştırmalar, başarılı girişimlerde liderliğin önemli bir faktör olduğunu vurgulamaktadır. Schumpeter (1934) girişimcilerin ayırt edici özelliğinin liderlik olduğunu vurgulamıştır. Girişimci sadece yenilikçi olarak değil, aynı zamanda lider olarak da tanımlanmaktadır. Liderler de girişimciler gibi hayal ettikleri değişimi başarabilmek için karşılaştıkları sorunların üstesinden gelebilecek stratejiler geliştirip iş birliklerini güçlendirirler.

Sosyal girişimcilikte liderlik olgusunun özellikle önemli görülmesinin sebebi, farklı ilgilere sahip grupları ortak bir amaç doğrultusunda bir araya getirebilme gücüdür.

Liderlik ruhuna sahip sosyal girişimcilerde aşağıda belirtilen özelliklerin göze çarpmaktadır (Güler, 2009, 174):

- ✓ Geliştirmiş oldukları girişimlerin misyonlarına sadık kalarak, işletmelerinde uzun dönemli faaliyet gösterirler (Dees ve diğerleri, 2001, 32).
- ✓ Değişime çabuk uyum sağlarlar
- ✓ Sosyal sorunları fark ederek, sorun çözme yeteneğine sahiptirler
- ✓ Girişimcilik kapasitesine sahip olmaları
- ✓ Var olan kaynakları kullanma veya yeni kaynaklar bulma konusunda fırsatları yakalayabilirler

2.1.3. Değerler

2.1.3.1. Sosyal Sorumluluk

Sosyal sorumluluk da sosyal girişimciliğin önemli alt başlıklarından biridir. Sosyal sorumluluk kavramı ile anlatılmak istenen ahlaki değerlere itibar ederek, insanlara, topluma ve doğal ortama saygılı olarak ticari başarı sağlamaktır. Sosyal sorumluluk aslında biraz daha şirketlerin uyguladığı faaliyetleri kapsayan bir kavram ancak genel açıdan bakıldığında ise bu kavramı daha çok sosyal duyarlılık ile ilişkilendirebilir (Demir, 2014, 351).

Sosyal sorumluluk değerine sahip olan bireye göre başarı karla ölçülmemekte, başarının unsuru çevrenin korunması için gereken önemin verilmesi ve sosyal etkinin yaratılmasıdır (Erdoğan, 2014, 103). Kişisel kazançtan çok, toplumsal çıkarı gözeten sosyal girişimcilerin yüksek sosyal sorumluluğa sahip olması beklenmektedir. Çünkü sosyal girişimciler doğrudan ihtiyaç sahiplerinin gereksinimlerini gidermek, sosyal sorunlarını çözmek amacıyla çalışmalarını sürdürürler (İrengün 2014, 33) Bundan yola çıkarak sosyal girişimcilerdeki sosyal sorumluluk topluma karşı yapılan gönüllüğe dayalı hizmetler olarak ifade edilebilir (Gusseinova, 2015, 24).

Araştırma kapsamında sosyal girişimcilerin faaliyet alanı incelendiğinde, çözüm bulmayı bekleyen sorunlar için harekete geçtiklerini, sosyal sorumluluk algısı ile ulaşılamayan yerlere ulaştıklarını ve sundukları hizmetler ile sürdürülebilir sosyal kalkınmaya katkı sağladıkları söylenebilir. Tüm bu faaliyetlerin temelinde sosyal fayda yaratma, yenilikçilik, yaratıcılık, risk alma ve çözüm bulma ilkelerinin bulunduğu görülmektedir (Demir, 2014, 352).

2.1.3.2. Özgecilik

Özgecilik gönüllü olarak çıkar düşüncesi, karşılık beklentisi olmadan birine yardım etmektir. Sosyal girişimcilerin asıl amacı topluma katkı sağlamak olduğu için sadece kendileri için değil içinde bulundukları toplum içinde fedakârlıkta bulunurlar. Bu da bize sosyal girişimcilik davranışlarının temelinde özgeci davranışların bulunduğunu göstermektedir (Güler, 2009, 182).

Tan ve Diğerlerinin (2005, 359) yaptığı araştırmaya göre sosyal girişimciler özgecilik bakış açısıyla motive olurlar ve bu özgeci motivasyonla toplumun belirli kesimi yararına faaliyette bulunurlar.

Birinci bölümde sosyal girişimcilerin kendileri için değil de içinde bulundukları örgütün yararına faaliyette bulundukları için ticari girişimciden ayrıldıklarını vurgulamıştık. Bu davranışlarının altında yatan temel neden ise sahip oldukları özgeci değerlerdir.

2.1.3.3. Empati Sahibi Olmak

Girişimcilerin başarılarında insan kaynağı, yatırımcı, müşteriler ve diğer tüm paydaşları ile kuracağı iyi ilişkinin önemi yüksektir. Burada iyi ilişki ile vurgulamak istediğimiz şey paydaşlarının düşüncelerini anlayabilme ve empati kurabilmektir (İrengün, 2014, 85). Kısaca Empatiyi tanımlayacak olursak, bir başkasının duygularını, içinde bulunduğu durum ya da davranışlarındaki motivasyonu anlamak ve içselleştirmek demektir.

Toplumsal sorunları anlayabilmenin en önemli şartı onu sorun olarak görebilmektir. Sosyal sorunları görebilmenin şartı ise karşıdakinin yerine kendini koyabilmektir. Bu sebeple sosyal girişimciler sorunu görebilmek için sorunu yaşayan insanların sıkıntılarını kendi içlerinde hissederler (Şeker, 2014, 32)

Yaşadığımız rekabet ortamında, kendinden çok diğer insanları düşünen ve bunu ise empatik düşünme özelliği ile başaran sosyal girişimciler bu şekilde sosyal sorunlara yaratıcı çözümle bulabilirler. Bu açıdan değerlendirildiğinde empatik düşünebilme özelliği hem sosyal girişimciliğe yönelme, hem kurulan sosyal girişimi sürdürebilme hem de özellikle insan kaynağının verimli kullanabilmesi için en önemli özellik olduğu söylenebilir.

2.1.3.4. Dürüstlük

Güven oluşturmanın ön koşulu olan dürüstlüğü, davranışsal özellikleri açısından tanımlamak gerekirse,

• Benimsenmiş değerlerle uyumlu şekilde düzenli bir davranış biçiminde bulunmak,

• Ahlaki inançların genel anlamda doğrulanması,

• İhtiyaç sahiplerine yardım etmek şeklinde olduğu gibi, diğerlerine ilgili davranmak, diğerlerinin ihtiyaçlarına duyarlı olmaktır (Güler, 2009, 184).

Sosyal girişimciler dürüst davranışsal özellik gösterdikleri saptanmıştır. Sosyal girişimciler dürüst davranış sergiledikleri için geliştirdikleri modeller de güven oluşturma ve inandırıcılıkları yüksektir.

Mort ve diğerleri (2002, 83) sosyal girişimcilerin geliştirdikleri sosyal modellerde karar verirken sosyal amaçlarını kurdukları örgütlerin merkezinde tuttuklarını ve dürüstlüğü sosyal misyonlarına olan bağlılıkları ile ölçülebildiğinden bahsetmektedir. Yani sosyal amaçlarını ön planda tutarak çalıştıkları örgütlerde veya geliştirdikleri sosyal girişim modellerinde toplum üzerinde güven sağlayabilmek için dürüst bireyler olmaları gerekmektedir.

2.2. Sosyal Girişimcilerin Sosyal Özellikleri

Bu bölümde yukarıda bahsettiğimiz sosyal girişimcilerin bireysel özelliklerinin yanı sıra sosyal girişimcilerin davranışlarını etkileyen içinde bulunduğu sosyal ortam ve sahip oldukları sosyal sermaye üzerinde duracağız.

2.2.1. Sosyal Sermeye

Sosyal sermaye özünde bireyin içinde bulunduğu sosyal yapıya olan güveni barındırmaktadır. Bu güvende sosyal yapı içinde kenetlenmeyi sağlamaktadır. Girişimciler açısından düşündüğümüzde sosyal sermaye, sosyal altyapı ve iletişim ağının başarılarına katkısı açısından değerlendirilir. Özellikle sosyal girişimcilerin yeni kurdukları girişimlerde geniş bir sosyal ağa ve sosyal sermayeye sahip olmanın öneminin büyük olduğunu vurgulayabiliriz.

Sosyal sermaye teorisine göre bireylerin kapasitelerini kullanmada üyelerin sosyal ağdan faydalanmalarını dikkate alır. İnsanlar sosyal ve profesyonel ilişkileri ile önemli bir ağ oluşturmaktadırlar ve bu ilişkiler sayesinde de daha fazla fikirler ve fırsatlar ile karşılaşabilmektedirler. İnformal ağlar, fırsatları tanımada danışmanlık ve

profesyonel fırsatlara katılmaya pozitif etki edebilir, hatta fırsatlar bu ağlardan ve haber kaynaklarından elde edilebilir (Kırılmaz, 2014,165).

Ayrıca sosyal girişimciler sosyal sorunların çözümü adına faaliyet gösterdiği için toplumun önemli kesimlerinden destek alması olarak ifade edilen sosyal sermayenin varlığı sosyal girişimcinin hedefine daha kısa sürede ulaşmasını sağlamaktadır.

2.2.2. Sosyal Ortam

Bu bölümde, girişimcinin bulunduğu ortama özgü özellikler ele alınacaktır. Burada vurgulanan nokta, sosyal girişimcilerle özel sektör girişimcilerin ortamdan etkilenme şekilleri farklıdır. Ticari girişimciler fırsatların ve imkânların daha geniş olduğu şehirlerde faaliyet gösterirken, sosyal girişimciler sosyal ihtiyaçların fazla olduğu ortamlarda fırsatlar yakalayarak sosyal sorunlara çözüm üretirler (Austin ve diğerleri, 2006, 9).

Sosyal girişimciler yoğun toplumsal sorunların gündemde olduğu daha çok kırsal bölgeler de faaliyet gösterirler. Toplumsal sorunların daha fazla olduğu bu bölgelerde sosyal girişimciler kendilerini daha sorumlu hissettikleri için daha yüksek motivasyon sergilerler.

Diğer taraftan yenilikçi düşüncülerinin fırsata dönüşmesi, sorunun olduğu ortamın girişimciye sunduğu imkânlara bağlıdır. Yani sosyal girişimciliğin gelişmesi için ortamın yaratıcı düşüncenin desteklendiği ve ödüllendirildiği ortamlardır. Büyük şehirlerde yaratıcı ve yenilikçi, faaliyetlerini geliştirecek daha fazla olanak bulunmaktadır. Bu açıdan düşünüldüğün de büyük şehirlerin kırsal bölgelere göre girişimcilik faaliyetlerini geliştirmek için daha uygun ortamlardır.

Kısaca özetleyecek olursak, kırsal bölgelerde sosyal sorunların daha fazla olması sebebiyle sosyal girişimci davranışın oluşmasına daha uygun bir ortam hazırlarken, büyük şehirler yaratıcı faaliyetleri geliştirerek girişimin gelişmesinde katkı sağlamaktadır (Güler, 2009, 102).

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

3.1. Araştırmanın Amacı Ve Önemi

Kamu ve özel sektörde kar odaklı faaliyet gösteren ticari işletmeler çevresel ve sosyal sorunları kar elde etme sürecinde ek maliyet olarak değerlendirirler. İşletmelerin sadece kar elde etme güdüsüyle faaliyette bulunması sosyal dengenin her geçen gün daha da bozulmasına sebep olmaktadır. Birinci bölümde detaylı bir şekilde tanımladığımız sosyal girişimciler ise, ticari işletmeciler gibi faaliyet gösterir ancak ticari işletmecilerin göz ardı ettiği sosyal ve çevresel sorunlara sürdürülebilir çözümler üretecek organizasyonlar oluşturan kişilerdir. Tüm bu süreç içerisinde geliştirmiş oldukları girişim modellerinin devamlılığını sağlamak sosyal girişimcilerin sahip olduğu özelliklere ve toplumsal olaylar karşısında ki duyarlılıklarına bağlıdır.

Bu araştırma, Türkiye'de ödül alan Genç Sosyal Girişimcilerin profillerini ve geliştirmiş oldukları girişim modellerini incelemek amacıyla yapılmıştır. Bu amaçla; YouthActionNet Ulusal Enstitü programı çerçevesinde İstanbul Bilgi Üniversitesi tarafından başarılı olarak değerlendirilen genç sosyal girişimciler incelenmiştir.

Araştırma, Türkiye'de sınırlı sayıda örneğinin bulunması, ödül alan sosyal girişimcilere yönelik uygulamaya daha önce yer verilmemiş olması, özellikle küresel boyutta faaliyet gösteren Uluslararası Gençlik Vakfı (International Youth Foundation) tarafından başarılı olarak değerlendirilen sosyal girişimcilerin üzerinde uygulanması açısından önem arz etmektedir.

3.2. Araştırmanın Kapsamı

Araştırma kapsamında, YouthActionNet Ulusal Enstitünün Türkiye'de ki ortağı İstanbul Bilgi Üniversitesi tarafından seçilen sosyal girişimcileri incelemektedir.

Bu araştırma da Bilgi Genç Sosyal Girişimci Ödülleri programının seçilmesinin nedeni iki kısımda toplanabilir. Birincisi, Dünya da birçok ülkede

faaliyet gösteren YouthActionNet Ulusal Enstitü programının Türkiye'de sadece İstanbul Bilgi Üniversitesi tarafından düzenlenmesidir. Böylece gençlerin de sosyal girişim modeli geliştirmeleri teşvik edilmektedir. İkincisi ise, bu program sayesinde girişimlerini geliştirme imkânı bulan sosyal girişimcilerin, sosyal çözüme katkıları artmaktadır. Sürekli artan sosyal sorunlar karlı girişim kurup mücadele etmek özel sektör, kamu sektörü ve üçüncü sektör işletmeleri için oldukça önemlidir. Dolayısı ile Bilgi Genç Sosyal Girişimci Ödülleri programına seçilen sosyal girişimcilerin incelenmesinin doğru bir karar olduğu düşünülmektedir.

3.2.1. YouthActionNet

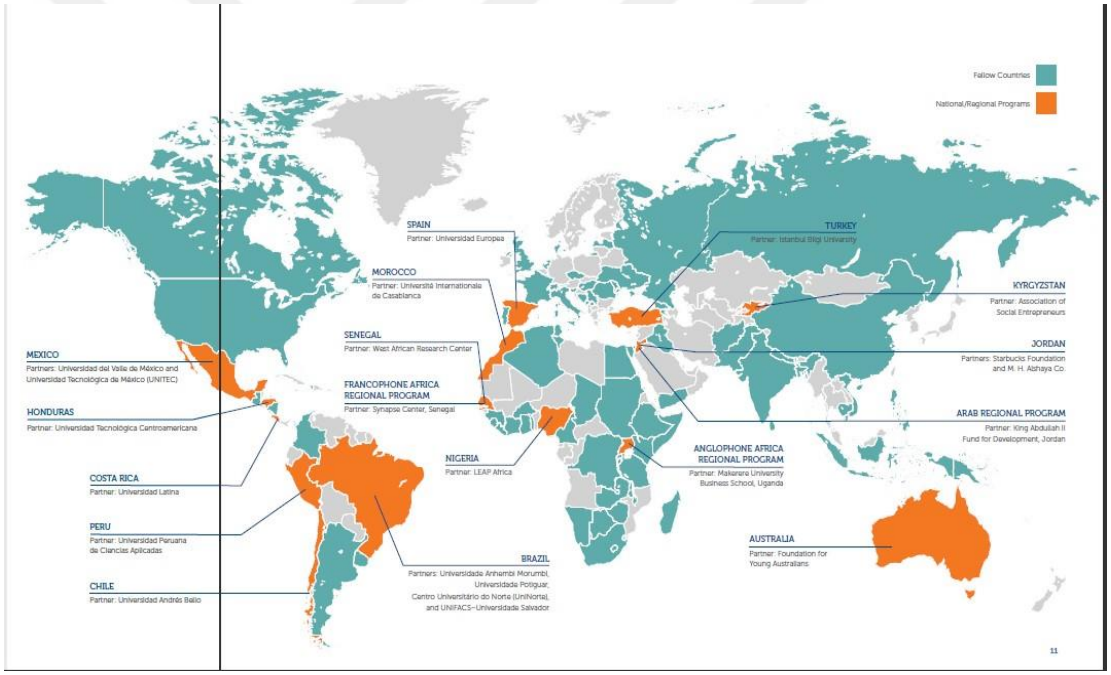
Uluslararası Gençlik Vakfı (International Youth Foundation) tarafından 2001 yılında geliştirilen YouthActionNet programı gençlik gelişim programlarını destekleyen girişim modelidir. YouthActionNet programı, Genç sosyal girişimcilere içinde bulundukları topluma olumlu katkı sağlamaları için destek ve eğitim olanakları sunaktadır. Toplumsal sorunların çözümünde gençlerin liderlik yapması gerektiğini savunarak, genç değişim liderlerini hem yerel hem de küresel düzeyde farklı kanallar aracılığı ile desteklemektedir.

- ***Ulusal Enstitüler (Natıonal And Regıonal Programs) :*** Ülke bazında oluşturulan ulusal YouthActionNet programı ile yetenekli görülen genç sosyal girişimciler seçilerek, eğitim sürecinden geçmektedir. Bu program ile genç sosyal girişimcilerin ulusal düzeyde geliştirilen politikaları etkilemeleri ve gelişim sağlayacakları fırsatları yakalamaları hedeflenmektedir.
- ***Küresel Enstitüler (Laureate Global Fellows) :*** Ulusal düzeyde düzenlenen YouthActionNet programında başarılı görülen 20 sosyal girişimci seçilerek bir yıl boyunca eğitim verilmektedir. Program kapsamında seçilen sosyal girişimcilerin liderlik vasıflarının geliştirmesi hedeflenmektedir. Ayrıca seçilmiş olan 20 küresel sosyal liderlere ülkelerinde geliştirmiş oldukları projeleri küresel boyuta çevirmeleri konusunda imkânlar sunulmaktadır.

2001 yılında kurulan YouthActionNet, Ulusal Enstitüler aracılığıyla birçok ülkede genç yeteneklere ve liderlere ulaşmaktadır. Brezilya, Meksika ve İspanya'da başarı ile uygulanan programa 2010 yılından sonra Türkiye, Malezya ve Şili dâhil oldu. Türkiye'de ise YouthActionNet tarafında belirlenen vizyonu gerçeğe dönüştürmek için İstanbul Bilgi Üniversitesi ortaklığında yürütülmektedir.

Program kapsamında İstanbul Bilgi Üniversitesi tarafından her yıl 10 sosyal girişimcinin seçilmektedir. Finalist olarak seçilen bu girişimcilere montör atanarak, eğitim imkanı sunulmaktadır. Her bir girişimci montörlerinin de desteğini alarak 10 - 12 ay süreyle eğitim programına katılır. Almış oldukları eğitim programı sonucunda ödül töreni düzenlenerek, ödülleri takdim edilmektedir. Bu sayede projelerini daha ileriye götürecek, teknik ve liderlik becerilerini geliştirecek fırsatları yakalamaktadırlar. Ayrıca küresel düzeyde düzenlenen YouthActionNet ağına dâhil olama imkânı sağlamış olurlar.

YouthActionNet programı ile belirlenen vizyonun gerçeğe dönüştürülmesi için kurulan ulusal enstitüler Şekil 3' de belirtilmektedir. Ayrıca aşağıdaki şekilde Türkiye, Brezilya, Nijerya, Peru, İspanya, Meksika gibi birçok ülkede faaliyet gösteren ortaklarla oluşturulan küresel ağ belirtilmektedir.



Şekil 3: Yerel köklü Küresel Ağ Bağı

Kaynak: YouthActionNet Annual Report 2015, 11

3.3. Araştırmanın Evreni

Bu araştırma, Bilgi Üniversitesi tarafından başarılı olarak değerlendirilen Genç Sosyal Girişimciler üzerine yapılmıştır. İstanbul Bilgi Üniversitesi kapsamında 2010 yılında başlatılan programla, her yıl 10 kişiye Genç Sosyal Girişimcilik ödülü verilmektedir. Araştırmanın örneklemini 2010 – 2015 yılları arasında bu ödülü almaya hak kazanan sosyal girişimciler oluşturmaktadır. Ana kütlenin bu şekilde

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

Sosyal girişimcilerle iletişime geçilmeden önce konuyla ilgili literatür detaylı şekilde araştırılmıştır. Katılımcıların yoğun programlarının olması ve hepsinin İstanbul'da yaşamaması nedeniyle çalışmada anket yönteminin kullanılmasına karar verilmiş olup, anket kullanımı için alınan izin yazısı Ek-1'de bulunmaktadır. 2008 yılında Burcu Kümbül Güler tarafından Ashoka ve Schwap Vakıflarında faaliyette bulunan sosyal girişimcilere uygulanan anketten sadeleştirilerek hazırlanmış olan anket örneği Ek-3'de yer almaktadır. Hazırlanan bu anket çalışması Sosyal Girişimcilerin profillerini belirlenmek amacıyla yarışmada ödül alan sosyal girişimcilere uygulanmıştır.

Bu çalışma, Ocak 2016 - Haziran 2016 tarihleri arasında web tabanlı araştırma düzenleme ve yayma imkânı sağlayan www.survey.com isimli profesyonel anket erişim sayfasında hazırlanarak sosyal girişimcilere ulaştırılmıştır. Örneklemi oluşturan ve Tablo 3.1' de belirtilen sosyal girişimcilere Bilgi Üniversitesinin Bilgi Genç Sosyal Girişimci web sayfasında duyurulan mezunlar listesinden ulaşılmıştır. Her bir sosyal girişimcinin kimlik bilgileri ve kurmuş oldukları sosyal girişim modelleri internet arama motorunda taranmıştır. Bu kişilerle Facebook kullanıcı adreslerinden iletişime geçilerek e-posta adresleri öğrenilmiştir. Yapılan görüşmeler sonucunda Ek-2'de belirtilen yazı ile her bir yarışmacı araştırma anketine katılımı için davet edilmiştir. Gönderilen davet yazısına olumlu cevap veren girişimcilere anketin erişim sayfası e-posta adreslerine iletilmiştir. Tüm bu süreç içerisinde sosyal girişimcilerin isimleri, geliştirdikleri modeller ve iletişim bilgileri için bir takip listesi oluşturulmuştur. Facebook adreslerinden iletişime geçildiği tarih, e-posta adreslerinin öğrenilmesi, anket linkinin gönderilmesi, kabul edilmesi ve cevaplanması ile ilgili tüm süreçler takip listesi üzerine alınan notlara kaydedilmiştir. Anketi dolduran katılımcılardan elde edilen veriler anket sitesinin web sayfasında toplanmış olup, anket uygulaması sona erdiğinde bu veri tabanında bulunan veriler SPSS 22.0 istatiksel analiz paket programına aktarılmıştır. Bu program üzerinden analizlere devam edilmiştir.

2010-2015 yılları arasında ödül almış olan toplam 60 sosyal girişimcinin sosyal ağlardan faydalanarak 47'si ile iletişime geçilip e-posta adresine ulaşılmıştır. Tüm çabalara ve veri tabanı araştırmalarına rağmen daha fazla kişi ile iletişime

geçilememiştir. İletişime geçilen sosyal girişimcilerin hepsinden olumlu cevap alınmasına rağmen anketi dolduran 40 kişi olmuştur.

Tablo 3.1: Sosyal Girişimci Bilgileri

	2010-2015 Yılları Arasında Düzenlenen Genç Sosyal Girişimcilik Yarışması Bilgileri		
No	Sosyal Girişimci İsmi	Geliştirdiği Girişim Modeli	Ödül Alınan Yıl
1	AHMET KURNAZ	Proje Panosu	2015
2	CANER PINARBAŞI	bi'deneyim	2015
3	EMRAH KURUM	Çevreci Etkinlikler	2015
4	EMİR AKGÜN	Gaymag	2015
5	HASİBE AKIN	Kentte Perma kültür	2015
6	KENAN KAHYA	Yasemin - Yırca	2015
7	MESUT KESKİN	e-Bursum	2015
8	MÜBECCEL EKERBİÇER	Monage	2015
9	ÖZGE ÖZMEN	Sosyal Atölye	2015
10	ŞEBNEM YARAÇ	Misafirperver	2015
11	Alican ÇELİK	Dijital Gönüllüler	2014
12	Beybin ESEN	Evimi Tut	2014
13	Emre DANACI	Yuvarla.org	2014
14	Emre GÜNDOĞDU	Herkes İçin Mimarlık Derneği	2014
15	Gökçe GÜLCÜLER	Ustamdan	2014
16	Merve Akdağ ÖNER	Şehrine Ses Ver	2014
17	Merve SARISAKAL	Yeni Nesil Su Tasarrufu Cihazı	2014
18	Mustafa Emre SELEK	Volumeteer.org	2014
19	Tugay TUNA	Yazılım Kulübü	2014
20	Volkan HATUNOĞLU	Paralimpik Yelken	2014
21	ENES ÇELİK	Dededen Toruna Sözlü Tarih Mirası	2013
22	UĞUR KAYA	Şiddetsiz Sanat	2013
23	AYSU ERDOĞDU	Eşya Kütüphanesi	2013
24	ELVAN BAŞARI	Meraklı Merdane	2013
25	ENES KAYA	SineMASAL 'Sinema Artık Köylerde	2013
26	YAŞAR TEMİZ	Köye Öğrenci Yardımı (K.Ö.Y.)	2013
27	NUR FINDIK	İyilik İçin Tasarım	2013
28	OĞUZHAN CANIM	Askıda Ne Var	2013
29	EZGİ KARAAĞAÇ	Yaşayarak Öğrenme Merkezi (YAŞÖM)	2013
30	ECE ÇİFTÇİ	Sosyal Ben	2013
31	ABDULLAH OSKAY	Hayat sende	2012
32	ERİL GÜN EZEREL	Sinaps	2012
33	NAZLI ÖZGAN	Degisimliderleri	2012
34	MUSTAFA ALTUNCU	Bir Enstruman Çok İnsan	2012
35	EMRE ÖZGÜR	Birsilgibirkalem	2012
36	BURAK ÖZDEMİR	Yeniyeti	2012
37	SEZGİ EVREN	Kültürel Mutfak	2012

Tablo 3.1- Devam

38	SAMET BEYAZKILINÇ	SAMBİS (Uxforgood)	2012
39	VARLIK SEZGİN	Sonradan gurmeler	2012
40	YAVUZ ÇAKIR	Otomatik Kitap Otomatları (Kitapmatik)	2012
41	ŞÜKRÜ BEZEN	Internet üzerinden bağış toplama	2011
43	GÖKDEN İPEK YOSUNLU	Annemin Kilimleri	2011
44	GÖKHAN YÜCEERİM	Gönüllü Durağı	2011
45	HAZAL ALYAĞUT	Lacus	2011
46	HİSAR UYAR	Üniversitelilere Ücretsiz Hizmetler! (ahtapot sosyal medya)	2011
47	NEVİN BİTİRGİÇ	Polisiye İngilizce	2011
48	ONUR ÇİÇEK	Öğrenci İhtiyaçlarına Çözüm	2011
49	SAMİ ÇELTİKOĞLU	Gıda Güvenliği	2011
50	YUSUF ÇOPUR	Okumayı Seviyorum	2011
51	Alper Taştekin	Tercih Dönemi	2010
52	Ayşegül Güzel	Zumbara	2010
53	İstem Duygu Akalp	Hayatımın Lideriyim	2010
54	Burak Özcan	Bi'Soluk Kafe	2010
55	Ceren Öztulca	Eko-Yunus	2010
56	Hakan Süleyman Köse	Hafif Tuğla	2010
57	Mustafa Dalcı	Erişilebilir Web	2010
58	Nevra Atıcı	Çocuklardaki Dikkat Sorunu İçin Masa Tenisinden Yararlanma	2010
59	Selçuk Var	Cur-Cuna Tiyatro Grubu	2010
60	Yunus Beçit	Fikir Toplama Kampı	2010

3.4. Araştırmanın Yöntemi

Veri toplama aracı olarak kullanılan anket 3 bölümden oluşmaktadır. Bu bölümler katılımcıların demografik bilgilerini belirlemeye yönelik seçenekli ve doldurmalı soruların bulunduğu birinci bölüm, geliştirmiş oldukları sosyal girişim modelleri ile ilgili soruların bulunduğu ikinci bölüm, sosyal girişimcilerin bireysel ve sosyal özelliklerin belirlenmesine yönelik 5'li likert (1=kesinlikle katılmıyorum, 5=kesinlikle katılıyorum) ölçeği bazında soruların bulunduğu üçüncü bölümden oluşmaktadır.

Çalışma kapsamında sosyal girişimcilere sorulan soruların analizinde, demografik bilgilerinin sorulduğu birinci bölüm ve sosyal girişim modelleri hakkında bilgilerin sorulduğu ikinci bölüm için nicel araştırma yöntemleri kullanılmıştır. Örneklem sayısının yetersiz olması nedeniyle, Bireysel ve sosyal özelliklere yönelik soruların bulunduğu üçüncü bölüm de nicel araştırma yöntemleriyle değişkenler

arasında ilişki kurulamamıştır. Bu sebeple, anket sorularının bulunduğu üçüncü bölüm için nitel araştırma yöntemlerinden yararlanılmıştır. Araştırma kapsamında ki veriler nitel ve nicel yöntemler birlikte kullanılmasıyla değerlendirilmiştir. Bu şekilde araştırmanın geçerliliği ve güvenilirliği arttırılmak istenilmektedir.

3.4.1. Nitel Araştırma Yöntemleri

İnsan ve toplum değişken bir yapıya sahiptir. Bu sebeple sosyal bilimlerde genelleme yapmaktan çok olayları anlamaya çalışmak daha önemlidir. Buradan yola çıkarak sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemlerinin daha fazla tercih edildiğini söyleyebiliriz. Nitel Araştırmayı, "Gözlem, mülakat ve doküman analizi gibi nitel veri toplama tekniklerinin kullanıldığı, olayları doğal ortamında gerçekçi ve bütüncül bir yaklaşımla ortaya koyan araştırma türü" olarak tanımlayabiliriz (Yıldırım ve Şimşek 2008 39). Yani nitel analiz yapan araştırmacı, toplanmış olduğu verilerden hareket ederek, veriler içerisinde gizli duran bilgiyi keşfedip ortaya çıkarır. yorumlanmıştır.

Araştırma kapsamında belirlenen örneklem kütlesi evreni temsil edecek büyüklükte olmadığı için istatiksel açıdan genelleme yapmak doğru olmayacaktır. Bu sebeple araştırma sonucunda elde edilen bulgular ile genç sosyal girişimciler derinlemesine araştırılarak, konunun anlaşılmasına katkıda bulunulmak istenmiştir.

3.4.2. Nicel Araştırma Yöntemleri

Gözlem ve ölçümlerin tekrarlanabildiği ve objektif olarak değerlendirmelerin yapıldığı bir araştırma türüdür. Bu araştırma türünde, evreni temsil edecek örneklemden sayısal sonuçlar elde edilmektedir. Konu hakkında yoğun bir analiz yerine, daha çok sayısal veriler saptanmaktadır. Bireysel değerlendirmelerden arındırılan nicel araştırma sürecinde elde edilen veriler sayısal hale dönüştürülüp yorumlanır.

Araştırma kapsamında belirlenen örneklem hacminin 40 olması ve evreni temsil edecek büyüklükte olmaması sebebiyle parametrik olmayan yöntemlerle analizlere devam edilmiştir. Çalışmada kullanılan testlere ilişkin açıklama ve testlerin sonuçları bölüm 3.5.2' de detaylı şekilde belirtilmiştir.

3.5. Araştırmanın Bulguları

Sosyal girişimcilere ilişkin elde edilen bulgular, üç ana başlık altında sunulmuştur. Buna göre birinci alt başlıkta cinsiyet, eğitim durumu, yaşanılan yer vb. ilişkin demografik bilgilerin dağılımı, ikinci alt başlıkta sosyal girişim modelleri hakkında tanımlamaların dağılımı sunulmuştur. Üçüncü alt başlıkta ise sosyal girişimcilerin sahip olduğu bireysel ve sosyal özelliklere ait dağılımlar değerlendirilmiştir.

Bilimsel araştırmalarda elde edilen veriler genellikle düzensiz ve ham veri halinde bulunur. Araştırmanın amacını ortaya koymak ve hedef kitlenin yapısını belirleyebilmek için ham şekilde bulunan bu bilgilerin işlenmesi gerekir. Bu çalışma kapsamında demografik veriler ve girişim modellerine ait elde edilen ham veriler tanımlayıcı istatistik analizi ile işlenmiştir. Bu istatiksel yöntemde, elde edilen veriler sınıflandırılır, frekans dağılımları yapılır, bu dağılımların ortalamaları ve standart sapmaları gibi ölçütler tanımlanarak veriler işlenir. Daha sonra bulgular tablo ve grafiklerle gösterilerek yorumlanır.

3.5.1. Sosyal Girişimcilerin Demografik Bilgilerinden Elde Edilen Verilerin Analizi

Sosyal girişimcilerin demografik özellikleriyle ilgili yapılan tanımlayıcı istatistik analizlerinin sonuçları Tablo 3.2' de belirtilmektedir. Buna göre araştırmaya katılan SG'lerin %60'ının (24) erkeklerden %40'ının (16) ise kadınlardan oluştuğu görülmektedir. SG'lerin eğitim durumları incelendiğinde bir kişi hariç hepsinin üniversite mezunu olduğu görülmektedir. Lise mezunu olan SG'nin bilgilerini incelediğimizde ise henüz lise eğitimine devam ettiği öğrenilmiştir. Ankete katılan sosyal girişimcilerin 23'nün büyük şehirlerde 14'nün şehirlerde 2'sinin ilçede 1'nin kasabada yaşadığını görüyoruz. Değerlendirme sonucuna göre büyükşehirlerde imkânların fazla olması ve geliştirdikleri girişim modellerini daha çok kitleye duyurma şansının olması gibi nedenlerle sosyal girişimcilerin çoğu büyük şehirlerde yaşamayı tercih etmektedirler.

Tablo 3.2: Sosyal Girişimcilerin Demografik Özelliklerinin Dağılımı

	Frekans	Geçerlilik oranı (%)
Cinsiyet		
Kadın	16	40,0
Erkek	24	60,0
Toplam	40	100,00
Eğitim Durumu		
Lise	1	2,5
Yüksek Okul	3	7,5
Üniversite	28	70,0
Yüksek Lisans	7	17,5
Doktora	1	2,5
Toplam	40	100,00
Yaşanılan Yer		
Büyükşehir	23	57,5
Şehir	14	35
İlçe	2	5,0
Kasaba-Köy	1	2,5
Toplam	40	100,00
Rol Model		
Hayır	22	55,0
Evet	18	45,0
Toplam	40	100,00
Olumsuz Yaşam Deneyimi		
Hayır	21	52,5
Evet	19	47,5
Toplam	40	100,00

Yukarıdaki tablo da verilen özet demografik bilgilerde "sosyal girişimcilerin yapmakta oldukları işte ilham veren rol modelin varlığı" ve "sosyal girişimci olma kararlarını etkileyen olumsuz bir yaşam deneyimin varlığı" ile ilgili sorularda da tanımlayıcı istatistik analizi kullanılmıştır. Yapılan analiz sonuçlarına göre sosyal girişimcilerin %55' in (22) de yaptıkları işte ilham kaynağı olacak kişiler olmazken %45'in (18) de kendilerine örnek teşkil edecek kişilerden bahsederler. Sonuçlar değerlendirildiğinde evet ve hayır cevaplarının birbirine yakın olması sebebiyle olumlu cevap veren kişilerin cevaplarının da gösterilmesine ihtiyaç duyulmuştur. Aşağıdaki tablo 3.3' de sosyal girişimcilerin ilham aldıkları ve hayatlarında rol model olarak kabul edebilecekleri kişilerin listesi yer almaktadır.

Tablo 3.3: Sosyal Girişimcilere Rol Model Olan Kişiler

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

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

Tablo 3.4: Olumsuz Yaşam Deneyimi Türü

	Frekans	Geçerlilik Yüzdesi
Maddi (ör: Yoksulluk)	4	10,0
Manevi (ör:Sevilen birinin kaybı)	7	17,5
Her ikisi de	6	15,0
Total	17	42,5

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

3.5.2. Sosyal Girişimcilerin Geliştirmiş Oldukları Sosyal Girişim Modellerine Ait Verilerin Analizi

Bu bölümde sosyal girişimcileri geliştirmiş oldukları sosyal girişim modellerine ait elde edilen verilerle tanımlayıcı istatiksel analiz yapılmıştır. Sosyal girişimcilere ödül almış oldukları sosyal girişim modellerinin ana faaliyet alanları sorulmuştur. Verilen cevaplar aşağıdaki tabloda yer almaktadır.

Tablo 3.5: Sosyal Girişimcilerin Geliştirmiş Oldukları Sosyal Girişim Modellerinin Faaliyet Alanları

	Frekans	Geçerlilik Oranı
Ekonomik gelişme	7	17,5
Çevre	5	12,5
Sağlık	2	5,0
İnsan hakları	3	7,5
Eğitim	5	12,5
Diğer (Lütfen belirtiniz)	18	45,0
Total	40	100,0

Tabloda seçenekler arasında sosyal girişim modellerinin faaliyet alanının seçenekler arasında belirleyememiş olup "Diğer" seçeneğini %45'i (18) işaretlemiştir. Bu nedenle kendi ifadeleriyle girişim modellerinin faaliyet alanlarının yer aldığı ayrı bir tablo hazırlanmıştır. Sunulan seçenekler arasında girişim modellerinin faaliyet alanını belirleyememiş ve "Diğer" işaretleyerek kendi ifadeleriyle faaliyet alanını tanımlayan Sosyal Girişimcilerin cevapları aşağıdaki tabloda yer almaktadır.

Tablo 3.6: Kendi İfadeleriyle Tanımladıkları Faaliyet Alanı Cevapları

İnternet Tabanlı Sosyal Sorumluluk	Kırsal Kalkınma
Kültür Sanat	Kent ve Kültür
Teknoloji ve İletişim	Sanat
Alternatif Ekonomi	Kültürel İnovasyon
Kültür Sanat	Teknoloji
STKlar	Sivil Toplum Kapasite Geliştirme
Kadın Özgüveni ve istihdam	Evcil Hayvanlar
Tasarım	Yaş Ayrımcılığı

Sosyal Girişimcilere geliştirdikleri girişim modellerini nasıl tanımladıkları sorulduğunda; %40'ı (17) "sosyal misyona sahip kar amacı gütmeyen örgüt" % 42, 5'ı (16) "Sosyal misyona sahip kar amacı güden örgüt" %7, 5'i (3) "Ekonomik misyona sahip kar amacı gütmeyen örgüt" %7, 5'i (3) ise "Ekonomik misyona sahip kar amacı güden örgüt" olarak tanımlamıştır. Tüm bu sonuçlar değerlendirildiğinde sosyal girişimcilerin %50'si geliştirdikleri girişim modellerini kar amacı güden örgüt yapısı olarak değerlendirirken %47, 5'i ise girişim modellerini kar amacı gütmeyen örgüt yapısı olarak konumlandırmaktadırlar.

Tablo 3.7: Sosyal Girişimcilerin Girişim Modellerini Nasıl Tanımladığı

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

Sosyal girişimcilere ticari girişimcilerden farklı olarak para kazanmak veya bireysel başarı elde etmekten daha çok içinde bulundukları toplumun da fayda sağlayacağı girişimleri destekledikleri düşünülmektedir. Bu sebeple sosyal girişimcilere yarışmaya katılmalarının ve bu yarışmayı kazanmak ve sosyal girişim modeli oluşturmak için çalışmalarının ardındaki motivasyon sorulmuştur. Aşağıdaki tablo 3.8'de görüldüğü gibi sosyal girişimcilerin %87, 5'i (35) "Topluma katkı sağlamayı" çalışmaların ardındaki motivasyon olarak tanımlamıştır.

Tablo 3.8: Çalışmalarındaki Motivasyon Kaynağı

	Frekans	Geçerli Oran
Statü ve güç sahibi olmak	1	2,5
Gelişmek ve öğrenmek	2	5,0
Topluma katkı sağlamak	35	87,5
Diğer (Lütfen belirtiniz)	2	5,0
Total	40	100,0

Sosyal girişimcilere geliştirdikleri modeller de göstermiş oldukları çabaların sonuçları sorulduğunda vermiş oldukları yanıtlar aşağıdaki tablo 3.9'da görülmektedir. Tabloda girişimcilere birden fazla seçenek işaretleme imkânı sunulmuş olup, her bir kıstas için elde edilen sonuçlara göre cevaplar ve oranlar sunulmaktadır. Tablodan da görüldüğü gibi, sosyal girişimciler en fazla "Bir Model Geliştirmek", "Sosyal Hareket Oluşturmak" ve "Yapılan İşin Niteliğini Arttırmak" seçeneklerinde girişim modellerinin iyi sonuçlar elde ettiklerini vurgulamıştır.

Tablo 3.9: Sosyal Girişimcilerin Göstermiş Oldukları Çaba

	Frekans (N)	Geçerli Oarn
Yapılan işin niceliğini arttırmak	16	11,6%
Yapılan işin niteliğini arttırmak	22	15,9%
Hizmet eden toplulukları çeşitlendirmek	12	8,7%
Hizmetleri çeşitlendirmek	13	9,4%
Coğrafi olarak genişlemek	4	2,9%
Kamu politikasını etkilemek/ Politika değişimini sağlamak	10	7,2%
Sosyal hareket oluşturmak	26	18,8%
Bir model geliştirmek	30	21,7%
Diğerlerinin uygulanan fikri taklit etmesi	5	3,6%
Toplam	138	100,0%

Çalışmanın birinci bölümünde daha detaylı anlattığımız sosyal girişimci bileşenlerini, sosyal sorunlara çözüm bulmak için yenilikçi fikirlerle sosyal etkiyi arttırmak ve farklı kaynakları bir araya getirmek olarak belirtmiştik. Asıl amacın kar elde etmek olmadığını söylesek de kar girişim faaliyetlerinin sürdürülebilirliği açısından sosyal girişimcilerin önem vermeleri gereken konulardan biridir. SG'lere "Yenilikçilik", "Sosyal Etki", "Kar Elde Etme", "Farklı Kaynakları Kullanma" faktörlerine ne kadar önem verdikleri sorulduğunda, elde edilen sonuçlar Tablo 3.10'da yer almaktadır. Tablodaki sonuçlar değerlendirildiğinde SG'ler yapmış oldukları işte en çok yenilikçilik faktörüne önem verirken, en az kar elde etme faktörüne önem vermektedir. Kar elde etmeye önem verilmiyor olması, kar elde edecek faaliyetlerde bulunmadığı anlamına gelmemelidir. Sosyal girişimciler karı faaliyetlerinin sürdürülebilirliğini sağlamada araç olarak gördükleri için ticari girişimler kadar kara önem vermezler.

Tablo 3.10: Yapmış Oldukları İşte Belirli Faktörlere Verdikleri Önem

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

Katılımcılara girişim modellerinin asıl finansal kaynağı sorulmuştur. Tablo 3.11'de incelediğimiz birinci sırada kar, ikinci sırada ise Özel kuruluşlar ile ortaklıklar olarak görülmektedir. Sosyal girişimcilik faaliyetleri ile kar amacı gütmeyen örgütlerin faaliyetleri arasındaki en büyük farkın kar elde etme olgusu olduğunu vurgulamıştık. Sosyal girişimcilerin geliştirmiş oldukları örgütlerin finansal kaynağının kar olması geleneksel kar amacı gütmeyen örgüt anlayışından kurtulduklarını göstermektedir. Sosyal girişimcilerin asıl amaçları topluma katkı sağlamak olsa da kar faaliyetlerinin sürdürülebilirliği açısından oldukça önemlidir.

Tablo 3.11: Sosyal Girişim Modellerinin Finansal Kaynağı

	Frekans	Geçerli Oran
Kişisel / Aileye ait kaynaklar	2	5,0
Özel fon sağlayan kuruluşlar	1	2,5
Özel kuruluşlar ile ortaklıklar	8	20,0
Bağışlar	4	10,0
Kazanç (kar)	20	50,0
Devlet fonları	4	10,0
Diğer (Lütfen belirtiniz)	1	2,5
Total	40	100,0

Katılımcılara girişim modellerinin faaliyet alanı içindeki konumu sorusuna verdikleri cevaplar aşağıdaki tabloda belirtilmektedir. Tabloyu incelediğimizde faaliyet alanları içinde lider konumda olduklarını görüyoruz. Toplumsal fayda sağlayacak girişimler geliştirerek ticari girişimcilerden, bu girişimlerin devamlılığını ise kar olgusuyla sağlayarak sivil toplum örgütlerinden ayrılan sosyal girişimciler faaliyet alanlarında lider konumundadır.

Tablo 3.12: Sosyal Girişim Modellerinin Faaliyet Alanı İçindeki Konumu

	Frekans	Geçerli Oran
Başlangıç aşaması	5	12,5
Alanda lider	22	55,0
Halen devam ediyor ancak ciddi sorunlar yaşıyor	6	15,0
Faaliyet göstermiyor	7	17,5
Total	40	100,0

3.5.3. Sosyal Girişimcilerin Bireysel ve Sosyal Özelliklere Ait Verilerin Analizi

Bu bölümde anketimize katılan sosyal girişimcilerin bireysel ve sosyal özellikleri ile ilgili analizler yapılacaktır. Analizler sosyal girişimci özelliklerinin belirlenebilmesi amacıyla anketin üçüncü bölümünde yer alan sorular yardımıylayapılacaktır. Analiz sonucunda sosyal girişimci olarak ifade ettiğimiz bireyler hakkında bilgi sahibi olunmuş olacaktır. Bu amçla her özellik tek tek analiz edilmiştir.

Bu bölüm kapsamında yapılacak olan analizler şu şekilde olacaktır. İlk olarak frekans tabloları yardımıyla verilen cevaplar analiz edilmiştir. Bu aşamadan sonra her bir özellik için sayısal olarak sınıflandırılan bu tablolar yorumlanmıştır. Daha sonra araştırma sonucunda elde edilen veriler normal dağılmadığı için parametrik olmayan yöntemler ile analizlere devam edilmiştir. Bu sebeple Sosyal girişimcilerin sahip oldukları kişisel özelliklerin bazı demografik özellikler ile karşılaştırılmasında;

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

Kullanılmıştır. İstatiksel anlamlılık sınırı olarak $p<0.05$ kabul edilmiş, elde edilen bilgiler tablolar aracılığı ile açıklanmış ve yorumlanmıştır. Ayrıca araştırmanın bu bölümünde, örneklem sayısının yetersiz olması sebebiyle nitel verilerden elde edilen bulgular doğrultusunda nicel araştırma yöntemlerinden de yararlanılmıştır. Bu çalışma Türkiye'de az sayıda yapılan nicel nitelikli çalışmalardan biri olması nedeniyle çalışmada kullanılan ölçekler daha önce Burcu Kümbül Güler tarafından 2008 yılında yapılan çalışmadan alınmıştır. Bu kapsamda; sosyal girişimcilerin bireysel özelliklerini değerlendirmek

amacıyla özerklik, yenilikçilik, iyimserlik, sosyal sorumluluk, fırsatları görme, özgecilik, kontrol odağı, başarı ihtiyacı, belirsizlikten kaçınma empati, liderlik, manevi yatçılık özellikleriyle ilgili elde edilen bulgular analiz edilecektir.

Araştırma kapsamında geliştirilen hipotezler;

Temel hipotez: Sosyal girişimcilerin demografik özellikleri kişisel özelliklerini etkilemektedir. Araştırmanın alt hipotezleri ise şu şekildedir,

H1: Sosyal girişimcilik özellikleri açısında erkek ve bayan arasında bir farklılık yoktur.

H2: Sosyal girişimcilik özellikleri açısından eğitim durumu arasında bir farklılık yoktur.

H3: Hayatlarında rol model belirleme ve sosyal girişimcilik özellikleri arasında ilişki vardır.

H4: Olumsuz bir yaşam deneyimlerinin olmasıyla sosyal girişimcilik özellikleri arasında ilişki vardır.

H5: Daha önce gönüllü faaliyetlerde çalışmış olmalarıyla sosyal girişimcilik özellikleri arasında ilişki vardır.

H6: İşlerindeki memnuniyet düzeyleriyle sosyal girişimcilik özellikleri arasında ilişki vardır.

3.5.3.1. Özyeterlilik

Özyeterlilik, hedeflenen sosyal girişimi gerçekleştirebilmek için ortaya çıkabilecek sorunlar karşısında risk alarak faaliyeti üstlenme olarak ifade edilebilir. Sosyal girişimcilerin öz yeterlilik ölçeği ile ilgili sorulara vermiş oldukları cevaplar aşağıdaki tabloda yer almaktadır. Aşağıdaki tabloda yer alan soruları incelediğimizde *"Çoğunlukla iyi yapabildiğim hiçbir şey olmadığını düşünüyorum"* sorusu ters ifade olarak sorulmuştur.

Tablo 3.13: Öz yeterlilik

		Kesinlikle Katılmıyorum		Katılmıyorum		Kararsızım		Katılıyorum		Tamamen Katılıyorum	
		Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde
Özyeterlik	1. Yaşamın zorluklarının üstesinden gelebilecek güce sahibim	1	2,43%	1	2,43%	1	2,43%	13	31,70%	**15**	**60,97%**
	2. Yaşamda karşıma çıkabilecek tipik sorunlarla baş edebileceğimi hissediyorum.	0	0%	1	2,43%	1	2,43%	**21**	**51,21%**	18	43,90%
	5. Çoğunlukla iyi yapabildiğim hiçbir şey olmadığını düşünüyorum.	**19**	**46,34%**	16	39,02%	2	4,87%	2	4,87%	2	4,87%

"Yaşamın zorluklarının üstesinden gelebilecek güce sahibim" sorusuna %92, 62 oranında olumlu görüş bildiren sosyal girişimciler, %2, 43 oranında karasız kalmışlardır. Bunların dışında %4, 86 oranında ise olumsuz görüş bildirmişlerdir.

"Yaşamda karşıma çıkabilecek tipik sorunlarla baş edebileceğimi hissediyorum" sorusuna %95, 11 oranında oranında olumlu görüş bildiren sosyal girişimciler, %2, 43 oranında karasız kalmışlardır. Bunların dışında %2, 43 oranında ise olumsuz görüş bildirmişlerdir.

"Çoğunlukla iyi yapabildiğim hiçbir şey olmadığını düşünüyorum" sorusuna %85, 36 oranında oranında olumsuz görüş bildiren sosyal girişimciler, %4, 86 oranında karasız kalmışlardır. Bunların dışında %9, 47 oranında ise olumsuz görüş bildirmişlerdir.

Sosyal girişimcilerin öz yeterlilik sorularına vermiş oldukları cevapları incelediğimizde, %85- 95 oranında olumlu görüş bildirerek, karşılaraına çıkabilecek zorluklarla mücadele konusunda kararlılıklarını göstermişlerdir.

3.5.3.2. Yenilikçilik

Yenilikçilik, hem girişimcilik hem de sosyal girişimcilik açısından önem arz etmektedir. Sosyal girişimciler açısından yenilikçilik, toplumsal sorunlara farklı bakış açılarıyla yaklaşarak daha önce uygulanmamış fikirler geliştirme olarak ifade edilir. Sosyal girişimcilerin yenilikçilik ölçeği ile ilgili sorulara vermiş oldukları cevaplar aşağıdaki tabloda yer almaktadır. Aşağıdaki tabloda yer alan soruları incelediğimizde *"Çok yaratıcı bir insan değilim"* sorusu ters ifade olarak sorulmuştur.

Tablo 3.14: Yenilikçilik

		Kesinlikle Katılmıyorum		Katılmıyorum		Kararsızım		Katılıyorum		Tamamen Katılıyorum	
		Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde
Yenilikçilik	3. Genellikle insanları yeni fikirlerimle şaşırtırım.	0	0%	1	2,43%	1	2,43%	21	51,21%	18	43,90%
	7. İnsanlar genelde benden yaratıcı faaliyetler için yardım isterler.	0	0%	0	0%	2	4,87%	19	50%	17	44,73%
	12. Çok yaratıcı bir insan değilim.	21	51,21%	16	39,02%	1	2,43%	2	4,87%	1	2,43%
	9. Yaratıcı düşünceye ihtiyaç olan işlerde çalışmayı tercih ederim.	0	0%	0	0%	2	4,87%	8	20%	30	75%

"Genellikle insanları yeni fikirlerimle şaşırtırım" sorusuna %95, 11 oranında olumlu görüş bildiren sosyal girişimciler, %2, 43 oranında karasız kalmışlardır. Bunların dışında %2, 43 oranında ise olumsuz görüş bildirmişlerdir.

"İnsanlar genelde benden yaratıcı faaliyetler için yardım isterler" sorusuna %94, 73 oranında olumlu görüş bildiren sosyal girişimciler, %4, 87 oranında karasız kalmışlardır.

"Çok yaratıcı bir insan değilim" sorusuna %90, 23 oranında olumsuz görüş bildiren sosyal girişimciler, %2, 43 oranında karasız kalmışlardır. Bunların dışında %7, 30 oranında ise olumsuz görüş bildirmişlerdir.

"Yaratıcı düşünceye ihtiyaç olan işlerde çalışmayı tercih ederim" sorusuna %95 oranında olumlu görüş bildiren sosyal girişimciler, %4, 87 oranında karasız kalmışlardır.

Sosyal girişimcilerin Yenilikçilik sorularına vermiş oldukları cevapları incelediğimizde, %90- 95 oranında olumlu görüş bildirerek sosyal girişimcilerin yenilikçi özelliklere sahip olduklarını söyleyebilir. Bunlarla birlikte ankete katılan sosyal girişimcilerin geliştirmiş oldukları girişim modellerini incelediğimizde daha önce Türkiye'de uygulanamayan fikirlerle girişim modellerini geliştirdiklerini söyleyebiliriz. Hatta yenilikçilik temellinde incelediğimizde geliştirilen bazı sosyal girişim modellerinin küresel bazda fark yaratacak fikirler olduğu söylenebilir.

3.5.3.3. İyimserlik

Sosyal girişimcilik açısından iyimserlik fırsatları değerlendirebilme adına önem arz etmektedir. Sosyal girişimcilerin iyimserlik ölçeği ile ilgili sorulara vermiş oldukları cevaplar aşağıdaki tabloda yer almaktadır.

Tablo 3.15: İyimserlik

		Kesinlikle Katılmıyorum		Katılmıyorum		Kararsızım		Katılıyorum		Tamamen Katılıyorum	
		Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde
İyimserlik	4. Ne olacağının önceden kestirilemediği durumlarda hep en iyi sonucu beklerim.	2	5%	4	10%	11	27,5%	**17**	**42,5%**	6	15%
	21. Geleceğim konusunda hep iyimserimdir.	1	2,43%	2	4,87%	14	34,14%	**15**	**36,6%**	9	21,95%

"Ne olacağının önceden kestirilemediği durumlarda hep en iyi sonucu beklerim" sorusuna %57,50 oranında olumlu görüş bildiren sosyal girişimciler, %27, 11 oranında karasız kalmışlardır. Bunların dışında %5 oranında ise olumsuz görüş bildirmişlerdir.

"Geleceğim konusunda hep iyimserimdir" sorusuna %58, 53 oranında olumlu görüş bildiren sosyal girişimciler, %34, 14 oranında karasız kalmışlardır. Bunların dışında %2, 43 oranında ise olumsuz görüş bildirmişlerdir.

Sosyal girişimcilerin iyimserlik sorularına vermiş oldukları cevapları incelediğimizde, %55-60 oranında olumlu görüş bildirerek sosyal girişimcilerin iyimserlik özelliğine sahip olduklarını söyleyebilir. Bu oranı değerlendirildiğimizde sosyal girişimcilerin geleceğe güvenle baktıklarını söyleyebiliriz. Ancak %30-35 Aralığında verilen çekimser cevaplar riske girme konusunda cesur olmadıklarını göstermektedir. Çünkü sosyal girişimcilerin geliştirmiş oldukları girişim modelleri

bütün toplumu etkilemektedir. Almış oldukları riskin sonuçlarında toplumun etkileneceğini bilirler.

3.5.3.4. Sosyal Sorumluluk

Şirketlerin uyguladığı faaliyetleri kapsayan sosyal sorumluluğun buradaki amacı sosyal duyarlılığın olmasıyla ilgilidir. Sosyal girişimcilerin sosyal sorumluluk ölçeği ile ilgili sorulara vermiş oldukları cevaplar aşağıdaki tabloda yer almaktadır. Aşağıdaki tabloda yer alan soruları incelediğimizde "*Hayır işleri ve kamu yararı için hizmetler, vatandaşlar ya da özel kuruluşlar tarafından değil, devlet tarafından desteklenmeli*" sorusu ters ifade olarak sorulmuştur.

Tablo 3.16: Sosyal Sorumluluk

		Kesinlikle Katılmıyorum		Katılmıyorum		Kararsızım		Katılıyorum		Tamamen Katılıyorum	
		Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde
Sosyal Sorumluluk	6. Toplum tehlike sinyalleri veriyor çünkü insanlar artık giderek birbirleriyle daha az ilgileniyor.	3	7,31%	7	17,07%	6	14,63%	14	**34,14%**	11	26,42%
	14. Hayır işleri ve kamu yararı için hizmetler, vatandaşlar ya da özel kuruluşlar tarafından değil, devlet tarafından desteklenmeli.	4	10%	14	**35%**	8	20%	8	20%	6	15%
	8. Bir sonraki nesle dünyayı daha iyi bir yer olarak teslim etmemiz gerek.	0	0%	0	0%	2	5,12%	12	30,76%	25	**64%**
	15. Dünyanın sorumlu vatandaşlara ihtiyac	0	0%	0	0%	0	0%	8	20,51%	31	**79,48%**

"Toplum tehlike sinyalleri veriyor çünkü insanlar artık giderek birbirleriyle daha az ilgileniyor" sorusuna %60, 56 oranında olumlu görüş bildiren sosyal girişimciler, %14, 63 oranında karasız kalmışlardır. Bunların dışında %24, 38 oranında ise olumsuz görüş bildirmişlerdir. Günümüz toplumlarının en büyük sorunlarından biri de yalnızlaşmaktadır. Sosyal girişimcilerin bu soruya yüksek oranda olumlu cevap vererek sorunun varlığı ortaya koymuşlardır.

"Hayır işleri ve kamu yararı için hizmetler, vatandaşlar ya da özel kuruluşlar tarafından değil, devlet tarafından desteklenmeli" sorusuna %45 oranında olumsuz görüş bildiren sosyal girişimciler, %20 oranında karasız kalmışlardır. Bunların dışında %35 oranında ise olumsuz görüş bildirmişlerdir. Kavram olarak sosyal girişimcilik sosyal sorunların özel sektör eliyle çözümlenmesidir. Ancak vermiş oldukları cevapları detaylı olarak incelediğimizde, azımsanamayacak bir oranda sosyal sorunların çözümünü devletten beklemektedirler.

"Bir sonraki nesle dünyayı daha iyi bir yer olarak teslim etmemiz gerek" sorusuna %94, 86 oranında olumlu görüş bildiren sosyal girişimciler, %5, 12 oranında karasız kalmışlardır.

"Dünyanın sorumlu vatandaşlara ihtiyacı var" sorusuna %99, 99 oranında olumlu cevap vermişlerdir.

Sosyal girişimcilerin sosyal sorumluluk sorularına vermiş oldukları cevapları incelediğimizde, %90 oranında olumlu görüş bildirerek sosyal girişimcilerin sosyal sorumluluk özelliğine sahip olduklarını söyleyebilir. Cevap verilen bütün soruları incelediğimizde sosyal girişimcilerin bir sonraki nesli önemsediğini söyleyebiliriz. Verilen cevaplar gelecek nesil için sürdürülebilir ve yaşanabilir bir dünya bırakmak istediklerini göstermektedir.

3.5.3.5. Fırsatları Görme

Birçok kişi açısından fark edilen fakat önemsenmeyen faaliyetlere, farklı bakış açılarıyla bakarak fırsata dönüştürebilme kabiliyetidir. Sosyal girişimcilerin fırsatları görebilme ölçeği ile ilgili sorulara vermiş oldukları cevaplar aşağıdaki tabloda yer almaktadır.

Tablo 3.17: Fırsatları Görme

		Kesinlikle Katılmıyorum		Katılmıyorum		Kararsızım		Katılıyorum		Tamamen Katılıyorum	
		Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde
Fırsatları Görme	10. İyi bir fırsatı diğerlerine göre çok daha önceden görebilirim.	0	0%	2	5%	9	22,5%	19	47,5%	10	25%
	20. Fırsatları görebilmede çok iyiyimdir.	0	0%	2	5%	6	15%	21	52,5%	11	27,5%
	24. Sorunları fırsatlara dönüştürmede çok yetenekliyimdir.	0	0%	3	7,14%	10	23,8%	19	45,23%	10	23,8%

"İyi bir fırsatı diğerlerine göre çok daha önceden görebilirim" sorusuna %72, 50 oranında olumlu görüş bildiren sosyal girişimciler, %22, 5 oranında karasız kalmışlardır. Bunların dışında %5 oranında ise olumsuz görüş bildirmişlerdir.

"Fırsatları görebilmede çok iyiyimdir" sorusuna %80 oranında olumlu görüş bildiren sosyal girişimciler, %15 oranında karasız kalmışlardır. Bunların dışında %5 oranında ise olumsuz görüş bildirmişlerdir.

"Sorunları fırsatlara dönüştürmede çok yetenekliyimdir." sorusuna %69, 03 oranında olumlu görüş bildiren sosyal girişimciler, %23, 8 oranında karasız kalmışlardır. Bunların dışında %7, 14 oranında ise olumsuz görüş bildirmişlerdir.

Sosyal girişimcilerin fırsatları görebilme sorularına vermiş oldukları cevapları incelediğimizde, %70-80 oranında olumlu görüş bildirerek sosyal girişimcilerin fırsatları görebilme özelliğine sahip olduklarını söyleyebiliriz.

3.5.3.6. Özgecilik

İçinde bulunduğu topluma katkı sağlama ve toplum için fedakârlıkta bulunabilme olarak ifade edilir. Sosyal girişimcilerin özgecilik ölçeği ile ilgili sorulara vermiş oldukları cevaplar aşağıdaki tabloda yer almaktadır.

Tablo 3.18: Özgecilik

		Kesinlikle Katılmıyorum		Katılmıyorum		Kararsızım		Katılıyorum		Tamamen Katılıyorum	
		Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde
Özgecilik	11. İnsanlar kendilerinden daha az şanslı Olan insanlara yardım etmede istekli olmalıdırlar.	0	0%	0	0%	4	10%	20	50%	16	40%
	30. Yardıma muhtaç olan kişiler, başkalarına bel bağlamayıp kendilerine bakmayı öğrenmelidirler.	0	0%	8	20%	12	30%	13	35,5%	7	17,5%
	37. Kişisel olarak, zor durumda olan insanlara yardım etmek benim için oldukça önemlidir.	0	0%	2	5%	4	10%	21	52,5%	13	35,5%
	31. Günümüzde insanlar, diğerleri için endişelenmek yerine kendi kendilerini idare etme ihtiyacı içindedirler.	0	0%	6	15%	6	15%	21	52,5%	7	17,5%

"İnsanlar kendilerinden daha az şanslı olan insanlara yardım etmede istekli olmalıdırlar" sorusuna %90 oranında olumlu görüş bildiren sosyal girişimciler, %10 oranında karasız kalmışlardır.

"Yardıma muhtaç olan kişiler, başkalarına bel bağlamayıp kendilerine bakmayı öğrenmelidirler" sorusuna %53 oranında olumlu görüş bildiren sosyal girişimciler, %30 oranında karasız kalmışlardır. Bunların dışında %20 oranında ise olumsuz görüş bildirmişlerdir.

"Kişisel olarak, zor durumda olan insanlara yardım etmek benim için oldukça önemlidir" sorusuna %88 oranında olumlu görüş bildiren sosyal girişimciler, %10 oranında karasız kalmışlardır. Bunların dışında %5 oranında ise olumsuz görüş bildirmişlerdir.

"Günümüzde insanlar, diğerleri için endişelenmek yerine kendi kendilerini idare etme ihtiyacı içindedirler" sorusuna %70 oranında olumlu görüş bildiren sosyal girişimciler, %10 oranında karasız kalmışlardır. Bunların dışında %5 oranında ise olumsuz görüş bildirmişlerdir.

Sosyal girişimcilerin özgecilik sorularına vermiş oldukları cevapları incelediğimizde, içinde bulundukları topluma katkı sağlamayabilmek için gerekli fedakârlıkta bulunabilen kişiler olduklarını görmekteyiz.

3.5.3.7. Başarı İhityacı

Sosyal girişimci faaliyette bulunmadan önce bu faaliyetin toplumsal katkısına bakar. Toplumsal katkısı başarı yönünden yüksekse bu faaliyeti gerçekleştirmek ister. Sosyal girişimcilerin başarı ihtiyacı ölçeği ile ilgili sorulara vermiş oldukları cevaplar aşağıdaki tabloda yer almaktadır. Aşağıdaki tabloda yer alan soruları incelediğimizde "*Zor bir durumu idare etmenin sorumluluğunu almaktan hoşlanmam"* sorusu ters ifade olarak sorulmuştur.

Tablo 3.19: Başarı İhtiyacı

		Kesinlikle Katılmıyorum		Katılmıyorum		Kararsızım		Katılıyorum		Tamamen Katılıyorum	
		Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde
Başarı İhtiyacı	17. İşimin mücadeleci görevler ile dolu olmasını tercih ederim.	0	0%	3	7,89%	5	13,15%	17	44,73%	13	34,21%
	23. Çok çaba isteyen önemli bir işi tamamlamayı özellikle tatmin edici bulurum.	0	0%	0	0%	6	15%	22	55%	12	30%
	29. Hırslıyımdır.	0	0%	5	12,5%	7	17,5%	17	44,5%	11	27,5%
	35. Kendi güçlü ve zayıf yönlerimi keşfedebileceğim fırsatlar beni mutlu eder.	0	0%	2	5%	1	2,5%	22	55%	15	37,5%
	36. Zor bir durumu idare etmenin sorumluluğunu almaktan hoşlanmam.	7	17,5%	27	67,5%	1	2,5%	5	12,5%	0	0%
	32. Basit bir problemi çözmek, bana zor bir problemi çözmek kadar tatmin edici gelmez.	0	0%	14	35%	9	22,5%	12	30%	5	12,5%

"İşimin mücadeleci görevler ile dolu olmasını tercih ederim" sorusuna %53 oranında olumlu görüş bildiren sosyal girişimciler, %30 oranında karasız kalmışlardır. Bunların dışında %20 oranında ise olumsuz görüş bildirmişlerdir.

"Çok çaba isteyen önemli bir işi tamamlamayı özellikle tatmin edici bulurum" sorusuna %85 oranında olumlu görüş bildiren sosyal girişimciler, %15 oranında karasız kalmışlardır.

"Hırslıyımdır" sorusuna %72 oranında olumlu görüş bildiren sosyal girişimciler, %17,5 oranında karasız kalmışlardır. Bunların dışında %12,5 oranında ise olumsuz görüş bildirmişlerdir.

"Kendi güçlü ve zayıf yönlerimi keşfedebileceğim fırsatlar beni mutlu eder" sorusuna %92,5 oranında olumlu görüş bildiren sosyal girişimciler, %2,5 oranında karasız kalmışlardır. Bunların dışında %5 oranında ise olumsuz görüş bildirmişlerdir.

"Zor bir durumu idare etmenin sorumluluğunu almaktan hoşlanmam" sorusuna %85 oranında olumsuz görüş bildiren sosyal girişimciler, %2,5 oranında karasız kalmışlardır. Bunların dışında %12 oranında ise olumsuz görüş bildirmişlerdir.

"Basit bir problemi çözmek, bana zor bir problemi çözmek kadar tatmin edici gelmez" sorusuna %42,5 oranında olumlu görüş bildiren sosyal girişimciler, %22,5 oranında karasız kalmışlardır. Bunların dışında %35 oranında ise olumsuz görüş bildirmişlerdir.

Sosyal girişimcilerin Başarı İhtiyacı sorularına vermiş oldukları cevapları incelediğimizde sosyal girişimcilerin karakteristik yapılarında başarı ihtiyacı olduğu görülmektedir. Ancak burada vurguladığımız başarı maddi beklentiden çok topluma katkıda bulunma düzeyi olduğunu belirtmemiz gerekir.

3.5.3.8. Belirsizlikten Kaçınma

Sosyal girişimcilerin davranışlarını etkiyen önemli faktörlerden biri de belirsizlikten kaçınma davranışıdır. Sosyal girişimcilerin belirsizlikten kaçınma ölçeği ile ilgili sorulara vermiş oldukları cevaplar aşağıdaki tabloda yer almaktadır.

Tablo 3.20: Belirsizlikten Kaçınma

		Kesinlikle Katılmıyorum		Katılmıyorum		Kararsızım		Katılıyorum		Tamamen Katılıyorum	
		Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde
Belirsizlikten Kaçınma	18. Projenin başarılı olacağından kendimi emin hissetmedikçe grup projelerine başlamak istemem.	0	0%	11	28,5%	10	25,64%	10	25,64%	8	20,51%
	25. Çözümü olduğunu düşünmezsem, sorun benim için çekici değildir.	1	2,56%	9	23,07%	14	35,89%	10	25,64%	5	12,82%
	27. Çözüme dair belirli ve kesin bir cevap mümkün değilse, o sorun üzerinde çalışmak istemem.	6	15%	19	47,50%	11	27,50%	3	7,50%	1	2,50%

"Projenin başarılı olacağından kendimi emin hissetmedikçe grup projelerine başlamak istemem" sorusuna %46,15 oranında olumlu görüş bildiren sosyal girişimciler, %25,64 oranında karasız kalmışlardır. Bunların dışında %28,5 oranında ise olumsuz görüş bildirmişlerdir.

"Çözümü olduğunu düşünmezsem, sorun benim için çekici değildir" sorusuna %38,46 oranında olumlu görüş bildiren sosyal girişimciler, %35,89 oranında karasız kalmışlardır. Bunların dışında %25,63 oranında ise olumsuz görüş bildirmişlerdir.

"Çözüme dair belirli ve kesin bir cevap mümkün değilse, o sorun üzerinde çalışmak istemem" sorusuna %62,5 oranında olumsuz görüş bildiren sosyal girişimciler, %27,50 oranında karasız kalmışlardır. Bunların dışında %10 oranında ise olumlu görüş bildirmişlerdir.

Sosyal girişimcilerin Belirsizlikten Kaçınma sorularına vermiş oldukları cevapları incelediğimizde, genel itibari ile belirsiz durumlardan kaçınma halinde olduklarını söyleyebiliriz. Sosyal girişimcilerin özel sektör girişimcilerinden ayrıştığı noktalardan biri belirsizlikten kaçınma eğilimleridir. Belirsizlikten kaçınma eğilimindeki artış sosyal girişimcilik davranışını arttırmaktadır. Risk alma konusunda daha temkinli davranmalarının sebebi, almış oldukları riskin bireysel değil toplumsal olmalarından kaynaklanmaktadır. Ancak vermiş oldukları cevaplar irdelendiğinde olumsuz cevap ve kararsız cevap oranları oldukça yüksektir. Bunun sebebini ise sosyal girişimcilerin aynı zamanda girişimci özellikleri taşıdıklarını söyleyebiliriz. Sonuç olarak sosyal girişimciler tamamen belirsiz bir ortamdan faaliyetlerini sürdürmezler ancak az da olsa ileride neler olabileceği öngörebildikleri durumlarda belirli bir oranda risk alarak faaliyetlerine devam ederler.

3.5.3.9. Empati

Sorunu algılayabilmenin en önemli şartı karşındakinin yerine kendini koyabilmekten geçer. Sosyal girişimcilerin empati ölçeği ile ilgili sorulara vermiş oldukları cevaplar aşağıdaki tabloda yer almaktadır. Aşağıdaki tabloda yer alan soruları incelediğimizde *"Diğer insanların şanssızlıkları beni fazla rahatsız etmez"* sorusu ters ifade olarak sorulmuştur.

Tablo 3.21: Empati

		Kesinlikle Katılmıyorum		Katılmıyoru		Kararsızım		Katılıyorum		Tamamen Katılıyorum	
		Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde
Empati	22. Benden daha az şanslı olan insanlara karşı şefkatli ve kaygılı duygular beslerim.	1	2,56%	3	7,69%	5	12,82%	22	56,41%	8	20,51%
	26. Birisinin istismar edildiğini gördüğüm zaman, o kişiyi savunma ihtiyacı hissederim.	0	0%	0	0%	2	4,76%	21	50%	19	45,23%
	28. Diğer insanların şanssızlıkları beni fazla rahatsız etmez.	10	25%	18	45%	6	15%	5	12,50%	1	2,50%

"Benden daha az şanslı olan insanlara karşı şefkatli ve kaygılı duygular beslerim" sorusuna %76,92 oranında olumlu görüş bildiren sosyal girişimciler, %12,82 oranında karasız kalmışlardır. Bunların dışında %10,25 oranında ise olumsuz görüş bildirmişlerdir.

"Birisinin istismar edildiğini gördüğüm zaman, o kişiyi savunma ihtiyacı hissederim" sorusuna %95,23 oranında olumlu görüş bildiren sosyal girişimciler, %4,76 oranında karasız kalmışlardır.

"Diğer insanların şanssızlıkları beni fazla rahatsız etmez" sorusuna %70 oranında olumsuz görüş bildiren sosyal girişimciler, %15 oranında karasız kalmışlardır. Bunların dışında %15 oranında ise olumsuz görüş bildirmişlerdir.

Sosyal girişimcilerin empati ile ilgili sorulara vermiş oldukları cevapları incelediğimizde, çevrelerinde ihtiyaç sahibi olan kişilerin durumlarının yerine kendilerini koyabildiklerini göstermektedirler. Bu özelliklerinden dolayı sosyal sorunları gidermek amacıyla girişim modelleri geliştirmektedirler.

3.5.3.10. Liderlik

Sosyal girişimciler açısından liderlik, farklı grupları veya paydaşları ortak bir amaç etrafında toplayabilme yetkinliğidir. Sosyal girişimcilerin liderlik ölçeği ile ilgili sorulara vermiş oldukları cevaplar aşağıdaki tabloda yer almaktadır.

Tablo 3.22: Liderlik

		Kesinlikle Katılmıyorum		Katılmıyorum		Kararsızım		Katılmıyorum		Tamamen Katılıyorum	
		Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde
Liderlik	33. Grubumda yer alan diğer insanların bana olan bağlılıkları tamdır.	0	0%	1	2,56%	9	23,07%	22	56,41%	7	17,94%
	34. Grubumdaki kişiler benimle ortak çalışmaktan gurur duyarlar.	0	0%	0	0%	5	12,5%	24	60%	11	27,5%

"Grubumda yer alan diğer insanların bana olan bağlılıkları tamdır" sorusuna %74, 35 oranında olumlu görüş bildiren sosyal girişimciler, %23, 07 oranında karasız kalmışlardır. Bunların dışında %2, 56 oranında ise olumsuz görüş bildirmişlerdir.

"Grubumdaki kişiler benimle ortak çalışmaktan gurur duyarlar" sorusuna %87, 5 oranında olumlu görüş bildiren sosyal girişimciler, %12, 5 oranında karasız kalmışlardır.

Sosyal girişimcilerin liderlik sorularına vermiş oldukları cevapları incelediğimizde, %75-85 oranında olumlu görüş bildirerek sosyal girişimcilerin liderlik görebilme özelliğine sahip olduklarını söyleyebiliriz. Araştırmaya katılan sosyal girişimcilerin hepsi kendi örgütlerini kurarak lider pozisyonunda olup, belirlemiş oldukları hedefler doğrultusunda diğer insanların kendilerini takip etmelerini sağlarlar. Bu bireyler faaliyetlerini bağımsız olarak gerçekleştirmek yerine, bir takım ruhu içende çalışmayı tercih ederler.

3.5.3.11. Sosyal Sermaye

Sosyal girişimcilikte hedeflere ulaşabilme adına sosyal sermayenin etkisi büyüktür. Sosyal sermaye, bireylerin çevresi ile kurmuş olduğu ilişkilerin sonuçlarından biridir. Özellikle sosyal girişimcilerin yeni kurdukları girişimlerde geniş bir sosyal ağa, sosyal alt yapı ve iletişim ağına sahip olmanın öneminin büyüktür. Sosyal girişimcilerin sosyal sermaye ölçeği ile ilgili sorulara vermiş oldukları cevaplar aşağıdaki tabloda yer almaktadır.

Tablo 3.23: Sosyal Sermaye

		Hayır		Hayır, Fazla Değil		Evet Çoğunlukla		Evet Kesinlikle	
		Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde
Sosyal Sermeye	41. Gönüllü olarak yerel bir gruba yardım eder misiniz?	0	0%	10	25%	17	42,5%	13	32,5%
	42. İhtiyacınız olduğunda arkadaşlarınızdan yardım alır mısınız?	0	0%	2	5%	20	50%	18	45%
	43. Yaşamınızla ilgili bir karar almada bilgiye ihtiyacınız olduğunda, bu bilgiyi nereden bulacağınızı biliyor musunuz?	0	0%	2	5%	26	65%	12	30%
	44. Yerel bir organizasyon yada grupta aktif üyeliğiniz var mı?	5	12,82%	7	17,94%	14	35,89%	13	33,33%
	45. Ev dışından başka kişilerle hafta sonları öğlen ya da akşam yemeğinde birlikte olur musunuz?	0	0%	4	10%	20	50%	16	40%
	46. Toplum tarafından değer verildiğinizi hisseder misiniz?	0	0%	3	7,5%	23	57,5%	14	35%
	47.Çoğu insana güvenilebileceğine inanır mısınız?	2	4,87%	14	34,14%	16	39,02%	9	21,95%
	48. Geçen hafta bir komşunuzu ziyaretettiniz mi?	15	37,50%	10	25%	6	15%	9	22,50%

"Gönüllü olarak yerel bir gruba yardım eder misiniz?" sorusuna %75 oranında olumlu görüş bildiren sosyal girişimciler, %25 oranında olumsuz görüş bildirmişlerdir.

"İhtiyacınız olduğunda arkadaşlarınızdan yardım alır mısınız?" sorusuna %95 oranında olumlu görüş bildiren sosyal girişimciler, %5 oranında olumsuz görüş bildirmişlerdir.

"Yaşamınızla ilgili bir karar almada bilgiye ihtiyacınız olduğunda, bu bilgiyi nereden bulacağınızı biliyor musunuz?" sorusuna %95 oranında olumlu görüş bildiren sosyal girişimciler, %5 oranında olumsuz görüş bildirmişlerdir.

"Yerel bir organizasyon ya da grupta aktif üyeliğiniz var mı?" sorusuna %69, 22 oranında olumlu görüş bildiren sosyal girişimciler, %30, 76 oranında olumsuz görüş bildirmişlerdir.

"Ev dışından başka kişilerle hafta sonları öğlen ya da akşam yemeğinde birlikte olur musunuz?" sorusuna %90 oranında olumlu görüş bildiren sosyal girişimciler, %10 oranında olumsuz görüş bildirmişlerdir.

"Toplum tarafından değer verildiğinizi hisseder misiniz?" sorusuna %92, 5 oranında olumlu görüş bildiren sosyal girişimciler, %7, 5 oranında olumsuz görüş bildirmişlerdir.

"Çoğu insana güvenilebileceğine inanır mısınız?" sorusuna %60, 97 oranında olumlu görüş bildiren sosyal girişimciler, %39, 01 oranında olumsuz görüş bildirmişlerdir.

"Geçen hafta bir komşunuzu ziyaret ettiniz mi?" sorusuna %37, 50 oranında olumlu görüş bildiren sosyal girişimciler, %62, 50 oranında olumsuz görüş bildirmişlerdir.

Sosyal girişimcilerin sosyal sermaye sorularına vermiş oldukları cevapları incelediğimizde, sosyal sermayenin oluştuğu yerel organizasyonlarda görev alanların oranının %70 olduğunu görmekteyiz. Sosyal girişimcilerin bu ölçek altında vermiş oldukları cevaplar herhangi bir gruba üyelik, gönüllülük gibi eylemler sosyal sermaye oluşturma konusunda bilinçli olduğunu göstermektedir.

3.5.3.12. Kontrol Odağı

Kontrol odağı, bireylerin etrafında gelişen olayları ne kadar etkilediği hakkındaki düşüncesidir. Sosyal girişimcilerin kontrol odağı ölçeği ile ilgili sorulara vermiş oldukları cevaplar aşağıdaki tabloda yer almaktadır. Aşağıdaki tabloda yer alan soruları incelediğimizde *"Yaşamım çoğunlukla kazara olaylar ile yönlenmekte"* sorusu ters ifade olarak sorulmuştur.

Tablo 2.24: Kontrol Odağı

		Kesinlikle Katılmıyoru		Katılmıyorum		Kararsızım		Katılıyorum		Tamamen Katılıyorum	
Kontrol Odağı		Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde
	13. Hayatımın kontrolü benim elimde.	0	0%	5	12,5%	7	17,5%	17	42,5%	11	27,5%
	16. Yaşamım çoğunlukla kazara olaylar ile yönlenmekte.	11	26,19%	18	42,85%	9	21,42%	3	7,14%	1	2,38%

"Hayatımın kontrolü benim elimde" sorusuna %70 oranında olumlu görüş bildiren sosyal girişimciler, %17, 5 oranında karasız kalmışlardır. Bunların dışında %12, 5 oranında ise olumsuz görüş bildirmişlerdir.

"Yaşamım çoğunlukla kazara olaylar ile yönlenmekte" sorusuna %70 oranında olumlu görüş bildiren sosyal girişimciler, %17, 5 oranında karasız kalmışlardır. Bunların dışında %12, 5 oranında ise olumsuz görüş bildirmişlerdir.

Sosyal Girişimciler hayatlarında gelişen olayların kontrolünün kendi ellerinde olduğunu düşünmektedir. Bu da sosyal girişimcilerin özgüvenlerinin yüksek olduğunu göstermektedir.

Sosyal girişimcilerin her bir ölçek altında belirlenmiş olan özellikleri yukarıdaki tablolar doğrultusunda kapsamlı bir şekilde incelenmiştir. Aşağıda ise sosyal girişimcilerin sahip oldukları bireysel ve sosyal özelliklerin ortalamalarının verildiği genel bir değerlendirme tablosu yer almaktadır.

Tablo 3.25: Sosyal Girişimcilerin Bireysel Özellikleri

	Gözlem Sayısı	Ort.	S.S
Sosyal Sorumluluk	40	4,7949	0,4090
Öz yeterlilik	40	4,4861	0,4998
Yenilikçilik	40	4,4803	0,4441
Kontrol Odağı	40	4,2973	0,6610
Liderlik	40	4,0395	0,6301
Fırsatları Görebilme	40	3,9500	0,7531
Başarı İhtiyacı	40	3,9352	0,4867
Empati Sahibi Olma	40	3,8289	0,7907
İyimserlik	40	3,6852	0,7598
Özgecilik	40	3,4750	1,0124
Sosyal Sermaye	40	3,1772	0,4103
Belirsizlikten Kaçınma	40	2,2821	0,8255

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

Sosyal girişimcilerin sahip oldukları özelliklerin yukarıda açıklamalarını yaptığımız bazı demografik özelliklerle karşılaştırılması amacıyla Mann-Whitney U testi uygulanmış ve sadece aralarında anlamlı ilişkiler bulunan bağımlı ve bağımsız değişkenler Tablo 3.26' de belirtilmiştir.

Tablo 3.26: SG'lerin Sahip Oldukları Özelliklerin İlham Veren Rol Model ve Olumsuz Yaşam Deneyimi ve Daha Önce Gönüllü Faaliyetlerde Çalışma ile Karşılaştırılmasına İlişkin Mann-Whitney U testi

	İlham Veren Rol Model	**Gözlem Sayısı**	**Ort.**	**S.S**	**Mann-Whitney -U test (P)**
İyimserlik	Evet Hayır	40	3,6852	0,7598	0,028
Belirsizlikten Kaçınma	Evet Hayır	40	2,2821	0,8255	0,039
	Olumsuz Yaşam Deneyimi				
Sosyal Sermaye	Evet Hayır	40	3,1772	0,4103	0,04
	Daha Önce Gönüllü Faaliyetlerde Çalışma				
Özgecilik	Evet Hayır	40	3,4750	1,0124	0,04
Sosyal Sermaye	Evet Hayır	40	3,1772	0,4103	0,00

Bu test sonucunda, (a) Sosyal girişimcilerin yaptıkları işte onlara ilham veren bir rol model olmasıyla "İyimserlik" ve "Belirsizlikten Kaçınma" özellikleri arasında istatiksel olarak anlamlı bir ilişki bulunmuştur (p=.028). (b) Sosyal Girişimci olma karalarını etkileyen olumsuz bir yaşam deneyimi ile sosyal sermayeye sahip olmaları arasında istatiksel olarak anlamlı bir ilişki bulunmuştur (p=.004).(c) SG'lerin daha önce gönüllü faaliyetlerde bulunmuş olmaları ile "Özgecilik"(p=.04) ve "Sosyal Sermaye"(p=.00) arasında istatiksel olarak anlamlı bir ilişki bulunmuştur.

Tablo 3.25' de belirtilen Sosyal girişimcilerin sahip oldukları özellikler ile cinsiyet bilgileriyle karşılaştırması Mann-Whitney U testi yapılarak uygulanmıştır. Tablo 3.27'de belirtilen Test sonucu değerleri incelediğimizde sosyal girişimcilerin sahip oldukları özelliklerin cinsiyete göre farklılık göstermediği sonucu çıkarılmalıdır.

Tablo 3.27: SG'lerin sahip oldukları özellikler ile Cinsiyet Karşılaştırmasına ilişkin Mann-Whitney U Testi

	Cinsiyet	Gözlem Sayısı	Ort.	S.S	Mann-Whitney-U test (p)
Sosyal Sorumluluk	K/E	40	4,7949	0,4090	0,618
Özerklik	K/E	40	4,4861	0,4998	0,924
Yenilikçilik	K/E	40	4,4803	0,4441	0,073
Maneviyatçılık	K/E	40	4,4167	0,6152	0,321
Kontrol Odağı	K/E	40	4,2973	0,6610	0,387
Liderlik	K/E	40	4,0395	0,6301	0,622
Fırsatları Görebilme	K/E	40	3,9500	0,7531	0,255
Başarı İhtiyacı	K/E	40	3,9352	0,4867	0,451
Empati Sahibi Olma	K/E	40	3,8289	0,7907	0,478
İyimserlik	K/E	40	3,6852	0,7598	0,451
Özgecilik	K/E	40	3,4750	1,0124	0,165
Sosyal Sermaye	K/E	40	3,1772	0,4103	0,467
Belirsizlikten Kaçınma	K/E	40	2,2821	0,8255	0,484

Sosyal girişimcilerin bireysel ve sosyal özellikleri yapmış oldukları işteki memnuniyet düzeylerini karşılaştırmak amacıyla Kruskal-Wallis H Testi yapılmıştır. Sadece aralarında anlamlı ilişki bulunan ifadeler Tablo 3.28'de yer almaktadır.

Tablo 3.28: SG'lerin Sahip Oldukları Özellikler ile İşlerindeki Memnuniyet Düzeylerinin Karşılaştırılmasına İlişkin Kruskal-Wallis H Testi

Bireysel Özellikler						Kruskal-Wallis H Testi	
SG'lerin yapmış oldukları işten memnuniyetleri							
	Memnun Değil	Kararsız	Memnu	Çok Memnun	X2	S.d.	Asymp. Sig.
Kontrol Odağı	1,50	13,50	13,50	24,81	4,2973	,66101	,006
Liderlik	5,00	9,83	15,94	24,79	4,0395	,63012	,033
Özgecilik	4,50	22,83	15,97	25,03	3,4750	1,01242	,046
Sosyal Sermaye	1,50	5,83	16,88	22,79	3,1772	,41031	,048

Tabloya göre (a) sosyal girişimcilerin kontrol odağı özelliği ile işlerindeki memnuniyet düzeyi arasında anlamlı bir ilişki bulunmuştur (p=.006). (b) Sosyal girişimcilerin Liderlik özelliği ile işlerindeki memnuniyet düzeyi arasında anlamlı bir ilişki bulunmuştur (p=.033). (c) Sosyal girişimcilerin özgecilik özelliği ile işlerindeki memnuniyet düzeyi arasında anlamlı bir ilişki bulunmuştur (p=.046). (d) Sosyal

girişimcilerin sosyal sermaye özelliği ile işlerindeki memnuniyet düzeyi arasında anlamlı bir ilişki bulunmuştur (p=.048).

4.SONUÇ

Araştırmanın bu bölümünde çalışmada elde edilen sonuçlar değerlendirilmiş, ayrıca sonuçların daha sonra yapılacak çalışmalara katkısı tartışılmıştır.

Çalışmanın birinci bölümünde girişimcilik, girişimcilerin özellikleri, sosyal girişimcilik kavramı ve bileşenleri, sosyal girişim modelleri, sosyal girişimcilerin içinde bulunduğu sektör ve sosyal girişimcilerin bireysel özellikleri irdelenerek araştırma konusunun tutarlı bir şekilde incelenebilmesi için literatür taraması yapılmıştır. Araştırmanın son bölümünde Bilgi Üniversitesinin düzenlemiş olduğu Genç Sosyal Girişimcilik ödülünü alan girişimcilere ulaşılmaya çalışılılmıştır. Bu bölümde sosyal girişimcilerin profilleri detaylı bir şekilde açıklanması amaçlanmıştır.

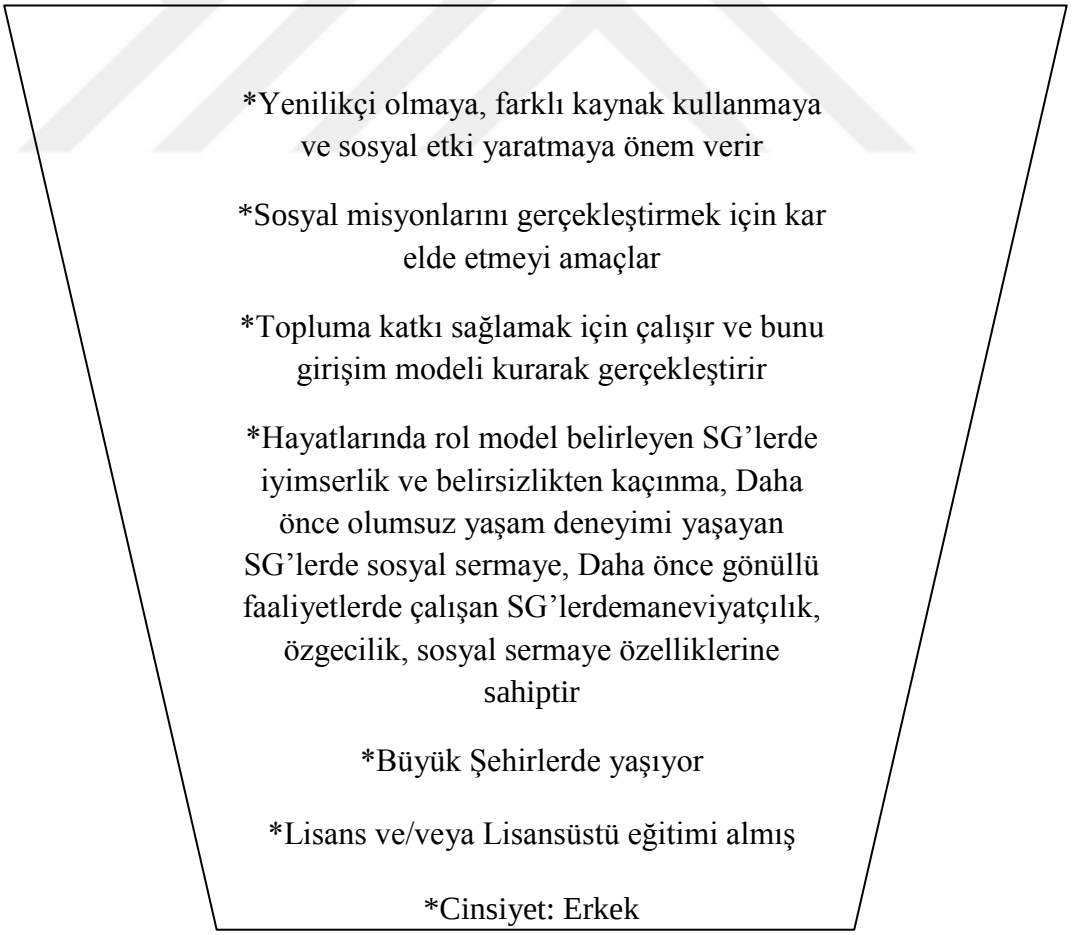
Literatürde yeni ortaya çıkmış bir kavram gibi görünse de aslında örnekleri yüzyıllar öncesinde bile var olan sosyal girişimcilik, toplumsal sosyal fayda anlayışı ile hareket eden bir kavramdır. Ticari girişimci gibi hareket eden ancak kar amacı gütmeyen örgütlerin misyon anlayışı ile uyum gösteren sosyal girişimcilik kavramsal bir karmaşıklığı doğurmaktadır. Ancak zamanla sosyal girişimcilik örneklerinin artması ve faaliyet alanının çeşitlenmesi nedeniyle kavramın sınırları net bir hale gelmiştir.

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

Türkiye'de ödül almış genç sosyal girişimcilerin profillerini detaylı bir şekilde açıklamayı amaçlayan bu çalışma neticesinde elde dilen sonuçlara göre Şekil, 4' de gösterildiği üzere genel bir profil oluşturulmuştur. Buna göre ödül alan finalistlerin büyük çoğunluğunun erkeklerden oluşmakta olsa da kadın ve erkek oranının birbirine çok yakın olduğunu görülmektedir. Asıl amacı sosyal sorunlara çözüm aramak olan sosyal girişimcilerin özellikleri incelendiğinde cinsiyete göre bir farklılık görülmediği saptanmıştır.

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

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



Şekil 4: Sosyal Girişimci Profili

Araştırmaya katılan sosyal girişimcilerin cevapladıkları soruları Tablo 3.25 belirttiğimiz belirli ölçekler arasında toplamıştık. Yapılan araştırma sonucunda sosyal girişimcilerin belirgin olan özellikleri (a) sosyal sorumluluk, (b) özerklik, (c) yenilikçilik, (d) maneviyatçılık ve (e) kontrol odağı olduğu görülmektedir. Dolayısı ile sosyal girişimcilerin toplumsal sorunlar karışında kendini sorumlu hisseden bireyler olduğu söylenebilir. Ayrıca sosyal girişimciler kendileri dışındaki bir güçle mücadele edebilmeleri için özgür ve bağımsız karar vererek kendi seçimlerini yapan bireyler olduğu söylenebilir. Ayrıca belirsizlikten kaçınma özelliğinin ortalama değerinin en düşük olan özelliktir. Bura dikkat çekici bir nokta ise hayatlarında rol model olan sosyal girişimciler ile belirsizlikten kaçınma özelliği arasında anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Bu durumu şu şekilde ifade edebiliriz, örnek almış oldukları kişilerin yaşam tecrübesini dikkate alan sosyal girişimciler risk alma konusunda daha temkinli davranmaktadır.

Sosyal girişimcilerin yaptıkları işte ilham kaynağı olan kişiler tablo 3.26' da belirtilmişti. Konuyu biraz daha açmak gerekirse, sosyal girişimciler hayatlarında ya büyük başarılar elde etmiş ve topluma önemli katıları olan kişileri rol model olarak kabul etmiş ya da yakın çevresinde onlara her zaman destek olan kişileri rol model olarak kabul etmiştir. Çalışma kapsamında Sosyal Girişimcilerin yaptıkları işte onlara ilham veren bir rol model olmasıyla "İyimserlik" ve "Belirsizlikten Kaçınma" özellikleri arasında istatiksel olarak anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Rol model olarak kabul ettikleri kişilerin hayatlarına bakarak karşılarına çıkabilecek zorluklara rağmen tüm bunların üstesinden gelebilecekleri inanca sahip oldukları söylenebilir. Bununla birlikte belirsizlikten kaçınma özelliğinin ön plana çıkma sebebini ise yaşamış oldukları topluma karşı kendilerini sorumlu hissetmelerine bağlayabiliriz. Koyla ilgili belirtilen hipotezler aşağıdaki taploda yer almaktadır.

Tablo 4.1: H3 Hipotezinin Alt Hipotezleri

H3: Hayatlarında rol model belirleme ve sosyal girişimcilik özellikleri arasında ilişki vardır.			
H3 a	İlham Veren Rol Model	Sosyal Sorumluluk	İlişki Yok
H3 b	İlham Veren Rol Model	Öz yeterlilik	İlişki Yok
H3 c	İlham Veren Rol Model	Yenilikçilik	İlişki Yok
H3 d	İlham Veren Rol Model	Kontrol Odağı	İlişki Yok
H3 e	İlham Veren Rol Model	Liderlik	İlişki Yok
H3 f	İlham Veren Rol Model	Fırsatları Görebilme	İlişki Yok
H3 g	İlham Veren Rol Model	Başarı İhtiyacı	İlişki Yok
H3 h	İlham Veren Rol Model	Empati Sahibi Olma	İlişki Yok
H3 i	İlham Veren Rol Model	İyimserlik	İlişki Var
H3 j	İlham Veren Rol Model	Özgecilik	İlişki Yok
H3 k	İlham Veren Rol Model	Sosyal Sermaye	İlişki Yok
H3 l	İlham Veren Rol Model	Belirsizlikten Kaçınma	İlişki Var

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

Tablo 4.2: H5 Hipotezinin Alt Hipotezleri

H5: Daha önce gönüllü faaliyetlerde çalışmış olmalarıyla sosyal girişimcilik özellikleri arasında ilişki vardır.			
H5 a	Daha önce gönüllü faaliyetlerde bulunma	Sosyal Sorumluluk	İlişki Yok
H5b	Daha önce gönüllü faaliyetlerde bulunma	Öz yeterlilik	İlişki Yok
H5 c	Daha önce gönüllü faaliyetlerde bulunma	Yenilikçilik	İlişki Yok
H5 d	Daha önce gönüllü faaliyetlerde bulunma	Kontrol Odağı	İlişki Yok
H5e	Daha önce gönüllü faaliyetlerde bulunma	Liderlik	İlişki Yok
H5 f	Daha önce gönüllü faaliyetlerde bulunma	Fırsatları Görebilme	İlişki Yok
H5 g	Daha önce gönüllü faaliyetlerde bulunma	Başarı İhtiyacı	İlişki Yok
H5 h	Daha önce gönüllü faaliyetlerde bulunma	Empati Sahibi Olma	İlişki Yok
H5 i	Daha önce gönüllü faaliyetlerde bulunma	İyimserlik	İlişki Yok
H5 j	Daha önce gönüllü faaliyetlerde bulunma	Özgecilik	İlişki Var
H5 k	Daha önce gönüllü faaliyetlerde bulunma	Sosyal Sermaye	İlişki Var
H5 l	Daha önce gönüllü faaliyetlerde bulunma	Belirsizlikten Kaçınma	İlişki Yok

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

Tablo 4.3: H6 Hipotezinin Alt Hipotezleri

H6: İşlerindeki memnuniyet düzeyleriyle sosyal girişimcilik özellikleri arasında ilişki vardır.			
H6 a	İşlerindeki memnuniyet düzeyleri	Sosyal Sorumluluk	İlişki Yok
H6 b	İşlerindeki memnuniyet düzeyleri	Öz yeterlilik	İlişki Yok
H6 c	İşlerindeki memnuniyet düzeyleri	Yenilikçilik	İlişki Yok
H6 d	İşlerindeki memnuniyet düzeyleri	Kontrol Odağı	İlişki Var
H6 e	İşlerindeki memnuniyet düzeyleri	Liderlik	İlişki Var
H6 f	İşlerindeki memnuniyet düzeyleri	Fırsatları Görebilme	İlişki Yok
H6 g	İşlerindeki memnuniyet düzeyleri	Başarı İhtiyacı	İlişki Yok
H6 h	İşlerindeki memnuniyet düzeyleri	Empati Sahibi Olma	İlişki Yok
H6 i	İşlerindeki memnuniyet düzeyleri	İyimserlik	İlişki Yok
H6 j	İşlerindeki memnuniyet düzeyleri	Özgecilik	İlişki Var
H6 k	İşlerindeki memnuniyet düzeyleri	Sosyal Sermaye	İlişki Var
H6 l	İşlerindeki memnuniyet düzeyleri	Belirsizlikten Kaçınma	İlişki Yok

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

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

Burada vurgulamamız gereken önemli bir konu ise tek bir sosyal girişimcinin sosyal sorunları çözebilme yetisine sahip olmadığıdır. Sosyal girişimcilerin başarılarının arkasında ekibinin ve örgütünün desteği atlanmamalıdır. Bu çalışma sosyal girişimci bireylere odaklanıp, sosyal girişimcilik etkisinin atlanılmamaktadır. Ancak girişimcilik faaliyetlerinin oluşturduğu sosyal etki oldukça önemlidir. Çalışmada bahsedilen her bir sosyal girişimcinin kurmuş olduğu işletmenin sosyal etkisinin ölçülmesi ve araştırılması farklı bir araştırma konusunu oluşturmaktadır. Bu nedenle çalışmada bu hususa yer verilmemiştir.

KAYNAKÇA

Ashoka. (2015, 10 1). *Türkiye Sosyal Sorunlara Etkin Çözümler.* www.asoka.org/social_entrepreneur. adresinden alındı

Barendsen, L. (2006). Is The Social Entrepreneur a New Type of Leader. *The Frances Hesselbein Leadership Instıtute*, 43-50.

Basım, N., & Şeşen, H. (2008). Çalışanların Kontrol Odaklarının Örgüt İçi Girişimcilik Tutumları ile İlişkisi. *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi*, 50-64.

Besler, S. (2010). *Sosyal Girişimcilik.* İstanbul: Beta.

Bingöl, D. (2009). *Girişimcilikte Fırsat Tanımlamayı Etkileyen Bireysel Faktörler: Beşeri ve Sosyal Sermaye Perspektifi.* Erzurum: Atatürk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Çetin, F. (2011). *Örgüt İçi Girişimcilikte Öz Yeterlilik Algısı ve Kontrol Odağının Rolü* . Business and Economics Research Journal , 69-85.

Çetindamar, D., Tutal, E., Titiz, S., & Taluk, Ş. (Mayıs 2010). *Sosyal Dönüşüm Ajanları: Sosyal Girişimciler*. Uluslararası Sosyal Giirişimcilik Konferansı Organizasyonu Komitesi. Sabancı Üniversitesi.

Demir, Ö. (2014). *"Sivil Toplum Kuruluşları", "Sosyal Girişimcilik", "Kurumsal Sosyal Sorumluluk" Ve "Sosyal İşletme"*. The Journal of Academic Social Science, s. 347-356.

Demir, Y., Kayhan , G., & Soylu, M. (2012). *Buğdayın Hikâyesi: Türkiye'de Tabana Dayalı Bir Ekolojik Yaşamı Destekleme Derneği Olmak.* Büyüyen Kapsayıcı Piyasalar Türkiye'de Sosyal Girişimcilik Vakaları. Bahçeşehir Üniversitesi

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

Dess, G., & Anderson, B. (1998). *The Meaning of "Social Entrepreneurship".* Stanford University, s. 1-5.

_____.(2006). *Framing a Theory of Social Entrepreneurship: Building on two Schools of Practice and Thought.* (R. Mosher-Williams, Dü.) Arnova Occasional Paper Series.

Emeç, H., & Güler, B. K. (2009). *Sosyal Girişimlerde Gönüllüğü Ettkileyen Faktörler ve Gönüllüğün Yaşam Doyumuna Etkilisi. VI.* Uluslararası Sivil Toplum

Kuruluşları Kongre Bildiriler El Kitabı (s. 491-508). Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi.

Erdoğan, M. Y. (2014). *Sivil Toplum Örgütleri Gönüllü Yönetimi Yaklaşımları ve Sosyal Girişimcilik Gönüllü Yönetimi Modeli Önerisi.* Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi.

Ersen, T. B., Kaya, D., & Meydanoğlu, Z. (2010). *Sosyal Girişimler Ve Türkiye : İhtiyaç Analiz Raporu.* TÜSEV. adresinden alındı

Gözek, S. (2006). *Girişimci Adayların Özellikleri, Girişimcilik Eğilimleri ve Girişimci Adaylarına Sağlanan Destek.* Sütçü İmam Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi.

Gusseinova, D. (2012). *Sosyal Girişimcilik Olgusu ve Bir Örnek Olay İncelemesi.* Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisasns Tezi.

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

_____.(2010). *Sosyal Girişimcilik.* İstanbul: Elif yayıncılık.

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

Kaplan, M. (2007). *Motivasyon Teorileri Kapsamında Uygulanan Özendirme Araçlarının İşgören Performansına Etkisi.* Atılım Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi,

Karabey, C. N. (2009). *Girişimcilikte Fırsat Tanımlamayı Etkileyen Bireysel Faktörler: Beşeri VE Sosyal Sermaye Perspektifi.* Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimleri Enstitüsü, Doktora Tezi.

Kırılımaz, S. K. (2014). *Sosyal Grişimcilik Boyutlarına Kurumsal Bakış.* Journal of Economics and Management Research.

_____.(2012). *Sosyal Girişimciliğin Başşarı Faktörlerinin Girişimci Kişilik Ve Dönüştürücü Liderlik Bağlamında Araştırılması.* Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora Tezi,

Konur, D. Y. (2006). *İşyerinde Motivasyon Teorileri ve Uygulamalarına İlişkin Bir Araştırma.*, Yıldız Teknik Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi

Kurbanoğlu, S. (2004). *Öz-Yeterlik inancı ve Bilgi Profesyonelleri için Önemi*. Bilgi Dünyası, 137-152.

L.Thompson, J. (2002). *The world of the social entrepreneur.* The ınternational journal of public sector of management, 412-431.

Mair, J., & Marti, I. (2006, FEBRUARY). *Social entrepreneurship research: A source of explanation, prediction, and delight.* Journal Of World Busıness.

Martin, R. (2007). *Social Entrepreneurship: The Case for Definition*. Stanford Social Innovation Review, 29-39.

Mort, G. S., Weerawardena, J., & Carnegie, K. (2002). *Social Entrepreneurship:Towards conceptualisation.* International Journal of Nonprofit and Voluntary Sector Marketing, s. 76-86.

Mort, G. S., & Carnegie, K. (2003). *Social Entrepreneurship: Toward Conceptualization.* International Journal Of Nonprofit And Voluntary Sector Marketing, 76-88.

Mulgon, G., Tucker, S., Ali, R., & Sanders, B. (2007). *Social Innovation: What It Is, Why It Metter and How ıt can be accelarated?* Oxford Said Bussines School.

Oktay, Z. (2013, Eylül - Ekim - Kasım - Aralık). *Kamu Çalışanlarının İç ve Dış Kontrol Odaklarının Duygusal Zekayla İlişkisi.* idarecinin sesi, 79-84.

Öner, A. (2002). *Üçüncü Sektör?=Sivil Toplum.*

Özdevecioğlu, M., & Cingöz, A. (2009, Ocak-Haziran). *Sosyal Grişimcilik ve Sosyal Girişimciler; Teorik Çerçeve.* Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, s. ss81-95.

Özer, P. S., & Topaloğlu, T. (2008). *Liderlik ve Motivasyon. C. Serinkan (Dü.) içinde,* Motivasyonda Kapsam Kuramları. Ankara: Nobel Yayın Dağıtımı.

Reyhanoğlu, M., & Akın, Ö. (2010). *Ticari Girişimciler Ne Kadar Sosyal Girişimcidir?* Mustafa Kemal Üiversitesi,İktisadi İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 1-31.

Sarıkaya, M. (2010). *Kar Amacı Gütmeyen Örgütlerde Sosyal Girişimcilik. S. Besler içinde*, Sosyal Girişimcilik (s. 31-52). İstanbul: Beta.

_____.(2010). *Üçüncü Sektörde Yönetsel ve Kavramsal Dönüşüm: Sosyal Kar Amaçlı Örgütler.* Cumhuriyet Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi 87-97.

Schumpeter, J. A. (1934). *Theory of Economic Development.* Transaction Publishers.

_____. (1976). *Capitalism, Socialism and Democrasy.* (R. Swedberg, Dü.) Stockholm University.

Sosyal Girişimci Ve Genç Liderler Akademisi. (10.08.2015). www.soglo.org. adresinden alındı

Şeker, M. (2014). *Sosyal Girişimciliğin Artan Önemi.* Marmara Üniversitesi , Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi.

Teseme. (2015, 08 25). Avrupa Birliğinde Sosyal Ekonomi İşletmeleri. https://www.yumpu.com/tr/avrupa-birliginde-sosyal-ekonomi-ve-sme-tsesme-toolkit adresinden alındı

Tomak, S. (2011). *Girişimcilik Ve Bilişsel Yanlılık.* Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi, 72-95.

Tulunay, L. (2010). *Girişimciliği Etkileyen Faktörler ve Girişimci Profili.* Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi.

Türküm, S. (1999). *Stresle Başaçıkma Biçimi, iyimserlik, Bilişsel Çarpıtma Düzeyleri ve Psikolojik Yardım Almaya İlişkin Tutumlar Arasındaki İlişkiler.* Anadolu Üniversitesi, Eğitim Fakültesi.

Tüsiad (2002). *Türkiye'de Girişimcilik* . Ankara: Lebib Yalkın Yayımları ve Bas›m .

Unlocking the potential of the social economy for EU growth. (2014, November 17-18). www.socialeconomyrome.it. adresinden alındı

Wee-Liang, T., William, J., & Teck-Meng, T. (2005). *Defining the 'Social' in 'Social Entrepreneurship Altruism and Entrepreneurship.* International Entrepreneurship and Management Journal, s. 353-365.

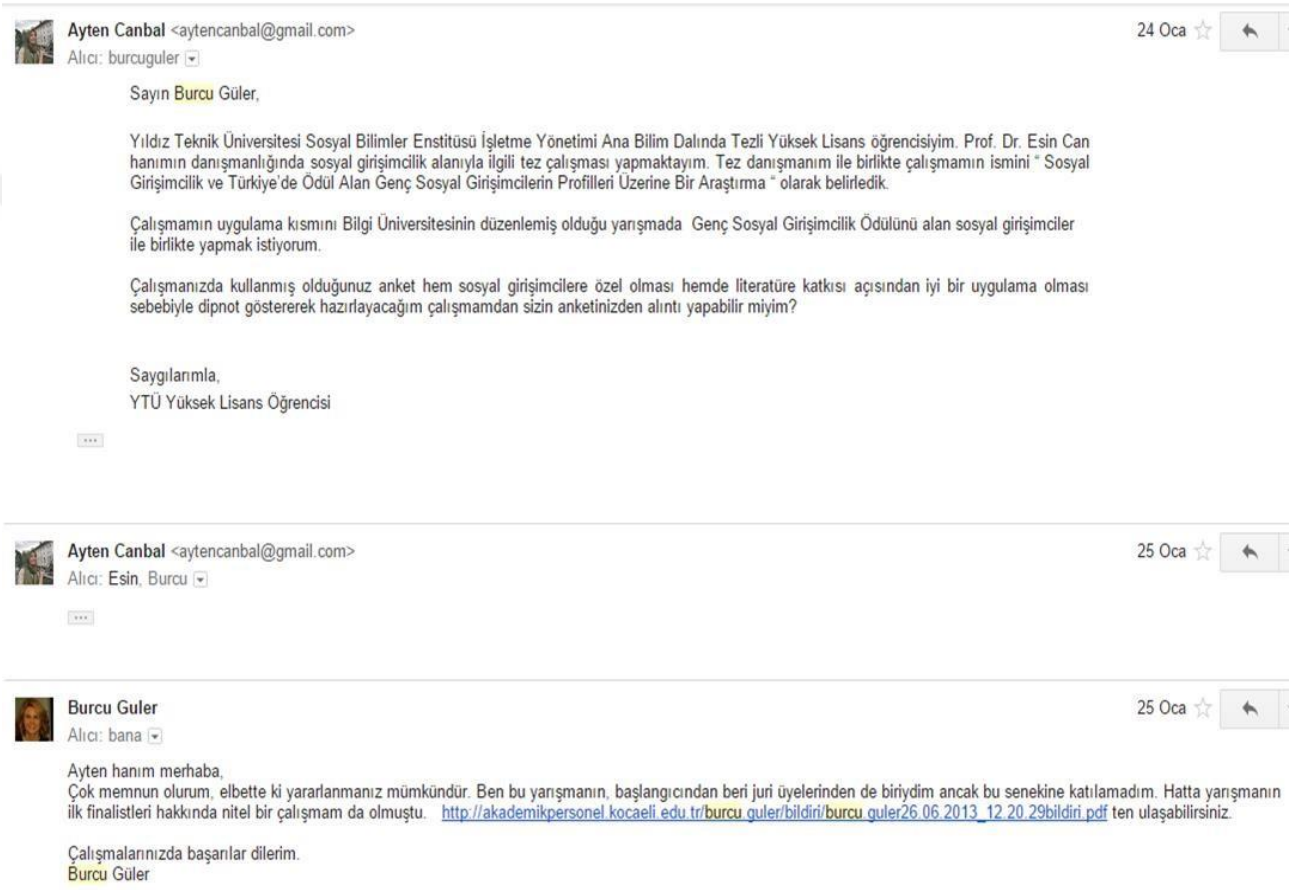
Wei-Skillern, J., Stevenson, H., & Auistn, J. (2006). *Social and Commercial Entrepreneurship: Same Different or Both.* Entrepreneurship Theory and Practice, January, ss1-19.

Yunus, M. (2010). *Sosyal İşletme Kurmak.* İstanbul: Doğan Egmont Yayıncılık.

YouthActionNet Annual Report at fifteen (22.06.2016) www.youthactionnet.org adresinden alındı

EKLER

Ek-1 Anket İzin Yazısı



Ayten Canbal <aytencanbal@gmail.com> 24 Oca

Alıcı: burcuguler

Sayın Burcu Güler,

Yıldız Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Yönetimi Ana Bilim Dalında Tezli Yüksek Lisans öğrencisiyim. Prof. Dr. Esin Can hanımın danışmanlığında sosyal girişimcilik alanıyla ilgili tez çalışması yapmaktayım. Tez danışmanım ile birlikte çalışmamın ismini " Sosyal Girişimcilik ve Türkiye'de Ödül Alan Genç Sosyal Girişimcilerin Profilleri Üzerine Bir Araştırma " olarak belirledik.

Çalışmamın uygulama kısmını Bilgi Üniversitesinin düzenlemiş olduğu yarışmada Genç Sosyal Girişimcilik Ödülünü alan sosyal girişimciler ile birlikte yapmak istiyorum.

Çalışmanızda kullanmış olduğunuz anket hem sosyal girişimcilere özel olması hemde literatüre katkısı açısından iyi bir uygulama olması sebebiyle dipnot göstererek hazırlayacağım çalışmamdan sizin anketinizden alıntı yapabilir miyim?

Saygılarımla,
YTÜ Yüksek Lisans Öğrencisi

Ayten Canbal <aytencanbal@gmail.com> 25 Oca

Alıcı: Esin, Burcu

Burcu Guler 25 Oca

Alıcı: bana

Ayten hanım merhaba,
Çok memnun olurum, elbette ki yararlanmanız mümkündür. Ben bu yarışmanın, başlangıcından beri juri üyelerinden de biriydim ancak bu senekine katılamadım. Hatta yarışmanın ilk finalistleri hakkında nitel bir çalışmam da olmuştu. http://akademikpersonel.kocaeli.edu.tr/burcu.guler/bildiri/burcu_guler26.06.2013_12.20.29bildiri.pdf ten ulaşabilirsiniz.

Çalışmalarınızda başarılar dilerim.
Burcu Güler

EK-2 Ankete Katılım İçin Davet Yazısı

Sayın .....,

Yıldız Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsünde, İşletme Yönetimi Yüksek Lisans programında, Prof. Dr. Esin Can'ın danışmanlığında " Sosyal Girişimcilik ve Türkiye'de Ödül Alan Genç Sosyal Girişimcilerin Profilleri Üzerine Bir Araştırma " konulu tez çalışmasına veri sağlayacak ekteki anket için yardımınıza gerek duymaktayız.

Araştırmanın evrenini Bilgi Üniversitesi Genç Sosyal Girişimciler ödülünü 2014 yılında alan siz ve sizler gibi sosyal girişimciler oluşturmaktadır. Katkınız bu çalışma için büyük önem arz etmektedir. Bu bilimsel çalışma için ayıracağınız zaman ve vereceğiniz bilgiler için size şimdiden çok teşekkür ederiz.

Sizin değerli zamanınızın ortalama 20 dakikasını alacak olan bu ankette hiçbir şekilde kimlik bilgileriniz sorgulanmamaktadır.

Anket çalışmasına katılımda bulunmayı kabul ederseniz, lütfen "KABUL EDİYORUM" yazarak bu maile cevap veriniz. Olumlu cevabınızın ardından, katılımınız için size anketin erişim sayfası gönderilecektir. Eğer anket ile ilgilenmiyorsanız, lütfen "KABUL ETMİYORUM "yazarak bu maile cevap veriniz.

Herhangi bir konuda sorularınız olursa size yardımcı olmaktan memnuniyet duyacağız.

Saygılarımızla...

EK-3 Anket Formu

Sayın Sosyal Girişimciler,

Bu anket sosyal girişimcileri araştırdığım yüksek lisans tezimin bir bölümüdür. Cevaplarınız çalışmam için bana önemli bilgiler sağlayacaktır.

Hakkımda daha detaylı bilgi edinmek ister ya da bana soru sormak isterseniz, benimle iletişime geçmek için lütfen aşağıda belirtmiş olduğum e-posta adresime ulaşınız.

Zamanınız ve ilginiz için teşekkür ederim.

Saygılarımla,

Ayten CANBAL

Yıldız Teknik Üniversitesi

İşletme Yönetimi

E-posta: aytencanbal@gmail.com

KİŞİSEL BİLGİLER

Cinsiyetiniz

☐Kadın
☐Erkek

Doğum Yılı

En son mezun olduğunuz okul?

☐Lise

☐Yüksek Okul

☐Üniversite

☐Yüksek Lisans

☐Doktora

☐Diğer

Aşağıdakilerden hangisi yaşamınızın büyük bölümünü geçirdiğiniz yeri en iyi tanımlar?

☐ Büyük Şehir

☐ Şehir

☐ İlçe

☐ Kasaba- köy

Yapmakta olduğunuz işte size ilham veren bir rol modeli (anne, girişimci vb.) var mı?

☐Hayır ☐ Evet (Lütfen Belirtiniz)

Sosyal girişimci olma kararınızı etkileyen önemli ve olumsuz bir yaşam deneyiminiz oldu mu?

☐Hayır ☐ Evet

(Evet, ise) Bu ne tür bir deneyim?

☐ Maddi (ör: yoksulluk)

☐ Manevi (ör: sevilen birinin kaybı)

☐Her ikisi de

SOSYAL GİRİŞİM MODELİNİZ HAKKINDA BİLGİ

Sosyal girişim modelinizin ismi:

Geliştirdiğiniz sosyal girişim modelinin faaliyet alanı:

☐ Sivil toplum katılımı

☐ Ekonomik gelişme

☐ Çevre

☐ Sağlık

☐ İnsan Hakları

☐ Öğrenme/Eğitim

☐ Diğer *(Lütfen belirtiniz)*

Örgütteki statünüz? *(Birden fazla işaretleme yapabilirsiniz)*

☐ Kurucu/ Kurucu ortak

☐ İcra Kurulu Başkanı

☐ Yönetici

☐ Müdür

☐ Çalışan

☐ Gönüllü

Geliştirmiş olduğunuz sosyal girişim modeli kaç yıldır faaliyet göstermekte?

Geliştirmiş olduğunuz sosyal girişim modelinden önce gönüllü faaliyet gösterdiğiniz bir deneyiminiz oldu mu?

☐Hayır ☐ Evet

Kurmuş olduğunuz sosyal girişim modelini nasıl tanımlarsınız?

☐ Sosyal misyona sahip kar amacı gütmeyen örgüt

☐ Sosyal misyona sahip kar amacı güden örgüt

☐ Ekonomik misyona sahip kar amacı gütmeyen örgüt

☐ Ekonomik Misyona sahip kar amacı güden örgüt

☐ Diğer *(Lütfen belirtiniz)* ☐

Sosyal girişim modelinizin asıl finansal kaynağı hangisidir?

☐ Kişisel / Aileye ait kaynaklar

☐ Özel fon sağlayan kuruluşlar

☐ Özel kuruluşlar ile ortaklıklar

☐ Bağışlar

☐ Kazanç (kar)

☐ Devlet Fonları

☐ Diğer (Lütfen belirtiniz) ☐

Sosyal girişim modelinizde göstermiş olduğunuz çabaların sonuçları nelerdir? *(Lütfen uygun olan seçenekleri işaretleyiniz)*

☐ Yapılan işin niceliğini arttırmak

☐Yapılan işin niteliğini arttırmak

☐ Hizmet edilen toplulukları çeşitlendirme

☐Kamu politikasını etkilemek

☐Sosyal hareket oluşturmak

☐ Yani bir model geliştirerek toplumsal fayda sağlama

☐ Diğerlerinin uygulanan fikrini taklit etme

Yaptığınız işteki kişisel başarınızı düşündüğünüzde kendinize kaç puan verirdiniz?

☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
10	20	30	40	50	60	70	80	90	100

Geliştirmiş olduğunuz sosyal girişim modelinde aşağıdaki faktörlere ne kadar önem verilmektedir? Lütfen her biri için 100 üzerinden bir puan veriniz? *(Toplam 100'ü aşabilir, Ör: Yenilikçilik: 80, Sosyal Etki: 90, Kar elde etme: 70, Farklı kaynakları kullanma: 60)*

	10	20	30	40	50	60	70	80	90	100
Yenilikçilik	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Sosyal Etki Yaratma	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Kar Elde Etme	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Farklı Kaynaklar Kul.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

Sosyal girişim modelinizin faaliyet alanı içindeki konumu nedir?

☐ Başlangıç aşamasında

☐ Ana lider

☐ Hala devam ediyor ancak ciddi sorunlar yaşıyor

☐ Faaliyet göstermiyor

☐ Diğer (Lütfen belirtiniz) ☐

Bu işteki en önemli motivasyonunuz?

☐ Yaşayabilmek için kazanmak

☐ Güvenli kazanç

☐ Bir grubun üyesi olmak

☐ Statü ve güç sahibi olmak

☐ Gelişmek ve öğrenmek

☐ Topluma katkı sağlamak

☐ Diğer (Lütfen belirtiniz) ☐

Yapmış olduğunuz işten ne kadar memnunsunuz?

☐ Kesinlikle memnunum

☐ Memnun değilim

☐ Kararsızım

☐ Memnunum

☐ Çok memnunum

GENEL İNANÇ VE TUTUMLAR

Lütfen aşağıdaki her bir ifade için ölçekte "kesinlikle katılmıyorum" dan "Tamamen katılıyorum" a kadar olan bir seçeneği işaretleyiniz.

	Kesinlikleka tılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Tamamenk katılıyorum
1. Yaşamın zorluklarının üstesinden gelebilecek güce	☐	☐	☐	☐	☐
2. Yaşamda karşıma çıkabilecek tipik sorunlarla baş edebileceğimi hissediyorum.	☐	☐	☐	☐	☐
3. Genellikle insanları yeni fikirlerimle şaşırtırım.	☐	☐	☐	☐	☐
4. Ne olacağının önceden kestirilemediği durumlarda hep en iyi sonucu beklerim.	☐	☐	☐	☐	☐
5. Çoğunlukla iyi yapabildiğim hiçbir şey olmadığını düşünüyorum.	☐	☐	☐	☐	☐
6. Toplum tehlike sinyalleri veriyor çünkü insanlar artık giderek birbirleriyle daha az ilgileniyor.	☐	☐	☐	☐	☐
7. İnsanlar genelde benden yaratıcı faaliyetler için yardım isterler.	☐	☐	☐	☐	☐
8. Bir sonraki nesle dünyayı daha iyi bir yer olarak teslim etmemiz gerek.	☐	☐	☐	☐	☐
9. Yaratıcı düşünceye ihtiyaç olan işlerde çalışmayı tercih ederim.	☐	☐	☐	☐	☐
10. İyi bir fırsatı diğerlerine göre çok daha önceden görebilirim.	☐	☐	☐	☐	☐
11. İnsanlar kendilerinden daha az şanslı olan insanlara yardım etmede istekli olmalıdırlar.	☐	☐	☐	☐	☐
12. Çokyaratıcıbirinsandeğilim.	☐	☐	☐	☐	☐
13. Hayatımınkontrolübenimelimde.	☐	☐	☐	☐	☐
14. Hayır işleri ve kamu yararı için hizmetler, vatandaşlar ya da özel kuruluşlar tarafından	☐	☐	☐	☐	☐
15. Dünyanın sorumlu vatandaşlara ihtiyacı var.	☐	☐	☐	☐	☐
16. Yaşamım çoğunlukla kazara olaylar ile yönlenmekte.	☐	☐	☐	☐	☐
17. İşimin mücadeleci görevler ile dolu olmasını tercih ederim.	☐	☐	☐	☐	☐
18. Projenin başarılı olacağından kendimi emin hissetmedikçe grup projelerine başlamak	☐	☐	☐	☐	☐
19. İstediğim şeyi elde etmem, onun için çok çalışıyor olmama bağlıdır.	☐	☐	☐	☐	☐
20. Fırsatlarıgörebilmedeçokiyiyimdir.	☐	☐	☐	☐	☐
21. Geleceğimkonusundahepiyimserimdir.	☐	☐	☐	☐	☐
22. Benden daha az şanslı olan insanlara karşı şefkatli ve kaygılı duygular beslerim.	☐	☐	☐	☐	☐

23. Çok çaba isteyen önemli bir işi tamamlamayı özellikle tatmin edici bulurum.	☐	☐	☐	☐	☐
24. Sorunları fırsatlara dönüştürmede çok yetenekliyimdir.	☐	☐	☐	☐	☐
25. Çözümü olduğunu düşünmezsem, sorun benim için çekici değildir.	☐	☐	☐	☐	☐
26. Birisinin istismar edildiğini gördüğüm zaman, o kişiyi savunma ihtiyacı hissederim.	☐	☐	☐	☐	☐
27. Çözüme dair belirli ve kesin bir cevap mümkün değilse, o sorun üzerinde çalışmak istemem.	☐	☐	☐	☐	☐
28. Diğer insanların şanssızlıkları beni fazla rahatsız etmez.	☐	☐	☐	☐	☐
29. Hırslıyımdır.	☐	☐	☐	☐	☐
30. Yardıma muhtaç olan kişiler, başkalarına bel bağlamayıp kendilerine bakmayı	☐	☐	☐	☐	☐
31. Günümüzde insanlar, diğerleri için endişelenmek yerine kendi kendilerini idare	☐	☐	☐	☐	☐
32. Basitbirproblemiçözmek, banazorbirproblemiçözmekkadartatminedicigel	☐	☐	☐	☐	☐
33. Grubumda yer alan diğer insanların bana olan bağlılıkları tamdır.	☐	☐	☐	☐	☐
34. Grubumdaki kişiler benimle ortak çalışmaktan gurur duyarlar.	☐	☐	☐	☐	☐
35. Kendi güçlü ve zayıf yönlerimi keşfedebileceğim fırsatlar beni mutlu eder.	☐	☐	☐	☐	☐
36. Zor bir durumu idare etmenin sorumluluğunu almaktan hoşlanmam.	☐	☐	☐	☐	☐
37. Kişisel olarak, zor durumda olan insanlara yardım etmek benim için oldukça önemlidir.	☐	☐	☐	☐	☐

Lütfen aşağıdaki ölçekte "kesinlikle bana uygun değil" den "Tamamen bana uygun" a kadar olan bir seçeneği işaretleyiniz.

	Kesinlikle bana uygun değil	Bana uygun değil	Tarafsız	Bana uygun	Tamamen bana
38. Zor zamanlarda inancımı asla kaybetmem.	☐	☐	☐	☐	☐
39. Evrenselbirgüce, Tanrı'yainanırım.	☐	☐	☐	☐	☐
40. Maneviduygularıolanbirinsanım.	☐	☐	☐	☐	☐

Lütfen aşağıdaki her bir ifade için ölçekte "Hayır" dan "Evet Kesinlikle" ye kadar olan bir seçeneği işaretleyiniz.

	Hayır	Hayır,fazlade ğil	Evet,	Evet, kesinlikle
41. Gönüllü olarak yerel bir gruba yardım	☐	☐	☐	☐
42. İhtiyacınız olduğunda arkadaşlarınızdan yardım alır mısınız?	☐	☐	☐	☐

43. Yaşamınızla ilgili bir karar almada bilgiye ihtiyacınız olduğunda, bu bilgiyi nereden bulacağınızı biliyor musunuz?	☐	☐	☐	☐
44. Yerelbirorganizasyonya da gruptaaktifüyeliğinizvarmı?	☐	☐	☐	☐
45. Ev dışından başka kişilerle hafta sonları öğlen ya da akşam yemeğinde birlikte	☐	☐	☐	☐
46.	☐	☐	☐	☐
47. Çoğu insana güvenilebileceğine inanırmısınız?	☐	☐	☐	☐
48. Geçenhaftabirkomşunuzuziyaretettinizmi?	☐	☐	☐	☐

ALINAN SOSYAL DESTEK

Sosyal girişim modelimi oluştururken, şu kişi ve kurumlardan (finansal destek dışında) destek aldım:

☐ Aile üyeleri

☐ Arkadaşlar

☐ Öğretmenler

☐ Sosyal girişimciler

☐ Toplum grupları

☐ Devlet organları

☐ Özel işletmeler (Banka, işletme sermayedar, vs.)

☐ Kariyer danışmanları

☐ Girişimciler

Ankette yer almayan ancak sizin eklemek istediğiniz herhangi bir şey var mı?

ÖZGEÇMİŞ

Kisisel Bilgiler

Adı Soyadı	: Ayten CANBAL
Adres	: Yenişehir Mah. Orkide Sok. No:1 Alibey Konakları Pendik-İSTANBUL
Telefon	: Mobil (553) 568 11 69, Ev (216) 482 91 59
E-mail	: aytencanbal@gmail.com
Uyruk	: T.C.
Doğum Tarihi	: 20/08/1991

Eğitim Bilgileri

2005 - 2009	: Pendik Anadolu Lisesi
2009 - 2013	:İstanbul Üniversitesi, İktisat Fakültesi (İktisat Bölümü)
2013 -	:Yıldız Teknik Üniversitesi, İşletme Yönetimi

İş Deneyimi

2015-	:Alarko Holding
	Alsim - Alarko Taahhüt Grubu, Sözleşme Sorumlusu