

T.C.
İSTANBUL ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
SOSYOLOJİ ANABİLİM DALI

YÜKSEK LİSANS TEZİ

SOSYOLOJİK PERSPEKTİFTEN
SOSYAL GİRİŞİMCİLİK OLGUSU

ENVER MENGÜ

2501130993

TEZ DANIŞMANI

YRD. DOÇ. DR. METİN TUNÇ

İSTANBUL 2016



T.C.
İSTANBUL ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
MÜDÜRLÜĞÜ



YÜKSEK LİSANS
TEZ ONAYI

ÖĞRENCİNİN;

Adı ve Soyadı : Enver MENGÜ Numarası : 2501130993
Anabilim Dalı /
Anasanat Dalı / Programı : Sosyoloji Anabilim Dalı Danışmanı : Yrd. Doç. Dr. Metin TUNÇ
Tez Savunma Tarihi : 19.12.2016 Saati : 10.00
Tez Başlığı : Sosyolojik Perspektiften Sosyal Girişimcilik Olgusu ve Değişimi

TEZ SAVUNMA SINAVI, İÜ Lisansüstü Eğitim-Öğretim Yönelimliği'nin 36. Maddesi uyarınca yapılmış,
sorulan sorulara alınan cevaplar sonunda adayın tezinin **KABULÜ'NE** OYBİRLİĞİ / OYÇOKLUĞUYLA karar verilmiştir.

JÜRİ ÜYESİ	İMZA	KANAATI (KABUL / RED / DÜZELTME)
1- Doç. Dr. Yusuf ADIGÜZEL		Kabul
2- Doç. Dr. Kaya BAYRAKTAR		
3- Yrd. Doç. Dr. Metin TUNÇ		Kabul
4- Yrd. Doç. Dr. Murat ŞENTÜRK		Kabul
5-Yrd. Doç. Dr. Aynur ERDOĞAN COŞKUN		Kabul

YEDEK JÜRİ ÜYESİ	İMZA	KANAATI (KABUL / RED / DÜZELTME)
1- Prof. Dr. İsmail COŞKUN		
2- Yrd. Doç. Dr. Ömer Faruk OCAKOĞLU		Kabul

ÖZ

SOSYOLOJİK PERSPEKTİFTEN SOSYAL GİRİŞİMCİLİK OLGUSU

ENVER MENGÜ

Son 10 yılın yükselen bir meselesi olan sosyal girişimcilik, çok aktörlü ve çok sektörlü yeni sosyal politika yapısının başarılı bir temsilidir. Özellikle kalkınma tartışmalarında sistematik ve pozitif bir değişimin motoru şeklinde lanse edilen sosyal girişimcilik, sosyal sorunların çözümünde bireylerin de aktör olmalarının gerekliliğine vurgu yaparak özellikle hükümet dışı mekanizmaları bir araya getirme mücadelesini ifade etmektedir. Bu mücadelesinde de girişimcilik prensiplerini yöntem, sosyal değer yaratmayı da misyon edinen sosyal girişimcilik, sosyal sorunlara derinlikli ve sürdürülebilir çözümler getirme peşindedir. Bu sebeple dünya genelinde hükümetlerin de ciddi ilgisiyle karşılaşan sosyal girişimciliği, kadim hayırseverlik kültürü ile modern girişimcilik kültürünü uzlaştırma biçimi olarak okumak mümkündür. Literatürde öne çıkan çalışmalardan ise girişimcilik kültürünün olgu üzerine bir hakimiyet kurduğu ve bu haliyle olgunun gönüllülüğü absorbe ettiği anlaşılmaktadır. Bu noktadan hareketle temel olarak çalışmamızda, sosyal girişimciliğin sosyal bileşenini güçlendirerek olgunun yüksek olan potansiyeline karşın zayıf olan derinliğini artırmak amaçlanmıştır. Bu amaçla çalışmamızda literatüre dayalı betimleyici bir yöntem kullanılarak sosyal girişimciliğin önce sosyolojik olma imkanı ele alınmış, ardından da sosyolojinin klasik geleneği üzerinden bir yaklaşım sunulmuştur. Bu bağlamda özne-yapı etkileşimi, sosyal ağ, sosyal gelişme ve toplumsal hareket şeklinde belirlenen dört odak nokta üzerinden yürütülen bu çalışma, sınırları dahilinde literatüre güçlü bir iddia yerine yeni bir öneri sunmaktadır.

Anahtar Kavramlar: Sosyal girişim, sosyal girişimci, literatür, klasik sosyoloji

ABSTRACT

SOCIAL ENTREPRENEURSHIP FROM A SOCIOLOGICAL PERSPECTIVE

ENVER MENGÜ

Social entrepreneurship, a rising issue of the past 10 years, is a successful representation of the new multi-sectoral and multi-sectoral social policy structure. Especially social entrepreneurship, which is a systematic and positive change in the development debate, is a struggle to bring together especially non-governmental organizations by emphasizing the necessity of individuals as actors in the solution of social problems. In this struggle, social entrepreneurship, which takes the principles of entrepreneurship as a method and creating social value, seeks to bring deep and sustainable solutions to social problems. For this reason, it is possible to read social entrepreneurship which is encountered by governments all over the world as a form of reconciliation of the culture of cadet charity and the culture of modern entrepreneurship. It is understood that entrepreneurship has a dominance over the phenomenon of culture, and it is understood that the voluntary nature of the phenomenon is absorbed by the studies which are prominent in the literature. With this point, we basically try to strengthen the social component of social entrepreneurship, thereby increasing the depth of the phenomenon, which is high but weak. For this purpose, our study has used a descriptive method based on the literature and the possibility of social entrepreneurship to be sociological first has been discussed and then an approach based on the classical tradition of sociology has been presented. In this context, this study, which is conducted through four focal points present a new proposal instead of a strong claim to the literature within its boundaries.

Keywords: Social enterprise, social entrepreneur, literature, classical sociology

ÖNSÖZ

Sosyal girişimcilik olgusu eklemli içeriğinin etkisiyle birden fazla disiplinin ilgi alanına girmeyi başarmıştır. Bu çalışma kapsamında da olgunun sosyoloji disiplinine bakan yönleri ortaya konularak olgunun anlamına derinlik kazandırılması amaçlanmıştır. Taşıdığı potansiyeli sebebiyle önemli beklentiler içeren sosyal girişimcilik her ne kadar ortaya çıkışında girişimcilik ile olan zımni ilişkisi sebebiyle işletme disiplinine yakın dursa da sosyal olma yönüyle sosyolojinin doğrudan ilgi alanına girmesi beklenir. Bu beklentiyle de olgu ele alınmış ve çalışma içerisinde de sosyal politika alanının daha toplumsallaşması yönünde bir hedefle yola çıkılmıştır.

Bu akademik üretim sürecinin başında öncelikle bölüm başkanı Prof. Dr. İsmail COŞKUN'a danışmanlık bağlamında yönlendirmeleri sebebiyle teşekkürü bir borç bilirim. İkinci olarak da görüşmelerimizde zihnimde var olan amacı karşılayabilme potansiyeli gerekçesiyle dikkatimi sosyal girişimciliğe çeken Yrd. Doç. Dr. Murat ŞENTÜRK'e ve sosyal girişimciliği sosyolojik bağlamda algılamamı sağlayan Doç. Dr. Yusuf ADIGÜZEL'e hususi teşekkürlerimi sunarım. Son olarak da tez danışmanım Yrd. Doç. Dr. Metin TUNÇ'a ilgi ve katkıları için teşekkürlerimi takdim ederim. Bunun yanında ders dönemini birlikte geçirdiğimiz Prof. Dr. Yücel BULUT ve Doç. Dr. Enes KABAKÇI ile ders arkadaşlarıma da fikirlerimi geliştirme imkanı veren bir ortam sundukları için ayrı ayrı teşekkür ederim. Ayrıca yardımları için Arş. Gör. Melek KIRTIL ve Arş. Gör. Fatma SOLMAZ'a da teşekkürü borç bilirim. Teşekkürümün en büyüğünü ise benim bu aşamaya kadar gelmemde vesile olan anne ve babama, bu aşama sürecinde ise fazlasıyla kendilerini ihmal ettiğim eşim ve kızıma borçluyum.

İÇİNDEKİLER

ÖZ	iii
ABSTRACT	iv
ÖNSÖZ	v
İÇİNDEKİLER.....	vi
KISALTMALAR LİSTESİ	viii
TABLolar LİSTESİ	ix
ŞEKİLLER LİSTESİ	x
GİRİŞ.....	1

BİRİNCİ BÖLÜM

KAVRAMSAL AÇIDAN SOSYAL GİRİŞİMCİLİK

1.1. Sosyal Girişimciliğin Tanımı	6
1.2. Sosyal Girişimciliğin Unsurları	10
1.2.1. Girişimcilik Yetisi Bulundurma	10
1.2.2. Sosyal Misyon Taşıma	12
1.2.3. Sosyal Dönüşüm Gerçekleştirme	14
1.3. Sosyal Girişimciliğin Gelişimi	16
1.4. Sosyal Girişimciliğin Modelleri	19
1.5. Sosyal Girişimcilik Örnekleri.....	23
1.5.1. Dünyada Sosyal Girişimcilik.....	24
1.5.2. Türkiye’de Sosyal Girişimcilik	27

İKİNCİ BÖLÜM

SOSYAL GİRİŞİMCİLİK LİTERATÜRÜNÜN GELİŞİMİ

2.1. Literatürde Sosyal Girişim Kavramsallaştırması	31
2.1.1. Eylem Boyutuyla Sosyal Girişim	32
2.1.2. Aktör Boyutuyla Sosyal Girişimci	33
2.1.3. Olgusal Boyutuyla Sosyal Girişimcilik	36

2.2. Literatürde Sosyal Girişimcilik Olgusu.....	38
2.2.1. Erken Dönem Sosyal Girişimcilik Çalışmaları	39
2.2.2. 1991-2000 Arası Dönemde Sosyal Girişimcilik Çalışmaları	43
2.2.3. 2001-2010 Arası Dönemde Sosyal Girişimcilik Çalışmaları	55
2.2.4. Son Dönem Sosyal Girişimcilik Çalışmaları.....	89
2.2.4.1. Disiplinlerin İlgi ve Yaklaşımları	93
2.2.4.2. Sosyoloji Disiplininin Yeri ve İmkânı.....	94

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

SOSYAL GİRİŞİMCİLİK OLGUSUNA SOSYOLOJİK BAKIŞ

3.1. Sosyolojik Bir Mesele Olarak Sosyal Girişimcilik	96
3.1.1. Özne-Yapı Etkileşimi	97
3.1.2. Sosyal Ağ ve Güven Toplumu	100
3.1.3. Sosyal Değişim ve Gelişme.....	104
3.1.4. Toplumsal Hareket	109
3.2. Klasik Sosyoloji ve Sosyal Girişimcilik.....	112
3.2.1. Durkheimci Yaklaşım.....	112
3.2.2. Marksist Yaklaşım.....	115
3.2.3. Weberci Yaklaşım	117
3.3. Sosyal Girişimciliğe Yönelik Eleştiriler.....	120
SONUÇ	123
KAYNAKÇA	133

KISALTMALAR LİSTESİ

AB:	Avrupa Birliği
ABD:	Amerika Birleşik Devletleri
A.e.:	Aynı eser
Akt:	Aktaran
Der.:	Derleyen
BRAC:	Building Resources Across Communities
EMES:	European Research Network
KA-MER:	Kadın Merkezi Vakfı
KEDV:	Kadın Emeğini Değerlendirme Vakfı
KOSGEB:	Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeleri Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı
NGO:	Non Governmental Organization
NPO:	Non Profit Organization
SEWA:	Self Employed Women's Association
STK:	Sivil Toplum Kuruluşu
Vd.:	Ve diğerleri

TABLÖLAR LİSTESİ

Tablo 1:	Sosyal Girişimlerin Kapsamlı Karşılaştırması.....	20
Tablo 2:	Dünyanın En Ünlü 10 Sosyal Girişimcisi ve Sosyal Girişimi.....	25
Tablo 3:	Sosyal Girişimcilik Tanımlamaları-I.....	44
Tablo 4:	Sosyal Girişimcilik Tanımlamaları-II.....	56



ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1:	Sosyal Girişim Yaklaşımı.....	15
Şekil 2:	Sosyal Girişim Ağ Sayısı.....	24



GİRİŞ

Bu çalışma son dönemde akademik tartışmalarda görünür hale gelen ama birçok yönüyle de çalışılmayı bekleyen akademik bir konu olarak sosyal girişimcilik olgusunu ele almaktadır. Literatürde dikkat çeken ciddi zayıflığının yanında dağınıklığı da sosyal girişimcilik olgusunun gelişirken tek çizgide ilerlemesine sebep olmaktadır. Bu noktada sosyal girişimciliği yalnızca girişimcilik yönüyle ele alan ve sosyal girişimcinin karakteristiğini tanıtmaktan öteye gidemeyen tartışmalar olgunun topluma bakan yönünü zayıf bırakmakta ve sahip olduğu potansiyeli de gölgelemektedir. Nitekim güncel sosyal politika tartışmalarında görüldüğü üzere devletin aktör olarak özel sektör ile sivil toplum kuruluşlarını da sosyal sorunlarla mücadelede devreye sokması sektörler arası konumu itibarıyla sosyal girişimcilik olgusuna güç kazandırmaktadır. Bu noktada sosyal politikanın merkezi yönetim ve yerel yönetimden ayrışması daha toplumsal bir görünüme kavuşabilmesi için önemli bir potansiyele sahip olan sosyal girişimcilik olgusunun toplumsal boyutu çalışılmayı hatta güçlendirilmeyi beklemektedir. Çalışmanın da temel motivasyonunu oluşturan bu noktaya katkı sağlama amacıyla da çalışma kapsamında sosyal girişimciliğin sosyolojik bir bağlamda ele alınması hedeflenmektedir. Öncelikle literatürdeki boşluğa anlamlı bir katkı olacağı düşünülen bu okuma biçimi çalışmanın sınırları da göz önünde bulundurularak iddialı olmaktan kaçınılmaktadır. Bu sebeple de çalışmada ifade edilen sosyolojik perspektifin olguya yönelik bir bakış açısı sunma anlamında sadece bir öneri olarak okunması gerekir.

Sosyal girişimciliğin sosyolojik bağlamda ele alınmasının önünde önemli engeller bulunmaktadır. Öncelikle sosyal girişimcilik literatüründeki görünür dağınıklık olgu üzerine bir kurgu yapmazdan evvel olgunun dayanaklarının ve unsurlarının netleştirilmesini zorunlu bir durum haline getirmektedir. Bu noktada sosyal girişimciliğin kavramsal tanımını ve literatürünün gelişimini incelenmeden önce metinde yeri geldikçe daha detaylı şekilde tartışılacak olan ama giriş mahiyetinde de burada değinilerek netleştirilmesi gereken önemli ayrışım ve gerilim noktaları bulunmaktadır.

Sosyal girişimcilik literatürde görece eski iki kavramın bir araya gelmesiyle oluşsa da bir araya geldiklerinde oluşturdukları sosyal girişimcilik olgusu yeni bir kavramsallaştırmadır. Özellikle sosyal kavramının sahip olduğu derin ve çok yüzlü anlamın olguya kattığı içerik ile girişimcilik kavramının olguya kattığı içerik karşılaştırıldığında anlam ağırlığı birbirine denk düşmemektedir ve yapılan çalışmalardan hareketle de sosyal olanın girişimcilik tarafından konumlandırıldığı söylenebilir. Özellikle sosyal girişimciliğe yönelik yapılan kavramsal çalışmalarda temel olarak girişimci yaklaşıma sosyal hedef kazandırılması şeklinde olan tanımlama biçimleri de olgunun içerisinde girişimcilik kavramının ağırlığını görünür kılmaktadır (Aslan vd., 2012: 73).

Sosyal girişimcilik üzerine eksikliği fazlasıyla hissedilen kuramları oluşturma çabası (Aslan vd., 2012: 84) olarak ifade edebileceğimiz bu tanımlamaları tarihsel olarak sıralamak mümkünken ortak noktaları üzerinden kavramın içeriğine yaptığı katkıları benzer bir tarihsel sıralama ile ifade etmek mümkün görünmemektedir. Nitekim yazarların kavramdan anladıkları farklılaşmaktadır ve yazarlar kavrama yükledikleri anlam açısından da birbirlerinden ayrılmaktadırlar. Bu noktada benzerliklerinin sınırlı olduğu tanımlamaları değerlendirmek yerine birbirinden farklı tanımlamaların altında yatan farklı yaklaşımlara bakmak ve tanımlamaları kategorize etmek daha anlamlı olabilir. Nitekim kavramsal tanımlamada bir uzlaşının bulunmadığı olguya dolaylı olarak birden fazla yaklaşım biçiminin de getirildiği görülmektedir.

Literatürdeki tartışmalara yer vermeden önce sosyal girişimcilik kavramına bakış ve yaklaşımları tasnif ederek bulanıklığı netleştirmek bir gereklilik arz etmektedir. Bu durum kavrama getirilen yaklaşım biçimlerinde de kendini gösterir. Nitekim olgunun aktör/özne boyutu olan sosyal girişimcilere odaklı tanımlamaların sosyal girişimcilik kavramına yönelik yaklaşımlarda ağırlık kazandığı görülmektedir. Alandaki ağırlığı belirgin olan sosyal girişimci aktörün öne çıkarılarak sunulan kavrama yönelik birinci yaklaşımın yanında olgunun eylem boyutu olan sosyal girişime odaklı ve kurum ile süreç boyutu olan sosyal girişimciliğe odaklı birbirini tamamlayıcı temelde üç farklı aktarım biçiminin olduğu söylenebilir.

Öne çıkan üç boyutun yanında sosyal girişimcilik literatürünün karmaşıklığını belirginleştirme noktasında anlamlı katkısı olan ikinci mesele ise sektör tartışmasıdır. Yazarların kavramın sınırlarını çizerken kabul ettikleri sektörel alanlar ve kavramı tanımlarken ele aldıkları odak noktalar üzerinden sosyal girişimcilik kavramına yaklaşım biçimleri belli farklılıklar göstermektedir. Söz konusu yaklaşım biçimleri içinde sosyal girişimciliğin kamu, özel ve gönüllü kuruluşlar bağlamında bazen tek sektöre bazen de birden fazla sektöre ait kılındığı görülmektedir. Çalışma kapsamında detaylı şekilde tartışıldığı üzere sosyal girişimciliğin dağınıklığının sebeplerinden birini oluşturan bu gerilim noktasında da bir uzlaşının olmadığı dikkat çekmektedir.

Son olarak sosyal girişimciliğin var olan karmaşıklığının arkasındaki var olan ayrışmalardan birisi de olgunun görünür olduğu uygulama ve akademi olarak iki alanın bulunmasıdır. Bu noktada uygulamada olgunun sahip olduğu popülerliği ve prestiji henüz kavram üzerine oluşturulan literatürde kendini gösterememekte ve uygulama alanında konunun daha çok girişimcilik yönüyle ele alındığı görülmektedir. Sosyal girişimcilik olgusunun farklı gelişim seyrine rağmen uygulama ve literatürdeki gelişimine yön veren nokta sosyal girişimciliğin kavramsal olarak olgunlaşmasında yatmaktadır. Nitekim kavram olarak sosyal girişimcilikten her yazar aynı şeyi anlamamış ve getirdikleri farklı okuma biçimleriyle sosyal girişimciliğin karşısında önemli bir engel teşkil eden kavramsal bulanıklığı artırmışlardır. Sosyal girişimcilik üzerine yapılan çalışmalarda dikkat çeken bir durum olarak yazarların sıklıkla önce diğer yazarların kavrama bakışlarını ardından da kendi bakışlarını ortaya koyma ihtiyacı söz konusu bulanıklığı iyi temsil etmektedir.

Söz konusu ayrışmaların yol açtığı bu bulanık kavramsal coğrafyası içinde sosyal girişimciliği anlamlandırmada yazarların, bireysel farklılıklar, faaliyette bulunulan sektör, süreç ve kaynaklar, birincil misyon olmak üzere ağırlık kazanan dört faktörden bahsettikleri görülmektedir (Dacin vd., 2010: 38). Bu faktörler üzerinden sosyal girişimciliğin anlamlandırılırken de kar amacı gütmek-kar amacı gütmemek, sosyal zenginlik yaratmak-ekonomik zenginlik yaratmak ve sosyal girişim faaliyeti-sosyal hizmet faaliyeti-sosyal hareket arasında üç temel kutuplaşmaya taşındığı görülmektedir (Dacin vd., 2010: 41). Sosyal sorunlarla mücadele konusunda

yenilikçilik, sosyal değer yaratma ve aktörler arası dayanışmaya vurgu yapan sosyal girişimcilik olgusu her üç kutuplaşan tartışmada da sosyoloji disiplininin ilgi alanına kaçınılmaz olarak girmektedir. Ancak literatürde olgunun ele alındığı disiplinler arasında sosyolojinin gereğinden fazla geride kaldığı görülmektedir. Bu noktada sıklıkla girişimcilik yönüyle işletme disiplinine konu edilen sosyal girişimcilik olgusu üzerine Türkiye’de üretilenlerin Batı ile karşılaştırıldığında oldukça zayıf kalması ise olgunun farklı yaklaşım biçimleriyle tartışılmasının evvelinde tanıtılmasını dolaylı bir zorunluluk haline getirmektedir. Bu durum çalışmanın yöntemini bir anlamda şekillendirmekte ve araştırmanın betimleyici, tasvir edici ve tasnif edici bir yaklaşımla literatür taramasına dayalı kavramsal bir çalışma olmasına yol açmaktadır.

Olgunun dünya genelinde yükselen prestijine rağmen Türkçe literatürde doğrudan sosyal girişimciliği konu edinen çalışmaların yok denecek kadar az sayıda olduğunu söylemek hata olmayacaktır. Bu sınırlı üretim içerisinde de birkaç ismin kolaylıkla öne çıktığı görülmektedir. Doğrudan sosyal girişimciliği ele alan ve olguyu disiplinlerarası üretimlerle güçlendirme çabası içeren çalışmada editörlük rolünde bulunan Senem Besler (Besler, 2010) ile sosyal girişimcilik üzerine Türkçe literatürde ilk doktora tezi hazırlamış olan Burcu Kümbül Güler (Kümbül-Güler, 2008) sık referans alan isimlerdir. Kümbül-Güler, sosyal girişimcilik üzerine yaptığı doktora tezini daha sonra kitap haline dönüştürmüştür (Kümbül-Güler, 2010) ardından da yoksullukla ilişkisi üzerinden üretimini makaleyle sürdürmüştür (Kümbül-Güler, 2011). Burcu Kümbül Güler’in çalışmasından sonra Türkiye’de doktora çalışması olarak sosyal girişimcilik üzerine üretim yapan ikinci isim ise Selma Kılıç Kırılmaz olmuştur. Kılıç-Kırılmaz da benzer şekilde doğrudan sosyal girişimcilik üzerine olan doktora tezini (Kırılmaz, 2012), daha sonra makaleye dönüştürmüştür (Kılıç-Kırılmaz, 2014). Sosyal girişimcilik üzerine doktora tezi üreten üçüncü isim eğitim bilimleri üzerinden olguyu inceleyen Fatih Çermik (2015), dördüncü ve son isim ise Volkan Işık (2016) olmuştur. Dolaylı şekilde daha sonraları makale veya kitaba dönüştürülen ve akademik üretimin en ciddi çalışmaları olarak kabul edilebilecek olan doktora tezlerinde sadece dört çalışmanın doğrudan olguyla ilgilenmesi alandaki eksikliği ortaya koymaktadır. Bu çalışmaların ikisinin Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri üzerine, birinin İşletme, diğerinin ise Eğitim Bilimleri üzerine üretildiği dikkat

çekmektedir. Bunun yanında son dönemde doğrudan olguya odaklanan yüksek lisans çalışmalarının sayısındaki yoğunluk da (Kırmızı, 2016; Asılsoy, 2016; Mengü, 2016; Yumuşakipek, 2015; Coşkun, 2015; Çiftçi, 2015; Gusseinova, 2015) önemli bir göstergedir. Bu yedi çalışmanın beş tanesinin işletme, iki tanesinin de sosyal hizmet disiplini çerçevesinde hazırlanmış olması henüz ilk aşamasını oluşturan bu yüksek lisans tezlerinin ilerleyen akademik yönelimleri konusunda da bize ip ucu vermektedir. Bu akademik üretimlerin dışında çok sayıda makale ve bildiri de sosyal girişimcilik üzerine üretim gerçekleştirmiş olup bu bağlamda özellikle Çanakkale’de 2009 yılında gerçekleştirilen VI. Uluslararası Sivil Toplum Kuruluşları Kongresi’nin ana temasını sosyal girişimciliğin oluşturmuş olması anlamlıdır. Bu çalışma kapsamında da çok defa atıflar yapılan bu bildirilerde de işletme disiplininin ağırlığı göze çarpmaktadır.

Literatürde sosyal girişimcilik üzerine işletme disiplinin ağırlığını ortaya koyan ve bu durumun karşısında olgunun üretimine sosyoloji disiplinininden bir katkı sunmayı amaçlayan bu çalışma temelde 3 bölümden oluşmaktadır. Birinci bölüm sosyal girişimcilik olgusunu tanıtmaya yönelik bir çalışma niteliğindeyken ikinci bölüm sosyal girişimcilik literatürünün kronolojik biçimde tanıtılması ve tartışılmasını içermektedir. Üçüncü bölümde ise birden fazla disiplinin ilgi odağı olan sosyal girişimciliğin hangi disiplinler tarafından hangi yaklaşım biçimleriyle ele aldığı tartışılmış ve söz konusu bağlamda sosyolojik perspektifin olguya nasıl yaklaşacağı üzerinden bir yaklaşım biçimi ortaya konulmaya çalışılmıştır. Bu amaçla çalışma kapsamında öncelikle sosyal girişimcilik tanıtılacak, ardından sosyal girişimcilik literatürü tasnif edilecek ve daha sonra da çalışmanın sınırlılıkları göz önünde bulundurularak betimleyici bir yöntemle klasik sosyoloji yaklaşımları üzerinden sosyolojik bir perspektif sunulacaktır. Bu noktada iddialı olmaktan kaçınan bu çalışmanın sosyal girişimciliği okumada sunduğu yeni bakış açısını meydan okuma yerine bir öneri mahiyetinde görmek gerekir.

BİRİNCİ BÖLÜM

KAVRAMSAL AÇIDAN SOSYAL GİRİŞİMCİLİK

Sosyal girişimcilik olgusu son dönemde akademik çalışmalarda görünürlüğü yoğunluk kazanan bir mesele olarak karşımıza çıkmaktadır. Her ne kadar içeriğiyle ilgili olarak aşılması öncelikli bulunan bir takım engeller barındırıyor olsa da söz konusu olgu, taşıdığı güçlü etkisi sonucu birden fazla disiplinin ilgi alanına da girmeyi başarmıştır. Bu disiplinler arası niteliğiyle de sosyal girişimcilik olgusunun yeni tartışmaların gelişmesine katkı sağlaması kaçınılmaz görülmektedir.

Sosyal girişimcilik bir eylem olmanın ötesine taşarak dünya genelinde başta yoksulluk ve işsizlik gibi makro ölçekli sosyal sorunların çözümünde küresel boyutlara ulaşmayı başarmış bir sosyal hareket halini almıştır (Gonçalves vd., 2015: 1605). Özellikle 21. yüzyıla giriş eşiğinde sosyal gelişme konusunda öneminin vurgulandığı görülen sosyal girişimcilik hareketinin (Dees, 1998a: 6) bir ölçüde artan akademik ilgilerle dikkatleri üzerine çektiği görülmektedir. Burada da gelişecek olan tartışmalara fayda sağlaması amacıyla söz konusu gerilimli noktalara işaretlerde bulunularak sosyal girişimcilik olgusu tanıtılmaya çalışılacaktır. Bu çabanın ise sosyal girişimcilik olgusunun anlamı üzerine bir dil kurma noktasında anlamlı olacağı açıktır.

Bu doğrultuda öncelikle sosyal girişimciliğin temel tanımına yer verilecek ve tanımın daha somut bir biçim kazanması için olgunun tanımlayıcı unsurları ele alınacaktır. Ardından da sosyal girişimcilik tanımının geldiği aşamayı betimlemesi amacıyla da olgunun gelişimi tartışılacak ve buradan hareketle literatürde kabul gören sosyal girişim modelleri tanıtılacaktır. Ele alınan modellerin akabinde de genel bağlam olarak dünyada ve özel bağlam olarak da Türkiye’de olgunun karşılığını ifade eden başarılı sosyal girişim örnekleri sunularak çalışmanın kavramsal açıdan tanımlanması nihayete erdirilecektir.

1.1. Sosyal Girişimciliğin Tanımı

Sosyal girişimcilik her ne kadar tarihsel olarak yeni bir kavramsallaştırma olsa da temelde görece daha eski bir tarihsellik taşıyan “sosyal” ve “girişimcilik” şeklinde

iki farklı kavramın bir araya getirilmesi sonucunda üretilmiştir. Bu durum öncelikle eklektik bir nitelik taşıyan olgunun birden fazla şeyi ifade ediyor olması sebebiyle karmaşıklık oluşturmakta ve kolayca tanımlanmasını zorlaştırmaktadır. Bunun yanında sosyal girişimcilerin eskiden beri var olma durumları karmaşıklığı daha da artırmaktadır. Nitekim sosyal girişimcilik ilk etapta yeni bir dilsel ifade biçimi olarak kabul görse de olgusal olarak eski bir meseleyi ifade etmektedir (Smith ve Hunter, 2008: 97; Light, 2005: 1; Dees, 1998a: 1) ve bu isimle çağrılmasalar da tarihte sosyal girişimcilere hep sahip olduğumuz kabul edilmektedir. Ayrıca sosyal girişimcilikle eş anlamlı olarak kullanılan veya bir türü olarak ele alınan sosyal amaçlı işletme (Quarter vd., 2014) ve sosyal sorumluluk gibi çeşitli kavramsallaştırmalar da söz konusu karmaşıklığı derinleştirmektedir (Aslan vd, 2012: 72).

Sosyal girişimcilik olgusunun sahip olduğu bu niteliklerinin bir sonucu olarak kavram üzerinde bir fikir birliği ve anlam bütünlüğünün olmadığı görülmektedir (Kümbül-Güler, 2011: 84; Haugh, 2005: 10; Tan vd., 2005: 354; Dees, 1998a: 1). Daha çok olguyu ele alan kişinin bakışı ve yaklaşımına göre değişkenlik gösterdiği anlaşılan sosyal girişimciliğin tanımlanma biçimleri, ortaya çıkardığı kargaşa yoluyla olgunun kavramsal çerçevesi üzerinde de bir dağınıklığa yol açmaktadır. Özellikle sosyal sorun çözücü bağlamında sosyal girişimcilerin bir yandan sosyal değer yaratma işleviyle idealist, diğer yandan da sosyal refah sağlayıcı işleviyle pragmatist bir perspektifle ele alındıkları görülmektedir (Sastre-Castillo vd., 2015: 352). Literatürde bu şekilde kar amacı gütmeyen örgütler ile kar amacı güden işletmeler üzerinden araştırmacılarda bir ayrışıklığın olduğu anlaşılmakta (Kümbül-Güler, 2008: 65) ama sıklıkla da girişimcilik bağlamından hareketle olgunun tanımlanmaya çalışıldığı dikkat çekmektedir. Nitekim sosyal girişimcilik üzerine ilk tanım denemesinin de 1987 yılında Theobald tarafından risk ve yenilikçilik vurgusuyla yapılması (Kümbül-Güler, 2011: 82) bu noktada bir anlam taşımaktadır. Çünkü risk alma ve yenilik bileşenlerinin benzer şekilde 16. yüzyıl erken döneminde Fransız ordusunda köprü yapan ve girişimci olarak ifade edilen kişiler için de kullanıldığı görülmektedir (Tan vd., 2005: 355-356).

Girişimcilik ile sosyal girişimcilik arasındaki derin ilişkiyi kuran araştırmacılar ekonomik olanın sosyal olandan keskin ayrışıklıklar taşımadığını ve etkilerinin ayrışmasına rağmen faaliyetlerin bir bütünlük taşıdığını savunmaktadırlar (Ersen vd., 2010: 8; Kümbül-Güler, 2008: 65; Chell, 2007: 7). Buradan hareketle girişim faaliyetinin ticari faaliyet veya sosyal faaliyet şeklinde ayrıştırılamayacağı, yalnızca belli etkilerinin söz konusu ayrıma tabi tutulabileceği yaklaşımıyla da sosyal girişimciliğin girişimcilik üzerinden tanımlandığı görölmektedir. Bu anlamda iş oluşturma, yapıları kullanma (Thompson, 2002: 421), toplumsal uyumdaki tıkanıklıkları giderme (Denizalp, 2009: 7) sosyo-ekonomik gelişmeye katkı sağlama, fırsatları belirleyebilme, kararlı olma (Kümbül-Güler, 2008), yenilikçi olma ve fırsatları kovalama (Dees, 1998a: 4) gibi temel olarak girişimci bakış açısı (Kümbül-Güler, 2011: 84) doğrultusunda sosyal girişimciliğin girişimcilik prensip ve tekniklerini kullandığı (Smith ve Hunter, 2008: 97) savunulmaktadır. Sosyal girişimciliğin bu şekilde girişimcilik ile ilişkisi yönünden ele alınmasında sosyal girişimcilik teorisinin “babası” olarak görölen Gregory Dees'in (Bornstein ve Davis, 2010: 1) de güçlü bir etkisi olmuştur. Çünkü olguyu tanımlarken Dees, Jean-Baptiste Say'ın toplumların üretim kapasitesini artırıcı etkisi olduğu fikri ile Schumpeter'in insan ve kaynakların bir araya gelerek sorunlara katkı sağlayıcı etkisi bulunduğu düşüncesini içeren girişimcilik yaklaşımlarını bir araya getirmiştir.

Bunun yanında sosyal girişimcilik ile girişimcilik arasında anlamlı ortak noktalar olmakla birlikte önemli bir farklılık da bulunmaktadır. Temel olarak sosyal girişimciliği ayrışık kılan nokta, başında yer alan sosyal takısının ifade ettiği misyonu ve bununla birlikte gerçekleştirmek istediği amacıdır. Bu bağlamda sosyal girişimci, bir kişilik yapısı olarak girişimcilik niteliklerine sahip olmakla birlikte sahip olduğu sosyal sorumluluk duygusu ile girişimcilikten ayrışmaktadır (Denizalp, 2009: 7). Bu haliyle kavramsallaştırmada sosyal kelimesinin girişimciliği modifiye ettiği (Garcia, 2015: 97) savunulabilir. Çünkü temel amacı sosyal sorunlara çözüm sunmak olan sosyal girişimcilikte işletme misyonunda görölen zenginlik üretmek yerine değer üretmek önceliklidir (Kümbül-Güler, 2008: 65; Dees, 1998a: 3). Sosyal sorunun çözümü için değer üretme ise yeni bir mesele değil aksine eski bir tartışmadır ki sosyal girişimciliğin eskiden beri var olduğunu iddia eden söylem de buraya dayanmaktadır.

Sosyal girişimcilik iki farklı değer sistemi ve kültür çatışmasının mücadelesidir. Birincisi diğer insanın iyiliği önceleyen kadim hayırseverlik kültürü, ikincisi ise problem çözümünde beceri ve yararlı teknikleri içeren modern girişimcilik kültürüdür (Dees, 2012). Bu iki kültürün 5 temel farklılık üzerinden gerilimleri bulunmaktadır: doğal hayırseverlik ile nedensel sosyal dönüşüm, onur verici feda ile yetenekli uzmanlık ihtiyacı, karşılıksız vermek ile işletme gibi istihdam, acıyı hafifletmek ile sorunun nedenlerini çözmek, insanla ilgilenme ile insanı güçlendirme. Söz konusu gerilimler içinde sosyal girişimciliğin ürettiği değer, hayırseverlik faaliyetinin ürettiği değerden de işletmenin ürettiği değerden de ayrılmaktadır. Sosyal ifadesi iktisadi olmayan ürün biriktirme amacını, girişimcilik ifadesi ise hayırseverlikten ayrışık finansal yapısını temsil eden (Haugh, 2005: 3) sosyal girişimcilik, hayırseverlik faaliyeti ile ticari faaliyet arasında sosyal ve ekonomik temelli bütünleşik motivasyon içeren bir faaliyet (Dees, 1998b: 60) olarak işletmenin ruhu olan girişimcilik ile toplumun ruhu olan sivil erdemi (Henton vd., 1997: 151) birleştiren “melez” yapısıyla (Murphy ve Coombes, 2009: 329) piyasa ve devlet öğelerini bir araya getirmekte (Murphy ve Coombes, 2009: 327) ve bir anlamda kar amacı güden ile kar amacı gütmeyen girişimciler arasındaki sınırı ortadan kaldırmaktadır (Haugh, 2005: 3). Bu anlamda sosyal girişimcilik ruhunun hayırseverlik ile kar amacı gütmeyen sektör arasındaki geleneksel ilişkiyi girişimci hayırseverliğe (venture philanthropy) dönüştürdüğü söylenebilir (Defourny ve Nyssens, 2010).

Buraya kadar anlatılanlardan hareketle sosyal girişimciliğin herkes tarafından kabul edilen net bir tanımının olmadığı, ele alış biçimine göre değişkenlik arz ettiği ve tanım birlikteliğinin önünde ciddi engellerin bulunduğu görülmektedir. Ancak burada çalışmanın da ilerleyen bölümlerine temel referans noktası teşkil etmesi amacıyla sosyal girişimcilik olgusundan ne anlaşıldığını ve sosyal girişimcilik olgusuyla ne anlatılmak istendiğini ifade eden bir tanım ortaya koymak anlamlı olacaktır. Bu sebeple de sosyal girişimciliği kısaca, sosyal değer yaratmayı temel misyon etme yoluyla girişimcilik prensiplerini sosyal sorunların çözümünde kullanma biçimi olarak tanımlayabiliriz. Bu yaklaşım biçiminin toplumsal uyumda ortaya çıkan soruna özgün ve temel katkısı ise derinlikli ve sürdürülebilir çözümler sunma iddiasıdır.

1.2. Sosyal Girişimciliğın Unsurları

Sahip olduğu potansiyeli üzerinden zaman zaman bir “kurtarıcı” şeklinde lanse edilen sosyal girişimcilik üzerine dikkat çeken kuramsal yoksunluk, olgunun önündeki karmaşıklık engelinin aşılabilmesi için önemli bir zaaf olarak karşımızda durmaktadır. Kuramsal yoksunluğunun etkisiyle de literatürde kavramsal gelişmemişliğı görünür olan sosyal girişimciliğın sınırlarında var olan dağınıklık aynı doğrultuda unsur tartışmasında da görölmektedir. Bu bağlamda sosyal değer yaratma, fırsatları görebilme, yenilikçi olma, kaynak yaratma (Besler, 2010: 11), sosyal misyon, sosyal değışim, sosyal inovasyon (Aslan vd., 2012: 70), sosyal ağlardan yararlanma, sürdürülebilirliğı sağlama (Kılıç-Kırılmaz, 2014: 62), adaptasyon ve öğrenme (Garcia, 2015: 98) gibi uzayan ve zaman zaman da birbiriyle çelişen bir unsur listesine ulaşmak mümkündür.

Yapılan çalışmalarda unsur tartışmalarına sıklıkla yer verilmesi, sosyal girişimciliğın hala içeriğinin doldurulma çabası olarak okunabilir. Ancak bu çabaların karmaşıklığı azaltmak yerine artırıyor olması da unsur tartışmasına yaklaşımla ilgilidir. Burada ise anlamlı olanın tanımlayıcı unsurlara yer vermek olduğu düşüncesiyle tanımını temel alarak sosyal girişimciliğı unsurlarına ayırmak tercih edilmiştir. Bu noktada yukarıda tanım bölümünde de ele alındığı üzere sosyal girişimcilik, girişimcilik prensiplerini sosyal misyonla birleştirmekte ve ortaya koyduğu sosyal değerle toplumsal bir değışim gerçekleştirmektedir. İki temel unsuru bir araya getirerek sistem içinde bir dönüşüm gerçekleştirmesi beklenen sosyal girişimcinin üçüncü olarak da bu iki unsuru bir araya getirme sezi ve becerisine sahip olması gerekmektedir.

1.2.1. Girişimcilik Yetisi Bulundurma

Önemli farklılıklar taşımakla birlikte sosyal girişimcilik olgusu köken olarak sıklıkla girişimcilik teorileri bağlamında ele alına gelmiştir. Sürecin ilerlemesi ve olgunun gelişim seyrini tamamlamasıyla birlikte önemli ölçüde kendi alanını da kurmayı başaran sosyal girişimciliğı, temelde sosyal misyonu merkeze alan bir girişimcilik faaliyeti olarak görmek hatalı olmayacaktır. Bu anlamda iki temel

unsurundan olguya yön veren girişimcilik yetileri sosyal girişimciliğin sosyal yapıda başarılı bir dönüşüm gerçekleştirebilmesi için kritik önem taşımaktadır. Bu anlamda sosyal girişim eylemini gerçekleştiren sosyal girişimci liderin bir kısmını doğuştan taşıdığı bir kısmını ise daha sonra edindiği önemli yetenek ve yeterliliklerden bahsetmek gerekmektedir.

Sahip olması gerekli yetilerin başında yenilikçi fikirlere yönelimli olmanın (Bornstein, 2004) gelmesi sebebiyle zaman zaman özel sektör oyuncularını (Thompson, 2000) ve girişimcilik dünyasının bir parçası (Smith ve Hunter, 2008) şeklinde görülen sosyal girişimcilerin söz konusu yenilikçi vizyonunda yenilik sağlayıcı (Borins, 2000; Alvord vd. 2004) fırsatları da görebilme sezisi ve yakalayabilme becerisine sahip olması beklenmektedir (Besler, 2010: 12). Fırsatların yanında fırsatları harekete geçirecek kaynakları bulma ve ihtiyaç halinde kaynak yaratma becerisini de taşıması beklenen sosyal girişimci (Kılıç-Kırılmaz, 2014: 68) söz konusu sezgi ve becerilerini birleştirerek riski de göze alır (Brinckerhoff, 2000; King ve Robert, 1987) ve sosyal soruna yeni bir yaklaşım getirerek (Glancey ve McQuaid, 2000) inovasyon sağlar (Kılıç-Kırılmaz, 2014: 67). Sağladığı inovasyonla toplumsal uyumdaki tıkanıklıkları gidermeyi amaçlayan (Denizalp, 2009: 7) sosyal girişimci, sosyo-ekonomik gelişmeye katkı sağlarken başvuru noktası olarak girişimci bakış açısına (Kümbül-Güler, 2011: 84) yöntem olarak da girişimcilik prensiplerine ve tekniklerine (Smith ve Hunter, 2008: 97) başvurmaktadır.

Girişimcilik yetisine sahip olmasının gerekliliğiyle birlikte sosyal girişimci, “girişimci olunmaz doğulur” şeklinde girişimcilik üzerine olan geleneksel yaklaşımdan farklı olarak çevresel bağlama sıkışmamaktadır (Mort vd., 2003: 85). Çünkü fırsatları görebilme sezisi ve yaratıcılık becerisi yönüyle girişimcilikle benzeşen sosyal girişimcinin elinde, yenilik yaratma eyleminin yaygınlaşmasına yol açan “franchising” yöntemi bulunmaktadır. Franchising yöntemi, yeni fikri ortaya koyanın onayı alınarak uygulamasının genişletilmesini veya aynı fikrin farklı durumlara uygulanmasını ifade etmektedir. Nitekim bu yöntem sosyal girişimcilikte ortaya konulan fikir yaratmanın, yeni bir icat etme eylemi yerine tekrarlanabilir veya farklı bir duruma uygulanabilir

olduğuna işaret etmektedir (İçli ve Anıl, 2016: 42). Yeni bir fikir yaratmak veya franchising yöntemiyle mevcut fikri uygulamaya geçirmek yoluyla toplumsal gelişme sağlama noktasında gerekli girişimcilik yetilerine sahip olması beklenen sosyal girişimcinin söz konusu bağlamda farkını ortaya koyan ise sahip olduğu girişimcilik yetileri veya bununla birlikte kullandığı girişimcilik prensipleri değil bu yeti ve prensipleri harekete geçirmede taşıdığı sosyal içerikli özgün misyonudur.

1.2.2. Sosyal Misyon Taşıma

Sosyal girişimciliğin sembol isimlerinden olarak kabul edilen Bangladeşli iktisat profesörü Muhammed Yunus’a göre, günümüzde yaşanan sorunların çözümünde yetersiz kalınmasının bir sebebi kapitalizmin piyasa başarısızlıklarıyken daha büyük sebebi ise insanı tek boyutlu ele alan ve kapitalizmi çok dar tanımlayan kavramsal başarısızlığımızdır (Yunus, 2006: 39). Bu noktada karını maksimize etme güdüsü üzerinden tanımlanan insan tek boyutluluğa indirgenmekte ve dinsel, duygusal ve politik olarak çok boyutlu yapısını ihmal etmekteyiz. Bu noktada önemli bir tarihsel dönüşüm yaşanmakta ve daha önceleri işletmeler için kullanılan girişimcilik ve rekabetin 21. yüzyılın başında sosyal sektörde anlam kazandığı görülmekte ve bunu da sosyal girişimler sağlamaktadır (Drayton, 2006: 45).

Girişimcilik yeti ve sezgilerine sahip olan ve girişimcilik prensiplerini kullanarak değer yaratma peşinde olan sosyal girişimciyi özgün, etkili ve anlamlı kılan söz konusu araçları doğrultusunda kullandığı misyonudur. Bir kişilik yapısı olarak girişimci olmak kadar taşıdığı sosyal sorumluluk duygusuyla ayrışan sosyal girişimcilerin (Denizalp, 2009: 7), bu bağlamda topluma duyarlı tüzel kişi (Tan vd. 2005) ve sosyal sorunlara katalizör (VanSandt vd., 2009) oldukları, sosyal değer toplumsal fayda yaratma amacıyla eylemlerinin merkezine koydukları (Besler, 2010: 11) için de sosyal misyona sahip oldukları ifade edilmektedir (Kılıç-Kırılmaz, 2014: 63-64). Bu misyon ise temelinde ekonomik zenginlik üretmek olan işletme misyonundan ayrışmakta sosyal değer yüklü olmaktadır (Kümbül-Güler, 2008: 65; Dees, 1998a: 3).

Sosyal misyonunu eyleminin merkezine koyan sosyal girişimci ticari faaliyetlerin kar elde eden amacını da dışarıda bırakmaz, toplumsal faydanın yanında araçsallaştıracığı karı da elde etmeye bakar (Ersen vd., 2010: 9). Bu anlamda sosyal ve ekonomik misyonun ayrıştırılması zor görünmektedir, çünkü bu iki misyon iç içe bir ilişki halindedir. Farklı olan ise sosyal misyonun organizasyonun ifade edilen unsurları, hedefleri, değerleri ve kimliğini yapılandırıyor olmasıdır (Stevens vd., 2015: 1056).

İşletmelerin sosyal sorumluluk projeleriyle topluma faydalı işler üretmesi yeni bir durum değildir. Bu anlamda zaman zaman özel sektörün gönüllü sektöre yaklaştığı örnekler görülmüştür. Yeni olan durum ise sosyal girişimciliğin toplumsal sorunların çözümünde serbest piyasa temelli yöntemler benimseyerek gönüllü sektörü özel sektöre yakınlaştırması durumudur (İçli ve Anıl, 2016: 32). Bu anlamda özel sektör temsilcisi olarak girişimci karı ve paydaşların elde edeceği ekonomik zenginliği maksimize etmeyi temelde amaçlarken sosyal girişimcinin maksimize etmek istediği şey yarattığı sosyal değerle birlikte sosyal etkidir (Bornstein ve Davis, 2010: 30-31). Girişimcilik zaten bir değer yaratma peşindedir, sosyal girişimcinin sahip olduğu sosyal misyon ise bu anlamda değerın sosyal içerikli bir değer olmasını gerektirmektedir. Söz konusu sosyal değerin de beş niteliği bulunmaktadır: öznel, paydaşlarla paylaşımlı, yenilenebilir, ölçülmesi zor ve sosyal eylemle iç içe (Young, 2006: 57-58).

Sosyal misyonunun gereği olarak sosyal değer yaratan sosyal girişimci, değeri yakalamak yerine değerin tekrar üretilebilir olduğu bir süreci ifade ettiği vurgulayan Santos'u (2012: 339) destekleyen Agafonow ise bu anlamlı ayrımı yalnızca sosyal hedefi öne çıkaran sosyal girişimcinin yerine getirebileceğini vurgulamaktadır (2014: 709). Söz konusu eylem biçimi ise kendi içinde taşıdığı sosyal bilincin bir yansıması olarak ortaya çıkan sosyal girişimci, Olson'un rasyonel ve bencil birey davranışı yerine Putnam'ın vurguladığı gönüllü ve örgütlü birey davranışı bağlamında anlaşılabilir (Antoni, 2016: 28).

1.2.3. Sosyal Dönüşüm Gerçekleştirme

Girişimcilik yeti ve prensiplerini sosyal misyonuyla birleştiren sosyal girişimcilerin ortaya koydukları sosyal girişim eyleminin kabul görmesini olgunun üçüncü unsuru sağlamaktadır. Bu anlamda sosyal girişimcilik üzerine yapılan temel vurgunun da değişim üzerine (Bornstein, 2004; Alvord vd., 2004; Prabhu, 1998; Dees, 1998a; Waddock ve Post, 1991; King ve Robert, 1987; Theobald, 1987) olması anlamlıdır. Söz konusu değişim ise sistem içinde kalarak ama sistemi değiştirerek gerçekleştiği ve etkisi itibariyle geniş tabana yayılması beklendiği için sosyal dönüşüm şeklinde ifade etmek daha doğru bir kullanım olacaktır.

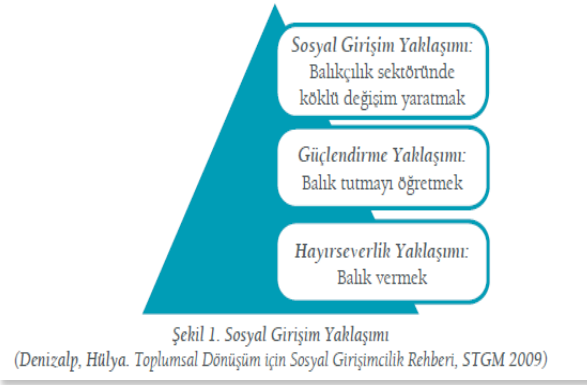
Girişimcilik yetilerinin kendi içinde girişimcilik prensiplerini, sosyal misyonun kendi içinde sosyal değer yaratmayı içermesi gibi sosyal dönüşüm unsuru da kendi içerisinde sosyal sorunu barındırmaktadır. Söz konusu sosyal sorunları azaltmak veya çözmek adına sosyal girişimciler değişim stratejileri üretir (Bloom ve Chatterji, 2009). Bu noktada bazen dönüşüm tamamlanır bazen de gelişme olarak sınırlı etkide kalır. Gelişmenin kendi içinde dönüşüme doğru ilerleme potansiyeli olacağından sosyal girişim eyleminin kapsamında ele alınması daha doğru olacaktır. Söz konusu sistemin kurulurken dışlananlar veya sistemin dışında bırakılanlar lehine reforme edilmesi ise sosyal girişimcinin ellerine kalmıştır (Martin ve Osberg, 2007).

Sosyal girişimcinin ortaya koyduğu yeniliğin sosyal inovasyon yerine sosyal dönüşüm şeklinde ifade edilmesi önem taşımaktadır. Çünkü Muhammed Yunus'un Bangladeş'te gerçekleştirdiği örnekten de anlaşılacağı üzere her sosyal değere ve ortaya konan her sosyal inovasyona sosyal girişim tanımlaması kullanmak olgunun potansiyelini ve anlamını daraltmak anlamı taşıyacaktı (Young, 2006: 70). Bu bağlamda sistem içinde kalınarak ortaya konan sosyal dönüşüm sosyal girişimciliğin etkisini kabul etmek için gereklidir. Bu noktada sosyal dönüşüm gerçekleştirme yolunda sosyal girişimciliğin karşılaşması kaçınılmaz olan on paradoks ve gerilim bulunmaktadır (Lynch ve Walls, 2009: 22-24). İşletmenin talepleri ile toplumların talepleri, eylemin biçimi ile işlevi, planlanan ile yapılan, finansal açıklık ile borç, iyi insan ile becerikli insan, algı ile gerçeklik, üretim ile artık, ölçü ile içgüdü, büyüme ile etki, toplum ile

işletme arasında gerilimler yaşaması kaçınılmaz olan sosyal girişimci bu bağlamda taşıdığı sosyal misyonu zaman zaman göz ardı edebilmektedir.

Sosyal dönüşümün gerçekleştirilmesinin yanında sosyal girişimcilik tartışmalarında en az dönüşüm kadar vurgulanan başka bir mesele de sürdürülebilirliktir (Besler, 2010: 15). Bunu da sahip olduğu kaynaklarla yetinmeyerek kaynak üretme yoluna gitmesi beklenen sosyal girişimcinin ilişki ağlarını ifade eden sosyal sermaye kaynağını harekete geçirmesinin gerekliliği savunulmaktadır (Kılıç-Kırılmaz, 2014: 68).

Bu anlamda Türkiye'nin sosyal girişimcilik temsilcisi Hülya Denizalp'in ifade ettiği üzere balık vermek veya balık tutmayı öğretmekle yetinmeyen sosyal girişimciler balık endüstrisinde bir devrim yaratmanın peşindedirler (Denizalp, 2009: 7).



Bu dönüşümde kapitalizme karşı olmak yerine onun sunduğu serbest piyasa mekanizmasını hükümetler ve sosyal sorumluluk programlarından arta kalan boşlukları doldurma amacıyla kullanan sosyal girişimcilerin (Gonçalves, 2015: 1605, King ve Robert, 1987: 315) sosyal sektörde değişim aktörleri olma rollerini şu 5 aşamada gerçekleştirdikleri görülmektedir:

- “Sosyal değer yaratma ve sürdürme misyonunu edinme
- Yeni fırsatları tanıma ve takip etme
- Yenilik, uyum ve öğrenme sürecini sürdürme
- Elindeki kaynakları sınırsız gibi hareket etme
- Yenilik, uyum ve öğrenme sürecini sürdürme” (Garcia, 2015: 98)

1.3. Sosyal Girişimciliğın Gelişimi

Son 10 yılda yükselen bir mesele olarak sosyal girişimciliğın (Quarter vd., 2014) insani ve sosyal kalkınma konusunda sahip olduğu düşünölen potansiyelinden büyük bir farklılık oluşturacağına yönelik olan inanca ve beklentiye (Alvord vd., 2004: 280; Dees, 1998a: 6) geliş süreci bir anlamda sosyal girişimciliğın gelişimsel seyriyle doğrudan ilişkilidir. Bu gelişim seyri ise olgunun kazandığı konumu aydınlatması yönüyle kavramsal çerçevesini ifade etme noktasında ortaya çıkışı ve anlamı kadar önem taşımaktadır. Bu bağlamda sosyal girişimciliğın gelişiminde tarihsel olarak iki noktanın önemli olduğu görölmektedir. Birincisi olguya alan açılması ikincisi ise olguya ilginin hızlı yükselişi.

Sosyal girişimcilik olgusunun gelişimi öncelikli olarak sahip olunan alan farklılığı sebebiyle değışkenlik taşımaktadır. Bu anlamda sosyal girişimciliğın uygulama ve akademi olarak iki farklı alanının bulunduğu söylenebilir (Besler, 2010: 3). Uygulama alanında daha önce de ifade edildiğı üzere sosyal girişimcilerin toplumsal sorunlara derinlikli ve sürdürülebilir çözümler sunan aktörler olarak yüz yıllardır var oldukları kabul edilmektedir (Alvord, 2004: 261; Özdevecioğlu ve Cingöz, 2009: 92; Denizalp, 2009:7). Her ne kadar ilk olarak yönetim becerilerinin sosyal sorunlarla ilişkilendirilerek işletme bağlamında ele alınma çabası 1972’de Joseph Banks tarafından gerçekleştirilse de (El Ebrashi, 2013: 188) söz konusu eylem biçimine sosyal girişim şeklinde bir tanımlamayı 1980 yılında Ashoka kuruluşuyla Amerikalı William Drayton getirmiştir (Denizalp, 2009: 7). Dayton’ın sosyal değışim oluşturma bağlamında ortaya koyduğu bu çabası, özel sektörün temsili olan işletmenin sivil toplum sektörüne uygulanarak kar amacı güden ve kar amacı gütmeyen faaliyetler arasında bir köprü kurma olarak okunmalıdır (Shapiro, 2013: 5). Drayton bu köprü kurma çabasını öncelikle 1980’lerin başında Hindistan’da ve ardından Endonezya ile Brezilya üzerine yaptığı gözlemlerine dayandırmaktadır (Bornstein ve Davis, 2010: 19). Uygulama alanında sahip olduğu etkiye rağmen diğertaraftan akademi alanında ise sosyal girişimciliğın henüz gelişim aşamasında olduğu, bu sebeple de tutarlı ve güçlü bir teorik çerçevenin ötesinde henüz ortak kabul almış bir kavramsal dayanaktan yoksun olduğu görölmektedir (Besler, 2010: 3).

Tarihsel gelişim seyrinde ilk olarak 1980'lerin başı sosyal girişimciliğin hem kavramsallaştırılması noktasında hem de bir alana kavuşması noktasında önem taşımaktadır. Çünkü bu dönemde refah devleti tartışmalarında da sıklıkla görüldüğü üzere küreselleşmenin etkisiyle birlikte sektörler arası sınırlar bulanık hale gelmiştir (Besler, 2010: 3; Dees, 1998a: 3). Küreselleşmenin söz konusu etkisi, özellikle iktidarın bürokrasinin yanında özel sektör ve sivil toplum olarak üç sandalyeli bir yapıya dönüştürülmesine yol açan yönetim modelinde görünür olmaktadır (Arpacı ve Karakılçık, 2009: 17). Bu bağlamda söz konusu bulanıklık içinde bir “şemsiye” fonksiyonu görececek olan sosyal girişimciliğe (Besler, 2010: 3) ve merkezi yapıdan kopuşla artan ademi merkezi yapı da sosyal girişimci liderlere bir fırsat sunmuştur (Henton vd., 1997: 154). Bu anlamıyla sosyal girişimcilik sosyal politika alanının devlet dışı mekanizmalarca yürütülmesinin bir başka şeklini ifade etmektedir (Tireli, 2009: 95). Söz konusu küreselleşme gelişmelerinde görülen ekonominin liberalleşmesi ve demografik değişimler neticesinde ortaya çıkan küresel zengin farklılığın dışında 3 ana faktörün daha konuşulması gerekmektedir (Zahra vd., 2008: 118-119). Bu anlamda yaşanan kurumsal ve bürokratik devlet başarısızlıklarının karşısında artan teknolojik gelişmeler de çağdaş sosyal sorumluluk hareketlerinin sosyal sorunlar üzerinde küresel bir farkındalık oluşturmaya katkı sunmuştur. Yaşanan bu gelişmeler sosyal sorunlarla mücadele aktörleri üzerinden de görünür olmayı başarmıştır.

20. yüzyılda dünya ekonomisi bölgesel krizlerin yanında iki küresel kriz yaşamıştır. 1929'da yaşanan ilk krizde devletlerin piyasaya olan kontrol artışıyla kriz aşılmaya çalışılırken 1970'lerin ortasında yaşanan yeni krizle birlikte devletin ekonomi alanı üzerindeki yetkilerinin azaltılması yönünde güçlü itirazlar yükselmiş ve refah devleti modelini sorgulanır bir konuma itmiştir (Dayar vd., 2009: 69). Refah devletinde 1980'lerde ortaya çıkan finansal sorunlar ve organizasyon zorlukları ekonominin gelişimini zayıflatmasının yanında işsizliğin artışı gibi önemli yapısal değişikliklere yol açmış ve güçlü merkezi yapıdan uzaklaşma tartışmalarını beraberinde getirmiştir (Haugh, 2005: 5). Bu çevresel konjonktürün, hükümetlerin oluşturduğu politikaların boşluklarını dolduran hayırsever faaliyetler ve kar amacı gütmeyen kuruluşları da ticari ilişki ve rekabetçi ortama ittiği görülmüştür (Mort vd.,

2003: 77). Nitekim refah devletinin düşüşüyle toplumsal meşruiyetini artıran girişimciler ve iş adamları 1970'lerden başlayarak sosyal yaşamda giderek daha çok görünürlük kazanmaya başlamıştır (Buğra, 2008: 25). Ayrıca teknolojik gelişmelerle ilişkili olarak bilginin erişebilirliği ve hareketliliğinde görülen yükselişin de hükümet dışı organizasyonların rolünü güçlendirdiği görülmüştür (Akanda, 2009: 196). Bu bağlamda daha önceleri bir kölelik sistemi olarak görülen iş dünyasının yeni bir aktör olarak kabul gördüğü yeni bir iş ruhunun (zeitgeist) daha geniş bir alana yayılmaya başlamıştır (Ryan, 1999: 130-131). Söz konusu yeni iş ruhunu sivil organizasyona taşıyan sosyal girişimciliğin alan bulmasında bu ekonomi-politik konjonktürün yanında bilgi ve teknoloji alanında yaşanan büyük dönüşümün de etkisi görünür olmuştur (Stecker, 2014: 351). Ancak bunun yanında sosyal girişimciliğin yükselişi gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerde farklı görünümde olmuştur (Robinson, 2006: 96). Gelişmiş ülkelerde refah devletinin düşüşünün doğrudan bir etkisinden bahsetmek mümkünken gelişmekte olan ülkelerde sosyal girişimciliğin kamu, özel ve sivil sektör ile birliktelik halinde geliştiği dikkat çekmektedir. Bu anlamda gelişmekte olan ülkelerde bir alternatif olmak yerine daha çok bir tamamlayıcı olarak etkin olduğu söylenebilir (Özdevecioğlu ve Cingöz, 2009: 82).

Sosyal girişimcilik olgusuna yüklenen anlamla birlikte ikinci olarak tarihsel çizgisinde bir ilgi artışının olduğu dikkat çekmektedir. Kalkınma tartışmalarında gelişmenin kısa vadeli motoru olarak ifade edilen girişimciliğin aksine pozitif ve sistematik bir değişimin uzun süreli motoru şeklinde lanse edilen (Neck vd., 2009: 18) sosyal girişimcilik üzerine kapitalizmin fedakar formu (Tan vd., 2005: 353) veya küçük grupların çıkarını önceleyen sistemin reforme edici gücü (Vansandt d., 2009: 420) şeklinde büyük beklentilerin yüklenmiş olduğu anlaşılmaktadır. Bunun arkasındaki sebebin ise olgunun üzerinde görülen ilgi artışı olduğu söylenebilir. Söz konusu ilgi artışının sebebi ise 2006 yılında Grameen Bank Modeliyle Muhammed Yunus'a, 2009 yılında ise küçük topluluklar üzerine çalışmasıyla Elinor Ostrom'a Nobel Barış Ödülünün verilmesinin etkili olduğu görülmektedir (Gonçalves vd., 2015: 1587). Bu ödüller ile sosyal girişimcilik olgusu medyada, üniversitede ve sosyal organizasyonlarda ilgi odağı haline geldiği söylenebilir (Martin ve Osberg, 2007: 30). Ayrıca 2008 küresel ekonomik krizi de yeniden yoksulluk ve çevresel değişim gibi

inatçı sosyal sorunlarla mücadelede girişimcilerin sosyal amaçlarla birleşik olduğu organizasyonlara dikkat çeken tartışmaları güçlendirmiştir (Doherty vd., 2014: 417).

1.4. Sosyal Girişimciliğin Modelleri

Sosyal girişimcilik hareketi toplumsal uyumda ortaya çıkan tıkanıklıkları giderme amacıyla sistemsal bir dönüşümü ifade eder, harekete kalkış noktası ise yerel dinamiklerdir. Bu anlamda sosyal girişimciliğin birden fazla modeline literatürde rastlamak mümkündür. Özellikle 1990'lı yıllardan beri uluslararası bir seviyeye gelen sosyal girişimcilik nosyonunun farklı kurumsal ve yasal bağlamlarla çeşitli formlar aldığı görülmektedir. Bu anlamda Defourny ve Nyssens (2010: 33) çalışmalarında sosyal girişimciliğin farklı okullara sahip olduğunu vurgulamışlar ve özellikle Amerika ile Avrupa'nın sosyal girişimciliğe bakışında önemli bir ayrışmanın bulunduğu dikkat çekmişlerdir.

Amerika'da sosyal girişimcilik üzerine sosyal inovasyon ve sosyal girişim şeklinde iki okulun öne çıktığı görülmektedir. Sosyal inovasyon okulu sosyal girişimciye bireysel olarak odaklanır ve onun sosyal misyonu sürdüren karakteristiğine daha çok vurgu yaparken, sosyal girişim okulu ise daha çok sosyal amaç doğrultusunda piyasa yönelimli aktivitelerde bulunan yasal organizasyonlara odaklanarak sosyal değer yaratmaya vurgu yaptığı söylenebilir. Bunun yanında üçüncü bir okul olarak ifade edilebilecek olan Avrupa geleneği yaklaşımı ise daha çok sosyal girişimciliğin yasal çerçevesine odaklanmaktadır (Bacq ve Janssen, 2011: 389). Bu üçüncü okul kapsamında çalışma üreten EMES, Avrupadaki sosyal girişim modelinin üçüncü sektörde görülen yeni girişim formlarıyla ilişkisi kurularak üretildiğini ortaya koymaktadır. Örneğin sosyal girişimcilik İtalya'da sosyal kooperatifler, Belçika'da sosyal amaçlı şirketler, Portekiz'de sosyal dayanışma kooperatifleri ve Fransa'da ortak çıkar kooperatiflerine dayanmaktadır (Petrella ve Battesti, 2016: 234).

Bu okul farklılıklarıyla ilişkili olarak bölgelerin sahip olduğu dinamikleri de içeren farklı sosyal girişimcilik modellerinin öne çıktığı görülmektedir. Bu bağlamda yerel dinamikleri harekete geçirerek sosyal etki sağlamayı amaçlayan sosyal girişimlerin her ne kadar ortaya çıkışları işsizlik sorunu ve merkezi yönetimlerin kendilerini

geri çekmeleriyle belli benzerlikler taşısalar da temel olarak Amerika, Batı Avrupa, Doğu-Merkez Avrupa, Arjantin, Zimbabve/Zambiya, Güneydoğu Asya ve Japonya olarak 7 bölgenin sosyal girişimcilik karakteristiğinden bahsedilebilir (Kerlin, 2009: 185-186). Söz konusu farklılıkları ortaya çıkaran değişkenler de ürün vurgusu, program alanı, ortak organizasyon tipi, yasal çerçeve, toplumsal sektör ve strateji geliştirme üssü olarak 6 değişken sıralanabilir (Kerlin, 2009: 187).

Tablo 1: Sosyal Girişimlerin Kapsamlı Karşılaştırması (Kerlin, 2009: 187)							
	Amerika	Batı Avrupa	Japonya	Doğu-Merkez Avrupa	Arjantin	Zimbabve/Zambiya	Güneydoğu Asya
Ürün Vurgusu	Sürdürülebilir	Sosyal Fayda	Sosyal/Ekonomik Fayda	Sosyal Fayda	Sosyal/Ekonomik Fayda	Sürdürülebilir	Sürdürülebilir Gelişim
Program Alanı	Tüm Kar Amacı Gütmeyen Eylemler	İnsani Hizmet/İstihdam	Hizmet/İstihdam	İnsani Hizmet/İstihdam	İnsani Hizmet/İstihdam	İstihdam	İstihdam/Hizmetler
Organizasyon Tipi	Kar Amacı Gütmeyen Şirket	Dernek/Kooperatif	Kar Amacı Gütmeyen Şirket	Dernek/Kooperatif	Kooperatif/Karşılıklı Fayda	Mikrokredi Kuruluşu/Küçük Girişim	Küçük Girişim/Kooperatif
Yasal Çerçeve	Müzakerede	Gelişiyor	Dikkate Alınmamış	Gelişiyor	Dikkate Alınmamış	Dikkate Alınmamış	Dikkate Alınmamış
Sektör	Piyasa Ekonomisi	Sosyal Ekonomi	Piyasa Ekonomisi	Sosyal Ekonomi	Sosyal Ekonomi	Piyasa Ekonomisi	Piyasa Ekonomisi
Strateji Geliştirme Üssü	Kurumlar	Hükümet/AB	Hükümet	Uluslararası Bağışlar/AB	Sivil Toplum	Uluslararası Bağışlar	Karışık

Tablodan da anlaşılacağı üzere istihdam bütün modellerde program alanı olarak görülmüş, organizasyon tipleri de sahip olunan yasal çerçeve bağlamında farklılık

göstererek bir dağınıklık oluşturmaktadır. Sosyal girişimin yasal çerçeveye henüz ulaşmamış olmasının etkili olduğu bu durum Amerika ve Avrupa’da gelişmekte olan yasallıkla birlikte aşılabacağı şeklinde okunabilir. Amerika’nın sosyal girişim modeli daha kapsayıcı bir nitelik göstermekte ve kar amacı gütmeyen şirket olarak organizasyonu kabul ederken tüm kar amacı gütmeyen eylemleri ise sosyal girişim şeklinde tanımlamaktadır. Batı Avrupa ile Doğu-Merkez Avrupa arasındaki tek fark ise Batı Avrupa’da strateji geliştirme üssü olarak AB’nin yanında hükümetlere yer verilirken Doğu-Merkez Avrupa’da hükümet dışarıda tutulmaktadır. Japonya’yı Güneydoğu Asya modelinden ayıran temel farkının ise Güneydoğu Asya modelinde karışık üssün sonucu olarak karışık bir organizasyon tipinin karşısında Japonya’da hükümet doğrudan üs olarak kabul görmekte ve sosyal girişimler kar amacı gütmeyen organizasyon tipinde kabul edilmektedir. Zimbabve/Zambiya modelinde ise özgün olarak yer alan mikrokredi vurgusuyla birlikte strateji geliştirme üssü olarak uluslararası bağışların kabul görmesi sömürge ilişkisi ekseninde bir sosyal girişim modelinin üretildiğini düşündürmektedir. Daha yerinde bir değerlendirme yapabilmek içinse modelin ortaya koyduğu sonuçlara bakmak daha anlamlı olacaktır.

Söz konusu modellemenin yanında diğer taraftan sadece kıtalar arası farklılıklardan bahsetmek yeterli olmayacaktır. Çünkü ülkeler arasında veya ülkenin bölgeleri arasında da sosyal girişim farklılıklarının olduğu görülmektedir. Bu anlamda Avrupa’da Fransa, Romanya, İrlanda, İskoçya, İngiltere, İtalya ve İsveç modellerinden Amerika’da ise Kanada’nın Atlantik Kanada, Quebec, Ontario, Batı Kanada ve Kuzey bölgeleri arasında bir model farklılığından bahsetmek mümkündür. Ülkeler arası farklılığın ortaya çıkmasında etkili olan sebepler ise refah sisteminin biçimi, rekabetin derecesi ve sivil toplumun oynadığı roldür (Borzaga vd., 2016: 13).

İtalya ve İsveç örnekleri Uzakdoğu modeli Japonya ile benzerlik göstermekte ve daha güçlü bir sosyal birlikteliğe geçiş sağlayacak olan bir dayanışma biçimini almaktadır. Nitekim tarihsel köken olarak incelendiğinde sosyal girişimciliğin Japonya’ya da Avrupa ve Amerikan ithal edildiği kabul edilir (Hu vd., 2014). Bu üç ülkede okul öncesi çocuğun eğitimi ve yaşlılara hizmet sunumları örneklerinde görül-

düğü üzere sosyal girişimcilik kamu hizmetlerinin boşluklarını doldurma işlevini yerine getirmektedir (Borzaga vd. 2016: 202). Fransa, İrlanda, Romanya, İskoçya ve İngiltere ülkelerinde ise genel taleplerin yönü ve kar amacı gütmeyen kuruluşların yasal dayanakların farklılığıyla ayrışıklıklar olduğu görülmektedir ve eşsiz yapıları sebebiyle dört ayrı model olarak değerlendirilmelidir (Borzaga vd. 2016: 14). İrlanda’da daha çok kamu söyleminin bir parçası olduğu görülen sosyal girişimciliğin dezavantajlı gruplara yönelik istihdam hizmeti sunma şeklinde anlaşıldığı görülmektedir (O’Shaughnessy ve O’Hara, 2016: 223). İrlanda’da sosyal girişimciliğin bu bağlamıyla ayrıca kırsal kalkınmada ve sosyal izolasyonun azaltılmasında etkin rol aldığı anlaşılmaktadır. Fransa’da ise işsizlerin ve iş hayatına girmesi zor görünenlerin kamuda istihdam edilme politikasının yaygınlığına rağmen sosyal girişimciliğin iş entegrasyonu üzerinde yüksek seviyede etkin olduğu anlaşılmaktadır. Romanya’da ise sosyal girişimciler kanun koyucuların gözlerinden kaçan ve Avrupa Birliği kanunlarında görmezden gelinen sosyal ve kültürel faaliyetler, sağlık ve serbest zaman faaliyetlerini içeren karşılıklı güvence şirketi işlevindedir (Borzaga, 2016: 203). İngiltere ve İskoçya’da ise sahip olunan tarihsel ve coğrafi birlikteliğin de etkisiyle kurumsallık, kaynak ayırma ve kamusal destek sağlama noktalarında önemli benzerlikler taşımakta ama sadece belli alt meselelerde ayrışmaktadır (Hazenbergh vd., 2016: 217). Bu anlamda İskoçya’da sosyal ve kolektif gündemlere odaklanan toplum girişimcileri görülürken İngiltere’de daha çok bireysel ve ekonomik gündemlere odaklanan sosyal işletmelerin olduğu görülmektedir, söz konusu farklılık ise bölgesel birlikteliğin karşısında kültürel ayrışıklıktan kaynaklanmaktadır.

Kanada’nın kolonileşme tarihi kültürel ve yasal bir çeşitlilik ortaya çıkarmıştır. Kanada’da sosyal girişimciliği anlamak için de söz konusu farklılık çerçevesinde bölgelere ayrıştırarak bir okuma yapmak gerekmektedir. Bu anlamda Quebec’te sosyal girişimcilik yerine sosyal hareket ve sosyal gruplar üzerine daha etkili olduğu düşünülen sosyal ekonomi kavramsallaştırılmasının tercih edildiği görülmektedir. Atlantik Kanada’da her ne kadar bir uzlaşma görülmesi de sosyal girişimcilerin pratikte ve kanun koyuculukta sağlayacağı gelişim üzerine güçlü bir mekan ve tarih sezgisi bulunmaktadır. Kanada’nın tarihsel ve finansal merkezi olan Ontario’da da bu rolünün etkisiyle

girişimciliğin eşitlik sağlayıcı yönüne vurgu yapılmakta ama sosyal organizasyon tarafına ilgi duyulmamaktadır. Ontario gibi Kanada tarihinde önemli bir yeri olan Batı Kanada’da da devletten bağımsız olarak görülen sosyal girişimciler problemlere yönelik yenilik getiren sosyal hizmet ulaştırıcı olarak kabul görmektedir. Son olarak da yerli topluluklarında sosyal girişimcilerin yoksulluk, dışlanma veya demografik değişimler yerine kalkınmayla ilgili bir mesele olduğuna vurgu yapılmaktadır (McMurtry ve Brouar, 2015: 8).

Bugün geline nokta sosyal girişimciliğin Kuzey Amerika’dan Rusya’ya, Birleşik Krallık’tan Hindistan’a pek çok bölgede ülkelerin sahip oldukları kültürel, ekonomik ve politik şartlara uyumlu şekilde modeller ürettiği görülmektedir (Ersen vd., 2010: 11). Birleşik Krallık’ta daha çok yüksek istihdam oluşturma, Hindistan’da daha çok yerel kalkınmayı tetikleyen ve dezavantajlı konumunda olan birey ve grupları güçlendirme, Kuzey Amerika’da daha çok ulusal ve uluslararası düzeyde sosyal girişimlere uygun ortam ve altyapı oluşturma, Afrika’da kalkınma ve demokratikleşme yönünde bir kaldıraç işlevi görme şeklinde katkılarının bulunduğu görülmektedir (Ersen vd., 2010: 11-12). Avrupa Birliğinde de sosyal girişimciliğin çeşitli modelleri bazen tüzel kişiliği ile bazen gönüllülük ile kuruluş aşamaları farklı olan ama çalışma ve istihdam, kişilere yönelik sosyal hizmetler ve dezavantajlı bölgelerin yerel kalkınması şeklinde ortak konular üzerine faaliyetler geręekleřtirdikleri görülmektedir. Sosyal girişimciliğin özellikle istihdam üzerine katkıları çok güçlüdür ki Avrupa Birliği ülkelerinde 160 binden fazla şirketle 5.4 milyon, dünya genelinde ise 1 milyon şirketle 100 milyon kişiye istihdam sağlamıştır (Sönmez vd., 2016: 113).

1.5. Sosyal Girişimcilik Örnekleri

Sosyal girişimcilik olgusu üzerine akademi alanını temsil eden literatürde her ne kadar bir uzlaşıdan uzaklık görünse de uygulama alanında özellikle olguya sahip olduğunun ötesinde “kurtarıcı” bir rol yüklenerek sosyal girişimcilik parlak bir görünüm arz etmektedir. Uygulama alanındaki bu riski göz önünde bulundurularak sosyal girişimcilik üzerine yazında tartışılan örnekliliklerin sunulması ise akademi alanının gelişmesi noktasında olgu üzerine bir mutabakat oluşturması beklenen kuramsal çalışmaların eksikliğini telafi ederek kaynaklık edeceği düşünülebilir. Buradan hareketle

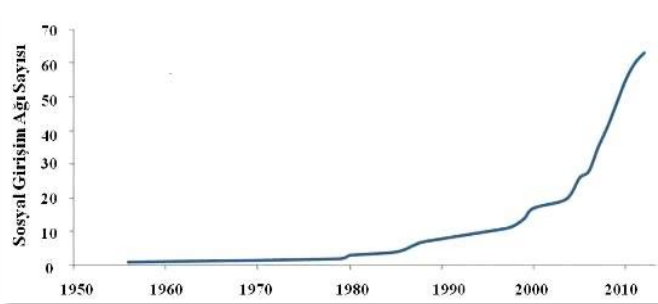
de hepsine ulaşmak ve hepsini açıklamak gibi bir iddiası olmayan bu başlıkta belli başlı öne çıkmış ve alanda başarısını kabul ettirmiş örnekler ele alınacaktır.

Sosyal girişimcilik örneklerini ele alınırken göz önünde bulundurulması gereken mesele daha sonra detaylı şekilde ifade edileceği üzere olgunun üç farklı boyutunun bulunmasıdır. İlk boyut eylemin kendisini ifade eden sosyal girişimi, ikinci boyut eylemin gerçekleştirici aktörünü tanımlayan sosyal girişimciyi ve üçüncü boyut ise sosyal girişimcilik şeklinde olgunun kendisini ifade etmektedir. Buradan hareketle de sosyal girişimci aktörler ve sosyal girişimci organizasyonların yanında sosyal girişimciler arasında belli ağ ilişkileri kuran destekleyici yapılar öne çıkmaktadır.

1.5.1. Dünyada Sosyal Girişimcilik

Önümüzdeki 10 yılda büyük atılımlar yapacağı ve yaklaşık olarak 500 milyar dolarlık çevresel ve sosyal etkilerinin bulunacağı beklenen (Sönmez vd., 2016: 112) sosyal girişimciliğin 21. yüzyılın başında kazandığı ilgiyi dünya genelinde artırarak sürdürdüğü görünür olmuştur. Bunun en somut göstergesi olarak sosyal girişim ağlarında ortaya çıkan artış gösterilebilir. Özellikle aşağıdaki tabloda görüldüğü üzere 2000 sonrası sıçrama gösteren sosyal girişim ağının Avrupa’da %25’lik payla başı çeken kıtayı %16’lık payla uluslararası ağlar takip etmekte, ardından da %12’lik payla Asya ve %4’erlik paylarla Afrika ve Kuzey Amerika gelmektedir (Sönmez vd., 2016: 112).

Şekil 2: Sosyal Girişim Ağ Sayısı (Sönmez vd., 2016: 112)



Bu bağlamda sosyal girişimcileri belli ağ ilişkileri ile bir araya getiren ve kendilerine çeşitli sermaye ve rehberlik desteklerinde bulunan belli başlı vakıflar öne çıkmaktadır. Bu vakıflar içinde en popüler olanı ASHOKA Vakfının Türkiye temsilcisi

olan Hülya DENİZALP (2009), dünyada temel olarak ele alınabilecek öne çıkan sosyal girişimci vakıfları ve sosyal girişimcileri de şu şekilde sıralamaktadır:

“ASHOKA VAKFI, Schwab Vakfı (www.schwabfound.org), Institute for Social Entrepreneurs (www.socialent.org), Skoll Vakfı (www.skollfoundation.org), Acumen Vakfı (www.acumenfund.org) ve İrlanda Vakfı (www.irlsfund.org)” (Denizalp, 2009: 12)

“Fazle Abed / Bangladeş, Peter Eigen / Almanya, Oded Grajew / Brezilya, Alice Tepper Marlin / ABD, Jerrold Billimoria / Hindistan, Dener Giovanini / Brezilya, J.B. Schramm / ABD, Petra Vitousova / Çek Cumhuriyeti, Veronica Khosa / Güney Afrika, Tomasz SADOWSKI / Polonya, Rogelio PADILLA / Meksika” (s:19-22).

Daha güncel başka bir çalışmada da dünyada şu 10 sosyal girişimcinin öne çıktığı savunulmaktadır: (Sönmez vd., 2016: 110 - 111)

Tablo 2: Dünya'nın En Ünlü On Sosyal Girişimcisi ve Sosyal Girişimi (Sönmez vd., 2016: 111)			
Sosyal Girişimci	Sosyal Girişim	Girişim Konusu	Gelişimi
Bill Drayton	Ashoka	Dünya'daki sosyal girişimcilere yardım etmek	73 ülkede 2,145'ün üzerinde sponsor ile bir uluslararası kuruluş.
Muhammed Yunus	Grameen Bank	Mikro finans ve sosyal kapitalizmi geliştirmek	1983 yılından bu yana 10 milyon doların üzerinde net kar ve 2006 Nobel Ödülü
Black Mycoskie	TOMS	İhtiyacı olan çocuklara 1 çift ayakkabı	2011 yılında 1 gözlük olarak kampanya genişlemiştir.
Scott Harrison	Charity: Water	Temiz su sağlamak	2011 yılında %100 büyümeye sağladı 17 ülkeye ulaşmıştır. Forbes En İyi 30 Sosyal Girişimci Listesi
Jefferey Hollender	Seventh Generation	Temizlik, kağıt ve kişisel bakım	1998 yılından bu yana çalışan girişim 2010 yılında 150 milyon doların üzerinde gelir elde etmiştir.
Xavier Helgesen, Chris Fuchs, Jeff Kurtzman	Better World Books	Her kitabın değerini maksimize etmek ve Dünya çapında okur yazarlığı teşvik etmek	2002 yılından bu okur yazarlık fonu yaklaşık 12.1 milyon dolara, işlem sayısı 84 milyon adede ulaştı

Tablo 2: Dünya'nın En Ünlü On Sosyal Girişimcisi ve Sosyal Girişimi (Sönmez vd., 2016: 111)			
Sosyal Girişimci	Sosyal Girişim	Girişim Konusu	Gelişimi
Akhtar Hameed Khan	Comilla Cooperative Project; Orangi Pilot Project	Yerel alt yapı çalışmaları için mikro finans; Sağlık, sağlık önlemleri ve konut için mikro finans	Pakistan ve Karachi'de çalışmalar ve destekler devam etmektedir.
Ibrahim Abouleish	SEKEM Development Foundation	Biodinamik tarım, özel çay, ürün ve organik pamuk üretimi	1977'den beri çalışmalara devam etmekte ve farklı ihracat ülkelere yapmaktadır.
Willie Smits	Borneo Orangutan Survival Foundation	Öksüz ve tehlikedeki maymunların korunması ve sürdürülebilir tarım yöntemleri, ağaçlandırma	1989'dan bu yana çalışmalara devam etmekte, Ashoka'nın da sponsorlarındandır.
Bunker Roy	Barefoot College	Okuma yazma bilmeyen kadınlara evlerinde doktor, mühendis veya mimar gibi güneş enerjisi ve su kullanımı ile ilgili işlemler yapabilmeyi öğretmek	1989 yılından bu yana Asya ve Afrika'da 450,000 kadına eğitimler vermiş ve vermeye devam etmektedir.

Bu sosyal girişim örneklerinin dışında literatürde sıklıkla geçen şu organizasyonların da dünyada sosyal girişimcilik örneği olarak kabul gördüğü görülmektedir: Six-S, ACCION International, Gren Belt Hareketi, BRAC, SEWA, FRC Group, Delancey Street Foundation, Highlander Araştırma ve Eğitim Merkezi, Acta Vista, Godwill Industries, Aravind Göz Hastanesi, Plan Puebla ve Felcra. Bu örneklikler içinde özellikle Bangladeş'te Grameen Bank, Hindistan'da Aravind Eye Hospital ve Mısır'da Sekem literatürde sıklıkla işlenen sosyal girişimin üç başarılı örneğidir (Mair ve Marti, 2006: 38). Bu şekilde dünya genelinde kabul gören sosyal girişim örneklerini artırmak ve listeyi uzatmak mümkün görünmektedir. Diğer taraftan söz konusu örneklerin bir örneklik teşkil etmenin ötesinde bir modellik içerdiği ve yer aldıkları ülkelerin sosyal, ekonomik ve bürokratik yapılarıyla biçimlendiği görülmektedir. Nitekim sosyal girişimciliğin küresel ölçekte bir sosyal hareket olmasının yanında bölgelerin dinamiklerini harekete geçirerek eylem üretmesi bu bağlamda bir farklılık ortaya koymaktadır.

1.5.2. Türkiye’de Sosyal Girişimcilik

Tarihsel olarak Türkiye’de sosyal girişimcilik kavramının kullanılması görece yeni olsa da ülkenin kuruluş sürecinde tarihsel köken olarak olgunun anımsanması mümkündür. Nitekim Finlandiya’nın zor şartlardan yüksek dayanışma mücadelesiyle kurtulmasını Grigory Petrov’un (1923) kaleme aldığı aldığı Beyaz Zambaklar Ülkesinde adlı eser Atatürk tarafından ilgiyle karşılanmış ve sosyal girişimciliğin bir örnekliliği olarak sunulabilecek bu çalışmanın askeri okulların müfredatlarına yerleştirilmesi yönünde talebi olmuştur. Tarihsel kökenini görmekle birlikte kavramsal olarak olgunun ülkeye gelişi 20 yıl gecikmeli olmuştur ve gelişim noktasında hala aynı yavaşlığı sürdürmektedir. Türkiye’de özellikle şirket olduğu için hibe ve desteklerden mahrum kalarak ekonomik anlamda zayıf kalan sosyal girişimcilik bunun yanında toplumda şirket olması sebebiyle dernek ve vakıfa olan pozitif algıyı alamadığı için de toplumsal gelişimini ülkeye taşıyamamıştır (İçli ve Anıl, 2016: 5). Buna rağmen henüz literatürde bir uzlaşmayı yakalayamamış da olsa olgunun girişimcilik yönü sebebiyle uygulamadaki popülerliği ve prestiji ciddi seviyeye ulaşmıştır. Bu noktada dünya genelinde sosyal girişimciler ile ağ kurma ve sermaye desteği sağlama işlevini yerine getiren vakıflardan 2004 yılında resmen faaliyete geçen ASHOKA ile Schwab Vakıflarının faaliyetleri öne çıkmaktadır. Her ne kadar 1872’de Darüşşafaka kurucusu Yusuf Ziya Bey, 1862’de Zeynep Kamil Hastanesi’nin kurucusu Prenses Zeynep Kamil ve Cumhuriyetin ilk yıllarında radyo kuran Mesut Cemil isimlerini Türkiye tarihinde birer sosyal girişimci olarak ifade etmek mümkün olsa da sosyal girişimcilik adlandırması ve bilinciyle Türkiye’de çalışmalar 2000 yılında başlamıştır (Denizalp, 2009: 22-23). Dünya geneliyle karşılaştırma yapıldığında kurumsallıkları zayıf olmakla birlikte şu kurumların Türkiye’de öne çıkan sosyal girişimci organizasyonlar olarak sayabiliriz:

“Toplum Gönüllüleri Derneği, Pozitif Yaşam Derneği, İnsan Yerleşimleri Derneği, Kadın Emeğini Değerlendirme Vakfı, KA-MER, Umut Işığı Kadın Kooperatifi, Nilüfer Kadın Kooperatifi, İlk Adım Kadın Kooperatifi, Uçan Süpürge, İpek Yolu Kadın Kooperatifi” (Özdemir, 2010: 110-111).

Türkiye’de mevcut şartlar itibariyle başarılı bir çok sosyal girişim örneğinden bahsetmek mümkün fakat mevzuatta henüz sosyal girişimcilik adıyla bir tanımlama yapılmadığı için söz konusu girişimlerin farklı isimler altında faaliyet gösterdikleri görülmektedir. Bu anlamda sıklıkla dernek, vakıf veya kooperatif tüzel kişilikleri altında faaliyetlerini gerçekleştirmektedirler (Ersen vd., 2010: 16). Bu anlamda 1997 yılında Nebahat Akkoç’un kurduğu ve kadınlara çeşitli alanlarda destek vermenin yanında mesleki girişimlerde bulunmalarına katkı sağlayan KAMER vakıf modelinde işleyen bir sosyal girişim örneği, Victor Ananias tarafından ekolojik yaşam kültürü bilinçlenmesini artırmayı amaçlayan Buğday Ekolojik Yaşamı Destekleme Derneği dernek modelinde bir sosyal girişim örneği, yoksul kadınların ihtiyaç odaklı örgütlenmesini hedefleyen Kadın Emeğini Değerlendirme Vakfı (KEDV) de kooperatif modelinde bir sosyal girişim örneği olarak sunulabilir (Ersen vd., 2010: 23-24). Ayrıca ülke genelinde 2008 yılında yoksulluk, kadın istihdamı ve atıkların geri kazandırılması amacıyla Balıkesir’de kurulan atık ambalajları çeşitli çantalara dönüştüren Çöp(m)adam projesi (Özeren ve Saatçioğlu, 2016: 75) gibi pek çok STK veya şirket de girişimcilik prensipleriyle toplumsal bakış açısını bir araya getirerek sosyal girişim çizgisinde faaliyet yapmaktadır.

Türkiye’de sosyal girişim örnekleri üzerinden görülen dağınıklığın temel sebebi kavramsal olarak yasal kabul noktasında ortaya çıkan sorundur. Nitekim Türkiye’de sosyal girişimin ayrı bir tüzel kişiliğe sahip olmamasının yanında kar amacı gütmeyen organizasyon anlamında “non-profit organisation” da yasalarca tanınmış ayrı bir tüzel kişilik değildir. Oysaki Birleşik Krallık ve ABD başta olmak üzere birçok ülkede sosyal girişimler yasalarla tüzel kişiliği tanınan kar amacı gütmeyen organizasyon statüsünde ele alınmaktadır. Türkiye’de kabul görmeyen bu tüzel kişilikte bilinen aksine organizasyonun kar amacı güttüğü ancak karı ortaklar arasında dağıtmadığı ya bilinmiyor ya da yanlış anlaşılıyor (Ersen vd., 2010: 15). Kısa kodlaması NPO olan bu organizasyon elde edilen karın ortaklar arasında paylaşılması yerine amacı gerçekleştirmek için kullanılmasını ifade eden bir modeldir. Sosyal girişimin söz konusu yasal bağlamda kabul edilmemesi ve kavram karmaşası neticesinde de yanlış bilinirliği sebebiyle her ne kadar zaafiyet yaşasa da Türkiye’de özellikle 2014-2018 dönem arası 10. Kalkınma Planı, 2015- 2018 dönem arası KOSGEB’in KOBİ Stratejisi ve Eylem

Planı ile yine KOSGEB tarafından hazırlanan 2015-2018 dönem arası Türkiye Girişimcilik Stratejisi ve Eylem Planı kapsamında sosyal girişimciliğe yapılan vurgunun arttığı görülmektedir (Sönmez vd., 2016: 117). Ancak Türkiye’de sosyal girişimciler için var olan potansiyelin harekete geçebilmesi için “sosyal girişim” statüsünün hukuki düzlemde tanınması ve çeşitli kavramlarla ortaya çıkan kavram kargaşasının ortadan kaldırılması önem taşımaktadır.



İKİNCİ BÖLÜM

SOSYAL GİRİŞİMCİLİK LİTERATÜRÜNÜN GELİŞİMİ

Kavramsal çerçeve bölümü altında ele alındığı üzere sosyal girişimcilik olgusu uygulamada ve yazında farklı gelişim seyri izlemektedir. Uygulamada olgunun daha çok girişim boyutu öne çıkarılmakta ve tartışmalar sıklıkla lidere odaklı yapılmaktadır. Liderin sahip olması gereken ideal karakteristiği ve ortaya konulan organizasyon modeli üzerinden daha somut temelli yapıldığı görülen tartışmaların daha çok işleyişi ve mekanizmayı ele aldığı görülmektedir. Sosyal girişimciliğin uygulama alanında görülen birlikteliğin diğer bir alanı olan akademi literatüründe henüz sağlanamadığı söylenebilir. Nitekim öncelikle sadece lidere odaklı bir yaklaşım biçimi ve sosyal girişimcilik olgusunun girişimciliğin bir türü olduğu yönündeki fikir çok sayıda akademik metinde eleştirilmiştir. Bu çalışmalarda sosyal girişimcilik olgusunun sınırlı girişimcilik tartışmalarının ötesine taşınarak öncelikle içeriğinin zenginleştirilmesi yoluyla kavramsal gelişiminin, daha sonra da olgunlaştırılmış kavramın merkeze yerleştirildiği ve olguyu derinlikli hale getirecek olan kuramsal gelişiminin sağlanmasının savunulduğu görülmektedir.

Sosyal girişimcilik üzerine gelişen literatürde kavrama yaklaşımların çeşitlilik göstermesi ve farklı bakışların olguyu farklı yönleriyle öne çıkarması bir yandan sosyal girişimciliğin yeni bir kavramsallaştırma olmasının kaçınılmaz bir sonucu olarak okunabilirken diğer yandan iki farklı kavramı bir araya getirerek ortaya konulmaya çalışılan yeni olgunun oluşturduğu bir karışıklığı olarak da okumak mümkündür. Bu noktada sosyal girişimciliğe yönelik yapılan kavramsal çalışmalar üzerinden önce sosyal girişimciliğin kavramsal gelişim seyri ardından da metinlerde kavrama yönelik yaklaşımların ortaya konduğu olgusal gelişim seyri, sosyal girişimcilik üzerine yapılacak çalışma için kritik bir öneme sahiptir. Fakat söz konusu farklı yaklaşımların ortak bir tarihsellik çizgisine konumlandırılması ise ilk etapta zor görünürken ayrıca seçilen metinlerin araştırmacı adına öznellik ve keyfilik taşıma riski barındırması durumu, çalışma adına ikinci engeli teşkil etmektedir.

Sosyal girişimcilik üzerine yapılan bu çalışmamızda kaynakları seçme noktasında yaşanacak olası öznelliği engellemek adına öncelikli hedef olarak kavramsal çalışmalar karşılaştırmalı okuyan yol gösterici metinlere ulaşmak amaçlanmıştır ve bu metinlerde ortaya çıkan kaynaklar irdelenmiştir. Bu noktada 2006 yılında yayınlanmış ve sosyal girişimcilik çalışmalarında sıklıkla referans almış olan Weerawardena ve Mort'un "Sosyal Girişimciliğin Araştırılması: Çok Boyutlu Bir Model" (Investigating Social Entrepreneurship: A Multidimensional Model) adlı çalışması temel hareket noktası olarak seçilmiştir. Söz konusu kaynağın önemini gören ve gücünü sürdürülür kılmayı amaçlayan Çağrı Bulut da iki doktora öğrencisi ile birlikte kavramsal çalışmaların tarihsel çizgisini "Sosyal Girişimciliğin Kavramsal Çerçevesi" adlı çalışmalarıyla 2012 yılına kadar sürüklemiş ve bu çalışmamızda temel eksenin ikinci önemli parçası olmuşlardır. Son olarak da seçilen kavramsal eksen sosyal girişimcilik üzerine "Sosyal Girişimcilik Araştırması: Açıklamalı Bir Kaynakça" (Research in Social Entrepreneurship: An Annotated Bibliography) adlı bibliyografik ve özgün bir çalışma ortaya koyan Aaron F. McKenny'nin yöntemiyle bu bölüm revize edilmiş ve güçlendirilmiştir. Bu bölümde de söz konusu üç çalışmada yer alan araştırmalar üzerinden kavramsal ve olgusal gelişim seyri ortaya konulmaya çalışılmış, tarihsel çizginin öncesi ve sonrası ise sık referans alan diğer kaynaklarla tamamlanmıştır.

2.1. Literatürde Sosyal Girişim Kavramsallaştırması

Kavramsal çerçevesi ortaya konulmaya çalışılan sosyal girişimcilik olgusu unsurları üzerinden tasvir edilirken olgunun belli boyutlarının öne çıkarıldığı görülmektedir. Sosyal değer, farklı bir düzlemde tartışmayı temsil ederken lider ve yöntem tartışması ise daha farklı bir düzlemi gerektirmektedir. Belli unsurlar birbiriyle olan ilişkileri üzerinden anlam kazanırken bu durum bir yandan da ilişkilerin kurulduğu ortak zemine işaret etmektedir. Bu anlamda ortak bir düzleme çekilmesinin olguda zaten var olan karmaşıklığı artıracak düşüncesiyle burada sosyal girişimciliğin ele alındığı düzlemler üzerinden olgunun öne çıkan boyutları ele alınmıştır. Böyle bir tartışma bir yandan olgunun anlamının yerine oturtulması ve kavramsal çerçevenin tamamlanması noktasında anlam taşıırken diğer taraftan olguyu ele alınması temel hedef olan sosyoloji disiplinine yakınlaştırması noktasında önem taşımaktadır.

Söz konusu bağlamda öncelikle bir eylem formu olarak ele alınabilecek olan sosyal girişim faaliyeti, ardından aktör boyutu olarak görülebilecek olan sosyal girişimci özne, son olarak da kurumsal yapı ve süreç boyutu yönüyle sosyal girişimcilik olgusu şeklinde üç temel boyutun varlığından bahsetmek mümkündür. Sosyal girişimcilik alan yazınında ise “lider-kşi” yaklaşımıyla sosyal girişimci ve sosyal girişimcilik, “örgüt-işletme” yaklaşımıyla da sosyal girişimin geliştirildiği görülmektedir (Kümbül-Güler, 2008: 68). Ayrıca sosyal girişimcilik tanımlamaları bir süreç veya davranışa odaklanırken kurucu kşi olan sosyal girişimciye, somut çıktı olarak da sosyal girişime işaret etmektedir (Mair ve Marti, 2006: 37).

2.1.1. Eylem Boyutuyla Sosyal Girişim

Sosyal girişimciliğin öne çıkan okuma biçimlerinde ele alınan boyutlar arasında öncelikle eylem anlamında sosyal girişimin odağa yerleştirildiği görülmektedir (Mair ve Marti, 2006: 37). Sıklıkla ele alındığı üzere sosyal değişimin desteklenerek sosyal sorunların azaltılması (Özdevecioğlu ve Cingöz, 2009: 84) bağlamında sosyal girişim eylemi üzerinden olguya yaklaşma durumu ise beraberinde dayanağı, süreci ve çıktısı olarak eylemin öncesi, kendisi ve sonrası ile ele alınmasını gerektirmektedir.

Sosyal girişim eylemine kaynaklık eden ve eylemi harekete geçiren dayanak noktası diğer girişim biçimlerinin dayanak noktalarından farklılık arz etmektedir. Bu noktada misyonuna yön veren ve motivasyonunu sürdüren etken olarak eylemin arka planında sosyal sorumluluğun (Cornwall, 1998; Wallace, 1999; Murphy ve Coombes, 2009) ortaya çıkardığı sosyal amacın (Campell, 1997; Light, 2005; Lundqvist ve Middleton, 2010) önemli bir konumu olduğu söylenebilir. Söz konusu dayanak noktası olguya bir sosyal misyon (Tan ve diğerleri, 2005; Weerawardena ve Mort, 2006; Marshall, 2011; Lepoutre ve diğerleri, 2011) yüklemekte ve eylemin gerçekleşmesine rehberlik etmektedir.

Diğer taraftan söz konusu dayanak noktasından hareketle ortaya çıkan sosyal girişim eyleminin işleyişinde sosyal ihtiyaç vurgusunun (Leadbeater, 1997; Mair ve Marti, 2006) öne çıktığı görülmektedir. Sosyal sorun (Alvord ve diğerleri, 2004; Light, 2005; Bloom ve Chatterji, 2009; Noruzi ve diğerleri, 2010) bağlamında anlam kazanan

bu vurgu sosyal girişim eyleminin kendisinin yönlendirileceği kitleyi de tanımlamaktadır. Zaman zaman literatürde dezavantajlı gruplar şeklinde ifade edilen sosyo-ekonomik sistemde zayıf bırakılmış mağdur kesimin (Hibbert ve diğerleri, 2001; Martin ve Osberg, 2007) sisteme dahil edilebilmesini hedefleyen eylemin çıktısı olarak ortaya konulan ekleme (Thompson, 2002; Vansandt ve diğerleri, 2009) ve sosyal etki (Alvord ve diğerleri, 2004; Robinson, 2006; Bloom ve Chatterji, 2009) ile birlikte hedef grubun potansiyelini ortaya çıkarma yoluyla sistemdeki dengeyi (Martin ve Osberg, 2007) ve uyumu (Wallace, 1999) etik çerçevede (Shaw ve diğerleri, 2002) yeniden sağlaması beklenmektedir. Söz konusu bağlamda sosyal girişim eylemine dönük ifade edilen biçimlerin tarihsel olarak gelişimine dikkat edildiğinde ise da değişim vurgusundan sosyal fayda içeren bir dönüşüme doğru bir seyrin olduğu söylenebilir.

Sosyal girişim eyleminin etkisinin tartışılması önemli bir meseledir. Bu amaçla çeşitli ölçüm yöntemleri kullanılmakla birlikte ölçümlere konu edinilen değişkenler ekonomik, kültürel ve daha çok etki sahibi olarak sosyo-politik değişkenler araştırmalara konu edinilmektedir (Griffiths vd., 2013: 347). Bir sosyal girişim eyleminin başarılı addedilebilmesi için ise Alvord ve arkadaşlarına göre şu 7 sonuca ulaşmış olması gerekmektedir:

- “başarılı sosyal girişim şu üçünü içerir: çözüm için yerel kapasite kurmak, ortak sorunlar için paket ihtiyaçları sağlamak, aktörlerle birlikte yerel hareket inşa etmek
- başarılı sosyal girişim marjinal grupların mobilize olmaları için yenilik getirir
- bireysel ve organizasyon olarak sistematik öğrenmeyi vurgular
- çalışma kapasitesi ve ortaklıklar kurma becerisi olan liderlere sahiptirler
- etkisini artırır gerek organizasyon içinde gerek organizasyon dışında ortaklıklar kurarak
- strateji ve kapasiteyi artırıp yükseltir, çalışmasını harekete dönüştürerek etkisini artırır
- son noktada kültürel ve ekonomik bağlamlarda değişimlerle sosyal dönüşüm gerçekleştirir” (Alvord vd., 2004: 270-279).

2.1.2. Aktör Boyutuyla Sosyal Girişimci

Girişimciliğin bir türü olarak sosyal girişimciliğe yaklaşan okuma biçiminin etkisi ve olgunun kavramsallaştırılmasında girişimciliğin taşıdığı ağırlık sebebiyle sosyal girişimciliğin tanımlanması ve ele alınmasında ikinci olarak öne çıkan ve diğerlerine göre ağır basan boyut sosyal girişimciye odaklı özne boyutudur. Sosyal girişimci

özne bir yandan sosyal girişim eylemiyle ilişkisi üzerinden bileşen olarak ele alınırken diğer taraftan yetenek ve karakteri üzerinden asli unsur olarak ele alındığı görülmektedir.

Sosyal girişimcilik olgusu tanımlanırken vurgulanan değişim, yenilik, sosyal sorun, dönüşüm ve sosyal fayda unsurlarının gerçekleştirici öznesi olan sosyal girişimcinin, yüklenen anlamlarını da içeren farklı biçimlerde ele alındığı görülmektedir. Bu noktada değişim araçları (Theobald, 1987), politika değiştiricileri (King ve Robert, 1987), hızlandırıcı değişim sağlayıcı (Waddock ve Post, 1991), sosyal fayda gözetken değişim araçları (Dees, 1998a), sosyal değişim sağlayıcı (Prabhu 1998), kamu sektöründe yenilik sağlayıcı (Borins 2000), yeni bir şey ekleyen özel sektör oyuncularını (Thompson ve diğerleri 2000), hizmete değer katan risk alıcı (Brinckerhoff 2000), sosyal dönüşümü gerçekleştiren yenilikçi lider (Alvord ve arkadaşları 2004), yenilikçi fikirlerle sosyal sorunu ele alan dönüştürücü güçler (Bornstein 2004), iyilikseverlik amaçlı ve topluma duyarlı tüzel kişi (Tan ve diğerleri 2005), motivasyon ve vizyonu bir araya getiren girişimci (Birch ve Whittam, 2006), dışlanan zayıfların dahil edildiği dengeli sistem kurucusu (Martin ve Osberg, 2007), girişimcilik dünyasının bir parçası (Smith ve Hunter, 2008), sosyal ilerlemeye hız veren potansiyel katalizör (VanSandt ve diğerleri, 2009), sosyal problemleri azaltmak için değişim stratejisi üreticisi (Bloom ve Chatterji, 2009) şeklindeki kullanımlar sosyal girişimci özneyi işaret etmektedir. Bu bağlamda temel vurguların değişim, yenilik, sosyal sorun, dönüşüm ve sosyal fayda üzerine yapıldığı ve bu vurguların gerçekleştirici özne ile birlikte ele alındığı görülmektedir.

Sosyal girişimcilik olgusunu tanımlarken aktör/özne boyutunu ifade eden sosyal girişimciyi öne çıkaran çalışmalarda ideal bir tiplene olarak sosyal girişimcinin belli yetenek ve karakterlere sahip olmasının gerekliliği öne sürülmektedir. Sosyal girişim eylemi üzerine gerekli nitelikleri ifade eden Alvord ve arkadaşları benzer şekilde eylemi gerçekleştiren sosyal girişimci aktörün de belli kişisel özelliklere sahip olması gerektiğini belirtmekte ve sosyal girişimcilere yönelik üç özelliğine vurgu yapmaktadırlar: Sosyal etki ile ticari işletmeleri birleştirme, sosyal etki için yenilik yapma ve sosyal dönüşüme ivme kazandırma (2004: 262-263). Bu bağlamda yaratıcılık sezgisi

(Shaw ve diğerkleri, 2002) ile sınırlı kaynağı verimli kullanabilen (Leadbeater, 1997) ve fırsatlara yönelik öngörüsü (Peredo ve McLean, 2006) ile fırsatları değerklendirebilen (Mair ve Marti, 2006) vizyon sahibi (Thompson vd., 2000; Birch ve Whittam, 2006) sosyal girişimci sahip olduğı önsezileriyle de aldığı riski başarılı yönetebilerek (Mort ve diğerkleri, 2003; Weerawardena ve Mort, 2006) problem karmaşıklığıyla başa çıkma becerisine sahiptir (Waddock ve Post, 1991). Bu bağlamda sosyal girişimcilerin çözüm isteğindeki radikalliklerini (Zahra ve diğerkleri, 2008) çözüm hırsı (Leadbeater, 1997), sorumluluk duygusu (Cornwall, 1998), cesaret, metanet ve meydan okuma (Martin ve Osberg, 2007) gibi karakteristik nitelikleriyle güçlendirdikleri savunulmaktadır. Bu anlamda bir “kahraman” veya kurtarıcı olarak lanse edilen sosyal girişimci (Dacin vd., 2011: 1205) çalışmaları belli sapmalara uğrama riskini içermektedir. Nitekim bu risk bir anlamda sosyal girişimcinin doğru zamanda doğru yerde olacağı yönünde çeşitli güçlü mitler üretmektedir (Chell vd., 2014: 623).

Sosyal girişimci özne tiplerleri ise tartışmanın açıldığı başka bir boyutudur. Bu anlamda girişimcilik teorisinde öne çıkmış üç önemli temsil olan Frederick Hayek, Israel Kirzner ve Joseph Schumpeter, sosyal girişimcilik tiplerleri oluşturma noktasında işlevsel açıklamalarda bulunmuşlardır (Smitha ve Stevens, 2010: 578). Bu anlamda Hayek’in yaklaşımı sosyal sorunlara yerel etkenlere odaklanan ve farklı malzemeleri bir araya getirerek ortaya yeni bir şey ortaya çıkaran sosyal brikoler (social bricoleur), Kirzner’in yaklaşımı sosyal fırsatları diğerk fırsatların karşısında daha fazla öne çıkaran ve sosyal sorunları büyük ölçekte okumaya çalışan piyasa odaklı sosyal sosyal oluşturmacı (social constructionist), Schumpeter’in yaklaşımı ise sosyal sorunlara en geniş ölçekte yaklaşan ve sosyal amaçlar doğrultusunda yeniden inşayı öne çıkaran sosyal mühendis (social engineer) şeklinde ifade edilebilir. (Smitha ve Stevens, 2010: 578-581).

Sosyal girişimci sosyal sorunun çözümüne odaklanan belli bir özneyi ifade etmekle birlikte diğerk taraftan Ashoka, Scwab gibi sosyal girişimcilere finansal veya sosyal sermaye sağlayarak destek olan organizasyonları da ifade etmektedir (Shapiro,

2013: 6). Ancak konunun daha anlaşılır olması için yapılan ayırmda söz konusu organizasyonların sosyal girişimciliğin olgusal boyutu bağlamında ele alınması daha anlamlı olacaktır.

2.1.3. Olgusal Boyutuyla Sosyal Girişimcilik

Olgusal boyutuyla sosyal girişimcilik öncelikle bir süreci ifade etmektedir (Bornstein ve Davis, 2010: 34). Bu sürecin sosyal girişimci öznesinin gerçekleştirdiği sosyal girişim eyleminin tarihsel bir birikim neticesinde organizasyon biçimine evrilmesiyle zamanla ortaya bir kurumsal organizasyon çıkmıştır. Bireysel içeriğiyle sosyal girişim eylemi gerçekleşebilmek için öznenin varlığını yeterli görmekteyken sosyal girişimcilik organizasyonu ortaya çıkabilmek için öznenin yanında belli paydaşları da gerektiren bir mekanizmayı temsil etmektedir. Bu anlamda sosyal girişimciliğin olgusal boyutu, öncelikle kurumsal yapıdaki içeriğini ardından söz konusu yapıyla ilişkili olarak olgunun konumlandırıldığı alan tartışmalarını içermektedir.

İlk olarak kurumsal bir mekanizmayı ifade eden sosyal girişimcilik, temel dayanağıyla ilişkili olarak bir işletme sistemini ifade etmektedir. Bu anlamda geleneksel girişimci ile sosyal girişimci arasındaki benzerliğin de bir ifadesi olarak kurumsallık, işleyiş, üretim ve faaliyet noktalarında sosyal girişimcilik de bilinen işletme biçimine benzerlikler taşımaktadır. Temel farkın toplumsal sorunlara olan duyarlılık ve topluma sosyal değer katma noktasında ortaya çıktığını dile getiren Dees, işletme girişimcileri temelde zenginlik yaratırken sosyal girişimcinin değer yaratmayı amaçlayarak ayrıştığını ifade etmektedir (1998a: 3). Yani sistem olarak işletme işleyişini sosyal fayda üretmek amacıyla kullanmakta, yaratılan ekonomik değer de sosyal değer amacıyla araçsallaştırılmakta ve kurumun işleyişi için kullanılmaktadır.

Sosyal girişimciliğin bir yandan söz konusu kurumsallığının henüz alanda güç kazanamamış ve tartışma noktasında kalmış olması, diğer yandan da işletme prensipleriyle olan barışıklığı ve ayrı bir mekanizma üretmemiş olması sebebiyle özel sektör alanına ait bir yapı olarak kabul edildiği görülmekte (Thompson ve diğerleri, 2000; Marshall, 2011) ama misyonuna olan temel vurgunun da kavramsallaştırılmaya dahil edilmesiyle sosyal amaçlı bir işletme şeklinde ifade edildiği anlaşılmaktadır (Campell,

1997; Cook vd., 2002; Yunus, 2010). Diğer taraftan alanda taşıdığı sorumluluk duygusu ve temel misyonu ölçüsünde topluma kattığı değer üzerinden sosyal girişimciliğin kar amacı gütmeyen kuruluşlar olarak kabul gören üçüncü sektör alanında kabul eden çalışmalarla da karşılaşmak mümkündür (Leadbeater, 1997; Cornwall, 1998; Dees, 1998; Ryan, 1999; Wallace, 1999; Hibbert ve diğerleri; 2001). Literatürde olgunun ait olduğu alan olarak iki ayrı grubun öne çıkarılmasına rağmen (Kümbül Kümbül-Güler, 2008; Besler, 2010) olgunun doğuşu sürecinde kamu kuruluşlarıyla da ilişkilendirildiği söylenebilir (Theobald, 1987; King ve Robert, 1987; Waddock ve Post; 1991). Ancak hükümet kadar kaynakları kontrol edebilme yetkisinden uzak olan ve kendi kaynağını kendisinin üretmesi beklenen sosyal girişimcilik (Bornstein ve Davis, 2010: 35) zamanla farklı bir seyir izlemiştir. Bu durum ortaya önceleri kamu bağlamında kabul gören sosyal girişimciliğin daha sonraları üçüncü sektör bağlamında ardından da özel sektör bağlamında ele alınarak alan sınırlarının genişletildiği bir tarihsellik ortaya koymaktadır. Bu tarihselliğin ise kavrama yönelik yaklaşım biçimlerinde daha görünür olduğu ortaya konulacaktır.

Besler, söz konusu yaklaşımların ortak özellikleri doğrultusunda 4 grupta toplanabileceğini ifade etmektedir (2010: 9). İlk grubun gönüllülüğe dayanan ya da kar amacı gütmeyen kuruluşlar alanında, ikinci grubun kar amacı güden ama sosyal amaçlı ticari girişimler olan sosyal işletmeler alanında, üçüncü grubun sosyal bir amaçla kurulmamış olsalar da sosyal sermaye yaratması sebebiyle kar amacı güden kuruluşlar alanında sosyal girişimciliği tanımladığını ifade eden Besler, kendisinin de ait olduğunu belirttiği dördüncü araştırmacı grubunun ise tek bir sektöre bağlı kalınmaksızın sosyal girişimcilik yaratılabileceğini ifade eden yaklaşım biçimine sahip olduklarını vurgulamaktadır (2010: 10). Sosyal girişimcilik üzerine yaptığı kapsamlı çalışmasında Kümbül-Güler, Besler'in ortaya koyduğu yaklaşım biçimlerine benzer bir kategori oluşturduğu ancak kar amacı güden işletmeleri sosyal amaca sahip olmak veya olmamak şeklinde ayırmaması sebebiyle kategorileri üçe indirdiği görülmektedir (2008: 76).

Yaklaşım biçimlerini sınıflandırmayla yetinmeyen Kümbül-Güler, literatürde etkili ve önemli gördüğü tanımlamalar üzerinden sosyal girişimcilik olgusunun gelişimine de genel bir bakış sunmaktadır. Bu bağlamda sosyal girişimcileri yeni fikirler getirme becerisine sahip olan ve risk alma isteği taşıyan değişim araçları olarak tanımlayan Theobald'ın (1987: 42) risk ve yenilikçiliği vurgulamasının ilk tanımlamalar içinde önemli etkisinin olduğunu savunan Kümbül-Güler, sosyal girişimciliğin sahip olduğu özellikleri sosyal etki ile ticari işletmeleri birleştirme, sosyal etki için yenilik yapma ve sosyal dönüşüme ivme kazandırma olarak vurgulayan Alvord'un (2004: 262-263) sosyal girişimcilik sürecini aydınlattığını ifade etmekte ve son olarak da sosyal girişimcilik olgusunun ana unsurlarını tartışarak kavramı tanımlayan Austin'in (2006: 22), yenilik ve sosyal değer yaratmanın yanında üçüncü olarak açıkladığı alan unsurunda sosyal girişimciliğin her sektörde ve sektörler arası işbirliği çalışmalarında görülebileceğini belirtmesinin sektör sınırlamasını ortadan kaldıran önemli bir katkı olduğunu ifade etmektedir (2008: 68-69).

2.2. Literatürde Sosyal Girişimcilik Olgusu

Literatürde sıklıkla 1980lerde Bill Drayton tarafından kullanılmaya başlandığı ifade edilen sosyal girişimcilik, kavramsal olarak her ne kadar yeni olsa da isimlendirilmese de olgusal olarak eskiden beri var olduğu kabul edilir. Bu sebeple olgunun köken olarak net tarihini çizememekle birlikte doğuşunu erken çalışmalar başlığıyla ele almak mümkündür. Tarihsel olarak ilerledikçe olguya ilgi artmakta ve özellikle farklı perspektif ve yaklaşımlarla olgu derinleştirilerek güçlendirilmektedir. Söz konusu gelişim seyrini de bu başlık altında 1990'a kadar olan erken dönem, 1991-2000, 2001-2010 ve 2010 sonrasını kapsayan son dönem sosyal girişimcilik çalışmaları olarak 4 kategoriye ayırmak karşılaştırmalı okuma yapması açısından anlamlı ve önemli durmaktadır. Tarihsel olarak ayrıştırılan dönem sınırlarının keskin olmadığı kabul edilmesinin yanında dönem sınırlarının içinde yer alan çalışmalar arasında da önemli farklılıkların bulunduğu bilinmektedir. Bu noktada araştırmamız için hem incelenmesinde kolaylık sağlaması hem de ortaya tarihsel bir gelişim seyri konulabilmesi amacıyla çalışmaların dönemlere ayrılması tercih edilmiştir.

2.2.1. Erken Dönem Sosyal Girişimcilik Çalışmaları

Sosyal girişimcilik olgusu köken olarak iki ayrı olgunun bir araya gelmesi sonucunda vücut bulmuş ve her iki olgudan da görece yeni bir meseledir. Tarihsel olarak bakıldığında ilk etapta girişimcilik olgusuna sosyal misyon yükleme yoluyla üretilen sosyal girişimcilik olgusunun yine tarihsel olarak bakıldığında yöntem olarak piyasa mekanizması ile uyumlu prensiplere dayanarak ortaya yenilik üretme sürecini ifade eden içeriğiyle girişimcilik olgusuna karşın sosyal misyona odaklı sosyal değer yaratma süreci köken olarak daha eskiye dayandığı söylenebilir. Sosyal değer içeriğine bağlı olarak değişmekle birlikte yardımseverlik duygusu motivasyon anlamında kar amacından ayrışık bir katkı sağlama çabasına eskiden beri kaynaklık teşkil etmiştir. Buradan yaklaşımla girişimcinin faaliyeti olan ekonomik davranışın arka planında yer alan dinamiklerin içeriği ilk etapta ele alınabilecek mesele olarak karşımıza çıkmaktadır.

Ekonomik davranışın arka planında var olan dinamiklerin incelendiği çalışmaların şüphesiz öncüleri arasında görülebilecek olan Max Weber'in 1905 yılında ilk olarak "Protestan Ahlakı ve Kapitalizmin Ruhu" (Die Protestantische Ethik und der Geist des Kapitalismus) adıyla kaleme aldığı ve zaman içinde belli düzenlemeler yaptığı Protestan ahlakının kapitalizme olan etkisi üzerine tezi her ne kadar ilk etapta sosyal girişimcilik olgusuna uzak olarak görülse de ekonomik davranışın arka planında var olan dinamikler açısından olguyu sosyolojik bağlamda okuyabilme noktasında kritik öneme sahiptir. İlk etapta Protestan ülkelerde kapitalizmin yükselişinin daha güçlü ve hızlı olduğunu gözlemleyen Weber, Protestan ahlakının insanlara sunduğu çok çalışma, biriktirme, bireyci ve rasyonel olma gibi bir takım niteliklerinin etkili olduğunu savunmakta ve buradan yaklaşımla da ekonomik pratiklerin her zaman rasyonel gerekçelere dayanmadığı zaman zaman değer ve norm gibi ahlaki dayanakları bulunduğu sonucuna varmıştır. Ekonomik pratiklerin rasyonel gerekçelerin ötesinde var olan dayanaklarını kapsamlı şekilde ortaya koyan Weber'in bu yaklaşımı sosyal girişimci eylemin dayandığı düzlemi tanımlama noktasında da anlamlı bir katkı sunmaktadır. Sosyal girişimciliğin bu anlamda iki önemli bileşeninden ve olguya anlam katan "sosyal"

boyutun dayanaklarını ilk etapta Weber’de bulmak mümkünken olgunun sosyal misyonu gerçekleştirme doğrultusunda izlediği yolu ikinci bileşen olan girişimcilik boyutunun dayanakları ise diğer anlamlı tartışmadır.

Sosyal girişimcilik olgusuna doğrudan yön veren ancak olgunun kapsamını da daraltma gibi bir riski beraberinde taşıyan girişimcilik ilk etapta köken olarak 17. yüzyıla kadar götürülebilir (Hisrich ve Peters, 1989: 6). Tarihsel olarak bakıldığında girişimciliğin önceleri sermaye bağlamında okunduğu ve sermayedar ile kar ilişkileri üzerinden ele alındığı görülmekle birlikte daha sonra yenilikçilik bağlamında ele alınmasının yanında tartışmaya sosyolojik ve politik yaklaşarak kavramın sosyal girişimcilik olgusu için anlamlı olan içeriğe kavuşturulmasını Joseph Schumpeter’in (1934) “Ekonomik Kalkınma Teorisi” (The Theory of Economic Development) adlı çalışması sağlamıştır.

1883 ile 1950 yılları arasında yaşamış olan Schumpeter girişimcilik kavramının açıkça tanımlamaya çalışan ve girişimcilik literatüründe ismine başlangıç noktası olarak sıklıkla referans verildiği görülen önemli figürlerden biri olarak karşımıza çıkmaktadır. Temel olarak yenilik ekseninde tanımladığı girişimciliğin ekonomik gelişme bağlamında eksen değişimini sağlayacak önemli bir unsur olarak okuyan Schumpeter, salt iktisadi ilişkilendirmelerin ötesinde ticaretin sosyolojik ve politik bağamlarını da ortaya koymaya çalışmıştır. Her ne kadar sosyal girişimcilik kavramsallaştırmasının tarihsel olarak gerisinde olsa da Schumpeter ilk olarak biriken girişimcilik çalışmalarının öncüsü olması ikinci olarak da girişimciliğe getirdiği ekonomi-politik okuma biçimiyle sosyal girişimcilik yazınında aldığı atıflara da dayanarak önemli katkı sağlayan bir konuma sahiptir. Sosyal girişimciliğin literatürde sıklıkla işlenen unsurlarından olan yenilikçilik Schumpeter’in okuma biçiminde anlamlı bir role sahiptir. Temel ilgi alanı olarak kapitalizmin gelişme noktasında yaşadığı tikanıklar üzerine kafa yoran Schumpeter’a göre gelişme statik bir nitelikten öte dinamik bir içeriğe sahiptir ve söz konusu dinamizmi sağlayıcı olan ise girişimcinin kendisidir. Temelde yenilik üreten bir role sahip olan girişim eylemi Schumpeter tarafından *creative destruction* şeklinde kavramsallaştırılan (1934: xx) yaratıcı yıkım sürecini harekete ge-

çirecek ve önceki düşünce ve teknolojileri geride bırakarak geçerliliğini kaybetmelerine yol açacaktır. Üretimin yalnızca maddi bir içeriğinin olmadığını sosyal ve fiziksel yanının ötesinde üretim eyleminin amacını ifade eden ve “ne-niçin” sorularının çerçevesini oluşturduğu anlam boyutu da olduğunu ifade eden Schumpeter, üretimin ikinci boyutunun ekonomik problemlere kapı açtığını öne sürmektedir (1934: 11-12). Söz konusu ekonomik problemlerin teknolojik ve ticari olarak iki yönlü olduğunu vurgulayan Schumpeter, teknolojik üretimin ekonomik sistemin bir belirleyicisi olması yanında belirleyeni de olduğunu ve bu anlamda ihtiyaçlar ile anlamların kavuşmaları için girişimcinin kombinasyonlarının etkili olduğunu öne sürmekte (A.e., s. 14) ve bu kombinasyonların sonuçlarının ürünleri oluşturduğunu ifade ederek üretim sürecini de bir anlamda üretici güçlerin kombinasyonları olarak karakterize etmektedir (A.e., s. 15). Üretim araçlarının yeniden kombinasyonlarını sağlayıcı gördüğü girişimcilerin de Schumpeter kullandığı yeni yöntemler ve kaynaklarla var olan kalıpları yıkacak ve rutini ortadan kaldırabilecek yeteneği olduğuna inanır.

Sosyal girişimcilik yazınında olgunun hareket noktası sebebiyle öncelikle girişimciliğin kökeninin netleştirilmesi önemliydi. Fakat sürecin devamında girişimcilik teorileri literatürün akışını liderin sahip olduğu yetenekler ve yönetim becerilerine odaklı biçimde geliştirdiği görülmektedir. İşte bu noktada belli disiplin ve yaklaşımlar için önemi reddedilemeyecek olsa da girişimcilik üzerine devam edegelen çalışmalar bir kenara bırakıldığında girişimcilik olgusunun sosyal girişimciliğe doğru olan gelişiminde olgunun sosyal boyutunu güçlendiren çalışmalar da önem arz etmektedir. Bu sebeple Johnson’ın çalışması girişimciliğin sosyal boyutunu güçlendirmesi yönüyle anlamlı durmaktadır.

Harry Johnson 1951 yılında yayınladığı “Değişimin Sosyolojik Yönleri ve Girişimci” (Sociological Aspects of Change and The Entrepreneur) adlı çalışmasında, literatürde girişimciliğin ekonomik tarihini sosyolojik açıdan ele alma imkanı sağlayan Cole, Jenks ve Cochran isimlerinin sundukları raporlar ile öne çıkan isimler olduğunu vurgulamakta (1951: 50) ve “işbirliği” olgusu üzerinden bu üç ismi tanıtmaktadır. Cole öncelikle girişimciyi kar üretme noktasında sermayedardan ve yenilik üretme nokta-

sında mucitten ayırmak gerektiğini savunarak girişimcilerin amaçlı eylemlerinin hedefinin bazen birey, bazen de farklı nitelikleriyle gruplar arasında işbirliği kurmak olduğunu öne sürmektedir. İlk etapta işbirliği olgusunun rol farklılıklarını da içeren bir sistemi ilan ettiğini ifade eden Johnson, rol farklılıklarının ise Jenks tarafından açıklığa kavuşturulduğunu söylemektedir. Kişisel roller ile sosyal rolleri birbirinden ayıran Jenks, sosyal rollerin toplumun parçaları olan çoğu insan tarafından tanınmasının sosyal sistemi açığa çıkardığını ve toplumun parçaları olan insanları ayırıştırarak aynılığı ortadan kaldırdığını ifade etmektedir. Böyle bir okumanın iş birliğine dair yapısal bir analiz sağladığını savunan Johnson’a göre Cochran ise, sosyal rollerin normatif içeriğinin taşıdığı informel unsurların ortaya konmasında önem arz etmektedir. Nitekim Cochran, çalışanın söz konusu işbirliğinin hem içinde hem de dışında yer aldığını, organizasyon ve disiplin konusunda işbirliğinin içinde yer alırken iş anlaşmasında işverenin karşısında sadece pazarlık gücüne sahip olduğu ve eşitlikçi bir işbirliğinin dışında olduğunu dile getirmektedir. Buradan yaklaşımla Johnson (1951: 52) söz konusu dışsal ilişkiler ve ilişkilerin inşa ettiği işbirliği meselesi üzerinden girişimciliğin ihtiyaç duyduğunu ifade ettiği sosyolojik açıklamalara bir katkı sunmaktadır.

Girişimcilik olgusunun sıklıkla Schumpeter’a referansla ekonomik gelişme ve kalkınma problemiyle ilişkilendirilen bir fenomen olduğuna ancak Arthur H. Cole, Leland Jenks ve Thomas Cochran tarafından olgunun içeriğinin psikolojik ve sosyolojik bir karaktere taşındığını kabul eden Greenfield ve Strickon, söz konusu değişimde savaş sonrası sosyal bilimlerde görülen aktivite ve ilgi değişikliğinin etkili olduğunu savunmaktadırlar (1981: 471). Nitekim Greenfield ve Strickon’a göre savaş sonrası dönemde sanayileşmeyi gerçekleştirmiş devletlerin gelişmelerinin gelecekleri ekonomik bir okumayı beraberinde getirmekle birlikte sanayileşmeyi tamamlamamış ve piyasa dışı organizasyonların yer aldığı ekonomik yapıdaki devletlerde gelişme ve kalkınma tartışması için ekonomikten öte tarihsel, psikolojik ve sosyolojik bir okuma gerekmektedir.

Sosyal girişimcilik literatüründe 1987 yayın yılıyla erken çalışmalar kategorisine girebilecek olan “Politika Girişimcileri Politika İnovasyonu için Katalizörler” (Policy Entrepreneurs Catalysts for Policy Innovation) başlıklı çalışmada King ve

Robert, sosyal girişimcilikten ziyade kamu girişimciliği tanımlaması yapmaktadır. Burada bilgi üretici ve yeniliği aktarıcı şeklinde iki gruba ayıran King ve Robert, temelde hükümeti teşvik edici yönüyle ele aldıkları kamu girişimcilerini belirledikleri 10 ilkedan hareketle sistemi geliştirmek yerine sistemi yeniden yapılandırıcı olmakla niteledikleri görülmekte ve yenilikçi değişimlerde katalizör olduklarını vurguladıkları anlaşılmaktadır. King ve Robert çalışmalarında 1984-1987 arası dönemi gözlemlemek, en az 15 yılı da doküman üzerinden incelemek yoluyla ortaya koydukları, risk ve sermaye yönüyle girişimcilik ile ilişkilendirdikleri “Policy entrepreneur” kamu sektöründe hükümet politikalarına etki bağlamında fikir üretmek ile fikri harekete geçirici faaliyette bulunmak anlamında iki aktivite türünü kapsadığını (A.e., s. 313) kelime grubu olarak da Kamu için yenilikçi kanunlar üretmeyi ve bunu işleme sokmayı içermektedir (A.e., s. 314).

Söz konusu kamu girişimcilerini entelektüel aktiviteler ile geçişkenlik aktiviteler olarak ikiye ayıran King ve Robert Entelektüel aktiviteler ile fikir yaratma ve yeni fikir toplamayı içerirken geçişkenlik aktiviteleri ile ise yeni fikrin yeniden yapı oluşturup yeni baştan dizayn etmede hayata geçirilmesini ifade etmektedirler (A.e., s. 315). İşte bu yeni fikir üretme ve fikri harekete geçirmek yönüyle yenilikçi değişim konusunda katalizör işlevi görmektedir kamu girişimcilerinin (A.e., s. 317) şu 10 büyük faaliyeti bulunduklarını ifade etmektedirler: stratejik yönetim, bilgiyi yayma, diğer organizasyonlarla işbirliği, ispat içeren projeler oluşturmak, mevzuata destek olmak, hükümeti destekleyici pozisyon almak, mevzuatın başlangıçta kanun şampiyonu olmak, sivil organizasyonlar yaratıp ilgili gruplarla iletişim kurmak, kanunu değerlendirmek ve hayata geçirmek, ulusal grup ve kuruluşlarla ilişki ağı kurmak (A.e., s. 316).

2.2.2. 1991-2000 Arası Dönemde Sosyal Girişimcilik Çalışmaları

Tarihsel köken olarak daha eskiye götürülebilmekle birlikte sosyal girişimciliğin ilk tanımlanma ve konumlandırılması noktasında 1991 ile 2000 yılları arasındaki çalışmalar önem taşımaktadır. Burada da temel referans kaynağı olan Weerawardena ve Mort’un çalışmasından taşınan tablo öncelikle tanıtılacak ve ardından tabloyu oluşturan isimlerin çalışmaları detaylı şekilde tanıtılarak tartışılacaktır. Bölüm sona erdirilirken de olgunun konumlandırıldığı alan ve taşıdığı

vurgular üzerinden söz konusu çalışmalar analiz edilecektir.

Tablo 3: Sosyal Girişimcilik Tanımlamaları-I (Kaynak: Weerawardena J. ve Mort G. S., 2006)		
ÇALIŞMA	ODAK NOKTA-AMAÇ	TANIM
(1987) King ve Roberts	Kamu sektörü girişimcilerinin bir hükümetin politikası üzerindeki etkisini tanımlamaktadır	Sosyal girişimcilik, yenilikçilik ve liderlik özellikleri bakımından tanımlanmıştır
(1991) Waddock ve Post	Sosyal girişimcilerin kim oldukları ve ne yaptıklarını tanımlamayı amaçlar	Kıt kamu kaynaklarının mevcut tahsisat yapısında büyük değişiklikler gerçekleştirme amacıyla bir kamu kuruluşu oluşturulmakta veya geliştirilmektedir
(1997) Campell	Yeni sosyal amaçlı işletme teşebbüslerinin tanımı (sağlık sektörüne odaklı)	Sosyal amaçlı teşebbüsler, topluma gerekli ürün ve hizmetleri temin ederek, gelir getirmeyen faaliyetlerin desteklenmesi için kar elde eder
(1997) Henton vd.	Belediye girişimcilerinin toplumun gelişmesine katkısının ana hatlarıyla ortaya koyulması	Belediye işletmeleri fırsatları fark ederek başkalarını kolektif yarara yönelik olarak seferber eder
(1997) Leadbeater	Sosyal girişimciliğin İngiltere refah devletinin sunmadığı veya sunmayacağı hizmetlerin temin edilmesinde kullanımının sorgulanması	Karşılanmamış sosyal ihtiyaçları karşılamak amacıyla kullanıma sunulan kaynaklar arasında gerektiği gibi kullanılamayanların tespiti
(1998) Cornwall	Düşük gelirli topluluklarda girişimcilerin sosyal etkisinin tanımlanması	Girişimciler, toplumları geliştirmek için sosyal sorumluluğa sahiptir
(1998) Dees	Kar amacı gütmeyen kuruluşların finansman elde etmesine yönelik stratejilerin belirlenmesi	Yeni finansman ve strateji keşfeden kar amacı gütmeyen kuruluşlar
(1998) Prabhu	Sosyal girişimci liderlik kavramının araştırılması	Birincil görevi sosyal değişim ve müşteri gruplarının geliştirilmesi
(1999) Ryan	Büyük kar amacı güden kuruluşların kar amacı gütmeyen kuruluşların işlemleri üzerindeki etkisini incelemektir	Gerçekten tanımlanmamaktadır
(1999) Wallace	Toplumun geliştirilmesine yönelik sosyal amaçlı işletmenin rolünü incelemektir	Girişimciler, toplumları geliştirmeye yönelik sosyal sorumluluğa sahiptir-bu sorumluluk bir topluluktaki sosyal ve siyasi uyumdan kaynaklanmaktadır

Tablo 3: Sosyal Girişimcilik Tanımlamaları-I (Kaynak: Weerawardena J. ve Mort G. S., 2006)		
ÇALIŞMA	ODAK NOKTA-AMAÇ	TANIM
(2000) Borins	Kamu girişimcilerinin özelliklerini (kural kırıcılar mı yoksa olumlu liderler mi olduklarını) değerlendirmek için iki girişimci kamu lideri kümesini araştırmaktadır	Kamu sektörü kuruluşlarında yenilik yapan liderler
(2000) Thompson vd.	Özel sektör sosyal girişimcilik incelemesi	Sosyal sermaye oluşturma amacıyla yeni bir şey, farklı bir şey ekleme süreci-özel sektör oyuncularından yapılan eylemlere odaklanmaktadır

Waddock ve Post “Sosyal Girişimciler ve Katalitik Değişim” (Social Entrepreneurs and Catalytic Change, 1991) adlı çalışmalarında bağımlılık ve evsizlik sorunlarıyla mücadele eden iki örnekten hareketle sosyal girişimciliğin ne anlama geldiğini tartışmaktadır. Oldukça kapsamlı ve derinlikli bu çalışmalarında Waddock ve Post sosyal girişimciliği kamudan ayrışık biçimde ele almakta ve özel sektör bağlamında olguya yaklaşmaktadırlar. Bu noktada alanının ne olduğu tartışmasına girmedikleri ama yaklaşım biçimlerinden böyle bir sonuç çıkarılabileceği söylenebilir. Çalışmalarında daha çok odak nokta olarak olgunun tanımına yoğunlaşmaktadır ve temelde 3 karakteristiği olduğunu ifade etmektedirler. İlk karakteristik olan karmaşıklık sosyal sorunun derinlikli bir sorunsal olduğunu ve basit bir çözümle üstesinden gelinemeyecek bir düğümde olduğunu, böyle bir karmaşıklıkta karşılıklı bağımlı aktörleri gerektirdiğini ifade etmektedir. İkinci karakteristik olan güvenilirlik ise karmaşık sosyal sorunla mücadelede lider olacak kişi olan sosyal girişimcinin kişisel olarak ve organizasyon becerisi olarak sorunun altından kalkabileceğine dair dışarıya güven salmasını ifade eder. Üçüncü ve son kriter ise birlikteliktir ve gerekli aktörleri bir araya getirerek sorunda geçici çözüm ötesinde sorunu ortadan kaldırmayı vaat ederek sosyal girişimcinin sosyal sorunla mücadelede birliktelik oluşturması ve değer yaratması anlamını taşımaktadır. Çalışmanın önemi için kamu girişimciliğinin sosyal girişimciliğe doğru evrilme sürecinde sağladığı katkı olduğu söylenebilir.

Waddock ve Post, karmaşıklık, güvenilirlik ve birliktelik (A.e., s. 394) şeklinde temel karakteristiklerini ortaya koydukları sosyal girişimciliğin her ne kadar kamu alanında olan görünürlüğü reddedilemese de kamu girişimcilerinden şu 3 yönüyle ayrıldıklarını ifade ederler: sosyal girişimciler özel vatandaşlardır kamu hizmetçileri değildir, sosyal girişimciler genel kamusal meselelerde kamunun farkındalığını artırmaya odaklanırlar, sosyal girişimciler kamu farkındalığının ve ilgisinin yeni çözümlere yol açacağını ümit ederler (A.e., s. 394). Sosyal girişimcilerin eyleme geçişlerinde temel karakteristikleri olduğunu vurgulayan Waddock ve Post, problemde görülen karmaşıklıkla başa çıkma yeteneğine sahip olmalarının yanında kolektif amaca olan bağlılıkları ve bu yönde kazandıkları güvenilirliğin etkisinin olduğunu savunmaktadır. Bu noktada problem karmaşıklığı denen durum toplumsal sorunun bireysel organizasyon veya kamusal özneler tarafından çözülmesinin mümkün olmadığı derecede problemin karmaşılaşması durumunu ifade eder ve sosyal girişimciyi bir katalizör olarak göreve çağırır bu durum (A.e., s. 395). Problemin sosyal girişimciyi katalizör olarak devreye soktuğu ikinci boyutu “kriz”dir. Sosyal girişimci toplumu krize odaklar ve ilgisini toplar (A.e., s. 396). Problemin karmaşıklığı ve farkındalık oluşturma durumu üçüncü boyut olan bağımsızlığı beraberinde getirmektedir. Bu boyut daha çok aktörler arasındaki ilişki biçimini ifade etmekte ve bu üçüncü boyut olan “bağımsızlığı” sosyal girişimci iyi koordine etmek durumundadır (A.e., s. 397).

Yeni ekonomik sistemin daha karmaşık ve daha farklı dinamikleri olması sebebiyle sosyal sorunlarla mücadelede eski modellerin olumlu sonuç veremeyeceğini vurgulayan Henton ve arkadaşları, “Sivil Toplumun Yeniden Yapılması ve Ekonomik Topluluk Oluşturulmasında Sivil Girişimcinin Çağı” (The Age of The Civic Entrepreneur Restoring Civil Society and Building Economic Community, 1997) adlı çalışmalarında piyasa ve siyaset arasındaki gerilim hattında daha sivil bir toplumun inşa edilebilmesi için civic entrepreneur olgusunun etkili olacağını savunmaktadırlar. Buradaki civic kavramının belediyeyi içerdiği literatürde ifade ediliyor olsa da sivil anlamı yazında daha ön planda durmaktadır. Nitekim sivil girişimcilerin özel bir alanlarının olamayacağı ve kendisinin açıkladığı 5 kritere sahip olması durumu ve sivil bir dayanışma üretme sonucu göz önünde bulundurulduğunda böyle bir anlam yüklenebilir.

Sosyal girişimcilerle ve sosyal girişimcilikle ilgili literatürde ifade edilenlere yakın olarak yenilikçi, fırsatları görebilecek basirete sahip, toplumu ve ilgili paydaşları sorunları çözme noktasında koordine ederek bir araya getirme gibi noktalar üzerinde duran çalışmanın önemi sosyolojik perspektife kapı açan değerlendirmelerinin yanında 1980 sonrası teknolojik, ekonomik, politik ve demografik gelişmelerin sonucu olarak yeni bir dünyanın içine doğduğumuzu ve eski çözüm ve liderleri geride bırakarak toplumu sivilileştirecek olan “civic entrepreneur”lara dikkatlerimizi yoğunlaştırmamız gerektiğini belirten idealist düşünceleri olmuştur.

Sivil bir toplumun inşa edilmesi veya var olan sivil toplumun restore edilmesi noktasında çözümün iş veya hükümetle değil siyaset ile piyasa arasındaki alanda olduğunu öne süren Henton ve arkadaşları ortaya koyulmuş başarılı bir sivil toplumun iş dünyası ile hükümetler arasında başarılı ekonomik birliktelikler kuracağını iddia etmektedirler (A.e., s. 149). Bu noktada Henton ve arkadaşlarına göre girişimin ruhu girişimcilik ile toplumun tuhu olan sivil erdem (civic virtue) bileşenlerinin bir araya gelerek oluşturduğu sivil/beledi girişimcilik (civic entrepreneur) (A.e., s. 151) toplumların kamu, özel ve sivil sektörler arasındaki ilişki biçiminin daha dirençli olmasına katkıda bulunacak (A.e., s. 152) ve toplumları bilgi çağında birleşmeye bütünleşmeye yardım edecek olan yeni tip bir liderlik biçimidir (A.e., s. 149). Sivil girişimciliğin 5 temel özelliği vardır: fırsatları görür, girişimci kişiliğe sahiptir, bütünleştirici liderlik özelliği taşır, uzun dönemli çıkarlara yönelik motivedir, takım oyunu oynar (A.e., s. 152). Sivil girişimciliği diğer girişimcilik versiyonlarından ayıran özelliği ortaya çık-tığı konjonktürel değişim göstermektedir. Çünkü sivil girişimciliğin doğduğu 1980le-rin başı, dünyada teknolojik, ekonomik, politik ve demografik değişimlerin liderliği daha etkili efektif kılmış (A.e., s. 153) ve merkezden kopmuş toplumun ademi merkezi güçlü yapısı bu liderlere fırsat sunmaktadır (A.e., s. 154).

Charles Leadbeater literatürde sık referans verilen “Sosyal Girişimcinin Yükselişi” (The Rise of The Social Entrepreneur, 1997) önemli çalışmasında sosyal girişimciliğin etkin bir güç haline gelmesinin arka planında refah devletinin ekonomi politikalarının sosyal problemleri çözücü olması yerine karmaşıktırarak baskı halini

almasının etkili olduğunu savunmaktadır. Refah devleti rejiminin istihdam, vergilendirme ve sosyal sigorta sistemlerinin sorunları baskı aygıtı olmaktan çözücü bir niteliğe kavuşabilmesi için itici motivasyon sağlayacak sosyal sermaye üreticisi insanlara ihtiyacı olduğunu vurgulayan Leadbeater, bu üretim sürecini sosyal inovasyon dalgası olarak ifade etmektedir (A.e., s. 17). Sosyal inovasyonun fikir, kanun veya organizasyon gibi birden fazla kaynaktan gelebileceğini aktaran Leadbeater en önemli kaynağının sosyal girişimciler olduğunu belirtmekte ve sosyal girişimcilerin kamu, özel ve gönüllü sektörlerin bazen ikisi bazen üçünü birden (A.e., s. 10) kullanan ve partnerler arasında iletişim ve ilham verme noktasında üstün yetenek sahibi olan değer yaratma noktasında bazen refah devlet de dahil gerekli partnerleri kullanan ama en önemlisi de sosyal sermaye birikimi etrafında hareket eden aktörler olduğunu ifade etmektedir (A.e., s. 24).

Charles Leadbeater bir sene sonra Goss ile birlikte hazırladığı “Sivil Girişimcilik” (Civic Entrepreneurship, 1998) başlıklı çalışmasında sivil girişimciliğin sosyal girişimcilik ile ticari girişimciliğin bazı yönleriyle bir kombinasyonunu ifade ettiğini ve üç niteliğinin onu ayırttığını ifade etmektedir (A.e., s. 17-18). Leadbeater’a göre sivil girişimcilik sadece yönetimdeki düzenlemeler değil gerektiğinde politik bir yeniden oluşumu da kapsayabilir, ikinci olarak özel sektördeki bir kahraman figürü değil işbirliğine yatkın stratejistir, üçüncü ve son olarak da yenilik üretici bireysel bir davranıştan daha fazlasını ifade eder. Bu anlamda misyonu daha çok ürün yerine daha iyi sonuçtur. Stratejist davranarak diğer alanlara geçiş yapabilmekle birlikte sivil girişimciliğin kamu alanında görüldüğünü dile getiren Leadbeater bu durumun sivil girişim organizasyonlarını kültürel ve politik kimliklerin yanında kritik role sahip olan kıdemli yöneticilerin etki alanına açık hale getirdiğini savunmaktadır.

Sosyal girişimcilik yazınında ismi önde gelen yazarlardan birisi olan Dees “Sosyal Girişimciliğin Anlamı” (The Meaning of Social Entrepreneurship, 1998) adlı çalışmasında kavramın yeni olsa da fenomen olarak eskiden beri var olduğunu iddia ettiği ve yani bir kavram olması sebebiyle de zihinlerde farklı yaklaşımlara yol açtığını öne sürdüğü sosyal girişimcilik olgusuna bir yaklaşım getirmiştir. Temelde köken ola-

rak girişimciliğe dayandıran Dees, seçtiği 4 temel figür üzerinden girişimciliğin kavramsal gelişimini tartıştıktan sonra sosyal misyon taşıyan sosyal girişimciliğe bir tanımlama getirmiştir. Sosyal girişimciliğin değişim aktörleri olduğunu vurgulayan Dees, bu aktörlüklerini de 5 temel etken üzerinden gerçekleştirdiğini ifade etmektedir. İlk olarak sosyal misyonu merkeze yerleştirmek, ikinci olarak fırsatlara odaklanmak, üçüncü olarak ortaya konulan değeri devam eden bir süreç haline getirmek, dördüncü olarak fırsatların sınırlandırmalarına meydan okuyarak sınırları genişletmek ve beşinci olarak bir araya gelen paydaşlara talep ettikleri değerleri sağlamak olarak sosyal girişimciliğin değişim aktörlüğü olabileceğini ifade eden Dees, sosyal girişimcinin yeni nesil bir lider olduğunu kabul etmeye ve yeni yüzyılda sosyal gelişmeye katkı sağlamasına imkan vermeye davet etmektedir. Bu çalışmanın önemi ise sosyal girişimciliğe kavramsal bir yaklaşımı gösteriyor olması ve girişimciliğe dayandıran bu yaklaşımın kavrama nasıl bir anlam yüklediğini bize göstermesi olarak ifade edilebilir.

Hükümet politikaları ve hayırseverlik faaliyetlerinin beklentileri karşılamaktan uzakta olduğunu ve zamanın sosyal problemlere girişimci yaklaşım oluşturduğunu öne süren Dees, bu yüzyılda bu yeni yolu oluşturmada sosyal girişimcilere ihtiyaç olduğunu vurgulamaktadır (A.e., s. 1). Sosyal girişimcilik dilinin yeni olmasına bu isimle kendileri çağrılmamasına karşın olgunun eski olduğu ve sosyal girişimcilere hep sahip olduğumuzu öne süren Dees, olgunun popülerlik kazanmasına karşın halen anlam bütünlüğü kazanamadığına dikkat çekmektedir (A.e., s. 1). İş girişimi ile sosyal girişim arasındaki temel farkın misyonda olduğunu, iş girişimcisi temelde zenginlik yaratmayı amaçlarken sosyal girişimcinin temelde değer yaratmayı amaçladığını bunu da sektör sınırlaması olmaksızın yaptığını vurgulayan Dees, sektör sınırlarının ortadan kalkmış olduğu günümüz dünyasının avantaj sağladığını (A.e., s. 3) 21. yüzyılda sosyal gelişme için sosyal girişimcilerin yardımına ihtiyacımız olduğunu belirtmektedir (A.e., s. 6). Dees'e göre sosyal girişimciler şu 5 yolla sosyal sektörde değişim aktörleri olurlar:

- sosyal değer yaratmak ve sürdürmek temel misyonları
- temel misyonlarını gerçekleştirmek için yeni fırsatları kovalarlar
- yenilik, uyum ve öğrenme sonlanmaz devam eden bir süreçtir
- kaynak konusunda sınırsız hareket ederler ellerinin uzandığı ölçüde

- yaratılan ürün ve hizmet konusunda ileri motivasyon ve yüksek derece hassasiyet gösterirler

Bu 5 niteliğin ideal bir kavramsallaştırma olduğunu hatırlatan Dees, duruma göre farklı boyutta ve farklı ölçüde olabileceğini vurgulamaktadır (A.e., s. 4).

Dees sosyal girişimcilik konusunda ismi öne çıkan yazarlardan birisidir. Sosyal girişimciliğin ne olduğu ve ne olmadığına dair çalışmaları bulunmakla birlikte “Girişimci Kar Amacı Gütmeyen Kuruluşlar” (Enterprising Nonprofits, 1998) adlı çalışmasında daha çok sosyal girişimciliğin doğduğu bağlamı ele aldığı görülmektedir. Bu noktada kendisi öncelikle kar amacı gütmeyen kuruluşlara yoğunlaşmakta ve gittikçe sayıları artan bu kuruluşların işleyişlerindeki farklılaşmaya değinmektedir. Ticarileşmek olarak ifade ettiği durumu kar amacı gütmeyen kuruluşların kar amacı güden kuruluş işleyişlerine doğru bir değişim gösterdiğini bunun da daha efektif sonuçlar şeklinde yansıması olan temelde 5 sebebinin bulunduğunu ifade etmiştir. Sosyal girişimcilik olgusunun da doğuşunu bir anlamda aktardıklarıyla bu bağlama oturtan Dees, ticarileşme durumunun zaman zaman hayırseverlik durumunu daha başarılı organize ederek daha etkili sonuçlar üretiyor gibi görünse de kar amacı gütmeyen kuruluşları ve sosyal girişimcileri sosyal misyonlarından uzaklaşmak gibi riskler taşıdığını vurgulamaktadır. Bu noktada sosyal girişimcinin bulunması gereken konumun ne tamamen hayırseverlik ne de tamamen ticarilik olmaması aradaki dengeyi kurmayı başarmasını gösterdiği tablo üzerinden tavsiye ettiği görülmektedir. Diğer çalışmasında kar amacı gütmeyen kuruluşlar anlamında ele aldığı görülen sosyal girişimcilik olgusunun hangi bilişsel yatakta yer aldığını ve doğuşunun ekonomi-politik konjonktürde nereye oturduğunu ifade etmesi açısından Dees’in bu çalışması önem taşımaktadır.

Kar amacı gütmeyen kuruluşların liderlerinin piyasaya dayanan ürünlerin hayırseverliğe dayanan ürünlere göre gelişiminin hem daha kolay hem daha dirençli olduğunu gördüğünü ve piyasa disiplininin sosyal sektörde daha etkili olduğunu fark ettiklerini belirten Dees (A.e., s. 56) piyasaya disiplinin ötesinde girmenin ise kar amacı gütmeyen kuruluşu sosyal misyonundan uzaklaştıracağını (A.e., s. 58) nitekim ticarileşmenin gönüllülük temelli ilişki biçimlerinin niteliğini de sıklıkla değiştirebildiğini (A.e., s. 61) dile getirmektedir. Bu anlamda bir ihtiyaca karşılık gelerek doğduğunu belirttiği sosyal girişimcilik Dees’e göre istisnaları olmakla birlikte

ne tamamen sosyal değere odaklıdır, ne de tamamen ekonomik değere odaklıdır. Bu yönüyle de kişisel çıkar temelli ticari faaliyet ile iyilik temelli hayırseverlik arasında konumlanan sosyal girişimcilik her ikisini “motivasyon, hedef ve yöntem” konusunda bir araya getirerek sosyal ve ekonomik temelli bütünleşik motivasyon içeren bir faaliyet olarak görmek gerektiğini aktarmaktadır (A.e., s. 60)

Sosyal girişimcilik üzerine tek cümle bile kurulmayan “Kar Amacı Olmayan Kuruluşlar İçin Yeni Manzara” (The New Landscape for Nonprofits, 1999) adlı çalışmada Ryan kar amacı gütmeyen kuruluşları ve değişen konjonktürü ele almaktadır. Bu konjonktürün kar amacı güden ve gütmeyen kuruluşları karşı karşıya getirmek yerine kar amacı gütmeyen kuruluşların kendilerini yeniden değerlendirmeye zorlandığını iddia eden Ryan bu durumun birinci sebebinin hükümetlerin artık refahı artırmada dışa kaynak kullanımına ağırlık vermeleri, ikinci sebebinin ise artık sosyal hizmet sunumunda kar amacı güden işletmelerin dışlanmaması gerektiği radikal değişim öncüsü fikrin olduğunu öne sürmektedir. Sosyal hizmet sunumunun manzarasını değiştiren bu sahneyi piyasanın yayılması ve yeni bir iş ruhu olarak ifade eden Ryan kar amacı gütmeyen kuruluş liderlerinin kendilerini içinde buldukları bu yeni dünyada sınırları iyi yönetip kar amacı güden işletmelerle bazen rekabete girmeyi bazen de dayanışma halinde olmayı tercih etmeleri gerekir ki bir çok kazanımları olan geçmişten gelme konumlarına sahip çıkarak ellerinde mevcut olan kaynaklara sermaye ve teknolojiyi de dahil edebilsinler. Nitekim eskiden beri boşluklarını doldurduğu hükümetlerin taleplerinde girdiği rekabet bazı kazanımların yanında bazı kayıplara sebep olabilir ki kar amacı gütmeyen kuruluşların temel misyonu olan kazanmak her şey değildir fikri kar amacı güden işletmelerle rekabette onları koruyabilir. Ryan'ın bu çalışması sosyal girişimciliğe bir şey katmamakla birlikte kar amacı gütmeyen kuruluşların piyasa şartlarının oluşturduğu ekonomi-politik konjonktürde karşılaştığı manzarayı sunması açısından önem taşıdığı söylenebilir. Bu noktada sosyal girişimciliğin içine doğduğu sosyal hizmet sunumu manzarasını bize yansıttığı ifade edilebilir.

20. yüzyılın çoğunluğunda hükümetler ile hayırseverler organize şekilde toplumun refahı için çalıştığını, hükümetlerin oluşturduğu politikalardan arta kalan boşlukları hayırsever faaliyetlerin doldurduğunu (A.e., s. 128) mal ve hizmet üretimini ise

çoğunlukla özel piyasa mekanizmasına bıraktığını (A.e., s. 129) vurgulayan Ryan kamu sektörünün sosyal hizmet üretiminde iş dünyasını bir aktör olarak kabul etmesinin devrim olarak görülebileceğini dile getirmektedir (A.e., s. 130). Bu durumun arka planında etken olarak piyasanın etkinliğini daha geniş bir alana yayması ve yeni iş ruhu (zeitgeist) yaratmasının olduğunu belirten Ryan bu bağlamda şu 4 etkenin de hem kar amacı gütmeyen hem de kar amacı güden kuruluşların gelişmesini sağladığını vurgulamaktadır: ölçü (size), sermaye, geçişkenlik (mobility) ve sorumluluk (A.e., s. 131). Ortaya çıkan bu yeni dünyada Ryan'a göre kar amacı gütmeyen kuruluşlar da kar amacı güdenlerle zaman zaman rekabetçi zaman zaman da dayanışmacı olarak aynı sınırları paylaştıklarını gözlemlemişlerdir (A.e., s. 134)

Borins, "Gevşek toplar ve Kuralı Kesiciler veya Girişimci Liderler Yenilikçi Kamu Yöneticileri Hakkında Bazı Kanıtlar" (Loose Cannons and Rule Breakers, or Enterprising Leaders Some Evidence About Innovative Public Managers, 2000) adlı çalışmada kamu girişimcilerini ele almaktadır. Geleneksel değerlerin güvenilirlik, dürüstlük ve mesuliyet yeni değerlerin ise hizmet, yenilik ve nitelik olduğunu savunan (A.e., s. 498) kamu girişimcilerinin kural kırıcı yoksa olumlu liderler mi olduğunu soran Borins iki tane yenilikçi kamu lideri kümesinden elde ettiği verileri yorumlamaktadır. Verilerden hareketle de kural yıkıcı olmak yerine olumlu liderler olduğunu belirttiği kamu girişimcileri için Borins şu 5 kriterin tanımlayıcı olduğunu ifade etmektedir: Yenilik kaynağı, Yenilik türü, Yeniliğe yol açan koşullar, Yeniliğin destekçileri, Yeniliğin önündeki engeller ile ilgili ölçümler (A.e., s. 499). İki örneklem kümesinden elde ettiği verilerden hareketle kimlerin yenilikçi olduğu, yaptığı nelerin yenilik olduğu, yenilik üretmede destekçi ve engelci olanların kimler olduğu tablolar halinde ifade edilmiş ve birden fazla sebebin yenilik üretmede etkili olabileceği belirtilerek bu yenilikçiliğin tehdit olmak yerine teklif olmayı içerdiği iddia edilmiştir. Borins'in bu çalışmasının önemi girişimciliği kamu bağlamında ele alması ve verilerden hareketle yenilik uygulamaları tartışmasıdır. Ana aktörleri ve yardımcı aktörleri tartıştığı bu tablolarında Borins yenilikçi uygulamanın içeriğine dair veriler sunmakta ve bahsettiği kamu girişimciliğinin taşıdığı kriterleri tanıtmaktadır.

Sosyal girişimciliği daha çok sosyal sermaye bağlamında ele alan Thompson olguyu da Sosyal sermaye oluşturma amacıyla yeni bir şey, farklı bir şey ekleme süreci şeklinde tanımlamaktadırlar. “Sosyal Girişimcilik: İnsanlara Yeni Bir Bakış ve Potansiyel” (Social Entrepreneurship: A New Look at The People and The Potential, 2000) adlı çalışmalarında Thompson sosyal girişimciliği Tony Blair'in dikkat çektiği bağlamda değerlendirmekte ve özel sektör oyuncularını tarafından yapılan eylemlere odaklanmaktadır. 3 temel şema ile çalışmasını toparlayan Thompson 4 sermaye türünün de birbiri için önemli olduğunu belirten Thompson özellikle sosyal girişimciliğin bir ürünü olan sosyal sermayeye dikkat çekmekte ve toplumsal kaynak olduğunu vurgulamaktadır. Çalışmasında yer verdiği ikinci tabloda ise Thompson ihtiyaçlar ile kaynakların değer ve vizyon temelinde buluşması ile ihtiyaçların karşılanmasını sosyal girişimcilik olarak ifade etmekte ve örnekler sunmaktadır. Analizlerinden anlaşılacağı üzere değer ve vizyonun bulunduğu temel de sosyal sermayeye karşılık geldiği söylenebilir. Üçüncü ve son şemasıyla çalışmasını özetleyen Thompson ikinci şemada yer verdiği döngüyü daha büyük bir döngüye bağlıyor ve karşılıklı birbirini harekete geçirici olarak tanımlıyor. Ama liderlik becerisi-ihyaçların kavranması-yardım yetisi yetisi olan insanların bir araya getirme döngüsü diğer döngünün çağının iki katıdır. Bu da şu anlama geliyor ki bir kez işlemesi diğeri için iki değer ifade eder. Bu çalışmanın önemi için şu söylenebilir ki bu çalışma sosyal girişimciliği yalnızca kavramsal boyutuyla ele almamış ve sistem şeklinde şematize etmiştir. Bu da şimdiye kadar yapılan okumalar içinde karşılaşılan yeni bir durumdur. Bu noktada yazının başlığı gibi yeni bakış olduğu söylenebilir. Metnin anlatıları ise oldukça dağınık ve sistemsiz ve de anlamsız gitmektedir.

Thompson, duyarlılığı sebebiyle hayırseverlik bağlamında da okumanın mümkün olduğunu vurguladığı sosyal girişimciliğin arka planını Tony Blair'ın 20. yüzyılın ilk yarısında topluluğun hükümet katkısı olmaksızın, ikinci yarısı ise hükümetlerin topluluk katkısı olmaksızın başarılı olmasının mümkün olamayacağı yönündeki fikrinin iyi ifade ettiğini savunmaktadır (A.e., s. 328). Bu söz bağlamında finansal, sosyal, estetik ve çevresel olarak tasnif edilen (A.e., s. 330) dört sermaye türünden özellikle sosyal sermaye üreticisi olarak Thompson'ın gördüğü sosyal girişimciler girişimci yollar denemeye istekli ve yetenekli liderlerdir. Başarılı bir girişimciliğin zamanla

veya hızlıca ama mutlaka büyük çaplı bir değişim oluşturacağını savunan Thompson (A.e., s. 336) söz konusu değişimi oluşturan mekanizmanın birbirine karşılıklı bağlı olan iki sistem tarafından gerçekleştirildiğini belirtmektedir. Dışarıdaki çapı küçük olan sistem vizyon-kaynak-liderlik kesişim alanını, bağlı olunan çapı büyük sistem ise algılanan sosyal ihtiyaçlar-yardım edilecek insanlar-liderlik ve girişimcilik becerisi kesişim alanını ifade eder (A.e., s. 337).

Hükümet dışı gelişim organizasyonlarını incelediği “Sosyal Girişimciliğin veya Toplumsal Yenilikçiliğin Ötesinde Tarihi Bir An olarak NGO’lar” (NGDOs as a Moment in History Beyond Aid to Social Entrepreneurship or Civic Innovation, 2000) adlı bu yazısında Fowler, hükümet dışı organizasyonlarının iki problematik yaşadığı, ilk olarak temelde sivil meşruiyet ve ahlaki temel noktasında bir erozyona uğradığı ikinci olarak vergiye dayalı finansa bağımlılıklarının geliştiğini öne süren Fowler, yalnızca pratik anlamında değil ayrıca bu organizasyonların doğasını değişime sürükleyecek yeni bir paradigmaya ihtiyaç olduğunu iddia etmektedir (A.e., s. 637). Fowler’a göre 20. yüzyıl başında görülen sel, kuraklık ve deprem gibi olaylarda geleneksel hayırseverlikten ayrışık olarak kültürel dayanakları bulunan özel bir destek oluşumuyken 1960’larda yaşanan kolonilerden çekilme sürecinde ve 1970’lerde daha yoksul ve kırılğan ülkelerin sağlık, eğitim ve beslenme üzerine sosyal hizmetlere daha fazla ilgi göstermesi sonucu bir miktar yaşadığı ekonomik ve toplumsal dönüşüm 1980lerde görülen ekonomik liberalleşme ve hükümet hizmetlerinin özelleşmesi ile derin etkili olmuştur (A.e., s. 640). Söz konusu yapıların geldiği noktada kamu kaynaklarına olan bağımlılığını çözücek olan iki aktörün bulunduğunu savunan Fowler, ilk olarak sosyal girişimcilerin değer katkılı ekonomik misyonlarının sosyal problemlere yönelik ticari kaygıların bir parçası olarak kar (profit) yerine sosyal kaygıların bir parçası olarak artık (surplus) üretmesi ve Bangladesh Rural Advancement Committee (BRAC) örneğinde görüldüğü gibi gelir üretmesinin yanında piyasa sistemine katkı sağlayan üreticiler ile organizasyonlar arasında bağ kurması dışarıya olan finansal bağılılığı azaltarak gelişimin etkisini artırmakta olduğunu ifade etmektedir (A.e., s. 646). İkinci olarak ifade ettiği sivil yenilikçilerin (civic innovators) ise yeni teknikler yoluyla sosyal sorunlara çözüm sağlamayı amaçlayan ve yurttaşlık temelinde görülen sivil eylemleri sürece dahil ederek girişimci olmaktan öte daha kamusal bir yol izlediğini ifade

etmektedir. Sosyal girişimciler gelir ve sürdürülen sosyal faydaya (social benefit) odaklıyken sivil yenilikçiler destek ve sivil faydaya (civic benefit) odaklılardır (A.e., s. 649).

1991 ile 2000 yılları arasında sosyal girişimciliğin tanımlanma çabalarının dönemin temel karakteristiği olduğu söylenebilir. Uygulama alanında her ne kadar daha öncelere taşınsa da akademi alanına bu dönemde girdiği görülen sosyal girişimciliğin kamu kuruluşu, kar amacı gütmeyen kuruluş ve kar amacı güden/gütmeyen kuruluşlar şeklinde üç farklı konumlandırılmasının yapıldığı görülmektedir. Bu noktada kamu sektörü bağlamında olguya yaklaşan King ve Roberts (1987) ile Waddock ve Post'un (1991) kavramsallaştırmayı kullanan ilk iki çalışmayı oluşturması olgunun kamu sektörü bağlamında doğduğunu gösterdiği savunulabilir. İkinci olarak sosyal girişimciliği kar amacı gütmeyen kuruluşlar şeklinde tanımlayan çalışmalarda Leadbeater (1997), Cornwall (1998), Dees (1998), Prabhu (1998), Ryan (1999) ve Wallace (1999) isimlerinin yoğunluğu da sosyal girişimcilik her ne kadar doğuşu olarak kamu ile ilişkilendirilse de bu dönemde bir ittifak halinde sosyal girişimciliğin kar amacı gütmeyen kuruluş bağlamında konumlandırıldığını göstermektedir. Nitekim olgunun kar amacı güden ve gütmeyen kuruluşları aynı zeminde buluşturduğunu bu dönemde öne süren tek çalışmanın Henton ve arkadaşlarından (1997) gelmesi her ne kadar olgunun tarihselliği göz önünde bulundurulursa bir ileri görüşlülüğü yansıtırsa da esas olarak bu dönemde olgunun ortak şekilde kar amacı gütmeyen kuruluşlar bağlamında ele alındığı yargısını güçlendirmektedir. Bu dönemde ikinci olarak vurgu yapılan noktalara bakıldığında ise temel vurgunun bahsedildiği üzere konumlandırmaya yönelik olduğu, sadece sosyal girişimciliğin nitelikleri üzerinden Waddock ve Post (1991) ile Leadbeater'ın (1997) bir çaba içinde olduğu görülmektedir. Bu ise olgunun henüz kabul edilip tanımlanma aşamasının bir neticesi olarak gelişmemiş olduğunun göstergesi olması noktasında anlaşılabilir bir durumdur.

2.2.3. 2001-2010 Arası Dönemde Sosyal Girişimcilik Çalışmaları

Bu başlık altında öncelikle temel referans kaynaklarımızdan edindiğimiz sosyal girişimcilik üzerine 2001 ile 2010 yılları arasında ortaya koyulmuş olan başat çalışmaların tablosu sunulacak ve ardından tabloda sadece tanımları görülen

çalışmaların detaylı şekilde içerikleri aktarılarak tartışılacaktır. Bölüm biterken de son iki paragrafla çalışmalar konumlandırıldığı alan ve vurgu yapılan noktalar üzerinden belli bir tarihsel çizgi üzerine yerleştirilerek analiz edilecektir.

Tablo 4: Sosyal Girişimcilik Tanımlamaları-II (Weerawardena ve Mort, 2006; Aslan vd., 2012.)		
ÇALIŞMA	ODAK NOKTA-AMAÇ	TANIM
(2001) Kanada Sosyal Girişimcilik Merkezi	Genel sosyal girişimcilik incelemesi, özellikle küreselleşmenin etkilerine ve ikili kar hanesi raporlamanın yükselişi	Özel, kamu sektörleri veya gönüllü sektörlerden kaynaklanan yenilikçi ikili kar haneli girişimleri
(2001) Hibbert ve Diğerleri	Tüketicilerin sosyal girişime yönelik inisiyatif karşısındaki tutumlarını ölçmektedir	Kar amaçları yerine sosyal uçlar için girişimci davranışının kullanılması; veya belirli bir mağdur gruba faydası bulunan kar üreten bir işletme
(2001) Samalbone vd.	İngilteredeki sosyal işletmeleri incelemekte ve Sosyal girişimlerin gelişimini desteklemek için tasarlanan politika tanımlamaları yapmaktadır	Sosyal işletmeler, sosyal bir amaç için sahip olunan ve ticaret yapan rekabetçi firmalar olarak tanımlanmaktadır (kar amacı gütmeyen kuruluşları, işçilerin sahibi olduğu kolektifleri, kredi kooperatiflerini vb.) içermektedir
(2002) Cook, Dodds ve Mitchell	Sosyal girişimciliğin yanlış yönlendirilmiş ve tehlikeli biçimde refah devleti teşebbüslerinin yerini alabileceği fikrine saldırmaktadır	Kamu, sosyal ve ticari sektörler arasında, piyasa gücünü kamu yararına kullanmak için geliştirilen sosyal ortaklıklar
(2002) Shaw vd.	Sosyal işletmelerin kapsamlı bir şekilde incelenmesi-desteklemek üzere nitelikleri, amaçları, eylemleri ve tanımlamaları irdelemektedir	Ticari girişimcilerin zenginlik oluşturma yönünde ortaya koydukları işletme ve hayal gücünün aynısının sosyal sorunlara getirilmesi
(2002) Thompson	Sosyal girişimcilik kapsamının ana hatları-sosyal girişimcilerin kimler olduğunu, ne yaptıklarını ve kendilerine hangi desteklerin sunulduğunu incelemektedir	Sosyal sermaye oluşturma amacıyla yeni ve farklı bir şey ekleme süreci
(2003) Sullivan Mort vd.	Çok boyutlu bir yapı olarak sosyal girişimciliğin kavramsallaştırılmasının geliştirilmesi	Yeni sosyal organizasyonların kurulmasını sağlayan fırsatların araştırılması ve fark edilmesi ve mevcut fırsatların sürekli yenilenmesi

Tablo 4: Sosyal Girişimcilik Tanımlamaları-II (Weerawardena ve Mort, 2006; Aslan vd., 2012.)

ÇALIŞMA	ODAK NOKTA-AMAÇ	TANIM
(2004) Alvord vd.	Sosyal dönüşümü gerçekleştiren başarılı sosyal girişimcilik faktörlerini araştırmak	Sıradan işletme kriterlerinin dışına çıkarak, odak noktası yenilikle beraber sosyal sorunlara eğilmek. Sosyal etki için yenilik getirmek.
(2005) Tan vd.	Sosyal girişimciliğin, genel olarak kabul gören girişimcilik tanımı üzerinden, girişimciliğin özgeci bir formu olup olmadığını tartışmak	Özgeci motivasyon ile, toplumun belirli bir kesimi yararına kar sağlama süreci
(2005) Light	SG'nin var olup olmadığından çok, SG alanının herkese açık olup olmadığını tartışır	SG; önemli sosyal sorunlara işaret eden, ezberleri büyük çaplı değişimlerle bozan, sürdürülebilir bir biçimde uygulamaya çalışan birey, grup, örgüt veya birliklerdir
(2006) Weerawardena ve Mort	Çalışmanın amacı, SG ile ilgili kuran oluşturma metodundan yola çıkıp, 9 tane vaka çalışmasını inceleyerek çok boyutlu bir model oluşturmaktır	SG; kar amacı gütmeyen örgütler bağlamında algılanan fırsatları kullanarak, sosyal bir değer yaratmayı hedefleyen davranışsal bir olgudur
(2006) Mair ve Marti	Çalışmanın amacı sosyal girişimcilikle ilgili akademik merak uyandırmak. Sosyal girişimciliğin bileşenleri olan sosyal ve girişimci olgularını oluşturan elementleri incelemek	Sosyal ihtiyaçların giderilmesi için farklı kaynakları bir araya getirmekle beraber, fırsatları yenilikçi bir biçimde değerlendirerek sosyal değişim yaratmak
(2006) Peredo ve McLean	Çalışmanın amacı, sosyal ve girişimcilik elementlerini konseptin içinde eriterek, analitik ve eleştirel bir yaklaşımla SG kavramını açıklamak	SG, tamamen veya en azından belirgin bir biçimde sosyal değer yaratmaktır

Tablo 4: Sosyal Girişimcilik Tanımlamaları-II (Weerawardena ve Mort, 2006; Aslan vd., 2012.)

ÇALIŞMA	ODAK NOKTA-AMAÇ	TANIM
(2007) Martin ve Osberg	Girişimciliğin karakteristik özelliklerini ortaya koyarak, girişimcilik ve sosyal girişimcilik arasındaki farklılıkları ortaya koymak. Sosyal girişimcilik vakalarının incelenmesi	SG üç bileşenle açıklanır; 1-Adaletsiz düzen yüzünden finansal veya politik güce sahip olamayan ve dönüştürücü faydalardan yararlanamayan, dışlanan, acı çeken ve marjinalleşen kimsi belirlemek 2-Bu adaletsiz düzen içinde sosyal değer yaratacak meta-net, yaratıcılık, cesaret ve eylemi oluşturarak koşullara meydan okumak 3-Hedef grubun sıkıntılarını azaltmak için grubun potansiyelini ortaya çıkartmak ve kalıcı, dengeli bir ekosistem oluşturmak
(2007) Chell	Çalışmanın amacı, girişim ve girişimciliğin doğası ile ilgili daha önce yapılan söylemlerin ve bakış açılarının izini sürerek sosyal ve ekonomik girişimciliği anlamaktır	Sosyal girişim; Halihazırda aktarılabilen kaynakların kontrolüne bakmaksızın, sürdürülebilirliği garantilemek için yaratılan refah ve sosyal değeri işe yeniden yatırım yaparak, fırsatları durmaksızın yaratmak ve peşinden koşmaktır.
(2008) Zahra vd.	Sosyal girişimciliğin oluşumuna ve globalleşmesine katkıda bulunan güçlerin açıklanması	SG; yeni girişimler yaratarak ya da var olan örgütleri yöneterek sosyal refahı arttırmak adına keşfetmeyi, tanımlamayı ve fırsatları görmeyi üstlenen tüm aktivite ve süreçlerin bütünüdür
(2008) Smith ve Hunter	Çalışmada, SG kavramı, genel girişimciliğin üç ana ölçme aracı ile ilişkilendirilerek tanımlanmaya çalışılmıştır. SG'liğin mevcut durumu da incelenmiş ve özetlenmiştir.	SG, girişimcilik dünyası içinde, geleneksel girişimcilik ile birlikte yer alır
(2009) Neck, Brush ve Allen	Girişimci teşebbüslerin tipolojilerini tanımlayarak, sosyal girişimciliğin görünümünü açıklamak	Sosyal girişimcilik, kararlaştırılmış misyon tarafından belirlenir.

Tablo 4: Sosyal Girişimcilik Tanımlamaları-II (Weerawardena ve Mort, 2006; Aslan vd., 2012.)

ÇALIŞMA	ODAK NOKTA-AMAÇ	TANIM
(2009) Craig V. VanSandt vd.	Çalışmada, sosyal girişimcilerin, sosyal ilerlemeyi gerçekleştirmelerine izin veren potansiyel katalizörler ve birbirini takip eden genişleme, ölçme ve yenileme metotları incelenmiştir.	Etkili SG gelişmesinde katalizör görevi gören güçler; 1-Etkili mantık 2-Uygun raporlama metrikleri sayesinde geliştirilmiş meşruiyet 3-Bilgi teknolojileri
(2009) Bloom ve Chatterji	Liderliğin, misyona bağlılığın, destekleyici kültür yaratmanın, bağış toplamının, replikasyon politikaları ve süreçlerinin yaratılmasının önemini vurgular. Ek olarak sosyal etki ölçeği geliştirilmiştir.	SG; sosyal sorunlara işaret eden geçmişteki stratejilerden farklı olarak değişim stratejilerini konuşlandıran, sosyal problemleri elimine etmek veya azaltmak için yeni örgüt ya da programlar başlatan kişi
(2009) Murphy ve Coombes	Sosyal girişimsel keşfin, kurumsal sosyal sorumluluğun sosyal girişimcilik kapsamında genişletilerek kavramsallaştırılması	Sosyal girişimcilik, belirli bir sosyal amaç veya sorunu, seferberlik bağlamında teşvik etme niyetinde olan bir oluşum ve girişimin üstlenilmesidir.
(2010) Noruzi, Westover ve Rahimi	Çalışmanın amacı, günümüzde önemli bir fenomen haline gelen sosyal girişimcilikle ilgili yeni gelişmeleri araştırmak	Sosyal girişimci; ezber bozan fikirler aracılığıyla belirgin sosyal sorunlara, sürdürülebilir, geniş çaplı çözümler üreten birey, grup, ağ, birlik ya da örgüttür
(2010) Lundqvist ve Middleton	Çalışmanın amacı; İsveç ve ötesindeki sosyal, sivil, toplumsal ve diğer girişimcilik tiplerini ilişkilendirerek, sosyal girişimciliğe dair daha birleştirilmiş bir tanım oluşturmak	İsviçre’de SG ile ilgili araştırmacı ve danışmanların tanımlamalarından alıntı yapılmış ve sonuçta biri dışında, diğer hepsinin girişimciliğin farklı yönlerini ele alan ve entegre olmuş daha birleştirici bir tanıma sıcak bakmışlar
(2010) Dacin, Dacin ve Matear	Sosyal girişimcilik kavramının literatürdeki güncel durumunu incelemek ve bazı girişimcilik formlarını (geleneksel, kurumsal, kültürel) sosyal girişimcilik bağlamına entegre etmek	SG, sonuçları pozitif ya da negatifte olsa da sosyal değer yaratma misyonuna odaklanmış girişimlerdir

Tablo 4: Sosyal Girişimcilik Tanımlamaları-II (Weerawardena ve Mort, 2006; Aslan vd., 2012.)

ÇALIŞMA	ODAK NOKTA-AMAÇ	TANIM
(2011) Marshall	Çalışmada, kar amacı güden ve uluslar arası platformda faaliyet gösteren firmalar incelenmiş. Kar amacı güden örgütlerin SG boyutları ele alınmış.	SG, kaynak ülkede sosyal misyonun başarılmasına yardımcı olacak hizmet veya ürünü oluşturup, bu hizmet veya ürünü alıcı ülkeye ulaştırarak finansal fayda sağlayan kişi(ler)
(2011) Lepoutre vd.	Çalışmanın amacı, nüfus temelli sosyal girişimcilik aktivitesini ölçmek için metodoloji geliştirmek ve 49 ülkede test etmek.	Sosyal girişimcilikle ilgili yapılan standart tanımların her ülkenin uygulamalarına göre farklılık gösterebileceğinin altı çizilmektedir
(2011) Lumpkin vd.	Çalışmanın amacı, sosyal girişimciliği, girişimsel süreçlerde, öncüllerinin ve çıktılarının ne ölçüde eşsiz yaptığı sorusu sorulmaktadır	Yok

Sosyal girişimcilik olgusuna okumalarımızda ilk defa eleştirel bakan isimler olarak karşımıza çıkan Cook ve arkadaşları “Sosyal Girişimcilik: Sahte Binalar ve Tehlikeli Öngörüler” (Social Entrepreneurship: False Premises and Dangerous Forebodings, 2001) adlı çalışmalarında fazlaca iktisadi söylemlere boğdukları eleştirilerinde temel olarak sosyal girişimcilik üzerine iki hatalı yaygın bilginin bulunduğunu öne sürmektedirler. Kamu, sosyal ve ticari sektörleri bir araya getirme olarak ifade ettikleri sosyal girişimcilik hareketinin ilk olarak kitlesel işsizliği anlayamadıklarını ikinci olarak da hükümetlerin refah hizmetleri sunumunda mali sınırlılıklarla kısıtlı olduğunu düşünerek hata yaptıklarını ifade etmektedirler (A.e., s. 59). Söylemlerinin neo-liberalizmden farklı olmadığını söyledikleri sosyal girişimcilik hareketinin iddia ettikleri işsizlik ve refah ihtiyacına yönelik çözüm olmasının mümkün olmadığını savunan Cook ve arkadaşları öncelikle tarihsel olarak 1974 petrol krizi ve 25 yıldır durmaksızın artan işsizlik sorununa çözüm olduğunu iddia eden bu hareketin istediği mali ve parasal iktisat anlayışını savunan arz odaklı paradigmanın neo-liberalizmi yansıttığını ve başarılı olmasının bir hayal olduğunu iddia etmektedirler (A.e., s. 68). Daha çok fikri düzeyinin eleştirilerini iktisat bağlamında eleştirdikleri sosyal girişimcilik hareketinin hangi noktalarda ve hangi yönde hatalara düşeceğini iyi tartışmadığı,

Ama yine de olguya eleştirel bakması yönüyle literatüre olumlu katkı olarak görülebilmektedir.

Sosyal girişimciliğin refah devletinin teşebbüslerinin yerini alabileceği düşüncesine karşı çıkan Cook ve arkadaşları Neoliberalizmi yansıtan sosyal girişimcilik hareketinin kendi başına büyük toplumsal sorunların mesela işsizliğin üstesinden gelemeceğini, çünkü işsizlik gibi daha çok politikayla ilişkili olan sorunları hükümetten ayrışık okuyarak hata yapıldığını ve tek başlarına da bu sorunun üstesinden gelemeyecekleri için katkı sağlamaları isteniyorsa da aktiviteleri yine kanun ve politikalar tarafından desteklenmesi gerektiğini savunmaktadırlar (A.e., s. 68-69). Bu noktada hükümeti ve devleti sorunlarla mücadelenin merkezine koyan bir okuma biçimi görülmektedir.

Peter Frumkin, “Kar Amacı Gütmeyen Olmak Üzerine: Kavramsal ve Politik Bir Astar” (On Being Nonprofit: A Conceptual and Policy Primer, 2002) adlı çalışmada kar amacı gütmeyen ve gönüllü organizasyonlar üzerine bütüncül bir teori ortaya koymaya çalışmıştır. Öncelikle sektörün niteliklerini ortaya koyan sınırlarının sağlıktan sanata kadar geniş bir yelpazeye dayandığını belirten Frumkin (A.e., s. 10-16) söz konusu sınır genişliği durumunun da birden fazla disiplinin konu ile ilişkili olması durumunu ortaya koyduğunu belirtmektedir. Diğer taraftan kar amacı gütmeyen organizasyonlara yönelik çalışmaları tek bir çerçeve içine almaya çalışan Frumkin, dört esas işlev ve faaliyet üzerine odaklanmaktadır: gerekli hizmetlerin temini, sivil ve politik katılımın teşviki, değer ve güvenin dışavurumu ve sosyal girişimcilik olanağının sağlanması (A.e., s. 20-21). Bu noktada Frumkin söz konusu organizasyonların üstünlüğünün bu dört işlev arasındaki dengede gizli olduğunu ve hizmetleri başarılı şekilde ulaştıran, toplumsallığı kanunlar çerçevesinde savunan, eşsiz misyonunun değerini dışı vuran ve ticari girişimlerin yaratıcılığını bir araya getiren organizasyonların kursuz kar amacı gütmeyen organizasyonlar olduğunu vurgulamaktadır (A.e., s. 178-180). Kar amacı gütmeyen aktiviteleri talep yanlı yönelimler (demand-side orientation) ile arz yanlı yönelimler (supply-side orientation) şeklinde ayıştıran Frumkin

(A.e., s. 20-21), sosyal girişimciğin de arz yanlı yönelim aktiviteleri arasında olabileceğini ve sosyal sorunlara anlamlı ve yenilikçi yaklaşımlarla çözüm üreteceğini vurgulamaktadır (A.e., s. 141).

“Açılmamış Girişimciler: Toplumsal Kazanç için Girişimcilik” (Unsung Entrepreneurs: Entrepreneurship for Social Gain, 2002) adlı çalışmalarında hayırseverlik veya gönüllü faaliyetlerin yeni olmadığını fakat artan sosyal bilincin girişimcilik yöntemleriyle eşleştirilmesi ile 1985’ten sonra görünür olan sosyal girişimcilik etiketinin yeni olduğunu vurgulayan Shaw ve arkadaşları esasında olgunun konut, kredi, kilise ve bazı sosyal firma örneklerinde olduğu gibi dayanışma içeren toplumsal bir çok faaliyete içkin olduğunu dile getirmektedirler (A.e., s. 9). Shaw ve arkadaşları bir yandan olgunun kökeninin 19. yüzyılda yaşayan hayırsever zenginlerde görülebileceğini ifade ederek olguya sınırlı bakmakla birlikte diğer taraftan geleneksel özel sektör ile kamu sektörü arasına konumlandıkları sosyal ekonomi ile ilişkilendirerek de olguya yaklaşımının sınırlarını geniş tutmaktadırlar, sınırsız yaklaşımda sınırlı bakış (A.e., s. 10). Sosyal hedef ve finansal olarak kendine yeterlilik yönleriyle diğer sosyal ekonomi organizasyonlarından sosyal girişimciliğin ayrıştığını belirten Shaw ve arkadaşları, olguya Amerika literatüründe kar amacı olmayan sektörün başarısızlığına bir alternatif, İngiltere literatüründe ise piyasa ve kamu hizmetlerinin başarısızlıklarında toplumsal ihtiyacın ortaya çıkardığı bir mekanizma olarak yaklaşıldığını belirtmektedir (A.e., s. 11). Ancak Shaw ve arkadaşları Durham Üniversitesi bünyesinde yaptıkları alan çalışmasının sonuçlarına dayanarak da literatürde üzerine fazlaca ve kapsamlı biçimde çalışmalar yapılan sosyal girişimcilik olgusunun alanda karşılığının zayıf kaldığını ve sosyal misyonun bir tarafa bırakılarak girişimcilik bağlamında olgunun ele alındığını ve bu kişilere de girişimci gözüyle bakıldığını ifade etmektedirler (A.e., s. 46).

Sosyal girişimcilik üzerine yaptığı “Sosyal Girişimcilerin Dünyası” (The World of The Social Entrepreneur, 2002) adlı bu çalışmasında Thompson ihtiyaçlarımızın günden güne arttığını ve refah devletinin bu ihtiyaçları karşılamada günden günden zayıfladığını vurgulamakta ve devlete destek güç olacak aktörlere yönelmemiz gerektiğini savunmaktadır. Blair'in sözünden de yola çıkarak bunu gönüllü kuruluşlar ve sosyal girişimciliğin karşılayabileceğini ifade ederek sosyal girişimcilik olgusu için

ortaya tanımlayıcı ve tasvir edici bir resim koymaktadır. Bu bağlamda sosyal girişimcilik kavramına getirilen tanımlamalara yer verdikten sonra çizdiği resmin 4 köşesini tanıtmaktadır: iş yaratma, yapıları kullanma, yardıma odaklanma, gönüllü olma (A.e., s. 421-422). Bu köşeler arasında da 20 tane ilke ile resmin parçalarını bir araya getirmektedir. Sosyal girişimcilik olgusuna getirilen itirazları da cevaplarıyla zayıflatmaya çalışan Thompson günümüz toplum ihtiyaçlarında son derece önemli, etkili ve tamamlayıcı bir unsur olarak sosyal girişimcilik olgusuna yer vermektedir. Çalışmanın önemi için ise sosyal girişimcilik olgusunu tanımlama çabasının etkili olduğu ve somut şekilde tartışıldığı bir çalışma olmasıdır.

Sosyal girişimciliğin kar amaçlı işletme, sosyal amaçlı ama işleyiş olarak işletme veya gönüllü kuruluş olarak her üç alanda da görülebileceğini belirten Thompson olgunun gerçek dünyasının ise gönüllü kuruluşlar olduğunu vurgulamaktadır (A.e., s. 413). Söz konusu dünyasında sosyal girişimciliğin haritasını ortaya koymaya çalışan Thompson görsel olarak da çalışmasında yer verdiği şu şekli karşımıza sunuyor: 4 köşeli bir şema. İş yaratma, yapıları kullanma, yardıma odaklanma, gönüllü olma. Her biri bir köşeyi ifade eden bu şemanın ortasını ise toplamda 20 ilke doldurmaktadır: yoksun alanlarda iş yaratma, işletme tarzında sosyal ruh, aktörleri destekleme, imkanları açmak veya yeniden kullanıma sunmak, birliktelik oluşturan yapıları korumak, yeni kamu kullanım imkanlarını sunmak, mahrum bölgelerde zayıflayan hizmetleri yeniden oluşturmak, yetenek geliştirme sağlamayarak iş becerisi kazandırmak, fırsat konusunda kişisel kalkınma, imkanları kullanmak ve iyileştirmek, iyi taşıyan birliktelikler, düşkünlerin hizmetleri ve mekanları, gençlere fiziksel gelişim desteği, dezavantajlılara yönelik yardım ve aktiviteler, para toplama veya kaynak oluşturma, üyeler arası güven birlikteliği, özel gruplara spor aktivitesi, düşünceleri yayan eylem grupları, birliktelik temelli spor faaliyetleri, yerel gönüllü gruplar (A.e., s. 422-426). Refah sistemi yaygınlaştıkça ihtiyaçlarımızın azalmak yerine arttığına dikkat çeken Thompson, bu sebeple üretimi geliştirecek ve çok yönlü planlamalar yapacak yeni üreticileri tanımlayıp sektöre dahil etmenin gerekliliğini ifade etmektedir (A.e., s. 430). Bu noktada sosyal girişimcilerin söz konusu role bürünebileceğini ancak ulaşım ağları, gönüllü yardım-destek, finans, özgüven ve kontrol becerisi olarak 5 bileşene

ihtiyaçları olduğunu belirtmektedir (A.e., s. 429). Sahip oldukları takdirde iş oluşturalabilecek, binalardan etkin yararlanabilecek, gönüllü desteğini artıracak ve ihtiyaç sahiplerine dokunabilecek şekilde temel unsurları bir araya getirebilecektir.

Mort ve arkadaşlarının “Kavramsallaştırmaya Doğru Sosyal Girişimcilik” (Social Entrepreneurship Towards Conceptualization, 2003) adlı çalışması sosyal girişimcilik olgusunun kavramsal boyutu için önem arz etmektedir. Çünkü olguya daha temelden yaklaşmış, girişimcilik olgusundan harekete geçmiş ve sosyal girişimcilik olgusuna bakışları kategorize ettikten sonra kendisi bir kavramsallaştırma öne sürmüştür. Satır aralarında geçen ince eleştirel düşünceleri değerli görünen bu çalışmada Mort ve arkadaşları olgunun kavranışının da göstereceği üzere tek boyutlu olamayacağı ve çok boyutlu okunması gerektiğini öne sürmüşlerdir. Söz konusu çok boyutluluk bağlamında konunun temelde 4 niteliğinin olduğunu savunmuşlardır: sosyal misyon üretmeye motive olmak, misyon ile para arasında dengeli tutum sergilemek, fırsatları girişimci boyutuyla kovalamak, yenilikçi ve risk alıcı kararlar alabilmek. Çalışma kavramsal yönüyle ve yaptığı satır arası eleştirilerle önemli bir konuma sahiptir. Küreselleşme ve ihtiyaçların yükselmesinin kar amacı gütmeyen kuruluşları önemli ölçüde değişime ittiğini ve bu değişimle birlikte bir anlamda sivil organizasyonlara daha fazla alan açarken diğer taraftan rekabetçi ortamı ve ticari ilişki biçimini söz konusu sivil organizasyonlarının içerisine kattığını ifade eden Mort ve arkadaşları söz konusu gelişmelerin özellikle kar amacı gütmeyen kuruluşlar içinde sosyal girişimciliği doğrudan ilgilendirdiğini savunmaktadırlar (A.e., s. 77)

Son 20 yılda sosyal girişimcilik literatüründe görülen önemli gelişmelerin literatüre ortak bir kavramsallaştırmaya karşılık getirmemesi durumunu olumsuz değerlendiren Mort ve arkadaşları çalışmalarda özellikle sosyal girişimciliğin lider karakteristiği üzerine durulması durumunun olgunun merkezi ve özgün niteliği olan sosyal misyonunu arka plana ittiğini öne sürmektedirler (A.e., s. 79). Bu anlamda girişimcilik teorilerinin önemli katkı sunmakla birlikte kar amacı gütmeyen girişimcilik sürecini ifade etmekte yetersiz kaldığını (A.e., s. 80) sosyal girişimciliğin temel ve özlü tanımı misyon ile para arasında denge oluştururken (A.e., s. 82) bir yandan entegrasyon, dürüstlük, empati gibi evrensel erdemler üretirken diğer taraftan ekonomik

ve sosyal gelişme gibi özel ve bir anlamda yerel erdemler de oluşturduğunu dile getirmektedirler (A.e., s. 83). Sosyal girişimliliği geleneksel yaklaşımla girişimi doğulur şekilde ifade etmenin hatalı olacağını savunan Mort ve arkadaşları olgunun fırsatlar-kaynaklar-misyon arasında yenilikçi, ileriye görebilen ve risk alabilen bir bağlamda ifade ederek ve çevresel bağlama sıkıştırılmasının engellenmesi gerektiğini (A.e., s. 85) sosyal girişimciliğin çok boyutlu bir yapısı olduğunu unutmamakla birlikte 4 temel boyutunun bulunduğunu aktarmaktadırlar: sosyal misyon, amaç ile faaliyet arasında dengeli yargı, fırsatları sürekli araştırma ve risk alabilen yenilikçilik (A.e., s. 86).

Sosyal girişimciliğin etkisine, gücüne ve önemine fazlasıyla inanmış ve çalışmalara ilham olmayı hedeflemiş bir çalışma olan “Sosyal Girişimcilik ve Toplumsal Dönüşüm Anket Araştırması” (Social Entrepreneurship and Societal Transformation An Exploratory Study, 2004) içeriğinde Alvord ve arkadaşlarının seçtikleri 7 sosyal girişim organizasyonu üzerine somut ve tartışılabilir yorumlar üzerinden karşılaştırmaları bir analiz görülmektedir. Temelde 7 varsayıma ulaşan bu çalışma söz konusu 7 organizasyonu temelde 3 bağlam üzerinden okuma yoluna gitmiştir. Birinci bağlam kalkınma, ikinci bağlam organizasyon üçüncü bağlam ise sosyal hareket olarak seçilmiştir Alvord ve arkadaşları tarafından. Bu üç bağlamında kalkınma ile üretilen yeniliğin doğası, ikinci bağlam olan organizasyonda liderliğin ve organizasyonun karakteristiği, üçüncü bağlam olan sosyal harekette ise oluşturulan sosyal dönüşüm tartışılmakta ve her 7 organizasyon da bu tartışmada karşılaştırılmaktadır. Temelde varsayımlarını “proposition” olarak özetleyen bu çalışma somut veriler ve tartışmalı üsluyla sosyal girişimcilik örneklerine bizi taşıyabilecek önemli bir çalışma olarak karşımızda durmaktadır.

Sosyal sorunları derinlikli çözebilmek için politik, ekonomik ve sosyal yapıda derinlikli dönüşümler gerektiğini vurgulayan Alvord ve arkadaşları bu anlamda girişimcilik kavramının iş bağlamında sosyal sorunları çözme noktasında yükselen bir ilgiye sahip olduğuna dikkat çekmektedir (A.e., s. 260). Sosyal girişimciliğin sosyal dönüşümde katalizör olma potansiyeline sahip olduğunu ama ne yazık ki kavramsal olarak yeni olmasına karşın olgusal olarak oldukça eski olan sosyal girişimciliğin henüz etkili ve sürdürülebilir çözümler üretmekte bugüne kadar başarılı olamadığını

iddia eden (A.e., s. 261) Alvord ve arkadaşları sosyal girişimciliği tartışırken şu 3 bağlamda konuşmanın daha çok yardım sağlayacağına inanmaktadırlar: kalkınma, organizasyon ve sosyal hareket. Bu anlamda kalkınma bağlamı sosyal değişimin sosyal, politik ve ekonomik meydan okumalarını, organizasyon bağlamı sosyal değişime katkı sağlayan aktörlerin karakteristiğini, sosyal hareket bağlamı ise sosyal problemler için kolektif hareketleri içerir. Bu bağlamlar da durumun şu 3 yönünü bize gösterir: yeniliğin doğası, liderlik ile organizasyonun karakteristiği ve sosyal dönüşüm üretmeye sağladığı etkisi (A.e., s. 262-263). Analizlerinin temel amacının sonraki yüzyılda insani ve sosyal kalkınma için büyük farklılık oluşturacağına dair olan sosyal girişim fenomenine olan inancı provoke etmek olduğunu vurgulayan (A.e., s. 280) Alvord ve arkadaşları, yaptıkları alan çalışmasından hareketle bir sosyal girişimin başarılı addedilebilmesi için şu 7 sonuca ulaşılma gerekliliğini öne sürmektedirler:

- başarılı sosyal girişim şu üçünü içerir: çözüm için yerel kapasite kurmak, ortak sorunlar için paket ihtiyaçları sağlamak, aktörlerle birlikte yerel hareket inşa etmek (A.e., s. 270)
- başarılı sosyal girişim marjinal gurpların mobilize olmaları için yenilik getirir (A.e., s. 270)
- bireysel ve organizasyon olarak sistematik öğrenmeyi vurgular (A.e., s. 271)
- çalışma kapasitesi ve ortaklıklar kurma becerisi olan liderlere sahiptirler (A.e., s. 274)
- etkisini artırır gerek organizasyon içinde gerek organizasyon dışında ortaklıklar kurarak (A.e., s. 275)
- strateji ve kapasiteyi artırıp yükseltir, çalışmasını harekete dönüştürerek etkisini artırır (A.e., s. 277)
- son noktada kültürel ve ekonomik bağlamlarda değişimlerle sosyal dönüşüm gerçekleştirir (A.e., s. 279).

Haugh, "Sosyal Girişimciliğin Araştırma Gündemi" (A Research Agenda for Social Entrepreneurship, 2005) adlı eserinde sosyal girişimcilik üzerine kendisi seçtiği ve olabilecek tüm olasılıklardan hareketle 8 tema üzerinden olguyu tartışmaktadır. Bu 8 temada sosyal girişimciliğin hedefi, bağlamı, fırsatları görmesi, organizasyon yapısı, kaynak edinimi, fırsatları kullanması, performans ölçümü ve eğitim-öğretimi üzerinden bizim çalışmamızla ilgili olabilecek ilk iki temanın yanında bazı satır aralarında atıf yapılabilecek iddiaları görülmektedir. Her bir temada araştırmacıları çalışmaya davet eden Haugh, bu çalışmasıyla kategorik bir sunum yapması ve yapılanları bu kategoriler üzerinden aktarması bakımından önemli sayılabilecek bir çalışma yapmıştır.

Sosyal girişimcilik olgusuyla ilişkilendirdiği sosyal ekonomi Haugh’a göre kar amacı gütmeyen kuruluşları da içeren ne özelin ne de kamunun kontrolünde olmayan ekonominin kolektiflik içeren bir parçasıdır (A.e., s. 2). Haugh, olgunun boyutlarını birbirinden ayırmakta, öncelikle sosyal girişimcilerin kar amacı güden ve kar amacı gütmeyen girişimciler arasındaki sınırı ortadan kaldıran aktörler olarak görmekte (A.e., s. 3) sosyal girişim olgusuna terminolojik olarak yaklaşarak “sosyal” boyutunun iktisadi olmayan ürünleri biriktirmeyi amaçlamasını, “girişim” boyutunun ise olgunun hayırseverlikten ayrışık finansal yapısını ifade ettiğini dile getirmekte (A.e., s. 3) ve son olarak da sosyal girişimciliğin sosyal girişim yaratma sürecini ifade ettiğini savunmaktadır (A.e., s. 4).

Refah devletinde 1980lerde ortaya çıkan finansal ve organizasyonel zorluklar işsizliğin artması ve ekonominin gelişiminin zayıflaması gibi yapısal değişikliklere yol açmış ve bu durum refah devletini merkezi yapısının zayıflamasıyla kanunların özelleştirmesine sebep olmuştur. Haugh’a göre girişimciliğe önemli bir kapı açan işte bu çevresel konjonktürde sosyal girişimcilik de girişimci stratejiler ile hayırseverliği harekete geçirerek kendi finansal bağımsızlığını ve sürdürülebilirliğini kazanmıştır (A.e., s. 4) Sosyal girişimciliğe artan ilgiye dair getirilen alternatif açıklamada ise Haugh karşılıklı yardımlaşma, dayanışma ve paylaşılan değerleri ekonomide konuşulur hale getiren özel veya kamu sektöründen ziyade kar amacı gütmeyen sektörü daha güçlü kılan sosyal ekonomi olgusuna referans yapmaktadır (A.e., s. 5).

Sosyal girişimcilerin temel amacı finans, fiziksel kaynak ve insan kaynağını bir araya getirerek finansal sürdürülebilirlik oluşturmak olduğunu savunan Haugh, bunu bazen piyasa kaynaklarıyla, bazen piyasa dışı kaynaklarla bazen de parasal olmayan kaynaklarla gerçekleştirdiğini belirtmektedir (A.e., s. 6). Diğer taraftan sosyal hizmetlerin merkezi yapıdan arındırılması ve özelleştirilmesi durumu da Haugh’a göre, sosyal girişimciliğin dışlanmış dezavantajlı kesimlere yönelik sektörler arası birliktelikler inşa etmesine fırsat sunmuştur (A.e., s. 7). Haugh, esasında mal ve hizmet sunumunda bireysel etkide bulunacak müdahaleler yapsa da diğer taraftan etkiyi topluluğa ve topluma da yansıtan (A.e., s. 8) sosyal girişimciliğin her ne kadar kendisi sosyal işletme

bağlamında olguya yaklaşıp da henüz standart ve genel geçer bir tanımlaması bulunmamasını olumsuz bir eleştiri olarak sunmaktadır (A.e., s. 10).

Tan ve arkadaşları “Sosyal Girişimcilikte ‘Sosyal’i Tanımlamak: Özgecilik ve Girişimcilik” (Defining the ‘Social’ in ‘Social Entrepreneurship’ Altruism and Entrepreneurship, 2005) adlı çalışmalarında sosyal girişimciliği sosyal boyutundan yola çıkarak tanımlamaya çalışmışlardır. Sosyal olanın sıfat olduğunu öncelikli olanın ise isim olan girişimcilik olduğunu ifade ederek öncelikle girişimcilik üzerine bir tartışma ortaya koymuşlar ardından da sosyal olmanın farklı biçimleri olduğunu ifade ederek sosyal girişimcilik örnekleri üzerinden olgunun farklı formlarını bize tanıtmışlardır. Daha çok yasa koyuculara hitap ettiklerini belirttikleri bu çalışmanın önemi ise sosyal girişimcilik olgusunun sosyal boyutunu kendisinden sonraki çalışmalara ilham olma kaygısıyla kapsamlı şekilde ele almasıdır. Sosyal olmanın hangi formlarda ve hangi biçimlerde görülebileceğini ve bunun sosyal girişimciliğe yansımalarının nasıl olacağını tartışmıştır.

Sosyal girişimciliği bireysel çıkarı maksimize etmek yerine toplumu iyileştirmeyi amaçlaması sebebiyle kapitalizmin “fedakar” (altruistik) formu olarak gören (A.e., s. 353) Tan ve arkadaşları olgunun genel geçer ve evrensel bir tanımlaması olmamakla birlikte girişimciliğin formuna ilişkin 3 farklı yaklaşımın olduğunu söylemektedir: ticari girişimcilik ile sosyal etkinin birleştirilmesi, sosyal etki hedefli amaçlı yenilikler, sosyal dönüşüm için katalizör (A.e., s. 354). Sosyal girişimcilik üzerine tanım birlikteliğinin olmamasının nedeni olarak sosyal ve girişimcilik üzerine de bir uzlaşının olmamasının etkili olduğunu savunan (A.e., s. 354) Tan ve arkadaşları öncelikle şu ikisini ayrıştırarak işe başlamak gerektiğini vurgulamaktadır: sosyal olan sıfattır girişimcilik olan ise isim (A.e., s. 355). Tan ve arkadaşları girişimcilik üzerine üretilen literatüre baktığımızda da risk alma ve yenilik olarak iki bileşenin öne çıktığına dikkat çekmektedirler (A.e., s. 356). İkinci olarak “sosyal” sıfatının girişimciliğin ya toplum içinde, ya toplum tarafından, ya toplum için, ya da toplumu içerecek biçimde olabileceğini ifade ettiğini belirten (A.e., s. 357) Mort ve arkadaşları girişimciliğin sosyal olabilmesinin de iki yolla mümkün olacağını savunmaktadırlar: birincisi

kişinin veya organizasyonun fedakar amaçlar ve hedefler göstermesi, ikincisi hayırseverlerin gönüllü çalışmaları dışında toplumun bölümlerinin parçalarının süreç içine dahil edilmesi (A.e., s. 359). Bu anlamda risk ve yenilikçiliğin girişimcilik yönüyle sosyal misyon ve iyilik içeren faydanın sosyal yönüyle ilişkili olan 4 unsuru olduğu sonucuna varılabilmektedir.

Light'ın "Sosyal Girişimciyi Aramak: Kim Olabilir, Nerede Bulundu, Ne Yapabilir?" (Searching for Social Entrepreneur Who Might They be, Where They Might be Found, What They Do, 2005) başlıklı çalışması sosyal girişimcilik kavramı üzerine kendisinden öncekilerden gayet haberdar ve onlara da çalışmanın içinde yer veren, olguyu çok dağıtmadan toparlayıcı ve kategorik tartışan ve kavramı ifade eden, belli noktalarda özellikle büyük anlatıları alıntı hakeden önemli bir çalışma olarak karşımıza çıkmaktadır. Erken çalışmalarla ilgili değerlendirmeleri aydınlatıcı nitelikte, ayrıca girişimcilik ile olan karşılaştırması ve kavramın tanımlarından hareketle ortaya koyduğu bileşenleri-unsurları-öğeleri sosyal girişimciliğin kavramsal boyutunu başarılı şekilde ele almıştır.

Sosyal girişimcilik kavramının başlangıcını belirlemenin zorluğuna dikkat çeken Light, bu durumun bir sebebinin olgunun eskiden beri var olması durumu, diğer bir sebebinin de olgunun birden fazla şeyi ifade ettiği için kargaşaya yol açması durumunun etkili olabileceğini vurgulamakta (A.e., s. 1) ve olguya yaklaşımları alandaki çalışmalarına referansla ortaya koymaktadır. Sosyal girişim alanına dair yapılan erken çalışmalara atıfla 1986 yılında Dennis R. Young'ın kar amacı gütmeyen girişimciler ile sıradan yöneticileri birbirinden ayırtırdığına vurgu yapan (A.e., s. 2) Light, her ne kadar yazarın girişimci ile girişimciliği bir birine karıştırıyor olsa da girişimciliğin bir alan olmasının tarihinde önemli bir katkısı olduğunu savunmaktadır (A.e., s. 3). 1991 yılına gelindiğinde ise Sandra Waddock ve James E. Post'un girişimcileri daha sıkı biçimde tanımladığını ve özel sektör liderleri olarak ifade etmesinin alana önemli bir katkı sunduğunu dile getiren (A.e., s. 3) Light daha sonraki süreçte alanın gelişmesinde sosyal girişimcilik üzerine yapılan başarılı alan çalışmalarının önemli katkısı olduğunu vurgulamaktadır. Örneğin 2001 yılı çalışmalarıyla John Thompson, Geoff Alvy ve Ann Lees iş girişimciliğinin formlarını tartışmışlar ve sosyal girişimciliğin başarılı iş

girişimciliğinin karakteristiğini taşımanın yanında vizyon sahibi, liderlik becerisine sahip ve başkalarına yardımda birliktelik gibi nitelikleri de taşıdığını söylemişlerdir (A.e., s. 3) 2002 yılında Thompson sosyal girişimcilik kavramının sınırlarını genişletmiş ve girişimcilik niteliğiyle para biriktirmekten daha çok yardım edip birliktelik için çalışan davranışlara sahip kimselere sosyal girişimci tanımlaması yapmaktadır (A.e., s. 4) 2002 yılında Frumkin gönüllü eylemin anlamlı ve araçsal yönlerini birbirinden ayırmakta ve sosyal girişimciliği arz odaklı yönelim ile araçsal akılın birlikteliği olarak tanımlamaktadır (A.e., s. 4) 2004 yılına gelindiğinde Sarah Alvord, David Brown ve Christine Letts sosyal girişimcilerin toplumsal dönüşümün katalizörleri olduklarını ve şu iki niteliği başarılı bir sosyal girişimcinin taşıması gerektiğini ifade etmişlerdir: paydaşlar arasında köprü kurabilmek ve değişim döngüsüne uzun süreçli uyum becerisi (A.e., s. 4) son olarak yine 2004 yılında Lynn Barendsen ve Howard Gardner’ göre belli farklılıkları ve benzerlikleri olmakla birlikte sosyal girişimciler değişim oluşturan (changemaker) yeni bir lider tipidir (A.e., s. 5). Bu isimler üzerine sosyal girişimcilik alanında öne çıkan yaklaşımları tanıtan Light son yaklaşımlar olarak, skoll foundation, schwab foundation ve ashokanın sosyal girişimcileri tanımlama biçimlerinde “liderlik, sosyal problem, yeni bir yaklaşım biçimi ve değişim” vurgularının öne çıktığını tanımlardaki benzerliklere aynen yer vererek gösterme çabasıdadır (A.e., s. 5). Özetleyen Light, sosyal girişimcilik üzerine yapılan çalışmalarda temel vurgunun sosyal değişim olduğuna fakat genel bir bakış atıldığında şu 7 temanın sıklıkla işlendiğini ve ortak şekilde konuşulduğuna işaret etmektedir:

- bireylere odaklı, gruplar konuşulmuyor pek
- kar amacı gütmeyen kuruluşları ağırlıklı, diğerleri para odaklı görülüyor
- değişim sürecinin başlangıç noktası
- zorlu problemlere yeni çözümler
- yüksek performanslı yöneticilik pratikleri
- program ve organizasyon inşa etmek/kurmak
- en önemlisi de her zaman tam girişimci (A.e., s. 6-7)

Bir çok sosyal girişim çabasının görüldüğünü fakat sosyal girişim çalışmasının görülmesinin zor olduğunu iddia eden Light, Grameen Bank da dahil bir organizasyon olmak, fikir kurmak ve geniş çaplı etkide bulunmak noktasında projelerin hep kurucu

liderlerine geri döndüğünü öne sürmekte (A.e., s. 8) ama sosyal girişimciliğin kamu hizmetleri için bugün hala önemli bir heyecan olduğunu, özellikle global sorunlar olan açlık, yoksulluk ve hastalık için potansiyeli olan bir alan olduğunu savunmaktadır (A.e., s. 17). Ortaya koyduğu tabloyla bir girişimci ile bir sosyal girişimcide zamanla neler artacağını karşılaştırılmalı olarak analiz eden Light, kaynakları, hedefleri ve stratejisi üzerinden şu 8 varsayımı içeren kapsamlı bir sosyal girişimcilik tanımlaması ortaya koymaktadır:

- bireysel olmak zorunda değildir
- büyük ölçekli ve sürdürülebilir bir değişim gerekir
- sosyal sorunların nasıl ve ne olduğuna ilişkin modellerin ötesinde fikirler
- bütün sektörlerin içinde ve arasındadır
- başarılı olmak için ille de piyasa dayanaklı araçlara veya sosyal girişimin kendisine angaje bağlı olmak zorunda değildir
- niceliği kişiler ve varlıklar arasında farklılık gösterir
- yoğunluğu değişim döngüsüne göre zamanla artabilir geri çekilebilir değişebilir
- zaman zaman belli engeller ve statüko tarafından başarısız olabilir (A.e., s. 18-19).

Bir makaleden daha çok bir teze benzemiş olan “Sürdürülebilir Bölgesel Kalkınmada Sosyal Ekonomi, Sosyal Girişim ve Sosyal Girişimciliğin Rolü” (The Role of the Social Economy, Social Enterprise and Social Entrepreneurship in Sustainable Regional Development, 2006) adlı bu çalışmada Birch ve Whittam sosyal girişim ile sosyal girişimciliği ayırmakta ve sosyal ekonomi tartışmasını merkeze almaktadır. Üç olguyu karşılaştıran Birch ve Whittam oldukça önemli saptamalara yer ayırdıkları bu çalışmalarında özellikle sürdürülebilir kalkınma üzerine yoğunlaştıklarını belirtmektedir. Ancak kalkınma ve sürdürülebilirlik tartışmalarının zayıf kaldığı bu çalışma sunulan tablo ile de daha çok üç olgunun karşılaştırılmalı kavramsal bir çalışması gibi olmuş.

10 yıl öncesine kadar tartışması yetersiz kalan sosyal girişimciliğin çalışmalarda ilgi artışı görmesinin öncelikli sebebinin sosyal ekonomi tartışmaları olduğunu savunan Birch ve Whittam, sosyal ekonomi olgunun ise kar amacı gütmeyen kuruluşları ve gönüllü sektörü ifade ettiğini, sosyal ekonomiyi çokça konuşulur kılan durumun

ise sürdürülebilir kalkınmanın politika tartışmalarında sosyal ekonomi ile ilişkili olmasının bir sonucu olduğunu iddia etmektedirler (A.e., s. 3). Sürdürülebilir kalkınma meselesinin ekolojik, sosyal ve ekonomik kanunlarla bir arada kavramsallaştırılması gerektiğini vurgulayan Birch ve Whittam, bu kanunlarda sosyal uyumsuzluk ve ayrışıklığın oluşturabileceği eşitsizliklerin yanında ekolojik meselelere de yer verilmesinin, ekonomik temelli kalkınmanın çevresel yozlaşmaya yol açması durumunu önleyeceğini savunmaktadır (A.e., s. 6). Söz konusu sürdürülebilir kalkınmada sosyal sermayenin gelişimi anlamak için sosyal ekonomi, sosyal girişim ve sosyal girişimcilik şeklinde olan üç olguyu ayırtırmak gerektiğini savunan (A.e., s. 4) Birch ve Whittam İngiltere hükümetinde Sürdürülebilir Kalkınma Birliği için öncelikli olan sürdürülebilir üretim ve tüketim, iklim değişimi ve enerji, doğal kaynakların korunması ve çevresel gelişim, sürdürülebilir birliktelikler şeklinde olan 4 meselenin dördüncü olan sürdürülebilir birlikteliklerin sosyal ekonomiyle ilişkili olduğunu ifade etmektedir (A.e., s. 6).

Sosyal ekonomi diye ifade edilen şeyin tarihsel köken olarak 19. yüzyıl gönüllü ve hayırsever faaliyetlere kadar uzanan ve 90'lara kadar da üçüncü, gönüllü veya kar amacı gütmeyen şeklinde ifade edilen olguyken bugün kar amacı güden (özel sektör) ve hükümet (merkezi yönetim) faaliyetleri arasında üçüncü sektör diye ifade edilen bir olgu olduğunu savunan (A.e., s. 9) Birch ve Whittam, Polanyi'nin de 1944 yılında ekonomik aktivitenin dayandığı 3 temel esas olarak ifade ettiği karşılıklılık (reciprocity), yeniden dağıtım (redistribution) ve piyasa değiş tokuşu (market exchange) dayanaklarının 3 yola götürdüğünü ifade eder: sosyal ekonomi, merkezi veya yerel yönetim (government or state) ve özel sektör (A.e., s. 10). Sosyal ekonominin son olarak görülen biçiminin girişimci yaklaşım olduğunu vurgulayan Birch ve Whittam, yarı hayırseverlik ve çağdaş sosyal sorumluluk yönü öne çıkan bu yaklaşım biçiminin bizi sosyal girişimciliğe götürdüğünü (A.e., s. 11) kavram ve organizasyon olarak sosyal ekonomiden neşet eden ve sosyal ekonominin bir parçası olan sosyal girişimciliğin diğer parçalarından üç yönüyle ayrıştığını dile getirmektedirler (A.e., s. 13). Öncelikle sosyal girişimcilik ticaret ve girişimi faaliyet izini sürdüğü için üçüncü sektör organizasyonundan daha çok bir işletme biçimidir, ikinci olarak sosyal girişimcilikte piyasa

ve ticari aktivite kadar sosyal bir bakış da bulunmaktadır, üçüncü ve son olaraksa sosyal girişimcilik sosyal sermayeden yola çıkarak faydalandığı gibi sosyal sermayenin gelişimine de katkı sağlar, yani hem tüketir hem üretir (A.e., s. 15-16). Ortaya koyduğu tablodan anlaşılacağı üzere, sosyal sermayenin 4 unsuru olan mevcut yapı (köprü), üretim süreci (köprü kurma), çeşitlenip başkalaşım süreci (köprüleme) ve kolaylaştırıcı sahip (köprü yapan) bize sosyal ekonomi, sosyal girişim ve sosyal girişimciliği karşılaştırma imkanı vermektedir. Sosyal ekonomide yapı ve üretim süreci mevcuttur, üretim sürecinde müdahil olan sosyal girişim aktörler arasında köprü kurarak bir çeşitlilik oluşturan ilişkisellik inşa eder, ilişkiselliğin inşasında ortaya çıkan ve ana aktörü de içinde barındıran olgu sosyal girişimciliktir (A.e., s. 22). Sosyal girişimcilik çalışmalarına genel bakışa atıldığında çoğunluğun bireysel motivasyon yönünün ele aldığına işaret eden Birch ve Whittam, sosyal girişimci ile sosyal girişimciliği birbirinden ayırarak bireysel motivasyon yönünün sosyal girişimci için anlamlı olmakla birlikte bir süreç olan sosyal girişimcilik içinse ürün yani ortaya çıkan sonuç veya sürecin bizatihi kendisinin konuşulması anlamlıdır (A.e., s. 17). Sonuç olarak şu söylenebilir ki, sosyal girişim girişimcilik prensiplerini sosyal misyon ile bir araya getiren özel bir eylem formudur, sosyal girişimcilik sosyal girişimcinin hedeflerini bir araya getiren ve motivasyon birlikteliği ile aktörler arasında köprüler kuran süreci ifade etmektedir. Bu üç olgunun temiz bir biçimde ifade edilememesinin sebebi sınırların belirsiz olmaması ve sektörler arası sınırların gün geçtikçe muğlaklaşmasıdır (A.e., s. 26).

Sosyal girişimcilik olgusunun ne anlam ifade ettiğine kendisini fazla kaptırmayan “Sosyal Girişimcilik Araştırması: Açıklama, Tahmin ve Lokumun Kaynağı” (Social Entrepreneurship Research A Source of Explanation, Prediction, and Delight, 2006) adlı bu önemli çalışmalarında Mair ve Marti kendilerine sosyal girişimciliğin diğer yönleri bakan kapılarına işaret etmeyi hedeflemektedir. Özellikle sosyal girişimciliğin girişimcilik altında ele alınmasını eleştiren ve sosyal yönünün önemini vurgulayan bu çalışmada Mair ve Marti sosyolojiye yapısalcılık ve sosyal sermaye temaları üzerinden kapı açılabilirliğini ve bunun için yeni perspektiflerde çalışmalar gerekti-

ğini vurgulamıştır. Ayrıca kurumsallık ile sosyal hareket yönüyle de konunun ele alınabileceğini vurgulayarak önemli ışıklar tutmaktadır. Değerlendirmeleri oldukça sosyolojik olan bu çalışma ilham verici niteliktedir.

Sosyal girişimcilik kavramının net şekilde tanımlanmaması ve sınırlarının diğer alanlarla bulanık olması belirgin şekilde sınırlarının çizilememiş olması ilk etapta bir problem gibi görünse de sosyolojinin de sayılabileceği diğer disiplinler için meydan okuma ve merkezi kavramları yeniden düşünme noktasında bir fırsat olabileceğini vurgulayan (A.e., s. 36) Mair ve Marti, temelde sosyal girişimcilik kavramına getirilen tanımlamaları 3 grupta toplamaktadırlar. Birinci grup sosyal değer yaratmada kar amacı gütmeyen insiyatifler, ikinci grup ticari işletmelerin sosyal olarak sorumluluk faaliyetleri, üçüncü grup ise sosyal problemlerle mücadele ve sosyal dönüşüm olarak tanımlanmaktadır (A.e., s. 37). Kendileri ise sosyal girişimcilik için şu 3 varsayıma dayanan bir tanımlama yapmaktadırlar:

- yeni bir yolla kaynakları bir araya getirerek sosyal değer yaratma süreci
- sosyal ihtiyacı karşılayan veya sosyal değişimi tetikleyen bir süreç
- hizmet ve üretim içermekle birlikte yeni organizasyonlar da yaratan bir süreç (A.e., s. 37)

Sosyal girişimciliğin “sosyal” sınırlarını tanımlamanın olgunun kendisinin ne kadar büyük bir meydan okuma olduğunu kavramada anlamlı olduğunu savunan (A.e., s. 38) Mair ve Marti sınırları görünür kılan başarılı örnekler olarak Bangladeşte Grameen Bank, Hindistada Aravind Eye Hospital ve Mısır’da Sekem sosyal ihtiyaçlar karşılanırken sosyal girişimciliğin nasıl sosyal dönüşüm için katalizör olduğunu ve değer yaratırken sosyal ve ekonomik yönünü sosyal olana odaklanarak nasıl bir arada götürülebileceğinin 3 güzel örneği olduğunu savunmaktadırlar (A.e., s. 38). Örnekler üzerinden de hareketle Mair ve Marti sosyal girişimciliğin karmaşık doğası ve çok yönlü vurgusu sebebiyle farklı perspektif ve literatürlere kapı açtığını, bir anlamda da imkan sunduğunu vurgulamaktadır (A.e., s. 39). Bu noktada sosyoekonomik ve kültürel çevreye göre farklılık gösteren sosyal girişimcilik sürecinde sosyal girişimciler ile eylemleri arasında devam eden etkileşimi okuyabilmek için bizim sosyoloji, siyaset bilimi ve organizasyon teorileri ile olguya bakışımızı zenginleştirmemiz gerektiğini savunmaktadırlar (A.e., s. 40). Çünkü sosyal girişimciliğin işletmelerdeki girişimcilik

gibi salt ekonomik yönüyle okunamayacağını ve olgunun daha doğru okunabilmesi için de sosyal bağlamını ortaya koymak adına yapı teorisi, kurumsal girişimcilik, sosyal sermaye ve sosyal hareketi konuşulabilir gördüğünü belirten (A.e., s. 40) Mair ve Marti'ye göre sosyolojide özellikle Giddens ve Bourdieu'nun konuştuğu bir mesele olarak yapı (birliktelik, toplum) ile özne (sosyal girişimci) ayrılığı ve uyumu tartışması bir süreç olan sosyal girişimciliği anlamamıza katkı sağlayacak olan sosyal girişimci ile bağlam arasındaki etkileşimi bağlamın sosyal girişimciliğin görünümüne ne sağladığı ve ne dayattığı ve bu noktada sosyal değişimin nasıl ortaya çıktığı meselesinde anlam katkısı sağlayacaktır (A.e., s. 40). İkinci boyut olarak kurumsal girişimcilerin mevcut kurumsal yapıyı modifiye ederek mevcut normları değiştirdiğini açıklayan Mair ve Marti, bu anlamda kurumsal girişimcilik perspektifinin normlar, kurumlar ve yapıların değişim veya kazandırılması sürecinde sosyal girişimciliğin rolünü anlamamıza katkısı olacağını savunmaktadır (A.e., s. 40). Üçüncü boyut olan sosyal sermayenin bireyler, birliktelikler, ağlar, toplumlar arasındaki ilişkisellikte içkin olan mevcut veya potansiyel varlıkları ifade ettiğini ve genelde üç boyutu olduğunu (ilişki ağlarının yapısını ifade eden yapısal sermaye, aktörün kişisel ilişkilerinin nicelik ve türünü ifade eden ilişki sermaye, bireyin topluluk ile olan ortak kod sistemini ifade eden bilişsel sermaye) dile getiren Mair ve Marti, sosyal girişimciliğin ağlar (birinci boyut) ve güven, saygı ifade eden ilişkide nicelikler (ikinci boyut) meselelerinde sermaye türlerinin anlamlı durduğunu savunmaktadırlar (A.e., s. 41). Dördüncü ve son boyutta ise sosyal girişimciliğin sosyal hareketlerle ilişkili olduğunu savunan Mair ve Marti her ikisinin de sosyal dönüşüm noktasında birbirine yakınlığını vurgulamakta (A.e., s. 41) ve bu boyutlardan hareketle de sosyal girişimciliği yalnızca girişimciliğin altında ele almanın bir hata olacağını, çünkü bu bakışın sosyal boyutunu fazlasıyla ihmal ettiğini öne sürmektedirler (A.e., s. 42).

Başlangıçta oldukça sıradan ve önemsiz giderken Peredo ve McLean'ın ardından yaptıkları veri dayanaklı eleştiriler ile öne çıkan "Sosyal Girişimcilik Kavramın Eleştirel Bir İncelemesi" (Social Entrepreneurship A Critical Review of the Concept, 2006) adlı bu çalışma olguyu eleştirel açıdan ele almıştır. Öncelikle olguyu tanımlamak için oldukça genel geçer bir üslup ve bilinenleri aktardıktan sonra en temel eleştiri

olarak her eylemi sosyal girişimcilik olarak okumamamız gerektiğini zira temel karakteristiği sosyal değer yaratma olan sosyal girişimcilikte olgunun kar amacı güden ve kar amacı gütmeyen kuruluşlar arasındaki konumunu yanlış anlamadan kaynaklı olarak sosyal hedefin temel hedef olmayan birçok harekete de sosyal girişim yakıştırması yapmamızı eleştiriyor ve ticari hedef ile sosyal hedefi ayırmaya davet ediyor. Ayrıca karmaşık konumunu netleştirmek gerektiğini ifade ediyor Peredo burada.

Peredo ve McLean için bir girişimin sosyal girişim olarak isimlendirilmesi için öncelikle ne kadar sosyal hedefleri var, sosyal hedefleri genel hedefler içinde nerede duruyor bunlar iyi belirlenmelidir (A.e., s. 62). Sosyal girişimciliğin ayrıca kar amacı güden ve gütmeyen girişimcilik türleriyle olan sınırlarını netleştirmenin de zorluğundan bahseden Peredo ve McLean, sosyal girişimciliğin kamu, özel ve kar amacı gütmeyen sektörün bir arada ama daha az görüldüğü bir olgu (A.e., s. 64) olduğunu girişim aktörlerinin yanında sosyal değer yaratacak fırsatlar, fırsatları kullanan yenilikçi fikir, fikrin beraberinde taşıdığı risk ve söz konusu süreçte kullanılan kaynaklar olarak da 5 temel bileşeni olduğunu ifade etmektedir (A.e., s. 64).

Bu “Pazarlamaya Yönelik Sosyal ve Kurumsal Engellerin Giderilmesi Sosyal Girişimcilerin Fırsatları Nasıl Belirlediğini ve Değerlendirdiğini Nasıl Öğrenirsiniz?” (Navigating Social and Institutional Barriers to Market How Social Entrepreneurs Identify and Evaluate Opportunities, 2006) adlı çalışmasında Robinson her ne kadar piyasa ile sosyal girişimcilik arasındaki ilişki biçimini sosyolojik açıdan değerlendirdiğini ifade etse de sosyal girişimciliğin girişimcilik boyutunu sosyal açıdan değerlendirmenin ötesine geçemediği görülmektedir. Çalışmanın önemli kazanımı ise piyasanın bir yapı olduğu ve ekonomik olmanın yanında sosyal ve kurumsal engellerinin de var olduğunu ifade etmesidir. Sosyal girişimciliğin de önünde bu iki engelin yani sosyal ve kurumsal engellerin bulunduğunu aktarmaktadır

Girişimcilik çalışmalarının temelde girişimci boyutu, süreç boyutu ve fırsatlar boyutunu ele alan çalışmalar olarak 3 kategoriye ayrıldığının görüldüğünü ifade eden (A.e., s. 95) Robinson ortaya koyduğu tablodan da okunabildiği üzere sosyal girişimcilik olgusunun 3 temel unsurunun bulunduğunu öne sürmekte (A.e., s. 95) ve sosyal

girişimcilik olgusunun sosyal girişimci, sosyal teşebbüs sermayesi, sosyal odaklı organizasyonları kapsayan şemsiye bir olgu olduğunu savunmaktadır (A.e., s. 96). Robinson sosyal girişimciliğin gelişmesinin önünde üç takım engel türü bulunduğunu ifade etmektedir. Öncelikle engellerden daha önemli olan boyut sosyal ağlar üzerinden erişimi ve aktörlere ulaşmayı zorlaştıran engelleri ifade eden sosyal engeller (A.e., s. 102) ikinci boyut olan kurumsal engellilik ise bilgi, kural ve finans gibi kurumsallık yönüyle sosyal girişimciliğe engel teşkil eder. Üçüncü ve son engel boyutu ise dil, kültür, norm gibi informal kurumsallık engelleri olan kültürel engellerdir (A.e., s. 103). Kendisi de yaptığı alan çalışmasından hareketle sosyal girişimcilik üzerine şu 3 savı öne çıkarmaktadır:

- başarılı sosyal girişimciler kendilerinin inandığı ve anladığı yönde fırsatları sosyal ve kurumsal bağlamları içinde kimliklendirir tanımlar
- sosyal değer yaratmada fırsatları değerlendirirken başarılı sosyal girişimciler sosyal ve kurumsal faktörleri göz önünde bulundururlar
- yeni sosyal değer yaratma sürecinde başarılı sosyal girişimciler piyasa veya topluluğa sosyal ve kurumsal engelleri tanıtır (A.e., s. 114-116).

Sosyal girişimcilik yazınında isimleri sıklıkla karşımıza çıkan Weerawardena ve Mort, “Sosyal Girişimciliğin Araştırılması Çok Yönlü Bir Model” (Investigating Social Entrepreneurship A Multidimensional Model, 2006) adlı çalışmalarıyla oldukça kapsamlı ve iddialı bir çalışma ortaya koymuşlardır. Öncelikle sosyal girişimciliğin bir teorisinin henüz bulunmamasını vurgulamışlar ve kendilerinden önce yapılan tanımlamaları toparlamış ve bilgilerini Avusturyada belirledikleri kar amacı gütmeyen şirket yöneticileriyle sınamışlardır (A.e., s. 25). Temeldeki hedefleri tümevarım yoluyla alan bilgilerini bir teoriye bağlamak olduğunu vurgulayan iki arkadaş öncelikle 7 temel varsayıma ulaşmışlardır. Ardından bu varsayımlarını kullanarak kapsamlı bir model oluşturmuşlardır. Bu modellerinde sosyal girişimin iki bağımsız dinamiği olan sosyal misyon ile sürdürebilirliğin daha derinde olan çevresel dinamik tarafından dengede tutulduğunu ifade etmektedirler. Kendilerinden önceki tanımlamalara yer vermelerinin yanında yaptıkları önemli alan araştırmasının verilerinin yanında ortaya koymadıkları modelle de fazlaca atıf hakediyorlar.

Sosyal girişimciliğin çalışmalarda sürekli farklı bir tarafa çekildiğini ve kendilerinin de inceledikleri 9 vaka çalışmasından hareketle sosyal girişimcilik kuramına yönelik bir model eksikliği gidermenin mücadelesini verdiğini belirten Weerawardena ve Mort, temel sebebin farklı tanımlamaların yol açtığı karşılıklı etkileşimin olduğunu vurgulamakta (A.e., s. 25) ve yaptıkları alan çalışmasında 7 varsayıma ulaşmaktadırlar:

- “Çevresel dinamikler: sosyal girişimciler çevresel dinamiklere duyarlılar ve uymak mecburiyetindedir
- Yenilikçilik: sosyal girişimciler yenilikçi görünümle sosyal değer yaratmak için mücadele ederler
- İleriye Etkili: sosyal girişimciler ileriye etkili görünümle sosyal değer yaratmak için mücadele ederler
- Risk yönetimi: sosyal girişimciler risk yönetimi görünümle sosyal değer yaratmak için mücadele ederler
- Sürdürülebilirlik: sosyal girişimciler ihtiyaç olan organizasyonel sürdürülebilirliğe duyarlı ve uymak mecburiyetindedirler
- Sosyal misyon: sosyal girişimciler sosyal misyona duyarlı ve uymak mecburiyetindedirler
- Fırsat Yakalayan: sosyal girişimcilik fırsatı organizasyonel sürdürülebilirlik, sosyal misyon ve çevresel dinamiklere duyarlı ve uymak mecburiyetindedir” (A.e., s. 28-31).

Elde ettikleri bulgularından hareketle bir model ortaya koyan Weerawardena ve Mort sosyal girişimciliğin üç boyutunu öne çıkarmanın mümkün olduğunu vurgulamaktadır: yenilikçilik, ileriye dönük etkili olmak ve risk yönetimi (A.e., s. 31) bu üç ayrı çemberi çevreden kuşatan büyük üçgende sürdürülebilirlik ve sosyal misyon bağımsızken çevresel dinamikler dengeliyi unsur olarak görülmektedir (A.e., s. 32).

Oldukça önemli bir çalışma ortaya koyan Chell “Sosyal Girişim ve Girişimcilik Girişimcilik Sürecinin Yakınsayan Bir Teorisine Doğru” (Social Enterprise and Entrepreneurship Towards a Convergent Theory of the Entrepreneurial Process, 2007) başlığı altında sosyal girişimciliği girişimcilikten ayırmanın yanlış olacağını nitekim girişimciliği yalnız ekonomik motivasyona bağlı tanımlamanın böyle bir yanlışa yol açtığını vurgulamıştır. Chell'e göre girişimcilik ekonomik ve sosyal değerle birlikte ele alınmalıdır bunun için de daha kapsayıcı bir perspektif sunan yorumsamacı yaklaşım benimsenmelidir. Burada yapısalcı, işlevselci ve sembolik etkileşimci perspektiflere

ayırdığı kısa pasajlarla konunun sosyolojik yönüne ışık tutmakta ama bu yaklaşımı yalnızca girişimcilik üzerine yapması zihni bulandırmakta sosyal girişimcilik üzerine yapılıp yapılamayacağına dair şüphe oluşturmaktadır. Yaklaşımının sonunda da yorumsamacı perspektife olayı bağlaması oldukça önemli görülmektedir. Ancak sosyal girişimciliği girişimcilik ile birlikte ele alması pek hoş durmamıştır.

Güncel kullanımda popüler olarak sosyal girişimcilik ile girişimciliğin kar amacı gütmek ve gütmemek noktasında ayrıştırılarak dayanak noktaları üzerinden sosyal girişimciliğin kültür ve ruh olarak gönüllülük, etik davranış ve sosyal misyona dayandırılırken kar amacı güden organizasyonların ise iş sözleşmesi, faydacılık ve paydaşların karlarını artırmayı amaçlayan araçsal faaliyetlere dayandırıldığına (A.e., s. 11) zaman zaman da sosyal girişimci liderlerin girişimci gibi davranmak ve bir işletme modeline uymak yönünde baskı yediğine (A.e., s. 12) dikkat çeken Chell, girişimciliğin ekonomik ve sosyal girişimciliği birlikte içerdiğini kabul etmekte ve tartışmanın da sosyal girişimcilik yerine girişimcilik üzerine yapılması gerektiğini savunmaktadır (A.e., s. 7). Bu noktada girişimcilik sürecini ele alırken öncelikle girişimciliğin kendisine odaklanmanın gerekliliğine inanan Chell girişimci davranışı odağa alarak ortaya bir yaklaşım sunmakta ve girişimci davranışın yapı-özne tartışması, toplumsal yapı ve çevrenin aktöre olan etkisi üzerinden sosyolojik perspektifle ele alınma imkanına işaret ederek (A.e., s. 6) sosyal girişimcilik olgusuna farklı bir yaklaşım sunmaktadır. Nitekim Chell'e göre girişimcilik söylemi politik, moral ve piyasaya dayanan oldukça çelişik ve karmaşıktır (A.e., s. 8).

Girişimci davranış ve girişimcilik söylemini hareket noktaları olarak kabul eden Chell girişimcilik sürecini tanımlayan iki büyük teori olarak “etkileşimcilik” (interactionism) ve “yapısalcılık” (struturation) yaklaşımlarına dikkat çekmektedir. Psikolojik bir kökene dayanan etkileşimcilik teorisine göre, davranış kişilik ile durum arasındaki etkileşim sonucu ortaya çıkmakta ve durum içinde girişimcinin sergilediği davranış bir sonraki durumda göstereceği davranışı da etkilemektedir. Sosyolojik bir kökene dayanan sosyal inşacılık (constructionism) teorisi ise daha çok kamunun (public) dışsal dünyası ile kişinin sosyal bilgilenme süreciyle ilgilenir. Bu iki teori Chell'e

göre bilişsel inşacılık (cognitive constructivism) bağlamında ilişkilidir ve etkileşimcilik bilişsel inşacılığa belirgin bir bağ taşırken sosyal yapısalcılık ile bilginin sosyolojisi konusunda bir madalyonun iki yüzünü tamamlarlar (A.e., s. 15). Bu noktada girişimci bireysel bağlamda değerlendirmek yerine kişisel ve sosyal ağlara sahip olduğunu ve değer yaratırken de bu ağlar üzerinden bir gerçeklik inşa etme sürecine girdiğini göz önünde bulundurmak gerektiğini vurgulayan Chell'e göre girişimcilik süreci sosyal ve ekonomik değer yarattığı için gerçekliğin bir sosyal inşa sürecidir (A.e., s. 16). Söz konusu bağlamda Chell, girişimcilik sürecinin bütün olduğu ve bunun için de bütüncül ve yorumsamacı perspektif ışığında ancak doğru okunabileceğini vurgulamaktadır (A.e., s. 19).

Martin ve Osberg “Sosyal Girişimcilik: Tanımlayıcı Vaka” (Social Entrepreneurship The Case for Definition, 2007) adlı çalışmalarında sosyal girişimciliği bireye odaklı biçimde ifade etmişler ve olgunun girişimci olan yönüyle ilgilenmişlerdir. Süreci ve olguyu tartışmak yerine isimleri tartışmışlar ve kimin sosyal girişimci olarak kabul edilebileceğini konuşmuşlardır. Sosyal hizmet ve sosyal hareket ile karıştırılmaması gerektiğini vurguladıkları olgunun gelişiminin önündeki en büyük engelin tanımlanmasındaki muğlaklık olduğunu ve öncelikle bunu aşmak gerektiğini vurgulayarak kendilerince bir tanım koymuşlardır.

Sosyal girişimcilik alanı Martin ve Osberg'e göre hızla gelişen ve birçok sektörün ilgisini artarak üzerine çeken bir alandır. Medyada, üniversitede ve sosyal sektör organizasyonları için de artan bir ilginin odağı olan sosyal girişimcilik olgunun söz konusu popülerliği kazanmasında Muhammed Yunus'un nobel ödülü almasının etkili olduğunu savunan (A.e., s. 30) Martin ve Osberg, sosyal girişimciliğin ifade edilirken girişimcilik bağlamı, girişimci karakter ve girişim ürünü olarak 3 kriterin öne çıktığını (A.e., s. 34) ancak bileşenlerinin de ifade edilmesi gerektiğini dile getirerek şu 3 bileşeni sunmaktadırlar: adaletsiz düzenin ürettiği marjinal kesimi belirlemek, düzene meydan okuyarak sosyal değer yaratacak koşulları oluşturmak ve hedef grubun potansiyelini ortaya koyan bir sistem oluşturmak (A.e., s. 35). Bunun yanında sosyal girişimcilik olgusu söz konusu benzer bileşenlerin oluşturduğu sosyal hizmet ve sosyal hareket olan iki diğer sosyal formdan da ayrıştırılmalıdır (A.e., s. 36).

Çok anlamlı ve derinlikli olmamakla birlikte sosyal girişimcilik için bir model önerisinde bulunan “Sosyal Girişimciliğin Tanımları, Açıklamaları ve Teorik Perspektiflerin Çok Boyutlu Bir Modeline Doğru” (Toward A Multidimensional Model of Social Entrepreneurship Definitions, Clarifications and Theoretical Perspectives, 2008) adlı bu çalışmada, Smith ve Hunter öncelikle literatürde konunun önde gelen isimlerinin olguyu tanımlamalarını güzel toparlamıştır. Ardından sosyal girişimciliğin anlamlı şekilde ifade edilip tanım boşluğunun doldurulabilmesi için 3 noktanın tartışılması gerektiğini ifade ederek insan sermayesi, ağ yapısı ve ortaya çıkan ürünü ifade eden Smith bu çalışmasında ticari girişimcilik ile sosyal girişimciliğin yalnızca ortaya çıkan üründe ayrıştığını girişimciliğin yalnızca ekonomik sosyal girişimciliğin ise hem ekonomik hem sosyal fayda sağladığını ifade etmekte fakat süreci birebir aynı olan bu iki olgunun ürünlerinin nasıl farklılaştığını muğlak bırakmaktadır.

Son zamanlarda sıklıkla konuşulduğu üzere ekonomik, sosyal ve toplumsal yapılar üzerine güçlü etkide bulunmaya başlayan sosyal girişimcilik olgusunun işletme girişimciliği ile arasındaki farkların iyi tanımlanması ve iktisat ile sosyoloji disiplinleriyle de ilişkilendirilerek olgunun yerine oturtulması gerektiği vurgulayan (A.e., s. 93) Smith ve Hunter, kavramın kullanımı yeni olsa da alanın çok önceden beri var olduğunu (A.e., s. 95) ve aynı olmamakla birlikte şu dört girişimcilik türüyle ilişkili olduğunu ifade etmektedirler: political, policy, public and civic (A.e., s. 96). Smith ve Hunter’a göre, sosyal girişimcilik yakın ilişki halinde olduğu kar amacı gütmeyen ve sosyal organizasyonlardan şu 5 özelliğiyle ayrışır:

- sosyal değer yaratma yolunda belli kombinasyonlara gider
- değer yaratmak için fırsatları tanımlar ve keşfeder
- yenilikçi teknikleri çalıştırır
- risk almaya açıktır
- kaynak sınırlaması konusunda sınırlılığı düşüktür (A.e., s. 97)

ve neyi kapsadığı tanımlara göre değişkenlik gösterse de şunların ortak olduğu görülür:

- sosyal problemlere çözüm olabilmek adına geleneksel girişimcilik teknikleriyle sosyal değişim yapmak

- sosyal ihtiyaçları karşılarken girişimcilik prensiplerinden faydalanır fakat kazanç elde etmekten daha çok ihtiyaçları umursayan ve ihtiyaç sahibine yardım eden bir temele dayanır
- işletme girişimciliğinin kaynaklarını, iyimserlik, fırsatçılık ile bir araya getirir fakat finansal kar yerine sosyal kar ve sosyal dönüşüme odaklı çalışır (A.e., s. 97).

Austin ve arkadaşlarına referansla Smith ve Hunter, sosyal girişimciliğē biri geniş diğeri dar olmak üzere iki tanımlama yapıldığını, dar tanımlamanın kar amacı gütmeyen sektörde işletme girişimciliğē yoluyla piyasa yetenekleri ölçüsünde ürün amaçlayan yenilikçi yaklaşım olarak sosyal girişimciliğē tanımlarken geniş tanımlamanın ise yenilikçi, sosyal ve değē yaratma faaliyetlerini kar amacı gütmeyen işletme ve hükümet sektörleri ile beraber veya onların arasında gerçekleştirir şeklinde tanımladığını açıklar (A.e., s. 97-98). Geleneksel girişimcilik alanıyla sosyal girişimciliğē üç ana ölçekte örtüşüğünü öne süren Smith ve Hunter, ilk olarak kişisel, sosyal ve ekonomik iyilik üretmede kolaylaştırıcı olan bireylerin bilgi, yetenek, eğilim ve tutumlarını ifade eden insan sermayesi olduğunu (A.e., s. 100) ikinci boyutu olan ağı yapısının ise başarı ve her türlü kaynak kapsamında üyelerin, organizasyonların ve toplulukların sahip oldukları formel ve informal ilişki biçimlerini ifade ettiğini (A.e., s. 101) üçüncü boyut olan finansal sermayenin ise işletmenin yayılmasına ve uzun sürede kendisine sürdürebilirlik sağlamasına imkan sağladığını (A.e., s. 102) söylemektedirler. Çalışmalarında sundukları modelde de görüldüğü üzere formel ve informal kaynakları içeren insan sermayesi formel ve informal kaynakların yanında aile ve sosyal ilişkileri içeren ağı yapıları ile bir araya gelerek formel ve informal kaynaklar içeren finansal sermaye ortaya koyduklarında sosyal ve ekonomik başarı bir arada görünecektir (A.e., s. 107). Bu noktada Schumpeter'in teorilerindeki geleneksel girişimcilik ile uyumlu gördükleri (A.e., s. 103) sosyal girişimcilik Smith ve Hunter'a göre sunduğu yeni ve yaratıcı düşünme yolları ile ihtiyaçlara yardım etme noktasında hükümetlerin sistem yapılarının yoksunluklarına geçerli bir alternatif sunmaktadır (A.e., s. 103).

Sosyal girişimcilik konusunda ismi sık göze arpan Zahra ve arkadaşları "Sosyal Girişimcilik Fırsatlarının Küreselleşmesi" (Globalization of Social Entrepreneurship Oppotunuties, 2008) adlı bu çalışmalarında olguya daha önce yaklaşılmamış bir biçimde yaklaşmış ve küreselleşme bağlamında konuyu ele almıştır. Kendisinin de

ifade ettiği 5 etken üzerinden sosyal girişimciliğin artan küreselleşmede daha da önemi artacak bir konumu bulunduğunu ve bu sebeple çalışmaların buraya yoğunlaşması gerektiğini ifade etmektedir. Özellikle kendisi de bazı çalışma konuları önermiş ve burada zaman ve mekan olarak sosyal girişimciliğin uluslararası fırsatlara sahip olduğunu belirtmektedir. Çalışmayı eleştirebileceğimiz bir noktası için ise davranışçı teori ve uluslararası teoriye fazla kendisini kaptırmış olması diyebiliriz.

Sosyal girişimciliğin uluslararası fırsatlarının gelişmiş olmasına rağmen çalışmacıların bu boyutuna ilgisiz kalmalarını eleştiren Zahra ve arkadaşları bu çalışmalarını ile amaçlarının söz konusu boşluğu doldurmak olduğunu dile getirmişlerdir (A.e., s. 117). Öncelikle ekonominin küreselleşmesinin değeri yaratılması ve girişimcilik faaliyetlerinin sosyal problemlerin çözümüne rehberlik etmeleri hususunda önemini ortaya çıkardığını savunan (A.e., s. 118) Zahra ve arkadaşları demografik değışimler, ulusal ekonominin liberalleşmesi, kurumsal ve bürokratik devlet başarısızlıkları ve teknolojik alanda görülen gelişmelerin işletmelerin sosyal bilinç kazanmalarında etkili olduğunu ve sosyal değere bir biçim kazandırdığını dile getirmektedirler. Söz konusu gelişmeleri Zahra ve arkadaşları 4 ana faktör olarak ifade etmektedirler: küresel zengin farklılık, çağdaş sosyal sorumluluk hareketi, piyasa-kurumsal-devlet başarısızlıkları ve teknolojik gelişmelerle paylaşılan sorumluluk (A.e., s. 118-119). Küreselleşmenin bu 4 etkin gücünün oluşturduğu sosyal sorunlarla ilgili küresel farkındalığı sosyal girişimciliğin bir fırsat gibi görmesi gerektiğini vurgulayan Zahra ve arkadaşları, sosyal girişimcilerin sosyal değeri yaratma noktasında paydaşlarla birlikte hareket ederek şartları lehine kullanmalı gerektiğini savunmaktadır (A.e., s. 120). Davranışsal teori bağlamında konuya yaklaşan Zahra ve arkadaşları üzerinden sosyal girişimciliği de tanımladıkları şu 5 etkenin sosyal fırsat (social opportunities) olduğuna işaret etmektedirler: nüfuz edebilme, uygunluk, sosyal önem, diğerlerine ulaşabilme ve çözüm isteğindeki radikallik (A.e., s. 122).

Sosyal girişimciliği organizasyon boyutuyla ele alan “Sosyal Girişimciliğin Etkisini Ölçeklendirme” (Scaling Social Entrepreneurship Impact, 2009) adlı bu çalışmada Bloom ve Chatterji organizasyonların nelere sahip olması gerektiğini ilk harflerinden yola çıkarak SCALERS olarak kodlamış ve başarılı ve etkili bir şekilde sonuç

verebilmesi için de bu 7 etkeni bir arada kullanmayı tavsiye etmiştir. Daha çok işletme yönü ve organizasyon biçimiyle ilgilenen Bloom ve Chatterji ayrıca seçtiği örneklerle de söylemlerini desteklemiştir. Bize katkısı oldukça farklı bir açıdan konuya yaklaşması olmuştur ama sosyal girişimi daha çok işletme yönüyle değerlendirmiştir.

Sosyal girişimciliği tanıma çabasının yanında geliştirdiği sosyal etki ölçeğinde Bloom ve Chatterji bir organizasyonun başarılı bir sosyal girişim olarak ifade edilebilmesi için şu 7 kriteri taşıması gerektiğini öne sürmektedir: Personel alımı, iletişim, birlik kurma, lobi oluşturma, kazanç elde etme, aynısını yapma ve Pazar güçlerini harekete geçirme (A.e., s. 116). Söz konusu kriterleri belirlerken de erken çalışmaların bir çoğunun gelişme ve sosyal etkinin büyüklüğü üzerinden sosyal girişimci organizasyonunu değerlendirdiklerini gördüklerini ve kendilerinin ise çok yönlü ele almak amacıyla sosyal etkiyi ölçecek bir model ürettiklerini (A.e., s. 117) SCALERS olarak isimlendirdikleri modellerinin ise meşhur 4P modeline benzediğini ifade etmektedirler: product, price, place, promotion (A.e., s. 131).

“Sosyal Girişimcilik Keşfinin Bir Modeli” (A Model of Social Entrepreneurial Discovery, 2009) isimli bu anlamlı çalışmasında Murphy ve Coombes sosyal girişimciliğin kar güden ve kar gütmeyen arasında melez bir oluşum olduğunu ifade etmekte ve geleneksel girişimcilikle ilişkili olduğu için sosyal girişimciliğin tek başına teorik çalışmalardan mahrum kaldığını ifade etmektedir. Kendisi de literatürdeki bu boşluğa ithafen önce olguyu 6 temel niteliği üzerinden tartışmış ve ardından 3 temel varsayım üzerinden sosyal girişimciliğe teorik bir model sunmuştur. Düşüncelerinin birçoğu malumun ilanı olurken sosyal girişimciliğin kendi alanına sahip olması gerektiği iddiası önemli bir meydan okumadır. Ayrıca kendisi kavramsallaştırırken şeffaflık ve zamanlama kavramlarını literatüre kazanmıştır.

Piyasa ve devlet öğelerini bir araya getirdiğini dile getirdikleri sosyal girişimin (A.e., s. 327) Murphy ve Coombes’a göre seferberlik ve zamanlama olarak iki önemli bileşeni vardır. Seferberlik burada sosyal bir hedefin geniş ölçekli gönüllü desteğinin ve kaynağının bir araya gelmesini ifade ederken zamanlama ise fırsatların keşif boyutunu ve değerlendirilmesini ifade eder (A.e., s. 327-328). Kar amacı güden faaliyet ile

kar amacı gütmeyen faaliyetlerin karşılıklı şekilde birbirini oluşturduğu melez bir yapının varlığından bahseden Murphy ve Coombes her üç yapının da sosyal girişimcilikte görüldüğünü savunmaktadırlar (A.e., s. 329). Buradan yaklaşımla da sosyal girişimcilik üzerine 3 varsayımı öne sürmektedirler:

- “sosyal girişimci keşifler diğerleri için sosyal, ekonomik ve çevresel kaynakların pekiştirilmesine izin verir
- girişim sebebi ile sosyal hedef arasındaki ilişkinin değer kattığı çevre sosyal girişimci keşiflere imkan verir
- geçerli sosyal girişimci keşifler faydalanamayan dezavantajlı kimselere imkanlar sunar” (A.e., s. 333).

Yani Murphy ve Coombes’a göre sosyal girişimcilik kaynakları tüketmek yerine artırır, çevreyi olumsuz değil olumlu yönde etkiler ve bunu yaparken de kaynak ve çevrenin ihmal ettiği gruplara fırsat sunar.

Sosyal girişimcilik olgusunun görünümünü çıkardığını iddia eden Neck ve arkadaşları “Sosyal Girişimciliğin Manzarası” (The Landscape of Social Entrepreneurship, 2009) adlı çalışmalarında öncelikle girişimciliğin tipolojisini ortaya koymuşlar ve bu 4 tipolojiden ikisi olan sosyal hedef ile kar amacı gütmeyen girişimciliklerin bir araya gelerek sosyal girişimciliğe vücut kazandırdıklarını ifade etmektedirler. Özellikle girişimcilikle sosyal girişimciliği sosyal sonuç ve etkileri üzerinden birbirine yakın görenleri eleştirmesi anlamlı olmuştur. Girişimciliğin kalkınmanın motoru olarak bilindiğini sosyal girişimciliğin de gelişmenin motoru olacağının bilinmesi gerektiğini iddialı şekilde vurgulayan bu çalışmada olgunun kök salması için yeni çalışmacıların konuya ilgi duyması gerektiğini vurgulamaktadır.

Sosyal girişimin görünümünde misyon ve ürün boyutlarının tipoloji geliştirmede etkili olduğunu savunan Neck ve arkadaşları bu boyutların sosyal hedef ve kar amacı gütmeyen girişimcilik dinamiklerini görünür kıldığını ifade etmektedirler (A.e., s. 15). Söz konusu dinamiklere dayanan sosyal girişimin ise etkilendiği 3 temel faktörü fırsatların kaynakları, paydaşın çıkıntısı dikkat çekmesi ve performans ölçümleri olarak ifade eden (A.e., s. 16) Neck ve arkadaşları ekonomik gelişme tartışmalarında motor olduğu düşünülen girişimciliğin sosyal boyut kazanmasının kalkınmayı da olumlu

etkileyeceğini ve sosyal girişimciliğin de pozitif ve sistematik değişimin motoru olduğunu iddia etmektedirler (A.e., s. 18).

Sosyal girişimcilik yazınına oldukça iddialı bir giriş yapan “Sosyal Girişimcilik için Orijinal Niyet Katalizörlerini Etkinleştirme” (Enabling the Original Intent Catalysts for Social Entrepreneurship, 2009) adlı bu çalışmada Vansandt ve arkadaşları konuyu ekonomi-politik bağlama yerleştirerek doğrudan ilgi çekmeyi başarmıştır. Ardından sosyal girişimciliğin nasıl bir yükseliş alanı kazandığını tartıştıktan sonra sosyal girişimciliği etkileyen ve etkin kılan 3 faktörden etkili mantık, yasal dayanak ve teknolojik fırsatlar (A.e., s. 423) olarak bahsetmektedir.

Kapitalist ekonomilerde herkese mal ve hizmet sunumundan toplumun üst kademesinin zenginliğine odaklanmaya doğru seyreden değişimde kapitalizmin içeriğinin şekillenmesinde kaynaklık eden gelişmelerden birisinin de işletme organizasyonlarıyla kar amacı gütmeyen sosyal amacı bir araya getiren sosyal girişimcilik olgusu olduğunu iddia eden (A.e., s. 419) Vansandt ve arkadaşları söz konusu gelişmelerde piyasa ekonomisinin nesiller içinde (sosyal) ve nesiller arasında (çevre) eşitliği sağlama konusundaki başarısızlığının sosyal girişimlerin vücut bulmasında etkili olduğunu savunmaktadırlar (A.e., s. 420). Bu anlamda Vansandt ve arkadaşlarına göre fırsatları tanıma, canlılık oluşturma ve uygulama olarak 3 unsuru bulunan sosyal girişimciliğin yükselişi toplumda sadece belli üst seviyede bulunan küçük grupların çıkarlarını önemseyen ve diğerlerini ihmal eden sistemi reforme etme ve yeniden biçimlendirme çabasıdır (A.e., s. 420).

Az ama öz olan “Girişimcilik Çağında Sosyal Girişimciliğin Araştırılması” (An Exploration of Social Entrepreneurship in the Entrepreneurship Era, 2010) adlı bu çalışmada Noruzi ve arkadaşları sosyal girişimciliğin ne olduğunu 3 nitelik üzerinden, sosyal girişimcinin kim olduğunu 8 karakteristik üzerinden ve sosyal girişimcilik için hükümetin yapabileceklerini 3 madde üzerinden özetlemiş ve olgunun üniversitelerde yeterli çerçeveye ulaşamadığından bahsederek yeni çalışmaların gerekliliği üzerine durmuştur.

Noruzi ve arkadaşlarına göre pazardaki başarısızlıklara cevap vermesi, dönüştürücü yenilik ve finansal sürdürülebilirlik şeklinde 3 temel boyutu olan (A.e., s. 760) ideal sosyal girişimcilik şu 8 varsayımı taşıması gerekmektedir:

- “sosyal girişimciler birey olmak zorunda değildir
- sosyal girişimciler sürdürülebilirliği ve geniş ölçekli değişimleri amaçlarlar
- sosyal girişimcilik sosyal sorunların nasıl ve ne yolla giderileceğine yön verecek fikirler içerir
- sosyal girişimciler tüm sektörlerin içinde ve arasında bulunabilirler
- sosyal girişimciler başarılı olmak için sosyal girişime veya piyasa temelli araçlara angaje olmak zorunda değildir
- sosyal girişimciliğin niceliği kişi ve kuruluşlara göre farklılık gösterebilir
- sosyal girişimciliğin yoğunluğu değişime göre zamanla artabilir ve azalabilir
- sosyal girişimler belirlenen oranlara göre bazen başarısız olurlar” (A.e., s. 761).

Piyasadaki sosyal girişimcilik olarak isimlendirilen bu önemli gelişme için hükümetlere de görevler düştüğünü vurgulayan Noruzi ve arkadaşları şu 5 yolla da hükümetlerin destekleyip güçlendirebileceğini ifade etmektedirler: sosyal inovasyonu cesaretlendirmek, sosyal inovasyon ve girişimcilik için çevre yaratmak, sosyal girişimci insiyatifleri ödüllendirmek, başarıyı ölçülendirecek bir yaklaşım, bilgi üretmek (A.e., s. 761-762).

Sosyal girişimcilik üzerine yaptıkları “Sosyal Girişimcilik Neden Yeni Bir Teoriye İhtiyacımız Yok ve Buradan Nasıl Geleceğiz?” (Social Entrepreneurship Why We Don’t Need a New Theory and How We Move Forward From Here, 2010) adlı bu önemli çalışmalarında Dacin ve arkadaşları öncelikle sosyal girişimcilik üzerine literatürde yapılan tanımlamaları listelemişler ve ardından yaklaşımları kategorize etmişlerdir. Kendileri de bu yaklaşımlar üzerinden sürece odaklanan yaklaşımı olgunun gelişmesi için anlamlı bulmuşlar ve kendileri de bu yaklaşım üzerinden sosyal girişimciliği tanımlamaya çalışmışlardır. Bu bağlamda 4 çeşit girişim türünden (A.e., s. 44) biri olan sosyal girişimciliğin diğer üçüyle ilişkili ve üçüne içkin olmakla birlikte kaynak ve misyon noktasında ayrıştıklarını ifade etmektedirler.

Sosyal girişimcilik olgusunun literatürde nasıl tanımlandığına bakan Dacin ve arkadaşları, çoğu tanımlamanın sosyal problemlere kaynak sunma becerisi şeklinde

olguya yaklaştığını ve hükümetler ile kar amacı gütmeyen organizasyonların işletme prensiplerine başvurdıkları süreçleri olarak ifade ettiklerini, başka bir grubun ise çağdaş sosyal sorumluluk pratiği veya organize edilmiş hayırseverlik ürünü bağlamında sosyal girişimciliği muhafazakar girişimcilik şeklinde ifade ettiğini ya da bunların dışında sadece ekonomik temelli ele alan ve sürdürülebilir girişimler olarak olguyu okuyan yaklaşımlar olduğunu ifade etmektedirler (A.e., s. 38). Söz konusu farklı yaklaşımlar ve tanımlamaların olguya disiplinlerarası ve teorik çalışmalar kazandırmada engel teşkil ettiğini savunan (A.e., s. 38) Dacin ve arkadaşları tanımlamalarda olguya dair kar amacı gütmek-kar amacı gütmemek, sosyal zenginlik yaratmak-ekonomik zenginlik yaratmak, sosyal girişim faaliyeti-sosyal hizmet faaliyeti-sosyal hareket arasında belli kutuplaştırmaların olduğuna dikkat çekmekte (A.e., s. 41) ve kendi tanımlamalarında ise şu 4 faktörün öneminden bahsetmektedirler: bireysel farklılıklar, faaliyette bulunulan sektör, süreç ve kaynaklar, birincil misyon (A.e., s. 38).

Çalışmaların tanımları ve odak noktalarını belirleyici olan sosyal girişimcilik olgusunun yazarlar tarafından sektörel bağlamda nasıl konumlandırıldıkları ve kavramsallaştırmaya giderken hangi vurguları yaptıkları belirleyici olmaktadır. Bu anlamda da temel olarak kamu kuruluşu, kar amacı gütmeyen kuruluş, kar amaçlı işletme, kar amacı güden/gütmeyen kuruluşlar ve tüm sektörleri bir araya getiren hibrit formlar olmak üzere 5 farklı konumlandırmanın yapıldığı görülmektedir. Kamu kuruluşu bağlamında bu dönemde okuyan tek ismin dönemselleştirmenin ilk çalışanı Borins (2000) olması bir önceki dönemle bu dönemin ayrıştığı noktada kendisinin bir temsil niteliği taşıdığı anlamı ortaya çıkmaktadır. Sosyal girişimciliği kar amacı gütmeyen kuruluşlar bağlamında ele alan isimler Kanada Araştırma Merkezi (2001), Hibbert ve ark. (2001), Shaw ve ark. (2002), Thompson (2002), Weerawardena ve Mort (2006), Neck ve ark. (2009) olarak öne çıkmakta ve yoğunluğun yine dönemselleştirmenin ilk aşamasının hemen sonrasına denk düştüğü görülmektedir. Sosyal girişimciliği kar amaçlı işletmeler olarak konumlandıran tek çalışma olan Thompson ve ark. (2000) ise Thompson'ın tek başına yaptığı daha sonraki süreçte konumlandırmasını revize ettiği görülmekte ve bu tanımlamadan vazgeçtikleri şeklinde okunabilir. Kar amacı güden ve kar amacı gütmeyen kuruluşların bir aradalığını savunan isimler olarak Samalbone ve ark. (2001) ve Chell (2007) öne çıkmakta olup olgunun iki ayrı ucu

temsil etmesi durumunun sürekliliğini temsil ettikleri savunulabilir. Esas önemli nokta ise sektör sınırlarını kaldırarak sosyal girişimciliğin kamu, özel ve kar amacı gütmeyen kuruluşları bir arada içerdiğini savunan Light (2005), Mair ve Marti (2006), Peredo ve McLean (2006), Zahra ve ark. (2008), Smith ve Hunter (2008), Murphy ve Coombes (2009), Noruzi ve ark. (2010) isimleri tarihsel olarak olgunun konumlandırılmasındaki gelişimi yansıtmaktadır. Gelineen noktada sosyal girişimcilik olgusunun çalışmalarda tüm sektörler içinde görülebileme imkanının kabul edildiği anlaşılmaktadır. Buna göre önceleri sosyal girişimcilik sadece kar amacı gütmeyen örgütler bağlamında ele alınırken sonraları her türlü sosyal değer yaratma eylemine yönelik bir tanımlamaya doğru geliştiği görülmektedir (Özeren ve Saatçioğlu, 2016: 73). Sosyal girişimciliğin sektörlerle olan sınırlarını Peredo ve McLean iyi özetlemektedir: sosyal girişimcilik, kamu, özel ve kar amacı gütmeyen sektörün bir arada ama daha az görüldüğü bir olgudur (2006: 64).

Söz konusu çalışmalarda sosyal girişimciliğin vurgu yapılan noktaları ise çalışanların üretim yaptıkları disiplinlere ve gerçekleştirmeyi amaçladıkları hedefleriyle ilişkili olarak bireysel ilgilerine göre değişkenlik taşıdığı görülmektedir. Bu anlamda sıklıkla sosyal girişimciliğin niteliklerine (Shaw vd. 2001; Mort vd., 2003; Peredo ve McLean, 2006; Zahra vd., 2008; VanSandt vd., 2009; Dacin vd., 2010) ve amaçlarına (Light, 2005; Mair ve Marti, 2006) yer verilirken, bunun yanında boyutlarına (Smith ve Hunter, 2008; Neck vd., 2009), unsurlarına (Borins, 2000; Alvord vd., 2004; Tan vd., 2005; Weerawardena ve Mort, 2006; Martin ve Osberg, 2007) ve katkılarına (Sambalbone vd., 2001; Thompson, 2002; Bloom ve Chatterji, 2009; Noruzi vd., 2010) da odaklanıldığı görülmektedir. Çalışmaların yoğunluğunun nitelik ve unsur tartışmalarında görünmesi ise daha önce tartışıldığı şekliyle kavramsal dağınıklığı giderme mücadelesi olarak okunabilir. Sosyal girişimciliğin katkıları üzerine yapılan çalışmaların ise daha fazla son dönem çalışmalarında öne çıkmaktadır.

2.2.4. Son Dönem Sosyal Girişimcilik Çalışmaları

Girişimcilik sürecine özgün etkide bulunan sosyal girişimciliği özgün kılan öncül ve sonuçlarının neler olduğunu ortaya koymayı amaçlayan Lumpkin ve arkadaşları, “Sosyal Bağlamlarda Girişimci Süreçler Nasıl Olursa Farklıdır” (Entrepreneurial

Processes in Social Contexts How are They Different, If at All?, 2011) adlı çalışmalarında sürecin işleyişini sağlayan sosyal misyon, fırsatların tanımlanması, kaynaklara ulaşım ve çoklu paydaşlar olarak dört temel öncülün bulunduğu işaret etmekte ve bu öncüllerin ortaya koyduğu sosyal değer yaratma, sürdürülebilir çözümler ve çoklu paydaşları memnun etmek olarak üç temel sonucun etkili olduğuna vurgu yapmaktadırlar (A.e., s. 761). Katz ve Kahn'ın girdi-akım-çıktı sistemine referansla sosyal girişimcilik sürecinde girdilerin söz konusu dört öncül çıktılarının ise söz konusu üç sonuç olduğunu vurgulayan Lumpkin ve arkadaşları olgunun son 20 yılda geliştiğini ve Muhammed Yunus'un 1983 yılında kurduğu Grameen Bank modelinin örnek kökeni olduğunu öne sürmektedir (A.e., s. 763). Girdi ve çıktılarının neler olduğunu ifade eden Lumpkin ve arkadaşları çıktılarının ortaya çıkmasını sağlayan akım konusunda girişimci oryantasyonun yenilikçi olma, ileriye etkide bulunma, risk alma, rekabete açık girişken olma ve bunları özerk olarak gerçekleştirme unsurlarının etkili olduğunu savunmaktadırlar (A.e., s. 764).

Literatürde sıklıkla ya doğrudan kar amacı gütmeyen ya da kar amacı güden faaliyetlerle melez bir alanda tanımlanan sosyal girişimcilik olgusunda kar ve değer gibi ilk etapta uyumsuz olan iki mesele bir araya getirilerek yaygın okumanın hatalı olduğunu "Uluslararası Kâr Amacı Sosyal Girişimciyi Kavramsallaştırma" (Conceptualizing the International For-Profit Social Entrepreneur, 2011) adlı çalışmasında savunan Marshall, kategorilerin doğru tanımlanmalarının yanında sosyal misyon ile ticari alışverişin ayrışık şeyler olmadığını ve birbirini dışlayan yerine birbirini içeren iki boyut olduğunu ifade etmektedir (A.e., s. 184). Sosyal girişimciliğe böyle bir tanımlamanın daha isabetli olacağını savunan Marshall, olgunun sınırlarının da söz konusu bağlamda kar amacı güden veya gütmeyen yerine bölgesel, ulusal veya uluslararası gibi daha coğrafik bir zemine kaydırılmasının anlamlı olacağını savunmaktadır. Bu noktada sosyal girişimciliğin temel öğelerinin de girişimcinin tutumu, diğer hedeflerle birlikte ama daha üstün olan sosyal misyon (ki bu okuma ayrıştırmadığının işareti) ve ticari faaliyetlerle birlikte elde edilen karlılık durumu olarak ifade eden Marshall (A.e., s. 185), sosyal girişimciliğin ortaya koyduğu girişim sürecinin ise başlangıçta 4 temel unsura dayandığını dile getirmektedir: zihniyet, fırsatların tanınması, sosyal ağlar ve performans/ürün. Girişimci tutumunu ifade eden söz konusu 4 temel unsurun yanında

sosyal girişimci piyasa temelli yaklaşıma olan kendi inancını küresel sosyal meselelere olan birliktelik ile bir araya getirmesi yoluyla tutumu geliştirir, sonraki üçüncü aşamada ise tutumuna uluslararası bir boyut katarak kaynak ülkenin kültürel, sosyal ve ekonomik sistemine yönelik bilgisine ülke insanının duyarlı olacağına dair inancını katarak sosyal misyonu gerçekleştirmeye yönelik ortaya bir mücadele anlayışı koyar ve dördüncü son aşamada piyasaya dayanan girişimcilik yöntemleriyle sosyal misyon içeren sosyal meseleleri yeniden çözmek için araştırır (A.e., s. 186).

Gregory Dees, "İki Kültürden Bir Masalı: Hayırseverlik, Problem Çözme ve Sosyal Girişimciliğin Geleceği" (A Tale of Two Cultures: Charity, Problem-Solving and the Future of Social Entrepreneurship, 2012) adlı çalışmasında sosyal girişimciliği inşa eden zaman zaman çatışma zaman da zaman da bütünleşme halinde birisi oldukça eski olan hayırseverlik diğer ise daha modern olan girişimcilik olarak iki farklı değer sistemi ve kültür kümesinin varlığından bahsetmektedir. Dees'e göre söz konusu değer sistemleri ihtiyaç sahiplerinin ihtiyaçlarına yönelik taşıdığımız psikolojik sorumluluk duygusu ile sosyal normların sağladığı destek mekanizmalarının bir ürünü olarak ortaya çıkmaktadır (A.e., s. 322). İlk değer sistemi olan hayırseverliğin ortaya çıkardığı sonucun kişisel mutluluk olduğunu, ikinci değer sistemi olan girişimciliğin ise problemleri çözerek ortaya anlamlı hayatlar çıkardığını vurgulayan Dees, sosyal girişimciliğin de girişimciliğin analitik problem çözme kültürünün bir parçası olduğunu ve hayırseverlik ile aralarında 5 temel farklılık bulunduğunu vurgulamaktadır (A.e., s. 323-327). Kendiliğinden gelişen hayırseverliğin aksine sosyal dönütleri konusunda akıl yürütme sistemi, fedakarlığı onurlandırmak ve zayıf sonuçları meşrulaştırmak yerine meydan okumalara yol gösteren yetenek ve uzmanlık ihtiyacı, sadece vermek yerine işletme yaklaşımı gibi istihdam etmek, acıları rahatlatmak yerine problemlerin kökeni belirlemek ve sorunu çözmek, insanlara bakım yerine insanları güçlendirmek. Bu anlamda ortaya koyduğu farklılıklar üzerinden sosyal girişimciliği ayıran Dees, sosyal girişimcilerin girişim dürtüsünü de köken olarak hayırseverlik güdüsünden aldığına dikkat çekmekte, ayrışıklığın izlenilen yolda görünür olduğunu ifade etmektedir. Son olarak da Dees sosyal girişimcilere temel stratejilerinde güç katacak ve kendi hayırsever davranışlarına rehberlik edecek olan harmanlanmış ve yeni bir kültürün 5

öğesini sunmaktadır (A.e., s. 330-332). Empati ve problem çözme becerilerini öğrenmek, işleyiş bilgilerini daha görünür ve ulaşılır hale getirmek, vermek ama akıllıca verme modası uygulamak, problem çözmede paydaşları cesaretlendirmek, problem çözücü pozisyonunun etkinliğini geliştirmek.

Girişimciliğin geleneksel formunun içinde anlamlı bir yere konumlandırarak sosyal girişimciliğin ekonomik sistem içinde sahip olduğu özgün rolü ortaya koymak yoluyla karmaşıklığın da önüne geçerek olgunun sınırlarını ve içeriğini ifade eden bir çalışma ortaya koyma çabasında bulunan Samer Abu-Saifan "Sosyal Girişimcilik: Tanımı ve Sınırları" (Social Entrepreneurship: Definition and Boundaries, 2012) adlı çalışmasında sosyal girişimcilik yazını akademik meşruiyet mücadelesini vermeye devam ede dursun bireyler toplum refahına katkı sağladığı ölçüde sosyal girişimci olabileceklerine inanmaktadır. Olgunun akademik yazında bulanık ve sınırsız görülmesinin işlevlerini yerine getirmesinde bir problem olduğuna dikkat çeken Abu-Saifan, bu çalışmasında da sınırlarını netleştirmeyi kendisine hedef edinmiştir (A.e., s. 22). Söz konusu belirsizliğin sosyal girişim teorisinin de önünde engel teşkil ettiğine vurgu yapan Abu-Saifan, temel problematiğin sosyal girişimcilik olgusunun girişimcilik yörüngesinde doğru yere konumlandırılmaması ve bu durumun da girişimcilik teorilerinin olguya ne kadar içkin olduğunun ortaya konamaması olduğunu savunmaktadır. Bu anlamda köken olarak girişimcilik ile ilişkilendirilmesinin bir sakınca olmadığını düşünen Abu-Saifan, Schumpeter'ın değişimi gerçekleştirici rol yüklediği girişimciliğe yenilik vurgusu katarak getirdiği yaklaşım biçiminin köken olarak kabul edilmesinin doğru olacağını, daha sonraları üretilen girişimcilik yaklaşımlarının lidere odaklı tanımlarının da söz konusu yenilikçilik noktasından hareketle ortaya konduğuna dikkat çekmektedir (A.e., s. 23). Sosyal girişimcilik olgusunun ise girişimcilik kavramı kadar güçlü olmamakla birlikte sosyal sorunlara sunulan başarılı çözümlerle birlikte bir meşruiyet kazandığına dikkat çeken Abu-Saifan, sosyal girişimcilik kavramını ise Bornstein'ın problem çözmedeki yaratıcılık ile sahip olduğu vizyonu başarılı şekilde bir araya getiren misyon sahibi ve inatçı liderlere odaklı tanımlamasına dayandırmaktadır (A.e., s. 24). Kavramsal kökeni ifade ettikten sonra olguya akademideki çeşitli yaklaşımları tablolar eşliğinde sunan Abu-Saifan, sosyal girişimcilik olgusunu tanımlayan

ve diğer girişimcilik türlerinden ayırıştırın 4 temel faktörünün bulunduğuna dikkat çekmektedir: sosyal değer içeren misyona adanmışlık, girişimci tekniklere uyumlu hareket, güçlü yenilik kültürü taşıyan girişimci organizasyonlarla işbirliği, finansal olarak bağımsız organizasyonlarla gelir ve plan stratejileri (A.e., s. 25). Son olarak da Abu-Saifan ortaya koyduğu anlamlı ve kapsamlı tablo ile olgunun sınırlarının karmaşıklığını ortaya koyarak gidermeye çalışmıştır (A.e., s. 26). Bu tabloda misyon sistemi karı iki ayrı noktaya yerleştiren Abu-Saifan, sürdürülebilirlik noktasında karını artırmaya, kendine yeterlilik noktasında da misyonunu geliştirmeye ihtiyacı olan sosyal girişimciliğin kar üretme noktasında girişimciliğe yönelimli çalıştığını ancak temelde sosyal niteliğinin ise sosyal misyona bağımlı olduğunu ortaya koymaktadır.

2.2.4.1. Disiplinlerin İlgi ve Yaklaşımları

Sosyal girişimcilik literatürünün oluşumunda 2010 sonrası olarak ifade edebileceğimiz güncel dönem, içerisinde bir yandan sayısı hızla artan bir çalışma yekünü barındırırken diğer yandan söz konusu yekünü ortaya çıkaran bir disiplin çeşitliliği alana koymaktadır. Sosyal girişimciliğin disiplinlerarası niteliğine de uyum içeren söz konusu gelişmelerin ayrıca sosyal girişimciliği kavramsallaştırma çabaları yerine işlevselleştirme yoluna gittikleri görülmektedir. Bu sebeple de son dönem sosyal girişimcilik çalışmalarını disiplinler ve yaklaşımları üzerinden ele almak daha anlamlı bir çaba olacaktır.

Sosyal girişimcilik üzerine literatürde bir zenginliğin de işareti olarak disiplinlerin yaklaşımları iki farklı temaya dayanmaktadır (McKenny, 2014). Birinci tema sosyal girişimcilik üzerine bireyler ve organizasyonlar üzerine odaklanırken daha çok değerleri, franchising, toplumsallık, mikrokredi kurumsallık tartışmalarına yer verirken ikinci tema ise daha çok yöntem üzerine odaklanarak vaka çalışması, etkinin niceliksel ölçümleri, yol analizi ve araçsal değişkenlerin belirlenmesi tartışmalarını öne çıkarmaktadır. Bu tema farklılıkları olguyla çalışan disiplinlerin de farklı olmasına yol açmaktadır.

Sosyal girişimlerin çok yüzlü doğası başta yönetim ve coğrafya olmak üzere etik, ergonomik, psikiyatri, muhasebe, teknoloji, kamu yönetimi, turizm ve hukuk gibi

yaklaşık 25 farklı disiplinin ilgi alanına girdiği görülmektedir (Gonçalves vd., 2015: 1606). Sosyal girişimin etki ve sonuçları üzerine iktisat (Besler, 2010: 5), seyrek görülen hastalıkların çözümü noktasında tıp (Sireau, 2013: 2-3), ürettiği ahlaki söylemlerle etik ve felsefe (Dion, 2014: 401), gençliğin istihdama uyumlarını sağlamada sosyal girişimci becerilerini geliştirme amacı üzerine eğitim bilimleri (Kelly vd., 2015: 560), engelli ve toplumdan soyutlanmış toplulukların sosyal girişim yoluyla istihdam veya başka yollarla toplumla uyumlarının sağlanması üzerine sosyal hizmet (Harris vd., 2014: 1285; Berzin, 2012), işletme ve kar amacı gütmeyen organizasyonlarının değişimiyle birlikte sosyal hizmet alanında sosyal girişimciliğin etkisini inceleme üzerine sosyal hizmet eğitimi (Linto, 2013: 465), kamu sektörünün daralmasına rağmen artan sosyal sorunların karşısında sosyal girişimin yeni bir program olması üzerine insan kaynakları yönetimi (Nandan ve Scott, 2013: 257) ve çalışma ekonomisi, sosyal girişimci olarak yetişmenin önündeki faktörlerin toplumsal dayanakları üzerine (Kümbül-Güler, 2010) sosyal psikoloji, yönetiminin yanında sosyal girişimciliğin prensiplerinin ve işleyişinin ortaya konması üzerine işletme ve pazarlama teknikleri üzerine halkla ilişkiler (Besler vd.,2010) disiplinlerinin sosyal girişim eylemi ve sosyal girişimcilik sürecine ilgi duydukları görülmektedir.

2.2.4.2. Sosyoloji Disiplininin Yeri ve İmkânı

Sosyoloji, tekelci kapitalizmin ortaya çıkışı ve modern işletme şirketlerinin yükselişiyle girişimcilik kavramına ilgisini azaltmıştı (Marshall, 2009: 271). Ancak tarihsel köken olarak girişimcilikle ilişkilendirilen sosyal girişimcilik görüldüğü üzere disiplinlerarası niteliğinin bir gereği olarak bir çok disiplinin ilgi alanına girmeyi başarmıştır. Bu noktada sosyal misyonu merkeze alarak sosyal değer yaratma yoluyla toplumsal sorunlara çözümler üreten ve bu yolla sosyal bir dönüşüm gerçekleştirmeyi hedefleyen sosyal girişimciliğin toplum ile olan bu yakın ilişkisi, olgunun disiplinlerarası niteliğinin bir gereği olarak sosyoloji disiplininin de ilgisini kazanmıştır. Ancak literatürde birçok sosyoloji alanında sosyal girişimcilik üzerine çalışma yaptığını öne süren isimlerin esasında derinlemesine bakıldığında toplumla ilişkisi üzerine gerçekleştirdikleri konuşmalarında sosyolojik perspektif yaklaşımını kolay ifade ettikleri ancak sosyolojik veriler sunsa da sosyolojik bir yaklaşıma olguyu

konu edinemedikleri görülmüştür. Ancak literatürde güçlü bir sosyoloji vurgusu görülmekte ve sosyal formu sebebiyle geliştirilmesinin önemli olduğu savunulan sosyal girişimcilik teorilerinin (Garcia, 2015: 97) ve sosyal girişimcilik olgusunun yerine oturtulabilmesi ve işletme girişimciliği ile farklılıklarının ortaya konması noktasında sosyolojiye önemli bir rol yüklenmektedir (Smith ve Hunter, 2008: 93).

Sosyal girişimciliğe yaklaşımında alanda “sosyolojik perspektif” yakıştırmasını kullanan nadir isimlerden olan Vasi’nin ifade ettiği üç boyut (2009: 168), sosyoloji disiplininin bir okuma biçimi taşımak yerine toplumsal yönünü konuşuyor olmanın sosyolojik perspektif şeklinde ifade edildiği görülmektedir. Nitekim sosyolojik perspektifiyle Vasi, ilk olarak sosyal girişimcilerin sosyal girişim eylemini ortaya koyarken sosyal değişim veya sosyal şartlara karşı dirençle yüz yüze kalabileceklerini, ikinci olarak işletme girişimcilerinden ayrıştıkları noktada sosyal girişimcilerin sahip oldukları toplumsal bilinçle birlikte hareket etmeleri gerektiğini ve üçüncü olarak da başarısız olma ihtimallerinin bulunduğu için başarısız girişim örneklerinden uzak durmaları gerektiğini ele almaktadır. Bu yaklaşımın ötesinde sosyal girişimcilerin ortaya koydukları eylemleri ile aralarında devam edegelen etkileşimi okuyabilmek için siyaset bilimi ve organizasyon teorilerinin yanında özellikle sosyolojinin bakışı zenginlik katacaktır (Mair ve Marti, 2006: 40). Çünkü sosyal girişimcilik salt ekonomik yönüyle okunamayacak bir olgudur ve sosyal bağlamının ortaya konması gerekir. Bunun için de sosyal sermaye ve sosyal hareket gibi doğrudan sosyolojinin ilgili olduğu tartışmalara yer ayırmak önem taşımaktadır Mair ve Marti, 2006: 40).

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

SOSYAL GİRİŞİMCİLİK OLGUSUNA SOSYOLOJİK BAKIŞ

Sosyal girişimcilik olgusunun kavramsal açıdan ele alındığı ve olgu üzerinde görünür olan dağınıklığın ortadan kaldırılmasının amaçlandığı birinci bölüm çalışmaya üzerinde bir tartışma kurma noktasında zemin teşkil etmiştir. Sosyal girişimcilik üzerine biriken literatürün kökenleri ve gelişimini inceleyen ikinci bölüm ise sosyal girişimciliğin nasıl ele alındığı ve tanımlandığını ortaya koyarak olgu üzerinde çalışılması önemli eksikliklere işaret etmiştir. Üçüncü bölüm ise söz konusu dağınıklığı giderme ve olgunun sahip olduğu potansiyeline yakışır biçimde derinliğinin de artırılması için sosyoloji disiplininin birikiminden faydalanarak bir yaklaşım ortaya koyma amacını taşımaktadır. Bu noktada öncelikle sosyal girişimciliğin hangi noktalarda sosyolojik olabileceği tartışılacak ardından da bir öneri mahiyetinde klasik sosyoloji geleneği üzerinden sosyal girişimcilik olgusu tartışılacaktır.

3.1. Sosyolojik Bir Mesele Olarak Sosyal Girişimcilik

Daha fazla ilişki kurmanın imkanı yanında tekrardan da kaçınma adına burada temel olarak sosyal girişimcilik hareketinin beş yönüyle sosyolojik olabileceği düşünülmektedir. Bu anlamda sosyal girişim eyleminin kendisine odaklanan özne ile yapı etkileşimi, oluşturulan sosyal ağlarla inşa edilen güven, bu yolla sağlanması amaçlanan ilerleme ve kalkınma, olgunun temsil ettiği düşünülen kültür ve son olarak olgunun bir sosyal hareket olarak görülebilme imkanı literatürden hareketle ele alınabilecek olan sosyolojik meseleler olarak dikkat çekmiştir. Bir kısmı tartışıldığı şekliyle doğrudan ifade olunurken bir kısmı ise tarafımızca kurguya dayanmaktadır. Örneğin literatürde özne-yapı etkileşimi, sosyal değişme ve toplumsal hareket bağlamında doğrudan sosyal girişimciliğin ele alındığı görülmüştür, bunun yanında da gelişme, sosyal ağ ve güven tartışması ise saptanan ilişkiler üzerinden kurguya dayalı tartışma boyutları olarak öne çıkmaktadır. Bu noktada kurguların artırılması mümkün olmakla birlikte burada çalışmanın sınırları dahilinde bir öneri ortaya konmuştur.

3.1.1. Özne-Yapı Etkileşimi

Sosyal girişimcilik hareketi toplumların sahip olduğu yerel dinamiklerden hareketle sosyal dönüşüm gerçekleştirmeyi ifade etmektedir. Her ne kadar kullanılan yöntemler girişimcilik prensiplerinden aktarılsa da sosyal girişimcilikte temel alınan sosyal misyon yerel ve kültürel değerleri önemsemektedir. Bu anlamda toplumun da bir parçası olan sosyal girişimci öznenin toplumsal yapı ile zihni etkileşim süreci, sosyal girişim eyleminin ortaya çıkışını ifade etme açısından psikolojik olmanın yanında son derece sosyolojik de bir tartışmadır. Ayrıca sosyal girişim eyleminin doğuşu yanında yapıya olan katkısı da benzer şekilde söz konusu etkileşimin ters yönünü ifade etmekte ve sosyolojik olarak da önem taşımaktadır.

Sosyal girişimcilik kavramının sınırlarının dağınık olması ve net şekilde tanımlanmamasının bir problem olmasının yanında başta sosyoloji olmak üzere diğer disiplinler için olgunun merkezi kavramlarını yeniden düşünme noktasında bir meydan okuma fırsatı olarak görmek de mümkündür (Mair ve Marti, 2006: 36). Özellikle sosyoekonomik ve kültürel çevreye göre farklılık arz eden sosyal girişimcilik sürecinde, sosyal girişimciler ile eylemleri arasında gerçekleşen etkileşimi okuyabilme noktasında sosyolojik bakışın katkısı olacaktır (Mair ve Marti, 2006: 40). Sosyal girişimci ile sosyal eylem arasında olduğu gibi sosyal girişimci ile toplumsal yapı arasında da bir etkileşimden bahsetmek mümkündür ve mesele ise özellikle Giddens ve Bourdieu'nun tartıştığı yapı ile özne arasındaki uyum veya ayrılık tartışmalarında görülmektedir (Mair ve Marti, 2006: 40). Bu anlamlı katkılar sosyal girişimciliğin sosyal boyutunu ihmal ederek girişimciliğin altında ele alınma hatasından kurtaracaktır (Mair ve Marti, 2006: 42).

Giddens yapı ile özne arasındaki ikilikte insanların sahip oldukları bilgileri ile kendi eylemleriyle birlikte sosyal dünyayı da inşa ettiklerini ama bazen şartlarla uyumlu bazen de şartları zorlayıcı biçimde eylemlerini oluşturduklarını vurgulamaktadır (Giddens, 1984). Giddens'ta yapının anlamı aktörlerin toplumu üretirken ve yeniden üretirken yararlandıkları kural ve kaynaklardır. Bu kural ve kaynaklar insanların toplumsal dünyada fark yaratmalarını mümkün kılar. Kurallar şekil ve büyüklüklerine göre ayrışırken bazen açık ve kodlanmış biçimde bazen de

yazılı olmayan ama toplumsal ortamlarda yer almayı sağladığı için ayrıntılarıyla uygulanan formda bulunabilirler. Kaynaklar ise iki türdür: Tahsis ve otorite kaynakları. Tahsis kaynakları insanlara bir şeyler yapma imkanı veren maddi kaynakları (hammadde, toprak gibi) ifade ederken otorite kaynakları ise diğerini tamamlayıcı bir unsur olarak insanlar üzerinde hakimiyet kurmayı sağlayan ve maddi olmayan kaynakları (statü, hiyerarşi gibi) ifade eder (Layder, 2010: 197).

Giddens'in yapı kavramıyla Bourdieu'nun habitus kavramı arasındaki görülen belli ortaklıklar yapılaşma teorisinin geleneksel yapı ve sistem anlayışındaki karışıklığı belirginleştirme bağlamında önem taşımaktadır. Bourdieu'nun kullanımıyla habitus, insanların içinde yaşadıkları kültür veya alt kültürlerin kendi zihinlerine taşıdığı bilgi stokudur ve insanların neler istediğiyle kişiler arası ilişkilerde neler sağlayabileceği beklentisini besleyen eğilimler toplamıdır. Örneğin paylaşılan değer, yaşam beklentisi ve eğitim kökeni gibi faktörler sebebiyle tipik orta sınıf üyesi biri öğretmen veya hukukçularla işçi sınıfından birine göre kendini daha rahat hissedecektir. Konuşma kalıbı veya yerel bilgilerle de çevrenin etkisiyle işçi sınıfı kökenli biri ayrışacaktır. Burada kişilerin eğilimlerinin bilincinde olmadan davranışlarına etki eden dışsal bir yapıdan bahsedilmektedir. Benzer şekilde Giddens da insanın kural ve kaynaklardan yararlanarak davranış ortaya koyduğunu belirterek dışsal bir yapıya vurgu yapmaktadır. Diğer bir benzer nokta ise Giddens da Bourdieu da insanların yaşadıkları koşulları üretirken ve yeniden üretirken yapının bir araç olmanın yanında bir sonuç da olduğunu ifade etmektedirler. Ancak Giddens, insana bir aktör olarak toplumsal ortamda daha fazla dönüştürücü ve yaratıcı olma özgürlüğü tanırken Bourdieu ise insan davranışına habituslar ile daha mekanik ve belirlenmiş bir şey olarak bakar (Layder, 2010: 204).

Giddens "Toplumsal İnşası" (The Constitution of Society, 1984) adlı çalışmasında eylemi gerçekleştiren aktörü yapıların pasif bir nesnesi olarak gören işlevselci sosyoloji yerine bilinçli şekilde eylemde bulunan amaç yönelimli özne vurgusu yapan yorumlayıcı sosyoloji geleneğini öne çıkarmıştır. Öznellik-nesnellik ikilemini ise "yapının ikiliği" kavramı ile aşmaya çalışmıştır. Bu noktada Giddens, ne bireylerin üstünde toplumsal nesnenin ne de eylemde bulunan öznenin önceliğinin

bulunmadığını her iki unsurun da toplumsal pratiklerde inşa edilip tekrar tekrar baştan üretildiğini savunmaktadır (Richter, 2012: 105-106). Çünkü Giddens’a göre yapılar tek başlarına ortaya çıkan doğal olgu değildir, insanların eylem ve pratiklerinde vardır.

Sosyal girişimcilik olgusunun sosyolojik olarak okunma imkanı üzerine öne çıkan ikinci isim ise Chell’dir (2007). Chell de benzer şekilde girişimcilik davranışının sosyolojik perspektifle ele alınırken yapı-özne tartışması yani toplumsal çevrenin girişimci aktör üzerindeki etkisi üzerine ışık tutacağını savunmakta (2007: 6) ve bu bağlamda iki büyük teorik yaklaşım olan etkileşimciliğe ve sosyal inşacılığa vurgu yapmaktadır. Etkileşimcilik yaklaşımı girişimci davranışın kişilik ile durum arasındaki etkileşimin sonucunda ortaya çıktığını ve ilk ortaya çıkan davranışın da diğer davranışları ürettiğini savunmaktadır. Sosyal inşacılık yaklaşımı ise girişimci davranışın ortaya çıkmasında dışsal olarak öznenen ayrışık olan kamunun özne tarafından sosyal bilgilendirme süreciyle içsel bir forma dönüştürmesinin neticesinde ortaya çıkmakta olduğunu savunmaktadır. Girişimci davranışın da sosyal ve ekonomik değeri söz konusu etkileşim neticesinde yarattığı için temelde gerçekliğin bir sosyal inşa süreci olduğuna vurgu yapan Chell (2007: 16), söz konusu davranışın kökeni görebilmek için psikolojik kökene dayanan etkileşimcilik ile sosyolojik kökene dayalı sosyal inşacılık yaklaşımlarının bütüncül ve yorumsamacı bir perspektifle bir araya getirilmesi gerektiğini savunmaktadır (2007: 19).

Bu noktada sosyal girişimciler de yapı ile özne arasında sahip oldukları ufukları doğrultusunda bir köprü inşa edebilmektedir. Zaman zaman bir denge unsuru olarak da öne çıkan bu köprü işlevini yerine getirecek sosyal davranışları da bağımsız özneler olarak sosyal girişimcilerin yanında bu öznelerin sahip oldukları sosyal ağlarını da gerektirmektedir (Nicholls ve Cho, 2006: 110). Söz konusu ağlar da bireyin dışında var olan bir sosyal gerçekliği yansıtmaktadır. Bu ağlar yoluyla “entelektüel aktiviteleri” ile fikir üretmelerinin yanında sosyal girişimci özne “geçişkenlik aktiviteleri” ile de ürettiği fikrin yeni bir yapı oluşturup hayata geçirilmesini sağlar (King ve Robert, 1987: 315).

Özne yapı etkileşiminde bir eylem ortaya koyması yönüyle sosyal girişimci önemli bir noktada dururken sosyal girişim eylemine konu olan insanların bilinçlerinin

öncesinde bilgilerinin yönlendirilmesi de tartışmanın diğer boyutunu oluşturmaktadır. Bu anlamda sosyal girişimcinin karar oluşturma sürecinde göz önünde bulundurulması gereken bir döngüden bahsedilmektedir (Robert ve Pakkiri, 2013). Bu aşamada ilişkisel seçimler, medyatik seçimler, sosyal dinleyici seçimleri, dönüşüm ve birleşim yoluyla insanlar bir enfomasyona ulaşmaktadır. Bu enfomasyon ise iki farklı şekilde bilgiye dönüşmektedir. İlk olarak etkisi görece daha zayıf olan görsellik, panolar, sorgulayıcı analizler ve çözümler, ikinci olarak da etkisi görece daha güçlü olan duygu oluşturma, iyileştirme ve paylaşmadır. Üçüncü aşamada bilginin karara dönüşmesi ise işbirliği, iş akışı ve gözlemlene yolu ile olmakta ve sosyal girişimciyi her üç aşamada da ayrı bir rol beklemektedir.

3.1.2. Sosyal Ağ ve Güven Toplumu

Sosyal girişimcilik araştırmaları akademik söylemini her geçen gün biraz daha “büyük anlatı”ya taşımaktadır (Steyaert, 2010: 88). Geline nokta sosyal girişimciliğin kaynakları da benzer şekilde geniş bir kapsamlılık göstermektedir. Temel olarak maddi olan ve maddi olmayan şekilde ayrıştırılabilecek olan sosyal girişimcilik kaynakları (Austin vd., 2006: 12) belli nitelikleriyle kültürel ve kurumsal olmanın yanında son derece ilişkisel bir forma da sahip olabilmektedir (Dacin vd., 2010: 48). Bu anlamda sosyal girişimciliğin kaynaklarını finans sermayesi, insan sermayesi ve sosyal sermaye olarak bir araya getirmek mümkündür (Smith ve Hunter, 2008: 100-102). Finans sermayesi işletmenin etkinliği ve sürdürülebilirliği noktasında önem taşıırken, bireylerin sahip olduğu bilgi, yetenek ve tutumlarını ifade eden insan sermayesi söz konusu etkinin gerçekleştiricisi olarak anlam sahibidir. Bu iki kaynağın sürüklenmesi noktasında ise ilk etapta ikisinin daha gerisinde kalan ama işlevi yönüyle daha güçlü olan kaynak formel ve enformel ilişki biçimlerini içeren sosyal sermayedir. Sosyal sermayenin ise ilişki ağlarının yapısını ifade eden yapısal sermaye, aktörün kişisel ilişkilerini ifade eden ilişkisel sermaye ve bireylerin topluluk ile paylaştığı kod sistemini ifade eden bilişsel sermaye şeklinde üç boyutu bulunmaktadır (Mair ve Marti, 2006: 41). Sosyal girişimci de bu üç boyutuyla ilişkili olarak grup ve kuruluşlarla ilişki ağı kurarak ortaya koyduğu projelerin önce bilgisini daha sonra da etkisini yayması beklenir (King ve Robert, 1987: 316).

Sosyal sermaye, sosyal misyon sahibi sosyal girişimcilerin ortaya koydukları sosyal değerin sosyal bir dönüşüme doğru evrilebilmesi için önemli bir tartışmadır. Binalar ve hizmetler gibi son derece somut görünüşleri bulunmakla birlikte esasında tanınma, saygınlık ve sosyal saygınlık gibi son derece soyut bir meseledir de (Özdevecioğlu ve Cingöz, 2009: 87). Sosyal sermaye sosyal girişimcilerin finans ve insan kaynaklarını artırmalarına yardımcı olan bağlantıları ifade etmektedir ve ağ düzenekleri ile öyküler olarak iki temel dayanağı bulunmaktadır (Gürsakar, 2009: 193). Ağ düzenekleri sosyal sermayenin bağımlı olduğu bağlantıları bir arada tutan bir sistemi, öyküler ise bu bağlantıları tanımlayan yaşanmışlıkları ifade eder. Bireylerin kapasitelerini gerçekleştirmeleri yönünde sahip oldukları sosyal ağlara vurgu yaptığı için de sosyal sermaye teorisi ile ağ teorisinin birbirine yakınlığı görülmektedir (Kılıç-Kırılmaz, 2014: 69). Sosyal ağ paradigması, sosyal sermayenin sosyal yapıda mikro yeniliklerle başlayarak makro düzeyde gerçekleşecek bir dönüşüm için mezo düzeyde bir köprü kurduğunu (Gürsakar, 2009: 184) çünkü sosyal olguları açıklarken birey ve yapının dışında bireyler arası etkileşimi açıklamaya dahil ettiğini vurgulamaktadır (Gürsakar, 2009: 185).

Sosyal ağ paradigması ve ağ analizlerine konu olmayı başarmış ağlar üç biçimde görünmektedir (Marshall, 2009: 4). Kaynağın birey olduğu ve bireyin kendi düşüncelerini içeren benmerkezci ağlar, katılımcılara vurgu yapan ve ağın kendisine dayanan sistematik ağlar ile söz konusu iki ağın akış yollarını ve şeklini ifade eden yayılmacı ağlardır. Bu noktada birinci ağ türü sosyal girişimcinin kendi sahip olduğu ağlara, ikinci ağ türü ise Ashoka ve Schwab gibi sosyal girişimcileri bir araya getiren ağlara karşılık gelirken üçüncü ağ türü ise sosyal girişimcilik örneğine göre değişkenlik göstermek üzere sosyal girişimcilik sürecini ifade etmektedir. Öyleki Ashoka ve Schwab sosyal girişimciliğe küresel bir platform sağlamak ve küresel bir etki yolunu açmaktadır (Grenier, 2006: 135). Bu kuruluşların ağ oluşturma süreçleri tarihsel olarak Amerika’da 1990’larda ekonomik ve teknolojik değişimlerin sebep olduğu belirsizlik koşullarına uyum sağlayabilmek adına şirketlerin dikey bürokrasiden yatay şirkete geçiş şeklinde örgütlenme modellerini değiştirerek ağ oluşturma stratejilerine başvurdıkları (Castells, 2013: 222) döneme denk düşmektedir.

Sosyal girişimcilik üzerine ağı tartışmaya çeken ikinci boyut ise sosyal girişimciliğin toplumsal kaynakların yeniden dağıtımı üzerine toplumsal bir hareket imkanı olmasıyla ilişkilidir. Toplumsal hareketler konusunda sosyal ağlar bir metafor olmaktan çıkmış ve gerçekliğe doğru yol almıştır (Diani, 2003: 1) ve yeni iletişim dünyası ve kültürel alan üzerindeki etkisi bir yana bırakılırsa toplumsal hareketler için önemli potansiyel yarar da taşımaktadır (Castells, 2013: 485). Çünkü ağlara referansla açıklamak toplumsal hareketlerin ilişkisel bir perspektifle yapısal örüntülerini ortaya koymayı sağlar. Ancak burada yeni toplumsal biçimlerin teknolojik değişimin bir sonucu olduğu veya tersini kabul etmek yerine karşılıklı ve karmaşık bir etkileşimin bulunduğunu görmek gerekir (Castells, 2013: 6).

Tarihsel olarak daha geriye uzanmakla birlikte özellikle üç temel teknoloji alanı olarak mikro-elektronik, bilgisayar ve telekomünikasyon alanlarında yaşanan yenilik aşamaları 1970'lerden sonra sinerjik gelişmeleri hızlandırarak yeni bir paradigma çerçevesinde enformasyon teknolojileri birbirlerine yakınlaşmıştır (Castells, 2013: 51). 1990'ların sonunda ise telekomünikasyon ve bilgisayar alanındaki yeni gelişmelerle birlikte İnternet'in iletişim gücü bilgisayarlaşmanın yaygınlaşmasına doğru başka bir teknolojik değişikliğe yol açmıştır. Bu merkezlessen yeni sistemde insanlar ev, iş, alışveriş veya ulaşım araçları gibi farklı mekanlarda olsalar bile istedikleri zaman tüm alanlara yayılmış ağlar yoluyla aynı yerde bulunabiliyorlardı (Castells, 2013: 66). Ağ toplumunda bulunan bireyleşme ve özerklik değerleriyle yakından ilişkili olan toplumsal hareketler, dijital teknolojiyle arası iyi olan bireylerden kuruludur ve kendi değerleriyle birlikte internet üzerinden örgütlenme tarzlarıyla birlikte bir özerklik kültürüne dayanmaktadır. Bu nitelikleriyle söz konusu özerk alanda bu bireylere değişim aktörü olma rolünü vermektedir (Castells, 2013: 201). İnternet Çağı'nda farklı bir biçim alan toplumsal hareketlerin önemli ortak özelliklere sahip olduğu görülmektedir: mobil iletişim ve internet kullanımıyla birçok biçimde ağların oluştuğu, internetteki sosyal ağların bir harekete dönüşerek kent uzamını işgal ettiği, yerel olmakla birlikte küresel de olabildiği, zamandışılıkla kendi zamanını oluşturduğu, bir kıvılcımla birlikte köken olarak kendiliğinden olduğu, internet ağlarının mantığı gibi virüs içerebildiği, çoğunlukla lidersiz olduğu, belli programa dayalı olmadığı, ağlar yoluyla sanal bir birliktelik oluşturduğu, hatalarını

sorgulayan son derece özdüşünsel olduğu, baskı yaratma amacıyla birlikte şiddet dışı hareketler olduğu, toplumsal değerleri değiştirmeyi amaçladığı, partilerden uzak olmakla birlikte temel anlamda son derece siyasi olduğu (Castells, 2013: 191-197) ortadadır.

Ağ analizleri sosyal girişimciliğin akademik söylem yelpazesi için çok işlenmiş bir konu değildir fakat ağın kendisine odaklanma yerine işlevlerine yönelik çalışmalar görülmektedir. Bu noktada sosyal ağların sosyal girişimciler tarafından kullanılan ama kullanılırken eksilmek yerine artan niteliği (Özdevecioğlu ve Cingöz, 2009: 87) finans ve insan sermayesinin artışı noktasında da sosyal sermayeyi temsilen sosyal ağlar işlevsel görülmektedir (İçli ve Anıl, 2016: 49). Çünkü sosyal girişimci aktörün ortaya koyduğu eylemde temel amaç olan sosyal dönüşüme ulaşabilmesi için güçlü ve kitlesel bir ilgiye ihtiyacı gerekmektedir. Bu ise sosyal alana içkin olan sosyal sermayeyi temsilen sosyal ağlar ile ifade edilebilir. Söz konusu ağların diğer bir işlevi ise ekonomik olmanın yanında son derece sosyolojik de bir mesele olarak güven oluşturmaktır. Öncelikle sosyal sermayeyi kullanmasının yanında güçlendirmeyi de hedefleyen sosyal girişimcinin sosyal sermayeyi artıran güven ilişkisine ihtiyaç duyması kaçınılmazdır.

Sosyal ağların kullanılmasıyla güvenin artırılmasının yanında sosyal girişimcilikten beklenen esas anlamlı katkı toplumda aşınmış olan güven duygusu temelinde bir toplumsal inşa mücadelesidir. Çünkü özellikle büyük ölçüde Amerika’da 1970’lerin başlarında yeşeren bireysel yenilikçilik ve girişimcilikle ilişkili olan özgürlük kültürü (Castells, 2013: 6) yükselirken kendine dayalı toplumdan belli kurumlar yardımıyla veya bireylerle üretime doğru yani “toplumsal olanın sonu”na doğru yol alıyoruz (Touraine, 2007: 100). Bu anlamda toplumsal parçalanma ve dışlanma durumlarının karşılık geldiği toplumsal boşlukların oluşmasına sebep olan toplumsal bağların kopuş süreci, aile, arkadaş, okul veya meslek ortamı gibi yakın çevre gruplarında bir tür bunalıma yol açmaktadır. Bu bunalım ise şiddet, korku ve ölüm gibi güvensiz duyguların yükselişine etken olmaktadır (Touraine, 2007: 100). Bu noktada bireyin içinde bulunduğu sosyo-ekonomik yapı ile olan uyumunu artıracak olan güven, sosyal girişimcinin eliyle birey ile toplum arasındaki dikotomiye ortadan

kaldırma noktasında etkili olabilmektedir (Zişan Kara, 2010: 120). Bu yolla da sosyal girişimcilik güven toplumu inşa edici bir dayanışma biçimi üreten sosyolojik bir olgu olarak karşımıza çıkmaktadır.

Sosyal hareketleri ağ perspektifiyle ele alırken şu üç boyutu göz önünde bulundurmak gerekir: bireylerin ağları, organizasyonların ağları ve bütünlükle olayların ağları (Diani, 2003: 7-11). Sosyal hareket aktörlerinin ağları kullanma biçimleriyle ortaya koydukları sosyal hareketin de üç farklı dinamiği bulunmaktadır. İlk olarak aktör diğer sosyal aktörlerle sosyal çatışmaya girer ve sosyal kaynaklara ulaşmayı reddetmeleri yönünde mücadele eder, ikinci olarak aktörler özel bir organizasyonun üyelerini veya ulaşabildiği bireysel aktivistlerini kolektif bir kimliği paylaşmaları yönünde ikna etmek için mücadele eder, üçüncü olarak da birey veya organizasyon aktörleri pratik ve sembolik kaynakları enformel ağlarla değiştirir ve koordinizasyon mekanizması kurarak anlaşmalara bağlı olarak görev ve hakları yeniden dağıtmak yönünde mücadele eder (Diani, 2003: 301). Sosyal girişimciliğin toplumsal hareket olma yönüyle bu üç boyutta katkısının olduğu savunulabilir. Çünkü sosyal girişimcilik topluma, işlevlerine ve bütünleşmesine ağırlık veren toplumsal politikanın tanık olunan tükenişine (Touraine, 2007: 100) engel olabilecek bir potansiyele sahiptir.

3.1.3. Sosyal Değişim ve Gelişme

Girişimcilik prensiplerini kullanarak sosyal değer yaratmayı kendisine temel amaç edinen sosyal girişimcilik olgusunun gerçekleştirmeyi amaçladığı şey ise unsurları başlığı altında detaylı şekilde tartışıldığı üzere sosyal dönüşümdür. Sistem içerisinde kalarak sistemin kapsamlı bir değişimini ifade eden olgunun temel vurgusu da toplumda görünürlüğü artan sosyal sorunlardır. Sosyal sorunların çözümüyle de bir yandan toplumsal bir değişim ortaya koymaya çalışan sosyal girişimcilik diğer yandan söz konusu değişimi pozitif yönde gerçekleştirerek toplumsal bir gelişme gerçekleştirme peşindedir.

Sosyal girişimciler sahip oldukları vizyon, kaynak ve liderlik becerileri şeklinde içsel etkenleri kullanarak sosyal ihtiyaç, ihtiyaç sahibi insanlar ve girişimcilik

becerilerini oluşturan dışsal bir sisteme müdahale edecek bir mekanizma aracılığıyla toplumsal bir değişim gerçekleştirebilmektedir (Thompson, 2000: 337). Bu değişim sürecinde ise üç temel karakteristik önem taşımaktadır: karmaşıklık, güvenilirlik ve birliktelik (Waddock ve Post, 1991: 394). Karmaşıklık sosyal sorunların derinlikli ve girift bir hal almasıyla ortaya çıkan kriz ortamını ifade ederken, güvenilirlik ise sosyal girişimcinin söz konusu karmaşıklıktan sorunun muhataplarını kurtaracağına yönelik bir kanaat veren sahip olduğu kişisel ve organizasyon becerisine karşılık gelmektedir. Bu donanmış olduğu becerilerini de kullanarak insanları sorunların çözümü adına bir araya getirerek değer üretmeye kanalize etmesini ise birliktelik sağlama aşaması karşılamaktadır.

Toplumsal değişme üzerine sosyoloji kuramları dört temel yaklaşım olarak ele alınmaktadır. Sorokin bütüncü, Parsons analitik soyutlamacı, Merton işlevselci ve Dahrendorf ise çatışmacı-eleştirel değişim kuramlarının temsilcileridir (Erkilet, 2007: 9). Sorokin'e göre sistem ve yığın şeklinde ayrıştırmanın daha doğru olduğu kültür bütünü içinde sistemin değişimi belli düzenlilikler taşıırken yığının değişimi rastlantısallıklar göstermekte ve bu bütün içinde farklı kısımlar farklı şekilde değişmektedir. Birlikte değişimin gerçekleşmesi için ise sistemdeki bütünleşmenin artmasıyla unsurların birbirlerinin değişimlerine daha duyarlı hale gelmesi gerekmektedir (Erkilet, 2007: 33). Değişimi adaptasyonu artıracak düzenlemeler kavramıyla açıklayan Parsons ise çevreye adaptasyon vurgusuyla değişimin ancak sistemin alt birimlerinin işlevsel ihtiyaçları karşılamak üzere farklılaşma ve bütünleşmelerinde ortaya çıktığını belirtmektedir. (Erkilet, 2007: 110). Bozuk işlev kavramını merkeze alarak değişimi tanımlayan Merton ise sistem unsurlarının arasındaki uyumsuzlukla ortaya çıkan bozuk işlevlerin değerler ile gerçeklik arasındaki açıklığı büyüterek ya değerler sistemini ya da yapının kendisini dönüştürmesiyle değişimin ortaya çıkacağını öne sürmektedir (Erkilet, 2007: 230). Son olarak Dahrendorf ise değişimi örgütlenen çıkar gruplarının sistemin yapısını oluşturan otorite ilişkilerine etki etmesiyle ifade etmektedir (Erkilet, 2007: 174).

Toplumsal değişme kuramlarında öne çıkan vurgunun ikili bir yapının varlığı ve bu ikiliğin ortaya koyduğu etkileşim üzerinde olduğu görülmektedir. Nitekim

sosyal girişimciliğin ortaya çıkışı ve popülerlik kazanması da sıklıkla işsizlik gibi daha çok yapısal nitelikli sorunların yükselişiyle yakın zamana denk düşmektedir. Bu anlamda işsizlik durumunun etkisiyle dezavantajlı konuma düşen gruplar sosyal girişimcilik eli ve sosyal ağlar aracılığıyla güçlendirilerek toplumdaki diğer gruplarla birlikte bütünleşmesi sonucu bir değişim ortaya koyması beklenmektedir (Haugh ve Talwar, 2016: 654). Bu noktada özellikle Parsons'ın adaptasyon kavramıyla ilişkili olarak sosyal girişimciliğin kendisi ve ortaya çıkış süreci öncelikli bir değişimin temsilidir. Bunun yanında sosyal girişimciliğin işlevsel olarak da Merton'ın bahsettiği şekliyle bozuk işlevleri ortadan kaldırmaya yönelik bir değişim çabası olduğu söylenebilir. Sosyal girişimciliğin ortaya koyduğu değişim sosyoloji tarafından kabul edilmesi ise şu üç niteliği birlikte sergilemesi gerekir: zaman dilimi, kesintisizlik ve kolektif olma (Aslantürk ve Amman, 2000: 406). Yani sosyolojik olarak sosyal değişim belli bir zaman dilimi içinde, konjonktürel olmak yerine sürekli olan ve grup veya kurum bazında kalıcı birliktelikleri ifade etmektedir. Bu noktada başarılı addedilen sosyal girişimcilik de değişimin başlangıcını ve bitişini belirginleştirip zaman dilimini, değişimi sürdürülebilir kılarak kesintisizliği, eylemi bir organizasyon üzerinden gerçekleştirerek kolektif olmayı içerdiği için sosyolojik değişimin ilgi alanına girmektedir. Bunun yanında keşif-icat-yayılma, tabaklaşma-çatışma, sosyal hareketler şeklinde sosyal değişmeyi belirleyen üç süreçten (Aslantürk ve Amman, 2000: 431- 433) ilki, var olanın görünür olmasını ifade eden keşif, var olmayanın var kılınmasını ifade eden icat ile bulunan keşifin veya üretilen icatın başka kültürlerle taşınmasını ifade eden yayılmanın sosyal girişimcilik hareketine içkin olduğu görülmektedir. Sosyal girişimciliği ilgilendiren boyutu ise daha çok ilk süreçtir, nitekim yenilik franchising yöntemiyle farklı kültürlerle yayılmaktadır. Bu yayılma süreciyle bir sonraki başlıkta tartışılacağı üzere sosyal girişimciliğin bir yandan da başta Touraine olmak üzere değişimde itici güç olarak ifade edilen toplumsal harekete yakınlığı savunulabilir.

Toplumsal gelişme meselesi toplumsal değişmeye göre daha tartışmaya açık bir görünüm taşımaktadır. Öncelikle olumlu yönde bir değişimi ifade eden gelişme, “az iyi olduğu düşünülen bir durumdan daha iyi olduğu düşünülen bir duruma” geçişi ifade eden son derece normatif içerikli bir kavramdır (Aslantürk ve Amman, 2000:

409). Klasik modern düşüncenin anahtar kavramları olan uygarlık, gelişme ve evrenselleşme fikri küresel ölçekte bir düzen kurma umudu, niyeti ve kararlılığını ifade ederken dünyayı eskisinden daha farklı ve daha iyi hale getirme isteğini ilan ederken herkesin ve her yerin hayat koşullarını ve şansını da benzer kılma niyetini ilan ediyordu (Bauman, 2006: 70). Toplumsal gelişme tartışmaları içinde barındırdığı ve evrensel olduğunu varsaydığı ilerleme fikrinin etkisiyle toplumsal ve kültürel farklılıkların kesin ve özgün bir yorumuna işaret etmektedir (Bottomore ve Nisbet, 2006: 76). Modern dünyanın en önemli parçasını oluşturan bu ilerleme fikrine muhafazakarlar kuşkuyla karşılansa da feodaliteden kapitalizme geçişe bütünüyle haklılık kazandırdığı için liberaller, sosyalist hareketin etkinliğine haklılık kazandırdığı için de Marksistler tarafından tutkuyla inanmışlardır (Wallerstein, 2009: 82). Ancak tarihsel bir sistem olarak kapitalizmin önceki tarihsel sistemler karşısında ilerlemeyi temsil ettiği bir yanılgıdır (Wallerstein, 2009: 83). Kümülatif olduğu için bilimsel ve teknik bilginin ilerlediği yadsınamaz ancak dünyada yükseliş içinde olan evrenselcilik ideolojisinin bir sonucu olarak ilerleme fikrinde önerilen tüm ölçütler tek yanlıdır. Örneğin gelişmiş tekniklere rağmen tarımsal üretkenlikte insan eylemi yöntemlerine yeniden ilgi artışı görülmekte, mekanik enerji ürün artışıyla birlikte çalışma zorunluluğuyla birlikte külfeti de artırdığı, son olarak da daha rahat bir maddi yaşama sahip olmamıza rağmen toplumdışılık, yabancılaşıma ve ruhsal hastalıklar üzerinden kaygılarımızın da arttığı birer gerçektir (Wallerstein, 2009: 84). 19. yüzyıl boyunca “kör” bir ilerlemenin arkasından giden insan artık yaşam alanını yeniden kurma yolunda. Piyasa toplumunun eleştirilecek olan yönü iktisada dayanması değil bu toplumun iktisadının kişisel çıkara dayanmasıdır. Bu doğaya aykırı “kural dışı” durum düzeltilip sanayileşme insan doğasının gereklerine boyun eğdirilmelidir (Polanyi, 2014: 332).

Dürüstlük, entegrasyon ve empati gibi evrensel erdemleri ekonomik ve sosyal gelişme gibi özel olmakla birlikte yerel de olan erdemler ile bir araya getirmeyi ifade eden sosyal girişimcilik (Mort vd., 2006: 83), özellikle sosyal ekonomiyle ilişkili olarak sürdürülebilir kalkınma meselesinin etkisiyle topladığı ilgiyi artırmıştır (Birch ve Whittam, 2006: 3). Özellikle kalkınma tartışmalarında da ele alındığı görülen sosyal girişimciliğin (Alvord vd., 2004: 262-263) ekonomik temelli kalkınma tartışmasının

yol açtığı çevresel yozlaşmaya ortaya koyduğu ekolojik, sosyal ve ekonomik olanı birlikte ele almayı önermesi sebebiyle engelleyebilme potansiyeli (Birch ve Whittam, 2006: 6) ve bir öneri sunma imkanı bulunmaktadır.

19. yüzyıl boyunca modern toplumun dinamiği kendi kurallarına göre işleyen ve genişleyen piyasanın karşısında toplumun kendisini koruma amaçlı karşıt hareketi ile çatışarak çift yönlü bir hareket tarafından yönlendirildi (Polanyi, 2014: 191). Devletlerin kendine güven, yenilenme ve bireysel başarı gibi nitelikleri bilinçli şekilde yayılmasına çabaladığı girişim toplumlarında (Marshall, 2009: 270) bu gerilimi şu iki ilke oluştuyordu: ekonomik liberalizm ilkesi ve sosyal koruma ilkesi (Polanyi, 2014: 194). Bu noktada gelişme ve kalkınma üzerine ülkelerde farklı yaklaşım modellerinin olduğu görülmektedir. Kalkınma tartışmalarında serbest piyasa mekanizmalarının çözüm aktörü olduğu ele alan “piyasacı” ile devlet müdahaleciliğini öne çıkaran “devletçi” yaklaşımın yanında üçüncü bir yaklaşım modeli ise devletin denetim ve gözetim konumuyla serbest piyasa işleyişinin bir aradılığını ifade eden kamusal aktörler ile girişimci kesimlerin sinerjilerini savunan yaklaşımdır (Ünay, 2013: 36). Ayrıca kapitalizm paradigması içinde üç farklı modelin öne çıktığı görülmektedir. İlki bireyci liberalizme dayanan ve devlete piyasa mekanizmasının işleyişinin önündeki engelleri kaldırma rolü veren ve ABD ve İngiltere örnekli piyasa merkezli kapitalizm, ikincisi piyasa aktörleri ile kamu otoritelerinin sinerjisi ve ortak iradesine dayanan Fransa ve Japonya örnekli devlet merkezli kapitalizm, üçüncüsü ise devlet kurumları, işveren ve işçi örgütleri arasında üçgen iletişime dayalı karar alma mekanizmasını ifade eden İsveç ve Almanya örnekli uzlaşmacı kapitalizmdir (Ünay, 2013: 46-47). Bu noktada farklı modellerde farklı katkılar sunduğu sosyal girişimcilik hareketinin öncelikle evrimci bir bakış içeren ve evrenselci yaklaşarak toplumlara söz konusu ilerlemeyi dayatan gelişim tartışmalarına katkı sağlayarak güç kazandırdığı savunulabilir. Nitekim sosyal girişimciliğin sosyal ve ekonomik kalkınma arasında daha çok geleneksel yaklaşıma dayanan bir alternatif bir denge olduğu vurgulanmaktadır (Gonçalves vd., 2015: 1588). Söz konusu etki bir yandan kapitalizmin ekonomik başarısının yanında ihmal edilen sosyolojik başarıyı sağlayıcı (McBrearty, 2007: 75) “yeni bir beyaz devrim” (Venugopal ve Abhi, 2013) olarak

lanse edilirken diğer yandan yaşamları dönüştürücü yeni bir “tahakküm gücü” (Williams ve K’nife, 2012) olarak da ifade edildiği görülmektedir.

3.1.4. Toplumsal Hareket

Klasik anlamda yapısal bir krizin sonucu olarak gösterilen (Castells, 2013: 190) toplumsal hareket kavramı, iş durdurma eylemleri gibi basit yapıli hareketleri dahi ifadede kullanılarak içeriğini kaybetmek üzeredir. Oysaki temelde toplumsal hareket, toplumsal aktörler arasındaki çatışmayı ima etmekte ve toplumdaki kültürel kaynakların toplumsal olarak harekete geçirilmesini ifade etmektedir (Touraine, 2007: 103). Bu yönüyle toplumsal hareketleri protesto hareketlerinden ayrı tutmak gerekir çünkü temelde bugünün hareketlerini yarının projeleriyle bir araya getiren kültürel hareketlerdir (Castells, 2013: 198). Sosyolojinin de doğrudan ilgisini kazanmış olan toplumsal hareketler bu disiplin bağlamında, değişimin dinamiğinin toplumda değil tarihte yattığı vurgusuyla süregiden yapısal değişimlerin birer yansıması şeklinde savunulmaktadır. Ancak sosyal veya ekonomik bir çöküşün yaşandığı toplumlar yerine çoğulcu, demokratik ve sivil toplumun güçlü olduğu toplumlarda görülen çevreci ve azınlıkçı yeni tip hareketler bu klasik paradigmayı da zorlamıştır (Çayır, 1999: 14). Buna göre Amerika’da etkinlik kazanan kaynak mobilizasyonu ile Avrupa’da etkin olan yeni sosyal hareketler paradigmaları bu yeni hareketleri tanımlamaya çalışan yeni teoriler olarak öne çıkmıştır (Çayır, 1999: 15-20). Kaynak mobilizasyonu paradigması toplumsal hareketleri daha çok politik düzeyde alarak ya dışlanmış grupların sisteme katılma mücadelesi ya da kaynakların farklı biçimde dağıtılmasının talebi olarak görmektedir. Yeni sosyal hareket paradigması ise toplumsal hareketlerin mevcut değer, norm ve kimlik yapılarında değişim olmasını talep eden sosyo-kültürel boyutunu öne çıkarmaktadır. Cohen ve Arato ise iki paradigmayı birleştiren bir yaklaşım göstererek kimliğin kurgulanmasının politik ve ekonomik alanı da hedeflediğini savunmaktadırlar (Çayır, 1999: 26).

Toplumsal hareketlerin yeni biçim kazanmasında küreselleşme sürecinin önemli bir katkısı olduğu kabul edilmektedir (Bornstein ve Davis, 2010, Tilly, 2008). İlk olarak yaşanan sürecin ortaya çıkardığı sosyal ve siyasi bağlamlarındaki değişimler toplumsal hareketlere önemli ölçüde biçim vermiştir. Sağıkta yaşanan gelişmelerle

ortalama yaşam süresinin uzamasının yanında eğitimde yaşanan gelişmeler demografik değişime pozitif yönlü bir etkide bulunmuştur. Ayrıca 20. yüzyılın son çeyreğinde ilk defa şehirde yaşayan insan nüfusu kırsalda yaşayanların sayısını geride bırakmış ve ekonomik büyüme ile orta sınıf genişlemeye başlamıştır (Bornstein ve Davis, 2010: 10). İkinci olarak da teknik yeniliklerin toplumsal hareketler üzerinde anlamlı bir etkisinin bulunduğu görülmektedir. Küreselleşmeyle birlikte ekonomik refahı daha zengin, yaşam beklentisi daha uzun ve iletişim olanağı daha iyi olan bu yeni toplumsal yapıda yeni sorunların varlığı yeni çözümlerin gerekliliğini beraberinde getirmiştir (Bornstein ve Davis, 2010: 11-12). Teknolojik gelişmelerdeki hızlı gelişme ve yayılma küreselleşmenin etkisiyle bilgi ekonomisi ve ağ toplumunun ortaya çıkmasına zemin sağlamış, dijital medya unsuru ilişkileri yeniden biçimlendirmiştir (Giddens, 1990; akt. Grenier, 2006: 123). Ancak bu noktada teknolojik bir determinizm hatasına düşmemek gerekir, çünkü 21. yüzyılda yaşanan iletişim yenilikleri toplumsal hareketin eylemcilerine yönelik olarak, iletişim araçlarına sahip olabilenler arasında daha masrafsız bir koordinasyon sağlarken bu araçlara ulaşamayanları ise dışlayarak iletişim eşitsizliğini artırmaktadır (Tilly, 2008: 157). Buna rağmen küreselleşmenin makro ölçekte toplumsal hareketlere şu üç bağlamda bir değişim etkisi olduğu görülmektedir: yukarıdan aşağıya bağlantılık, aşağıdan yukarıya adaptasyon ve orta zeminde karşılaşma (Tilly, 2008: 162).

Sorunları karmaşıklaştırmanın yanında belli yeni fırsatların ve kaynakların da kullanılmasına imkan sağlayarak insanların karmaşık sorunlarla baş edebilme becerilerini de artıran küreselleşme süreci, sonrasında geliştirdiği ilişki biçimiyle insanların çözüm olmaları adına hükümetleri, dayanışma kurumlarını ya da üniversiteleri beklemek yerine kendi çözümlerini üretme yoluna gitmektedirler. Bu durumda etkili olan gelişmelerin öne çıkanları son 40 yılda görülen sosyal amaçlı işletmelerin projelerin yanında engelinden veya kimliğinden dolayı dışlanan insanların haklarını birlikte koruma bilincini içeren küresel vatandaşların ortaya çıkardığı yeni hareket biçimi olmuştur. İşte sosyal girişimcilik de söz konusu konjonktürün ortaya çıkardığı bir hareket biçimi olarak öne çıkmıştır (Bornstein ve Davis, 2010: 12).

Sosyal girişimcilik hareketinin literatürde toplumsal bir hareket olarak kabulünün (Alvord vd., 2004: 262-263) dayandığı iki temel karakteristiği bulunmaktadır. İlk olarak toplum içinde piyasa ve işletmenin ağırlığını taşıyan daha çok rasyonel ve apolitik bir niteliğe sahiptir (Grenier, 2006: 137). Burada kapitalizmin sağladığı imkanları kapitalizme karşı kullanıyor olması yönüyle sosyal girişimciliğin kapitalizmin özgeci bir formu olduğu ifade edilebilmektedir. Temelde dünyayı daha iyi bir yer yapma amacı taşıyan bir sosyal girişimciye odaklı olduğu için bireysel olduğu düşünülebilecek olan sosyal girişimcilik hareketi, yukarıdan aşağıya değil aşağıdan yukarıya doğru bir değişimi ifade ettiği için toplumsal hareket olarak anılmayı hak etmektedir (Katzenstein ve Chrispin, 2011: 87). Özellikle Ashoka Vakfının oluşturduğu ağlar üzerinden sosyal girişimlerin bir araya gelmeleri durumu daha önce de tartışıldığı üzere “ağ toplumu”nda sosyal ağlar üzerinden aktör olabilme imkanı sunduğu için de sosyal girişimciliğin toplumsal hareketlerin yeni formuna karşılık geldiği savunulabilir. Bir toplumsal hareketin sahip olması beklenen ortaya çıkış, birleşme, bürokratikleşme ve düşme şeklinde olan dört aşaması (Christiansen, 2009: 2) sosyal girişimcilik hareketi için de geçerlidir. Sosyal girişimci ile ortaya çıkan hareket, dezavantajlılarla diğerlerini birleştirmekte ve sosyal girişim organizasyonu ile bürokratikleşebilmektedir. Düşme aşamasının ise benzer doğrultuda bazen başarı bazen de başarısızlık sonucunda ortaya çıkması beklenmektedir.

Sosyal dönüşüm noktasında toplumsal hareketlere yaklaşan sosyal girişimcilik (Mair ve Marti, 2006: 41) zenginliğin dağılımı, sosyal sorumluluk hareketlerinin piyasa ile devlet arasındaki başarısızlıkların ve teknolojik gelişmelerin oluşturduğu küreselleşmenin dört etkin gücü sonucu (Zahra vd., 2008: 118-119) ortaya çıkan sosyal bilinci politik bir yeniden oluşuma dönüştürmüştür (Leadbeater, 1997: 17-18). Bu politik yeniden oluşum bireysel çıkarı maksimize etmek yerine toplumu iyileştirmeyi amaçladığı için kapitalizmin “fedakar” (altruistik) formu (Tan vd., 2006: 353) şeklinde okunabilir. Bu haliyle sosyal girişimcilik mal ve hizmet sunumunda kapitalizmin içeriğini şekillendirirken (Vansandt vd., 2009: 419) nesiller içerisinde sosyal nesiller arasında da çevresel eşitliği sağlama mücadelesi vererek sistemi yeniden biçimlendirme çabasını ifade eder (Vansandt vd., 2009: 420). Diğer taraftan sisteme müdahalenin

kendi içerisinde bir düzene meydan okuma içermesi sebebiyle sosyal hareketin ötesinde bir anlama da gelebilmektedir (Martin ve Osberg 2007: 35-36).

3.2. Klasik Sosyoloji ve Sosyal Girişimcilik

Sosyal girişimcilik olgusu çalışmalarda kamu sektörü, özel sektör ve sivil toplum kuruluşlarıyla ayrı ayrı ilişkilendirildiği için birden fazla yaklaşım biçimi ve birden fazla disiplini bir araya getirmektedir. Öncelikle girişimcilik boyutunun öne çıkarıldığı işletme disiplininin en sıklıkla görüldüğü, ikinci etapta değer üretimi tartışmalarıyla konunun iktisat disiplinine yaklaştırıldığı, ardından sosyal girişimciliğin niteliklerinin incelenmesi boyutuyla sosyal psikoloji niteliklerin kazandırılması boyutuyla da eğitim bilimleri ile konunun ilişkilendirildiği, zaman zaman da kamu yönetimiyle olgunun ele alındığı görülmektedir.

Sosyoloji toplumla ilgilenen bir disiplin olması sebebiyle toplumsal sorunlardan uzakta kalması beklenemez fakat disiplinin aşırı teorikleştirilmesi ve müdahaleden kaçınan bir hüviyete bürünmesi özellikle sosyal politika tartışmalarında sosyolojinin geride bırakılmasına yol açmıştır. Sosyal girişimcilik olgusunun da sosyal politika tartışmalarıyla ilişkili olarak belli ilişki biçimlerine hapsolmasını ve toplumsal ilişki biçimlerinin tartışmalardan uzakta kalmasını olguya dair yapılacak olan sosyolojik çalışmaların mütevazı bir katkı sağlayacağı söylenebilir.

3.2.1. Durkheimci Yaklaşım

Durkheim'a göre bilimsel bir sosyolojik kuram şu üç özelliği taşımalıdır: rasyonel olarak açık ve belirgin, deneysel olarak ispatlanabilir, ahlaki olarak sorumlu. Rasyonel olarak açık ve belirgin olmak için toplumsal gerçekliğe yoğunlaşmalı, deneysel olarak ispatlanmak için belirli metodları kullanmalı, ahlaki olarak sorumlu olabilmesi için toplumun bütününe göz önüne almalıdır (Richter, 2012: 49). Durkheim da buradan yaklaşımla sosyolojinin görevinin insan davranışlarını idare ve kontrol eden toplumsal fenomenlerin arkasındaki toplumsal olguları araştırmak olduğunu savunmuş ancak bu incelemenin toplumsal fenomenlerle mümkün olabileceğini ifade etmiştir (Richter, 2012: 50).

Bu bağlamda da toplumsal alanın tarihsel yapı, coğrafya, nüfus ve insan ilişkilerinin çok yönlü kesişmesi ile ortaya çıktığını (Şimşek, 2008: 63) savunan Durkheim, toplumsal fenomenlerin kendilerine özgü özellikleri ve belirleyicileri olduğunu “sui generis” kavramıyla ifade etmektedir (Coser, 2008: 127). Sembolik yapılar ve özerk sembolik yapılarda cisimleşen anlamın çoğu kez ritüelleşmiş olaylar içinde karşılıklı toplumsal etkileşim aracılığıyla kolektif olarak inşa edildiğini vurgulayan Durkheim, eylem ile kültür arasındaki karşılıklı bağımlılığı ifade etmekte ve anlam yapılarının toplumsal eylem süreçlerinin bir parçası olduğunu ortaya koymaktadır (Kane, 2013: 195). Söz konusu tartışma sosyal girişim eyleminin toplumsal bağlamına anlam katma noktasında işlevsel olmakla birlikte tartışmanın bağlandığı toplumsal ilişki biçimlerini betimleyen dayanışma türleri ise konu açısından önem taşımaktadır.

Durkheim’a göre ilkel toplumlarda benzerlikler üzerinden kişilerde bir bağlılık ilişkisi gelişmiştir ve bu ilişki biçimi de ortaya mekanik dayanışma biçimini çıkarmıştır. Endüstri toplumunda ise nüfus artışının güçlü etkisiyle iş bölümü artmış ve kişiler arasında bağımlılık ilişkisi gelişmiştir. Bağımlılık ilişkisinin ortaya çıkardığı dayanışma biçimine organik dayanışma kavramsallaştırması yapan Durkheim, her iki dayanışma türünün de kendine has ahlaki değerleri bulunduğunu vurgulamaktadır (Aslantürk ve Amman, 2000: 102). Bu bağlamda iş bölümünün artmasıyla endüstri toplumundaki fertlerde benliğin yükseldiğini vurgulayan Durkheim çağdaş toplumların temel ilkesinin ferdiyetçilik olduğunu iddia etmektedir (Aslantürk ve Amman, 2000: 101). Bunun yanında iş bölümü ve farklılaşmada görülen artışla bağımlılık sebebiyle organik dayanışmada uyum ve dayanışmanın arttığı görülmektedir (Coser, 2008: 130).

Dayanışma türleri üzerinden Durkheim tartışmayı kolektif bilinç meselesine taşımıştır. Durkheim’a göre iş bölümüyle ortaya çıkan gelişme eğilimi toplumları karmaşıklığa sokmakta ve toplumlar karmaşıktıkça da bireylerin kolektif bilince olan itaatleri zayıflamaktadır (Giddens, 2010: 170). Mekanik dayanışmada bireysel eylem insiyatifsiz şekilde kolektif bir kimliğe bürünürken organik dayanışmada ise ileri düzeyde karşılıklı bağımlılığın ortaya çıkardığı farklılığa dayalı bir dayanışma vardır ve birey kolektif bilinç yerine daha fazla bireysel bir kişilik sergilemektedir (Swingewood, 1998: 141). Durkheim’a göre kolektif bilinç kavramı asıl olarak

modern değil geleneksel toplumlar için geçerlidir. Buna göre kolektif bilincin kaybolmaya yüz tuttuğu modern toplumsal hayat birliği değil ayrışmayı teşvik eden bölünmüş ve parçalı vicdanları içermektedir (Mestrovic, 1999: 221). Dinin öneminin ağdaş toplumlarda azalması da mekanik dayanışmanın azalmasının bir görünümü ve kaçınılmaz bir sonucudur (Giddens, 2010: 175).

Kolektif bilinç tartışmasıyla Durkheim, toplumsal olguların ise bireylerden bağımsız ve bireylerin dışında var olduğunu savunmaktadır (Coser, 2008: 128). Durkheim'in analizinde önemli bir yer teşkil eden "kolektif şuur" Durkheim'a göre ferdi şuurun dışında olması sebebiyle dışsal ve ferdi şuuru uymaya zorladığı için baskıcı bir nitelik taşımaktadır (Aslantürk ve Amman, 2000: 101). Söz konusu dışsallığı ve baskıyı intihar çalışmasıyla da ele alan Durkheim (2013), intihar ile toplumsal bütünleşme oranı arasındaki ters ilişkiye dikkat çekerek toplumdaki bütünleşmenin artmasının bireyleri denetim altına almayı sağladığını vurgulamaktadır (Coser, 2008: 129). Sosyal girişimcilik hareketi de başta dezavantajlı konumdaki bireyleri glendirenerek daha sonra da işsizlik ve yoksulluk gibi makro ölçekli sosyal sorunlara çözümler sunarak toplumsal bütünleşmeyi artırma işlevini yerine getirdiği ve böylelikle toplumsal bir denetim sağlayacağı söylenebilir.

Bunun yanında iş bölümüyle ortaya konan toplumsal gelişme anlayışı bencillik ve anominin anlam kazandığı bağamları oluşturmaktadır, çünkü bu durum toplumsal evrimin ortaya çıkardığı ahlaki bireyciliğin bir sonucudur. Bunun aşılması için de Durkheim'a göre geriye dönmek yerine farklılaşmış iş bölümünü ahlaki birlikle bütünleştirmek gerekir (Giddens, 2010: 193). Sosyal girişimcilik olgusu da dezavantajlı gruplara yönelik getirdiği çözümlerle toplumsal alanda görülen ayrışıklığı ortadan kaldırarak daha iyi şartlarda toplumsal bir bütünleşmeyi gerçekleştirme amacı taşımaktadır. Sosyal girişimcilik olgusu öncelikle bu amaç doğrultusunda toplumda inşa edebileceği kolektif şuurun organik dayanışmanın ürünü olan daha bağımlı ve daha bireyci olan günümüz toplum fertlerini Durkheim'ın da tartışmalarından yola çıkarak farklı ahlaki değerler içeren yeni bir dayanışma türünde bir araya getirme imkanını sunacağı söylenebilir.

3.2.2. Marksist Yaklaşım

Marx insan ile doğa arasında görülen sürekli etkileşimin toplumsal gelişme için ürün olduğunu savunur ve bu anlamda değişkenlikler gösteren her üretim sisteminin de üretim süreciyle ilişkili olarak insanlar arasında toplumsal ilişkiler gerektirdiğini öne sürmüştür (Giddens, 2010: 75). Marx bu anlamda üretim sistemlerine dayalı ve temelde artı-ürünün toplumsal yatırımlarına bağlı olarak toplum biçimlerini tarihsel bir çizgi üzerinden ilkel toplum, köleci toplum, feodalizm ve kapitalizm şeklinde gruplandırmıştır (Richter, 2012: 74). Marx kapitalizm öncesi toplumlarda serf ile toprak sahibi arasındaki ilişkide görülebileceği üzere ekonomik olduğu kadar kişisel bağla yürüdüğünü iddia etmekte ve geline son aşamada ise kapitalizmin tüm toplumsal ilişkileri ekonomik ilişkilere dönüştüren tek üretim tarzı olduğunu savunmaktadır (Swingewood, 1998: 209). Kapitalizmin gelişmesiyle birlikte önceleri Fransız İhtilalinin etkisiyle hukuki ayrıma dayanan sınıflar 19. yüzyıldan sonra ilga olmuş ve ekonomik rollerine göre yeniden taksim olunarak ekonomik ayrıma dayalı hale gelmiştir (See, 2000: 176).

Marx toplumları üretim araçlarına sahip olanlar ve olmayanlar şeklinde ayırmıştır. Bu toplumlarda birikim oluşturan sermaye sahiplerini girişimci olarak görmek mümkündür. Girişimci elinde bulundurduğu artı değerden kaynaklı servetini büyütürken diğer grupların sefaletine sebep olmaktadır. Ekonomik açıdan hakim konumda olan bu girişimci burjuva sınıfı devleti de kapitalist toplumda hakimiyetini yürütmede bir aracı olarak konumlandırmıştır (Şimşek, 2008: 42). Marx'a göre en belirleyici özelliği üretim araçları ile üretici olan işçiler arasında bir ayrışma oluşturmak olan kapitalizmde ekonomik güç sahibi sınıf olan burjuvazinin iktidarı liberalizm ideolojisi ile meşrulaştırılmıştır (Richter, 2012: 74). Kapitalizmin bu sınıf ilişkisi de iktidarın ekonomik ve politik kurumlarda giderek yoğunlaşmasıyla evrenselleştiğini vurgulayan Marx, tahakkümün üç biçimde görülebileceğini ifade etmektedir: ekonomik, toplumsal ve politik tahakküm. Ekonomik ve toplumsal tahakküm sermayenin kurum işleyişlerini belirlemelerinde, politik tahakkümün ise devletin burjuva egemenliği adına hukuksal çerçeve yaratmasında ortaya çıkmaktadır (Swingewood, 1998: 209).

Bunun yanında insanların varlığını belirleyenin bilinçleri değil, bilinçlerini belirleyen toplumsal varlıkları olduğu vurgulayan Marx, günümüz burjuva toplumunun insani değerleri mübadele değerlerine, tüm hürriyetleri de ticaret hürriyetine çevirdiğini iddia etmektedir. Marx'ın yaklaşımı temelde üretim ilişkilerine belirleyici güç atfeder ve üretim ilişkilerinin toplumda iktisadi yapıyı oluşturduğunu iddia eder. Değişim için de yine iktisadi temeli işaret eden Marx, iktisadi temeldeki bir değişimin üst yapıyı da hızlıca dönüştüreceğine inanmaktadır. Bu noktada alt yapı olan maddi üretim tarzı ilişkilerinin toplumsal, siyasal ve entelektüel hayat süreçleri olan üst yapıyı şartlandırıldığını savunmaktadır (Aslantürk ve Amman, 2000: 98). İktisadi sistemi alt yapı olarak gören Marx toplumsal bilinç şekillerine karşılık gelen siyasi ve hukuki yapıyı ise üst yapı olarak tanımlamakta ve üst yapının alt yapı tarafından şekillendiğini öne sürmektedir. Marx, bu üretim ilişkileri ile toplumsal üst yapı arasındaki temel bağlantı noktasının ise sınıflar olduğunu iddia eder (Giddens, 2010: 81). Kapitalizmde para ekonomisinde yaşanan gelişmeler ve ticarete görülen artış artı değer üretiminin yüksek artışına neden olmuş ve sermaye yatırımlarını yoğunlaştırmıştır. Bu sınıflı toplumda artı değere el koyan burjuva sınıfının girişimcileri kar amaçlı rekabet sistemi olması sebebiyle kapitalizmde rakiplerinden daha ucuza üreterek daha fazla kar elde etme yönünde mücadele içinde olurlar (Giddens, 2010: 101). İşte bu noktada sermaye birikimiyle karı azamileştirme durumu üretim araçlarından ayrıştırılan işçi sınıfını sefaletle sürükleyip yabancılaştırdığı için de “toplumsal sorunun” ortaya çıkmasına yol açmaktadır. Bu sorun ise Marx’a göre işçi sınıfının örgütlenmesine ve bu yolla kapitalizmin yıkılmasına kapı açacaktır (Richter, 2012: 75).

Marksist yaklaşım öncelikle sosyal girişimciliğin gerçekleştirdiği kültür temsiliyeti üzerine eleştirel bir bakış sunduğu savunulabilir. Nitekim liberal toplumlarda hükümet dışı organizasyon veya hayırseverlik faaliyetlerinin karşısında rekabet prensibinin gerekliliğini yerine getirdiği ve eyleminin odağına yenilikle kendine yeterlilik gibi ekonomik mantığı yerleştirdiği için etkin sorumluluğu konuşulan girişimciler öne çıkarılan aktörler olurlar (Dey ve Steyaert, 2014: 638). Neoliberal yönetimlerin de etkisiyle sosyal girişimcilerin bireylere diğerlerinin güçlerine bağımlı olmayan bir özgürlük getirdiği vurgulanmaktadır (Dey ve Steyaert, 2014: 639). Bu noktada risk hayırseverliği (venture philanthropy) gibi kapitalizmin

yeni formu olarak görülen (Rana, 2013: 1162) ve kapitalizmin kültürel bir pratiği olarak sosyal girişimler ile birlikte güçlendirilen işçiler üretim araçlarına erişerek burjuva sınıfına yakınlaşmaktadır (Gonçalves vd., 2015: 1588). Marx'a göreyse tarihsel sürecin özü toplumsal çatışmadır (Coser, 2008: 58) ve üretim araçlarına sahip olanlar ve olmayanlar arasındaki toplumsal üretim ilişkilerine dayanan ayrımlar çatışmaya girerler (Coser, 2008: 60-61). Bu noktada sosyal girişimcilik hareketi, üretim araçlarına sahip olmanın etkili olduğu ve toplumsal üretim ilişkilerine dayalı sınıf ayrımının yol açacağı düşünülen sınıf çatışmasını artırıcı olmak yerine azaltıcı bir işlevi olduğu söylenebilir. Toplumsal yapılardaki çelişki ve gerilimlerin yapıyı zayıflatarak yeni toplumsal ilişkiler üreteceğini öne süren Marx'ın karşısında (Coser, 2008: 61) sosyal girişimcilik hareketi toplumsal yapıyı koruyarak ve söz konusu gerilim ve çelişkileri zayıflatarak bir değişime yol açmakta olup yeni toplumsal ilişkiler oluşturmaktadır.

Sosyal değer yaratma amacını ekonomik değer yaratmanın önüne koyan sosyal girişimcilik kapitalizmin mübadele değerine alternatif olabilir ve sosyal girişimcilik olgusunun temelde iktisadi bir meseleyken sosyal harekete dönüşme potansiyeli taşınması da iktisadi temeldeki değişimin üst yapıyı değiştireceğini savunan Marx'ın fikriyle ilişkili olarak ortaya yeni bir üretim ilişki biçimi ve yeni bir iktisadi sistemi koyabilme ihtimalini karşımıza çıkarmaktadır. Çünkü sosyal girişimcilik karı azamileştirme güdüsü yerine sosyal değeri paylaşma güdüsüne dayanmaktadır. Bunun yanında sosyal girişimcilik üretim ilişkilerine dışarıdan bir müdahaleyi içermekte ve bir anlamda alt yapıya işaret eden iktisadi temelde bir değişimi ifade etmektedir. Söz konusu yeni bir iktisadi sistem düzleminde üretim ilişki biçiminin üst yapıya etki edebileceği savunulabilir.

3.2.3. Weberci Yaklaşım

Weber'in sosyolojik yöntemini temel olarak toplumsal formasyon, ideal lider tipleri ve eylem tipleri olarak üç bağlamda bir araya getirmek mümkündür (Swingewood, 1998: 179). Weber'in toplumsal formasyon bağlamında ekonomik faaliyetin arka planında var olan fikir ve değerleri içeren sosyal faaliyetlere ait sistemleri öne çıkarması ise bu bağlamlar içinde en önemli katkısı olarak öne

çıkılmaktadır (Aslantürk ve Amman, 2000: 108). Bu iddiasında Weber, protestan ahlakının kapitalizmin gelişmesine yol açan sermaye birikimine önemli katkılarını ortaya koyarak değerler üzerinden bir okuma gerçekleştirmiştir. Bu noktada ekonomik faktörlerin dini ve kültürel değer üzerindeki etkisi yerine dini ve kültürel değerlerin ekonomik faaliyet üzerindeki etkisine dikkat çeken Weber bir anlamda soruyu tersten kurmuştur. Buradan hareketle de sosyal misyona dayanarak sosyal değer üretmeyi önceleyen sosyal girişimcilik olgusunun Weber'in dikkat çektiği yönüyle, bir anlamda ekonomi pratiklerinin arkasında var olan kültürel kodlara bir örneklik teşkil ettiği savunulabilir.

Tarihsel gelişim seyrine bakıldığında Weber'in çalışmalarında sosyal girişimciliği yakalamanın mümkün olmadığı açıktır ancak olgunun da köken olarak sıklıkla ilişkilendirildiği girişimciliğin görünürlüğü imkan dahilindedir. Weber'in Batı Avrupada toplumun sosyo-kültürel yapı özelliklerini göz önünde bulundurarak tartıştığı sınıf-statü-onur kavramlarından hareketle girişimciliğe de doğrudan değindiği görülmektedir. Weber'in vurgusuna göre Batı Avrupa toplumunda servetten sermayeye geçişte girişimcilik fonksiyonu etkili bir unsur olmuştur (Şimşek, 2008: 56). Sınıf kavramının temel belirleyici unsuru ekonomik çıkarken statü kavramı ise Weber'e göre toplumsal onur ölçüsünce tanımlanan unsurları ifade etmektedir. Statü onuru ise belli bir toplumsal çevrede aynı hayat tarzına sahip olmayı gerektirmektedir. Weber buradan hareketle yaşama tarzı benzerliğinden onura, statüden de ekonomik güç ve girişimci tipine geçiş yapmaktadır (Şimşek, 2008: 57). Weber'e göre sınıf tabakalaşması üretim ve mülkiyet ilişkisine dayanırken statü tabakalaşması ise temsil olan tüketim şekline dayanmakta olup Batı Avrupadaki sınıflı ve statüye dayalı tabakalaşma, girişimcinin sahip olduğu sosyo-kültürel dengeleri çerçevesinde toplumsal kabul görme durumunu ortaya koymaktadır (Şimşek, 2008: 58). Bu noktada ekonominin toplumdan ayrılmış olduğunu ve sosyal etkenlerin önemlerini kaybettiklerini vurgulayarak ekonominin sosyal, politik ve kültürel çerçevesinden ayrıştığını ve bireyin maddi çıkar maksimizasyonunu amaçlayan davranışlara dayanan bir özerkliğe sahip olduğunu öne süren Keynes ve Schumpeter'in (Buğra, 2008: 14) karşısında Weber'in girişimciliği oldukça toplumsal bir bağlama çektiği düşünülebilir. Söz konusu çaba ise kullanılan yöntem olarak girişimcilik prensiplerini başvursa da

temel motivasyon ve katkı anlamında sosyal değere olan vurgusuyla sosyal girişimciliğin toplumsal bağlam kazanarak girişimcilikten ayrışmasında anlam kazanmaktadır.

Bunun yanında Weber'in davranış türlerine dayanan ideal tip kavramsallaştırmaları da konu açısından önem taşımaktadır. Weber öncelikle davranış ile eylemi "anlamı" üzerinden birbirinden ayırır ve bir amaca yönelik olan eylemin ancak bir anlama sahip olduğunu vurgular (Richter, 2012: 160). Weber'in her toplumsal eylemin temelini anlamın oluşturduğu iddiası eylem ile kültür arasındaki karşılıklı bağımlılığı ifade etmekte ve anlam yapılarının toplumsal eylem süreçlerinin bir parçası olduğunu ortaya koymaktadır (Kane, 2013: 195). Buna göre Weber'in vurgusuyla amaç yönelimli rasyonel eylem, değer yönelimli rasyonel eylem, hissel güdülere dayalı eylem ve geleneksel eylem olmak üzere 4 farklı toplumsal eylem türü bulunmaktadır (Coser, 2008: 201, Aslantürk ve Amman, 2000: 110, Swingewood, 1998: 179). Amaç yönelimli ile değer yönelimli eylemin bilinçli bir seçimi içerdiğini, duygusal ve geleneksel eylemin ise tepkisel davranış sınırına yakındır (Swingewood, 1998: 180). Weber, bir amaca ulaşma peşinde olan eylem türü olarak ifade ettiği amaç yönelimli eylemi en önemli toplumsal eylem biçimi olarak görür. Ama eğer söz konusu anlam bir değeri gerçekleştirmek amacındaysa bunu da değer yönelimli eylem olarak kabul eder. Örneğin bir profesör dersinin gereği olarak iyi sunmak gerektiğini düşünüyorsa değer yönelimli, öğrencilere cazip hale getirmek için iyi sunmak gerektiğini düşünüyorsa amaç yönelimli eylem gerçekleştirmiş olur (Richter, 2012: 162). Amaçlı rasyonel eylemde Weber'e göre birey bir amaca uygun araçlar üzerinden davranışın muhtemel sonuçlarına yönelik bir değerlendirme içindedir. Değer rasyonel eylem ise belirgin bir ideale yönelik olmakla birlikte etkinliğin yönlendiği tutarlı hedeften ötürü son derece rasyoneldir. Bu eylem tipine de görev, onur ve bir nedene adama ideale yönelik eylemler yakındır (Giddens, 2010: 245).

Sosyal girişimcilik hareketi sosyal değer ile ekonomik değeri bir araya getirerek değer yönelimli rasyonel eylemi öne çıkaran temelde önemli bir itiraz içermektedir. Bu nokta değer ile iktisadi faaliyet arasında ilişki kurarak değerın etkilemesi yanında değerin etkilenmesini de ele alan Weber ile ilişkilendirilebilir ve

öne sürdüğü 4 davranış türünden amaç ve değer karışımı yeni bir davranış biçimiyle sosyal girişimciliği ele almak mümkündür.

Weber ortaya koyduğu bu davranış türlerine dayanarak lider tiplerine ulaşmakta ve bu eylem tipleri otorite tiplerine de bir temel teşkil etmektedir. Buna göre rasyonelliğe ve kurallı sözleşmelere dayanan rasyonel-yasal otorite, geleneğin kutsallığına dayanan geleneksel otorite ve liderlerin çekiciliklerine dayanan karizmatik otorite olmak üzere 3 farklı otorite tipi görünmektedir (Coser, 2008: 209, (Swingewood, 1998: 179). Otorite tartışmasında liderin vasıflarından daha çok liderin diğerleriyle olan ilişkisinin niteliği üzerinden meşruluğu ele alan Weber'e göre, modernlikle birlikte amaç yönelimli rasyonelliğin egemenliği artmış olup insan hesaplanabilir ve tahmin edilebilir bir eyleme doğru yol almıştır (Coser, 2008: 214). Weber'in protestan ahlakı tezi bu bağlamda dinsel alanın nasıl rasyonelleştiğini görünür kılan önemli bir iddiasıdır.

Sosyal girişimcilik olgusu sosyal değer ile ekonomik değeri bir araya getiren yetenekli ve yenilikçi liderlerin ürünüdür. Sahip olduğu beceriler ve kullandığı yöntemlerle ilk etapta sosyal girişimci liderin rasyonel bir otorite temsili olduğu söylenebilir. Ancak amaç ve değer karışımı davranış biçimiyle sosyal girişimciliğin ortaya koyduğu özgünlük durumu yeni bir lider tipiyle de sosyal girişimciyle toplumsal eylem ile otorite tipleri arasında kurulan ilişki biçiminin yeniden ele alınmasını gerektirir.

3.3. Sosyal Girişimciliğe Yönelik Eleştiriler

Sosyal girişimcilik hareketi sahip olduğu potansiyeliyle ilişkili olarak önemli övgüler almasının yanında olumsuz anlamıyla ciddi eleştiriler de taşımaktadır. Öncelikle sosyal girişimciliğin vaat edildiği şekliyle henüz başarılı çözümler üretmediği (Alvord vd., 2004: 261) Grameen Modeli de dahil olmak üzere projelerin kurucu liderlerine geri döndüğü (Light, 2005: 8) şeklinde yükselen bir tepki dikkat çekmektedir. Bu tepkiye göre sosyal girişimcilik talep yanlı yönelim olmak yerine arz yanlı bir yönelim olarak (Frumkin, 2002: 20-21) neo-liberalizmin arz odaklı paradigmasını yansıtmaktadır (Cook vd, 2002: 68) ve talep yerine arzı öne çıkardığı

ve hükümetleri sınırlandırdığı için de iktisadi olarak bir okuma hatasına düştüğü savunulmaktadır. Zaman zaman istihdam artışı sağlayabildiği gibi TOMS örneğinde görüldüğü üzere söz konusu hatalı okuması sebebiyle toplumsal yapıyı bozduğu için istihdamı da çökertebilmekte, BRAC örneğinde de görüldüğü üzere gelir üretmenin yanında üreticiler ile organizasyonlar arasında kurduğu bağ ile finansal bağlılığı azalttığı (Fowler, 2000: 646) için de sosyal girişimcilik hareketi piyasanın alanını ve etkinliğini genişletmektedir. Burada piyasanın alan kazanmasında etkili olduğu için daha önce de ele alındığı üzere kapitalizmin yeni formu olarak olguya Marksist perspektiften olumsuz eleştiriler yönlendirilmiştir. Bunun yanında Muhammed Yunus'un (2010) da vurguladığı gibi sosyal girişim hareketi taşıdığı eklemli yapısı nedeniyle piyasalaşmaya ve üzerinden kar elde etmeye son derece müsait bir forma sahiptir.

Sosyal girişimciliğe dair ikinci büyük eleştiri olgunun kökeni olarak ilişkilendirildiği zemin üzerine yapılmaktadır. Sosyal girişimcilik literatürde sıklıkla ifade edildiği üzere özel sektörün ruhu girişimcilikle sivil toplumun ruhu sivil erdemi (civic virtue) (Henton vd., 1997: 151-152) bir araya getiren melez yapısıyla devlet ve piyasayı birbirine yakınlaştırmakta (Murphy ve Coombes, 2009: 327) ve böylelikle sektörler arası ilişkiyi daha dirençli yapmaktadır. Bu olgu kadim hayırseverlik kültürü ile modern girişimcilik kültürünün (Dees, 2012) temsil ettiği iki değer sistemini birleştirmekte, ilk değer sistemi olan hayırseverliğin kişisel mutluluğu ile ikinci değer sistemi olan girişimciliğin problem çözme becerisini bir araya getirerek anlamlı hayatlar ortaya çıkarmaktadır (Dees, 1998a: 323-327). Bu noktada sosyal girişimciler girişim dürtüsünü hayırseverlik güdüsünden alırken izlenilen yolda hayırseverlikten ayrılmaktadır (Dees, 1998a: 330-332). Ancak diğer taraftan güçlü şekilde literatürde yeni bir dilsel ifade biçimi olmasına karşın sosyal girişimciliğin eski bir mesele olduğu kabul görmektedir (Smith ve Hunter, 2008: 97; Light, 2005: 1; Dees, 1998a: 1). Nitekim sosyal bilincin girişimcilik yöntemleriyle eşleştirilerek sosyal girişimcilik etiketiyle ifade edilmesi 1985'ten sonra görülen bir durum iken olgunun daha önceleri de dayanışma içeren bir çok toplumsal faaliyete içkin olduğu savunulmaktadır (Shaw vd., 2002: 9). Bu anlamda olgunun kökeninin 19. yüzyılda yaşayan hayırsever zenginlerde de görülebileceğini savunan Shaw ve arkadaşları sosyal ekonomi

tartışmasına dikkat çekmektedirler (Shaw vd., 2002: 10). Tarihsel köken olarak 19. yüzyıl gönüllü hayırseverlik faaliyetlerine kadar uzanan, 90'lara kadar gönüllü veya kar amacı gütmeyen sektör şeklinde ifade edilen, bugün gelinen noktada ise özel sektör ve merkezi yönetim faaliyetleri arasında üçüncü sektör şeklinde tanımlanan (Birch ve Whittam, 2006: 9) sosyal ekonomi, karşılıklı yardımlaşma, dayanışma ve paylaşılan değerleri ekonomide konuşulur hale getiren bir olgudur (Haugh, 2005: 5). Girişimci yaklaşım ise bu tarihsel çizgide çağdaş sosyal sorumluluk yönü öne çıkan ve yarı hayırseverlik şeklinde görülen sosyal ekonominin son biçimidir (Birch ve Whittam, 2006: 11). İşte tam da bu noktada sosyal girişimciliğin eskiden beri var olmasına rağmen kendisine yeni bağlamlar kurma peşinde olunması ve özellikle de girişimci hayırseverlik (Defourny ve Nyssens, 2010) gibi hayırseverlik üzerinden tanımlanması, bu formuyla hayırseverliği absorbe ettiği yönünde üretilen eleştiriler olgunun sivil toplum ve gönüllülük bağlamında da okunabileceğini savunmaktadır. Nitekim söz konusu ortaklık bir etki artışı getirmekle birlikte piyasa disiplini sosyal sektöre dahil ettiği için gönüllülük temelli ilişki biçimleri için bir ticarileştirme riski de barındırmaktadır (Dees, 1998b: 61). Söz konusu köken tartışmasında Dacin ve arkadaşları da sosyal girişimciliğe üç farklı şekilde yaklaşıldığına dikkat çekmişlerdir. Birincisi işletme temelinde sosyal problemlere kaynak sunma becerisi, ikincisi ekonomi temelinde sürdürülebilir girişim bağlamında sosyal girişimciliği ele alırken, üçüncüsü ise sosyal sorumluluk pratiği ve organize edilmiş hayırseverlik bağlamında "muhafazakar girişimcilik" şeklinde sosyal girişimciliği okumaktadır (Dacin vd., 2010: 38).

SONUÇ

Dünya genelinde 1970 sonrasında refah devleti modelinden vazgeçilmesi gerektiğini öne süren ve devletin mali yüklerinden sıyrılarak yeniden denetleyici konuma çekilmesi gerektiğini ifade eden tartışmalar sosyal politika alanını doğrudan dönüştürmüştür. Neo-liberalizmin etkisi olarak okunan ve belli konjonktürel gelişmelerin de etkisiyle yaygınlık kazanan yeni modelde merkezi yönetimin görev devriyle birlikte belli aktörleri öne çıkarmasının gerekliliği savunulmuş olup bu doğrultuda çok aktörlü ve çok sektörlü yeni bir sosyal politika yapısına doğru bir geçiş yaşanmıştır. Bu tarihsel dönemle paralel olarak öne çıkan bir olgu olan sosyal girişimciliğin ise, sektörler arası konumuyla birlikte sosyal politikanın hem özel hem de gönüllü sektör bağlamında derinleşmesine imkan sunacağı düşünülmüştür.

Olgusal olarak var oluşu daha eski bir tarihe dayanmakla birlikte kavramsal olarak kullanımı 1980'lere, popüler olması ise 2000'lere tekabül eden sosyal girişimcilik, sıklıkla köken olarak girişimciliğe dayandırılmakta ve bu sebeple de çoğunlukla işletme disiplini çerçevesinde ele alınmaktadır. Küresel düzeyde sosyal politika alanında yaşanan konjonktürel gelişmeler neticesinde bir aktör olması ön görülen sosyal girişimcilerin uygulamada taşıdıkları farklılıklara rağmen anlamlı bir teorik zemine sahip oldukları görülmektedir. İşletme prensiplerinin verimliliğini sosyal bilinç ile bir araya getiren sosyal girişimciliğin söz konusu anlamlı zeminle olan dayanaklarının belirginleşebilmesi için ise diğer disiplinlerin ilgisi gerekmektedir. Bu noktada sosyal girişimcilik olgusunun sosyal boyutunu ifade eden toplumsal dinamiklerini ortaya koyma noktasında anlamlı katkılar sunacağı düşünülen sosyoloji disiplininin perspektifi ise bu çalışmanın alana temel katkısı olmuştur. Literatürde görülen bu eksikliğe yönelik katkının öncesinde dolaylı şekilde ortaya çıkan bir hedef olarak sosyal girişimcilik olgusu üzerine literatürde göze çarpan dağınıklığı toparlayarak bir betimlemeye dönüştürmek çalışmanın alana diğer katkısını oluşturmaktadır.

Sosyal girişimcilik üzerine var olan kuramsal yoksunluk, kavramsal kargaşaların sona ermesi yerine süregelmesine yol açmaktadır. Olguyu ele alanın bakışı ve yaklaşımına göre değişkenlik gösterdiği görülen tanımlamalardaki dağınıklık

ortaya bulanık bir kavramsal coğrafya çıkarmaktadır. Söz konusu bulanıklığı ortaya çıkaran sebeplerden birisi olgunun kavramsallaştırmasının yeni olmasının yanında eski bir meseleyi ifade etmesi durumuyken diğer taraftan olgunun sosyal işletme, sosyal sorumluluk veya sosyal ekonomi gibi olgularla zaman zaman eş anlamlı gibi ele alınması da karışıklığı artırmaktadır. Temel sebep ise kavramsallaştırmanın eklemlı yapısının birden fazla şeyi ifade ediyor olmasıdır. Sosyal ve girişimcilik kavramları bir araya gelerek olguyu ortaya çıkarırken girişimciliğin daha ağır bastığı ve sosyal kavramını konumlandığı gerekçesiyle de olgunun tek çizgide süregelen gelişimine yönelik itirazların yükselmesi söz konusu karışıklığın göstergesi durumundadır.

Kavramsal coğrafyası dağınık olan sosyal girişimciliğin bu noktadan hareketle belli ayrışmalara götürülmesi olgunun anlamlandırılması noktasında işlevsel olmakla birlikte öncelikli ve anlamlı bir çabadır. Bu noktada öncelikle sosyal girişimciliğin uygulama alanı ve akademik alan olarak iki alanının bulunduğu, uygulama alanında popülerlik ve prestij sahibi olduğu, akademi alanında ise olgu üzerinde ayrışma ve dağınıklığın görüldüğü belirtilmelidir. Akademide bu dağınıklığı ortaya çıkaran bir nokta da olgunun ele alındığı görülen üç farklı boyutunun bulunmasından kaynaklanmaktadır. Bir eylem formunu ifade eden sosyal girişim içerdiği tartışmalar sebebiyle, belli bir aktör tarafından gerçekleştirildiği için sosyal girişimci öznenen ayrışmaktadır. Üçüncü boyut olarak sosyal girişimcilik ise bir yandan eylemin içkin olduğu süreci ifade ederken diğer taraftan öznenin dışsallaştığı kurumsal yapıyı da temsil etmektedir. Her üç boyutun taşıdığı tartışmalar farklılık oluşturmakla birlikte özellikle eylem ve süreç boyutlarının ilişkilendirildiği sektör tartışması diğer bir ayrışma noktasını oluşturmaktadır. Bu anlamda sosyal girişimcilik konumlandırılırken kamu, özel ve gönüllü sektörlerinin bazen ikili bazen de üçlü kombinasyonlarının kurulduğu görülmektedir. Geline noktasında ise sosyal girişimciliğin tüm sektörlerin bir aradalığını ifade ettiği ağırlıklı olarak kabul edilmektedir.

Bu ayrışma noktalarının ifade edilmesi olgunun kavramsal dağınıklığının giderilmesi için yol gösterici olmaktadır. Nitekim sosyal girişimcilik kavramsallaştırmasına baktığımızda da uygulama alanında Amerikalı Drayton'ın 1980

yılında kurduğu Ashoka vakfiyla sosyal girişimcilik ifadesini kullandığı görölmektedir. Ancak akademide ilk tanım denemesi 1987 yılında risk ve yenilikçilik vurgusuyla Theobald tarafından getirilmiş olsa da Theobald, doğrudan tanımlamanın yerine “kamu girişimcisi” ibaresini kullanmıştır. Çalışmasının içeriğinden de sivil bir girişimciyi tartıştığı ve sosyal girişimciye karşılık gelebileceği anlaşılmaktadır. Diğer bir ayrışma noktası olan sektör tartışması ise yine sosyal girişimciliğin eklemli yapısını açıklama çabasını gösterir niteliktedir. Sosyal girişimcilik teorisinin “babası” olarak görölen Gregory Dees, olgunun hayırseverlik ile girişimcilik şeklinde iki farklı değer sisteminin ve kültür çatışmasının mücadelesi olduğunu ifade etmiş, kendisi de Jean-Baptiste Say ile Joseph Schumpeter’in girişimcilik yaklaşımlarını sentezleyerek bir teori üretmeye çalışmıştır. Bu çaba başlangıç olarak önemli olmakla birlikte olgunun girişimcilik anlamında tek çizgi üzerinden gelişmesine yol açmakta olup sosyal boyutunun zayıf kalmasına sebep olmaktadır. Nitekim izlediği yol girişimcilik olsa da dayandığı sosyal misyonu doğrudan gönüllülük duygusu ve sorumluluk bilincine karşılık gelmektedir. Ancak izlenen yolu sebebiyle de sosyal girişimciliğin hayırseverlik ve güçlendirme yaklaşımıyla karşılaştırılarak balık verme veya balık tutmayı öğretmenin ötesinde balık sektöründe değişim oluşturmayı ifade ettiği konuşulmaktadır.

Sosyal girişimcilik olgusu tanımlanırken sıklıkla unsurlarından destek alındığı görölmektedir ancak kavramsal gelişmemişliği unsur tartışmasında da görünür olan sosyal girişimciliğin söz konusu karmaşıklıktan kaçınmak için unsurlarının da tanımı üzerinden yapılması anlamlı olacaktır. Bu bağlamda girişimcilik prensiplerini taşıdığı sosyal misyonla bir araya getirerek sosyal sorunlara yönelik derinlikli çözümü ifade eden sosyal girişimcilik kavramı, temel olarak girişimcilik yetisi, sosyal misyon ve sosyal dönüşüm unsurları ile pratik anlamını kazanmaktadır. Bu noktada girişimcilik yetisi, bir sosyal girişimcinin toplumdaki krizleri görebilme sezgisine ve krizi fırsata çevirebilme becerisine sahip olmasını ifade etmektedir. Söz konusu yetilerin girişimci ile sosyal girişimci arasında benzer olduğu görülürken bu iki girişimcinin ayrıştığı nokta, taşıdıkları amaç ve bu amaçları doğrultusunda ortaya koydukları değer biçimidir. Bu bağlamda sosyal misyon sahibi olan sosyal girişimci taşıdığı misyonu doğrultusunda sosyal değer yaratmayı öncelemekte ve ortaya çıkan ekonomik değeri

de yine sosyal değer oluşturma yolunda kullanmaktadır. Üretilen bu değer biçiminin ise yine sosyal girişimci tarafından toplumda bir kriz halini aldığı görülen sosyal sorunun çözümü için kullanılarak sosyal bir dönüşüm gerçekleştirmesi beklenmektedir, aksi halde unsurlarının gereğini yapmadığı için sosyal girişimciliğin başarılı olduğu söylenemeyecektir.

Tanımlanan biçimiyle sosyal girişimciliğin kullanımı yeni olsa da varlığı tarihsel köken olarak eskilere dayanmaktadır. Nitekim hayırseverlik kültürünün vücut bulmuş hali olan vakıf modellerinin de son derece sosyal bir misyon ile toplumsal sorunlara ilgi duyduğu ve dönemine göre yenilikçi uygulamalar ortaya koyduğu söylenebilir. Bunun için de tarihsel gelişimi aktarılırken olgunun daha önce de ifade edildiği üzere alan ayrıştırmasına götürülmesi önemlidir. Bu anlamda uygulama alanında sosyal girişimciliğin tarihsel kökeni biraz daha muğlak bir hal alırken akademi alanında sosyal girişimciliğin tarihsel seyri daha net şekilde okunabilmektedir. Bunun dışında sosyal girişimciliğin tarihsel gelişimi tartışmasında iki önemli nokta önem taşımaktadır, ilki olguya alan açılması ikincisi ise olguya ilginin artışıdır. Olguya alan açılan tarihsel dönemin konjonktür içinde refah devletinin çöküşü ve neoliberal sosyal politikaların yükselişe geçtiği dönem olan 1980'lerin başına denk düştüğü görülmektedir. Bu dönemde iktidarın bürokrasi yanında özel sektör ve sivil toplum olarak üç sandalyeli bir yapıya dönüşmeye başladığı yeni yapıda devlet dışı mekanizmalar adına da sosyal girişimciliğin bir şemsiye fonksiyonu gördüğü anlaşılmaktadır. İkinci olaraksa sosyal girişimciliğin kalkınma tartışmaları ekseninde bir ilgi artışıyla karşılaştığı döneme dikkat edilirse sistemli bir değişimin uzun soluklu motoru şeklinde lanse edilen sosyal girişimciliğin 2006 yılında Muhammed Yunus'a, 2009 yılında ise Elinor Ostrom'a verilen Nobel Barış Ödülü'nü getirmesinin etkili olduğu anlaşılmaktadır. Yine bu dönemde yaşanan 2008 ekonomik krizi de olguya yönelik ilgi artışına güç kazandıran bir gelişme olarak dikkat çekmektedir.

Tarihsel gelişimini literatür üzerinden izlediğimizde öncelikle sosyal girişimciliği erken dönem, 1991-2000 arası dönem, 2001-2010 arası dönem ve son dönem olarak kategorize ederek ayrıştırmak hem işlevsel hem de anlamlı olacaktır.

Erken dönem çalışmaları sosyal girişimciliğin tarihsel kökenlerini ortaya koyma noktasında önemli olmakla birlikte bu dönemde Max Weber'in (1905) protestan ahlaki tezi üzerinden ekonomik pratiklerin ekonomi dışı dayanaklarını ortaya koyan çalışması, Joseph Schumpeter'in (1934) girişimciliği sıkışmış olduğu sermaye bağlamından yenilikçilik bağlamına taşıyarak sosyolojik ve politik yaklaşım ortaya koyduğu çalışması, Harry Johnson'ın girişimciliğin sosyal boyutunu güçlendirdiği çalışması söz konusu kökenleri oluşturmaktayken ilk tanım kullanımının Theobald (1987) ile King ve Robert (1987) tarafından kamu bağlamında hükümeti teşvik edici yenilikçi değişimler öneren katalizörler şeklinde yapıldığı görülmektedir. 1991-2000 yılları arası dönemde ise dönemin karakteristiğini oluşturan durumun sosyal girişimciliği tanımlama çabası olduğu söylenebilir. Bu dönemde kamu kuruluşu, kar amacı gütmeyen kuruluş ve kar amacı güden/gütmeyen kuruluş şeklinde üç farklı şekilde konumlandırıldığı görülmekle birlikte doğuşunda olan yakınlığına rağmen kamu ile ilişkisinin giderek zayıfladığı ve ittifak halinde kar amacı gütmeyen kuruluş bağlamında konumlandırıldığı görülmektedir. Bu dönemde temel vurgunun olguyu konumlandırmak üzerine olması ise gelişimin başlangıç aşamasında olmasının bir neticesi olarak okunabilir. 2001-2010 arası döneme gelindiğinde farklı yaklaşım biçimleri bulunmakla birlikte sosyal girişimciliğin sektör sınırlarını kaldırarak kamu, özel ve kar amacı gütmeyen kuruluşların bir aradalığını içerdiği görülmektedir. Bu dönemde kamu sektörü bağlamında ele alındığı görülen olgunun zamanla önce kar amacı gütmeyen kuruluşlara taşındığı, ardından kar amacı gütmeyen kuruluşlarla birlikte kar amacı güden kuruluşları da içerdiği savunulmuştur. Gelişiminin son aşamasında ise sosyal girişimciliğin sektör sınırlarını ortadan kaldırarak hem kamu ve özel, hem de gönüllü kuruluşları içerir bir biçime geldiği görülmüştür. Yine bu dönemde temel vurgunun konumlandırmayı aşarak disiplinlerle ve çalışanın ilgisiyle ilişkili olarak sosyal girişimciliğin nitelikleri, amaçları, boyutları, unsurları ve katkıları üzerine yapılarak bir anlamda olgunun kavramsal dağınıklığını giderme mücadelesinin dönemin karakteristiğini oluşturduğu savunulabilir. Son dönem sosyal girişimcilik çalışmalarında bir birikimle birlikte disiplin çeşitliliğinin de olduğu anlaşılmakta ve olguya yönelik çalışmaların bu dönemde kavramsallaştırma çabaları yerine işlevselleştirme biçimleri dikkat çekmektedir. 25 farklı disiplinin olgu ile ilişkilendirilerek üretim yaptığı görülen bu dönemde çalışmaların iki farklı tema

üzerinden gittiği, ilk olarak birey ve organizasyona odaklı değer ve kurum tartışmalarının, ikinci olarak da yöntem üzerine odaklı vaka tartışmalarının öne çıktığı görülmektedir.

Sosyal girişimciliği tanıtmaya ve literatürünü toparlamanın yanında öncelikli amaçladığı katkısı sosyal girişimciliğin sosyolojik boyutunu ele almak olan bu çalışmada, öncelikle sosyal girişimciliğe ilgi duyan disiplinler ve yaklaşımları ele alınmıştır. Bu bağlamda geniş bir yelpazesi bulunan olgunun işletme başta olmak üzere iktisat, kamu yönetimi, tıp, eğitim, sosyal politika ve sosyal hizmet gibi güçlü bir çeşitlilik içinde incelendiği anlaşılmaktadır. Söz konusu zenginliğin zaman zaman karışıklığa da dönüştüğü görülen sosyal girişimciliğin alanında henüz bir kuramsal çalışmanın yapılmamış olması ise bu çeşitliliğin verimli bir zenginlik ortaya koymadığının göstergesi olarak kabul edilebilir. Bu noktada güçlü disiplin kültürüyle sosyolojinin olguya sağlayacağı kazanımlarla hem taşıdığı potansiyel sebebiyle topluma hem de olgu üzerinde görünür olan dağınıklığı giderme noktasında olguya anlamlı katkılar sunacağı açıktır. Bu noktadan hareketle çalışmada öncelikle sosyal girişimciliğin sosyolojik bir mesele olma imkanı ele alınmıştır ve şu dört odak noktasının sosyal girişimciliği sosyolojiye yakınlaştırdığı anlaşılmıştır: Özne-yapı etkileşimi, sosyal ağ ve güven toplumu, sosyal değişim ve gelişme ile toplumsal hareket. Bu odak noktalar üzerinden de sosyolojik bağlam biraz daha ileriye taşınmış, çalışmanın sınırları da göz önünde bulundurularak sosyal girişimcilik olgusu klasik sosyolojinin kabul görmüş üç ana figürü olan Durkheim, Marx ve Weber'in sosyolojik yaklaşımlarıyla ilişkilendirilmeye çalışılmıştır.

Sosyal girişimcilikte her ne kadar kullanılan yol girişimcilik prensipleriye de harekete kalkış noktası yerel dinamiklerdir ve topluma içkin olan değerler göz önünde tutulur. İşte bu noktada toplumun içerisinde çıkan ve bir parçası olan sosyal girişimci öznenin ortaya koyduğu sosyal girişim eylemi öncelikli tartışılması gerekli sosyolojik meseledir ve sosyolojik tartışmanın literatürde kalkış noktası olduğu görülmüştür. Bu anlamda toplumsal yapı ile özne arasında karşılıklı bir etkileşim olduğunu ifade eden Giddens ve Bourdieu bu meseleye katkı sunabilecek isimler olarak öne çıkmaktadır. Giddens'in vurguladığı kurum ve kurallar, Bourdieu'nun ise ürettiği habitus

kavramları sosyal girişimci öznenin ne tamamen toplumsal akışa uyan pasif bir konumu olduğu ne de tamamen toplumsal akıştan dışarıda özgür bir rolü olduğunu ve sosyal girişimciliğin karşılıklı birliktelik içeren bir etkileşim süreci olduğu noktasında katkı sunmuşlardır.

Sosyolojik olma imkanı bu çalışmada ele alınan sosyal girişimciliğin ilişkilendirilebildiği ikinci boyutunun ise sosyal ağ tartışması olduğu görülmüştür. Bu mesele öncelikle sosyal girişimciliğin ifade edilen temel kaynakları olan finansal kaynak, insan kaynağı ve sosyal sermayeden üçüncü kaynak ile ilişkisi ölçüsünde önem taşımaktadır. Ardından da mesele, yaşanan iletişim ve teknik gelişmelerle birlikte yükselen “ağ toplumu”nun toplumsal hareketlere yeni bir biçim kazandırmış görülmesi ve toplumsal hareket biçimi olarak sosyal girişimciliğin doğuşuna zemin sağlamasıyla ilişkilidir. Bu noktada sosyal girişimciler arasında kurdukları küresel ağlarla iletişim ve hareket imkanı veren Ashoka ile Schwab organizasyonları söz konusu artan merkezsizlikle birlikte yükselen kolektifliği iyi temsil etmektedirler. Bu organizasyonlar yoluyla oluşturulan ağların özellikle küreselleşme sürecinin sonrasında arttığı savunulan birey ve özgürlük kültürünün karşısında toplumda bağların kopuş noktasına gelmesiyle aşınmış olan güven duygusunu yeniden kurabilme veya kurtarabilme işlevini yerine getirebileceği bu yolla da güven toplumu inşa edebileceği savunulabilir.

Sosyal değer yaratarak sistem içinde kalma yoluyla sosyal bir değişim hedefi olan sosyal girişimcilik, temelde toplumsal refahı artırma anlamıyla bir gelişme hedefindedir. Burada iki mesele sosyal girişimciliği tartışma konumuna taşımaktadır. İlki sosyal değişim ikincisi ise ilerleme tartışmalarıdır. Öncelikle sosyal değişimin sosyolojinin konusu olması için gerekli üç şartı olan belli bir zaman diliminde olma, konjonktürel den ziyade sürekli olma ve kolektiflik taşıma gibi nitelikler sosyal girişimciliğin sağlamayı amaçladığı sosyal değişime içkindir. Bu konuda da sosyal değişim üzerine metindeki tartışmalardan hareketle Parsons’ın ifade ettiği alt unsurların uyumu ve Merton’un öne çıkardığı bozuk işlevlerin giderilmesi iddialarının sosyal girişimciliğe konu olan sosyal değişmeyi daha iyi yansıttığı söylenebilir. Tartışmanın

ikinci boyutu ise toplumsal gelişme ve ilerleme meselesidir. Buradaki ilerleme vurgusu, pozitif yönlü son derece normatif bir içeriğe sahip olmakta ve içerdiği evrensellilik fikriyle bir dayatma getirmektedir. Burada toplumsal olanı iktisadi olanın önüne attığı için toplumsal dokuda onarılmaz yaralar açan ilerleme meselesinde tecrübe edilen sosyolojik başarısızlık noktasında özellikle sürdürülebilir kalkınma tartışmalarında aldığı referanslarla sosyal girişimciliğin bir “kurtarıcı” veya “yok edici” şeklinde iki taraftan da destekçi taşıdığı görülmektedir.

Son olarak literatürde toplumsal kaynakları yeniden dağıtımı içermesi yönüyle doğrudan bir toplumsal hareket şeklinde ifade edildiği görülen sosyal girişimcilik bu noktada özellikle küreselleşme tartışmalarıyla ilişkilendirilmektedir. Bu iddiaya göre küreselleşme süreci bazı olumlu katkılarının yanında sorunları karmaşıklaştıran gelişmelere yol açmış ve insanları devlet dışı çözüm arayışlarına da itmiştir. Bu yönde bir arayışın sonucu olduğu kabul edilen sosyal girişimcilik hareketinin iki temel karakteristiği bulunmakta, rasyonel ve apolitik bir içeriğe, birey vurgusuna rağmen yukarıdan aşağıya değil aşağıdan yukarıya doğru yönelimli bir değişimi ifade ettiği için de kolektif bir forma sahip olduğu vurgulanmaktadır.

Klasik sosyolojinin kabul görmüş üç ana figürü Durkheim, Marx ve Weber üzerinden sosyal girişimcilik olgusunu incelediğimizde Durkheimci yaklaşımda dayanışma biçimi ve kolektif şuur, Marxist yaklaşımda kültür temsiliyeti ve üretim ilişkileri, Weberci yaklaşımda ise eylem tipleri ile lider tiplerinin sosyal girişimciliği sosyolojik bağlamda bir anlam yükleyebileceği saptanmıştır. Durkheim’a göre mekanik dayanışmanın bağlılık ilişkisi artan iş bölümüyle birlikte organik dayanışmanın bağımlılık ilişkisine dönmüştür. Her iki dayanışma biçiminin de kendisine has ahlaki özellikleri olduğunu vurgulayan Durkheim, yeni dayanışma biçimiyle dışsal ve zorlayıcı olan kolektif bilincin aşındığını savunmaktadır. Özellikle intihar çalışmasıyla bu dışsallık ve zorlayıcılığın bir denetim aracına dönüşebildiğini ifade eden Durkheim’ın girişimcilik olgusuna ilgi göstermediği görülmüştür. Durkheimci yaklaşımla sosyal girişimcilik anlaşılmaya çalışıldığında, olgunun dezavantajlı konumda bulunan insanları güçlendirerek kaynaklara ortak edindirme çabasının toplumsal bütünleştirmeyi artırıcı bir işleve sahip olduğu savunulabilir. Bu

yönde katkısıyla sosyal girişimciliğin organik dayanışma ile aşınan kolektif şuurun yeniden güçlenmesine imkan vererek bu şuurun toplumda sağladığı denetleyici rolü sebebiyle bencillik ve anomiyi engelleyebileceği söylenebilir.

Marksist yaklaşım üretim ilişkilerine dayalı şekilde tanımladığı toplumsal yapıda üretim araçlarına sahip olan kapitalistleri girişimci sermayedarlar olarak görmekte ve bu sermayedarların artı değere el koyarak işçileri sefalete sürüklediklerini savunmaktadır. Bu noktada öncelikle kapitalizmin özgeci formu şeklinde ifade edilen sosyal girişimciliğin taşıdığı kültürel temsiliyet rolü sebebiyle Marksist yaklaşım tarafından olumsuz yönde okunduğu söylenebilir. Bunun yanında dezavantajlılık konumundan kurtarma amacıyla kendilerini girişimci olmaya iten sosyal girişimciliğin işçileri üretim araçlarına yakınlaştırarak Marksist yaklaşımın sertleşmesi için daha da açılması gerektiğini savunduğu üretim ilişkilerindeki mesafenin kapanmasına imkan sunduğu için de olumsuz yönde görüleceği düşünülebilir.

Son olarak Weber ise protestan ahlakı tezinde görüldüğü üzere ekonomik pratiklerin arka planında var olan ekonomi dışı faktörlere dikkat çekmektedir. Bu noktadan hareketle eylem tiplerini kategorileştirerek ele alan Weberci yaklaşımın diğerlerinin karşısında sosyal girişimciliğin anlamına daha fazla katkı sunduğu söylenebilir. Nitekim sosyal değer yaratma amacıyla taşıdığı sosyal misyonu sorunların çözümü noktasında harekete geçirmeyi ifade eden sosyal girişimciliğin arka planında var olan ekonomi dışı faktörler görünür biçimdedir. Bu dayanağıyla ilişkili olarak da Weberci yaklaşımın ifade ettiği eylem tipleri içinden değer yönelimli eyleme yakın olmakla birlikte sosyal girişimciliğin sosyal fayda vurgusuyla amaç yönelimli eyleme de yaklaştığı savunulabilir. Modernleşmeyle birlikte amaç yönelimli eylemin hakimiyetinin artacağını iddia eden Weberci yaklaşıma göre sosyal girişimciliğin amaç ve değer karışımı yeni bir eylem formu üretmesi önemli bir itiraz olarak okunabilir. Bunun yanında sosyal girişimci liderin Weberci yaklaşımda ilk etapta rasyonel bir otoriteyi temsil ettiği söylenebilse de sosyal girişimcinin amaç ve değer karışımı özgün eylem formuyla birlikte vasıfları yerine misyonu üzerinden anlam kazanmasının yeni bir lider tipi olarak okumayı gerektireceği savunulabilir.

Sosyolojik bir yaklaşım sunulabilmesi amacıyla sosyal girişimcilik literatürü incelendiğinde görülmüştür ki potansiyeli güçlü olgunun derinliği zayıf kalmıştır. Özellikle işletme disiplinine referanslı çalışmalar yoğunlukla girişimcilik üzerinden ele aldığı olguyu tek çizgide geliştirmekte ve bir anlamda alanını daraltmaktadır. Bu sebeple de bu çalışma kapsamında işaret edilen noktalardan başlanılarak daha detaylı ve derinlikli sosyolojik çalışmaların artırılması önem taşımaktadır. Özellikle sosyal sermaye aracı ve sosyal değer yaratma eylemi üzerine kuramsal çalışmaların, sistemsel dönüşümde topluma sağladığı katkılar üzerine de alan çalışmalarının yapılması gerekli görülmelidir. Çünkü alandan getirilen verilerin, olgunun bir hayal dünyasında belli varsayımların yüklenerek çalışılması yerine daha gerçekçi ve tartışmaları ilerleten katkılar getireceği açıktır.

Sosyal girişimciliğin sosyolojik boyutunun güçlendirilmesinin öncesinde ise sosyal girişimciliğin kendisinin gelişime ihtiyacı olduğu bir gerçektir. Özellikle kavramsal çalışmaların üretimlerini kuramlar üzerine yoğunlaştıracak olmaları, olgu üzerinde var olan dağınıklığın giderilmesi ve tartışmaların derinleşmesi noktasında önem taşımaktadır. Bu yönüyle henüz üretimi gerçekleştirilmemiş olan kuramsal çalışmalarda girişimcilik teorileri sosyal girişimciliğin girişim yönünü, davranış teorileri olgunun özne ve eylem yönünü, sosyoloji teorileri ise sosyal yönünü güçlendireceği düşünülmektedir. Bu bağlamda sosyolojiden getirilecek çalışmaların sosyal girişimciliğe olduğu kadar sosyolojinin kendisine de katkı sağlayacağı düşünülebilir. Çünkü disiplin olarak sosyolojinin toplumla kurduğu ilişki bir tarafa bırakılırsa gelinen noktada sosyolojik çalışmaların toplumla olan ilişkisi, sorunların çözüme taşınması bağlamında müdahalesizliği ve ilgisizliği eleştirilebilir bir durumdur. Bu noktada anlamlı bir alan olarak özellikle sosyal politika için sosyolojinin üretimi önem taşımaktadır ve bu üretimlerin sosyal politikanın toplumsallaşmasına anlamlı katkılar sunacağı düşünülebilir. Bunun dışında önemli bir tartışma zemini olan sosyal girişimcilik meselesinin önündeki en büyük engel olaraksa, dünya genelinde hükümetlerin ilgisini çekmeyi başarmış olsa da olgunun yasal statüyü kazanamamış olması durumu gösterilebilir.

KAYNAKÇA

ABU-SAIFAN, S.: “Social Entrepreneurship: Definition and Boundaries”,
2012 **Technology Innovation Management Review**, s: 22-27

AGAFONOW, A. : 2014 “Toward A Positive Theory of Social Entrepreneurship.
On Maximizing Versus Satisficing Value Capture”,
Journal of Business Ethics, 125, 709–713

AKANDA, A.: 2009 “Non-Governmental Organization: The Future Leadership
Role”, **VI. Uluslararası Sivil Toplum Kuruluşları Kongresi, Bildiriler Kitabı, Sosyal Girişimcilik**, 23-25 Ekim 2009, VI. international NGO’s conference, proceedings social entrepreneurship. Çanakkale

ALVORD, S. H., BROWN, L. D., LETTS, C. W.: 2004 “Social Entrepreneurship and Social Transformation”,
Journal of Applied Behavioral Science, 40/3, 260-282

ANTONI, G. D.: 2016 “The Emergence of Social Enterprises through the Initiative of Self-organized Citizens: An Analysis Starting From Olson's Approach to the Logic of Collective Action”, **International Review of Sociology**

ARPACI, I., KAKILÇIK, Y.: 2009 “Sosyal Girişimcilik Karşısında Sosyal Devleti Yeniden Düşünmek: Girişim Sosyalleşirken ‘A-sosyalleşen’ Devlet”, **VI. Uluslararası Sivil Toplum Kuruluşları Kongresi, Bildiriler Kitabı, Sosyal Girişimcilik**, 23-25 Ekim 2009, Çanakkale

- ASILSOY, B.: 2016 **Marka Konumlandırmasında Sosyal Girişimcilik Kavramının Önemi: Hizmet Sektöründe Bir Araştırma**, İstanbul, (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Ticaret Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü)
- ASLAN, G., ARAZA, A., BULUT, Ç.: 2012 “Sosyal Girişimciliğin Kavramsal Çerçevesi”, **Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi**, 7/2
- ASLANTÜRK, Z., AMMAN, T.: 2000 **Sosyoloji: Kavramlar-Kurumlar-Süreçler-Teoriler**. İstanbul, Kaknüs Yayınları
- AUSTIN, J., STEVENSON, H., WEI-SKILLERN, J.: 2006 “Social Entrepreneurship and Commercial Entrepreneurship: Same, Different, or Both?”, **Entrepreneurship Theory and Practise**, 30/1, 1-22.
- BACQ, S., JANSSEN, F.: 2011 “The Multiple Faces Of Social Entrepreneurship: A Review of Definitional Issues Based On Geographical And Thematic Criteria”, **Entrepreneurship & Regional Development**, 23, 373–403
- BAUMAN, Z.: 2006 **Küreselleşme: Toplumsal Sonuçları**, İstanbul, 2. baskı, Ayrıntı Yayınları
- BERZIN, S. C.: 2012 “Where Is Social Work in the Social Entrepreneurship Movement?”, **Social Work**, 57/2, 185-188
- BESLER, S.: 2010 “Sosyal Girişimcilik”, **Sosyal Girişimcilik**, İstanbul, Beta Yayınları

- BIRCH, K.,
WHITTAM, G.:
2006
“The Role of the Social Economy, Social Enterprise and Social Entrepreneurship in Sustainable Regional Development”, **Centre for Public Policy for Regions**, Discussion Paper No.12
- BLOOM, N. P.,
CHATTERJI, K.
A.: 2009
“Scaling Social Entrepreneurship Impact”, **California Management Review**, Spring, 51/3.
- BORINS, S.:
2000
“Loose Cannons And Rule Breakers, or Enterprising Leaders? Some Evidence About Innovative Public Managers”, **Public Administration Review**, 60, 498–507
- BORNSTEIN, D.:
2004
How to Change the World: Social Entrepreneurs and the Power of New Ideas. New York, Oxford University Press.
- BORNSTEIN, D.,
DAVIS, S.:
2010
Social Entrepreneurship : What Everyone Needs to Know?, New York, Oxford University Press
- BORZAGA, C.,
FAZZI, L.,
GALERA, G.:
2016
“Social Enterprise as A Bottom-Up Dynamic: Part 1. The Reaction of Civil Society to Unmet Social Needs in Italy, Sweden And Japan”, **International Review of Sociology**
- BORZAGA, C.,
FAZZI, L.,
GALERA, G.:
2016
“Social Enterprise as A Bottom-Up Dynamic. Part 2: The Reaction of Civil Society to Unmet Social Needs in England, Scotland, Ireland, France And Romania”, **International Review of Sociology**

- BOTTOMORE, T., NISBET, R.: **Sosyolojik Çözümlemenin Tarihi**, Çev: Tunçay, M., Uğur, A., İstanbul, Kırmızı Yayınları 2006
- BRINCKERHOF, P.: 2000 **Social Entrepreneurship: The Art of Mission – Based Venture Development**. New York: John Wiley Sons, Inc.
- BUĞRA, A.: 2008 **Devlet ve İşadamları**, İstanbul, 6. baskı, İletişim Yayınları
- CAMPBELL, S.: 1997 “Social Entrepreneurship: How to Develop New Social-Purpose Business Ventures”, **Health Care Strategic Management**, 16/5, 17–18
- CASTELLS, M.: 2013 “Ağ Toplumunda Dünyayı Değiştirmek”, **İsyan ve Umut Ağları: İnternet Çağında Toplumsal Hareketler**, İstanbul, Koç Üniversitesi Yayınları
- CASTELLS, M.: 2013 **Enformasyon Çağı: Ekonomi, Toplum ve Kültür: Ağ Toplumunun Yükselişi**, Çev: Ebru Kılıç, İstanbul, 3. Baskı, İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları
- CHELL, E., SPENCE, L. J., PERRINI, F., HARRIS, J. D.: 2016 “Social Entrepreneurship and Business Ethics: Does Social Equal Ethical?”, **Journal of Business Ethics**, 133, s: 619–625
- CHELL, E.: 2007 “Social Enterprise and Entrepreneurship: Towards a Convergent Theory of the Entrepreneurial Process”, **International Small Business Journal**, 25/5.

- CHRISTIANSEN, J.: 2009, **Four Stages of Social Movements Essay**, EBSCO Research Starters, EBSCO Publishing Inc
- COOK, B., DODDS, C., MITCHELL, W.: 2001, "Social Entrepreneurship: False Premises And Dangerous Forebodings", **Centre of Full Employment and Equity**, University of Newcastle, Working Paper No. 01-24.
- CORNWALL, J.: 1998, "The Entrepreneur As Building Block for Community", **Journal of Developmental Entrepreneurship**, 3/2, 141-148
- COSER, L.: 2013, **Sosyolojik Düşüncenin Ustaları: Tarihsel ve Toplumsal Bağlamda Fikirler**, Çev: Himmet Hülür, Serhat Toker, İbrahim Mazman, Ankara, 2. Baskı, DE Kİ
- COŞKUN, E.: 2015, **Gönüllü Kuruluşların Okul Öncesi Sosyal Girişimcilik Eğitimindeki Rolü**, Yalova (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Yalova Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü)
- ÇAYIR, K.: 1999, "Toplumsal Sahnenin Yeni Aktörleri: Yeni Sosyal Hareketler", **Yeni Sosyal Hareketler**, İstanbul, Kaknüs Yayınları
- ÇERMİK, F.: 2015, **Sosyal Girişimcilik, Küresel Vatandaşlık Ve Çevre Davranışı Arasındaki İlişki: Yapısal Eşitlik Modellemesi**, Erzurum (Yayınlanmamış Doktora Tezi, Atatürk Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü)
- ÇİFTÇİ, N.: 2015, **Sosyal Girişim Olarak STK'lar: İnovatif Beceriler Çerçevesinde Konya İlinde Bir Araştırma**, Konya (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü)

- DACIN, P. A.,
DACIN, M. T.,
MATEAR, M.:
2010 “Social Entrepreneurship: Why We Don’t Need a New Theory and How We Move Forward From Here”, **Academy of Management Perspectives**, s. 37-57
- DACIN, M. T.,
DACIN, P. A.,
TRACEY, P.:
2011 “Social Entrepreneurship: A Critique and Future Directions”, **Organization Science**, 22/5, 1203–1213
- DAYAR, H.,
ÖZÇELİK, Ö.,
ALTUN, A.:
2009 “Devlet Girişimlerinin Özelleştirilmesi, Türkiye Ve Dünya Deneyimleri”, **VI. Uluslararası Sivil Toplum Kuruluşları Kongresi, Bildiriler Kitabı, Sosyal Girişimcilik**, 23-25 Ekim 2009, Çanakkale
- DEES, J. G.:
1998a “The Meaning of Social Entrepreneurship”. The Kaufmann Center for Entrepreneurial Leadership and Ewing Marion Kaufmann Foundation Working Paper
- DEES, J. G.:
1998b “Enterprising nonprofits”, **Harvard Business Review**, 76, 55–67
- DEES, G. J.:
2012 “A Tale of Two Cultures: Charity, Problem Solving and the Future of Social Entrepreneurship”, **Journal of Business Ethics**, 111/3, 321-334
- DEFOURNY, J.,
NYSSSENS, M.:
2010 “Conceptions of Social Enterprise and Social Entrepreneurship in Europe and the United States: Convergences and Divergences”, **Journal of Social Entrepreneurship**, 1/1, 32–53

- DEFOURNY, J.,
NYSSSENS, M.:
2010 "Conceptions of Social Enterprise and Social Entrepreneurship in Europe and the United States: Convergences and Divergences", **Journal of Social Entrepreneurship**, 1/1, 32-53
- DENİZALP, H.:
2007 **Toplumsal Dönüşüm için Sosyal Girişimcilik Rehberi**, Sivil Toplum Geliştirme Vakfı.
- DEY, P., STEYA-
ERT, C.:
2010 "The Politics of Narrating Social Entrepreneurship", **Journal of Enterprising Communities: People and Places in the Global Economy**, 4/1, 85 – 108
- DEY, P.,
STEYAERT, C.:
2014 "Rethinking The Space Of Ethics In Social Entrepreneurship: Power, Subjectivity, And Practices Of Freedom", **Ö Springer Science+Business Media Dordrecht**
- DIANI, M.,
MCADAM, D.:
2003 **Social Movements and Networks: Relational Approaches to Collective Action**, USA, Oxford University Press
- DION, M.:
2014 "The Economic And Non-Economic Dimensions Of Social Enterprises' Moral Discourse: An Issue Of Axiological And Philosophical Coherence", **Int Entrep Manag J**
- DOHERTY, B.,
HAUGH, H.,
LYON, F.:
2014 "Social Enterprises as Hybrid Organizations: A Review and Research Agenda", **International Journal of Management Reviews**, 16, 417–436
- DRAYTON, W.:
2006 "The Citizen Sector Transformed", **Social Entrepreneurship: New Models of Sustainable Social Change**, Oxford, OUP Oxford.

- DURKHEIM, E.: **İntihar**, Çeviren: Z. Zühre İlkelen, İstanbul, Pozitif Yayın
2013
- EL EBRASHI, R.: "Social Entrepreneurship Theory And Sustainable Social Impact", **Social Responsibility Journal**, 9/2, 188 – 209
- ERKİLET, A.: **Toplumsal Yapı ve Değişme Kuramları: Sorokin, Parsons, Dahrendore, Merton**. Ankara, Hece Yayınları
2007
- ERSEN, T. B., KAYA, D., MEY-DANOĞLU, Z.: **Sosyal Girişimler ve Türkiye: İhtiyaç Analizi Raporu**, Aralık, TÜSEV Yayınları,
2010
- FOWLER, A.: "NGDOs as a Moment in History: Beyond Aid to Social Entrepreneurship or Civic Innovation?", **Third World Quarterly**, 21/4, 637- 654.
2000
- FRUMKIN, P.: "On Being Nonprofit: Conceptual and Policy Primer", Cambridge, Harvard University Press: 131.
2002
- GARCIA, I.: "Present and future of social entrepreneurship: alternative theories and research" **Journal for Educators, Teachers and Trainers**, 6/2, 87–100
2015
- GIDDENS, A.: **The Constitution of Society: Outline of the Theory of Structuration**, University of California Press, Berkeley and Los Angeles
1984

- GIDDENS, A.: 2010 **Kapitalizm ve Modern Sosyal Teori: Marx, Durkheim ve Max Weber'in Çalışmalarının Bir Analizi**, Çev: Ümit Tatlıcan, İstanbul, 2. baskı, İletişim Yayınları
- GLANCEY, K., GREIG, M., PETTIGREW, M.: 1998 "Entrepreneurial Dynamics In Small Business Service Firms", **International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research**, 1, 249–262
- GONÇALVES, C. P., CARRARA, K., SCHMITTEL, R. M.: 2015 "The Phenomenon of Social Enterprises: Are We Keeping Watch on This Cultural Practice?", **International Society for Third-Sector Research**
- GREENFIELD, S. M., STRICKON, A.: 1981 "A New Paradigm for the Study of Entrepreneurship and Social Change," **Economic Development and Cultural Change** 29, 3, 467-499.
- GRENIER, P.: 2006 "Social Entrepreneurship: Agency in a Globalizing World", **Social Entrepreneurship: New Models of Sustainable Social Change**, Ed: Nicholls, A., Oxford, OUP Oxford.
- GRIFFITHS, M. D., GUNDRY, L. K., KICKUL, J. R.: 2013 "The Socio-Political, Economic, And Cultural Determinants Of Social Entrepreneurship Activity", **Journal of Small Business and Enterprise Development**, 20/2, 341 - 357
- GUSSEINOVA, D.: 2015 **Sosyal Girişimcilik Olgusu ve Bir Örnek Olay İncelemesi**, İzmir (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü)

- GÜRSAKAL, N.: 2009 **Sosyal Ağ Analizi: Pajek Ucinet ve Gmine Uygulama**, Bursa, Dora Yayınları
- HARRIS, S. P., RENKO, M., CALDWEL, K.: 2014 “Social Entrepreneurship as An Employment Pathway for People with Disabilities: Exploring Political–Economic and Socio-Cultural Factors”, **Disability & Society**
- HAUGH, H. M., TALWAR, A.: 2016 “Linking Social Entrepreneurship and Social Change: The Mediating Role of Empowerment”, **Journal of Business Ethics**, Springer Science & Business Media B.V., 133, 643–658,
- HAUGH, H.: 2005 “A Research Agenda for Social Entrepreneurship”, **Social Enterprise Journal**, 1/1, 1-12.
- HAZENBERG, R., BAJWA-PATEL, M., ROY, M., J., MAZZEI, M., BAGLIONI, S.: 2016 “A Comparative Overview of Social Enterprise ‘Ecosystems’ in Scotland and England: An Evolutionary Perspective”, **International Review of Sociology**
- HENTON, D., MELVILLE, J., WALESH, K.: 1997 “The Age of The Civic Entrepreneur: Restoring Civil Society and Building Economic Community”, **National Civic Review**, 86, 149–156.
- HIBBERT, S. A., HOGG, G., QUINN, T.: 2001 “Consumer Response to Social Entrepreneurship: The Case of the Big Issue in Scotland”, **International Journal of Nonprofit and Voluntary Sector Marketing**, 7, 288–301.

- HISRICH, R. D.,
PETERS, M. P.:
1989 **Entrepreneurship: Starting, Developing, and Managing a New Enterprise**, Homewood, IL: BPI, Irwin.
- HU, J., LI, S.,
TSAI, S. D., LIU,
T. Y.: 2014 **Entrepreneurship In Asia: Social Enterprise**, Network And Grassroots Case Studies, New Jersey, World Scientific
- IŞIK, V.:
2016 **Çalışmanın Değişen Anlamı ve Üçüncü Sektör İstihdamı Çerçevesinde Türkiye'deki Sosyal Girişim İstihdamının Analizi: Ashoka Örneği**, (Yayınlanmamış Doktora Tezi, Gazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü)
- İÇLİ, G. E., ANIL,
N. K.: 2016 **Sosyal Franchising: Bir Sosyal Girişimcilik Yöntemi**, İstanbul, Türkmen Kitabevi
- JOHNSON, H.:
1951 Sociological Aspects of Change and The Entrepreneur, **The Journal of Economic History**, 11/1, 50-54
- KANE, A. E.:
2013 “Sosyal Teoride Kültürün Merkeziliği: Weber ve Durkheim’den Temel İpuçları”, **Sosyal Teori ve Sosyoloji: Klasikler ve Ötesi**, İstanbul, 2. baskı, Küre Yayınları
- KARA, F. Z.,
2010 “Ekonomide Güven Etkisi ve Sosyal Girişimcilik”, **Sosyal Girişimcilik**, İstanbul, Beta Yayınları
- KATZENSTEIN,
J., CHRISPIN, B.
R.: 2011 “Social Entrepreneurship and a New Model For International Development in the 21st Century”, **Journal of Developmental Entrepreneurship**, World Scientific Publishing Company, 16/1, 87–102.

- KELLY, P. J., CAMPBELL, P. B. E., HARRISON, L.: 2015 “‘Don’t be A Smart Arse’: Social Enterprise-Based Transitional Labour-Market Programmes as Neoliberal Technologies of The Self”, **British Journal of Sociology of Education**
- KERLIN, J. A.: 2009 **Social Enterprise : A Global Comparison**, Medford, Mass, Tufts.
- KILIÇ-KIRILMAZ, S.: 2014 “Sosyal Girişimcilik Boyutlarına Kuramsal Bir Bakış”, **Ekonomi ve Yönetim Araştırmaları Dergisi**, 3/2
- KING, P. J., ROBERTS, N. C.: 1987 “Policy Entrepreneurs: Catalysts for Policy Innovation”, **Journal of State Government**, 60, 172–178
- KIRILMAZ, S.: 2012 **Sosyal Girişimciliğin Başarı Faktörlerinin Girişimci Kişilik ve Dönüştürücü Liderlik Bağlamında Araştırılması**, Çanakkale (Yayınlanmamış Doktora Tezi, Onsekiz Mart Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü)
- KIRMIZI, C.: 2016 **Sosyal Girişimcilik Odaklı Örgüt İklimi Oluşturma: Dumlupınar Üniversitesi'nde Bir Uygulama**, Kütahya (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Dumlupınar Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü)
- KORSGAARD, S.: 2011 “Opportunity Formation in Social Entrepreneurship”, **Journal of Enterprising Communities: People and Places in the Global Economy**, 5/4, 265 – 285.
- KÜMBÜL-GÜLER, B.: 2008 **Sosyal Girişimciliği Etkileyen Faktörlerin Analizi**, (Yayınlanmış Doktora Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü)

KÜMBÜL-GÜ-
LER, B.:
2010

Sosyal Girişimcilik, Ankara, Elif Yayınevi

KÜMBÜL-GÜ-
LER, B.:
2011

“Yoksullukla Mücadelede Sosyal Girişimcilik: Ashoka Üyelerinden Sosyal Yenilikçi Örnek Uygulamalar”, **Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**, 13/3, 79-111.

LAYDER, D.:
2010

Sosyal Teoriye Giriş, Çev. Ümit Tatlıcan, İstanbul, 3. baskı, Küre Yayınları

LEADBEATER,
C.: 1997

The Rise of The Social Entrepreneur, London, Demos

LIGHT, P.:
2005

“Serching for Social Entrepreneurship: Who Might They Be, Where They Might Be Found, What They Do?” **Paper presented at the Association for Research on Nonprofit and Voluntary Associations.**

LINTO, K. F.:
2013

“Developing a Social Enterprise as a Social Worker”, **Administration in Social Work**

LUMPKIN, G. T.,
MOSS T. W.,
GRAS, D. M.,
KATO, S.,
AMEZCUA, A.
S.: 2011

“Entrepreneurial Processes in Social Contexts: How are They Different, If at All?”, **Small Business Economics**, s. 1-23

- LUNDQVIST, A. M., MIDDLETON, W. L. K.: 2010 "Promises of Societal Entrepreneurship: Sweden and Beyond", **Journal of Enterprising Communities: People and Places in the Global Economy**, 4/1, 24-36
- LYNCH, K., WALLS, J.: 2009 **Mission, Inc. : The Practitioners Guide to Social Enterprise**, San Francisco, Berrett-Koehler Publishers
- MAIR, J., MARTIN, J.: 2006 "Social Entrepreneurship Research: A Source of Explanation, Prediction and Delight", **Journal of World Business**, 41, 36-44.
- MARSHALL, G.: 2009 **Sosyoloji Sözlüğü**, Çev: Osman Akın, Derya Kömürcü, Ankara, Bilim Sanat Yayınları
- MARSHALL, R.S.: 2011 "Conceptualizing the International For-Profit Social Entrepreneur", **Journal of Business Ethics**, 98, 183-198.
- MARTIN, R.L., OSBERG, S.: 2007 "Social Entrepreneurship: The Case for Definition", **Stanford Social Innovation Review**, s. 28-39.
- MCBREARTY, S.: 2007 "Social enterprise: a solution for the voluntary sector?", **Social Enterprise Journal**, 3/1, 67 – 77
- MCKENNY, A. F.: 2014 "Research In Social Entrepreneurship: An Annotated Bibliography", **Social Entrepreneurship and Research Methods**, Emerald Group Publishing Limited, U.K.

- MCMURTRY, J.J., BROUAR, F.: 2015 “Social Enterprises in Canada: An Introduction”, **Canadian Journal of Nonprofit and Social Economy Research**, 6/1, 6 – 17
- MENGÜ, E.: 2016 **Yoksullukla Mücadelede Sosyal Girişimcilik: Grameen Mikrokredi Modeli**, Yalova (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Yalova Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü)
- MESTROVIC, S. G.: 1999 **Duyguötesi Toplum**, İstanbul, Ayrıntı Yayınları
- MORT, G. S., WEE-RAWADENA, J., CARNEGIE, K.: 2003 “Social Entrepreneurship: Towards conceptualisation”, **International Journal of Nonprofit and Voluntary Sector Marketing**, 8/1, 76-88
- MURPHY, P. J., COOMBES S. M.: 2009 “A Model of Social Entrepreneurial Discovery”, **Journal of Business Ethics**, 87, 325–336
- NANDAN, M. SCOTT, P. A.: 2013 “Social Entrepreneurship and Social Work: The Need for a Transdisciplinary Educational Model”, **Administration in Social Work**, 37, 257–271
- NECK, H., BRUSH, C., ALLEN, E.: 2009 “The Landscape of Social Entrepreneurship”, **Business Horizons**, 52, 13-19.
- NICHOLLS, A.: 2006 **Social Entrepreneurship: New Models of Sustainable Social Change**, Oxford, OUP Oxford.

- NORUZI, R. M., WESTOVER, H. J., RAHIMI, R. G.: 2010 "An Exploration of Social Entrepreneurship in the Entrepreneurship Era", **Asian Social Science**, 6/6
- O'SHAUGHNESSY, M., O'HARA, P.: 2016 "Towards an explanation of Irish rural-based social enterprises", **International Review of Sociology**
- ÖZDEMİR, B. K.: 2010 "Sosyal Girişimcilik ve Sürdürülebilir Kalkınma", **Sosyal Girişimcilik**, İstanbul, Beta Yayınları
- ÖZDEVECİOĞLU, M., CINGÖZ, A.: 2009 "Sosyal Girişimcilik ve Sosyal Girişimciler: Teorik Çerçeve", **Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi**, 32, 81-95
- ÖZEREN, E., SAATÇIOĞLU, Ö. Y.: 2016 "Sosyal Girişimcilikte İnovasyon ve Farklılıkları Yönetmek: Çöp(m)adam Örneği", **Girişimcilik ve İnovasyon Yönetimi Dergisi**, 5/1
- PEREDO, A. M., MCLEAN, M.: 2006 "Social Entrepreneurship: A Critical Review of the Concept", **Journal of World Business**, 4, 56-65.
- PETRELLA, F., RICHEZ-BATTESTI, N.: 2016 "Patterns of Evolutions of Social Enterprises In France: A Focus On Work Integration Social Enterprises" **International Review of Sociology**
- PETROV, G.: 1923 **Beyaz Zambaklar Ülkesinde**, Çev.: Elnur Osmanov, İstanbul, Koridor Yayınları

- POLANYI, K.: 2014 **Büyük Dönüşüm: Çağımızın Siyasal ve Ekonomik Kökenleri**, Çev: Ayşe Buğra, İstanbul, 12. baskı, İletişim Yayınları
- PRABHU, G. N.: 1998 "Social Entrepreneurial Management", **Leadership in Management**, www.mcb.co.uk/services/conferenc/sept98/lim/paper_a2.htm
- QUARTER, J., RYAN, S., CHAN, A.: 2014 **Social Purpose Enterprises: Case Studies for Social Change**, University of Toronto Press
- RAHDARI, A., SEPASI, S., MORADI, M.: 2016 "Achieving Sustainability Through Schumpeterian Social Entrepreneurship: The Role of Social Enterprises", **Journal of Cleaner Production**
- RANA, S.: 2013 "Philanthropic Innovation and Creative Capitalism: A Historical and Comparative Perspective on Social Entrepreneurship and Corporate Social Responsibility", **Alabama Law Review**, 64/5, 1121
- RICHTER, R.: 2012 **Sosyolojik Paradigmalar: Klasik ve Modern Sosyoloji Anlayışlarına Giriş**, Çev: Necmeddin Doğan, İstanbul, Küre Yayınları
- ROBERTS, D., PAKKIRI, R.: 2013 **Decision Sourcing: Decision Making for the Agile Social Enterprise**, uk, Gower Publishing Limited

- ROBINSON, J.: 2006 "Navigating Social and Institutional Barriers to Market: How Social Entrepreneurs Identify and Evaluate Opportunities", **Social Entrepreneurship**, s: 95-120
- RYAN, W. P.: 1999 "The New Landscape For Nonprofits", **Harvard Business Review**, 77/1, 127–136
- SANTOS, F. M.: 2012 "Positive Theory of Social Entrepreneurship", **Journal of Business Ethics**, Springer Science & Business Media B.V., 111, 335–351
- SASTRE-CASTILLO, M. A., PERIS-ORTIZ, M., DANVILA-DEL VALLE, I.: 2015 "What Is Different about the Profile of the Social Entrepreneur?", **Nonprofit Management & Leadership**, 25/4, 49-369
- SCHUMPETER, J.: 1934 **The Theory of Economic Development**, Cambridge, MA: Harvard University Press.
- SEE, H.: 2000 **Modern Kapitalizmin Doğuşu**, İstanbul, 2. baskı, Yöneliş Yayınları
- SHAPIRO, R. A.: 2013 **The Real Problem Solvers: Social Entrepreneurs in America**, Stanford, Calif, Stanford Business Books.
- SHAW, E., SHAW, J., WILSON, M.: 2002 "Unsung entrepreneurs: Entrepreneurship for social gain", Durham, UK: University of Durham Business School – The Barclays Centre for Entrepreneurship.

- SHORT, J.: 2014 **Social Entrepreneurship and Research Methods**, Bingley, U.K., Emerald Group Publishing Limited.
- ŞİMŞEK, O.: 2008 **Zihniyet Açısından Türk Girişimciliğinin Sosyolojisi**, Ankara, Otorite Yayınları
- SIREAU, N.: 2013 **Rare Diseases: Challenges and Opportunities for Social Entrepreneurs**, Sheffield England, Greenleaf Publishing.
- SMALLBONE, D., EVANS, M., EKANEM, I., BUTTERS, S.: 2001 “Researching social enterprise: Final report to the small business service”, **Centre for Enterprise and Economic Development Research**, Middlesex University Business School, Middlesex University, UK.
- SMITH, E. A., HUNTER: 2008 “Toward A Multidimensional Model of Social Entrepreneurship: Definitions, Clarifications and Theoretical Perspectives”, **Journal of Business & Economics Research**, 6/6.
- SMITHA, B. R., STEVENS, C. E.: 2010 “Different types of social entrepreneurship: The role of geography and embeddedness on the measurement and scaling of social value”, **Entrepreneurship & Regional Development**, 22/6, 575–598
- SÖNMEZ, A., ARIKER, Ç., TOKSOY, A.: 2016 “Dünya’da ve Türkiye’de Sosyal Girişimciliğin Gelişimi”, **Sosyal ve Beşeri Bilimler Araştırmaları Dergisi-Girişimcilik Özel Sayısı**, 17/37
- STECKER, M. J.: 2014 “Revolutionizing the Nonprofit Sector Through Social Entrepreneurship”, **Journal of Economic Issues**, 48/2

- STEVENS, R., MORAY, N., BRUNEEL, J.: 2015 “The Social and Economic Mission of Social Enterprises: Dimensions, Measurement, Validation, and Relation”, **Entrepreneurship Theory and Practice**
- SULLIVAN, M., WEERAWARDENA, J., CARNEGIE, K.: 2003 “Social entrepreneurship: Towards conceptualization”, **International Journal of Nonprofit and Voluntary Sector Marketing**, 8/1, 76–88.
- SWINGEWOOD, A.: 1998 **Sosyolojik Düşüncenin Kısa Tarihi**, Çev: Osman Akınbay, Ankara, Bilim ve Sanat Yayınları
- TAN, W. L., WILLIAMS, J., TAN, T. M.: 2005 “Defining the ‘Social’ in ‘Social Entrepreneurship’: Altruism and Entrepreneurship”, **International Entrepreneurship and Management Journal**, s. 353-365.
- THEOBALD, R.: 1987 **Rapids of Change: Social Entrepreneurship in Turbulent Times**, Indianapolis, IN: Knowledge Systems, Inc.
- THOMPSON, J. L., ALVY, G., LEES, A.: 2000 “Social entrepreneurship: A new look at the people and the potential”, **Management Decision**, 38, 328–338.
- THOMPSON, J. L.: 2002 “The World of the Social Entrepreneur”, **The International Journal of Public Sector Management**, 15, 412–431.
- TILLY, C.: 2008 **Toplumsal Hareketler: 1768-2004**, İstanbul, Babil Yayınları

- TİRELİ, M.:
2009 “Sosyal Girişimcilik, Ulus Devletin Sosyal Politika Alanından Çekilmesi Yolunda Bir Başka Vesile Midir?”, **VI. Uluslararası Sivil Toplum Kuruluşları Kongresi, Bildiriler Kitabı, Sosyal Girişimcilik**, 23-25 Ekim 2009, Çanakkale
- TOURAINÉ, A. :
2007 **Bugünün Dünyasını Anlamak İçin Yeni Bir Paradigma**, Çev: Olcay Kunal, İstanbul, YKY Yayınları
- ÜNAY, S.:
2013 **Kalkınmacı Modernlik: Küresel Ekonomi Politik ve Türkiye**, İstanbul, Küre Yayınları
- VANSANDT, V.
C., SUD, M.,
MARMÉ, C.:
2009 “Enabling the Original Intent: Catalysts for Social Entrepreneurship”, **Journal of Business Ethics**, 90, 419-428.
- VASI, I. B.:
2009 “New Heroes, old theories? Toward a Sociological Perspective on Social Entrepreneurship”, **An Introduction to Social Entrepreneurship**, Edward Elgar Publishing Limited, Cheltenham, UK. s. 155-173.
- VENUGOPAL,
V., ABHI, S.:
2013 “A New White Revolution: Case Study of a Social Entrepreneur”, **South Asian Journal of Management**, 20/4, 144-152.
- WADDOCK, S.
A., POST, J. E.:
1991 “Social Entrepreneurs and Catalytic Change”, **Public Administration Review**, 51, 393– 407.

- WALLACE, S. L.: “Social Entrepreneurship: The Role of Social Purpose Enterprises in Facilitating Community Economic Development”, **Journal of Developmental Entrepreneurship**, 4, 153–174
- 1999
- WALLERSTEIN, I.: 2009 **Tarihsel Kapitalizm**, İstanbul, 5. baskı, Metis Yayınları
- WEBER, M.: 1999 **Protestan Ahlakı ve Kapitalizmin Ruhu**, Çev: Zeynep Gürata, Ankara, 2. baskı, Ayraç Yayınevi
- WEERAWAR-DENA, J., MORT, G. S.: 2006 “Investigating Social Entrepreneurship: A Multidimensional Model”, **Journal of World Business**. 41, s: 21-35.
- WILLIAMS, D. A., K’NIFE, K. A.K.: 2012 “The Dark Side of Social Entrepreneurship”, **International Journal of Entrepreneurship**, 16
- YOUNG, R.: 2006 “For What It Is Worth: Social Value and the Future of Social Entrepreneurship”, **Social Entrepreneurship: New Models of Sustainable Social Change**. Oxford, OUP Oxford.
- YUMUŞAKİPEK, H. D.: 2015 **Aile işletmelerinde iç girişimciliğin sosyal girişimcilik etkisi: Afyonkarahisar'da bir araştırma**, Afyon (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Afyon Kocatepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü)
- YUNUS, M., WEBER, K.: 2010 **Sosyal İşletme Kurmak**, İstanbul, Doğan Kitap

YUNUS, M.:
2006

“Social Business Entrepreneurs Are the Solution”, **Social Entrepreneurship: New Models of Sustainable Social Change**, Oxford, OUP Oxford..

ZAHRA, S.,
RAWHOUSER,
H.N., BHAWE,
N., NEUBAUM,
D.O., HAYTON,
J.C.: 2008

“Globalization of social entrepreneurship”, **Strategic Entrepreneurship Journal**, 2/2, 117–131.

2009

VI. Uluslararası Sivil Toplum Kuruluşları Kongresi, Bildiriler Kitabı, Sosyal Girişimcilik, 23-25 Ekim 2009, Çanakkale