

YOKSULLUĞA İNOVATİF BİR ÇÖZÜM; SOSYAL GİRİŞİMCİLİK

Gönül Budak¹

ÖZET

Sosyal girişimcilik, özellikle gelişmekte olan ülkelerde kötü çalışma koşullarının göz ardı edilemeyecek bir boyuta ulaşmış olması, toplumun genel refah düzeyinin düşmesi sonucunda halkın fakirleşerek alım güçlerinin azalması, sivil toplum örgütlerinin çalışma koşullarını iyileştirme yönündeki çabaları ve tasarruf sahiplerinin yatırım kararı verirken kar kadar, sosyal sorumluluklarına uygun faaliyet göstermeyi imaj ve itibar yönetimi açısından önemsemeleri sonucunda giderek yaygınlaşmaya başlamıştır. Sosyal girişimcilik bu vizyondan bakıldığında, kar amacı gütmeyen kuruluşlar, işletmeler, sivil toplum örgütleri ve devletin ilgi alanı olmayı sürdüreceğe benzemektedir.

Anahtar Kelimeler: Yenilik, Çözüm, Yoksulluk, Sosyal Girişimcilik

¹ Prof. Dr., Dokuz Eylül Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü Öğretim Üyesi

AN INNOVATIVE SOLUTION TO POVERTY; SOCIAL ENTREPRENEURSHIP

Gönül Budak

ABSTRACT

In recent years, social entrepreneurship has become widespread due to the following facts such as the growing concern for the unfavorable work conditions to reach to an extent that can not be ignored especially in developing countries, the decline in general welfare of society and as a result of that the wane of purchasing power, the efforts of NGOs to enhance the work conditions and the investors to consider more about social responsibility compared to making profit on behalf of maintaining their image and reputation. When viewed from this aspect, it can be said that social entrepreneurship will be able to draw an increasing attention of non profit organizations, companies, NGOs and the states.

Key Words: Innovative, Solution, Poverty, Social Entrepreneurship

GİRİŞ

Az gelişmiş ve gelişmekte olan, özellikle yüksek nüfusa sahip ülkelerdeki çalışma koşullarının kötülüğü, gelişmiş olan ülkelerin tepkisine yol açmaktadır. Bu ülkelerdeki işsizlik oranının yüksek olmasından dolayı ücretler çok düşük ve çalışma saatleri çok uzundur. Ancak ne yazık ki gelişmiş ülkelerdeki dünyaca ünlü şirketler bu durumu kendi lehlerine kullanmaktalar ve kendi ülkelerinde üretim yapmaktansa, iş gücü maliyetlerinin çok düşük, fakirliğin çok yoğun olduğu bu ülkelere üretimlerini kaydırmayı daha karlı bulmaktadırlar. Özellikle son yıllarda, bir yandan artan yoksulluk ve yoksulluğun getirdiği ve tüm dünyayı tehdit eden sefalet, öte yandan da bu işletmelerin sömürü düzenindeki insanlık dışı uygulamaları halkın ve sivil toplum kuruluşlarının dikkatini çekmeye başlamış ve tepkilere neden olmuştur².

Son yıllarda güçlenen sivil toplum örgütlerinin, iş görenlerine sağlıklı çalışma ortamı sağlamayan, haklarını vermeyen özellikle maliyetlerini düşürmek ve yasalardan kaçmak için üretimlerini 3. dünya ülkelerine kaydıran işletmelere karşı yaptıkları protestolar, SA 8000 Standardının oluşturulmasında önemli bir rol oynamıştır³. SA 8000 ilk Sosyal Sorumluluk Standardı'dır⁴ ve bu standart çerçevesinde örgütlerin sadece kar amacı güden ve üretim yaparak topluma fayda sağlayan kuruluşların ötesine geçtiği ve sosyal sorumluluklar da yüklendikleri görülmektedir⁵. Ayrıca gün geçtikçe büyüyen sosyal sorumluluk yatırım fonlarının SA 8000 Sosyal Sorumluluk Standardına işletmelerin ilgi göstermesinde etkili olduğu söylenebilir. ABD' deki yatırımların %10'u bu fona aktarılmakta ve sosyal sorumluluk kapsamında değerlendirilebilecek faaliyetler yürüten şirketlere destek olmak için kullanılmaktadır⁶. Söz konusu yatırım fonlarıyla tütün, silah vb. üreticilerine yatırım yapmayarak cezalandırmakta, ellerindeki fonları, işgörenlerine ve çevreye duyarlı firmalara yönlendirerek onları ödüllendirmektedirler. Bu fonlardan yararlanmak isteyen işletmelerin sosyal sorumluluklarını yerine getirip, getirmediüklerinin denetlenmesi ayrı bir önem taşımaktadır.

² Çakır, 2006, s; 19.

³ Çakır, 2006, s; 19.

⁴ Bkz. Budak, vd., 2014, s; 89-96.

⁵ Bkz. Budak, vd., 2014, s; 98-107.

⁶ Çakır, 2006, s; 21.

Görüldüğü üzere her bakımdan toplam fayda getiren sosyal sorumluluk alanlarının genişlemesiyle birlikte, sosyal girişimcilik, sağlıklı bir ekonomik büyüme döngüsünde inovatif bir çözüm olarak yerini almıştır ⁷.

YOKSULLUK VE SOSYAL GİRİŞİMCİLİK

Tarımsal kökenli eski toplumlarda ticaret; toplumsal, dinsel ve ahlaki kurallarla düzenleniyordu. Bilinen ilk yasa Babil kralı Hammurabi tarafından M.Ö. 1792-1750 yılları arasında 282 davanın yargısal kararlarından oluşturulmuş, Akad diliyle ve çivi yazısıyla taş tabletler üzerine yazılmıştır. Bu yasalar, işçi-işveren, müşteri ilişkilerini düzenlemekte, muhasebe kayıtları, envanter kontrolü ve ücret sistemleri gibi konuları içermektedir ⁸.

Topluma karşı sorumluluklardan ilk söz eden antik Yunan düşünürü Eflatun, yöneticilerin ekonomik sorunlarda genel yararı her şeyden üstün tutmalarının gerekliliğine vurgu yapmış, Aristo ise; konuyu ahlaki açıdan ele alarak, fiyat ve kazançların adaletli olması üzerinde durmuş ve faizin hakça olmadığını savunmuştur ⁹.

Eski Mısır'da sıkı bir bürokrasi anlayışıyla yürütülen işler firavunun sorumluluğu altındaydı. Sosyal sorumluluktan çok, raporlama, kayıt tutma ve envanter işleri gibi konulara odaklanıyordu¹⁰.

Musa peygamber 10 emrinde yetki ve sorumluluk ilkesine esneklik kazandırmış ve yönetim uygulamalarını etkilemiştir. Hıristiyanlık ve Müslümanlıkta yardım vakıflarına rastlanmaktadır¹¹.

16.-18. Yüzyıllar arasında Avrupa'da egemen olan "Merkantilizm", kilisenin zayıflaması sonucunda devletin güçlenmesi ve bu gücü sürdürmesi için gerekenin yapılması mantığına dayanıyordu. Devletin ekonomik sisteme müdahalesini öngören ve ithalatın yüksek gümrük duvarlarıyla engellendiği bir anlayışı simgelemekteydi. Bu yaklaşımda kar oranlarını yükseltmek amacıyla işçiler, mümkün olduğu kadar düşük ücretle çalıştırılıyordu ve bu durum hoşnutsuzluk yaratıyordu ¹².

James Watt buharlı makinayı icat ettikten sonra 19. Yüzyılda sanayi hızla gelişmeye başladı. Sanayi merkezlerine göç eden topraksız tarım işçileri

⁷ Bkz. Budak, vd., 2014, s; 110-120.

⁸ Çakır, 2006, s; 5.

⁹ Öztürk, 2010, s; 13.

¹⁰ Çakır, 2006, s; 5.

¹¹ Çakır, 2006, s; 6.

¹² Berker, 2008, s;10.

vasıfsız işgücünü oluştururken, sanayi ile rekabet edemeyen zanaatkârlar, sanayiye vasıflı işgücü olarak geçtiler¹³. Feodalitenin çökmesiyle birlikte derebeylik sistemi şekil değiştirerek, toprak sahipleri sanayi merkezlerine göç ederek fabrika sahibi oldular ve işveren sınıfını oluşturdular.

Osmanlı Devletinde ise, lonca düzeni sayesinde, sosyal sorumluluk anlayışına ayakta tutmakta ve ticari sistem, usta-kalfa-çırak hiyerarşisinde dayanışma içinde sürmektedir.

Bu gelişmelerle birlikte, tarımsal kökenli sömürgecilik, sanayi merkezlerindeki sömürüye dönüşmüş oldu. İşçiler çok ağır koşullar altında günde 18 saat çalıştırılıyorlardı. İşletmelerin temel amacı kar maksimizasyonuydu. Liberal ekonomi politikaları gereği devletin endüstri ilişkileri sistemine müdahale etmemesi de sömürünün legal hale gelmesine işçi sınıfının ezilmesine yol açıyordu¹⁴.

Zamanla bu adaletsiz düzene çeşitli tepkiler gelmeye başladı ve devlet yasalar vasıtasıyla endüstri ilişkileri sistemine müdahale etti. Sonuç olarak sanayi devriminin ilk yıllarındaki bu adaletsiz tablo, toplumun genel sağlığını olumsuz etkiliyordu ve bu olumsuz koşullar birçok çevrede tartışılıp, sorgulandı.

1929 Ekonomik krizi, değişik alanları etkilerken, işletmelerin sosyal sorumluluk konusunu bakışını da etkilemiştir. Krize kadar, işletmeler, Taylorist ve Fayolist yaklaşımların da etkisiyle, işgörenleri bir üretim faktörü olarak görürken, sistemin aktörlerinden birinde meydana gelebilecek bir sıkıntının tüm sistemi tehlikeye düşürebileceği krizle beraber anlamış oldular.

Bu gelişmeler sonucunda Franklin Roosevelt, yatırımları ve küçük iş sahiplerini korumak ve sermaye piyasasını düzenlemek amacıyla yeni yasalar çıkarmış ve bunları tamamlayan yeni düzenlemelerle sosyal sorumluluk konusu daha belirgin hale gelmeye başlamıştır¹⁵.

1950'li yıllardan sonra, tekelci faaliyetlerin önlenmesi, tüketiciyi korumaya yönelik düzenlemeler, iş güvenliği ve sağlığı, çevre koruma, asgari ücret düzenlemeleri ve sigortalı işçi çalıştırma konularında ciddi adımlar atılmıştır. 1960 ve 1970'li yıllarda ürün ambalajlarının doğru bilgileri içermesi, abartılı reklamların sınırlandırılması, gıda maddelerinin sağlığa uy-

¹³ Budak, 2013, s; 5.

¹⁴ Budak, 2013, s; 6.

¹⁵ Öztürk, 2010, s; 18.

gunluğu, eşit işe eşit ücret, vb alanlarda birçok yasal düzenleme getirilmiştir¹⁶.

Dünyanın küreselleştiği ve bilgi çılgınlığının yaşandığı 2000'li yıllarda daha bilinçli ve talepkâr insan topluluklarıyla karşı karşıya olan idare, toplum barışını korumak adına, toplumsal uzlaşma arayışlarını önemsemek zorunda kalmıştır.

Günümüzde ise; sosyal girişimciliğin en önemli ismi Muhammed Yunus'tur. Mikro kredi kavramını ortaya atan Bangladeşli akademisyen ve bankacı Muhammed Yunus, kurduğu Grameen Bank ile geçim zorluğu çeken, yoksul kesimin 30-40 dolara denk gelen desteklerle küçük işler başlatmasına destek olmuştur. 2006 yılı verilerine göre gelişmekte olan ülkelerde 100 milyon kişi mikro krediden yararlanmıştır¹⁷, bu sayı artmaya devam etmektedir.

Sosyal girişimcilik, sosyal sorumlulukla birbirini destekleyen çalışmaları bünyesinde barındırır. Fakat bu iki kavram birbirinden farklıdır. Sosyal sorumluluk genel bir ifade ile; kuruluşların alacakları kararların toplumu nasıl etkileyeceğine odaklanan çalışmaları yürütür¹⁸. Sosyal girişimcilik ise; sosyal sorumluluk faaliyetlerini tamamlamak üzere, kuruluşun üstlendiği geniş çaplı çalışmaları içerir.

Sosyal girişimcilik, yoksulluğun köklerine yönelmeyen, sosyal sorumluluk ve hayırseverlik faaliyetlerinin aksine, insanları yoksulluğa iten koşulları değiştirmeye yönelik pratik, yenilikçi ve piyasa odaklı yaklaşımları benimser¹⁹.

Sosyal girişimcilik kavramının ortaya çıkışı 1960'lı yılların ortalarıdır. Girişimcilikte olduğu gibi sosyal girişimcilikte de bir kavram kargaşasına rastlanmaktadır. Kimileri sosyal girişimleri, ticari kuruluşların beklentilerinin, sosyal etki ile harmanlanması olarak tanımlarken, bazıları ise; yalnızca sosyal etki boyutuna odaklanmaktadır²⁰. Başka bir yaklaşım ise; yarattıkları etki ile eylemlerin sosyal dönüşüm sürecine katkıda bulunabileceğine vurgu yapar²¹.

En genel tanımı ile girişimci, insan ihtiyaçlarının karşılanması amacıyla üretim öğelerini bir araya getiren, riski ve sorumluluğu üzerine alarak kar

¹⁶ Öztürk, 2010, s; 18.

¹⁷ Bahadırılı, vd., 2012, s; 131.

¹⁸ Peltekoğlu, 1993, s; 42.

¹⁹ Tayfun, 2009, s; 63.

²⁰ Dees, 1998.

²¹ Akt. Büyüyen Kapsayıcı piyasalar... ; 2012, s; 15.

ya da fayda sağlamak üzere faaliyette bulunan, kişi olarak tanımlanabilir. Bu tanıma göre girişimci, yeni bir şey ortaya koymanın ötesinde, yeni bir iş kuran veya faaliyetlerde bulunan bir kişi olarak da algılanabilir. Schumpeter'e göre girişimci, sezgi, irade ve/veya liderlik özellikleriyle iktisadî yenilenmenin hem nedeni, hem de kaptanı konumundadır²².

Farklı davranış özelliklerine sahip olan bu insan tipi, özellikle gelecekle ilgili sınırlı bilgi kısıtı karşısında, üstün özellikleri ve yaratıcılığıyla cesurca davranmakta; iktisadî kaynakları beklenmedik, sıradışı ve şaşırtıcı yönlere sürüklemek suretiyle ekonomik yenilenmenin önündeki engelleri yıkmaktadır²³.

İnsanlar, şanslarını denemek için istekli olma derecelerine göre değişiklik gösterirler²⁴. Girişimciliğin her şeyden önce kendine güven ve bu güvenle oluşacak riske katlanabilmeyi gerektirdiği bilinmelidir. Sosyal girişimcilik anlayışı beraberinde, tıpkı ticari girişimlerde olduğu gibi sorun ve fırsatları fark etme, doğru değerlendirme, risk alma ve yenilikçi yollarla çözümleme olgularını içermektedir. "Sosyallik" anlayışı ise girişimcilik prensiplerinin kar maksimizasyonu yerine toplumsal sorunlara uyarlanmasını kapsamaktadır²⁵.

Buradan yola çıkarak sosyal girişimciliği tanımlayacak olursak, küresel, ulusal ve bölgesel düzeyde karşılaşılan toplumsal sorunlara sürdürülebilir çareler aranması, genellikle devletlerin sorumluluk alanlarındandır. Sosyal girişimcilik, toplumsal sorunları fark edebilme ve çözümüne yönelik sürdürülebilir öneriler geliştirebilme sürecidir.

Gelişmiş ülkelerde sosyal girişimcilik faaliyetleri; devlet, özel sektör ve sivil toplum örgütlerince yürütülmekte ve medya da kamuoyu desteğini sağlamak amacıyla devreye girmektedir. Sosyal girişimcilik, sosyal sorumlulukla birbirini destekleyen çalışmaları bünyesinde barındırmakla beraber, bu iki kavram birbirinden farklıdır. Sosyal girişimcilik; sosyal sorumluluk faaliyetlerini tamamlamak üzere kuruluşun üstlendiği geniş çaplı çalışmaları içerir. Sosyal sorumluluk; kuruluşların alacakları kararların toplumu nasıl etkileyeceğini düşünerek karar verme mekanizmalarını çalıştırmalarıdır. Sosyal girişimcilik; yoksulluğun köklerine yönelmeyen, sosyal sorumluluk ve hayırseverlik faaliyetlerinin aksine, insanları yoksulluğa iten koşulları

²² Duygulu, 2008, s; 97: Kızılkaya, 2005, s; 31.

²³ Kızılkaya, 2005, s; 32.

²⁴ Judge, 2012, s; 143.

²⁵ Ersen, vd., 2010, s; 7.

değiştirmeye yönelik pratik, yenilikçi ve piyasa odaklı yaklaşımları benimser.

YOKSULLUKLA MÜCADELEDE SOSYAL GİRİŞİMCİLİK

Yoksulların sayısının giderek arttığı bir dünyada, zenginliklerin sürdürülebilirliği git gide daha fazla tehdit altında kalmaktadır. Bunun iki nedeni vardır, birincisi; satın alma gücü azaldıkça piyasalarda durgunluk başlar ve ekonomi küçülmeye yüz yüze gelir, ikincisi ise, insanlar zenginliklerini, sosyal patlamalar nedeniyle yaşayamaz hale gelebilir ve zengin-yoksul arasındaki uçurumlar derinleştikçe kesimler arasındaki düşmanlıklar artar.

Bu nedenle toplumlarda refah düzeyinin dengelenmesi; hem sosyal, hem de ekonomik açıdan son derece önemlidir. Bunun yolu ise; sürdürülebilir bir gelir düzeyinin özellikle dezavantajlı kesimlere sunulmasından geçer. Sosyal girişimcilik, yoksullukla mücadelede inovatif bir çözüm olabilir.

Bu amaçla önce inovasyon hakkında daha sonra da sosyal girişimcilik hakkında bilgi verilmesi uygun olacaktır.

İNOVASYON

Yenilik ve yaratıcılık kavramlarını bir arada kullanma alışkanlığının bir sonucu olarak, ülkemizde son zamanlarda bu kavramları ayrı ayrı kullanmak yerine “**inovasyon**” diyerek ikisini bütünleştirmek yaygınlaşmıştır. Aslında yaratıcılık ve yenilik kavramları; birbirini tamamlayan ayrı süreçleri ifade etmektedir²⁶. Nitekim, laboratuvarlarda bilim insanları tarafından icat edilen her türlü ürün, yaratıcılık süreci içinde değerlendirilirken, yenilik ise; buluşların ticari bir anlama kavuşmuş halini anlatmaktadır. Bu durumda inovasyon (yenilik= innovation), yaratıcılıkla (creation) eş anlamlı kullanılamaz²⁷. Ancak, ülkemizde sürecin kısaca ifade edilmesi alışkanlığının bir sonucu olarak inovasyon’un, creation ve innovation kavramlarının kısaltılmış ve birleştirilmiş hali olduğu hatırlanmalıdır.

Rekabet avantajı yaratmada; alışılmış ifadesiyle inovasyon stratejileri işletmelerin giderek daralan pazarlarda, pazar paylarını arttırmak kaygısıyla, müşterinin gözünde farkındalık kazanmak için daha sık başvurduğu strate-

²⁶ Bkz. Budak, 1982.

²⁷ Budak & Budak, (1) ,2010, S;145.

jiler arasında başrolü oynamaktadır. İşletmelerin genel anlamda başvurduğu üç temel inovasyon stratejisinden söz edilebilir ²⁸;

1. **Saldırgan stratejiler**; bu stratejiler risk oranı en yüksek, en fazla ar-ge (/araştırma- geliştirme) yatırımını gerekli kılan ve dolayısıyla en pahalı yenilik stratejilerindedir. Bu risklere işletmelerin katlanmasının temel nedeni, işletmelere pazar lideri olma avantajını sağlamasıdır. Bu strateji ancak, büyük mali kaynaklara, bilimsel ve teknik iletişim ağına ulaşma olanağına sahip olunması halinde izlenebilecek bir stratejidir.

2. **Savunma stratejileri**; pazarda ilk olmanın riskine katlanmak istemeyen ama pazarın gerçeklerinden de uzak kalmamak için çaba harcayan firmaların tercih ettiği stratejilerdendir. Gerçi bu stratejinin ardında yatan gerçek; saldırgan strateji uygulayan rakiplerden geri kalmamak ve pazarda tutunmak için çaba harcamak yatmaktadır. Fakat hazır pazarı kullanma olanağı sağladığından zaman zaman, maliyeti düşük ve karlı bir strateji olabilir.

3. **Taklitçi stratejiler**; pazarda tutunmuş ve önemli bir pazar payına sahip ürünlerde küçük değişiklikler yaparak, mal ve hizmet üreten firmalar bu stratejiyi tercih ederler. Bir zamanlar Japonya bu strateji ile dünya pazarlarını sarsarken, şimdi aynı stratejiyi Çin izlemektedir. Bu stratejide hem ar-ge maliyetleri düşük olduğundan, hem de ürünün kalitesi, orijinal ürüne nazaran düşük tutulduğundan, düşük fiyatla pazara girilebilmektedir. Bu tür firmaların en büyük riski; izledikleri firmalara bağımlı olmaları ve zaman zaman, patent ve telif haklarını ihlal etmeleri sonucunda, kendilerine açılan davaların yüksek maliyetlerdir.

Firmalar, salt bu stratejileri uygulamak yerine, karlı gördükleri takdirde yukarıdakilerin birleşiminden oluşan birçok inovasyon stratejisi izleyebilirler. Riskli bir alanı oluşturan inovasyonda sistematik çalışma alışkanlığı riski minimize etmede yararlı olabilir. Nitekim sistematik çalışılan inovasyon sürecinde Dundon'a göre aşağıda sıralanan ve birbirini izleyen dokuz adım bulunmaktadır²⁹;

1. **Adım, sorunu teşhis edecek bir takımın oluşturulması**; işletme, sorunları teşhis edip, çözüm önerileri geliştirecek bir sorun çözme takımı oluşturur ve sorunun nedenlerini çözmek amacıyla bu takım tarafın-

²⁸ Barutçugil, 1981,s;36.

²⁹ Dundon,2002,s;197-198.

dan bilgi toplanır. Diğer çalışanların sorunu daha iyi anlamaları için bilgiler derlenir, sistematize edilir ve paylaşılır.

2. **Adım, sorunun tanımlanması;** bu aşamada sorunlara karşı farkındalık oluşturmak amaçlanır. Bu nedenle sorunlar saptandıktan sonra soruna neden olan unsurlar listelenir. Bu sayede sorunun yapısı çözümlenmeye çalışılır.

3. **Adım, inovasyonun çerçevesinin çizilmesi;** bu aşamada sorunun çözümlenmesinde izlenecek en yaratıcı yol saptanır.

4. **Adım, örgütsel çevre analizi;** örgütün iç ve dış çevre analizlerinin yapıldığı aşamadır.

5. **Adım, faklı bakış açılarının irdelenmesi;** geliştirilen fikirlere eleştirinin yapılmadığı farklı vizyonlara izin verildiği aşamadır (eleştirisiz grup tartışması=beyin fırtınası=brainstorming seansları). Beyin fırtınası seansları sayede yaratıcı fikirlerin açığa çıkmasına zemin hazırlanmaya çalışılır.

6. **Adım, en değerli çözüm önerisinin seçilmesi;** geçmiş deneyimlerden de yararlanarak en uygun görünen fikir seçilir.

7. **Adım inovasyon yol haritasının geliştirilmesi;** seçilen fikir; zaman ve paylaşılacak sorumluluklar açısından olgunlaştırılmaya çalışılır.

8. **Adım, inovasyon yol haritasının saptanması;** kesinleşen yol haritasını kimlerin harekete geçireceği, kimlerden ne tür destekler alınacağına ilişkin revizyonlar yapılır

9. **Adım, inovasyon yol haritasının uygulamaya konulması;** bütün süreç boyunca gözden geçirme değerlendirmeleri yapılır ve elde edilen kazanımlar paylaşılır.

SOSYAL GİRİŞİMCİLİK VE İNOVASYON

İnovasyonla ilgili yukarıda yapılan kısa açıklamalardan sonra, sosyal girişimciliğin ne olduğu, neden bir inovasyon alanı olarak değerlendirilebileceği üzerinde durulabilir. Sosyal girişimcilik, dezavantajlı konumdaki insanlara sürdürülebilir bir refah seviyesine kavuşma olanağının kazandırılması sürecidir. Bu konu dünyada giderek önemli hale gelmiştir. Çünkü, çalışan-ışsız oranındaki denge gitgide bozulduğundan, gelir düzeylerinin düşmesi, giderek genişleyen yoksul halk kitlelerinin alım gücünü azaltmaktadır. Bir süre borçlanma ile dönebilen ekonomik çarkların bir noktadan sonra tıkanacağını tahmin etmek zor değildir. Bu durumda karşılaşılabilecek ekonomik krizlere sosyal krizler de eşlik edebileceğinden, ekonomiler için ağır sonuç-

lar doğurabilecek tablolar ortaya çıkabilecektir. Nitekim, birçok gelişmiş ülkede işsizlik sigortası yüzünden sosyal güvenlik sistemleri iflas etme noktasına gelmiştir. Çünkü, çalışan-işsiz oranı, işsizlerin artması nedeniyle sosyal güvenlik kurumlarının ödemeler dengesi bozulmuştur.

Sosyal girişimcilik; bu olumsuz tabloyu, ekonomik ve sosyal sistemdeki herkesin kazanabileceği bir duruma çevirebilecek inovatif bir çözüm gibi görünmektedir. Bu durumda sosyal girişimcilik ve onunla birlikte anılan kurumsal sosyal sorumluluğun ne demek olduğunun açıklanması yararlı olabilir.

AB tanımlamasına göre sosyal girişimcilik; firmaların toplumsal ve çevresel konulardaki, operasyonları ve paydaşlarıyla kurdukları gönüllü etkileşimleri sayesinde çevreleriyle bütünleşerek sürdürdükleri çalışmalardır, şeklindedir³⁰.

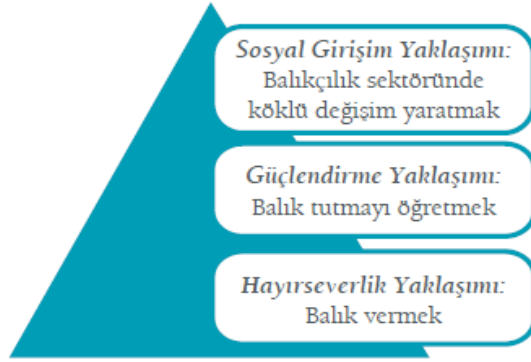
Sosyal girişimcilik kavramını, ilk kez 1953'te H.Bowen "İşinsanlarının Sosyal Sorumlulukları" (Social Responsibilities of the Businessman) adlı kitabında kullanmıştı ve iş insanlarının, toplumun değer ve amaçlarıyla örtüşen sosyal sorumluluk faaliyetleriyle ilgilenmelerinin gerekliliği üzerinde durmuştu. Girişimciliğin yalnızca ticari alanla sınırlandırıldığı, toplumun sosyal sorunlarına çözüm arayanlara ise; hayalci denildiği bir dönemde sosyal girişimcilik, toplumların kalkınmasında önemli rol oynamıştır. Sosyal girişimciler yüzyıllardır toplumların alışlagelmiş davranışlarını değiştirerek, dönüşümlere yol açmaktadırlar. 1980 yılında Bill Drayton isimli bir Amerikalı bu faaliyetleri, sosyal girişimcilik olarak tanımlamış ve bu sayede kavrama ve uygulama konusunda farkındalığı arttırmıştır³¹.

Sosyal girişimcilik, her ne kadar yeni bir kavrammış gibi görünse de, uygulamanın temelinde yatan mantığın oldukça eskilere dayandığı az önce açıklandığı gibi bilinmektedir. Çünkü toplumlar, her zaman sosyal girişimcilere sahip olmuşlardır. Sosyal girişimcilik, karmaşık sosyal ihtiyaçlarla ilgilenmek amacıyla inovatif yaklaşımlar geliştirmek olarak anılmıştır. Dar bir tanımlamayla sosyal girişimcilik, kâr-amacı gütmeyen örgütlerin, gelir elde etmek için yenilik üretme çalışmaları olarak değerlendirilebilir. Bu noktadan bakıldığında, kâr amaçsız kuruluşların kendilerine gelir sağlayabilmek için fırsatları bulmak ve bu fırsatlardan yararlanmak için gerekli kaynakları bir araya getirmek ve bu fırsatları somut bir takım çıktılara dönüştürebil-

³⁰ http://biibf.comu.edu.tr/php/index.php?option=com_content&view=article&id=150&Itemid=282.

³¹ <http://zaferkarakoc.blogspot.com/2010/05/sosyal-girisimcilik-uzerine.html>.

mek kapsamında yaptıkları çeşitli faaliyetler sosyal girişimcilik olarak değerlendirilebilir³². Sosyal girişimciler, dezavantajlı konumdaki kişileri sürekli desteklemek yerine, yoksulluk zincirini bir şeyler üreterek kırmayı insanlara öğretmek kendilerine yetmeye çalışmalarını hedefler. Sosyal girişimciliğin mantığını kısaca ifade etmek gerekirse; balık vermek yerine balık tutmayı öğretmek gibi, bir düşünce sistemini yerleştirmeye çalıştığı söylenebilir.



Şekil 1. Sosyal Girişim Yaklaşımı
(Denizalp, Hülya. Toplumsal Dönüşüm için Sosyal Girişimcilik Rehberi, STGM 2009)

Sosyal girişimcilik kavramını tanımlarken, farklı bakış açılarının ve yaklaşımların bulunduğu bilinmektedir. Bu nedenle, tanımlar arasındaki kavramsal farklılıkları ortaya koymak önemli olabilir. Çünkü bu farklılık, sosyal girişimcilik kavramının hangi bakış açısıyla ele alındığı ve nasıl tanımlandığı, kime/kimlere sosyal girişimci denileceğini ve hangi kurumların sosyal girişim olarak adlandırılacağını etkilemektedir.

Burada belirtilmesi gereken en önemli konu ise, sosyal girişimciliğin bireysel bir bağlılıkla başlamak zorunda olmadığıdır. Sosyal girişimcilik çalışmaları, küçük bir gruptan, bireylerin oluşturduğu bir takıma, örgütlerden, çeşitli ağlara hatta topluma kadar yayılabilir. Çünkü sosyal girişimcilikte yerleşmiş problemleri çözmek için yeni radikal yaklaşımlar geliştirmek gereklidir. Bu nedenle özellikle sektörler arası işbirliği şarttır. Sektörler, işletmeler, çalışma grupları, örgütler hep birlikte çeşitli niteliklerde sosyal girişimcilik örneği sergileyebilirler. Mesela, aynı sektörde faaliyet gösteren

³² Özdevecioğlu, vd., 2009, s;81.

firmalar kimyasal atık niteliğindeki boya tenekelerinin imha edilmesine yönelik bir sosyal girişimde bulunabilirler³³.

Birlikte anılan sosyal girişimcilik, sosyal sorumluluk kavramları her ne kadar birbirinden farklı olsalar da, ikisinin birbirini destekleyen çalışmaları bünyesinde barındırdığı söylenebilir. Bu nedenle sosyal girişimciliği daha iyi anlayabilmek için sosyal sorumluluğun yukarıda da açıklandığı gibi ne olduğunun bilinmesi yararlı olacaktır.

Sosyal sorumluluk genel bir ifadeyle, kuruluşların alacakları kararların toplumu nasıl etkileyeceğini düşünerek karar mekanizmalarını bu duyarlılık çerçevesinde çalıştırmaya özen göstermeleridir. SA 8000 Standartlarıyla uygulamanın sınırları belirlenmiştir. Sosyal girişimcilik ise; sosyal sorumluluk faaliyetlerini tamamlamak üzere, kuruluşun üstlendiği geniş çaplı çalışmaları içerir. Özetle sosyal girişimcilik³⁴:

- İşletmelerin gücünü sorumlulukla dengeler.
- Satışlarda, pazar payında ve karlılıkta sürekli artış sağlar.
- İşletmenin toplumsal imajını yükseltir.
- Nitelikli çalışanları çekme ve elde tutma olanağı sağlar.
- İşletmeye yatırımcılar ve mali analiz uzmanlarının sempatisini ve ilgisini artırır.

Sosyal girişimcilikte gönüllülük esastır. Bu özelliğinden dolayı da, işletmeleri olduğu kadar sivil toplum kuruluşlarını (STK) da içine almaktadır. Dünyada ve daha yakın bir zamanda olmak üzere Türkiye'de sosyal girişimcilik alanında önemli projelere imza atan işletmelerin ve STK'ların sayısı giderek artmaktadır³⁵.

Bu durumda akla gelen “Sosyal girişimciler kimlerdir?”, sorusunu şöyle yanıtlamak mümkündür; “Mevcut sistemin farkında olmadığı alanları keşfederek, tanımlanmamış ihtiyaçları tatmin etmek amacıyla, kaynakları bir araya toplayan, düzenleyen ve bundan tüm tarafların fayda elde etmesini sağlayan kişilerdir” .

Bu açıklamalara dayanarak sosyal girişimcilerin aşağıdaki amaçlara ulaşmak için yenilikleri kullanan birer değişim ajanı olarak kabul edilebileceği savunulabilir³⁶:

³³ Özdevecioğlu, vd., 2009,s;84.

³⁴ Budak ve Budak, 2010 (2), s;126.

³⁵ <http://zaferkarakoc.blogspot.com/2010/05/sosyal-girisimcilik-uzerine.html>.

³⁶ Özdevecioğlu, 2009;87.

- Sosyal değer yaratacak ve sürdürececek bir misyonu kabul ederler,
- Bu misyona hizmet edecek yeni fırsatları bulurlar ve takip ederler,
- Sürekli yenilik, uyum ve öğrenme süreciyle ilgilenirler,
- Eldeki mevcut kaynaklarla sınırlandırılmaksızın faaliyet gösterirler,
- Hizmet ettikleri topluluğa karşı güçlü bir sorumluluk duygusuna sahiptirler.

Sosyal girişimciler yenilikçidirler. Çünkü sürekli yeni modeller geliştirirler ve yeni yaklaşımlara öncülük ederler. Yenilik çok farklı şekillerde gerçekleşebilir. Tamamen yeni bir şey icat etmek gerekli değildir. Var olan bir fikri farklı bir şekilde veya farklı bir duruma uyarlamak da yenilik olarak düşünülebilir. Fon bulma açısından bakıldığında sosyal girişimciler, sosyal değer yaratacak şekilde yatırım yaptıkları zaman, inovatif arayışlar içinde olurlar. Bu durumda inovasyon, yapma istekleri onların süreklilik arz eden çalışma biçimleridir, denilebilir

Sosyal girişimciliği en iyi açıklayan örneklerden biri de; Cristobal Colon'un şu inovatif hikâyesidir; "Colon, İspanya'da psikiyatri okumuş ve en son akli dengesi bozulan hastalarla çalışmıştır. Ancak hastaları meşgul etmek için hazırlanan ve terapi adı altında geçen yararsız uygulamalardan yılmış ve hastalarının, insanların satın almak isteyeceği şeyler üreten gerçek bir şirkette gerçek bir iş sahibi olarak çalışırlarsa, hayatlarının bir anlam ve değer kazanacağını düşünmüştür. 1982'de Cataluna'da yaşayan ve ineklerden anlayan biri olarak mandıra işine girmiştir. Şimdi ise Nestle ve Danone'den sonra La Fageda İspanya'daki en büyük üçüncü pazar payına sahip yoğurt şirketine sahiptir. Burada çalışan akli dengesi bozuk kişiler ise; yıllık ciroları 6.3 milyon euroya ulaşan bir değer yaratmaktadırlar³⁷. Buna benzer bir çok inovatif sosyal girişimcilik hikayesi Dünya'da da ülkemizde de mevcuttur.

SONUÇ

Yoksullukla mücadele ederken, dezavantajlı konumdaki insanları zaman zaman desteklemek, hem onur kırıcı, hem de sürdürülebilirliği risklidir. Ayrıca ekonomiyi bir kısır döngüye de sokmaktadır. Türkiye'nin Farouk Jiwa, Cristobal Colon gibi "Sosyal Girişimcilere" ihtiyacı vardır. Kuşkusuz

³⁷ http://www.siviltoplumakademisi.org.tr/index.php?option=com_content&view=article&id=573:sosyal-girisimcilik-nedir&catid=49:akademik&Itemid=113.

yukarıda söylendiği gibi inovasyon yaratmak için geliştirilen stratejiler risklidir. Bu durumda sosyal girişimcilerin tüm inovasyon tutkunu girişimciler gibi belirsizliğe toleranslarının yüksek olması beklenmelidir. Eldeki kıt kaynakları en verimli biçimde kullanıp, paydaşlarının haklarını koruma konusunda duyarlı olmaya daha başlangıçta hazır bulunmalıdırlar. Ancak bu sayede yeni paydaşlar bulma, onlarla ortak faydaları paylaşma olanağına sahip olabilirler ve ülkede yoksul sayısının azaltılarak sürdürülebilir bir refah düzeyine katkı yaratabilirler.

KAYNAKÇA

- BAHADIRLI, S., A.Y. DEMİR, G. DİKMENER, vd. (2012); Büyüyen Kapsayıcı Piyasalar Türkiye’de Sosyal Girişimcilik Vakaları, İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları, İstanbul.
- BERKER, B. (2008); Kurumsal Sosyal Sorumluluk Projeleri Üzerine Kuramsal ve Uygulamalı Bir Çalışma, yayınlanmamış yüksek lisans tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- BUDAK Gönül ve Gülay BUDAK (2) (2010); İmaj Mühendisliği Vizyonundan Halkla İlişkiler, 5.Baskı, Barış Yayınları, İzmir.
- BUDAK Gönül (1998); Yenilikçi Yönetim, Yaratıcı Birey, Sistem yayıncılık, İstanbul.
- BUDAK Gülay ve Gönül BUDAK (1) (2010); İşletme Yönetimi, VI. Baskı,Barış Yayınları, İzmir.
- ÇAKIR, B. (2006); SA 8000 Sosyal Sorumluluk Standardının Örgütsel Bağlılık ve İş Doyumuna Olan Etkileri, yayınlanmamış yüksek lisans tezi, D.E.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.
- DENİZALP, Hülya (2009); Toplumsal Dönüşüm İçin Sosyal Girişimcilik Rehberi, STGM yayını
- DUNDON, E. (2002); The Seeds of İnnovation- Cultivating the Synergy That Fosters New Ideas, AMACOM, New York.
- DUYGULU, Ethem (2008); Algılanan Kurumsal Görünüm, Proaktif Kişilik Özelliği ve İş Kurma Tutumu, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi (2), İzmir. ü
- ERSEN, T. B., KAYA, D. ve MEYDANOĞLU, Z. (2010); Sosyal Girişimler ve Türkiye İhtiyaç Analizi Raporu, TÜSEV Yayınları, İstanbul.
- JUDGE, S. R. (2012); Örgütsel Davranış, (İ. Erdem, Çev.), Nobel yayın Dağıtım, İstanbul.

KIZILKAYA, E. (2005); Joseph A. Schumpeter'in Girişimcilik Fikrine Dair Bir Not, Akdeniz Üniversitesi İ.İ.B.F Dergisi (10), Antalya.

ÖZDEVECİOĞLU Mahmut ve Ayşe CİNGÖZ (2009) ; "Sosyal Girişimcilik ve Sosyal Girişimciler: Teorik Çerçeve", Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, Sayı: 32, Ocak-Haziran.

ÖZTÜRK, A. (2010); İşletmelerde Sosyal Sorumluluk Faaliyetlerinin Çalışanların Performanslarına Etkisi Üzerine Bir Araştırma, Yüksek Lisans Tezi, D.E.Ü.

PELTEKOĞLU, Balta Filiz (1993); Halkla İlişkilere Giriş, Marmara Üniversitesi Yayını, No: 524, İstanbul.

TAYFUN, Recep (2009); Sosyal Girişimcilik ve Kurumsal Sosyal Sorumluluk İlişkisinin Halkla İlişkiler Açısından Önemi, VI. Uluslararası SKT Kongresi, 23-25 Ekim, Çanakkale.

İnternet Kaynakları

http://biibf.comu.edu.tr/php/index.php?option=com_content&view=article&id=150&Itemid=282; (14.03.2011).

<http://zaferkarakoc.blogspot.com/2010/05/sosyal-girisimcilik-uzerine.html>; (20.02.2011).

http://www.siviltoplumakademisi.org.tr/index.php?option=com_content&view=article&id=573:sosyal-girisimcilik-nedir&catid=49:akademik&Itemid=113; (15.03.2011).