INSPIRE

AVRUPA'DA SOSYAL GİRİŞİMCİLİĞİN KARŞILAŞTIRMALI ANALİZİ

Sosyal Girişimcilik için İnovasyon Projesi
(2021-1-FR01-KA220-VET-000034853)

"Avrupa Komisyonu'nun bu yayının üretimine verdiği destek, yalnızca yazarların görüşlerini yansıtan içeriklerin onaylandığı anlamına gelmez ve burada yer alan bilgilerin herhangi bir şekilde kullanılmasından Komisyon sorumlu tutulamaz."

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

İÇİNDEKİLER

01 sf.2 — Sosyal Girişimcilik için İnovasyon: Literatür Taraması

02 sf.10 — Sosyal Girişimcilik Anketi

03 sf.21 — Öğrenme İhtiyaçları, Zorlukları ve Motivasyonu: Sosyal Girişimcilerle Odak Grupların Analizi

04 sf.25 — Tarihçe, Yasal Çerçeve, Ölçme, Ekosistem ve Gelecek Eğilimler: Sosyal Girişimciliğin Ülke Analizi

05 sf.40 — Bulguların Analizi

TANITIM

Bu rapor, Erasmus+ Programı tarafından ortak finanse edilen **2021-1-FR01-KA220-VET-000034853 numaralı "INSPIRE: Sosyal Girişimcilik Projesi için İnovasyon"** projesi çerçevesinde geliştirilmiştir.

Bu raporun sonuçları, dört aşamadan oluşan bir araştırma metodolojisine dayanmaktadır.

İlk aşama, proje ortakları tarafından sosyal girişimcilikle ilgili yapılan bir literatür taramasından oluşmaktadır (Bölüm 1).

İkincisi, sosyal girişimcilik alanına geçmek isteyen veya bu alanda belirli ilerlemeler kaydetmiş genç işsizlerle yapılan bir anketin sonucuna ilişkin tartışmadır. Katılımcıların yanıtları, genç girişimcilerin sahip olması gereken beceri ve özellikler ile genç girişimcilerin karşılaşabilecekleri engeller açısından değerlendirilmiştir (Bölüm 2).

Üçüncü aşama, genç sosyal girişimciler ve üniversitelerden profesörlerle gerçekleştirilen odak grup toplantısıdır. Odak grup toplantıları kılavuzu, sosyal girişimcilerin özel ihtiyaçlarını, zorluklarını ve motivasyonlarını belirlemek için tasarlanmıştır (Bölüm 3).

Son olarak, dördüncü aşama, ortak kuruluşların ülkelerindeki sosyal girişimcilikle ilgili olarak tarihsel gelişimin, yasal çerçevenin, sosyal girişimlerin ölçümünün ve ekosistemin analizidir (Bölüm 4).

BÖLÜM 1

Sosyal Girişimcilik için İnovasyon: Literatür Taraması

Özet

Sosyal girişimciliğin önemi, toplumsal değişime katkısı ve kamu politikaları üzerindeki etkisi ile bir kez daha öne çıkmaktadır. Ancak sosyal girişimci olmak, her projedeki amaç ve misyonun sürdürülebilir bir şekilde başarısı için gerekli olan bir dizi beceriyi gerektirmektedir. Bu çalışma, sosyal girişimcilik kavramını, Avrupa'daki sosyal girişimci örneklerini, motivasyonlarının neler olduğunu ve karşılaştıkları zorlukları ortaya koymayı amaçlamaktadır.

Giriş

Son birkaç yılda, özellikle gönüllülük ve sivil bağlılık (Gandhi ve Raina, 2018) konusunda sosyal girişimciliğe olan ilgi giderek artmıştır (Ferreira ve ark., 2016; Rey-Martí ve ark, 2015). Ayrıca hükümetler ve yeni kurulan organizasyonlar da, "yeni çalışma modelleri" oluşturarak ve yeni girişimleri destekleyerek sosyal girişimciliği desteklemeye başlamışlardır (Ferreira ve ark., 2016).

Bununla birlikte, sosyal girişimcilik kavramı hala güçlü ve net bir şekilde tanımlanamamıştır (Mair & Martí, 2006; Alvord, Brown & Letts, 2002). Bu çalışma, sosyal girişimcilik kavramının tanımına katkı sağlamayı ve sosyal girişimcilerin kim olduğunun daha iyi bilinmesini amaçlamaktadır. Ayrıca, bu çalışma, sosyal girişimcilerin uğraştığı ihtiyaçların ve zorlukların belirlenmesine katkıda bulunmayı hedeflemektedir.

1 Kavramın tanımı (ve evrimi)

İlk olarak, geleneksel girişimci kavramı, "kendi hesabına çalışan ve bir işi başlatan, organize eden, yöneten ve bir işin sorumluluğunu üstlenen, birçok kişinin başkası için çalışan bir çalışan olmaya tercih ettiği kişisel bir meydan okuma sunan" kişi olarak tanımlanır (Segal, Borgia & Schoenfeld, 2014). Dolayısıyla girişimciler, öz yeterlilik, risk toleransı, yenilikçilik ve yaratıcılık gibi işletme faaliyetlerini yürütmek için gerekli bilgi ve becerilere sahip olduklarını düşünmektedir (Smith, Bell ve Watts, 2014).

Berger & Luckmann (1966), sosyal bilimlere "sosyal inşa" fikrini kazandırmıştır. Ana fikir, bir sosyal sistemde etkileşime giren insanların, aktörlerin birbirleriyle ilişkili olarak oynadıkları karşılıklı rolleri tanımlayarak, zaman içinde eylemlerin kavramları veya zihinsel temsillerini yaratacağıdır. Arka planda, Wallace (1999), sosyal amaçlı ekonomik kalkınma bakış açısıyla, sosyal ve politik uyumun toplum üzerindeki rolüne odaklanmaktadır.

Girişimcilik sosyal terimi, pazarda yeni bir şey yaratarak (Luke ve Chu, 2013; Shane, 2003; Thompson, 2002), sosyal bir amaç, fırsatların belirlenmesi, "kahraman aktörler", sosyal değişim ajanları, yeni pazar fırsatlarının tanıtılması (Nicholls, 2010; Dees, 2001) ve risklerin kabul edilmesi ile inovasyon ile ilişkilidir (Certo ve Miller, 2008) . Carraher, Welsh ve Svilokos (2016) sosyal girişimciliği, kaynakların sosyal değişime neden olan, sosyal ihtiyaçlara cevap veren yenilikçi bir şekilde kullanılmasını içeren süreç olarak tanımlamaktadır. Son olarak, Ferreira ve ark. (2016), literatür incelemesinde, sosyal girişimcilik kavramını dört perspektifte incelemektedir: sosyal değer, esenlik yerleşikliği, uluslararasılaşma ve kurumsal perspektif.

Girişimcilik öğretiminde öncü bir okul olan Babson kolejinin projelerine göre, sosyal girişimcilik projeleriyle üç ayırt edici özellik ilişkilendirilmektedir (Saraiva, 2015).

a) Özellikle sağlık, eğitim, yoksulluk, açlık, enerji, su, küresel ısınma, biyoçeşitlilik, bilgi-içerme konularında sosyal veya çevresel sorunlarla mücadele etmek için hedeflenen fırsatları bulmayı amaçlar;

b) Yeni organizasyonun değerler kültürü, farklı paydaşların ihtiyaçlarına daha fazla önem vermektedir, bu nedenle sadece tedarikçi ve müşteri arasındaki ilişki ile sınırlı değildir;

c) Performansın karakterize edildiği ve izlendiği yol, satış, kâr veya diğer katı mali önlemlerin çok ötesine geçerek, kurtarılan ağaç sayısı veya yoksulluk seviyelerinin azaltılması gibi bu bağlamda daha önemli veya daha önemli olan diğer göstergelere ek olarak nüfus içinde.

Başka bir deyişle, geleneksel bir girişimci, daha düşük düzeyde sosyal vicdan ile finansal kazanç sağlamaya odaklanmaktadır. Sosyal girişimci, daha yüksek düzeyde sosyal vicdan ile sosyal kazanca ve "görevle ilişkili etki arayışına" odaklanmaktadır (Gandhi & Raina., 2018).

Ayrıca sosyal girişimcilik ile sosyal girişimleri birbirinden ayırmak da önemlidir (Luke ve Chu, 2013). Avrupa Komisyonu'na göre (Borzaga vd., 2020), sosyal girişimler "sosyal veya toplumsal bir ortak iyiye (sosyal boyut) ulaşmak için ticari faaliyetler (girişimcilik/ekonomik boyut) yürütür ve kendi amaçlarını yansıtan bir misyon (kapsayıcı yönetişim-mülkiyet boyutu)" veya mülkiyet sistemine sahip bir organizasyondur . Bu, sosyal girişimi sosyal amaçlar için var olan, belirli bir misyona sahip, piyasayı kullanan bir organizasyon olarak tanımlayan Luke & Chu (2013) ve Barraket ve diğerleri (2010) ile tutarlıdır. Ayrıca sosyal girişimler, ülkeler arasında ulusal mevzuat, siyasi stratejiler, akademik düzey ve sosyal girişimciler açısından farklılıklar göstermektedir.

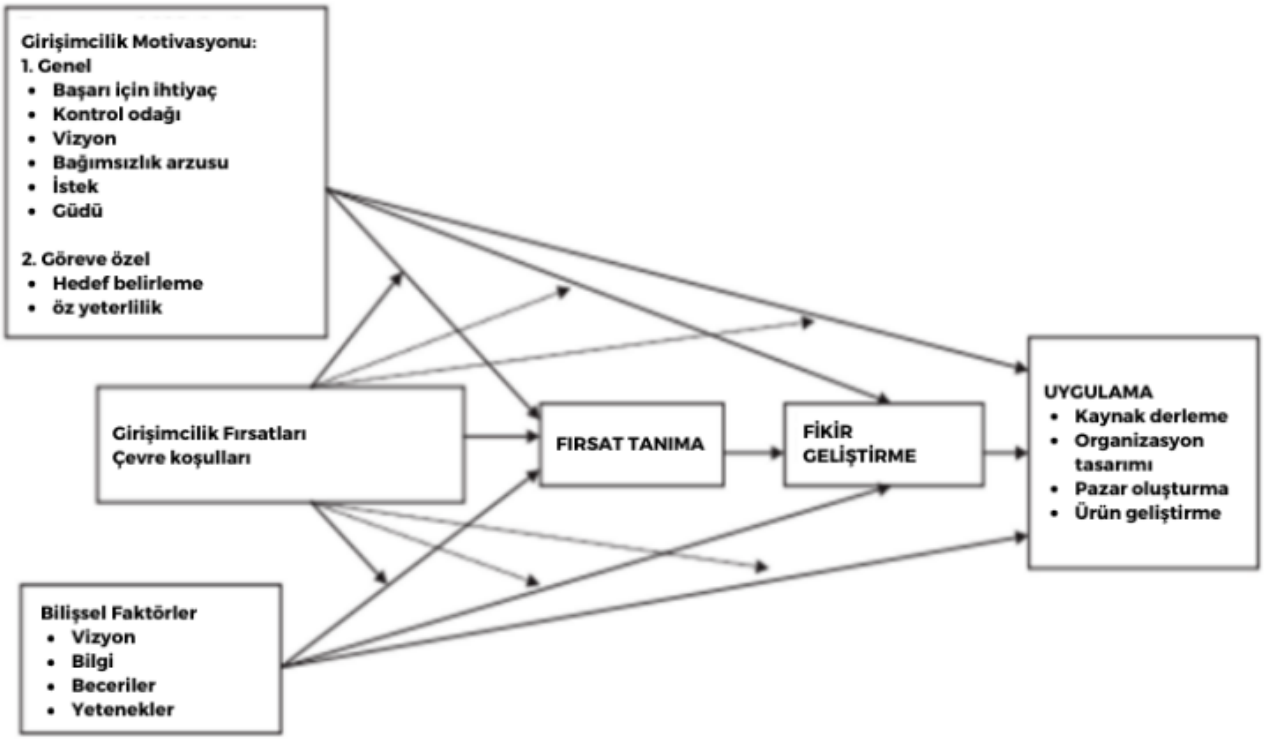
Sosyal girişimciliğe bir örnek, sosyal girişimcileri uluslararası bir ağ aracılığıyla destekleyen ve 60 ülkeye yayılmış 2.000'den fazla üyesi olan Ashoka vakfıdır (www.ashoka.org). Ashoka vakfı, 1980 yılında, kuruluş kuruluşları ve kamu hizmeti konusunda uzun bir geçmişe sahip öncü bir sosyal girişimci olan Bill Drayton tarafından kurulmuştur.

Avrupa bağlamında bir başka örnek de Genç Vakıftır. (www.youngfoundation.org), Londra merkezli, araştırma ve eğitim faaliyetlerinden farklı olgunluk aşamalarındaki yüksek öğretim projeleri için somut desteğe kadar çok çeşitli girişimlerle yenilikçiliği ve sosyal girişimciliği destekleyen entegre bir platformdur (Saraiva, 2015). Genç Vakıf (YF), 1954'te Michael Young (1915 - 2002) tarafından 80'den fazla yeni organizasyonun (örneğin, The Open University, The School for Social Entrepreneurs, Year Here, Social Innovation Exchange) kuluçkalanmasında kurulmuştur. YF'nin misyonu "daha adil bir geleceği şekillendirmek için farklı sektörlerden insanları içeren girişimler yaratmak"tır (https://www.youngfoundation.org/about/history/).

2 Sosyal Girişimcilik için Motivasyonlar

Sosyal girişimcilik (SG), sosyal adalete odaklanır, eşitsizlikleri azaltır, tüm insanların iyi bir yaşam kalitesine sahip olmasını sağlar (Peredo & McLean, 2006). Yine de SG, bu amaca ulaşılmasına yardımcı olan finansal olarak sürdürülebilir çözümler sağlamayı amaçlamaktadır (Luke & Chu, 2013; Peredo & McLean, 2006). Spesifik olarak SG, kişisel bir misyondan, sosyal sorunları çözme (örneğin, hastalara ücretsiz ilaç dağıtımı) (Yunus, 2007) ve bir topluluğu ve bir yeri yeniden yapılandırma arzusundan başlamaktadır (Thompson, 2002).

Şema 1: Geleneksel Girişimci Motivasyonları ve Girişimcilik Süreci Modeli (Shane, Locke & Collins, 2003).

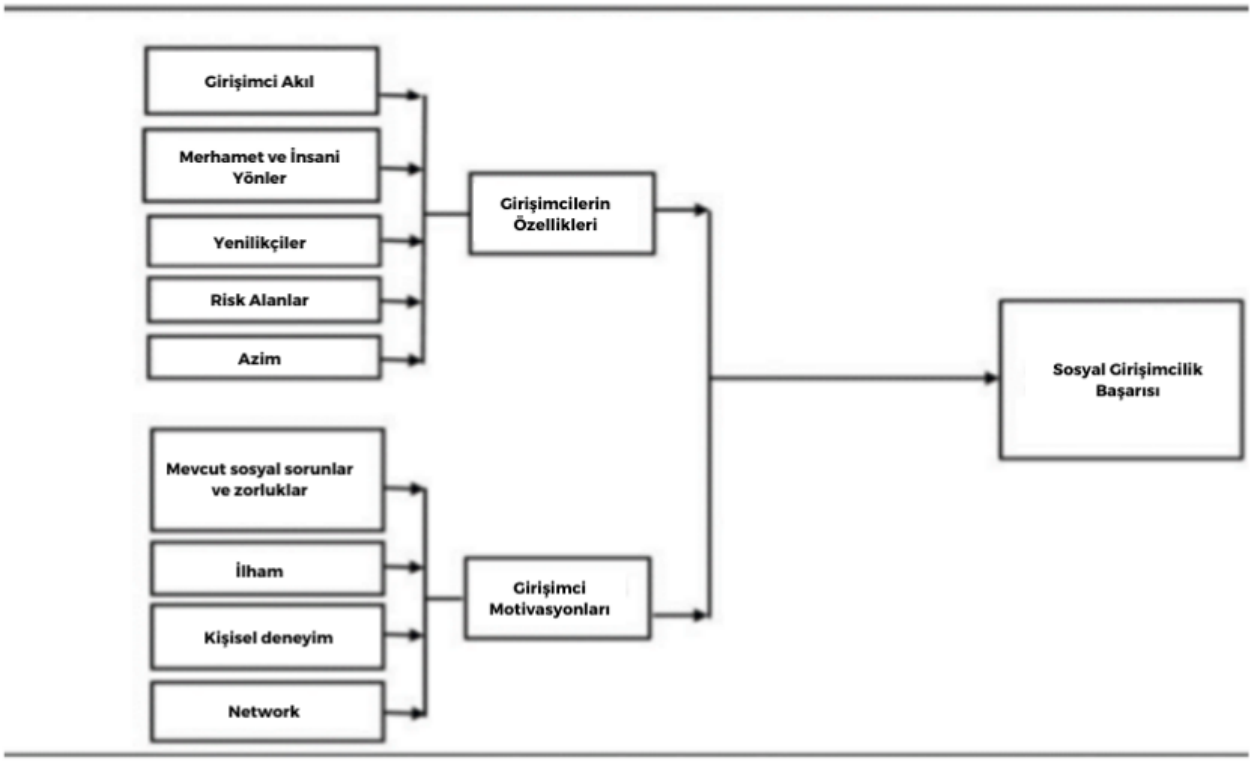


Şema 2: Sosyal Girişimcilik Motivasyonları (Ghalwash, Tolba ve Ismail, 2017)

Sosyal Girişimcilik Motivasyonları

Girişim için inisiyatif almak	Devam etmek için iradeli olmak
Mevcut Sosyal Sorunlar ve Zorluklar • Karşılanmayan sosyal ihtiyaçları çözme arzusu. • Onları fırsatları belirlemeye ve yenilikçi çözümler bulmaya yönlendiren toplumu değiştirme arzusu. **İlham** • Yeni fikirlere ve vizyona ilham veren farklı durumlara ve deneyimlere maruz kalmak, • Yurtdışına seyahat veya kalıtsal dini inançlar bir ilham kaynağı olabilir. **Kişisel Deneyim** • Sosyal girişimcilerin kişisel deneyimleri, onları sosyal projelere başlamaya yönlendirir. • Farklı deneyimler, girişimcileri başkaları için refah ve mutluluk aramaya teşvik eder.	**Network** • Network, insan davranışını yönlendirmede takviye sağlar. • Sosyal girişimciler cesaretlendirilir, desteklenir ve güç kazanır. • Network, sosyal girişimcilere duygusal, rasyonel ve fiziksel destek sağlar. • Network, girişimcilerin finansmana erişmesine yardımcı olur. • Network, kuruluşların gelişmesi için beceri ve bilgi birikimi sağlar.

Şema 3: Sosyal Girişimciler için Kavramsal Model ve Motivasyonlar (Ghalwash, Tolba ve Ismail, 2017)



3 Sosyal Girişimciliğin (SG) Zorlukları/Engelleri

Sosyal girişimcilik, eğitim, sağlık, cezaevi reformu için mesleki eğitim, yoksulluğun azaltılması ve yağmur ormanlarının korunması gibi sosyal ve çevresel zorluklara odaklansa da, kaynakları verimli bir şekilde yönetme ve zorluklarla etkili bir şekilde yüzleşme kapasitesi konusunda endişeler bulunmaktadır (Kaufman, 2012). Bu bölümde, sosyal girişimcilerin bireysel ve bağlamsal/örgütsel düzeyde karşılaştıkları temel zorlukların ve zorlukların bir özeti sunulacaktır.

SG ZORLUKLARININ ÖZETİ

Kişisel

- Aşağıdakiler için gerekli olan insan kaynakları stratejisi eksikliği: tüm ortaklarla farklı mantıklara sahip ilişkiler geliştirmek (Greblikaite ve diğerleri, 2015); insanları işe almak ve motive etmek (Thompson, 2002); uygun becerilere sahip gönüllüleri çekmek ve elde tutmak (Greblikaite ve diğerleri, 2015);
- Birden fazla paydaş talebini yönetirken bir liderlik konumunu sürdürmek (Greblikaite ve diğerleri, 2015);
- Yenilikçi olmak, yüksek risk almaya istekli olmak (Kraus vd., 2014; Thompson, 2002);
- Koruma eksikliği (Ghalwash, Tolba ve Ismail, 2017);
- Liderlik niteliklerinin eksikliği (Kraus ve diğerleri, 2014);
- Uygun bir iş stratejisinin olmaması (Greblikaite ve diğerleri, 2015);
- Başkalarına yardım etme taahhüdü eksikliği (Thompson, 2002);
- Hayal gücü ve stratejik vizyon eksikliği: bir ihtiyaç açığının ve ilgili bir fırsatın belirlenmesi (Thompson, 2002);
- Girişimci Zihniyet: Önceki iş deneyimi, Bilgi, beceri ve teknik bilgi (Ghalwash, Tolba, & Ismail, 2017).

Kavramsal/Kurumsal

- Finansman desteği ve finansal kaynaklara erişim eksikliği (Greblikaite ve ark., 2015);
- Sosyal girişimci projesi, finansal kurumlar tarafından uygulanabilir bir yatırım olarak görülmeyebilir (Greblikaite ve ark., 2015); Sosyal hedeflere (ekonomi, politika) ulaşmak için uygun olmayan sosyal bağlam (Greblikaite ve ark., 2015);
- Kültür etkileri (klişeler; değişime direnç, gelenek);
- İhtiyaç duyulan kaynakları güvence altına alma yeteneğinin olmaması (Thompson, 2002);
- Bürokrasi (Ghalwash, Tolba ve İsmail, 2017);
- Yolsuzluk (Ghalwash, Tolba ve İsmail, 2017);
- Devlet desteğinin olmaması (Ghalwash, Tolba ve Ismail, 2017).

4 SG ve Genç Nesil

SG genellikle gençler tarafından kurulur veya gençler çalıştırılır. Örneğin, dünyanın en ünlü sosyal girişimcilerinden biri olan Bill Drayton, Ashoka'yı genç bir öğrenciyken kurmuştur.

Rachel Brathen de bir başka ünlü ve başarılı genç sosyal girişimcidir. Tüm zamanların en başarılı kitle fonlu yoga projesi olan, ilk çevrimiçi yoga platformlarından biri olan ve artık emekli olan, oneOeight.com'u kurmuştur. Online kanalı oneoeight.tv sağlık, yoga ve meditasyon hizmetleri sunuyordu. Rachel Brathen ayrıca 23 yaşında tüm üyelerin biz, kapsayıcılık, topluluk, sorumluluk gibi belirli değerleri "toplumumuzdaki boşlukları doldurmak için" savunduğu "Yoga kızları bursu"nu oluşturmuştur. (https://www.yogagirl.com/about/yogagirl-r-scholarship)

Ayrıca, 18 yaşındaki Nils Reichardt, 2018'de iki arkadaşı Jonas Sander ve Henry Silderhuis ile birlikte Sharezone uygulamasını kuran Almanya'dan bir "genç girişimci" ve genç koşu yarışmacısıdır. Platform, öğrencilerin, öğretmenlerin ve velilerin okulda olan her şeyle hızlı bir şekilde senkronize olmalarını sağlamaktadır. Ayrıca Sharezone, özellikle Covid-19 döneminde velilerin öğretmenlerle daha iyi iletişim kurmasına yardımcı olmaktadır.

19 yaşındaki Timo Timmi, Estonya'dan bir "genç girişimci". 99math'i 2018'de kurmuştur. 99math, arkadaşlar arasındaki yarışmalarla öğrencileri yeni bilgi edinme konusunda daha fazla ilgilenmeye ve matematikte daha iyi olmaya teşvik eden bir kombinasyon matematik oyunudur. Öğretmenler, öğrenciler ve velileri tarafından kullanılabilecek ücretsiz bir platformdur (https://99math.com/).

Başka bir genç girişimci, 2018'de müşterilerin içinde bir sürprizle geri dönüştürülmüş kağıttan yapılmış benzersiz geri dönüştürülmüş tebrik kartları satın alıp gönderebileceği sonra da bu kartlardan bitki yetiştirelecekleri "Grow A Wish"i kuran Hollandalı 19 yaşındaki Fabiënne Overbeek. . Bu, birini önemsediğinizi çevre dostu bir şekilde göstermek için çok zarif bir hediyedir. Fabiënne aynı zamanda kadınların daha iyi işler bulmalarına veya potansiyel kariyerlerini geliştirmelerine yardımcı olan bir akademi olan "Genç Bayanlar İş Akademisi"nin de elçisidir (https://www.elskedoets.com/ladybusinessacademy/).

Kaufman'a (2013) göre gençlerin zamanı, idealizmi, enerjisi ve coşkusu vardır. Ayrıca, gençler geleceğin liderleridir, bu nedenle politik ve ekonomik istikrarsızlığın olduğu bir dünyada olumlu sosyal değişimi teşvik etmek, üretken değişim yapıcılar olmak için sosyal politikaya dahil olmaları gerekir (Kaufman, 2013). Ancak yaşlıların bilgelik, bilgi, duyarlılık ve bilgi birikimine sahip olmaları başarılı bir sosyal girişim olmak için önemli unsurlardır (Kaufman, 2013).

Sonuç

Tüm dünyada, "Atlantik'in her iki yakasında", sosyal girişimciliğin ve sosyal girişimlerin temel misyonu, kâr dağıtımından ziyade "sosyal değer" yaratarak topluma fayda sağlamaktır (Defourny & Nyssens 2009). Ayrıca, sosyal girişimcilik sadece sosyal değer yaratmakla kalmaz, aynı zamanda iş ve sermaye de yaratır (ReyMartí vd., 2015).

Dolayısıyla, sosyal girişimciler, kaynakları ve insanları yönetmek için gerekli olan teknik bilgiye hakim olmakla kalmayıp, aynı zamanda sosyal sorunları hafifletmeye, topluma fayda sağlamaya ve güçlendirmeye izin veren fırsatları belirlemelidir.

BÖLÜM 2

Sosyal Girişimcilik Anketi

Anket, girişimcilik/sosyal girişimcilik alanına geçmek isteyen veya girişimcilik/sosyal girişimcilik alanında belirli ilerlemeler kaydeden genç işsizler ile Belçika, Fransa, İrlanda, Portekiz ve Türkiye olmak üzere beş ülkenin tamamında gerçekleştirilmiştir.

Anketin amacı, genç girişimciler, becerileri, bireysel özellikleri ve girişimcilikle ilgili engeller hakkında genel bilgi sahibi olmak ve girişimciliği teşvik etme yöntemlerini incelemektir. Bu amaçla, ankete İrlanda'dan 1, Belçika'dan 2, Fransa'dan 5, Portekiz'den 28 ve Türkiye'den 33 kişi olmak üzere toplam 69 genç girişimci katılmıştır.

Ankette üç bölümde, birden fazla soru bulunmaktadır. Birinci bölüm genel bilgiler bölümüdür. Katılımcılara şu anki tarih, cinsiyet, yaş, göçmenlik geçmişi, eğitim düzeyi, ülke ikametgahı, iş deneyimi, katılımcının sosyal girişimcilikle ilgilenip ilgilenmediği, ilgileniyorsa faaliyet türü ve katılımcının girişimcilik ile ilgili herhangi bir eğitim alıp almadığı hakkında sorular sorulmaktadır.

İkinci bölüm girişimcilik ile ilgili becerileri, bireysel özellikleri ve engelleri incelemektedir. Bu bölüm üç alt bölümden oluşmaktadır. İlk alt bölümde, pazarlama becerileri, iletişim becerileri ve finansal beceriler gibi girişimcilik becerilerinin bir listesi bulunmaktadır. Katılımcılardan her birine ne kadar sahip olduklarını ve bu becerileri geliştirmenin ne kadar gerekli olduğunu düşündüklerini belirtmeleri istenmektedir.

İkinci alt bölümde, kendine güven, risk alma eğilimi ve merak gibi girişimcilik faaliyeti için önemli bireysel özelliklerin bir listesi bulunmaktadır. Katılımcılardan yine her birine ne kadar sahip olduklarını ve bu bireysel özelliklerin ne kadar geliştirilmesi gerektiğini düşündüklerini belirtmeleri istenmektedir.

Üçüncü alt bölümde, pazar engelleri, bürokratik ve kültürel gibi girişimcilik çabalarında karşılaşılabilecek olası engeller ele alınmıştır. Yine katılımcılardan, onlarla ne kadar karşılaşacaklarına inandıklarını ve girişimcilik faaliyetlerini engellemek için ne kadar gerekli olduğunu düşündüklerini, katılımcıların onlarla karşılaşmayı düşünüp düşünmediklerini belirtmeleri istenir. Bu üç alt bölümdeki değerlendirmeler 1:hiç, 2:çok az, 3:orta, 4:yeterli ile 5:çok arasında 5'li Likert ölçeğinde değerlendirilmektedir.

Üçüncü bölüm, girişimcilik faaliyetlerini teşvik etmek için faaliyetleri ve yöntemleri iki alt bölümde incelemektedir. İlk alt bölümde, girişimcilik faaliyetlerini teşvik edecek yöntemlerin bir listesi sunulmakta ve katılımcılardan girişimcilik eğitiminin her birini ne kadar içermesi gerektiğini düşündüklerini belirtmeleri istenmektedir. İkinci alt bölümde, girişimcilik faaliyetlerini teşvik eden faaliyetlerin bir listesi sunulmaktadır ve yine katılımcılardan girişimcilik eğitiminin her birini ne kadar içermesi gerektiğini düşündüklerini belirtmeleri istenmektedir. Anketin ikinci bölümüne benzer şekilde, üçüncü bölüm de 1:hiç, 2:çok az, 3:orta, 4:yeterli'den' 5:çok'a kadar 5'li Likert ölçeğinde puanlanmaktadır.

İRLANDA

İrlanda örneğinde, katılımcıların %100'ü erkek, orta yaşlı, eğitim düzeyi mezunu ve sosyal girişimcilikle ilgilenmiyor. Teknik, problem çözme, kendi kendini yöneten planlama, öz düzenleme becerilerini yeterince değerlendirirken, öğrenme becerileri konusundaki mevcut bilgilerini de değerlendirir. Öte yandan, kaynak edinme, finansmana erişim, pilot işletmecilik becerileri ve işgücü piyasası bilgisini bir hiç olarak değerlendiriyor.

Katılımcı, listelenen 24 girişimcilik becerisinden 18'inde bilgi, beceri ve deneyimini geliştirmesi gerektiğini düşünmektedir. Bu 18 becerinin çoğu, bir önceki adımda mevcut bilgi, beceri ve deneyimlerini hiç ya da çok fazla olarak değerlendirdiği becerilerdir. Girişimci özellikler açısından kendini yeterli coşku, motivasyon, enerji, çalışkanlık, hayal gücü, yenilik odaklılık, yaratıcılık, özerklik, kişisel kontrol, başarı ihtiyacı, organizasyon ve irade sahibi olarak değerlendirmektedir. Ayrıca kendini sorumlu, proaktif, inisiyatif, azimli, kararlı ve meraklı olarak değerlendiriyor. Özetle, listelenen 31 girişimcilik özelliğinden 18'inin yeterli veya daha yüksek düzeyde olduğunu düşünmektedir. Girişimcilik becerileri örüntüsüne benzer şekilde, hiçbir şey, çok veya çok az kategoride değerlendirilen bu özelliklerin geliştirilmesi gerektiğini düşünüyor.

Girişimciliğe yönelik olumsuz sosyal tutumlar, yetersiz girişimcilik eğitimi, ağ eksikliği, finansal kaynaklardaki bilgi eksikliği, fikirlerin işe dönüştürülmesindeki zorluklar, yönetim becerileri eksikliği ve kişisel engeller, girişimcilik çabalarında karşılaşılabilecek engeller olarak görüyor. . Ayrıca beceri eksikliği, pazarlama fikri eksikliği ve bürokratik engeller katılımcı tarafından yeterli engel olarak gösterilmektedir. Toplamda sunulan 12 engelden 10'u girişimcilik çabaları için ciddi engeller olarak değerlendirildi. Eğitim bölümünde katılımcı, mentorluk, iş danışmanlığı, kuluçka/ofis olanakları, ağ oluşturma fırsatları, takip desteği, işbirlikçi eğitim, eğitim ve öğretim yöntemleri çok önemli olarak değerlendirilmiştir.

Ayrıca, geçim indirimi, başlangıç sermayesi, öz-yönetimli deneyimli öğrenme, ekonomik/finansal olanaklar yöntemleri yeterli önem düzeyinde değerlendirilmektedir. Başarı yöntemi örneği, tüm yöntemler arasında çok az veya çok az olarak değerlendirilmiştir. Katılımcının girişimcilik faaliyetinin teşvik edilmesi için hemen hemen tüm yöntemlere önem verdiği anlaşılmaktadır. Girişimcilik faaliyetlerini teşvik edici faaliyetler açısından 9 tanesi çok önemli, 4 tanesi yeterli ve sadece 1 tanesi az ya da çok olarak değerlendirilmiştir. Katılımcı, girişimcilik faaliyetini teşvik edecek hemen hemen her türlü faaliyeti önemli bulmaktadır.

Son olarak, girişimcilik becerilerinin ve özelliklerinin değerlendirilmesi, girişim için fikrin seçimi ve yapılandırılması, girişimcilik başlangıç sürecinin girişimcilik fikri aşamalarının iş planı ve "Start-up" projesi için "çok" düzeyinde belirli bir eğitim çok önemlidir. .Pazar ve ürün analizi ve girişimci fikir aşamalarının sürdürülebilirliğinin sağlanması da katılımcı için "yeterli" düzeyde önemlidir.

BELÇİKA

Belçika örneğinde, katılımcıların %50'si kadın, diğer %50'si erkektir. Katılımcıların yaş ortalaması 34.5'tir. Tüm katılımcıların %100'ü orta/lise eğitim düzeyine sahiptir, hiçbiri göçmen geçmişine sahip değildir. Tüm katılımcılar sosyal girişimcilikle ilgilenmektedir. Ancak, %50'sinin aklında bir aktivite yokken, %50'sinin sanatsal bir sosyal fikri bulunmaktadır. Hiçbirinin girişimcilikle ilgili herhangi bir eğitimi bulunmamaktadır. Katılımcılar çoğunlukla sosyal-kültürel sektörlerde çalışmaktadır.

Katılımcıların tamamı kaynak edinme, ağ kurma, öğrenme, yaratıcı, eleştirel ve stratejik düşünme bilgi, beceri ve deneyimlerini "yeterli" düzeyde, fırsat tanımlama, fırsat yaratma, finansmana erişim, iş planlama, pilot işletme yürütme, işletme olarak değerlendirirken beceriler, finansal beceriler, yeni ürün ve hizmet geliştirme becerileri, öz-yönetimli planlama becerileri, öz düzenleme becerileri "ne az ya da az" ya da düzeyin altı olarak değerlendirmiştir.

Pazarlama becerileri, yönetim becerileri, liderlik becerileri, kişilerarası beceriler, iletişim becerileri ve işgücü piyasası bilgisi açısından; Katılımcıların %50'si kendilerini "orta" düzeyinde değerlendirirken, diğer %50'si yeterli veya fazla bilgi, beceri ve deneyime sahip olduğunu düşünmektedir.

23 girişimcilik becerisinden 13'ü, katılımcıların %50'si tarafından az veya çok az, %50'si yeterli düzeyde geliştirmek için gerekli olarak değerlendirilmektedir. 4 diğer girişimcilik becerisi, katılımcıların yarısı tarafından yeterli düzeyde, diğer yarısı tarafından ise çok düzeyde değerlendirilmektedir. 5 beceri, tüm katılımcılar tarafından geliştirilmeye yeterli derecede gerekli olarak değerlendirilir. Genel olarak, katılımcılar listelenen tüm girişimcilik becerilerinin farklı derecelerde gelişmek için gerekli olduğunu düşünmektedir.

Girişimcilik özellikleri açısından, tüm katılımcılar kendilerini yeterli azim, belirsizlik ve belirsizlik toleransı, hayal gücü sahibi olarak görürken, girişimcilik tutkusu, enerjisi, cesareti, organizasyon ve irade özelliklerine sahip olduklarını ya da çok az olduğunu düşünmektedirler. Öte yandan, katılımcıların %100'ü, kendilerini serbest meslek ve merak konusunda "çok" düzeyde olumlu tutuma sahip olarak değerlendirmektedir. Ne yazık ki, katılımcıların %50'si kararlı olduklarını ya da çok az olduğunu düşünürken, diğer %50'si ise "hiçbir şey" düzeyinde kararlı olduklarını düşünmektedir. Benzer şekilde, tüm katılımcılar güç ihtiyaçlarını "hiç" düzeyinde değerlendirmektedir.

İyileştirme gerekliliği için şevk, motivasyon, özgüven, proaktiflik, inisiyatif, azim, enerji, yenilikçilik yönelimi, başarı ihtiyacı, risk alma eğilimi, liderlik yeteneği, organizasyon ve irade özellikleri katılımcılar tarafından "yeterli" veya "çok" seviyesinde değerlendirilmiştir. Sorumluluk duygusu, çalışkanlık, belirsizlik ve belirsizliğe tolerans, merak, esneklik ve öz-yeterlik özellikleri açısından katılımcılar zıt davranışlar sergilemektedir. %50'si bu özellikleri geliştirmenin gerekli olarak "hiç" düzeyinde değerlendirirken, diğer %50'si "çok" düzeyinde değerlendirmektedir.

Olası engeller için kültürel engeller, fikirlerin işe dönüştürülmesindeki zorluklar, finansal kaynaklar ve bunlara nasıl ulaşılacağı konusunda bilgi eksikliği, bireysel engeller ve yönetim becerilerinin eksikliği girişimcilikle ilgili ciddi engeller olarak kabul edilmektedir.

Eğitim bölümünde mentorluk, iş danışmanlığı, kuluçka, başlangıç sermayesi, takip desteği, kendi kendine deneyimli öğrenme, ekonomik/finansal olanaklar ve eğitim yöntemleri, katılımcıların yarısı tarafından "yeterli" düzeyinde önemli olarak değerlendirilirken diğer yarısı tarafında "çok" önemli olarak değerlendirildi. Ayrıca, ağ oluşturma fırsatları ve eğitim yöntemleri, katılımcıların %100'ü tarafından çok önemli olarak değerlendirilmiştir. Geçim indirimi, diğer yöntemler arasında tüm katılımcılar tarafından en düşük önem derecesi olan "hiç veya çok az" almıştır. Diğer tüm faaliyetler, katılımcılar tarafından yeterince önemli veya çok fazla önemli olarak görülmektedir.

Son olarak girişimcilik becerilerinin ve özelliklerinin değerlendirilmesi hususunda, girişim için fikrin seçimi ve yapılandırılması, pazar ve ürün analizi, iş planı ve girişimcilik fikrinin sürdürülebilirliğinin sağlanması için; girişimci start-up sürecinin aşamalarında eğitim, katılımcıların %100'ü tarafından "çok" önemli olarak ifade edildi. Bununla birlikte, girişimci fikir aşamasının pilot projesi, katılımcıların %50'si tarafından "hiç veya çok az" önemli, diğer %50'si tarafından ise çok önemli olarak değerlendirilmektedir. Ayrıca katılımcılar bu sürecin herhangi bir aşamasında maddi destek görmek istediklerini belirtmişlerdir. Belçika'dan katılımcılar, girişimcilik başlangıç sürecinin neredeyse tüm aşamalarını son derece önemli buluyorlar.

FRANSA

IFransa örneğinde, katılımcıların %60'ı kadın, %20'si erkek ve %20'si ise cinsiyetlerini söylememeyi tercih ediyor. Yaş ortalaması 34'tür. Katılımcıların %40'ı yüksek lisans, %40'ı lisans üstü ve %20'si doktora derecesine sahiptir. Katılımcıların %40'ı sosyal girişimcilik ile ilgilenmektedir. Kimisi sosyal restoran açmak isterken kimisi göçmenlerle çalışmak istiyor. Yüksek lisans döneminde temel girişimcilik dersleri almış katılımcılar mevcut. Katılımcıların mevcut bilgi becerilerinin ve deneyimlerinin değerlendirilmesi büyük ölçüde farklılık göstermektedir. Katılımcıların %40'ı kendilerini yeterli fırsat tanımlama, fırsat yaratma, kaynak edinme, pilot iş yürütme, liderlik becerileri, ekip çalışması becerileri, işbirlikçi beceriler, kişilerarası beceriler, iletişim becerileri, ağ oluşturma becerileri, problem çözme becerileri ve öz düzenleme becerilerine sahip buluyor.

Finansmana erişim konusunda, %40'ı mevcut bilgilerinin "hiç" seviyesinde olduğunu düşünüyor. Ayrıca, %40'ı fırsat tanımlama, kaynak edinme, pazarlama, yönetim, iletişim, öğrenme, yeni ürün ve hizmetlerin geliştirilmesi, kendi kendine yönetilen planlama becerileri açısından çok fazla bilgili, yetenekli veya deneyimli değildir.

Fırsat yaratma, kaynak elde etme ve finansmana erişim, katılımcıların %33'ü tarafından "yeterince" düzeyinde, diğer %33'ü tarafından ise çok düzeyinde geliştirilmesi için gerekli görülen becerilerdir. Girişimci özellikler söz konusu olduğunda, katılımcıların %60'ı kendilerini çok hevesli, motivasyonlu, kararlı, kişisel kontrole sahip, ve esnek olarak değerlendirmektedir.

Serbest meslek ve girişimcilik tutkusuna yönelik olumlu tutum açısından, çoğunluk kendilerini "yeterli" ve "çok" nitelikli olmaktan ziyade "az" veya "hiç veya çok az" niteliğe sahip olarak bulmaktadır. Bu özellikler katılımcılarda geliştirilebilir. Katılımcıların 2/3'ü sorumluluk duygusu, proaktiflik, belirsizlik ve belirsizlik toleransı, hayal gücü, kişisel kontrol ve irade gücü özelliklerinin geliştirilmesinin gerekli olduğunu ifade etmiştir. Girişimci tutku, bağlılık, özerklik, başarma ihtiyacı, bağımsızlık ihtiyacı ve liderlik yeteneği, çoğunlukla "az" veya "hiç veya çok az" düzeyde değerlendirildiği için katılımcılar tarafından geliştirilecek kadar önemli görülmemektedir.

Engeller açısından ise bürokratik engeller katılımcıların %60'ı tarafından "fazla" olarak değerlendirilmektedir. Ayrıca fikirlerin işe dönüştürülmesindeki zorluklar, finansal kaynaklar ve bunlara nasıl ulaşılacağı konusundaki bilgi eksikliği, tüm katılımcıların %60'ı tarafından "yeterince" engel teşkil eden kavramlar olarak ifade edilmiştir. Öte yandan, katılımcılar kültürel engelleri "hiç", "az" veya "hiç veya çok az" seviyelerinde değerlendirdikleri için bu engelleri ciddi engeller olarak görmedikleri anlaşılmaktadır.

Eğitim bölümünde, katılımcıların %40'ı tarafından girişimcilik faaliyetlerini teşvik etmek için iş danışmanlığı, kuluçka, geçim yardımı, ağ oluşturma fırsatları, takip desteği ve başarı yöntemleri örnekleri "çok önemli" olarak değerlendirilmiştir.

Ayrıca ekonomik/finansal imkanlar ve eğitim yöntemleri %60 oranında yeterince önemli olarak derecelendirilmiştir. Öz-yönetimli deneyimli öğrenme, işbirlikli eğitim ve eğitim, değerlendirmelerde “hiç veya çok az” düzeyi baskın olduğu için büyük ölçekte önemli görülmemektedir. Girişimci faaliyeti teşvik eden faaliyetler açısından, neredeyse tüm faaliyetler çoğunlukla "çok" önemli veya "yeterince" önemli seviyelerinde değerlendirilmiştir. Yalnızca çalıştaylar, videolar, ve konferanslar "az" veya "hiç veya çok az" önemli olarak görülüyor. Dolayısıyla girişimcilik faaliyetini teşvik eden hemen hemen tüm faaliyetlerin önemli olduğu anlaşılmaktadır.

Son olarak, katılımcıların %40'ı girişimcilik becerilerinin ve özelliklerinin değerlendirilmesi, girişim için fikrin seçimi ve yapılandırılması, pazar ve ürün analizi, iş planı, girişimcilik fikrinin pilot projesi ve girişimcilik fikrinin sürdürülebilirliğinin sağlanmasını "çok" önemli bulmaktadır. Ancak, girişim için fikrin seçimi ve yapılandırılması, girişimcilik fikrinin pilot projesi ve girişimcilik fikrinin sürdürülebilirliğinin sağlanması, katılımcıların %60'ı tarafından ya "az" önemli ya da "hiç veya çok az" önemli olarak derecelendirilmiştir.

PORTEKİZ

Portekiz örneğinde, katılımcıların %77,8'i kadın, %22,2'si erkektir. Katılımcıların yaş ortalaması 21.5'tir. Katılımcıların %85,7'si lisans, %7,1'i ortaöğretim ve %7,1'i lisansüstü eğitim düzeyine sahiptir. Katılımcıların yaklaşık %93'ü sosyal girişimcilikle ilgileniyor ve çoğunluğunun kafasında gönüllülük var. Daha önce sosyal girişimcilikle ilgili eğitim geçmişi olan katılımcılar mevcut. Katılımcıların yaklaşık %83'ü iş tecrübesine sahiptir.

Katılımcıların mevcut bilgi becerilerinin ve deneyimlerinin değerlendirilmesi büyük ölçüde farklılık göstermektedir. Fırsat tanımlama, fırsat yaratma, kaynak edinimi, finansmana erişim, iş planlaması, pilot iş yürütme, teknik beceriler, iş becerileri, finansal beceriler, pazarlama becerileri, problem çözme becerileri, yeni ürün ve hizmet geliştirme becerileri, kendi kendine yönetilen planlama becerileri ve işgücü piyasası bilgisi açısından, katılımcılar kendilerinin çoğunlukla "yeterli" veya "çok" seviyelerinden ziyade daha düşük bilgi, beceri ve deneyim seviyelerine sahip olduğunu düşünmektedir.

Yönetim becerileri, liderlik becerileri, ekip çalışması becerileri, işbirlikçi beceriler, kişilerarası beceriler, iletişim becerileri, ağ oluşturma becerileri, öğrenme becerileri ve yaratıcı, eleştirel ve stratejik düşünme becerileri için, katılımcıların çoğu kendilerini "yeterince" veya "çok" bilgili, yetenekli ve deneyimli olarak değerlendiriyor. Öte yandan, tüm girişimcilik becerileri, geliştirmek için "yeterince" veya "çok" derecelerinde önemli olarak görülmektedir.

Girişimcilik özellikleri açısından, katılımcıların %57'si "yeterince" girişimcilik tutkusuna sahip, motive ve dayanıklı olduklarını ifade etmektedir. Benzer şekilde, katılımcıların %53'ü kendilerini yeterli şevk, enerji, esneklik, öz yeterlik, liderlik yeteneği ve irade sahibi olarak değerlendirmektedir. Ancak insanlar belirsizlik ve muğlaklığa tolerans özellikleri konusunda kendilerine güvenmemektedirler. Serbest meslek sahibi olmaya yönelik olumlu tutum, kendine güven, inisiyatif, yenilikçilik yönelimi, yaratıcılık, risk alma eğilimi, finansal risk toleransı ve liderlik yeteneği, geliştirilmesi gereken önemli özellikler olarak görülmektedir.

Girişimcilerin karşılaştığı engeller söz konusu olduğunda, listelenen engellerin hiçbiri katılımcılar tarafından ciddi bir engel olarak belirtilmemiştir. Kültürel engeller, teknoloji kullanımındaki zorluklar, pazarlama fikirlerinin eksikliği ve yönetim becerilerinin eksikliği, güçlü engeller olarak yorumlanmamaktadır. Ağ eksikliği, piyasa engelleri, finansal kaynaklar ve bunlara nasıl erişileceği konusunda bilgi eksikliği, bürokratik engeller ve bireysel engeller görece daha güçlü engellerdir.

Eğitim bölümünde, hemen hemen tüm yöntemler, katılımcıların %80'inden fazlası tarafından girişimcilik faaliyetini teşvik etmek için "yeterince" öne veya "çok" önemli olarak değerlendirilmiştir. Benzer şekilde, kursiyeri tüm potansiyellerini keşfetmeye zorlamak, kursiyeri kişisel güçlü ve zayıf yönleriyle ilgili farkındalığını artırmaya zorlamak, yaratıcılığını çağırmak, hataları başarısızlık yerine öğrenme fırsatları olarak görmek, eleştirel düşünmeyi teşvik etmek, pratik staj, atölye çalışmaları,, videolar ve konferanslar yani girişimcilik faaliyetlerini teşvik etmeye yönelik 14 etkinlikten 7'si katılımcıların %50'sinden fazlası tarafından “çok” önemli olarak görülüyor. Temelde, tüm eğitim faaliyetleri ve gelişim fırsatları katılımcılar tarafından önemli olarak görülmektedir.

Son olarak, diğer tüm destek biçimleri, girişimcilik becerilerinin ve özelliklerinin değerlendirilmesi, girişim için fikrin seçimi ve yapılandırılması, girişimcilik fikrinin pazar ve ürün analizi, iş planı ve pilot projesi ve girişimcilik fikrinin sürdürülebilirliğinin sağlanması aşamaları katılımcıların %80'inden fazlası tarafından "yeterince" veya "çok" önemli olarak değerlendirilmiştir. Katılımcıların girişimcilik faaliyetinin teşvik edilmesinde eğitimin önemini anladıkları görülmektedir.

TÜRKİYE

Türkiye özelinde ise katılımcıların %53.6'sı erkek, %46.4'ü kadındır. Katılımcıların yaş ortalaması yaklaşık olarak 28'dir. Katılımcıların %46,2'si lisansüstü (yüksek lisans, doktora) eğitim, %42,3'ü lisans, %7,7'si çıraklık ve %3,8'i orta/lise düzeyinde eğitime sahiptir. Katılımcıların %27'si sosyal girişimcilikle ilgilenmektedir. Sosyal girişimcilikle ilgilenen katılımcılar, yoga ve meditasyon, göçmen insanlar, eğitim gibi alanlarda çalışmak istiyor. Girişimcilikle ilgili eğitim almış kişiler mevcut ancak bunlar çok küçük bir yüzdeyi oluşturmaktadır. Ayrıca, katılımcıların %21'i iş tecrübesine sahiptir.

Girişimcilik becerileri açısından, katılımcıların kendilerini ortalama olarak “yeterli” düzeyden daha az bilgili, yetenekli ve deneyimli olarak değerlendirdikleri bir beceri bulunmamaktadır. Tüm beceriler için, katılımcıların çoğunluğu kendilerini “yeterli” veya “çok” düzeyde yetenekli bulmaktadır. Bu becerilerin geliştirilmesi açısından, tüm beceriler, katılımcıların %50'si veya daha fazlası tarafından “yeterli” veya “çok” düzeyde geliştirilmesi gerekli şeklinde değerlendirmiştir. Yeni ürün ve hizmet geliştirme becerileri, yönetim becerileri ve iş becerileri, katılımcıların %90'ı veya daha fazlası tarafından önemli ölçüde geliştirilmesi gerekli olarak değerlendirilen üç beceridir.

Girişimci özellikler söz konusu olduğunda, girişimcilik becerilerine benzer bir örüntü vardır. Katılımcıların cevapları, büyük bir çoğunluğunun serbest meslek, girişimcilik tutkusu, heves, motivasyon ve diğer özelliklere karşı olumlu bir tutuma sahip olduğunu ifade etmektedir. Ancak, az sayıda katılımcının kendilerini “hiç” veya “az" düzeyde sahip olduğunu düşündüğü bazı özellikler vardır. Bu katılımcıların yüzdesi, girişimcilik becerilerindeki yüzdeye göre daha düşüktür. Katılımcıların çoğunluğu girişimci özelliklere sahip olma konusunda özgüven sahibidir.

Bu özelliklerin geliştirilmesi açısından, katılımcıların %54'ü serbest meslek ve özerkliğe yönelik olumlu tutumun "çok" düzeyde geliştirilmesi gerektiğini düşünürken, %63'ü güç ihtiyacının "yeterli" düzeyde iyileştirilmesi gerektiğini düşünmektedir. Genel olarak, tüm girişimcilik özellikleri, gelişmek için gerekli olarak yüksek derecelerde değerlendirilmiştir.

Engeller konusunda ise katılımcıların %54'ü yetersiz girişimcilik eğitimini “yeterli” düzeyde bir engel olarak görmektedir. Ayrıca kültürel engeller, beceri eksikliği, pazar engelleri, fikirlerin işe dönüştürülmesindeki zorluklar, finansal kaynaklar ve bunlara nasıl ulaşılacağı konusunda bilgi eksikliği, pazarlama fikirlerinin eksikliği ve bürokratik engeller katılımcıların %75'inden fazlası tarafından güçlü engeller olarak değerlendirilmiştir (“yeterli” ve “çok” düzeylerinde).

Eğitim kısmında ise mentorluk, katılımcıların %60'ı tarafından “çok” önemli olarak değerlendirilen bir yöntemdir. Benzer şekilde, katılımcıların yaklaşık %50'si başlangıç sermayesi ve ağ oluşturma fırsatlarının “yeterli” düzeyde önemli olduğunu düşünmektedir. Öte yandan, %33'ü ekonomik/finansal olanakların, başarı örneği ve eğitimin girişimcilik faaliyetlerini teşvik etmek için çok önemli olduğunu düşünmüyor.

Girişimciliği teşvik eden faaliyetler için ağ oluşturma alanları, katılımcıların %90'ı tarafından daha üst düzeyde önemli olarak seçilmiştir. Son olarak, girişim için fikrin seçimi ve yapılandırılması ve girişimci fikrin sürdürülebilirliğinin sağlanması, katılımcıların yaklaşık %54'ü tarafından "çok" önemli olarak değerlendirilerek diğer diğer en önemli destek biçimleri olarak gösteriliyor. Her türlü eğitim yöntemi, faaliyet ve diğer destek biçimleri, genel olarak katılımcıların çoğunluğu tarafından girişimcilik faaliyetini teşvik etmek için önemli ve faydalı görülmektedir.

Sonuç olarak, finansmana erişim, pilot çalışma yürütme ve işgücü piyasası bilgisi, tüm ülkelerden katılımcıların kendilerini yetersiz buldukları temel becerilerdir. Benzer şekilde, belirsizliğe tolerans, risk alma eğilimi ve serbest meslek sahibi olmaya yönelik olumlu tutum, genel olarak iyileştirilmesi gereken özelliklerdir. Girişimcilerin karşılatığı engeller ve bariyerler hususunda, fikirlerin işe dönüştürülmesindeki zorluklar, finansal kaynaklar ve bunlara nasıl ulaşılacağı konusunda bilgi eksikliği, pazarlama fikirlerinin eksikliği ve bürokratik engeller en çok dile getirilen engellerdir. Bu engellerin üstesinden gelmek için ilave çabalar gereklidir. Son olarak, tüm ülkelerden katılımcılar, girişimcilik faaliyetini teşvik etmek için her türlü eğitim yöntemini, faaliyeti ve diğer destek biçimlerini son derece önemli olarak bulmaktadır.

Anket Sonuçları Özeti

Kriter	İrlanda	Belçika	Fransa	Portekiz	Türkiye
Cinsiyet	%100 erkek	%50 kadın %50 erkek	%60 kadın %20 erkek %20 söylememeyi tercih ediyor	%77.8 kadın %22.2 erkek	%46.4 kadın %53.6 erkek
Ortalama Yaş	46	34.50	34.40	21.50	28
Eğitim düzeyi	%100 lisans üstü	%100 orta/yüksek öğrenim	%40 master %20 doktora %40 lisans sonrası	%85.7 lisans %7.1 ortaöğretim %7.1 lisans sonrası	%46.2 lisans üstü %42.3 lisans %7.7 çıraklık %3.8 ortaöğretim
Sosyal girişimciliğe ilgi	%0	%100	%40	%93	%27
Geliştirilmesi gereken girişimsel bilgi, beceri ve deneyimler	Kaynak edinme, finansmana erişim, pilot işletme yürütme, işgücü piyasası bilgisi	fırsat tanımlama, fırsat yaratma, finansa erişim, iş planlaması, pilot iş yürütme, iş becerileri, finansal beceriler, yeni ürün ve hizmet geliştirme becerileri, kendi kendini yöneten planlama becerileri, öz düzenleme becerileri	fırsat yaratma, kaynak edinme, finansmana erişim	fırsat tanımlama, fırsat yaratma, finansa erişim, kaynak edinme, iş planlaması, pilot iş yürütme, teknik beceriler, iş becerileri, finansal beceriler, pazarlama becerileri, problem çözme becerileri, yeni ürün ve hizmet geliştirme becerileri, kendi kendini yöneten planlama becerileri, işgücü piyasası bilgisi	yeni ürün ve hizmet geliştirme becerileri, yönetim becerileri, iş becerileri
Geliştirilmesi gereken girişimcilik özellikleri	Serbest mesleğe karşı olumlu tutum, girişimci tutku, Belirsizlik ve muğlaklığa tolerans, Sezgi, Bağımsızlık ihtiyacı, Risk alma eğilimi, Finansal risk toleransı, Cesaret, Esneklik, Liderlik yeteneği, Organizasyon, irade	Heves, Motivasyon, Kendine güven, Proaktiflik, İnisiyatif, Azim/Hedefte ustalık, Enerji, Yenilikçilik odaklılık, Başarı ihtiyacı Risk alma eğilimi, Liderlik yeteneği, Organizasyon, irade	Sorumluluk duygusu, Proaktiflik, Belirsizlik ve belirsizliğe tolerans, hayal gücü, kişisel kontrol, irade	Serbest mesleğe karşı olumlu tutum, özgüven, inisiyatif, yenilikçilik odaklılık, yaratıcılık, risk alma eğilimi, finansal risk toleransı, liderlik yeteneği,	Serbest mesleğe karşı olumlu tutum, özerklik, güç ihtiyacı
Engeller	beceri eksikliği, pazarlama fikirlerinin eksikliği, bürokratik	kültürel, fikirleri işe dönüştürmedeki zorluklar, finansal kaynaklar ve bunlara nasıl ulaşılacağı konusunda bilgi eksikliği, bireysel, yönetim becerilerinin eksikliği	fikirleri işe dönüştürmede zorluklar, finansal kaynaklar ve bunlara nasıl ulaşılacağı konusunda bilgi eksikliği	ağ eksikliği, piyasa engelleri, finansal kaynaklar ve bunlara nasıl erişileceği konusunda bilgi eksikliği, bürokratik, bireysel	fikirleri işe dönüştürmedeki zorluklar, finansal kaynaklar ve bunlara nasıl ulaşılacağı konusunda bilgi eksikliği, pazarlama fikirlerinin eksikliği, bürokratik

BÖLÜM 3

Öğrenme Gereksinimleri, Zorluklar ve Motivasyon: Sosyal Girişimcilerle Odak Grupların Analizi

Odak grup toplantısı 25 Mart'ta Zoom Toplantısı şeklinde gerçekleştirildi. Toplantı, genç sosyal girişimciler ve iki profesörün iştirakiyle İrlanda, Belçika, Portekiz, Fransa ve Türkiye'den toplam 9 kişinin katılımıyla gerçekleştirildi. Katılımcılar ve bağlı oldukları kuruluşlar aşağıdaki sunulmaktadır:

- Workplace Innovatıon Europe Clg (IRE)- Peter Totterdill, Tracy Keogh
- Iscte-Instituto Unıversıtárıo De Lisboa (PT)- Maria José Sousa, Carla Solé Iglesias
- İnovatif Düşünce Derneği(TR)- Özlem Kızıldağ, Faize Yıldız
- Voices Of The World (BE)- Elnaz Shadras, Giulia Antonini
- Assocıatıon Culturelle Des Jeunes Turcs De Bar Le Duc (FR)- Seray Ural

Katılımcıların çoğu, sivil toplum kuruluşlarına, gönüllü çalışmalara ve sosyal projelere ilgi duyan, lisans veya yüksek lisans düzeyindeki genç öğrencilerden oluşan girişimcilerdir.

Genç sosyal girişimcilerden oluşan odak grubu, işbirlikçi öğrenme ortamlarının nasıl teşvik edileceğini anlamamızı sağladı, genç girişimcilerin işgücü piyasalarının COVID-19 salgını döneminde karşılaştığı ve ileride karşılaşabileceği zorluklara yanıt verme kapasitesini geliştirmek ve güçlendirmek için yeni metodolojilerin benimsenmesi yoluyla onları dönüştürücü ve kapsayıcı hale getirdi.

Görüşülen kişilerin sosyal girişimci olma motivasyonu, sosyal sorunlara karşı çok duyarlı olmaları ve bu sorunlara çözüm bulmak istemeleridir.

"Hayatım boyunca gönüllüydüm ve iş araçlarını bildiğim bir yere geldiğimde toplumsal sorunlara, çözüm üretmeye ve çözümlerin bir parçası olmaya gerçekten duyarlıydım. İş dünyasını biliyorum ve benim için, kariyerim için anlamlı işlere sahip olmak için kendi işimi yaratabileceğimi biliyorum."
-Özlem, Türk girişimci

Motivasyon

Odak grup katılımcıları ile ilgili en ilginç noktalardan biri, hemen hemen tüm katılımcıların hayatlarına veya kariyerlerine sosyal girişimcilik yerine farklı bir alanda başlamış olmalarıdır. Ancak hayatta yapmak istedikleri ile yaptıklarının çok farklı olduğunun farkındalar.

"Aslında lisans eğitimimden sonra ilk olarak üç yıl geleneksel kariyerime devam etmeye çalıştım. Ancak kendi kararlarımı verebilecek durumda değildim. Ve sahip olmak istediğim etkiye sahip olamadım. Böylece bununla kariyerimi değiştirmeye ve insani yardım çalışmalarına başlamaya karar verdim. Sonra meslektaşlarımın geçen yıl yarattığı bu harika küçük projeyi öğrendiğimde, doğru yerde olduğuma karar verdim çünkü gerçekten motivasyonumuz çok yüksek. Harika fikirlerimiz var. Bence bu, işi ortaya koyabilmek ve ardından eylemlerinizin sonucunu çok daha doğrudan bir şekilde görebilmek için harika bir fırsat."
-Carla, İspanyol girişimci

Başka bir katılımcı da aynı sorgulama sürecinden geçmiş ve asıl önemsediği şeyin uluslararası ilişkiler okumaktan ziyade mutluluk kavramı olduğunu anlamış. Bir gün uyandığında sorunun değil çözümün bir parçası olmak istediği aydınlanmasını yaşar. Çözüm üretmenin en iyi yolu olarak adaletsizliğe karşı çalışmayı düşünür. Bu nedenle sosyal girişimcilik kariyerine göçmen kadınlara yardım sunan bir STK'da başlamıştır.

"'Henüz bir sosyal girişimci değilim ya da henüz sosyal girişimci olmadığımı söylemeyi seviyorum. Ama bir gün olmayı çok isterim."

Öte yandan, uzaktan istihdam olanakları için çözümler üreten kar amacı gütmeyen bir kuruluş işleten İrlandalı bir girişimci, sosyal girişimciliğe girişme nedeninin motivasyondan çok hayal kırıklığından kaynaklandığını belirtiyor.

"Bu bir motivasyon değildi. Bu bir hayal kırıklığı. Sorunun çözülememesinin yarattığı hayal kırıklığı..."

Sosyal girişimcilik kariyerine, ortada olan bir problemin çözümü için hiçbir çabanın olmamasına dayanamadığı için başlamıştır.

Zorluklar

Toplantıda sosyal girişimlerin ve sosyal girişimcilerin karşılaşabilecekleri bazı zorluklar ve engeller tartışıldı. Bunlardan biri de fonlara ulaşmaktır. Kar amacı gütmeyen bir organizasyonu yöneten İrlandalı Tracy, kâr amacı güden şirketlere, kâr amacı gütmeyen şirket veya kuruluşlardan daha fazla fon sağlandığını ifade ediyor. Tracy, Kar amacı gütmeyen yapı nedeniyle kuruluşunun finanse edilmediği durumlarla karşı karşıaya kalmış. Kar amacı gütmeyen kuruluşlar birden fazla fon alıyormuş gibi görünebilir; ancak, genellikle, fonların miktarı 20.000-30.000 gibi küçük miktarlar. Benzer iş alanlarını yöneten şirketlerin 80 milyon, 150 milyon ve 200 milyon değerinde fonlara erişimi var.

"Çalışma alanımızdaki şirketler 80 milyon 150-250 milyon desteklere erişebilirken biz hala 50.000'den bahsediyoruz."
-Tracy, İrlandalı girişimci

Tracy'ye benzer şekilde Portekiz'den Carla da insani yardım çalışmalarını inceliyor ve karşılaştıkları en büyük zorluğun finansman olduğunu belirtiyor. Projelerini finanse etmekte zorlanıyorlar. **Genç bir STK olarak önlerindeki en önemli engel, deneyim kanıtı olarak daha önce onaylanmış bir projeye sahip olmamak.** Bu engeli aşamadıkları için strateji değiştirmeye ve sadece ortakları olan ve onaylanmış projeleri olan projeleri uygulamaya karar vermişler. Böylece, fonlar için onay almak daha kolay olabiliyor.

Öte yandan, Fransa'dan Seray, çevreye duyarlı, olumlu etkisi olan ürünler üreten bir firmayı yönetiyor. Girişimlerin hükümet tarafından 30.000 Euro'luk seyreltilmemiş fonlarla finanse edilme olasılığının olduğunu ifade ediyor. Bu parayla başlangıç yapmak gerçekten iyi bir fırsat çünkü büyük bir yatırım yapmadan ürünü üretmek gerçekten zor. İmalata başladıktan sonra yatırımcı bulmak daha kolay oluyor. Bu nedenle Seray ve şirketi bu trendi takip ediyor. Finansman durumu hakkında iyimser bir bakış açısına sahipler. İstasyon F adında bir kuluçka merkezinde faaliyet gösteriyorlar. Bu merkezde ayrıca bir Ar-Ge laboratuvarı da mevcut.

Almanya'da bir sosyal girişimde çalışan Türk girişimci Özlem, fazla tecrübesi olmayan bir sosyal girişimci için finansal konuların gerçekten zor olduğunu belirtiyor. Yatırımcılar bütçeyi, sosyal etkiyi ve ne için ödeme yaptıklarını bilmek istiyorlar. Bu nedenle Özlem, fonlara ulaşmak ve stratejisini değiştirmek için başka yollar üretmeyi öğrenmek için Almanya'ya gitmiş. Türk ekosisteminde bunlar pek yaygın değil. **Türkiye sosyal girişimciliğe aşina değil.** Girişimcilerin kendilerini yatırımcılara, insanlara ve hatta yasalara açıklamaları gerekiyor. Bu, Türkiye'deki sosyal girişimler ve sosyal girişimciler önündeki güçlü bir engeldir.

Ek olarak Tracyi kadın girişimci olmanın istatistiksel olarak daha fazla zorluğu ve sorunu olduğunu belirtiyor. Kadınlar için fon bulmak daha zor. Öte yandan Belçika'dan Elnaz, bunun finansman için nereye ulaştığınıza bağlı olduğunu düşünüyor.

"Eğer bu bölgesel bir hükümet fonuysa, örneğin, bir zamanlar genç bir hanımefendi ve işbirliği yaptığım başka bir STK'nın söylediğini hatırlıyorum, eğer cinsiyet sorunları, siyasi konular vb. gibi herhangi bir etkisi olan bir şey yapmak istiyorsak, bize fon sağlamayacaklarını söylemişti. Ancak örneğin birfırın açmak istesek, bize fon sağlarlardı."

Tracy ile aynı fikirde olan Elnaz, bir deneme, iki deneme ve birçok denemeden sonra kadın girişimciler için belli bir yol, olduğunu fark ettiğini ifade ediyor.

Toplantıda sosyal girişimler ve girişimciler için olası zorluklar ve engeller tartışıldı. Katılımcıların ifadeleri doğrultusunda, finansman ve fonlanma, STK'ların ve kar amacı gütmeyen kuruluşların karşılaştığı en büyük engel gibi görünüyor. Ayrıca sosyal girişimin geliştiği ekosistem de oldukça önemlidir. Sosyal girişim ve girişimcilik kavramlarının anlaşıldığı bir ortamın olması önem arz eder. Ancak bu yolla diğer engellerin üstesinden gelinebilir. Ek olarak, bir sosyal girişimin yürütülmesinde cinsiyet önemli bir faktör olmaya devam etmektedir. Kadınlar, bir girişimin her aşamasında, özellikle fon bulmakta, erkek girişimcilere göre daha fazla zorluk yaşamaktadırlar.

ANAHTAR KELİMELER: ***finansman, STK, sosyal girişimcilik, toplumsal değer, kadın girişimci, çözümün parçası olmak, motivasyon, eşitsizlik, göçmen, kar amacı gütmeyen, sosyal girişimci, cinsiyet ayrımcılığı, deneyim, proje.***

CHAPTER 4

History, Legal Framework, Measurement, Ecosystem and Future Trends: Country Analysis of Social Entrepreneurship

The fields of activity of social enterprises include sheltered employment and social workshops, provision of social services and healthcare, social assistance and care services of general interest, education, particularly from pre-school to secondary education. A strong focus on welfare exists, but social enterprises also work on local and community development and newer fields of activity, such as environment protection and promotion, resources use, and fair trade. Target groups include unemployed people, NEET, persons with disability, children and young people, elderly, victims of domestic violence, former convicts, youth at risk, people in poverty and social exclusion, families, communities and territories.

1 Contextualization

In this section, we will discuss some of the relevant definitions to understand the role of social entrepreneurship in Portugal, such as social economy and social enterprises.

To begin with, it is important to distinguish between **social entrepreneurship** and **social enterprises**. According to the European Commission (2020), social enterprises " run commercial activities (entrepreneurial/economic dimension) in order to achieve a social or societal common good (social dimension) and have an organisation or ownership system that reflects their mission (inclusive governance-ownership dimension)". Furthermore, in practice, there differences between countries, namely in terms of national legislation, political strategies, academic level and for social entrepreneurs themselves.

According to the Social Business Initiative, a program launched by European Commission in 2011, social enterprises cover the following types of businesses: Those for who the social or societal objective of the common good is the reason for the commercial activity, often in the form of a high level of social innovation; Those whose profits are mainly reinvested to achieve this social objective; Those where the method of organisation or the ownership system reflects the enterprise's mission, using democratic or participatory principles or focusing on social justice.

Despite their diversity, social enterprises mainly operate in the following 4 fields:

- **Work integration -** training and integration of people with disabilities and unemployed people;
- **Personal social services -** health, well-being and medical care, professional training, education, health services, childcare services, services for elderly people, or aid for disadvantaged people;
- **Local development of disadvantaged areas -** social enterprises in remote rural areas, neighbourhood development/rehabilitation schemes in urban areas, development aid and development cooperation with third countries;
- **Other -** including recycling, environmental protection, sports, arts, culture or historical preservation, science, research and innovation, consumer protection and amateur sports.

The term social entrepreneurship is associated with innovation with a social goal. Carraher & Welsh (2015) define social entrepreneurship as the process that involves the use of resources in an innovative way that causes social change, responding to social needs. The concept of social entrepreneurship includes four perspectives: social value, well-being embeddedness, internationalization, and the institutional perspective (Ferreira et al., 2016).

2 Country Analysis

PORTUGAL

In Portugal, the social economy is enshrined in the Constitution. Constitutional norms guarantee the coexistence, on the same level, of three sectors that structure the Portuguese economy: Public Economy; Private Economy; Cooperative, and Social Economy, which basically corresponds to what is now known as the social economy.

In more detail, social economy specifically comprises:

- The means of production owned and managed by cooperatives, in compliance with cooperative principles, without prejudice to the specificities established by law for cooperatives with public participation, justified by their special nature;
- Community means of production, owned and managed by local communities;
- The means of production subject to collective exploitation by workers;
- The means of production owned and managed by non-profit companies whose main objective is social solidarity, namely entities of a mutual nature

The creation of the Lei de Bases para a Economia Social (LBES), in 2013, also contributes for the institutional and legal recognition of this sector. This general law presents the social economy as the space formed by a set of economic and social activities freely carried out by different entities. In short: the social economy encompasses a wide range of economy. The concept of social enterprise assumes the meaning of a commercial enterprise with social aims or a mix of social economy organizations and commercial enterprises (Sílvia Ferreira, 2019).

Legal Framework

There is no single legal form for social enterprises in Portugal. However, the LBES refers that they usually assume one of the following;

- Cooperatives
- Mutual Associations
- Holy Houses of Mercy
- Foundations
- Associations with altruistic goals
- Entities covered by the community and self-managed subsectors
- IPSSs (Private Institutions of Social Security)

Measuring social enterprises

In 2016, Social Economy Gross Value Added (GVA) accounted for 3.0% of total GVA, increasing 14.6% when compared to 2013. This growth was higher than the one observed in the Portuguese economy (8.3%) in the same period. Social Economy accounted for 5.3% of total compensation of employees and employment and 6.1% of employees of the economy. Compared to 2013, the compensation of employees and employment in the Social Economy increased, respectively, by 8.8% and 8.5%, being more dynamic than the total economy (7.3% and 5.8%, respectively).

There were registered 71,885 social entities, which represents an increase of 17,3% when compared to 2013. By groups of Social Economy entities, Associations with altruistic goals were more relevant in terms of number of entities (92.9%), GVA (60.1%), compensation of employees (61.9%) and employees (64.6%).

Şekil 4: Tüzel kişiliklere göre ana göstergeler (2016)

Social Economy groups	Kind of activity units	Employees	Gross Value Added (GVA)	Compensation of employees	GVA / FTE	Average compensation of employees
	No	FTE	10^3 euro	10^3 euro	10^3 euro by Employees (FTE)	
Cooperatives	2,343	24,402	604,241	572,240	24.8	23.5
Mutual Associations	97	4,842	387,971	212,094	80.1	43.8
Holy Houses of Mercy	387	39,445	596,630	555,267	15.1	14.1
Foundations	619	14,113	332,321	304,296	23.5	21.6
Associations with Altruistic Goals	1,678	305	1,174	3,795	3.9	12.4
Community and Self Management Subsectors	66,761	151,779	2,896,871	2,673,894	19.1	17.6
Social Economy	71,885	234,886	4,819,210	4,321,587	20.5	18.4
National economy	-	3,839,523	162,226,133	81,854,147	42.3	21.3
Social Economy/ National economy	-	**6.1%**	**3.0%**	**5.3%**	**48.6%**	**86.3%**

Ekosistem

Hükümet, ortaklık ve sektörel kuruluşlar, altyapı kuruluşları, eğitim ve araştırma kurumları ve girişimleri, kuluçka merkezleri, ağlar ve platformlar ve aracılar dahil olmak üzere sosyal girişim sistemindeki bazı kilit aktörler aşağıda sunulmuştur.

Devlet Kurumları

- Dayanışma, İstihdam ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı
- Ekonomi Bakanlığı
- Sosyal Güvenlikten Sorumlu Devlet Bakanı
- İstihdamdan Sorumlu Devlet Bakanı
- IAPMEI - Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeler ve Yenilik için Destek Enstitüsü

Ortaklık ve sosyal & sivil diyalog organları

- PAES
- SEA- Sosyal Girişimciler Ajansı
- Sosyal Laboratuvar - EDP Vakfı
- Coopjovem (CASES tarafından)

Kuluçka Merkezleri

- CASES
- CNES
- Ekonomik ve Sosyal Konsey
- Sosyal ve Dayanışma Sektörü Daimi Komisyonu

Gelecek Trendler

Sunulan önlemlerde, sosyal nedenlere ve sosyal ekonominin önemine ilişkin endişelerin arttığını tespit etmek mümkündür. Bununla birlikte, bazı uzmanlar, bu şirketlerin özel fonlara açılmasının, sosyal ekonominin ana hedeflerinden ve amaçlarından bir sapmayı temsil edebilecek şekilde, kâr yönelimlerini çoğaltabilecekleri için olumsuz etkileri olabileceğine işaret ediyor.

Hukuki tanım eksikliği, sosyal ekonominin ve dolayısıyla sosyal girişimciliğin gelişmesinin önündeki en büyük engeldir. Terimin AB yapısal ve yatırım fonları çerçevelerinde (Portekiz 2020) ve kamu alımları çerçevesinde bulunmasına rağmen, sosyal girişimler için net bir yasal çerçeve ve tanım üzerinde çalışmak hala gereklidir.

FRANSA

Tarihsel Gelişim

Fransa, sosyal ekonomi kavramının gelişiminde öncü olmasına rağmen, Fransa'da sosyal girişim terimi yaygın olarak kullanılmamaktadır. Fransa'daki sosyal ve dayanışma ekonomisinin (SSE) tarihi, Katolik kilisesi ve manastır tarikatları tarafından hayırseverlik ve eğitim örgütleri ağının kurulduğu Eski Rejim ve Orta Çağ zamanlarına kadar uzanır. Zanaat örgütleri, karşılıklı sosyal korumanın başlangıcına imza atan diğer kardeş kuruluşlarla birlikte gelişti. Ancak 1789 Fransız İhtilali döneminde aracı kurumların yasaklanmasıyla bu gelişme ciddi şekilde kesintiye uğradı.

19. yüzyılın ilk yarısında, ücretli nüfusun büyük bir kısmı, endüstriyel kapitalizmin büyümesiyle proleterleşti ve böylece ilk işçi sınıfı isyanları başladı. Devlet bu hareketleri önce hoşgörmek sonra tanımak zorunda kaldı. Yardımlaşma dernekleri ve işçi sendikaları önceleri gizli olarak doğdular, ancak sonradan ittifak yapma suçunun ortadan kalkmasıyla açık hale geldiler. Temel ihtiyaçların karşılanmasına yönelik ilk toplu çabalar tüketici kooperatifleriydi. Geçim kaynaklarının yetersiz olması nedeniyle gıda, giyim gibi temel ürünleri karşılama sorumluluğunu üstlendiler.

Dayanışma ekonomisi kavramı 1960'ların sonlarından itibaren yaygın olarak kullanılmaktadır. Bugün, “sosyal ekonomi” ve “dayanışma ekonomisi” terimleri genellikle sosyal ekonomiye atfediliyor. “Sosyal ve dayanışma ekonomisi” terimini oluştururlar.(SSE). 2000'li yılların başından itibaren, sosyal ekonomi kavramı önemli ölçüde gelişmiştir. Çoğunlukla Anglo-Sakson ve özellikle liderlik fikrine güçlü bir vurgu yapan Amerikan sosyal girişimcilik kavramından etkilenen sosyal girişim, bugün Fransa'da motive oluyor (Defourny ve Nyssens, 2011).

Yasal Çerçeve

2014'te kabul edilen Sosyal ve Dayanışma Ekonomisi Çerçeve Yasası, Fransa'daki ana ve daha yakın tarihli yasal gelişmedir. SSE ile ilgili yasal çerçeve oldukça karmaşık ve çeşitlidir. Aşağıdaki gibi sınıflandırılabilirler:

- Dernekler
- Kooperatifler
  - -Kolektif çıkar kooperatifleri (société coopérative d'intérêt Collectif – SCIC
  - - Faaliyet ve istihdam kooperatifleri (coopératives d'activité et d'emploi CAE)
  - - Kişi kooperatifleri
- Ortaklıklar
- Vakıflar

Sosyal Girişimlerin Ölçülmesi

2015 yılı verilerine göre, en az bir çalışanı olan ve piyasa kaynaklarının %25'inden fazlasına sahip olan dernek sayısı 83.000'dir. Kooperatifler örneğinde SCIC'ler, CAE'ler, kişi kooperatifleri ve SCOP formuna sahip WISE'ler incelenmiştir. Bu kapsamda iki farklı yıla ait veriler kullanılmıştır. 2017 verilerine göre Fransa'da SCOP yasal formuna sahip 50 WISE bulunmaktadır. Öte yandan, 2015 yılında 500 SCIC, yaklaşık 100 CAE ve 2000 kişi kooperatifi mevcuttu. Ayrıca kooperatiflerde toplam 65.000 ücretli işçi çalışmaktadır. 2015 yılı verilerine göre ortaklık şeklindeki işletme sayısı 121.249 ücretli çalışanıyla birlikte 8.000 olarak ölçülmüştür. Vakıflar söz konusu olduğunda, yine 2015 verilerine göre 83.000 ücretli işçi çalıştıran 1.600 işletme bulunmaktadır.

Şekil 5: Fransa'daki tahmini sosyal girişim sayısı

Yasal Form	Referans Yılı	Girişim Sayısı	Ücretli Çalışan Sayısı (tam zamanlı eşdeğeri)
En az bir çalışanı ve >%25 pazar kaynakları olan dernekler (dernek formuna sahip WISE'ler dahil)	2015	83,000 (derneksel bir forma sahip yaklaşık 2610 WISE dahil)	NA
Kooperatifler (SCIC, CAE, kişi kooperatifleri ve SCOP formuna sahip WISE'ler)	WISE'ler için 2017 Diğerleri için 2015	500 SCIC, 50 SCOP formuna sahip WISE, yaklaşık 100 CAE, yaklaşık 2,000 kişi kooperatifleri	65,000(SCOP yasal biçiminde 54.000 SCIC ile)
Ortaklıklar	2015	8,000	121,249
işletme vakıfları	2015	1,600	83,000
Sosyal ve dayanışma ekonomisi içinde sosyal fayda sağlayan ticari işletmeler (ESUS)	2017	193	NA
Ticari formlu WISE'ler	2017	1,200 (yaklaşık)	NA
TOTAL	-	96,603	1,731,400

Ekosistem

Fransa'da sosyal ve dayanışma ekonomisi köklü ve sofistike bir kavram olduğundan, onu çevreleyen ve etkileyen ekosistem çeşitli aktörlerden oluşmaktadır. Bu kilit aktörlerden bazıları aşağıda sunulmuştur.

Devlet Kurumları	• Ekolojik ve Kapsayıcı Geçiş Bakanlığı • Devlet (DGEFP-eğitimi) ve Caisse des Dépôts tarafından oluşturulan yerel destek sistemi (DLA) • DGCS (sosyal dayanışma) • CGET (bölgesel)
Sosyal işletmeleri tanıtan, sertifikalayan ve ödüllendiren kuruluşlar	• DIRECCTE, ESUS akreditasyonunu yayınlar. • CRESS, 2014 tarihli Kanun'un 1. Maddesinde tanımlanan sosyal ekonomi girişimlerinin listesini hazırlar, günceller ve yayınlar.
Kurumlar, sivil toplum girişimleri, düşünce kuruluşları veya diğer sosyal girişimler	• Sosyal ve Dayanışma Ekonomi Laboratuvarı (ESS) • AVISE • Fonda • Mouvement Associatif • Dayanışma ekonomisi için bölge ağı (RTES)

Gelecek Trendler

Kamu planları ve destek programları SSE'nin lehinde olsa da, yerel düzeyde geliştirme, uygulama veya kamu destek programlarına erişim anlamında önemli bölgesel farklılıklar vardır.Seçilen bölgelerdeki iyi uygulamalardan dersler çıkararak tüm uygun kuruluşlar için destek programlarına eşit erişim sağlamak çok önemlidir. Ayrıca, Fransa'daki sosyal girişimlerin büyük çoğunluğu küçük ölçeklidir ve büyümeleri gerekse bile büyüme odaklı değildir.

Bu nedenle, sosyal misyonunu korurken uygun ölçeklendirme stratejileri oluşturmak, gelecekte çözülmesi gereken önemli bir zorluktur. Sonuç olarak, Fransa'daki sosyal ve dayanışma ekonomisi, tüm uygun kuruluşlar için kamu planlarına ve destek programlarına eşit erişim imkanı sağlanarak ve güçlü ölçeklendirme stratejileri geliştirerek geliştirilebilir.

BELÇİKA

Tarihsel Gelişim

Gönüllülük geleneği sosyal girişimciliğin faaliyetlerini ve kavramsallaştırmalarını etkileyen ilk tarihsel gelenektir. Tarih boyunca, Belçika gönüllü sektörü oldukça dinamik olmuştur ve Belçika toplumunun temel bir direğine dönüşmüştür.

Gönüllülük bir form olarak, on dokuzuncu yüzyılda örgütlenme özgürlüğünün tanınmasıyla ateşlendikten sonra, yirminci yüzyılın başlarında resmen tanındı. Medeni kanun, bu gönüllülük formunu üyeleri için siyasi kazanç sağlamayan özel bir kişiler topluluğu olduğuna dikkat çekerek Hollandaca'da, vereniging zonder winstoogmerk – VZW; Fransızca'da, dernek sans but lucratif – ASBL, kar amacı gütmeyen kuruluş olarak ifade eder.

2019 yılında bu yasa büyük ölçüde değiştirildi. Şu anda şirketler hukuku, dernekler hukukunu da kapsamaktadır. Bu dernekler, daha önce izin verilenin aksine firmalar gibi ana faaliyetleri olarak endüstriyel veya ticari türden ekonomik faaliyetler geliştirebilirler.

Yasal Çerçeve

Belçika'da sosyal girişimler için farklı yasal biçimler bulunmamaktadır. "Sosyal amaçlı işletme"nin yasal statüsü 1995 yılında kurulmuştur. "Üyelerini zenginleştirmek" yerine sosyal bir amaç güden ve önceden belirlenmiş bir dizi standardı takip eden herhangi bir ticari işletme (kooperatif veya yatırımcıya ait şirket) bu statüyü kazanabilir. Ancak, "sosyal amaçlı işletme"nin yasal tanımı genellikle kullanılmamaktadır. Halihazırda sosyal girişimin büyümesini destekleyen hiçbir ulusal politika belgesi bulunmamaktadır. Bu yılın başında, “sosyal ekonomi” görevi, altıncı devlet reformunun uygulanmasının bir parçası olarak federal eyaletten tamamen bölgelere devredildi.

Ancak, uygulamaları devlet tarafından yoğun bir şekilde izlenen dernek hastaneleri ve okullar gibi kamu sektörüne yakın kuruluşlar gibi uç örnekler de mevcut. Eğitim, sağlık (hastaneler ve diğer kurumlar) dışında kişisel hizmetler, kültür ve spor da derneklerin öne çıkan diğer faaliyet alanlarıdır. Devlet desteğiyle bile, dernekler arasında daha girişimci olmak daha yaygın hale geldi.

Sosyal girişimleri hedef alan kamu destek stratejileri

Belçika'da sosyal ekonominin ve sosyal girişimlerin büyümesi için çok sayıda kamu destek programı bulunmaktadır. Aşağıdaki sosyal girişimcilere yardımcı olan çok sayıda federal ve bölgesel hükümet programı detaylandırılmaktadır. Aşağıdaki hizmetler, bir sosyal girişimcinin pazara entegrasyonuna yardımcı olan şemsiye kuruluşlar aracılığıyla sağlanmaktadır.

1)Başlangıç öncesi rehberlik
2)Farkındalık yaratma (ödüller)
3)Sosyal Girişimcilik Eğitimi (örn. sosyal girişimciler için okul)
4)İş desteği (ör. iş planlaması, yönetim becerileri, pazarlama vb.)
5)Özel finansal araçlar
6)Fiziksel altyapı (ör. ortak çalışma alanı)
7)İşbirlikleri ve pazarlara erişim
8)Ağ oluşturma, bilgi paylaşımı, karşılıklı öğrenme girişimleri

Ekosistem

Belçika'nın sosyal girişimcilik sektöründe, kamu yetkilileri önemli bir rol oynamaktadır. Birkaç federal yetki mevcut olmasına rağmen, sosyal girişimle ilgili görevlerin çoğu bölgesel hükümetler tarafından yürütülmektedir. Federal hükümet, eyaletler ve bölgeler/topluluklar, kamu politikalarının tutarlı olmasını sağlamak için 2000 ve 2005 yıllarında anlaşmalar imzaladılar: ilki sosyal ekonomiye, ikincisi ise sosyal girişimi ve kurumsal sosyal sorumluluğu içeren "çoğul ekonomi"ye dayanıyordu.

Sosyal şirketlere sunulan bir başka devlet yardımı biçimi de kamu alımlarıdır. 2014 tarihli bir hükümet kararı, bunun uygulamada gerçekleştirilebileceği çeşitli sistemleri ve yolları tanımlamaktadır. Belirli sosyal girişim türleri de desteklerini ve tanınırlıklarını artırmak, hizmet sağlamak ve karşılıklı etkileşimi teşvik etmek için ağlar ve federasyonlar oluşturmuştur.

Sosyal girişimcilik eğitimi Belçika'da teşvik edilmektedir. Başta sosyal hizmet olmak üzere profesyonel lisans programları düzenleyen yükseköğretim okullarındaki kurslar ve etkinlikler, sosyal girişimin teşvik edilmesine yardımcı olur.

Farklı formatlar altında eğitim sağlayan yapıların kapsamlı olmayan bir listesi: Sociale InnovatieFabriek, Oksigen Lab, Escala, SAW-B, Unipso, Agès, Ashoka, vb. içerir. Ayrıca okullarda yenilikçi sosyal girişimcilik kavramı da öğretilmektedir.

Flanders bölgesinde mevcut olan birkaç destek girişimi:

- Çalışma ve Sosyal Ekonomi için Sübvansiyon Ajansı(VSAWSE)
- Trividend (Sosyal Ekonomi için Flaman Katılım Fonu)
- Sosyal Yatırım Fonu (Sociaal Investeringsfonds SIFO)

Valon Bölgesi ve Brüksel bölgesinde sunulan birkaç farklı destek girişimi:

- SOWECSOM (Valon Tüccar Sosyal Ekonomi Derneği)
- BRUSOC (Brüksel Sermaye Bölgesi)
- Sosyal Ekonomi Ödülü (CERA ile birlikte düzenleniyor)
- Credal

İRLANDA

İçinde bulunduğumuz yüzyılda İrlanda'da sosyal girişimcilik yavaş ama istikrarlı bir büyüme yörüngesi izlemiştir. Düşük bir tabandan başlasa da rolü, İşler için Eylem Planı (2012) ve Hükümet Programı 2011-16 dahil İrlanda Hükümeti girişim politikalarında ve ayrıca Forfás'ın (girişim, ticaret, bilim, teknoloji ve yenilik için eski ulusal politika danışma kurulu) çeşitli politika çalışmalarında giderek daha fazla tanınmaktadır. Yakın zamanda, Hükümet İrlanda 2019-2022 Ulusal Sosyal Girişim Politikasını yayınlayarak (Kırsal ve Toplumsal Kalkınma Bakanlığı, 2019), yeni bir politika ve finansman araçları portföyü başlattı.

Bununla birlikte, İrlanda, örneğin laik yardım kuruluşları, dini kuruluşlar ve topluluk grupları tarafından yönetilen sosyal ve çevresel konularda hükümet dışı müdahale geleneğine sahiptir. Bazı kuruluşlar, sosyal girişimleri, kar amacı gütmeyen kuruluşların kesintisiz bir sürekliliğinin parçası olarak görür. Diğerleri (örneğin Caffrey, 2020), popüler algılarda bir dereceye kadar kafa karışıklığı algılar ve sosyal girişimlerin ticaret tarzının onları kâr amacı gütmeyen sektörün geri kalanından ayırdığını öne sürerek, ayırt edici bir kelime dağarcığı gerektirir.

İrlanda'daki Sosyal Girişimler genellikle aşağıdaki terimlerle tanımlanır (Caffrey, 2020; Forfás, 2013):

• Sahipler veya hissedarlar için karı maksimize etmek yerine sosyal, toplumsal veya çevresel etkiler elde etmek için yaratılmıştır.
• Malların ve/veya hizmetlerin sağlanması yoluyla ticaret yaparak sermaye fazlası ile sosyal hedeflerine ulaşmak için yeniden yatırım yaparlar.
• Hükümetten bağımsız.
• Tamamen hesap verebilir ve şeffaf bir şekilde yönetilir..

Yasal Çerçeve

İrlanda şirketler hukukunda sosyal girişimin bir tanımı yoktur. Birçok İrlandalı sosyal girişim, Yöneticilerin minimum hisse değerine (tipik olarak 1 €) sahip olduğu ve temettüleri paylaşmalarının yasak olduğu Garantiyle Sınırlı Şirketlerdir.

Hissedarlara kar dağıtmayan ve net bir sosyal etki elde etmek için kurulan bazı işçi ve tüketici kooperatifleri de sosyal girişim olarak nitelendirilebilir. Sayıları görece az olmakla birlikte, kooperatiflerin, üyelerin demokratik denetimine dayalı belirli ilkeleri belirleyen 1893 Sanayi ve İhtiyat Dernekleri Yasası uyarınca farklı bir yasal biçimi vardır. İşçi kooperatiflerinde 'üyeler' çalışanlar olarak tanımlanır ve tüketici kooperatiflerinde üyelik tüm hizmet kullanıcılarına açıktır.

Kar amacı gütmeyen daha geniş sektörde, kayıtlı Hayır Kurumları, onları kurumlar vergilerinden koruyan, ancak genellikle ticari olarak ticaret yapma yeteneklerini sınırlayan ayrı bir yasal biçime sahiptir. Bazı hayır kurumları, ticaret faaliyetlerini geliştirmek, Hisselerle Sınırlı Şirketler veya Garantiyle Sınırlı Şirketler kurmak ve hisseleri elinde tutmak için sosyal girişimleri dağıtmayı seçmiştir.

Sosyal girişimlerin ölçülmesi

Sektörün çeşitliliği, sosyal girişimlerin gerçek boyutunu ve kapsamını anlamayı zorlaştırıyor. Önceki araştırmalar (CPA, 2018; Fayda Analizi, 2019), İrlanda'daki kar amacı gütmeyen sektörün tamamında yaklaşık 29.300 kuruluş olduğunu ve ekonomik faaliyete 13,8 milyar € katkıda bulunduğunu ve en az 25.000 işe karşılık geldiğini gösteriyor. Bununla birlikte, bir bütün olarak kar amacı gütmeyen sektörden sosyal girişimlere ilişkin belirli verileri ayrıştırmanın güvenilir bir yolu yoktur. 2022 ortası için planlanan bir nüfus sayımının sektör hakkında daha sağlam veriler sağlaması amaçlanıyor.

Kamu Politikası

İrlanda, Yerel Yönetim ekonomik kalkınma programları, Yerel Girişim Büroları (LEO'lar) ve Yerel Kalkınma Şirketleri dahil olmak üzere, girişim yaratma ve destek için iyi yapılandırılmış bir çerçeveye sahiptir. Ulusal düzeyde Enterprise Ireland, özellikle yüksek büyüme potansiyeline sahip start-up'lar için bir dizi ek hizmet sunmaktadır.

Daha kapsamlı bir politika çerçevesine yönelik önceki adımları temel alan İrlanda 2019-2022 Ulusal Sosyal Girişim Politikası, tam olarak uygulanması tamamlanmamış olsa da, sosyal girişimcilik için hükümet desteğinde önemli bir eşiği temsil etmektedir. Politika, sosyal girişimlerin kar amacı gütmeyen ticari işletmelerle pek çok benzerliği paylaşmaları bakımından kar amacı gütmeyen daha geniş sektörden farklı olduğunu kabul eder ve bunların özel doğası ve amacı hakkında farkındalık yaratma ihtiyacını tanımlar. Aynı zamanda, politika, sosyal girişimleri hedef alan iş desteğinin ana akım şirketler için mevcut olan desteğin gerisinde kaldığını kabul etmektedir.

Ekosistem

Sektörün büyümesi, sosyal girişim destek çerçevesinde artan 'kurumsal yoğunluk' ile eşleştirildi. Örgütlerin çoğu son yirmi yılda, birçoğu da son yedi yılda kuruldu. Bu, sosyal girişimciliğin içinde yer aldığı zengin ve çeşitli bir eko sistemin yaratılmasına yardımcı oldu ve kurumsal destek için daha uzun süredir kurulmuş devlet yapıları üzerine inşa edildi.

Bununla birlikte, yeni zenginleştirilmiş bu ekosistemin bir geçiş durumunda olması muhtemeldir. Sosyal girişimcilik tutkusu bol, ancak farklı kurumlar arasındaki koordinasyon ve işbirliği hala embriyonik görünüyor. Çoğu dikkate değer sonuçlar elde ediyor, ancak bunu çok sınırlı kaynaklarla yaptıklarını kabul ediyor. (Eşit derecede embriyonik) Hükümet politikası çerçevesi, eko-sistem içinde hem uyum hem de kapasite geliştirme zorluklarını henüz ele almamıştır. Bununla birlikte, bazı çevrelerde görece etkisizliği nedeniyle eleştirilse de, devletin sosyal girişimciliğe aktif katılımı, paydaşlar tarafından büyük ölçüde memnuniyetle karşılanmaktadır ve gelecek için yalnızca olumlu bir işaret olabilir.

TÜRKİYE

Tarihsel Gelişim

Türkiye'nin vakıf tarihi Osmanlı dönemine kadar dayanmaktadır. 14. yüzyıldan 20. yüzyıla kadar din, eğitim, sağlık, kentleşme, kalkınma, askerlik gibi alanlarda hizmet veren vakıflar vardı (Ertem, 2011). Bu vakıflar çoğunlukla İslam hukuku esaslarına göre kurulmuş ve faaliyet göstermişlerdir.

Öte yandan Anadolu'da kökleri 12. yüzyıla kadar uzanan ve Ahiliklerle birlikte ortaya çıkan bir kooperatifçilik geleneği vardı. Bu birlikler zanaatkarlardan oluşur ve İslami değerler ile İslam öncesi geleneklerin birleşimi olan Ahi felsefesini takip eder. Zor durumdaki üyelere yardım yapılması durumunda üyelerden fon toplanarak sendikaların faaliyetleri finanse edilirdi.

Dolayısıyla, sosyal girişim kelimesinin literatüre 21. yüzyılda girmesine rağmen, kişisel katkı ve işbirliği yoluyla toplumsal fayda ve toplumsal değer yaratmanın Türkiye için yeni bir kavram olmadığı rahatlıkla görülmektedir. Geçmişte kooperatifler ve Ahi Birliklerinin yaptığı gibi, günümüzde sosyal girişimler de hizmet sunarak ve toplumsal sorunlara çözümler üreterek toplumsal fayda ve değer yaratmaktadır. Türkiye'de 21. yüzyılda üniversiteler, belediyeler, vakıflar ve dernekler tarafından geliştirilen merkez ve ödül programlarının artmasıyla sosyal girişim kavramı yaygınlaşmış ve teşvik edilmiştir.

Yasal Çerçeve

Türkiye'deki sosyal girişimler için özel olarak hazırlanmış bir yasal form olmadığı için Türkiye'deki sosyal girişimler önceden var olan yasal formları kullanmaktadır. Bunlar aşağıdaki gibi sınıflandırılır:

- Kooperatif
- Vakıflar
  - -Mazbut Vakıflar
  - -Mülhak Vakıflar
  - -Cemaat Vakıfları
  - -Ticaret Vakıfları
  - -Yeni Vakıflar
- Dernekler
- Şirketler

Sosyal Girişimlerin Ölçülmesi

2016 verilerine göre Türkiye'de yaklaşık 7,5 milyon ortaklı 53.259 kooperatif bulunmaktadır (Gümrük ve Ticaret Bakanlığı 2017). Ancak AB tanımına uygun kooperatifler kadın kooperatifleri kategorisine girmektedir. Türkiye'de 114 kadın kooperatifi bulunmakta ve bunlardan 61'i sosyal girişim olarak kabul edilen Simurg Kadın Kooperatifleri Birliği bünyesinde faaliyet göstermektedir.

Vakıflarda tarafında, cemaat vakıflarının beş ticari işletmesi var ve yeni vakıfların 1.425 ticari işletmesi var. Bu ticari işletmeler, AB tanımının gerekli kriterlerini yerine getirmeleri nedeniyle sosyal işletme olarak nitelendirilmektedir.

Dernekler tarafında Türkiye'de 113.732 dernek bulunmakta ve bunların 384'ü kamu yararına çalışan dernekler statüsünde sınıflandırılmaktadır. Bu 384 kamu yararına çalışan dernek, AB kriterlerini karşılayan sosyal girişim sayılabilecek toplam 285 ticari işletmenin sahibi ve işletmecisidir.

Şekil 6: Türkiye'deki tahmini sosyal girişim sayısı

Tipoloji	Tahmini sayı
Kadın kooperatifleri (Simurg Kadın Kooperatifleri Birliği üyeleri)	61
Eğitim kooperatifleri	tahmin mümkün değil
Cemaat vakıflarının sahip olduğu ve işlettiği ticari işletmeler	5
Yeni vakıfların sahip olduğu ve işlettiği ticari işletmeler	1,425
Kamu yararına çalışan derneklerin sahibi olduğu ve işlettiği ticari işletmeler	285
Şirketler	tahmin mümkün değil

Ekosistem

Türkiye'de sosyal girişim kavramına yönelik olumlu bir algı var. Üniversite araştırma merkezleri ve sivil toplum kuruluşları, çalışmalar, raporlar ve politika belgeleri yayınlayarak, konferanslar düzenleyerek, özel ve kamu kurumlarıyla işbirliği yaparak sosyal girişim ekosisteminin geliştirilmesine katkıda bulunur. Bunlardan bazıları şöyle sıralanabilir:

- Türkiye Sosyal Girişimcilik Ağı
- Istasyon TEDU (TED Üniversitesi Sosyal İnovasyon Merkezi)
- Koç Üniversitesi Sosyal Etki Forumu (KUSIF)
- Yılın Kadın Sosyal Girişimcisi Ödülü (Türkiye Kadın Girişimciler Derneği KAGİDER'in Garanti Bankası ve Ekonomist işbirliğiyle başlattığı proje.)
- TUBITAK (Türkiye Bilimsel ve Teknolojik Araştırma Kurumu) Sosyal Girişimcilik Ödülü

Gelecek Trendler

Sosyal girişimin yasal şekline ilişkin kapsamlı ve münhasır bir yasal tanımın çıkarılmasına ilişkin paydaşların beklentisinin olmaması, sosyal girişimlerin kuruluşu, işleyişi ve sürdürülebilirliği konusunda muğlaklığın geçerliliğini korumasına neden olmaktadır. Bununla birlikte, sosyal kooperatiflerin başlatılması, bu amaca yönelik umut verici bir ilk adım sağlayabilir. Geleneksel modellerden farklı olarak, yeni kurulan sosyal girişimler, modellerinin yayılmasını kolaylaştıran kilit bir faktör olarak teknolojiyi daha sık kullanıyor. Benzer şekilde, gençler sosyal girişim fikrine daha fazla katılma eğilimindedir. Ancak mevcut girişimcilik ekosistemine aşinalıklarından dolayı işletmelerini genellikle şirket şeklinde kurmaktadırlar. Bu nedenle, bu yeni fikirleri büyüyen sosyal girişimlere dönüştürmek ve geliştirmek için finans, bilgi, yetenek ve deneyim dahil olmak üzere temel kaynaklar etkinleştirilmelidir.

BÖLÜM 5

Bulguların Tartışılması

Son yıllarda sosyal girişimcilik kavramı dikkatleri üzerine çekmiştir. Hükümetler, şirketler ve üniversiteler yeni organizasyonlar kurarak ve yeni girişimleri teşvik ederek sosyal girişimcilik atmosferini desteklemeye başladılar. Sosyal girişimcilik kavramı tam olarak tanımlanmamakla birlikte, sosyal girişimcilik ve sosyal girişimlerin nihai amacı kar amacı gütmekten ziyade sosyal değer yaratarak topluma fayda sağlamaktır. Ayrıca sosyal girişimcilik, sosyal değer yaratmanın yanı sıra iş ve sermaye fırsatları da yaratmaktadır. Bu nedenle sosyal girişimciler, kaynakları ve insanları yönetme ve toplumu geliştirmek için fırsatları belirleme aracı olarak tanımlanabilir.

Genç girişimciler hakkında genel bilgi, bilgi, beceri, deneyim, bireysel özellikler ve girişimcilikle ilgili engelleri belirlemek ve girişimciliği teşvik etme yöntemlerini belirlemek amacıyla yapılan ankette, katılımcıların çoğunluğunun finansmana erişim, pilot çalışma yürütme ve işgücü piyasası bilgisi açısından bilgisiz, vasıfsız ve deneyimsiz genç girişimciler olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca katılımcıların çoğu, belirsizliği ve belirsizliği tolere etme, risk alma eğilimi ve serbest meslek sahibi olmaya yönelik olumlu tutum gibi bir girişimcide olması gereken bazı temel özelliklere sahip değildir. Bu nedenle genç girişimcilerin bu özellikleri kazandıracak şekilde yetiştirilmesi gerekmektedir. Girişimcilerin önündeki temel engellerin ele alınması, sosyal girişimciliğin ve sosyal girişimlerin başarısı için çok önemlidir. Girişimcilerin sıklıkla karşılaştıkları engeller, fikirleri işe dönüştürmedeki zorluklar, finansal kaynaklar ve bunlara nasıl ulaşılacağı konusunda bilgi eksikliği, pazarlama fikirlerinin eksikliği ve bürokratik engeller olarak sayılabilir. Bu engellerin aşılması, sosyal girişimciliğin ve sosyal girişimlerin başarısı üzerinde büyük bir etki yaratabilir.

Anketin sonucu, her tür eğitim yönteminin, faaliyetin ve diğer destek önlemlerinin, girişimcilik faaliyetini teşvik etmek için katılımcılar tarafından önemli olarak kabul edildiğini göstermektedir. Gerekli eğitimlerin atanması, girişimcilerin bilgi, beceri ve deneyim düzeylerini geliştirebilir, bir girişimcinin kilit özelliklerini onlara kazandırabilir ve başarının önündeki engelleri kaldırabilir.

Odak grup toplantısında sosyal girişimlerin ve sosyal girişimcilerin karşılaştığı bazı engeller ele alınmıştır.

Temel olarak finansman ve fonlama, ekosistem ve cinsiyet farklılıkları en büyük engeller olarak bulundu. İsteksiz yatırımcılar, devlet desteğinin azlığı ve fonların az olması STK'ları ve kar amacı gütmeyen kuruluşları olumsuz etkilemekte ve sosyal girişim projelerinin yönetimini tehdit etmektedir. Ayrıca sosyal girişimlerin ortaya çıktığı, evrildiği ve geliştiği ekosistem, sosyal girişimlerin ve girişimcilerin başarılı olmaları ve toplumsal değer yaratmaları için önemlidir. Bu nedenle sosyal girişimciliğin ve sosyal girişimlerin anlaşıldığı, desteklendiği ve teşvik edildiği bir atmosfere sahip olmak çok önemlidir. Son olarak, toplumsal cinsiyet farklılıkları bir sosyal girişimin farklı aşamalarında sorun teşkil eder. Örneğin, kadın girişimciler, erkek girişimcilere kıyasla fonlara ulaşmakta daha fazla zorluk çekmektedir.

Sonuç olarak, sosyal girişimcilerin ve sosyal girişimlerin başarılı olmaları ve sosyal değer yaratmaları için gerekli beceri, özellik, bilgi ve finansman, ekosistem, cinsiyet farklılıkları gibi üstesinden gelinmesi gereken engeller vardır. Yeterli ve uygun eğitim yöntem ve faaliyetlerinin atanması, girişimcilere gerekli nitelikleri kazandırarak toplumsal değer yaratma misyonunun yerine getirilmesini sağlayabilir.

KAYNAKÇA

Alvord, S. & Brown, L. & Letts, C. (2002). Social Entrepreneurship and Social Transformation: An Exploratory Study. SSRN Electronic Journal. 10.2139/ssrn.354082.

Barraket J, Collyer, N., O'Connor, M., Anderson, H. (2010). Finding Australia's social enterprise sector: final report. Social Traders. https://apo.org.au/sites/default/files/resource-files/2010-06/apo-nid22585.pdf

Benefacts (2019) Non-profit Sector Analysis 2019. Dublin: Benefacts.

Berger, P. L., & Luckmann, T. (1966). The social construction of reality: A treatise in the sociology of knowledge.

Borzaga, C., Galera, G., Franchini, B., Chiomento, S., Nogales, R., & Carini, C. (2020). Social enterprises and their ecosystems in Europe. Comparative synthesis report. Publications Office of the European Union. https://doi.org/10.2767/567551

Caffrey, J. (2020) A Profile of Social Enterprise and their Stakeholder Networks and Engagement. Irish Social Business Campus

Carraher, S. M., Welsh, D. H. B., & Svilokos, A. (2016). Validation of a measure of social entrepreneurship. European J. of International Management, 10(4), 386. doi:10.1504/ejim.2016.077421

Certo, S. T., & Miller, T. (2008). Social entrepreneurship: Key issues and concepts. Business Horizons, 51(4), 267–271. https://doi.org/10.1016/j.bushor.2008.02.009

CPA (2018) Social Enterprise: The Irish and International Landscapes. Dublin: Institute of Certified Public Accountants.

Dees, J. G. (2001). The meaning of social entrepreneurship the Kauffman foundation. Kauffman Foundation & Stanford University.

Defourny, J., & Nyssens, 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. https://doi.org/10.1080/19420670903442053

Defourny, J. and Nyssens, M. (2011). "Social enterprise", in K. Hart, J.L. Laville and A. David Cattani (eds.), The Human Economy, A citizen's Guide, Polity, Cambridge, 284-292

Ertem, A (2011) "Osmanlıdan günümüze vakıflar", Vakıflar Dergisi, 36, pp. 25-66

European Commission (2019) Social enterprises and their ecosystems in Europe. Country fiche: Turkey. Authors: Duygu Uygur and Barbara Franchini. Luxembourg: Publications Office of the European Union. Available at https://europa.eu/!Qq64ny

European Commission (2020) Social enterprises and their ecosystems in Europe. Updated country report: France. Authors: Francesca Petrella and Nadine Richez-Battesti. Luxembourg: Publications Office of the European Union. Available at https://europa.eu/!Qq64ny

Ferreira, J. J., Fernandes, C. I., Peres-Ortiz, M., & Alves, H. (2016). Conceptualizing social entrepreneurship: perspectives from the literature. International Review on Public and Nonprofit Marketing, 14(1), 73–93. https://doi.org/10.1007/s12208-016-0165-8

Ferreira, S. (2018). Social Enterprises and Their Ecosystems in Europe | Country Report Portugal. Social Europe.

Gandhi, T., & Raina, R. (2018). Social entrepreneurship: the need, relevance, facets and constraints. Journal of Global Entrepreneurship Research, 8(1), 0–13. https://doi.org/10.1186/s40497-018-0094-6

Ghalwash, S., Tolba, A., & Ismail, A. (2017). What motivates social entrepreneurs to start social ventures?: An exploratory study in the context of a developing economy. SocialEnterprise Journal, 13(3), 268–298.

Greblikaitė, J., Sroka, W., Grants, J. (2015). Development of social entrepreneurship in European Union: policy and situation of Lithuania and Poland. Transformations in business & economics, 14, 2B (35B), 376-396.

Kaufman, Z. D. (2012). Emerging Voices: Zachary D. Kaufman on Social Entrepreneurship. Council on Foreign Relations. https://ssrn.com/abstract=2183238

Kaufman, Z. D. (2013). Youth and Social Entrepreneurship. Diplomatic Courier's. Diplomatic Courier, 7 (1), 68-69.

Kraus, S., Filser, M., O'Dwyer, M., & Shaw, E. (2013). Social Entrepreneurship: An exploratory citation analysis. Review of Managerial Science, 8(2), 275–292. https://doi.org/10.1007/s11846-013-0104-6

Luke, B., & Chu, V. (2013). Social enterprise versus social entrepreneurship: An examination of the “why” and “how” in pursuing social change. International Small Business Journal, 31(7), 764–784. https://doi.org/10.1177/0266242612462598

Mair, J., & Martí, I. (2006). Social entrepreneurship research: A source of explanation, prediction, and delight. Journal of World Business, 41(1), 36–44. https://doi.org/10.1016/j.jwb.2005.09.002

Nicholls, A. (2010). The Legitimacy of Social Entrepreneurship: Reflexive Isomorphism in a Pre-Paradigmatic Field. Entrepreneurship Theory and Practice, 34(4), 611–633. doi:10.1111/j.1540-6520.2010.00397.x

Peredo, A. M., & McLean, M. (2006). Social entrepreneurship: A critical review of the concept. Journal of World Business, 41(1), 56–65. https://doi.org/10.1016/j.jwb.2005.10.007

Rey-Martí, A., Ribeiro-Soriano, D., & Palacios-Marqués, D. (2016). A bibliometric analysis of social entrepreneurship. Journal of Business Research, 69(5), 1651–1655. https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2015.10.033

Saraiva, P. M. (2011). Empreendedorismo - Do conceito à aplicação, da ideia ao negócio, da tecnologia ao valor (2ª ed.). Imprensa da Universidade de Coimbra.

Saraiva, P. M. (2015). Empreendedorismo - Do conceito à aplicação, da ideia ao negócio, da tecnologia ao valor (3ª ed.). Imprensa da Universidade de Coimbra.

Sastre-Castillo, M. A., Peris-Ortiz, M., & Danvila-Del Valle, I. (2015). What is different about the profile of the social entrepreneur? Nonprofit Management and Leadership, 25(4), 349–369. http://doi.org/10.1002/nml.21138

Segal, G., Borgia, D., & Schoenfeld, J. (2005). The motivation to become an entrepreneur. International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research, 11(1), 42–57. https://doi.org/10.1108/13552550510580834

Shane, S., Locke, E. A., & Collins, C. J. (2003). Entrepreneurial motivation. Human Resource Management Review, 13(2), 257–279. https://doi.org/10.1016/S1053-4822(03)00017-2

Smith, R., Bell, R., & Watts, H. (2014). Personality trait differences between traditional and social entrepreneurs. Social Enterprise Journal, 10(3), 200–221. https://doi.org/10.1108/sej-08-2013-0033

Thompson, J. L. (2002). The world of the social entrepreneur. International Journal of Public Sector Management, 15(4–5), 412–431. https://doi.org/10.1108/09513550210435746

Wallace, S.L. (1999). Social entrepreneurship: the role of social purpose enterprises in facilitating community economic development. Journal of Developmental Entrepreneurship, 4, 153-174.

Yunus, M., & Weber, K. (2007). Creating a world without poverty: Social business and the future of capitalism. Public Affairs.