

## Sosyal Girişimcilik ve Sosyal İnovasyon\*

Nevin AYDIN<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Doç. Dr., Artvin Çoruh Üniversitesi Hopa İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi İşletme Bölümü,  
nevin.aydin@gmail.com ORCID: 0000-0003-1949-2765

**Özet:** Sosyal girişimcilik, yoksulluk, eğitime erişim eksikliği, temiz içme suyu ve insan hakları gibi devam eden sosyal sorunlara yenilikçi çözümler bulan, yeni bir kavramdır. Sosyal girişimcilik kavramı henüz tam olarak tanımlanamamış birçok alt kümelerden oluşur. Sosyal girişimler sosyal girişimcilik yapmakta ve iş modellerini kullanarak sürdürülebilirliği sağlamaya çalışmaktadır. Yeni bir disiplin olan sosyal girişimcilik, beraberinde birçok fırsat yaratmıştır. Sosyal inovasyonun başarısını etkileyen faktörlerin (eğitim sistemi, kültürel değerler, politik ekonomi, ekonomik kalkınma, devlet ve sivil toplum desteği, sektörler arası ortaklıklar) neler olduğu konusunda gerekli araştırmaya ihtiyaç vardır. Cinsiyet, yaş, din, engellilik ve etnik köken alanlarındaki ayrımcılıkla mücadele, yaşlanmayla ilgili toplumsal ve bireysel sorunlar, kent yaşamı, eğitime erişim, etnik gruptan oluşan toplumlar, kronik hastalıklar, sağlıksız beslenme, suç yönelik davranışlar, iş ve özel yaşam arasındaki uyumluluk, yaşam kalitesi, mutluluk, iklim etkisi vb. günümüzde çözüm bulunması gereken konulardır.

**Anahtar Kelimeler:** Girişimcilik, Sosyal girişimcilik, Sosyal İnovasyon, Sosyal girişimcilik okulları

## Social Entrepreneurship and Social Innovation

**Abstract:** Social entrepreneurship is a new concept that finds innovative solutions to ongoing social problems such as poverty, lack of access to education, clean drinking water and human rights. The concept of social entrepreneurship consists of many sub-sets that have not yet been fully defined. Social enterprises engage in social entrepreneurship and try to ensure sustainability by using business models. Social entrepreneurship, a new discipline, has created many opportunities. There is a need for research on the factors that affect the success of social innovation (education system, cultural values, political economy, economic development, state and non-governmental support, inter-sectoral partnerships). Fighting discrimination in the fields of gender, age, religion, disability and ethnicity, social and individual problems related to aging, urban life, access to education, societies consisting of ethnic groups, chronic diseases, unhealthy nutrition, criminal behavior, compatibility between work and private life, life quality, happiness, climate impact, etc. These are issues that need to be resolved today.

**Key Words:** Entrepreneurship, Social entrepreneurship, Social Innovation, Social entrepreneurship schools

### 1. GİRİŞ

Sosyal girişimcilik genellikle, temel olarak finansal kâra odaklanmak yerine toplulukların yararına çalışan bireyler, gruplar ve girişimler olarak sosyal girişimciler için artı değer üreten sosyal değerlere, hedeflere ve yatırımlara odaklanan ekonomik bir faaliyet olarak tanımlanır. Sosyal girişimcilik, hem sosyal hem de ekonomik hedeflere ulaşmak ve dayanışmanın yaratılmasına olanak sağlamak amacıyla mal, hizmet ve bilgi üretimini birleştirir. Daha geniş bir perspektiften bakıldığında, sosyal girişimciliğe odaklanan kuruluşlar, sosyal ve dayanışma ekonomisinin parçaları olarak tanımlanmaktadır. Bu bağlamda sosyal girişimler, kooperatifler, ortak kuruluşlar, kendi kendine yardım grupları, hayır kurumları, sendikalar, adil ticaret şirketleri, toplumsal girişimler ve bankalar bulunmaktadır.

Sosyal inovasyon, sosyal girişimciliğin temel unsurudur. Sosyal inovasyon genellikle ihtiyaçların karşılanmasına olanak tanıyan yeni stratejiler, kavramlar, ürünler, hizmetler ve organizasyonel

formlar olarak tanımlanmaktadır. Bu tür yenilikler, özellikle sosyal sistemin çeşitli sektörlerinin içinde yaratılmaktadır. Örneğin bunlar kamu sektörü, özel sektör ve sivil toplum arasındaki alanlardır. Bu yenilikler yalnızca sorunların çözülmesine olanak sağlamakla kalmıyor, aynı zamanda kamusal eylem olanaklarını da geliştiriyor.

### 2. GİRİŞİMCİLİK

Bireylerin kişisel ve mesleki olarak kendini geliştirmesine, aktif vatandaşlığa ve sosyal katılımına katkıda bulunan girişimcilik kavramının temelinde, iş fırsatlarının belirlenmesi ve yeni bir organizasyon oluşturmak veya mevcut bir organizasyonu geliştirmek için girişim becerilerinin kullanılması yer almaktadır (Vázquezvd., 2011). Girişimcilik faaliyeti bir dizi bilişsel (öz yeterlik, senaryolar, bilişsel stiller, sorunları analiz etme vb.) ve bilişsel olmayan (yaratıcılık, özerklik, kendine güven vb.) yeterliliklerden etkilenir ve aşağıdaki faktörler tarafından yönlendirilir: eğitim, iş hayatında aile deneyimi, finansmana erişim (Fairlie ve Holleran, 2012) ve diğer çevresel değişkenler.

Bu değişkenler, Küresel Girişimcilik Monitörü'nde (Amorós ve Bosna, 2014) girişimcilik faaliyetini kolaylaştıran veya kısıtlayan dokuz yapısal koşul olarak belirtilmiştir: mali, hükümet politikaları, hükümet programları, eğitim ve öğretim, araştırma ve geliştirme transferi, ticari ve mesleki altyapı, pazarların açıklığı / giriş engelleri, fiziksel altyapılara erişim ve kültürel ve sosyal normlar. Literatürde girişimciliğin kavramsal tanımları incelendiğinde tüm yaklaşımların tamamlayıcı olduğu sonucuna varılmaktadır. Girişimcilik, bir fırsatı tanımlama ve değerlendirme ve bundan yararlanmak için bir kaynak paketi aracılığıyla değer yaratma süreci olarak görülmektedir (Engelen vd., 2009; Morris vd., 2008; Sahlman vd., 1999; Shane ve Venkataraman, 2000; Stevenson ve Jarillo-Mossi, 1986). Diğer araştırmacılar ise bu sürecin yenilikçi olması ve refahı artırması gerektiğini, risk alma, özerklik ve proaktiflik gibi girişimcilik becerilerine dayandığını savunmaktadır (Nasution vd., 2011). Aynı düşüncede Shapero ve Sokol (1982) tüm örgütlerin ve bireylerin girişimci olma potansiyeline sahip olduğunu ve yeni örgütler yaratmanın sosyal ve ekonomik bağlama bağlı bir süreç olduğunu belirten sosyolojik bakış açıları da bulunmaktadır (Reynolds, 1991; Thornton, 1999). Dolayısıyla girişimcilik süreci, girişimcinin profili ve yeni girişimi şekillendirilen karmaşık bir sosyal sürecin sonucu olarak görülmektedir. (Chell, 2008; Gartner, 1985; Steyaert ve Katz, 2004). Chell'e (2007) göre girişimcilik hem ticari hem de sosyal girişimleri içermektedir. Değer yaratmak için mevcut kaynaklarla ilgili fırsatların tanınması ve takip edilmesi süreci olarak görülmektedir. Girişimcilik kavramıyla bağlantılı olarak girişimci kavramı da vardır. Ekonomik dengeyi bozan (Schumpeter, 1934) ve bir fikirden pazara yenilik transfer sürecini yönetebilen (Raab vd., 2005) yenilikçi (yaratıcı yıkıcı) olarak görülmüş; mevcut bir organizasyon içinde bile riskleri üstlenen ve yenilikler geliştiren (iç girişimci), yaratıcılık gösteren ve pazardaki yeni fırsatları belirlemekten sorumlu bir birey olarak (Rathna ve Vijaya, 2009); eşitlik, zaman ve kariyer açısından ekonomik değer yaratmaya kendini adanmış (Hornaday, 1992), hedefler belirleme ve bunlara ulaşma yeteneği olarak vizyonları tasarlayan, geliştiren ve yürüten kişidir (Filion, 1999). Kendi becerilerini ve yeteneklerini tamamlayacak bir girişimcilik veya girişim ekibi oluşturma kapasitesine sahip, yönetme, kontrol etme ve kaynak bulma yetkisine sahip olan biridir (Timmons, 1994).

### 3. SOSYAL GİRİŞİMCİLİK

Sosyal girişimcilik uzun zamandır uygulama ve araştırma alanlarında popüler olmuştur. Ancak bilim adamları ve uygulayıcılar sosyal girişimciliğin

anlamı konusunda bir fikir birliğine varamamışlardır (Certo ve Miller, 2008; Hill vd., 2010; Mair ve Martí, 2006; Mort vd., 2003; Short vd., 2009). Bu bağlamda sosyal girişimcilik tam olarak tanımlanamamıştır (Choi ve Majumdar, 2014). Akademisyenler sosyal girişimciliği farklı tanım ve yaklaşımlarla vurgulamışlardır. Gallie (1956a, 1956b),

Piyasanın ve devletin çözemediği küresel, ulusal ve yerel sorunlarla baş edebilecek bir vizyona sahip girişimcilere ihtiyaç bulunmaktadır (OECD, 2010). Bu fırsatlar, finansal kazanç veya kâr yerine sosyal veya kültürel değerlerin yön verdiği organizasyonlar yeni sosyal girişimler olarak ortaya çıkıyor. Dolayısıyla sosyal girişimciler değer yaratırlar. Ancak bu değerlerin benimsenmesiyle motive olmazlar (Santos, 2012). Sosyal girişim, hedef kitlesinin sosyal ihtiyaçlarına cevap vermeye çalışır ve bunun için de finansal açıdan sürdürülebilir olması gerekir. Kârlı olmayı hedefleyen bir işletmenin bu hedefe ulaşabilmesi için paydaşlarına hizmet etmesi gerekmektedir. Dolayısıyla sosyal girişimcilik, paydaşları girişimciliğin "amaçları" ve sosyal girişimi "araçları" olarak görürken, ekonomik girişimcilik ise tam tersi bir bakış açısına sahiptir. Paydaşlara finansal sermaye biriktirme aracı olarak yaklaşmaktadır (Ridley ve Bull, 2013). Farklı öncü amaçlarla tüm kuruluşlar, paydaşlarının ekonomik, sosyal, ekolojik ve psikolojik taleplerini değer yaratma süreciyle karşılamak zorundadır. Sosyal değer yaratma, sosyal girişimciliğin ayırt edici özelliği olarak kabul edilmektedir (Sullivan vd., 2003). Birçok araştırmacı, yeni yaklaşımlar ekleyerek sosyal girişim tanımına katkıda bulunmuştur: sosyal inovasyon kavramı (örn. Mulgan vd., 2007); sosyal sorunlara iş çözümleri arayışı (örneğin, Chell vd., 2010); toplumsal sorunları, hibrit yapılar yoluyla çözmeye çalışan özel ve kamu kuruluşlarının topluluk ve gönüllü çalışmaları (örn. Austin vd., 2006; Dees, 1998; Dees ve Anderson, 2003). Kâr amacı gütmeyen faaliyetler (Dart, 2004), yeni girişimler yaratarak ve yenilikçi bir şekilde yöneterek sosyal zenginliğin artırılmasını hedefler (örn. Chell, 2007; Zahra vd., 2009).

#### 3.1. Sosyal Girişimcilik ve Sosyal Girişimler

Literatürde sosyal girişimcilik ve sosyal girişimler birbirinin yerine kullanılmaktadır. Girişimcilik, fırsat belirleme, risk, yenilik ve piyasaya yeni bir şey sunma gibi özelliklerle ilişkilidir (Beaver, 2003; Carland vd., 1984). Sosyal girişimcilik sosyal sorunları ele almaya odaklıdır. Sosyal girişimler sosyal işletmelerle uğraşmakta ve faaliyetlerinin girişimci olup olmamasına göre sosyal girişimcilik uygulayabilmektedirler. Sosyal girişimler üçüncü

sektörü temsil etmekte kamu, özel sektör ve sivil toplum kuruluşları (STK) tarafından göz ardı edilen sosyal ihtiyaçlara odaklanmaktadır (Luke ve Chu, 2013). Toplumsal ihtiyaçlara hizmet etmek amacıyla ticari faaliyetlerde bulunurlar. Sosyal girişimler kâr amaçlı, kâr amacı gütmeyen organizasyonlar olabilir (Grieco vd., 2015). Ayrıca sosyal girişimler iş modellerini benimseyerek hem finansal hem de sosyal açıdan sürdürülebilirliği sağlamaya çalışmaktadır. Sosyal girişimcilik ile sosyal girişimler arasındaki sınırlar tam belirlenmemiştir. Ancak bu ikisi arasındaki ayrımı anlamak önemlidir. Farklılık, faaliyet düzeyindeki inovasyondan kaynaklanmaktadır. Bazı sosyal girişimler faaliyet düzeyinde yenilikçi değildir ve dolayısıyla sosyal girişimci değildir. Sosyal girişimler mutlaka yenilikçi olmak zorunda değildir ve bu nedenle diğer sosyal girişimler tarafından kullanılan iş modellerini taklit edebilirler (Luke ve Chu, 2013).

### 3.2. Sosyal Girişimcilik Okulları

Araştırmacılar üç tür sosyal girişimcilik okulu önerdiler. Dees ve Anderson (2006) iki okul belirledi (yani tip 1): Sosyal Girişim Okulu ve Sosyal İnovasyon Okulu. Sosyal Girişim Okulu, sosyal hedeflere ulaşmak veya kazanmak için ticari faaliyetlerde bulunurken, Sosyal İnovasyon Okulu ticari faaliyetlerde bulunabilir veya bulunmayabilir. Ancak sosyal sorunları çözmek için inovasyona odaklanır. Defourny ve Nyssens (2010) üç farklı okul önermiştir (yani tip 2): Sosyal Girişim Okulu, Sosyal İnovasyon Okulu ve Avrupa'da Sosyal Girişim Okulu (EMES). İlk iki okul Dees ve Anderson tarafından önerilen okullara benzer. EMES, sosyal girişimleri de içeren üçüncü sektör hakkında bilgiyi geliştirmek amacıyla Avrupa Birliği tarafından finanse edilen Avrupa'daki bir araştırma ağıdır. EMES yaklaşımında bir grup vatandaş, toplum yararına mal ve hizmet üretmek amacıyla sosyal girişimler kurar. EMES yaklaşımında kazanılan gelir ve yenilik önemli değildir. Hoogendoorn vd., (2010) dört sosyal girişimcilik okulu (yani tip 3) ortaya çıkardı. İlk üç okul Defourny ve Nyssens okullarına benziyor. Dördüncü okul, İngiltere'de 1992 yılında İşçi Partisi'nin iktidarda olduğu dönemde ortaya çıkan sosyal girişimlere dayanıyor.

### 3.3. Sosyal Girişimcilik Düşünceleri

Politika yapımcıların ve eğitimcilerin, daha fazla insanı sosyal girişimcilik uygulamaya teşvik edebilmeleri ve böylece sosyal değer yaratabilmeleri için sosyal girişimciliğin esasını anlamaları gerekir (Ip, 2018; Hockerts, 2017). Ajzen'in (1991) girişimcilik araştırmalarında yaygın olarak kullanılan planlı davranış teorisi ele alınmaktadır. Bu model, davranışa yönelik tutumun (DYT), algılanan öznel normların ve algılanan

davranış kontrolünün, kişinin girişimci olma niyetini etkilediğini göstermektedir. Örneğin, bir kişi girişimci olmaya yönelik olumlu bir tutuma (DYT), girişimci olmaya yönelik sevdiklerinin tutumlarına (yani olumlu ve olumsuz, öznel normlara) ve girişimci olma konusunda kendine güvenmelidir. Girişimcilik ile sosyal girişimcilik arasında bazı farklılıklar olduğu göz önüne alındığında, Mair ve Noboa (2006) sosyal girişimcilik amaçlarını gösteren bir modeli ortaya koyan ilk kişidir. Modelleri temel olarak planlı davranış teorisine dayanıyordu.

## 4. İNOVASYON

Hurley ve Hult (1998) yenilikçilik kavramını bir organizasyonun yeni fikirlere açık olma kapasitesi olarak ortaya koymuş ve yenilikçilik kavramı olarak ele almıştır: inovasyona yöneliminin bir ölçüsüdür. Araştırmacılar aynı zamanda kuruluşun yeni fikirleri, süreçleri veya ürünleri başarılı bir şekilde benimseme ve uygulama kapasitesi olarak yenilik yapma yeteneği olarak tanıtmaktadır. Dolayısıyla yenilikçilik, bir firmanın yeni ürün ve süreçlerle sonuçlanan yeni fikir üretme, deneme ve Ar-Ge faaliyetlerine katılma eğilimini yansıtır (Lumpkin ve Dess, 1996). Şirketlerin inovasyon yapma özelliklerinin bulunduğunu fark etmek önemlidir: müşterilerle birlikte değer yaratma; küresel bilgi kaynağı ve işbirlikçi ağlar; ve inovasyonun itici güçleri olarak küresel zorluklar (Pralhad, McCracken ve McCracken, 2009).

Phills vd tanımı., (2008) "toplumsal bir soruna yönelik, mevcut çözümlerden daha etkili, verimli, sürdürülebilir veya adil olan ve yaratılan değer için özel bireylerden ziyade öncelikle bir bütün olarak topluma kazandırıldığı yeni bir çözüm" olarak tanımlamaktadır. Sosyal yenilikler, sosyal amaçlara ulaşmak için sosyal araçların (vatandaşların, sivil toplum kuruluşlarının, yerel toplulukların, işletmelerin ve kamu temsilcilerinin yaratıcılığı) kullanılmasıyla ilgilidir (Caulier vd., 2010). İş inovasyonunun pazar ve tüketici odaklı olduğu düşünülse de (Mulgan vd., 2007), başarılı olmak için sosyal inovasyonun yanı sıra, karşılanmamış insani ve toplumsal ihtiyaç ve arzuları da karşılaması gerekir (Carvalho, 2013).

## 5. SOSYAL İNOVASYON

Sosyal inovasyon terimi son zamanlarda giderek daha sık kullanılmaktadır (Hochgerner, 2011). Odak noktası, sürecin genel olarak hem piyasa hem de devlet dışında geliştiğini vurgulayarak, sosyal dışlanma sorunlarını ele alan üçüncü sektör girişimlerini tanımlamaktan ibaret olan sosyal

inovasyon araştırmasıydı (André ve Abreu, 2006). Örneğin, Westwood (2009)'un ifadesiyle sosyal inovasyon, "piyasanın üstlenmediği yeni ihtiyaçları karşılamayı veya ekonomik ve sosyal yaşamda insanlara bir yer ve rol vermenin yeni, daha tatmin edici yollarını yaratmayı amaçlamaktadır". Diğer araştırmacılar (örn. BEPA, 2010; Vale, 2009) sosyal inovasyonun insanların güçlendirilmesindeki rolünü ve "sosyal uyum yaratmanın ve ekonomik dinamizme katkıda bulunmanın" ve dolayısıyla sosyal değişimi yönlendirmenin bir yolu olduğunu vurguladılar. Bu perspektifte, sosyal dışlanma sorunlarının üstesinden gelmek için beceri ve yeteneklerinin geliştirilmesi, özgüven, motivasyon ve saygınlığın güçlendirilmesi yoluyla insanların kendi kapasitelerinin ihtiyaçlarından önce geldiği vurgulanmaktadır (Vale, 2009). Bazıları (örn. Hochgerner, 2011; Kieboom, 2014; Edward vd., 2012) sosyal inovasyon kavramına sosyal uygulamaların yeniliği olarak bakıyor. Bu perspektif, yeniliğin toplumsal amacına, toplumsal değişimlerle baş etme ihtiyacına ve ağların ve sosyal yenilik laboratuvarlarının yeniliğin yayılması ve sistemik değişime ulaşmak için kritik olduğu noktalara vurgu yapar. Bazı araştırmacılar ise (örn. Moulaert ve Nussbaumer, 2005; Moulaert vd., 2007; Moulaert vd., 2005) dikkatlerini sosyal inovasyon süreçlerinin sosyo-bölgesel uyuma, yenileme ve mahalle kalkınması kentsel dönüşüme nasıl katkıda bulunabileceği konusuna odakladılar. Bu perspektif, sosyal inovasyon girişimlerinin kentsel (hatta kırsal) bölgeler için üretebileceği sosyal katma değeri ve ayrıca sosyal açıdan yaratıcı şehirlere nasıl ulaşılacağını vurguladı (Florida, 2002). Sosyal inovasyona artan ilginin bir kısmı, teknolojilerin insanların etkileşim biçimini dönüştürmesi ve bilgi ve sosyal ağ oluşturmaya yönelik ağların ve küresel altyapıların yaygınlaşmasıyla toplumsal sorunların çözümüne yönelik yeni tür teknolojik inovasyonlardan kaynaklanan cazip olasılıklardır (Brackertz, 2011). Sosyal inovasyon teriminin farklı bağlamlarda ve perspektiflerde kullanılması onu karışık bir kavram haline getiriyor. Bunun nedeni kısmen uygulayıcıların bir dizi farklı şey hakkında konuşması ve bunun daha geniş inovasyon literatüründe teknolojik inovasyona aşırı odaklanmadan dolayı ciddi bir inovasyon literatürünü dışlamasıdır. Sosyal inovasyon fikri yeni olmasa da (Sharra ve Nyssens, 2010), sosyal bilimler ve inovasyon çalışmaları alanında az gelişmiş bir alan olmuştur (Howaldt ve Schwarz, 2010; Neumeier, 2012; Adams ve Hess, 2008), Araştırmacıların sosyal inovasyon çalışmalarına yeni yöneldikleri (Moulaert vd., 2005), bu kısmen teknolojik inovasyonun bir sonucudur (Dawson vd.,

2010; Pol ve Ville, 2009; Moulaert vd ., 2005; Mulgan, 2007).

## 6. SONUÇ

Sosyal Girişimcilik, medyada, kamu görevlilerinde, sosyal sektör kuruluşlarında, iş dünyasında ve üniversitelerde araştırma konusu olarak giderek popüler hale gelen bir kavramdır (Martin ve Osberg, 2007). Economist gazetesi 2013 yılında işletme okullarındaki öğrencilerin büyük bir kısmının bile öğrendikleri işletme becerilerini yalnızca özel şirketlerin performansını artırmak için değil, aynı zamanda daha iyi bir dünya yaratmak için uygulamaya istekli olduklarını vurguladı (The Economist, 2013). Gray'e (2012) göre "sosyal girişimcilik terimi ilk kez 1960'lı ve 1970'li yıllarda sosyal değişim literatüründe kullanılmıştır". Kökleri kısmen kurumsal sosyal sorumluluk literatüründe yatmaktadır; özellikle büyük firmalar güçlerini sosyal zorluklarla mücadele etmek ve daha iyi bir dünyaya katkıda bulunmak için kullanmaktadır (Shintani, 2011).

Sosyal girişimcilik nispeten yeni bir kavramdır. Bu nedenle birçok araştırma fırsatı sunmaktadır. Sosyal girişimciliğe ilişkin yapılan literatür çalışmaları, muhasebe ve operasyon yönetimi gibi disiplinlerde daha fazla araştırma fırsatının olduğunu ortaya koymaktadır. Günümüze kadar bu konuyla ilgili niteliksel araştırmalar çok fazla olduğundan niceliksel araştırmacılar için daha fazla potansiyel mevcuttur. Ayrıca sosyal girişimcilik araştırmaları farklı coğrafi ortamlarda yapılabilir. Araştırmacılar, sosyal girişimcilik araştırmalarını ilerletmek için yeni teoriler geliştirmeli ve mevcut teorileri kullanmalıdır. Sosyal girişimcilikteki kavramlarla ilgili belirsizlikler olduğundan, önemli kavramlar üzerinde fikir birliğine varmak için daha fazla araştırma yapılması gerekmektedir.

Sosyal girişimcilik ve sosyal inovasyon konusunda akademik çalışmalara bakılırsa aynı kökenli olmamasına rağmen ve çok farklı bağlamlara sahip topluluklarda ortaya çıkan iki kavram arasında yapılan kavramsal ayırım belirlenmelidir. Sosyal girişimcilik, bireyin sosyal değişime ulaşma arzusunun yanı sıra eleştirel bir tutuma sahip olduğunu varsayan bir dizi bireysel özelliktir. Sosyal girişimcilik, sosyal değişimi yönlendiren bireye (veya temsilciye) odaklanma eğilimindeyken, sosyal inovasyon literatürü, sistem değişikliğine yol açan süreçler ve sonuçlar üzerinde yoğunlaşmıştır (Chalmers, 2012). Bu nedenle teori seçimi, ister bireye, ister toplumsal sistemdeki değişime odaklansın, incelenen sürecin özellikle neye odaklandığına göre yapılmalıdır. Sosyal inovasyon, yeni toplumsal kapasitenin (yani inovasyon

literatürünün) geliştirilmesine yol açan sistem oluşturma sürecini incelemenin en iyi yoludur. Sosyal inovasyon, farklı sosyal bileşenlerin etkileşimlerine bağlı olarak ortaya çıkan bir potansiyeldir (Bignetti, 2011). Sosyal zorlukları ele almaya yönelik inovasyon, yeni bir kavramdır. Farklı paydaşlar arasında yeni işbirliğini gerektirir (Waasdorp ve Ruijter, 2011).

Liebman (2013), hükümet veya hayırsever hibe yarışmaları ve inovasyon fonları tarafından yapılan sosyal inovasyonu artırmak için doğrudan bir finansman önermektedir. Hükümetler sosyal yeniliklerin geliştirilmesine yönelik ödüller sunmalı, bunların etkinliğini ölçmeli ve kazanımlarını garanti etmelidir. İnovasyon sürecinin verimliliğinin bölgesel ve ulusal düzeyde ölçülmesi de önemlidir (Matei ve Spiru, 2012). Bu nedenle, kamu ve özel fonların akıllıca yatırım yapılabilmesi için tüm sosyal yeniliklerin etkinliği ve verimliliği konusunda daha fazla araştırmaya ihtiyaç vardır.

İnovasyon yeni teknolojinin uygulanmasıyla ilgilenirken, sosyal inovasyon insan etkileşiminin yeni sosyal kalıplarının uygulanmasıyla ilgilidir. Drucker (1987) sosyal yeniliği, üretkenliği etkileyen eğitim yöntemleri, hastane yönetimi ve pazarlama uygulamalarını içeren teknolojik yeniliğin bir tamamlayıcısı olarak değerlendirmiştir. Mulgan (2006) sosyal yeniliği “toplumsal bir ihtiyacı karşılama hedefiyle motive edilen ve ağırlıklı olarak temel amaçları sosyal olan kuruluşlar aracılığıyla geliştirilen ve yayılan yenilikçi faaliyetler ve hizmetler” olarak tanımlamaktadır.

## KAYNAKÇA

- Adams, D., Hess, M. (2008). Social innovation as a new public administration strategy. In Proceedings of the 12th annual conference of the International Research Society for Public Management (pp. 1–8). Brisbane.
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211.
- Amorós, J. E., Bosma, N. (2014). Global Entrepreneurship Monitor 2013 – Global Report. Retrieved December 13, 2014, from <http://www.gemconsortium.org/docs/download/3106>
- Andrew, C., Klein, J.-K. (2010). Social innovation: What is it and why is it important to understand it better. Collection Études théoriques (ET1003), Canada: CRISES.
- Austin, J., Stevenson, H., Wei-Skillern, J. (2006). Social and commercial entrepreneurship: Same, different, or both? *Entrepreneurship Theory and Practice*, 30(1), 1–22.
- Beaver G (2003) Small firms: Owners and entrepreneurs. *Strategic Change* 12(4): 177–183.
- BEPA-Bureau of European Policy Advisers. (2010). Empowering people, driving change: Social innovation in the European Union, Luxembourg: Publications Office of the European Union.
- Bignetti, L.P. (2011). As inovações sociais: Uma incursão por ideias, tendências e focos de pesquisa. *Ciências Sociais Unisinos*, 47(1), 3-14. (In Portuguese).
- Brackertz, N. (2011) Social innovation, Australian Policy Online, topic guide, 5 December.
- Carland JW, Hoy F, Boulton WR, et al. (1984) Differentiating entrepreneurs from smallbusiness owners: A conceptualisation. *Academy of Management Review*, 9(2): 354–359.
- Carvalho, J. M. S. (2013) *Planeamento Estratégico – O seu guia para o sucesso [Strategic Planning – Your guide to success]* (2nd ed.). Porto: Grupo Editorial Vida Económica.
- Caulier-Grice, J., Kahn, L., Mulgan, G., Pulford, L., Vasconcelos, D. (2010). Study on Social Innovation. Paper Prepared by the Social Innovation Exchange (SIX) and the Young Foundation for the Bureau of European Policy Advisors. Sine Loco: European Union/The Young Foundation. Retrieved December 13, 2014, from <http://socialinnovationexchange.org/>
- Certo, S.T., Miller, T., (2008). Social entrepreneurship: key issues and concepts. *BusinessHorizons*, 51(4), 267–271.
- Chalmers, D. (2012). Social innovation: An exploration of the barriers faced by innovating organizations in the social economy. *Local Economy*, 28(1), 17–34.
- Chell, E. (2007). Social enterprise and entrepreneurship: Towards a Convergent Theory of the Entrepreneurial Process. *International Small Business Journal*, 25(1), 5–26.
- Chell, E. (2008). The entrepreneurial personality: A social construction model. London: Routledge.
- Chell, E., Karataş-Özkan, M., Nicolopoulou, K. (2007). Social entrepreneurship education: Policy, core themes and developmental competencies. *International Journal of Entrepreneurship Education*, 5, 143-162.
- Chell, E., Nicolopoulou, K., Karataş-Özkan, M., (2010). Social entrepreneurship and enterprise: international and innovation perspectives. *Entrepreneurship and Regional Development: An International Journal*, 22 (6), 485–493.
- Dart, R. (2004). The legitimacy of social enterprise. *Nonprofit Management and Leadership*, 14, 411-424.
- Dawson, P., Daniel, L., Farmer, J. (2010). Editorial. *International Journal of Technology Management*, 51(1), 1-8.
- Dees, J. G. (1998). Enterprising non-profits. *Harvard Business Review*, 76, January–February, 55-67.
- Dees, J. G., Anderson, B. B. (2003). For-profit social ventures. *International Journal of Entrepreneurship Education*, 2, 1–26.
- Dees, J.G., Anderson, B., (2006). Framing a theory of social entrepreneurship: building on two schools of practice and thought. Research on social entrepreneurship. ARNOVA occasional paper series, 1(3), pp. 39–66.
- 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
- Drucker, P. F. (1987). Social innovation—Management—New dimension. *Long Range Planning*, 20(6), 29–34.

- Edwards-Schachter, M. E., Matti, C., Alcántara, E. (2012). Fostering quality of life through social innovation: A living lab methodology study case. *Review of Policy Research*, 29(6), 672-692.
- Engelen, A., Heinemann, F., & Brettel, M. (2009). Cross-cultural entrepreneurship research: Current status and framework for future studies. *Journal of International Entrepreneurship*, 7, 163-189.
- Fairlie, R., Holleran, W. (2012). Entrepreneurship training, risk aversion and other personality traits: Evidence from a random experiment. *Journal of Economic Psychology*, 33, 366-378.
- Filion, L. J. (1999). Empreendedorismo: empreendedores e proprietários-gerentes de pequenos negócios. *Revista de Administração*, 34(2), 5-28.
- Florida, R. (2002). *The rise of the creative class*. New York, NY: Basic books.
- Gallie, W.B., (1956a). Essentially contested concepts. *Proceedings of the Aristotelian Society*, 56, 167-198.
- Gallie, W.B., (1956b). Art as an essentially contested concept. *The Philosophical Quarterly*, 6(23), 97-114.
- Gartner, W. B. (1985). A conceptual framework for describing the phenomenon of new venture creation. *Academy of Management Review*, 10, 696-706.
- Gray, E. (2012). For-profit social entrepreneurship. In T.S. Lyons (Ed.), *Social Entrepreneurship: How Businesses Can Transform Society* (pp. 47-70). California, CA: ABC-CLIO.
- Grieco, C., Micheli, L., and Iasevoli, G. (2015). Measuring value creation in social enterprises: A cluster analysis of social impact assessment models. *Nonprofit and voluntary sector quarterly*, 44(6), 1173-1193.
- Hill, T.L., Kothari, T.H., Shea, M., (2010). Patterns of meaning in the social entrepreneurship literature: a research platform. *Journal of Social Entrepreneurship*, 1(1), 5-31
- Hochgerner, J. (2011). The analysis of social innovations as social practice. Published in original German language under the title "Die analyse sozialer innovationen als gesellschaftliche praxis". In *Zentrum für Soziale Innovation* (ed.). *Pendeln zwischen wissenschaft und praxis* (pp. 173-189). ZSI-Beiträge zu sozialen Innovationen. Vienna and Berlin: LIT.
- Hockerts, K. (2017). Determinants of social entrepreneurial intentions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 41(1), 105-130.
- Hoogendoorn, B., Pennings, E., Thurik, R., (2010). What do we know about social entrepreneurship: an analysis of empirical research. *International Review of Entrepreneurship*, 8(2), 1-42.
- Hornaday, R. W. (1992). Thinking about entrepreneurship: A fuzzy set approach. *Journal of Small Business Management*, 30(4), 12-23.
- Hurley, R. F., Hult, G. T. (1998). "Innovation, Market Orientation, and Organizational Learning: An Integration and Empirical Examination". *Journal of Marketing*, 62(3):42-54.
- Howaldt, J., Schwarz, M. (2010). *Social innovation: concepts, research fields and international trends*. Dortmund: Report of ESF, EU, and Aachen University.
- Ip, C. Y., Liang, C., Wu, S. C., Law, K. M. Y., and Liu, H. C. (2018). Enhancing social entrepreneurial intentions through entrepreneurial creativity: A comparative study between Taiwan and Hong Kong. *Creativity research journal*, 30(2), 132-142.
- Kieboom, M. (2014). *Lab Matters: Challenging the practice of social innovation laboratories*. Amsterdam, The Netherlands: Kennisland. Licensed under CC-BY.
- Liebman, J. B. (2013). Advancing Evidence-Based Policymaking to Solve Social Problems. *Issues in Science and Technology*, Fall, 47-55.
- Luke, B., and 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.
- Lumpkin, G. T., Dess, G. G. (1996). Clarifying the entrepreneurial orientation construct and linking it to performance. *Academy of Management Review*, 21, 135-173.
- Mair, J., Martí, I., (2006). Social entrepreneurship research: a source of explanation, prediction and delight. *Journal of World Business*, 41(1), 36-44.
- Mair, J. and Noboa, E. (2006). Social entrepreneurship: How intentions to create a social venture get formed. In J. Mair, J. Robinson, and K. Hockerts (Eds.), *Social entrepreneurship* (pp. 121-136). New York: Palgrave MacMillan.
- Martin, R., Osberg, S. (2007). Social Entrepreneurship: The Case for Definition. *Stanford Social Innovation Review*, 29-35.
- Matei, M. M., Spircu, L. (2012). Ranking Regional Innovation Systems According to their Technical Efficiency – A Nonparametric Approach. *Economic Computation & Economic Cybernetics Studies & Research*, 46(4), 31-47
- Meyskens, M., Robb-Post, C., Stamp, J., Carsrud, A., and Reynolds, P. (2010). Social ventures from a resource-based perspective: An exploratory study assessing global Ashoka fellows. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 34(4), 661-680.
- Morris, M. H., Kuratko, D. F., Covin, J. G. (2008). *Corporate entrepreneurship and innovation*, 2nd ed. Thomson Higher Education, Mason.
- Mort, G.S., Weerawardena, J., Carnegie, K., (2003). Social entrepreneurship: towards conceptualisation. *International Journal of Nonprofit and Voluntary Sector Marketing*, 8(3), 76-88
- Moulaert, F., Nussbaumer, J. (2005). The social region: beyond the territorial dynamics of the learning economy. *European Urban and Regional Studies*, 12(1), 45-64
- Moulaert, F., Martinelli, F., González, S., Swyngedouw, E. (2007). Introduction: Social innovation and governance in European cities. *European Urban and Regional Studies* 14(3), 195-209.
- Moulaert, F., Martinelli, F., Swyngedouw, E., González, S. (2005). Towards alternative model(s) of local innovation. *Urban Studies*, 42(11), 1969-1990.
- Mulgan, G. (2006). *The Process of Social Innovation*. *Innovations: Technology, Governance, Globalization*, 1(2), 145-162.
- Mulgan, G. (2007). *Social Innovation: What it is, why it matters and how it can be accelerated*. Oxford, UK: Said Business School.
- Mulgan, G., Tucker, S., Ali, R., Sanders, B. (2007). *Social innovation: What it is, why it matters and how it can be accelerated*. Skoll Centre for Social Entrepreneurship. Working Paper, The Young Foundation, Said Business School, Oxford University
- Nasution, H. N., Mavondo, F. T., Matanda, M. J., Ndubisi, N. O. (2011). *Entrepreneurship: Its relationship with*

- market orientation and learning orientation and as antecedents to innovation and customer value. *Industrial Marketing Management*, 40, 336–345.
- Neumeier, S. (2012). Why do social innovations in rural development matter and should they be considered more seriously in rural development research? – Proposal for a stronger focus on social innovations in rural development research. *Sociologia Ruralis*, 52, 48–69.
- Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD) (2010). SMEs, Entrepreneurship and Innovation. OECD 2010. Chapter 5. Social Entrepreneurship and Social Innovation. Retrieved December 13, 2014, from [http://ec.europa.eu/internal\\_market/social\\_business/docs/conference/oecd\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/internal_market/social_business/docs/conference/oecd_en.pdf)
- Perrini, F., Vurro, C., (2006). Social entrepreneurship: Innovation and social change across theory and practice. In: Mair, J., Robinson, J., Hockerts, K. (Eds.), *Social Entrepreneurship*. Palgrave Macmillan, Basingstoke
- Phills, J., Deiglmeier, K., Miller, D. (2008). Rediscovering Social Innovation. *Stanford Social Innovation Review*, 6(4), 34–43
- Pol, E., Ville, S. (2009). Social innovation: Buzz word or enduring term? *Journal of Socio-Economics*, 38(6), 878–885.
- Prahalad, C. K., McCracken, P., McCracken, R. (2009). The new nature of innovation. Report for OECD. Copenhagen: FORA.
- Raab, G., Stedham, Y., Neuner, M. (2005). Entrepreneurial Potential: An Exploratory Study of Business Students in the U.S. and Germany. *Journal of Business and Management*, 11(2), 71–88.
- Reynolds, P. D. (1991). Sociology and entrepreneurship: concepts and contributions. *Entrepreneurship Theory Practice*, 16(2), 47–70.
- Rathna, K. G., Vijaya, T. G. (2009). Competencies of Entrepreneurs and Intrapreneurs: A Comparative Study. *South Asian Journal of Management*, 16(2), 28–60.
- Ridley-Duff, R., Bull, M. (2013). *Understanding Social Enterprise: Theory and Practice*. SAGE Publications Ltd.
- Ruttmann, R., Elmer, P., Fleming, G., and Hemrika, L. (Eds.). (2012). *Investing for impact: How social entrepreneurship is redefining the meaning of return*. Zurich, Credit Sui.
- Sahlman, W. A., Stevenson, H. E., Roberts, M. J., & Bhide, A. (1999). *The Entrepreneurial Venture*, 2nd ed. Boston: HBS Press.
- Santos, F. M. (2012). A Positive Theory of Social Entrepreneurship. *Journal of Business Ethics*, 111(3), 335–351.
- Schumpeter, J. A. (1934). *The Theory of Economic Development*. Cambridge: Harvard Economic Studies
- Shane, S., Venkataraman, S. (2000). The promise of entrepreneurship as a field of research. *Academy of Management Review*, 25, 217–226.
- Shapiro, A., Sokol, L. (1982). The Social Dimensions of Entrepreneurship. In C. Kent, D. Sexton, & K.H. Vesper (Eds.), *The Encyclopedia of Entrepreneurship* (pp. 72–90). Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- Sharir, M., Lerner, M., (2006). Gauging the success of social ventures initiated by individual social entrepreneurs. *Journal of World Business*, 41(1), 6–20
- Sharra, R., Nyssens, M. (2010). *Social innovation: An interdisciplinary and critical review of the concept*. Louvain, Belgium: Université Catholique de Louvain.
- Shintani, D. (2011). The role of business actor for social innovation from CSR perspectives. In OECD (Ed.), *Fostering innovation to address social challenges* (pp. 65–68). Paris, France: OECD.
- Short, J.C., Moss, T.W., Lumpkin, G.T., (2009). Research in social entrepreneurship: past contributions and future opportunities. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 3(2), 161–194.
- Smith, I.H. and Woodworth, W.P. (2012). Developing social entrepreneurs and social innovators: A social identity and self-efficacy approach. *Academy of Management Learning and Education*, 11(3), 390–407.
- Stevenson, H. H., Jarillo-Mossi, J. C. (1986). Preserving entrepreneurship as businesses grow. *Journal of Business Strategy*, 7(1), 10–23.
- Steyaert, C., Katz, J. (2004). Reclaiming the space of entrepreneurship in society: Geographical, discursive and social dimensions. *Entrepreneurship and Regional Development*, 16, 176–196.
- Sullivan-Mort, G., Weerawardena, J., Carnegie, K. (2003). Social entrepreneurship: Towards conceptualization. *International Journal of Nonprofit and Voluntary Sector Marketing*, 8, 76–88.
- Timmons, J. A. (1994). *New Venture Creation*, 4th ed. Homewood, IL Irwin.
- The Economist (2013, December, 24). Gregory Dees - Social capitalist.
- Thornton, P. H. (1999). The Sociology of Entrepreneurship. *Annual Review Sociology*, 25, 19–46.
- Vale, A. (2009). A new paradigm for social intervention. In Centro de Informação e Documentação (CID) and EQUAL Portugal (Eds.), *Social innovation* (pp. 3–13), Lisboa, Portugal: Ministério do Trabalho e da Solidariedade Social
- Vázquez, J. L., Lanero, A., Gutiérrez, P., García, M. P. (2011). Fostering Entrepreneurship at the University: A Spanish empirical study. *Transylvanian Review of Administrative Sciences*, 32, 252–276.
- Waasdorp, P., Ruijter, K. (2011). Countries approaches & innovation policies to address social challenges: Opportunities and barriers. In OECD (Ed.), *Fostering innovation to address social challenges* (pp. 69–74). Paris, France: OECD.
- Westwood, A. (2009). User led innovation – a future for social policy? In Centro de Informação e Documentação (CID) and EQUAL Portugal (Eds.), *Social innovation* (pp. 38–53), Lisboa, Portugal: Ministério do Trabalho e da Solidariedade Social.
- Zahra, S. A., Gedajlovic, E., Neubaum, D. O., Shulman, J. M. (2009). A typology of social entrepreneurs: Motives, search processes and ethical challenges. *Journal of Business Venturing*, 24, 519–532