



**ENDÜSTRİ 4.0 BAĞLAMINDA DİJİTAL SOSYAL GİRİŞİMCİLİK VE
SÜRDÜRÜLEBİLİR KALKINMA İLİŞKİSİ**

Yüksek Lisans Tezi

Erdem ÇAKIR

Eskişehir 2022

**ENDÜSTRİ 4.0 BAĞLAMINDA DİJİTAL SOSYAL GİRİŞİMCİLİK VE
SÜRDÜRÜLEBİLİR KALKINMA İLİŞKİSİ**

Erdem ÇAKIR

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri Anabilim Dalı

Danışman: Prof. Dr. Fatma KOCABAŞ

Eskişehir

Anadolu Üniversitesi

Sosyal Bilimler Enstitüsü

Haziran 2022

ÖZET

ENDÜSTRİ 4.0 BAĞLAMINDA DİJİTAL SOSYAL GİRİŞİMCİLİK VE SÜRDÜRÜLEBİLİR KALKINMA İLİŞKİSİ

Erdem ÇAKIR

Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri Anabilim Dalı

Anadolu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Haziran 2022

Danışman: Prof. Dr. Fatma KOCABAŞ

Dördüncü Sanayi Devrimi olarak da bilinen Endüstri 4.0, birçok alanda dijital teknolojilerden faydalanılan yeni bir çağın başlangıcı olmuştur. Bugün için gelinen noktada, günlük hayatın bir parçası haline gelen dijitalleşmeden etkilenen alanlardan biri de sosyal girişimciliktir. Endüstri 4.0 ve bu devrimin getirmiş olduğu yoğun dijitalleşme sonucunda dijital sosyal girişimcilik ortaya çıkmıştır. Geleneksel sosyal girişimlere kıyasla birçok olumlu yöne sahip olan dijital sosyal girişimler, çevre, ekonomi, istihdam, eğitim, dezavantajlı gruplar, toplumsal cinsiyet eşitliği gibi sürdürülebilir kalkınmanın gerçekleştirilmesine katkı sağlayan birçok alanda faaliyet göstermektedir. Bu çalışmada ilk olarak girişimcilik kavramının ortaya çıkışından dijital sosyal girişimciliğe kadar uzanan süreç incelenecektir. Daha sonra ise sürdürülebilir kalkınma kavramı ve dijital sosyal girişim örnekleri bağlamında dijital sosyal girişimciliğin sürdürülebilir kalkınmaya etkileri değerlendirilerek, Türkiye’de dijital sosyal girişimciliğin geliştirilmesine yönelik önerilerde bulunulacaktır.

Anahtar Sözcükler: Sosyal girişimcilik, Endüstri 4.0, Dijitalleşme, Dijital sosyal girişimcilik, sürdürülebilir kalkınma.

ABSTRACT

THE RELATIONSHIP OF DIGITAL SOCIAL ENTREPRENEURSHIP AND SUSTAINABLE DEVELOPMENT IN THE CONTEXT OF INDUSTRY 4.0

Erdem ÇAKIR

Department of Labour Economics and Industrial Relations

Anadolu University, Graduate School of Social Science, July 2022

Supervisor: Prof. Dr. Fatma KOCABAŞ

Industry 4.0, also known as the Fourth Industrial Revolution, has been the beginning of a new era in which digital technologies are used in many areas. At the point reached today, one of the areas affected by digitalization, which has become a part of daily life, is social entrepreneurship. As a result of Industry 4.0 and the intense digitalization brought by this revolution, digital social entrepreneurship has emerged. Digital social enterprises, which have many positive aspects compared to traditional social enterprises, operate in many areas that contribute to the realization of sustainable development such as environment, economy, employment, education, disadvantaged groups, and gender equality. In this study, firstly, the process from the emergence of the concept of entrepreneurship to digital social entrepreneurship will be examined. Then, the effects of digital social entrepreneurship on sustainable development will be evaluated in the context of the concept of sustainable development and digital social entrepreneurship examples, and suggestions will be made for the development of digital social entrepreneurship in Turkey.

Keywords: Social entrepreneurship, industry 4.0, digitalization, digital social entrepreneurship, sustainable development.

ÖNSÖZ

Bu çalışmada, Endüstri 4.0 döneminde ortaya çıkmış olan dijital sosyal girişimciliğin sürdürülebilir kalkınmaya etkileri incelenmeye çalışılmıştır. Bu bağlamda, çalışma kapsamında Türkiye’deki dijital sosyal girişim örnekleri, Birleşmiş Milletler 2030 Sürdürülebilir Kalkınma Amaçları çerçevesinde incelenmiştir.

Öncelikle bu tezin hazırlanma süreci boyunca her zaman desteğini hissettiren ve yol gösteren saygıdeğer danışman hocam Prof. Dr. Fatma KOCABAŞ’a teşekkürlerimi sunarım.

Tez sürecim boyunca fikirlerini paylaşarak gerekli yönlendirmeleri yapan saygıdeğer hocam Prof. Dr. Verda ÖZGÜLER’e teşekkürlerimi sunarım.

Tez jürimde yer alan ve çalışmama katkı sunan saygıdeğer hocam Prof. Dr. İnci PARLAKTUNA’ya teşekkürlerimi sunarım.

Hayatım boyunca her zaman yanımda olan ve destekleyen sevgili annem Nevin ÇAKIR ve sevgili babam Şener ÇAKIR’a teşekkürlerimi sunarım.

Son olarak, eğitim hayatım boyunca üzerimde emeği bulunan tüm hocalarıma ve arkadaşlarıma teşekkürlerimi sunarım.

İÇİNDEKİLER

	<u>Sayfa</u>
BAŞLIK SAYFASI	i
JÜRİ VE ENSTİTÜ ONAYI	ii
ÖZET	iii
ABSTRACT.....	iv
ÖNSÖZ	v
ETİK İLKE VE KURALLARA UYGUNLUK BEYANNAMESİ	vi
İÇİNDEKİLER	vii
TABLolar DİZİNİ	xi
ŞEKİLLER DİZİNİ	xii
KISALTMALAR DİZİNİ	xiii
GİRİŞ	1
1. GİRİŞİMCİLİK KAVRAMINA GENEL BİR BAKIŞ	3
1.1. Girişimcilik Kavramı	3
1.2. Girişimciliğin Tarihsel Gelişimi.....	8
1.2.1. Dünyada girişimciliğin tarihsel gelişimi	8
1.2.2. Türkiye’de girişimciliğin tarihsel gelişimi	11
1.2.2.1. Cumhuriyet öncesi dönemde Türkiye’de girişimcilik	12
1.2.2.2. Cumhuriyet sonrası dönemde Türkiye’de girişimcilik	13
1.3. Girişimciliğin Önemi.....	15
1.4. Girişimciliğin Nedenleri.....	17
1.5. Girişimcilik Yaklaşımları	18
1.5.1. Ekonomik yaklaşımla girişimcilik.....	18
1.5.2. Psikolojik yaklaşımla girişimcilik	20
1.5.3. Sosyo kültürel yaklaşımla girişimcilik.....	22

1.6. Girişimcilik Türleri.....	23
1.6.1. İç ve dış (genel) girişimcilik	23
1.6.2. Orijinal girişimcilik	24
1.6.3. Kurumsal girişimcilik	25
1.6.4. Kamu girişimciliği	26
1.6.5. Çevreci girişimcilik.....	27
1.6.6. Akademik girişimcilik	29
1.6.7. Stratejik girişimcilik.....	31
1.6.8. Kadın girişimciliği	32
1.6.9. Sosyal girişimcilik	33
1.6.10. Dijital girişimcilik	34
1.6.11. Dijital sosyal girişimcilik.....	35
2. SOSYAL GİRİşİMCİLİK	37
2.1. Sosyal Girişimcilik Kavramı	37
2.2. Sosyal Girişimci Kavramı ve Özellikleri.....	39
2.3. Sosyal Girişimciliğin Tarihsel Gelişimi.....	43
2.3.1. Dünyada sosyal girişimciliğin tarihsel gelişimi	43
2.3.2. Türkiye’de sosyal girişimciliğin tarihsel gelişimi	46
2.4. Sosyal Girişimciliğin Önemi.....	48
2.5. Sosyal Girişimciliğin Temel Unsurları	50
2.6. Sosyal Girişimciliği Etkileyen Faktörler	53
2.7. Sosyal Girişimcilik ve Ticari Girişimcilik Arasındaki Farklar	55
3. ENDÜSTRİ 4.0 BAğLAMINDA DİJİTAL SOSYAL GİRİşİMCİLİK.....	59
3.1.Endüstri 4.0 Kavramı	59
3.2. Endüstri 4.0 Kavramının Tarihsel Gelişimi	64
3.3. Endüstri 4.0 Bağlamında Girişimcilik.....	68
3.4. Endüstri 4.0 Bağlamında Dijital Girişimcilik.....	69

3.5. Endüstri 4.0 Bağlamında Dijital Sosyal Girişimcilik.....	72
3.5.1. Endüstri 4.0 bağlamında dijital sosyal girişimcilik kavramı ve özellikleri	72
3.5.2. Endüstri 4.0 bağlamında dijital sosyal girişimciliğin önemi	73
4. DİJİTAL SOSYAL GİRİŞİMCİLİK VE SÜRDÜRÜLEBİLİR KALKINMA İLİŞKİSİ	75
4.1. Kalkınma Kavramına Genel Bir Bakış	75
4.1.1. Kalkınma kavramı.....	75
4.1.2. Kalkınmanın tarihsel gelişimi	77
4.1.2.1. Dünyada kalkınmanın tarihsel gelişimi	77
4.1.2.2. Türkiye’de kalkınmanın tarihsel gelişimi.....	79
4.2. Sürdürülebilir Kalkınma Kavramına Genel Bir Bakış	84
4.2.1. Sürdürülebilir kalkınma kavramı.....	85
4.2.2. Sürdürülebilir kalkınmanın tarihsel gelişimi	86
4.2.2.1. Dünyada sürdürülebilir kalkınmanın tarihsel gelişimi.....	86
4.2.2.2. Türkiye’de sürdürülebilir kalkınmanın tarihsel gelişimi	92
4.3. Dijital Sosyal Girişimcilik ve Sürdürülebilir Kalkınma İlişkisi	94
4.3.1. Dijitalleşme ve sürdürülebilir kalkınma	94
4.3.2. Dijital sosyal girişimciliğin sürdürülebilir kalkınmaya etkileri.....	97
5. TÜRKİYE’DE ENDÜSTRİ 4.0 BAĞLAMINDA DİJİTAL SOSYAL GİRİŞİMCİLİĞİN SÜRDÜRÜLEBİLİR KALKINMAYA ETKİLERİ.....	101
5.1. Yöntem	101
5.2. Türkiye’deki Dijital Sosyal Girişim Örnekleri.....	103
5.2.1. Çevre alanındaki dijital sosyal girişimler.....	103
5.2.2. Eğitim alanındaki dijital sosyal girişimler	109
5.2.3. Blockchain tabanlı dijital sosyal girişimler	113
5.2.4. Dezavantajlı gruplara yönelik dijital sosyal girişimler	115

5.2.5. Bilgi ekosistemi alanında faaliyet gösteren dijital sosyal girişimler	125
5.3 Türkiye’de Endüstri 4.0 Bağlamında Dijital Sosyal Girişimciliğin Sürdürülebilir Kalkınmaya Etkileri.....	129
SONUÇ VE ÖNERİLER.....	136
KAYNAKÇA.....	142
ÖZGEÇMİŞ	



TABLÖLAR DİZİNİ

Sayfa

Tablo 1.1. 2018 Yılı Girişimci ve Yenilikçi Üniversiteler	30
Tablo 2.1. Sosyal Girişimcilik ve Ticari Girişimcilik Arasındaki Farklar	57
Tablo 5.1. Dijital Sosyal Girişim Kategorileri İçin Belirlenen Anahtar Kelimeler	102
Tablo 5.2. Türkiye’deki Dijital Sosyal Girişim Örnekleri	103
Tablo 5.3. Türkiye’deki Başarılı Dijital Sosyal Girişim Örnekleri ve Sürdürülebilir Kalkınmaya Etkileri	132

ŞEKİLLER DİZİNİ

Sayfa

Şekil 2.1. Sosyal Girişimciliğin Tarihsel Gelişimi	45
Şekil 3.1. Geçmişten Günümüze Sanayi Devrimleri	64
Şekil 4.1. Birleşmiş Milletler Sürdürülebilir Kalkınma Amaçları	90
Şekil 5.1. Türkiye’deki Başarılı Dijital Sosyal Girişim Örneklerinin 2030 Sürdürülebilir Kalkınma Amaçları Bağlamında Etkilerinin Yüzdelik Dağılımı.....	134



KISALTMALAR DİZİNİ

AB	: Avrupa Birliği
ABD	: Amerika Birleşik Devletleri
BOTAŞ	: Boru Hatları ile Petrol Taşıma Anonim Şirketi
Bitkom	: Almanya Dijital Birliği (Germany's Digital Association)
ÇAYKUR	: Çay İşletmeleri Genel Müdürlüğü
DHMI	: Devlet Hava Meydanları İşletmesi Genel Müdürlüğü
DPT	: Devlet Planlama Teşkilatı
EaSI	: Avrupa İstihdam ve Sosyal Yenilikçilik Programı (EU Programme for Employment and Social Innovation)
EuSEF	: Avrupa Sosyal Girişimcilik Fonu (European Social Entrepreneurship Funds)
FinTech	: Finans Teknolojisi
GSYİH	: Gayri Safi Yurtiçi Hasıla
IFCN	: Uluslararası Doğruluk Kontrol Ağı (The International Fact-Checking Network)
KOBİ	: Küçük ve Orta Büyüklükte İşletmeler
MKEK	: Makina ve Kimya Endüstrisi Kurumu
ODTÜ	: Orta Doğu Teknik Üniversitesi
OECD	: Ekonomik Kalkınma ve İşbirliği Örgütü (Organisation for Economic Co-operation and Development)
PTT	: Posta ve Telgraf Teşkilatı Genel Müdürlüğü
SMS	: Kısa Mesaj Hizmeti (Short Message Service)
TCDD	: Türkiye Cumhuriyeti Devlet Demiryolları İşletmesi Genel Müdürlüğü

TDK : Türk Dil Kurumu

TURMEPA : DenizTemiz Derneği (Turkish Marine Environment Protection Association)

TÜSİAD : Türk Siyaset ve İş Adamları Derneği

VDMA : Alman Makine Mühendisliği Endüstrisi Derneği (Verband Deutscher Maschinen- und Anlagenbau)

ZVEI : Almanya Elektronik ve Dijital Endüstrisi (Germany's Electro and Digital Industry)



GİRİŞ

Girişimcilik, tarihin hemen her döneminde var olmuş ve günümüze kadar farklı türleriyle karşımıza çıkarak önemini artırmış bir kavramdır. İlk olarak yalnızca ticari amaçlarla veya diğerk bir ifadeyle ekonomik kâr elde etmek amacıyla ortaya çıkmış olan girişimcilik, günümüzde farklı amaçların hayata geçirilmesi için gerçekleştirilen bir faaliyet haline gelmiştir. Bu bağlamda karşımıza çıkan girişimcilik türlerinden biri ise sosyal girişimciliğdir.

Kâr odaklı girişimciliğın aksine sosyal sorunların çözümünü ve sosyal fayda üretmeyi önceleyen bir girişimcilik türü olan sosyal girişimcilik, ilk ortaya çıktığı dönemden bugüne dönemin koşullarına uyum sağlayarak kendini sürekli güncellemiştir. Bu bağlamda 2010’lu yıllardan itibaren meydana gelen ve henüz gelişim aşamasında olan Endüstri 4.0 süreci de sosyal girişimciliğın değıışiminde etkili olmuştur. Endüstri 4.0 ve bu sürecin getirmiş olduğı yoğun dijitalleşme, sosyal girişimlerin de çağı ayak uydurmasıyla beraber dijital sosyal girişimcilik kavramını ortaya çıkarmıştır.

Sosyal girişimlerin dijital teknolojiler aracılığıyla oluşturulduğı ve faaliyetlerini dijital ortamda yürüttükleri dijital sosyal girişimcilik, içinde yaşadığımız çağda önemini giderek artırmaktadır. Bugün için gelinen noktada dijital sosyal girişimcilik, çağımızın kalkınma yaklaşımı olan sürdürülebilir kalkınma bağlamında da önemli katkıları olan bir sosyal girişimcilik türü haline gelmiştir. Bu bağlamda sürdürülebilir kalkınma açısından uluslararası alanda kabul görmüş en kapsamlı yol haritası olarak ifade edebileceğimiz “*Birleşmiş Milletler 2030 Sürdürülebilir Kalkınma Amaçları*” çerçevesinde belirlenen amaçlara ulaşılmasında dünyada ve Türkiye’deki dijital sosyal girişimlerin önemli katkılarının olduğı görülmektedir. Bu çalışma, dijital sosyal girişimciliğın sürdürülebilir kalkınmaya etkilerinin özellikle Türkiye’deki örnekler bağlamında ortaya konulmasını ve bu bağlamda ülkemizde henüz kısıtlı düzeyde olan dijital sosyal girişimcilik literatürüne katkı sağlamayı amaçlamaktadır.

Çalışmanın birinci bölümünde; genel itibariyle girişimciliğın kavramsal çerçevesi anlatılacaktır. Bu bağlamda, öncelikle girişimcilik kavramı ve girişimciliğın tarihsel süreçte dünyada ve Türkiye’deki göstermiş olduğı gelişim incelenecektir. Daha sonra ise girişimciliğın önemi, nedenleri, farklı disiplinler tarafından geliştirilmiş girişimcilik yaklaşımları ve geçmişten günümüze ortaya konulmuş olan girişimcilik türlerinden bahsedilecektir.

Çalışmanın ikinci bölümünde ise ilk olarak sosyal girişimcilik ve sosyal girişimci kavramı, sosyal girişimciliğin tarihsel süreçte dünyada ve Türkiye’deki tarihsel gelişimi açıklanacaktır. Daha sonra sosyal girişimciliğin önemi, unsurları ve sosyal girişimciliği etkileyen faktörler üzerinde durulacaktır. Son kısımda ise sosyal girişimcilik ve ticari girişimcilik arasındaki farklar ortaya konulacaktır.

Çalışmanın üçüncü bölümünde; ilk olarak Endüstri 4.0 kavramı ve tarihsel gelişimi açıklanacak ve Endüstri 4.0 bağlamında girişimcilik incelenecektir. Daha sonra; Endüstri 4.0 bağlamında yaşanan teknolojik gelişmeler sonucunda girişimciliğin değişen yapısı, yeni bir girişimcilik türü olarak dijital girişimcilik ve dijital sosyal girişimcilik kavramları üzerinde durulacaktır.

Çalışmanın dördüncü bölümünde ise ilk olarak kalkınma ve sürdürülebilir kalkınma kavramları, dünyada ve Türkiye’de tarihsel süreçteki gelişimi ele alınacaktır. Daha sonra; dijital sosyal girişimcilik ve sürdürülebilir kalkınma ilişkisine temel oluşturması bakımından dijitalleşme ve sürdürülebilir kalkınma ilişkisi açıklanacaktır. Bölümün son kısmında ise dijital sosyal girişimciliğin sürdürülebilir kalkınmaya etkileri incelenecektir. Bu bağlamda dijital sosyal girişimcilik ve sürdürülebilir kalkınmanın gerçekleştirilmesine sağladığı katkılar, dünyadan örnekler de verilerek genel bir bakış ile anlatılacaktır.

Çalışmanın son bölümünde; Türkiye’de dijital sosyal girişimciliğin sürdürülebilir kalkınmaya etkileri, seçilmiş dijital sosyal girişim örnekleri bağlamında Birleşmiş Milletler 2030 Sürdürülebilir Kalkınma Amaçları doğrultusunda incelenecektir.

Sonuç bölümünde ise dijital sosyal girişimciliğin Birleşmiş Milletler Sürdürülebilir Kalkınma Amaçları çerçevesinde sürdürülebilir kalkınmaya etkileri bağlamında ülkemizde dijital sosyal girişimciliğin geliştirilmesine yönelik olarak çeşitli önerilerde bulunulacaktır.

1. GİRİŞİMCİLİK KAVRAMINA GENEL BİR BAKIŞ

Bu bölümde girişimcilik kavramı genel bir bakış açısıyla incelenmiştir. Bu bağlamda ilk olarak girişimcilik kavramına ilişkin literatürde yer alan tanımlamalara yer verilmiştir. Daha sonra ise dünyada ve Türkiye’de girişimciliğin tarihsel gelişimine, girişimciliğin önemine ve nedenlerine değinilmiştir. Son olarak ise literatürde yer alan girişimcilik yaklaşımları ve türleri açıklanmış, dünyadan ve Türkiye’den örnekler verilmiştir.

1.1. Girişimcilik Kavramı

Girişimcilik geçmişten günümüze önemini giderek artıran bir kavramdır. Ekonomilerin büyümesinde ve kalkınmasında önemli bir araç olan girişimcilik kavramı üzerine birçok tanım bulunmaktadır. Özellikle işletme disiplinde bu kavrama yönelik olarak birçok farklı tanım ortaya atılmıştır. Girişimcilik kavramı, gün geçtikçe önemini artırmasına karşılık, bu kavrama ilişkin ortak bir tanım bulunmamaktadır. En genel haliyle girişimcilik; “*belirli fırsatlardan faydalanmak amacıyla kaynakların araştırıldığı ve değerlendirildiği bir süreç*” olarak tanımlanabilmektedir (Özdevecioğlu ve Cingöz, 2009, s. 83).

Girişimci kavramının İngilizcesi olan “*entrepreneur*”, Fransızcada bir şey yapmak anlamına gelen “*entreprendre*” kelimesinden gelmektedir. Girişimcilik, ilk olarak 18. yüzyılda Fransız ekonomist Cantillon tarafından “*henüz belirlenmemiş bir bedel ile satmak amacıyla üretim girdilerinin alınması ve üretilmesi*” olarak tanımlanmıştır (Tosunoğlu, 2003, s. 4).

Girişimci tanımı, Cantillon’dan sonra Say tarafından geliştirilmiştir. Say girişimcilikte risk üstlenme kadar üretim girdilerini örgütlemenin önemi üzerinde duran (TÜGİAD, 1993, s. 3) ve Avrupa’da ekonomi alanında çalışan ilk profesörlerden biri olarak bilinmesinin yanı sıra kendi işletmesini de yöneten bir kişidir. “*A Treatise On Political Economy or the Production, Distribution and Consumption of Wealth*” adlı eserinde Say, girişimciyi “*hem üretimde hem dağıtımda merkezi bir rol üstlenen kişi*” olarak ifade etmiştir. Bu bağlamda Say, girişimcinin yönetsel rolünü ilk kez vurgulayan iktisatçı olarak bilinmektedir (Güney, 2015, s. 18-19).

Girişimcilikte yenilikçi olma özelliğini ise Schumpeter ileri sürmüştür (TÜGİAD, 1993, s. 3). Neredeyse tüm iktisat okulları, girişimciliğin kapitalist ekonomiye olan katkılarını kabul etmekle beraber hiçbir ürettikleri teorilerde emek, sermaye ve toprağın yanında dördüncü üretim faktörü olarak girişimcinin önemini vurgulamamıştır. Girişimci kavramının önemini vurgulayan isim ise Schumpeter olmuştur (Demirez, 2005).

Bir diğer tanıma göre ise girişimcilik, en dar anlamıyla, *“fikirlerin yakalanması ve yakalanan bu fikirlerin ürüne dönüştürülmesi, hizmetlerin ve ürünlerin pazara sunulması için bir girişim kurulmasıdır”* (Zhao, 2006’dan aktaran Küçükaltan, 2009, s. 22). Stevenson ise girişimciliği, *“halihazırda kontrol edilen kaynaklardan bağımsız olarak yeni fırsat arayışı”* olarak tanımlamıştır (Stevenson, 2006, s. 6).

Bir başka tanıma göre ise girişimcilik, kaynakları ekonomik olarak seferber etme, harekete geçirme faaliyetidir. Girişimcilik teorisine önemli katkıları olan Hisrich ve Peters ise girişimciliği, *“yeterli emek ve zaman ayırarak, riskleri göze alarak ve parasal kazançlar, kişisel tatmin ve bağımsızlık elde ederek yeni bir değer üretme süreci”* olarak tanımlamaktadır (Hisrich ve Peters, 2001’den aktaran Aytaç ve İlhan, 2007, s. 103).

Ülkemizdeki literatüre baktığımızda çok fazla tanımın yer almadığını görmekteyiz. Türkçe’de girişimcilik kavramı yerine müteşebbis kavramı da kullanılmaktadır. Ancak günümüzde tercih edilen kavram girişimciliktir (Ürper, 2018, s. 4). Türk Dil Kurumu (TDK) sözlüğünde ise girişimcilik, *“girişimci olma durumu”* olarak tanımlanmıştır¹. Ülkemizdeki literatür incelendiğinde yapılan bir tanıma göre girişimcilik kavramı, *“bir mal veya hizmetin üretimini için gerekli olan girdilerin satış amaçlı olarak henüz belirlenmemiş bir bedel karşılığında satın alınması ve üretilmesidir”* (Ürper, 2018, s. 3). Yapılan bir başka tanıma göre ise girişimcilik, *“piyasada risk ve belirsizliklere rağmen öncelikle varlığını sürdürme hedefinde olan daha sonra ise kâr elde etme ve büyüme hedefiyle, yaratıcı ve yenilikçi bir işletme faaliyetinin yürütülmesidir”* (Durukan, 2006, s. 25).

Girişimciliğin temel aktörü olan *“girişimci”* ise en basit haliyle bu *“girişimcilik faaliyetlerini üreten ve yürüten kişi”* olarak tanımlanabilir. Türk Sanayicileri ve İş Adamları Derneği (TÜSİAD) ise girişimciyi *“bilinenleri en iyi yapan ve hünelerlerine aklını da katan, olağan ve olağandışı koşullarda işgücü ve sermaye kaynaklarını verimli*

¹<https://sozluk.gov.tr/> (Erişim Tarihi: 30.05.2020)

bir biçimde kullanacak önlemleri düşünen, analiz eden, planlayan, yürürlüğe koyan, uygulayan ve sonuçlarını denetleyebilen kişi” olarak tanımlamıştır (Evirgen, 2004, s. 4).

Girişimci kavramı ekonomistler açısından kaynakları, işgücünü, makine ile teçhizatları ve diğer varlıkları bir araya getirerek daha büyük bir değer yaratan kişi anlamına gelmekte iken bir psikolog için girişimci bir şeyi elde etmek, bir şeye ulaşmak, başarmak için denemeler yapmak, başka kişilerin elindeki otoriteyi almak için çabalayan kişi anlamına gelmektedir. Bir iş adamı için ise girişimci, bir tehdit unsuru olarak görülebileceği gibi bir müşteri, iş birliği yapabileceği bir ortak veya diğer insanların mutluluk ve refahı için çalışan kişi olarak da ifade edilebilir (Güney, 2015, s. 58).

Yapılan araştırmalara göre girişimci bireylerin sahip olması gereken dört unsur belirlenmiştir. Bu unsurlar; *“risk alma”*, *“yaratıcılık”*, *“proaktiflik”* ve *“rekabetçi davranma”* olarak ifade edilmektedir. Girişimciler maksimum kârı elde edebilmek için sahip oldukları inanç doğrultusunda karşılaşılabilecekleri riskleri göze alabilmelidir. Yaratıcılık unsuru ise girişimcilerin değişen koşullar karşısında sürekli olarak yeniliklere açık olması ve fırsatları değerlendirebilmesini ifade etmektedir. Girişimciler yeni bir ürün veya hizmetin oluşturulması sürecinde ve sonrasında karşılaşılabilecekleri problemleri önceden tahmin ederek gerekli önlemleri alabilmeli, diğer bir ifadeyle proaktif olmalıdırlar. Son olarak ise girişimciler piyasa koşullarını sürekli takip etmeli ve piyasa yapısının gereği olan rekabetçi davranma güdüsüyle hareket etmelidir. Rekabetçi davranan girişimciler, piyasada tutunabilmek için kendilerini sürekli iyileştirme ve yenileme ihtiyacı ile hareket etmektedirler (Önce vd., 2014, s. 2).

Farklı zamanlarda ve farklı kişilerce yapılan tanımlardan da anlaşılacağı üzere girişimciliğin ve girişimcinin genel geçer bir tanımının olmadığı görülmektedir. Girişimciler ile hayatın her alanında karşılaşılabilir. Bu bağlamda girişimcilik yalnızca kendi işletmesini kurmak ve işletme sahibi olmaktan öte toplumsal bir olgu olarak karşımıza çıkmaktadır (Özdevecioğlu ve Cingöz, 2009, s. 83).

Girişimcilik, vizyon, değişim ve yaratıcılık unsurlarını barındıran ve dinamik olarak ilerleyen bir süreçtir. Girişimcilik, yeni fikirlerin ve çözümlerin üretilmesi için arzu ve enerji gerektiren bir faaliyettir. (Yalçıntaş, 2010, s. 95). Bu bağlamda, literatürde farklı araştırmacılar tarafından girişimcilerin özellikleri üzerinde durulmuştur. Bu araştırmacılardan ilki, girişimciliği ekonominin itici gücü olarak görmüş ve girişimcilerin

yenilikçi özellikleri üzerinde durmuştur. Bir diğer araştırmacı ise girişimcilerin özelliklerini; kendi yargılarına fazlaca güvenme, diğer insanlarla başarılı bir iletişim, yüksek sosyal algı, yeni durumlara hızlı bir şekilde uyum sağlama olarak ifade etmiştir. Bir diğer görüşe göre ise girişimci, iş fırsatlarını yakalamalı ve değerlendirebilmeli, bir fayda yaratabilmek için kaynakları bir arada toplayabilmeli ve başarıya ulaştıracak eylemleri başlatabilmedir. Güney'in çalışmasında ele aldığı araştırmacılardan bir diğeri ise girişimcilerin özelliklerini iş kurmaya hevesli olma, başarısızlık sonrasında vazgeçmeme, güven, kararlılık, risk yönetimi, yaratıcı fikirlere sahip olma, değişimleri fırsat olarak değerlendirme, belirsizliklere karşı tolerans, öncü olma, başarı ihtiyacı, detaylara önem verme ve mükemmeliyetçilik olarak ifade etmişlerdir (Güney, 2015, s. 60).

Literatüre katkı sağlayan girişimcilerin görüşleri bir bütün olarak ele alındığında girişimcilerin sahip olduğu ve onları girişimci olmayan diğer kişilerden ayıran birtakım özellikler bulunduğu görülmektedir. Bu görüşler çerçevesinde belirtilen özelliklerden bazılarını sıralamak gerekirse bu özellikler şunlardır (Yalçıntaş, 2010, s. 95; Güney, 2015, s. 60; Durukan, 2006, s. 30):

- Fırsatları değerlendirebilme,
- Risk alma,
- Yenilik ve değişikliklere açık olma,
- Girişimcilik arzusu,
- Özgür olma,
- İletişim gücü,
- Hırslılık ve Kararlılık,
- Motivasyon.

Girişimcilere ilişkin olarak bahsedeceğimiz ilk özellik, fırsatları değerlendirebilme özelliğidir. Girişimci bireyler her zaman bir arayış ve beklenti içindedirler. Bunun sonucunda ise, karşılarına çıkan her türlü fırsatı en iyi şekilde değerlendirmeye çalışmaktadırlar. Girişimciler, diğer kişilerin fırsat olarak görmedikleri durumları bile kendileri için önemli bir fırsat olarak değerlendirebilmektedirler. Girişimciler mevcut kaynakların ötesini düşünerek, fırsatları aramakta ve bu fırsatları yakalamak için her zaman hazırda beklemektedir (Özdevecioğlu, 2015, s. 18).

Girişimci tanımlarından da anlaşılacağı üzere bir girişimcide bulunan önemli özelliklerden biri girişimcinin risk almasıdır. Girişimcilerin başarıya ulaşmak için birçok kez başarısızlıkla karşılaştıkları görülmektedir. Ancak bu başarısızlıklarından aldıkları dersler sayesinde başarıya ulaşmaktadırlar. Girişimciler karşılaşılabilecekleri zorluklar karşısında güç sahibidirler ve risk almaya eğilimlidirler (Zengin, 2019, s. 60-61).

Girişimcilerin bir diğeri önemli özelliğı ise, yeniliklere ve değışikliklere açık olmalarıdır. Bu bağlamda girişimciler ya yeni ürünler ortaya çıkarırlar ya da mevcut ürünleri değıştirirler, yeni üretim şekilleri geliştirirler, endüstride yeni örgütlenme şekillerini denerler, yeni pazarları araştırır ve bu pazarlara girerler. Aynı zamanda girişimciler teknolojik gelişmelere de ayak uydururlar. Bu bağlamda ürünün üretiminde, pazarlanmasında ve dağıtılmasında yeni teknolojilerden faydalanırlar. Girişimcilerin yeniliklere açık olması onların değışen müşteri taleplerine uyumunu da sağlamakta ve bu sayede beklentilere uygun, hızlı ve akılcı bir yaklaşım geliştirmelerine yol açmaktadır (Küçükaltan, 2009, s.25).

Girişimcilerin bir özelliğı de özgür olmalarıdır. Girişimciler kontrol edilmek, bir otoritenin altında olmak, hiyerarşik ve bürokratik ilişkiler arasında kalmak istememektedirler. Çünkü girişimci bireyler emir almayı sevmeyen özgür kişilerdir. Özellikle kriz dönemlerinde bireylerin denetim altında tutulmaya çalışılması onların girişimci yönlerini de baskıladığı görülmektedir (Ürper, 2018, s. 6).

Girişimci bir bireyin sosyal çevresi ile güçlü bir iletişimi olması gereklidir. Girişimcinin sahip olduğı sosyal ağ onun gücünü oluşturmaktadır. Sahip olduğı bu ağ onun paylaşım, iş birliğı ve dayanışma imkânına sahip olmasına katkı sağlamaktadır. Aynı zamanda girişimcinin geniş bir sosyal ağına sahip olması bireyin motivasyonunu da olumlu etkileyecektir. Girişimcinin yeni bir girişim fikri oluşturmada ve pazarla bağlantısını kurmasında da bu sosyal ağın önemli bir etkisi bulunmaktadır. Piyasada girişimcinin çalışanlarıyla ve müşterilerle kurduğı ilişki, çalışanların ve müşterilerin girişimciye olan bağlılığını artırmaktadır (Ürper, 2018, s. 6).

Girişimci bireylerin hırslı ve aynı zamanda başarmaya kararlı olması da önemli bir özelliktir. Girişimci cesurca yatırımlar yapmalı ve amaçlarına ulaşmak için girdiğı yolda kararlı bir şekilde ilerlemelidir. Girişimci yapmış olduğı yatırımlara tutkulu bir şekilde inanmalı ve bu yatırımların başarısı için hırslı olmalıdır. Aynı zamanda girişimcinin hırslı

olması başarısız olduğu girişimler sonrasında pes etmemesi anlamına da gelmektedir (Erçelik, 2019, s. 27). Girişimcilik sürecinde hırs, kararlılık ile aynı doğrultuda yer almakta ve bireyin düşündüklerini gerçekleştirmek için girişimlerine tutku ile inanma doğrultusunda meydana gelmektedir. Kararlılık ise girişimcilik faaliyetlerini gerçekleştiren karşısına çıkan her türlü zorluğa karşı mücadele etme gücüdür (Zengin, 2019, s. 52).

Başarılı girişimcilere bakıldığında görülen bir diğer özellik ise motivasyondur. Girişimci motivasyonunu her zaman taze tutmalı ve her koşulda aynı motivasyonla girişiminin başarısı için çabalamalıdır.

1.2. Girişimciliğin Tarihsel Gelişimi

Girişimciliğin tarihsel gelişimi denildiğinde genel olarak kavramın ilk tanımlandığı zaman dilimi esas alınmaktadır. Bu başlık altında tarihsel süreçte ekonomik dönüm noktaları ile bağlantılı olarak girişimciliğin dünyada ve Türkiye’de tarihsel gelişimi ele alınmaktadır.

1.2.1. Dünyada girişimciliğin tarihsel gelişimi

Girişimciliğin kavram olarak tanımlanması yaklaşık iki yüz elli yıl önceye dayanmasına karşılık esasen ilk çağlardaki kabileler ve köyler arasındaki ticaret ilişkisi kadar geriye dayandırabilmek mümkündür (Austin vd., 2006, s. 372). Girişimcilik, tarihsel süreçte ekonomik gelişmelerin yaşandığı dönemlerle benzer şekilde aynı doğrultuda gelişim göstermiştir. Bu bağlamda ekonomik dönüm noktaları olan ilkel toplumlar, derebeylik, küçük el sanatlarına dayalı kent ekonomisi ile 15. ve 19. yüzyıllar arasında Avrupa’da ortaya çıkmış olan iktisadi düşünceler çerçevesinde gelişen ekonomi dönemleri, girişimcilik açısından da önemli dönüm noktaları olarak kabul edilebilmektedir (Aşkın vd., 2011, s. 56). Her ne kadar ekonomi ile girişimcilik arasında sıkı bir bağ bulunsa da uzunca bir süre ekonomi bilimi tarafından girişimcilik incelenmemiştir. Bu nedenle girişimcilik alanında çalışanlar azınlıkta kalmış ve bu kişilerin çalışmaları ekonomi eğitiminin dışında tutulmuştur (TÜSİAD, 2002, s. 34).

Geçmişten günümüze insanoğlu yaşamını sürdürebilmek için her türlü olumsuzluk karşısında ihtiyaçlarını gidermek amacıyla çözüm üretme eğiliminde olmuştur. Bu bağlamda insanoğlu ihtiyaçlarını gidermek için risk alma ve yenilik yapma özelliklerini içinde barındıran girişimcilik faaliyetlerine başvurmuştur. Avcı-toplayıcı dönemden sonra ortaya çıkan tarım toplumunda insanlar ihtiyaç fazlası mahsullerini, pazarlarda takas yoluyla veya değerli madenler, para veya para benzeri kıymetli emtialar karşılığında satarak ticari anlamda ilk girişimcilik faaliyetlerini ortaya çıkarmışlardır. Ancak günümüz anlamıyla girişimcilik faaliyetleriyle ilk olarak 15-16. yüzyıla rastlayan Rönesans döneminde karşılaşılmaktadır. Bu dönemde ortaya çıkan kentlerde yerleşen ve ticaret yapan burjuva sınıfı batının yeni dinamiği olmuştur (Demirez, 2005).

17. yüzyılda girişimciler genel itibariyle devlet tarafından taahhüt edilen bir ürünün ya da hizmetin sağlanması için anlaşma yapan kişiler olarak görülmüştür. Girişimcilerle yapılan anlaşmalarda fiyatlar sabit ve ortaya çıkan kâr ya da zarar girişimciye aittir. 18. yüzyılda ise sermayeye sahip olan ile sermayeyi kullanan tarafın birbirinden ayrı olduğu görülmektedir (Tosunoğlu, 2018, s. 26).

Dünyanın büyük bir değişim sürecine girmesi ile 18. yüzyılda tarıma ve zanaat üretimine dayanan ekonomiden, sanayinin ve makina üretiminin yapıldığı bir ekonomiye geçilmiştir. İlk olarak İngiltere’de başlayan bu geçiş zamanla tüm dünyaya yayılmıştır. Bu döneme “*Sanayi Devrimi*” adı verilmektedir (Aşkın vd., 2011, s. 71). Sanayileşme sonrasında üretim yapısında köklü değişiklikler yaşanmıştır. Bu bağlamda daha önce zanaatkârlar tarafından yapılan atölye tipi üretim yapısından fabrikalarda makinalardan faydalanılan ve insan emeğine daha az ihtiyaç duyulan bir üretim yapısına geçilmiştir. Sanayileşme ile girişimci tipi yeni nitelikler kazanmaya başlamıştır. Girişimcilerin niteliklerindeki değişim, girişimcinin ekonomik değerini ve toplumdaki önemini artırmıştır. Bunun sonucu olarak girişimcilik artık bir üretim faktörü olarak görülmeye başlanmıştır. Sanayi Devrimi’nin gelişmesiyle birlikte bireyselleşmeye ve girişimciliğe verilen önem artmıştır. 19. yüzyılın ortalarına kadar devam eden Klasik İktisat Teorisinin temel varsayımı olan teşebbüs serbestliği ile bireylerin istedikleri alanda özgürce üretim yapmalarının önü açılmış ve devletin liberal ekonomiye müdahale etmesi kısıtlanmıştır (Küçük, 2021, s. 38). Bu dönemde ortaya sanayileşmenin de etkisiyle sermayeye sahip olmaktan ziyade sermayeyi kullanan girişimciler ortaya çıkmıştır. Bu dönemde teknolojik

gelişmelere öncülük eden mucitler, devlet ya da özel kaynaklar aracılığıyla finanse edilmiştir (Tosunoğlu, 2018, s. 26).

19. yüzyılda ise ilk kez Say tarafından girişimci tanımına liderlik ve yöneticilik nitelikleri eklenmiştir. Bu dönemdeki bir diğer önemli gelişme ise girişimciliğin, doğal kaynak, emek ve sermaye faktörleri ile dördüncü üretim faktörü olarak kabul görmesidir (Zengin, 2019, s. 22).

19. yüzyılın ikinci yarısından itibaren şirket sahipliği ile yönetim birbirinden ayrılmış ve girişimcinin pozisyonunun nasıl olacağı tekrardan düşünölmeye başlanmıştır. Bu durum girişimciliğin ekonomide daha önemli bir yere sahip olmasına neden olmuş ve profesyonel yöneticiler burada ayrıışmıştır (Küçük, 2021, s. 38).

20. yüzyılda daha önce ekonomi alanında yeteri kadar yer edinemeyen girişimcilik, 1980'lerden sonra daha fazla yer almaya başlamış ve 20. yüzyılın başında birkaç ekonomistin geliştirmiş olduğı teoriler, günümüzde hala bu alanda yapılan çalışmalara katkı sağlamaktadır (TÜSİAD, 2002, s. 34). Bu bağlamda birçok ölkö girişimciliğı dayalı bir ekonomi geliştirmek için devlet programları hazırlamış, altyapılarını güçlendirmiş ve girişimci sayısını artırmaya çalışmıştır. Girişimci ekonomiyi en iyi uygulayan ölkö olan Amerika Birleşik Devletleri (ABD), diğer ölkeler için ulaşölmak istenen önemli bir model olmuştur. Bu bağlamda girişimciliğın popölerleşmesini sağlayan birtakım nedenler bulunmaktadır. Bu nedenler ise şunlardır (TÜSİAD, 2002, s. 40):

- İstihdam sorununun artması,
- Yeni ekonominin güçlenmesiyle değışen ekonomik yapı,
- Ekonomi ve işletme alanındaki gelişmeler ve girişimciliğın genel olarak kabul görmesi.

Girişimciliğın tarihsel sürecinde Toffler'in ortaya koyduğı üç önemli dalga yaklaşımı da önemli bilgiler sağlamaktadır. Toffler, insanlığın iki önemli dalgayı geçip günümüzde üçüncü dalğanın başlangıcını oluşturan bir dönüm noktası içinde olduğunu söylemektedir. Toffler, birinci dalga kapsamında tarım toplumunun bulunduğı ve en önemli değerin toprak olduğı görüşündedir. İkinci dalgada ise, toprağın yerini fabrika almış ve sanayi toplumu doğmuştur. Üçüncü dalgada ise en önemli değeri bilgidir. 1950'lerden bu yana teknolojik gelişme ve bilgisayar devrimi üçüncü dalğanın gündeme gelmesini sağlamıştır. Bilgisayar devrimi 1970'lerden itibaren gelişerek internet

devrimini başlatmıştır. Girişimciliğin tarihsel gelişim sürecinde özellikle 1990’lardan itibaren internet ve iletişimin gelişmesi, kadın, çocuk ve azınlık haklarının savunulması, kadın girişimciliğinin artması, bölgesel uyum ve küreselleşmenin hız kazanması, farklı kültürler arasındaki etkileşimler ve uluslararası arenada ülkeler arasında iş birliğinin artması gibi gelişmelerden dünya ve ülkemiz önemli oranda etkilenmiştir (Toffler, 1996’dan aktaran Çelik, 2018, s. 20-21).

21. yüzyıl, teknolojik gelişmelerin ve yeniliklerin dünya ekonomisinin yapılarını değiştirmeye başladığı ve hemen her alanda bilgiye dayanan yeni iş kollarının ortaya çıktığı bir dönemdir (Er, 2013, s.76). Günümüzde Dördüncü Sanayi Devrimi veya dördüncü dalga olarak da ifade edebileceğimiz Endüstri 4.0 ile hayatın her alanında dijitalleşmenin hâkim olduğu, bu bağlamda da dijital girişimcilik kavramının ortaya çıktığı ve hızla yaygınlaştığı görülmektedir. Endüstri 4.0; ürünlerin dijitalleşmesi, büyük veri ve bulut sisteminin varlığı ve her alanı etkileyen birbirine entegre olarak çalışan birçok yeni teknolojiyi hayatımıza katmasıyla diğer endüstri devrimlerinden teknolojik olarak daha ayırt edici özelliklere sahiptir (Türkel ve Yeşilkuş, 2020, s. 336). Endüstri 4.0 döneminde girişimcilik de farklı bir perspektif oluşturarak, karmaşıklık ve belirsizliğin hâkim olduğu bir ortamda yeni fırsatların ve yeni girişim türlerinin doğmasına yol açmıştır. Günümüzde artık dijital platformlar aracılığıyla yürütülen ve başarıya ulaşan birçok girişim bulunmaktadır. Endüstri 4.0, birçok sektörde yeni iş modellerini de ortaya çıkarmış ve bu bağlamda rekabetin de artmasına sebep olmuştur. Bu yeni rekabet koşullarında başarıya ulaşabilmek için geleneksel iş modellerinin yenilenmesinden ziyade çok daha farklı girişimler ile tüketicinin karşısına çıkma gerekliliği doğmuştur (Aksoy, 2020, s. 460-465).

1.2.2. Türkiye’de girişimciliğin tarihsel gelişimi

Türkiye’de girişimciliğin tarihsel süreçte gelişimini iki dönem altında incelenmektedir. Bunlar Cumhuriyet öncesi ve Cumhuriyet sonrası dönemdir.

1.2.2.1. Cumhuriyet öncesi dönemde Türkiye’de girişimcilik

Türkler göçebe hayattan yerleşik hayata geçmeleriyle beraber ticarete aktif rol almaya başlamıştır. Selçuklu dönemiyle beraber Ahilik ve Lonca Teşkilatlarının kurulmasıyla Türklerin ticari hayattaki ilk kurumsallaşma örnekleri de ortaya çıkmıştır.

Osmanlı Devleti’nde tımar sisteminin varlığı, özel mülkiyetin olmaması ve devletin gelirlerinin çoğunlukla tarım ve askeri ganimetlerden sağlanması nedeniyle sanayileşme ve kapitalizm Batı’daki gelişmelere paralel olarak gerçekleşmemiştir (Şahin ve Palta, 2020, s. 513). Bu nedenle Osmanlı Devleti döneminde girişimciler genellikle Yahudi ve Rum asıllı kişilerdi. Bu dönemde Türkler ise daha çok askerlik ve ulemalık gibi alanlarda yoğunlaşmıştır. Askeri amaçlı olarak yapılan girişimler ise daha çok yabancı uzmanlarca yapılmıştır. Osmanlı dönemindeki işletmelerin çoğunun kuruluşu Selçuklulara dayanmaktadır (Özdevecioğlu ve Karaca, 2015, s. 29).

Osmanlı İmparatorluğu döneminde adeta toplumu oluşturan farklı gruplar arasında bir iş bölümü oluşmuş ve Türkler ticaretin dışında tutulmuştur. Ticaretle Osmanlı Devleti’nde daha çok Rumlar, Yahudiler, Ermeniler, Levantenler ve Araplar uğraşmıştır. Türkler ise asker, ulema, bürokrat sınıfında yer almış veya hayvancılık ve tarım gibi işlerle uğraşmıştır. Bu nedenle Türk toplumunda istenen ölçüde bir ticaret altyapısı ve ticaret kültürü oluşmamıştır. İttihat ve Terakki döneminde Müslüman Türk iş adamları ve tüccarlar oluşturma çabaları başlamıştır (Küçük, 2021, s. 41).

Osmanlı Devleti’nde sanayiye geliştirmek ve bu bağlamda da girişimciliği artırmak amacıyla 1913’te “*Teşviki Sanayi Muvakkatı*” çıkarılmıştır. Bu Kanun kapsamında bazı sanayi işletmelerine fabrika toprağı verme, vergi kolaylıkları sağlama, taşıma indirimleri, üretim primleri, devlet kurumlarını zorunlu alıcı kılma gibi teşvikler kabul edilmiştir. Bu kanun aracılığıyla sermaye birikiminin artırılması ve özel girişimler ile sanayileşmenin sağlanması amaçlanmıştır (Aşkın vd., 2011, s. 65). Ancak on beş yıllığına geçici olarak çıkarılan bu Kanun, özellikle kapitülasyonlar, 1838 yılından beri çeşitli düzenlemelerle devam eden serbest dış ticaret sistemi ve devam eden savaşlar nedeniyle yerli sanayiye korumaya yönelik ithal yasakları ve koruyucu gümrük uygulamaları konusunda başarılı olamamıştır. Diğer yandan milli iktisat anlayışı çerçevesinde oluşturulan bu Kanundan faydalananlar çoğunlukla gayri Müslimler olmuştur (Kasalak, 2012, s. 26). 1913 yılı sayımına göre tekstil, deri ile ağaç işleme ve ürünleri, kimya, gıda-tütün, kâğıt ve matbaacılık gibi sektörlerde yer alan iki yüz otuz dokuz kuruluşun yalnızca yirmi ikisi

devlete, geri kalanının büyük bir kısmı ise yabancılara ve onların himayesindeki gayri Müslimlere aitti (Eroğlu, 2007, s. 64).

1.2.2.2. Cumhuriyet sonrası dönemde Türkiye’de girişimcilik

Cumhuriyet döneminde Türkiye’de girişimciliğin tarihsel gelişim sürecini dönemlere ayırarak ele alabilmekteyiz. Cumhuriyetin ilk yıllarında Türkiye, savaştan yeni çıkmış, nüfusunun önemli bir çoğunluğunu kaybetmiş bir ülke durumunda olup geçmişin izlerini silmek için birtakım çalışmalar yapılmıştır (Gümüsoğlu ve Karaöz, 2014, s. 103). Bu bağlamda ele almamız gereken ilk dönem 1923-1930 yılları arasında yeni kurulmuş olan Türkiye Cumhuriyeti’nin İzmir İktisat Kongresi sonrasında alınan kararlar çerçevesinde şekillenen dönemdir. İzmir İktisat Kongresi’nde anonim şirketlerin, milli bankaların kurulması, demiryolu inşasının hükümet programlarına bağlanması, sanayi üretiminin teşvik edilmesi gibi birtakım gerek özel girişimleri gerekse kamu girişimlerini teşvik edici kararlar alınmıştır.

Cumhuriyet döneminde ele alabileceğimiz bir diğer dönem ise, 1930-1950 yıllarını kapsayan ve özel sektörün yetersiz kaldığı alanlarda devletin yatırım yapmasına dayanan devletçilik dönemidir. Devletçilik politikasının benimsenmesinde, özel sektörün henüz gelişmemiş olması ve 1929 ekonomik buhranının yıkıcı sonuçları etkili olmuş ve buhran ile İkinci Dünya Savaşı’nın bu döneme rastlaması girişimciliğin önünde engeller oluşturmuştur. Üçüncü dönem olan 1950-1970 yılları arasında, sanayileşmenin özel sektör tarafından gerçekleştirilmesi desteklenmiş ve devletçilik politikası ise reddedilmiştir. Günümüzde faaliyette olan birçok işletmenin temelleri bu dönemde atılmış ve girişimciliği teşvik edici politikalar uygulanmıştır. Bu bağlamda özellikle 1960-1970 yılları arasında özel girişimcilik gelişme göstermiştir. 1970-1980 döneminde ise ithal ikameci politikalar yaygınlaşmıştır. Bu dönemde kamu yatırımları azalırken, sanayileşme eğilimi ve özel sektör girişimciliği artış göstermiştir. Bu dönemde Kıbrıs Barış Harekâtı ve bunun sonucunda Türkiye’ye uygulanan ambargo, petrol krizi, yüksek enflasyon gibi sebepler nedeniyle ithal ikameci politikaların uygulanması zorlaşmış ve girişimcilik olumsuz etkilenmiştir. Türkiye’de girişimcilik 1980 sonrasında önemli gelişmeler göstermiştir. Bu gelişmelerin nedeni, 24 Ocak 1980 kararları ile yürürlüğe giren ekonomide strateji değişikliğidir. Bu dönemde ithal ikameci politikalar terkedilerek ihracata dayalı serbest piyasa ekonomisine geçilmiştir. Serbest piyasa ekonomisinin en

önemli aktörleri ise girişimciler olmuştur. Ancak alınan birbiriyle çelişkili kararlar bu dönemde belirsizliğin hâkim olmasına ve girişimcilerin önünü görememesine sebep olmuştur (Aşkın vd., 2011, s. 65-68).

1990'lı yıllarda serbest piyasa ekonomisinin en önemli aktörleri olan girişimciler devletin sağladığı teşvik ve destekler sayesinde kendini geliştirme fırsatı bulmuş ve ekonomide bir katalizör görevi görmüştür. 1994 ekonomik krizi ile mücadeleyi kazanan Türk girişimcisi, 1996 Gümrük Birliği anlaşmasıyla beraber rekabet gücünü artırmıştır. Türk girişimcisi, 2001 ve 2008 krizlerinden de başarılı bir şekilde çıkmıştır (Özdevecioğlu ve Karaca, 2015, s. 30).

2010'lu yıllara gelindiğinde Türkiye'de girişimciliğin yaygınlaşması ve bilinçli girişimcilerin piyasada yer alabilmesi için hem devlet hem de özel sektör tarafından yapılan çalışmalarda artış başlamıştır. Bu dönemde, sektörler arası iş birliğine de önemli katkıları olan girişimcilik çalışmaları ülke genelinde yaygınlaşmıştır (Sönmez ve Toksoy, 2014, s. 41).

Henüz başında olduğumuz 2020'li yıllara ise 2019 Aralık ayında Çin'in Vuhan kentinde ortaya çıkmış olan ve daha sonra küresel çapta pandemiye dönüşen Covid-19² salgınının etkisi altında girilmiştir. Bu bağlamda dünya genelinde olduğu gibi Türkiye'de de girişimcilik, pandemi koşullarından etkilenmiştir. Covid-19, özellikle uzaktan çalışmaya müsait olmayan sektörler açısından girişimleri olumsuz etkilemiştir. Ancak dijital teknolojileri aktif bir şekilde kullanan ve hatta faaliyetlerinin büyük bir bölümünü uzaktan gerçekleştirmeye müsait olan girişimler açısından maliyetlerde azalma sağlayarak önemli bir avantaj ortaya çıkarmıştır. Buna ek olarak, bu süreçte dijital ortamda hizmet veren birçok yeni girişim de kurulmuştur. Bu süreç, dijitalleşmenin girişimler için önemini ortaya koymuştur.

²2019 Aralık ayında ilk olarak Çin'in Vuhan kentinde ortaya çıkan yeni tip koronavirüs, Dünya Sağlık Örgütü tarafından Covid-19 olarak adlandırılmıştır. Covid-19, solunum yolu şikayetleri (ateş, öksürük, nefes darlığı) ile sağlık kuruluşlarına gelen bir grup hastada yapılan araştırmalar sonrasında 13 Ocak 2020'de tanımlanan bir virüstür (<https://covid19.saglik.gov.tr/TR-66300/covid-19-nedir-.html>) (Erişim Tarihi: 10.05.2022)). İlk olarak Çin'de görülen Covid-19, daha sonra ABD ve İtalya merkez üssü olmak üzere dünya çapında yayılmıştır. Covid-19, ülkemizde de ilk vakanın görüldüğü tarih olan 11 Mart 2020'de Dünya Sağlık Örgütü tarafından pandemi olarak ilan edilmiştir (<https://covid19.saglik.gov.tr/TR-66494/pandemi.html>) (Erişim Tarihi: 10.05.2022)).

1.3. Girişimciliğin nemi

Girişimcilik, birtakım kişisel özelliklerle bağlantılı olmakla beraber esasen içinde yaşanılan toplumun sosyo-ekonomik ve kültürel ortamıyla sağlam bir bağa sahiptir. Toplumun değer ve normları, politik ve iktisadi koşulları girişimcilikten önemli ölçüde etkilenmektedir (Aytaç ve İlhan, 2007, s. 118).

Günümüzde en yaygın ekonomik sistemin kapitalizm olması nedeniyle girişimcilik, daha da önemli hale getirmiştir. Toprak, emek, sermaye gibi üretim faktörlerini bir araya getiren ve üretimi şekillendiren, aynı zamanda kendisi de bir üretim faktörü olan girişimcilik diğer üretim faktörlerine göre bir eylem gerektirmesi yönüyle farklılık göstermektedir (Tosunoğlu, 2018, s. 4).

Girişimciler, diğer kişilerin kaos, belirsizlik olarak düşündükleri olguları fırsat olarak değerlendiren kişilerdir. Günümüzde girişimcilik, ekonomik gelişmede en önemli glerden biri olarak kabul edilmektedir. Yapılan araştırmalara göre G-7 lkeleri olarak ifade edilen Kanada, Fransa, Almanya, İtalya, Japonya, İngiltere ve Amerika’da girişimcilik ile yıllık ekonomik büyüme arasında sıkı bir bağ bulunmaktadır. Küresel açıdan bakılırsa girişimciliğin bir lkenin ekonomik olarak büyümesinde önemli katkıları olduğu görülecektir (Güney, 2015, s. 70).

Sanayi toplumundan bilgi toplumuna geçilmesi ile girişimcilik daha da önemli bir yere sahip olmuştur. Bilgi ağında emek faktörünün önemi azalıırken, bilgiye dayalı emeğin önemi artmaya başlamıştır. Bu değişimler ile üretim sistemlerinde, yönetim anlayışında ve ulaşımda birtakım değişimler meydana gelmiştir. Küreselleşmenin hız kazanması girişimciliğin önemini artırmıştır. Küreselleşen dünyada girişimcilik dinamik bir boyut kazanmıştır. Girişimcilik olgusu ekonomik kalkınma süreci ile gelişmesini hızlandırmıştır. Bu süreçte girişimciler ekonomilerin canlılığını sağlayan lokomotifler haline gelmiş ve müşterilerin fikirlerinden faydalanarak ve yaratıcılıklarını kullanarak yeni ürünlerin ve hizmetlerin üretilip sunulmasını sağlayarak yeni pazarların açılmasına öncülük etmektedirler. Girişimciler her zaman yenilik arayışında olan ve toplumsal değişimlere önderlik eden kişilerdir. Bunun yanı sıra girişimciler toplumun ihtiyaçlarını saptayan, bu ihtiyaçlara yönelik olarak yatırımları yönlendiren ve bu bağlamda toplumun refahını artırmaya çalışan kişilerdir. Çünkü girişimciler sayesinde yapılan yatırımlar neticesinde işsizlik oranı düşmekte, gelir seviyesi artmakta, bireylerin ve toplumun refahında iyileşmeler yaşanmaktadır. Bu nedenle ülkelerin girişimcilik gücü o lkenin

ekonomik gücünü de ortaya koymaktadır (Zengin, 2019, s. 11-12). Dünya Girişimcilik Platformu tarafından 2001 yılında yirmi dokuz ülke incelendiği yapılan bir araştırmada girişimcilik seviyesinin yüksek olduğu ülkelerin ortalama ekonomik büyüme düzeyinin üzerinde gelişme gösterdiği sonucuna ulaşılmıştır (Reynolds vd., 2002, s. 12).

Geri kalmış toplumların en önemli sorunlarından biri de girişimci özelliklere sahip kişilerin az olması ya da mevcut girişimci özelliklere sahip kişilerin yeteri kadar desteklenmemesidir. Bir ülkenin kalkınması ve gelişmesi, değişen koşullara hızla uyum sağlayabilen girişimcileri desteklemesine bağlıdır (Durukan, 2006, s. 29).

Girişimciliğin önemi, girişimcilerin toplumsal ihtiyaçları belirleyerek bunu yatırıma ve toplumsal refaha dönüştürmelerinden kaynaklanmaktadır. Çünkü yapılan yatırımlar sayesinde istihdam ve gelir düzeyi yükselmekte ve toplumda yaşayan bireylerin ve toplumun genel refahı artmaktadır. Yatırımlar ekonomilerin dengeye gelmesini sağlamaktadır. Milli ekonomi bağlamında bakıldığında girişimcilerin yaptıkları yatırımların önemli olmasının nedenleri şunlardır (Güney, 2015, s. 71):

- Milli gelir artışına katkı sağlaması,
- Gizli ve açık işsizliğin azaltılması,
- Gelir dağılımı adaletsizliğinin ortadan kaldırılması,
- Kalkınma ve sanayileşmenin yaygınlaştırılması,
- Dış ödemeler dengesi açıklarının kapatılması,
- Üretimde yerli hammaddelerin kullanılması.

Girişimciliğin ekonomik ve sosyal olmak üzere temelde iki önemli fonksiyonu bulunmaktadır. Girişimcilik ekonomik alanda istihdamın artmasına ve ekonomik büyümenin hız kazanmasına katkı sağlamaktadır. Bunun yanı sıra girişimcilik, yeni endüstrileri ortaya çıkarmakta ve refah düzeyini artırma yönünde katkı sağlamaktadır. Girişimcilik sosyal alanda ise teknolojik buluşların toplum yararına inovatif ürünlere ve hizmetlere dönüştürülmesini sağlamaktadır. Girişimciliğin bir diğer önemli fonksiyonu ise girişimcilerin risk alma, yenilikçilik ve lider olma niteliğinden dolayı toplumların değişimlerine öncülük etmesine katkı sağlayan sosyal fonksiyondur (Ballı, 2017, s. 149-150).

Günümüzde “teknolojik gelişme” ve “küreselleşme olgusu”nun ekonominin temel sürükleyici iki unsuru olduğu görülmekte, eskinin büyük ve yavaş işleyen işletmelerinin

yerini, daha hızlı, değişimlere kolay uyum sağlayabilen küçük ve orta ölçekli girişimcilerin oluşturmuş olduğu işletmeler almış durumdadır. Bu gelişmeler paralelinde günümüzde girişimciliğin önemi giderek artmaktadır. (Önce vd., 2014, s.1). Ekonomik büyümeyi gerçekleştiren ülkelere bakıldığında endüstriyel yapının iyileştirilmesi, rekabet gücünde artış, ekonomik büyümenin hız kazanması, istihdam artışı ve gelir düzeyinde iyileşme için ekonomik yapının girişimci ve yeniliklere açık bir yapıda olması gerektiği görülmektedir (TÜSİAD, 2002, s. 24).

1.4. Girişimciliğin Nedenleri

Bireylerin neden girişimci olduğunu öğrenebilmemiz için öncelikle “*insanlar neden işletme kurma ihtiyacı hisseder*” sorusunun cevabını bulmak gereklidir. İnsanların girişimci faaliyetlerde bulunmaya yönelten birçok neden bulunmaktadır (Tekin, 2019, s. 32).

Bireyi girişimci olmaya yönelten nedenlerden biri girişimci olmak isteyen bireyin maaşlı olarak başkasına bağlı bir şekilde çalışmak istememesi, bunun yerine kendi işletmesini kurmak ve özgür bir şekilde kendi ticari girişimi ile gelir kazanmak istemesidir. McClelland’ın 1961 yılında yapmış olduğu bir çalışmaya göre ise girişimciliğe neden olan etmenler ekonomik olmaktan ziyade bireyin güce sahip olma, başarılı olma ve özgürlük ihtiyacıdır (McClelland, 1961’den aktaran Kunday, 2014, s. 317).

Toplumun ihtiyaçları ve bu ihtiyaçların karşılanması gerekliliği de girişimciliğin nedenlerinden biridir. Toplumdaki birtakım ihtiyaçların giderilebilmesi için bazı girişimci ruha sahip bireylerin risk alarak ve cesaret örneği göstererek bu ihtiyaçların giderilmesi için girişimcilik faaliyetlerinde bulunduğu da görülmektedir.

Bireyler girişimciliğe kültürel nedenlerden dolayı da yönelebilmektedirler. Girişimciler yaşadıkları toplumdan bağımsız hareket eden ve toplumdaki kültürel yapıdan etkilenmeyen kişiler değildirler. Bu nedenle de yaşadıkları kültürden etkilenerek birtakım girişimcilik faaliyetlerine yönelebilmektedirler. Girişimcilik ile kültürel yapı arasında sıkı bir bağ bulunmaktadır. Bazı toplumlarda girişimcilerin yüksek performans gösterdiği ve başarılı olduğu görülürken bazı toplumlarda ise bunun tersi bir durum söz konusudur. Bu durumun nedeni bazı görüşlere göre kültürel yapıdır (Aytaç, 2006, s. 139). Girişimcilerin,

girişimcilik faaliyetlerini yerine getirirken toplumun değer yargılarından diğer bir ifadeyle toplumun kültüründen birincil derecede etkilendiği söylenbilir. ağın ilerisinde giden gelişmiş ülkelere bakıldığında girişimci sayısının çok olduğu ve kültürel değerlerinin de girişimciliği destekleyen boyutlarda olduğu görülmektedir (Demirel ve Tikici, 2004, s. 49).

1.5. Girişimcilik Yaklaşımları

Girişimcilikle ilgili çeşitli yaklaşımlar söz konusudur. Bu başlık altında ekonomik, psikolojik ve sosyo-kültürel yaklaşımla girişimcilik ele alınmaktadır.

1.5.1. Ekonomik yaklaşımla girişimcilik

İktisat teorisi, toplumlarda var olan iki temel sorunla ilgilenmektedir. Bu sorunlar toplumların refahlarını nasıl yükselteceği sorunu ve refahın toplum yeleri arasında nasıl dağıtılacağı sorunudur. Bu iktisadi sorunların çözümü için birçok iktisadi yaklaşım üretilmiştir. İşte ağımızda girişimcilik aracılığı ile bu iktisadi soruların cevaplanmasına katkı sağlanmaya çalışılmaktadır (Tosunoğlu, 2018, s. 27).

Merkantilist dönemde devletler ihracat seviyesinin artırılması yoluyla ekonomik büyümenin artırılabilceği düşüncesiyle ihracata yönelik girişimlerin geliştirilmesini desteklemişlerdir. Bu amacın gerçekleştirilebilmesi için ise başarılı girişimciler siyasi olarak öne çıkarılmış ve ulusal politikalarda etkili olmaları sağlanmıştır (Yener, 2018, s. 18). Bu dönemden sonra ise liberal düşüncenin gelişmeye başlamasıyla rekabetin üst düzeyde yaşanması ve uluslararası ticaretin gelişim göstermesiyle özel sektör girişimciliğinin önemi artmıştır (Er, 2013, s. 77).

Ekonomi teorisinde girişimciliğe ilk katkılar Fransız düşünürleri tarafından yapılmıştır. Bu alandaki en önemli isimler Cantillon, Say, Quesnay ve Beaudou'dur (Tosunoğlu, 2018, s. 27).

Girişimciliğe ekonomik olarak yaklaşan teorilerden ilki fizyokratlar tarafından ortaya atılan yaklaşımdır. 1775 yılında Cantillon, ekonomik açıdan girişimcilik kavramını ilk kez ortaya atmıştır. Cantillon girişimciyi ekonominin merkezine yerleştirmiştir. Cantillon ekonomideki aktörleri toprak sahipleri, girişimciler ve işçiler olarak üç

kategoriye ayırmıştır. Cantillon’a göre girişimci henüz belirsiz olan bir bedel karşılığında ileri bir tarihte satmak üzere üretim girdilerini ve hizmetlerini alan ya da üreten kişidir. Bu tanımlamadan da anlaşılacağı üzere Cantillon geleceğin bugünden tam anlamıyla bilinemeyeceğini ifade etmiş ve girişimcinin risk alma vasfını vurgulamıştır. Cantillon’dan sonra girişimcilikte ön plana çıkan fizyokratlar arasındaki düşünür ise Quesnay’dır. Quesnay’da Cantillon’un girişimcilik görüşüne benzer görüşleri savunmakla birlikte toprak sahibi girişimcilere odaklanması yönüyle Cantillon’dan farklılaşmaktadır. Fizyokratlar arasında girişimcilik alanına katkı sağlayan diğer düşünürler ise Turgot ve Baudeau’dur. Turgot’a göre girişimci sermaye sahibi ve kapitalisttir. Baudeau ise tarımın üstünlüğüne inanmış ve bu bağlamda tarımsal girişimciyi de risk üstlenen kişi olarak ifade ederek risk unsurunu vurgulaması nedeniyle Cantillon ile benzeşmiştir (Tekin, 2019, s. 35-37). Ayrıca Baudeau, girişimciyi proaktif bir piyasa aktörü olarak görmüş, girişimcinin bilgi ve enformasyon sürecindeki gücüne dikkat çekmiştir. Baudeau’ya göre, girişimci piyasanın etkinliğini artıran ve piyasadaki riskin minimize edilmesini sağlayan yasaları ve yönetime dair düzenlemeleri geliştiren kişidir (Hebert ve Link, 2006, s. 590).

Bir diğer girişimcilik yaklaşımı ise Keynes’in 1936 yılında yazmış olduğu “*The General Theory of Employment, Interest and Money (İstihdam, Faiz ve Paranın Genel Kuramı)*” adlı kitabındaki görüşleri çerçevesinde şekillenen Keynesyen yaklaşımdır. Piyasanın kendiliğinden dengeye gelemeyeceğini ve ekonomiye devletin müdahalesinin gerekliliğini öne süren Keynes, ekonomik büyümeyi iki nedene bağlamaktadır. Keynes ihtiyaç duyulan yeniliklerin ve teknik bilginin olmayışı ve yeterli sermaye birikiminin sağlanamaması olarak gördüğü bu nedenlerin girişimcilik yoluyla ortadan kaldırılabilceğini ve bu sayede ekonomik büyümenin gerçekleştirilebileceğini öne sürmektedir. İhtiyaç duyulan sermayenin temin edilememesi durumunda devlet eliyle bunun sağlanmasını gerekliliğini önermektedir. Ayrıca Keynes, devletin piyasada girişimciye güvence sağlaması ve riski girişimciyle bölüşmesi gerektiğini ifade etmektedir (Ürü, 2020, s. 12).

Cantillon’dan sonra girişimciliğe ilişkin üç temel yaklaşım ortaya konulmuştur (Özden vd., 2008, s. 2);

- Temsilcileri Thünen, Schumpeter ve Baumol olan Alman ekolü, girişimciliğin bir değişim ya da reform yapması gerekliliği üzerinde durmuştur. Bu bağlamda

girişimcinin rolü yeni bir mal üretmek ya da mevcut bir ürünü yeni bulunan bir yöntemle üretmeye çalışmaktır

- Temsilcileri Marshall, Say ve Knight olan Neoklasik ekol, girişimcinin riski üstüne alan kapitalist yönetici rolünü vurgulamaktadır. Alman ve Avusturya ekolleri ise, girişimcinin yenilikçi olması rolünü vurgulamaktadır.
- Temsilcileri Menger, Mises ve Kirzner olan Avusturya ekolü, Avusturya ekolü ise girişimcinin kâr fırsatlarını yakalama becerilerini vurgulamıştır. Bu yaklaşıma göre girişimcinin temel rolü karşılanmamış ihtiyaçların karşılanması ya da piyasa eksikliklerinin giderilmesidir.

Alman ekolünün Avusturya ekolünden farkı, Alman ekolü potansiyel yaratılmasını ön plana çıkarırken Avusturya ekolünün ise var olan potansiyelin gerçekleştirilmesine önem vermesidir. Avusturya ekolünün temsilcisi olan Kirzner'e göre kaynaklardaki ve teknolojik gelişmelerdeki sürekli değişimler neticesinde piyasada girişimci karı için yeni fırsatlar ortaya çıkmaktadır. Bu bağlamda da girişimciliğin iki önemli anlamı vardır. Birincisi yeni fırsatlara karşı uyanık olmak, ikincisi ise fırsatların bulunması sonrasında arbitraj elde etmektir (Winata, 2008, s. 27).

1.5.2. Psikolojik yaklaşımla girişimcilik

Girişimciliğe ekonomik yaklaşımla bakanların yanı sıra psikolojik açıdan bakan ve bireyin özelliklerini öne çıkaran yaklaşımlar da bulunmaktadır. Bu yaklaşımların çıkış noktası girişimcilerin diğer insanlardan farklı niteliklere sahip olmasıdır. Bu bağlamda, bireyin özelliklerinin farklı olması psikoloji bilimi tarafından ele alınmaktadır. Çünkü ekonomik yaklaşım neden bazı insanların fırsatları yakaladığı bazılarının bu fırsatların peşine düşmediği sorusuna cevap aramamaktadır (Swedberg, 2000'den aktaran Tekin, 2019, s. 49).

Girişimcilikte psikolojik yaklaşımlar ikiye ayrılmaktadır. Bunlardan ilki girişimsel kişiliği ayırt etmeye yönelik yaklaşımlardır. Diğer yaklaşımlar ise, girişimci kişiliğin dış etmenlerden kaynaklanan sebeplerden dolayı şekillenmiş olduğunu iddia eden sosyopsikolojik yaklaşımlardır (Swedberg, 2000'den aktaran Tekin, 2019, s. 49).

Yapılan çalışmalarda üzerinde en fazla durulan girişimcinin kişisel özellikleri; başarı amacına eğilimli olma, bağımsızlık arzusu, sorumluluk üstlenme ve güç sahibi

olma gibi özelliklerdir. Yönetmel özellikler olan karar verme ve liderlik gibi özelliklerin ise eğitim ile geliştirilebileceği savunulmaktadır (Tosunoğlu, 2018, s. 30).

Girişimcilie ğine ilişkin yapılan psikolojik ğalışmalara bakıldığında birğok modelin geliştirildiği görölmektedir. Bunlar arasında yer alan modeller (Tekin, 2019);

- Girişimcilikte başarı yaklaşımı,
- Girişimcilikte girişimci kişilik yaklaşımı,
- Kontrol alanı teorisi ve
- Temsilci kişilik yaklaşımlarıdır.

Girişimcilikte başarı yaklaşımına göre girişimciliğin gelişmesinde yapılan teşviklerden ziyade girişimcilik başarısı psikolojik bir olguya dayanmaktadır. Girişimcilikte kişilik yaklaşımına göre ise girişimcilik bazı kişisel özelliklerin bir bileşimi sonucunda ortaya ğıkmaktadır. Kontrol alanı teorisi ise girişimcilerin algılanmış yeteneklerinin gelişen olaylar tarafından etkilendiğini savunmaktadır. Bu teoriye göre girişimci bireyler iğ kontrole sahip bireylerdir. Diğer bir ifadeyle ğevresindeki insanlara ve olaylara göre değil kendi ihtiyağlarına ve isteklerine göre davranan insanlardır. Temsilci kişilik yaklaşımı ise girişimciler ğevrede hareket ettiklerinde kendilerinin temsilciliğini, kendi kendilerine hareket ettiklerinde ise kendilerinin nesnesini yansıtmaktadır. Temsilci kişilik yaklaşımına göre; girişimciler, kendilerini iyi organize eden, iyi ifade eden, dış olaylar tarafından etkilenmeyen ve hareketlerini kendileri düzenleyen kişilerdir (Tekin, 2019, s. 49-53).

Girişimcilik üzerine yapılan bazı ğalışmalara göre girişimci bireylerin özel nitelikleri şu şekilde sıralanabilmektedir (Tosunoğlu, 2018, s. 30):

- Başarı ihtiyacı,
- Risk üstlenme,
- Yüksek kontrol yeteneği,
- Yenilikğilik,
- Hayal gücü,
- Esneklik,
- Başarı ile yetinmeyen ve yeni başarılar iğin güdülenme,
- Başarısızlığa tahammölü olmayan.

Ayrıca başarılı girişimcilerin üç ana özelliğinin olduğu da ifade edilmektedir. Bu özellikler vizyon, misyon sahibi ve hırslı olmaktır. Başarılı girişimciler diğer insanların fark edemediği fırsatları fark ederek bunları değerlendirme yeteneğine sahiptirler. Girişimcilerin herkes tarafından bilinmeyi önceden sezdikleri ifade edilmektedir. Buna göre girişimciler yaşadıkları çevreyi ve dünyayı çok iyi bir şekilde gözlemleyerek, sezgileri aracılığıyla yorumlayarak uzun dönemde ihtiyaç duyulan ürün ve hizmetlerin üretilmesi için gerekli olan kaynakları bir araya getirmektedirler. Girişimci insanlar, rekabeti seven ve başarıma arzusu barındıran kişilerdir (Aytaç ve İlhan, 2007, s. 143-144).

1.5.3. Sosyo kültürel yaklaşımla girişimcilik

Sosyo kültürel yaklaşıma göre girişimcilik, bireyin yaşadığı toplumun kültüründen, ailesinden, çevresinden ve eğitim düzeyinden etkilenmektedir. Girişimcilerin başarısına değer veren bir kültür, bu başarıya önem vermeyen bir kültüre göre daha fazla girişimcinin ortaya çıkmasını sağlayacaktır. Girişimcinin yaşadığı toplumda girişimciliğe önem veriliyorsa, başarı gibi değerler ön planda tutuluyorsa bu toplumda girişimciliğe değer veriliyor demektir (Demirel ve Tikici, 2004, s. 54-55). Kültürel faktörler açık bir şekilde somut olarak elle tutulamaz, gözle görülemezler ancak girişimcileri teşvik eder, cesaretlendirir ya da pasifleştirirler. Bu bağlamda kültürel çevrenin girişimci kişiliğin gelişmesinde önemli bir etkisinin olduğunu söyleyebiliriz (Ürü, 2020, s. 26).

Girişimciliğin ekonomik bir faaliyet olmasının yanı sıra sosyal ve kültürel bir faaliyet olması, toplumsal yapıyı ve sosyal ilişkileri değiştirici bir etkiye sahip olması ve girişimcilerin toplumsal bir kategori olarak artan derecede önem kazanması, sosyolojik açıdan girişimciliğe bakışı mümkün hale getirmiştir. Sosyolojik açıdan girişimcilik yalnızca bir ekonomik değer değil, aynı zamanda toplumsal ve kültürel bir değer olarak görülmektedir. Girişimcilik, toplumsal yapıda da yeniliklerin başlatıcısı olan bir faaliyet olarak kabul görmektedir (Aytaç ve İlhan, 2007, s. 102).

Weber tarafından özel bir kişilik tipi olarak ifade edilen girişimciliğin batı dünyasında kabul edilen birtakım genel özellikleri bulunmaktadır. Bu özellikler ise şunlardır (Doğaner, 2006'dan aktaran Tosunoğlu, 2018, s. 31):

- Bireyselleşmenin önem kazanması,
- İş hayatı ve özel hayatın ayrışması,

- Ekonomik ve sosyal yapının dünya görüşünü yönlendirmesi,
- Üretimin en önemli değer haline getirilmesi,
- Kişisel değerlerin ön plana koyulması,
- Servet artışının, üretimin devam ettirilebilmesini sağlayan bir yapıda kullanılması,
- “Şimdi” yerine geçmiş, şimdi ve gelecek şeklinde akan zaman sürecinin kavramsallaştırılması ve geleceğe odaklı olma,
- Ekonomik olarak başarılı olmaya yönelik motivasyon.

1.6. Girişimcilik Türleri

Girişimcilik dinamik bir yapıya sahip olması nedeniyle dünyadaki gelişmelere paralel olarak değişmekte ve dönüşmektedir. Bu bağlamda da girişimcilik, zaman için kendini yenileyen ve farklı türleri olan bir olgu olarak karşımıza çıkmaktadır. Dünyadaki gelişmelere koşut olarak girişimcilik ilk ortaya çıktığı zamana kıyasla çok fazla değişmiş ve birçok yeni girişimcilik türü ortaya çıkmıştır. Ancak özellikle girişimcilerin yoğunlaştığı bazı temel girişimcilik türleri bulunmaktadır. İç ve dış (genel) girişimcilik, orijinal girişimcilik, kurumsal girişimcilik, kamu girişimciliği, dijital girişimcilik, çevreci girişimcilik, akademik girişimcilik, stratejik girişimcilik, kadın girişimciliği ve sosyal girişimcilik literatürde yer alan girişimcilik türleridir.

1.6.1. İç ve dış (genel) girişimcilik

Rekabetin hızla arttığı günümüzde işletmeler ayakta kalabilmek için büyüme yolunu tercih etmektedirler. Bu bağlamda işletmeler, bulundukları sektörde şirket birleşmeleri, sektördeki diğer işletmeleri satın alma, diğer işletmelerin sahip olduğu teknolojilerden faydalanma, ölçek ekonomisi yaratma gibi yollarla sağlamaktadır (Güney, 2015, s. 195).

İç girişimcilik kavramı ilk kez Pinchot tarafından tanımlanmıştır. Pinchot’a göre iç girişimci, “*kurulu bir örgüt içinde kendisini yenilikten sorumlu tutan kişi*” olarak tanımlanmıştır. İç girişimcilik, bağlı bulundukları kurumlardaki bireylerin kendi inisiyatifleri ya da verilen teşvikler ile kurum içinde gerçekleştirdikleri girişimcilik faaliyetleridir. İç girişimcilik işletmelerin rekabet avantajı sağlamasına katkıda

bulunmaktadır (Sezgin, 2020, s. 249-252). İç girişimcilikte esas amaç işletme bünyesinde yer alan başarılı ve yaratıcı bireylerin işletmenin başarısını artırıcı yönde teşvik edilmesidir. Şirketler iç girişimcilerin kendilerini geliştirebilmesi için özel çalışma şartları sağlamaktadır³.

İç girişimciliğin merkezinde iç girişimci yer almaktadır. İç girişimci, vizyonu olan ve mevcut bir kurumda kendi içindeki girişimci ruhu ortaya koyan kişidir. İç girişimciler fırsatları ekonomik bir gerçeğe dönüştürmeye çalışmaktadırlar (Ağca ve Yörük, 2006, s. 161-162).

Yeni bir işletmenin ya da toplumsal faydayı amaçlayan bir organizasyonun oluşturulmasını tek başına bir girişimcilik olarak gören girişimcilik türü dış (genel) girişimcilik diğer bir ifadeyle başlangıç girişimciliğidir. Bu girişimcilik türünde ilk adımın atılması vurgulanan özelliiktir. Bu girişimcilik anlayışına göre bir girişimin oluşturulmadan, henüz planlama aşamasındaki süreci güzel geçerse girişimciliğin kurulduktan sonraki işleyişi de güzel geçmektedir (Ürper, 2018, s. 9). Kurulan girişimlere bakıldığında çoğunlukla dış (genel) girişimcilik kapsamında yer aldıkları görülmektedir.

1.6.2. Orijinal girişimcilik

Bağımsız girişimciliği, orijinal haliyle ele alan yeni girişimcilik türüdür. Bu girişimcilik türünde girişimcilerin kendi güç, yetenek, algı, beceri, bilgi ve deneyim gibi niteliklerine dayalı olarak hayallerini gerçekleştirmek amacıyla faaliyete geçtikleri ve sıfırdan başlayarak bir girişim kurdukları görülmektedir. Bu girişimcilik türünün belirleyicisi orijinal olma ve sıfırdan kurulma unsurlarıdır. Girişimciler girişimlerini yürütmek için gerekli olan en iyi yolu tek başlarına keşfederler ve uygulamaya sokarlar (Özdevecioğlu ve Karaca, 2015, s. 33).

Orijinal girişimcilerin özgün bir vizyon ve misyon sahibi olduğu ve bu nitelikler ile girişimciliğe yeni bir bakış açısı getirdiği söylenebilir. Bu kişiler genelde yeni bir şey icat eden veya bir çalışmayı inovasyona çeviren özel kişilerdir. Bu girişimcilik türüne dünyadan örnek olarak San Francisco'dan Jini Henderson'un girişimini verebiliriz. Henderson mağaza vitrinlerindeki cansız mankenlerin kiralanması üzerine bir hizmet

³<https://www.yeniisfikirleri.com/ic-ve-dis-girisimcilik-nedir/> (Erişim Tarihi: 11.12.2021)

fikri geliştirmiştir. Başlangıçta ilginç gelen bu fikirle Henderson'un "*Manken Deliliği*" adını verdiği şirket ile cansız manken kiralama hizmeti vermesi yeni bir pazarın doğmasına neden olmuştur (Tekin, 2019, s. 61). Orijinal girişimciliğe ölkemizden örnek olarak ise 2001 yılında online yemek sipariş platformu olarak kurulan "*Yemeksepeti*" verilebilir⁴ Ölkemizde alanının ilk örneklerinden olan Yemeksepeti, gelinen noktada hizmetlerini geliştirmiş ve YEBO adı verilen otonom yemek robotunu kullanıma sunmuştur. İlk olarak İstanbul'un Caddebostan semtinde hizmete sunulan otonom robotların ilerleyen süreçte Türkiye'nin farklı bölgelerinde teslimat hizmeti sunması planlanmaktadır⁵.

1.6.3. Kurumsal girişimcilik

Kurumsal girişimcilik, özellikle orta ve büyük ölçekli şirketler tarafından tercih edilen bir girişimcilik türüdür. Kurumsal girişimcilik, şirketlerdeki bir bireyin ya da grubun şirketmeyi güçlendirmek veya yenilemek için yeni bir ürün veya hizmet ortaya koymasındır (Tekin, 2019, s. 63). Antoncic ve Hisrich'e göre kurumsal girişimcilik, sadece büyük şirketler için değil aynı zamanda küçük ve orta ölçekli şirketler için de çok önemli bir kavram olarak karşımıza çıkmaktadır (Antoncic ve Hisrich, 2001, s. 496). Bu bağlamda kurumsal girişimciliğin amaçlarından biri küçük ve orta büyüklükteki şirketlerin ekonomik koşullar karşısında zayıf kalmasını engellemek ve onlara destek olmaktır. Bir diğer amacı ise ölkenin çıkarlarına uygun olarak ekonomiyi uzun vadede garanti altına alabilecek yeni girişimlerin oluşturulmasına destek olmaktır (Tekin, 2019, s. 63). Kurumsal girişimcilik ile bağımsız küçük girişimciler teşvik edilerek, teknolojik destekler sağlanarak veya iş birliği yaparak riskin azaltılması sağlanarak faydanın en üst seviyeye çıkarılması amaçlanmaktadır (Erçelik, 2019, s. 18).

Bu girişimcilik türü, büyük şirketler veya küçük şirketlerin kendi aralarında küçük girişimleri organize ettiği bir üst girişimcilik modelidir. Temel amaçlarından biri, milli bir girişimcilik sürecini ortaya koymak ve girişimciliğin gelişimine katkı sağlamaktır. Özetle ifade etmek gerekirse kurumsal girişimciler, bundan sonra büyük

⁴<https://egirisim.com/2017/04/03/yemek-sepetinin-gecmisten-gunumuze-uzanan-basari-hikayesi/> (Erişim Tarihi: 11.05.2022)

⁵<https://webrazzi.com/2022/04/13/yemeksepeti-otonom-teslimat-robotlari-yebo> (Erişim Tarihi: 11.05.2022)

tesisler kurmayacak, bunun yerine daha küçük ölçekli ve daha küçük girişimcileri teşvik edici, koruyucu bir girişimcilik modelini ortaya koyacaklardır (Zengin, 2019, s. 43).

Kurumsal girişimciliğe dünyadan örnek olarak Google verilebilir. Google, şirket içindeki hizmetlerini güncel gelişmelerle beraber sürekli genişleterek kurumsal girişimciliğin önde gelen örneklerinden biri olarak karşımıza çıkmaktadır⁶. Kurumsal girişimciliğe ülkemizden örnek olarak ise “enpara.com” verilebilir. Enpara.com, Finansbank’ın rakipleri karşısında rekabet avantajı sağlamak amacıyla yapmış olduğu yenilikçi bir projedir. Enpara.com ile müşterilerin daha hızlı işlem yapabilmesi ve çoğu bankada alınan işlem ücretlerinin alınmıyor olması gibi avantajlar sayesinde yeni bir hizmet ortaya konulmuştur. Bu sayede Finansbank kurumsal girişimciliğin bir örneğini oluşturarak rekabet üstünlüğü sağlamıştır (Tekin, 2019, s. 63-64).

1.6.4. Kamu girişimciliği

Kamu girişimciliği; *“kamunun gücünü ve kaynaklarını kullanarak toplumdaki bireylere kamusal hizmet sunan girişimcilik, kamu girişimciliği olarak”* tanımlanmaktadır. Kamu girişimcileri girişim faaliyetlerini organize ederken kamu hukukuna, olağanüstü koşulların olduğu durumda ise özel hukuka tabidirler. Kamu girişimcileri siyasi bir otoriteye bağlıdır ve sıkı bir bütçe düzenlemesi altında faaliyetlerini yürütürler. Bu bağlamda kamu girişimcisi, ekonomik sınırlamaların yoğun olduğu alanlarda, belirli dönemlerde kendi kaynaklarının yanı sıra kamunun kaynaklarını kullanan kişidir (Zengin, 2019, s. 45-46).

Kamu girişimciliğinin doğuşu, toplumun istek ve ihtiyaçlarına daha iyi bir şekilde, daha yeni ve daha hızlı bir şekilde cevap verilebilmesi için kamu örgütlerinin yeniden gözden geçirilmesini gerekli kılmıştır. Bu girişimcilik türünün temel amacı, kamu kurumlarının hizmet sağlarken daha çok sosyalleşmeyi destekleyen, daha fazla yenilikçi, rekabetçi, müşteri odaklı ve fonları verimli yatırımlarla destekleyip karlılığını artıran bir yapı haline getirilmesidir (Tekin, 2019, s. 71).

Dünya ekonomisinin 1970’li yıllarda girdiği krizle birlikte verimliliğin azalması nedeniyle kamu sektörü ve kâr amacı gütmeyen kuruluşlar ilgi odağı olmuştur.

⁶https://101entrepreneurship.org/corporate-entrepreneurship/#Examples_of_corporate_entrepreneurship (Erişim Tarihi: 10.05.2022)

Girişimcilik, kamunun performansını canlı tutabilmek amacıyla kamu sektörüne odaklanmıştır. Ekonomilerin içinde bulunduğu durum zaman içinde gelirlerin yetersiz hale gelmesine sebep olmuştur. Bu nedenle kamunun üzerinde artan baskı, girişimciliğin ve yenilikçi fikirlerin ortaya konulması mecburiyetini ortaya çıkarmıştır. Kamu girişimciliği, kamusal sorunların özölmesinde kullanılan insan gücü ve maddi kaynakların kullanımında daha etkin bir yöntem olarak benimsenmiştir. Kamu girişimciliği, kamusal örgütlerin tüketicilerin istek ve ihtiyaçlarına daha kaliteli ve hızlı bir şekilde cevap verecek şekilde yeniden tasarlanmasını ve daha az bürokrasinin olduğu, daha esnek örgütler oluşturulmasını sağlamaktadır (Özdevecioğlu ve Karaca, 2015, s. 40).

Kamu girişimciliği, özel girişimcilikten farklı olarak sermayesini kamu aracılığıyla oluşturmaktadır. Bu bağlamda topluma kamu hizmeti sunabilmek için kamuya ait kaynakların kamunun gücü ve yetkisi ile bir araya getirilerek yapılan bir girişimcilik türüdür (Tekin, 2019, s. 71).

Kamu girişimciliğine dünyadan örnek olarak medya alanında British Broadcasting (BBC), hava taşımacılığı Aeroport de Paris, elektrik hizmetleri alanında Public Power C., verilebilir (Türk Kamu İşletmeleri Birliği, 2015, s. 24). Kamu girişimciliğine ölkemizden örnek olarak ise Boru Hatları ile Petrol Taşıma Anonim Şirketi (BOTAS), Çay İşletmeleri Genel Müdürlüğü (ÇAYKUR), Devlet Hava Meydanları İşletmesi Genel Müdürlüğü (DHMI), Makine ve Kimya Endüstri Kurumu (MKEK), Posta ve Telgraf Teşkilatı Genel Müdürlüğü (PTT) ve Türkiye Cumhuriyeti Devlet Demiryolları İşletmesi Genel Müdürlüğü (TCDD) verilebilir.⁷

1.6.5. Çevreci girişimcilik

Çevreci girişimcilik üzerine çalışmalar 1970’li yıllarda başlamış ve 1990’lı yıllarda bu çalışmalar sayıca artmıştır. 2000’li yıllarda ise artık birçok akademisyenin ilgisini çeken bir konu haline gelmiştir. Günümüzün küresel dünyasında girişimciler artık müşteri odaklı, atık minimizasyonunu amaçlayan, yeşil ürün tasarımı ve çevre odaklı faaliyetlere yönelmeye başlamıştır. Dolayısıyla artık girişimcilik farklı bir boyut kazanmıştır (Özdevecioğlu ve Karaca, 2015, s. 38).

⁷http://www.sp.gov.tr/tr/kurum/g/ki/kurum/KIT_ler (Erişim Tarihi: 10.05.2022)

Çevreci girişimcilik, literatürde eko girişimcilik, ekolojik girişimcilik veya yeşil girişimcilik olarak da ifade edilmektedir. Diğer girişimcilik türlerinde olduğu gibi çevreci girişimcilikte de iş geliştirme, yenilikçilik ve pazar başarısı gibi konular önemlidir. Ancak çevreci girişimciliği diğer girişimcilik türlerinden ayıran üç unsur bulunmaktadır. Bu unsurlardan ilki teknolojidir. Bu unsur girişimcinin bir ürün veya hizmeti üretirken doğaya, topluma ve çevreye zarar vermeyen bir girişim modeli seçilmesini ifade etmektedir. İkinci unsur ise işlevdir. İşlev unsuru girişimcinin toplumsal faydayı ön plana koyması bunun yanı sıra kârı ikinci plana koyması anlamına gelmektedir. Çevreci girişimciliğin ayırt edici son unsuru ise müşteri gruplarıdır. Müşteri grupları, girişimcinin oluşturacağı müşteri profilini kendi etik ve ahlaki değerlerine uygun olarak belirlemesi demektir. Bu bağlamda çevreci girişimcilik çevreyi ve toplumu önemseyerek yeni bir iş üretmek ve kendine uygun müşteri profilini oluşturmayı amaçlamaktadır (Tekin, 2019, s. 72).

Ekoloji ve girişimcilik kavramlarının birleşiminden oluşan eko girişimcilik diğer bir ifadeyle çevreci girişimcilik, gelir ve pozitif çevresel çıktılar elde etmek ve çevreye verilen zararı azaltmak amacıyla yeni fırsatların ortaya çıkarıldığı bir modeldir. Bu modelde hem işletmecilik faaliyetleri yürütülmekte hem de bu faaliyetlerin çevreye olumsuz etkilerini azaltmaya yönelik çaba gösterilmektedir. Çevreci girişimcilik, çevresel sorunlara çözümler üretirken aynı zamanda bu sorunların içindeki fırsatları da bulup ortaya çıkaran bir girişimcilik türüdür (Özdevecioğlu ve Karaca, 2015, s. 39).

Son yıllarda çevreci sivil toplum kuruluşlarının da önemli etkisi ile çevreci girişimcilik faaliyetlerinde artışlar olmuştur. Bu bağlamda çevreci girişimciliğe dünyadan örnek olarak “*biz kirlettik okyanus arıtsın, sofrayı kuran kaldırsın*” sloganıyla Hollandalı bir gencin oluşturmuş olduğu girişimcilik faaliyeti verilebilir. 17 yaşındaki bir gencin oluşturduğu bu girişimcilik fikri plastik çöplerinin okyanuslardan nasıl temizleneceğinin çözümünü ortaya koymuştur. Hollandalı girişimci bir yılda 160 ülkeden 38 bin kişinin bağışlarıyla 2 milyon Euro toplayarak 2013 yılında bu girişim fikrini gerçekleştirmeyi başarmıştır. Okyanusları temizleyerek kazanç sağlamayı amaçlayan bu girişim, okyanus akıntılarını kullanarak plastiklerin V şeklindeki yüzer bariyerlerin altına girecek şekilde ağlarda toplanması ve daha sonra bu ağlarda toplanan plastiklerin karada geri dönüşüme yollanması yolu ile okyanusun temizlenmesini sağlamaktadır (Tekin, 2019, s. 73). Çevreci girişimciliğe ülkemizden örnek olarak ise bireysel tüketici ile çiftçi arasındaki

iletişimi sağlayarak, tarım ürünlerinin tedarik zincirindeki veriminin artırılmasını sağlayan “*Tarlamvar*” ve evinde ve iş yerinde elektronik atık bulunan kişiler ile lisanslı e-atık toplama-ayırma ve geri dönüşüm tesislerini bir araya getiren ve pay sahiplerine kazanç, tasarruf ve bağış imkânı sağlayan bir mobil e-atık Pazar yeri olan “*Toplio*” girişimleri verilebilir⁸.

1.6.6. Akademik girişimcilik

Akademik girişimcilik, üniversitelerin ve eğitim sektöründeki diğer kesimlerin elde ettiği araştırma verilerinin ticari olarak bir çıktıya dönüştürülmesidir. Akademik girişimcilik temel olarak üniversitelerin ürettiği bilimsel araştırmalara dayanmaktadır. Bu girişimcilik türünde üniversiteler gelir elde eden ve girişimci davranışlar sergileyen kurumlar haline gelmektedir. Akademik girişimcilik kapsamında üniversiteler faydalı modeller üreterek, yeni fikirler ortaya koyarak, makine, sistem ve endüstriyel tasarımlar geliştirerek ticari işletme gibi gelir elde edebilirler. Akademik personelin yapmış olduğu bilimsel araştırmalar neticesinde meydana getirdiği eser ile ticari gelir elde edici faaliyetler yürütmesi akademik girişimcilik olarak ifade edilmektedir (Özdevecioğlu ve Karaca, 2015, s. 52).

Akademik girişimci, çalışmasını ticari bir ürün olarak sunulmasının sağlayan bilim insanıdır. Akademik girişim aracılığıyla amaçlanan, akademik çalışmaların ekonomik bir değere dönüştürülmesidir. Bu sayede ürüne dönüştürülen akademik çalışmaların yeni istihdam alanları açması ve ekonomiye değer katması sağlanmaktadır. Bu bağlamda üniversiteler sahip oldukları bilimsel gücü ticari ürünlere çevirerek ekonomik kazanç elde edebilir (Tekin, 2019, s. 73).

Üniversite, sanayi ve devlet iş birliği, inovasyon ekosistemimin geliştirilmesinde önemini giderek artırmaktadır. Bu iş birliği, ekonomik kalkınma ve diğer amaçlar için uygulanabilecek önemli yöntemlerden biri olarak karşımıza çıkmaktadır (Arslan ve Özmodanlı, 2020, s. 95). Son yıllarda devlet destekleri ile daha da güç kazanan teknoloji parkları ve benzer inovasyon merkezleri akademik girişimciliğin gelişmesine katkı sağlamış ve yeni fikirler üreten akademisyenler açısından daha fazla patent başvurusu,

⁸<https://www.ekonomist.com.tr/girisim-kobi/yukselen-trend-yesil-girisimcilik.html#turkiye8217den-cikan-8216yesil-girisim8217-fikirleri> (Erişim Tarihi: 10.05.2022)

lisans geliri ve yeni girişimler içinde bulunmalarını sağlamıştır. Bu alanda yapılan akademik çalışmalar teknoparklar ile akademisyenlerin girişimcilik faaliyetleri arasında güçlü bir ilişki olduğunu ortaya koymaktadır (Demirtaş, 2014, s. 191).

Teknoparklar, akademi öncülüğünde oluşturulan bilginin ürüne dönüştürülmesine, diğer bir ifadeyle ticarileştirilmesine olanak sağlayarak yüksek katma değerli ürünler meydana getirmeyi hedefleyen, bu sayede nihai olarak ülke kalkınmasına katkı sağlamayı hedefleyerek tasarlanmış teknoloji merkezleridir. Teknoparklar, Ar-Ge ve yenilik temelli işletmeleri bünyesinde barındırmakta ve bu işletmelere destek sağlamaktadır (Arslan ve Özmodanlı, 2020, s. 98).

Türkiye’de de son yıllarda teknoparkların sayısının artmasıyla akademik girişimcilik faaliyetlerinin artış gösterdiği görülmektedir. Ayrıca TÜBİTAK tarafından girişimci üniversiteler sıralanmaktadır. Bu sıralama yapılırken TÜBİTAK, “bilimsel ve teknolojik araştırma yetkinliği”, “fıkri mülkiyet havuzu”, “iş birliği ve etkileşim”, “girişimcilik ve yenilikçi kültür” ve “ekonomik katkı ve ticarileşme” gibi boyutlara önem vermektedir (Tekin, 2019, s. 74).

Son olarak 2018 yılında açıklanan endekse göre Türkiye’deki girişimci üniversitelerin sıralamasında ilk beş üniversite ise şu şekildedir:

Tablo 1.1. 2018 Yılı Girişimci ve Yenilikçi Üniversiteler⁹

Sıralama	Üniversite	Puan
1.	Orta Doğu Teknik Üniversitesi	93.16
2.	İstanbul Teknik Üniversitesi	90.16
3.	Sabancı Üniversitesi	85.49
4.	İhsan Doğramacı Bilkent Üniversitesi	84.42
5.	Boğaziçi Üniversitesi	83.33

⁹https://www.tubitak.gov.tr/sites/default/files/289/gyue_ilk50.pdf (Erişim Tarihi: 13.12.2021)

Akademik girişimciliğe dünyadan örnek olarak Massachusetts Teknoloji Enstitüsü (Massachusetts Institute of Technology-MIT) ve Harvard Üniversitesinde çalışan ekonomist Esther Duflo, Abhijit Banerjee ve Sendhil Mullainathan tarafından kurulan Abdul Latif Jameel Yoksulluk Eylem Laboratuvarı verilebilir¹⁰. Ülkemizde ise tablo 1.1.'den de görüleceği üzere girişimci ve yenilikçi üniversiteler arasında birinci sırada yer alan Orta Doğu Teknik Üniversitesi Teknoloji Transfer Ofisi, akademik girişimciliğe örnek olarak verilebilir¹¹.

1.6.7. Stratejik girişimcilik

Fırsat arama ve rekabet avantajı sağlamanın aynı anda gerçekleşmesi gerekliliği, birbirinden ayrı olarak gelişim göstermekte olan girişimcilik ve stratejik yönetimin 2000'li yıllardan itibaren birleşmesine neden olmuştur. Bu iki alanın birleşmesi ise stratejik girişimcilik olarak ifade edilmiştir (Türkmen ve Yılmaz, 2019, s. 1-2).

Stratejik yönetim ve girişimcilik bilgilerinin bir araya getirilmesi ile ortaya çıkan stratejik girişimcilik kavramı, bireyin fırsatları takip etmesi ve işletme açısından rekabet avantajı sağlamaya yönelik çaba göstermesi ve bu sayede daha yüksek performansa sahip bir işletme oluşturmalarını amaçlamaktadır. Stratejik girişimcilik, fırsatlara odaklanırken strateji ve girişimciliği birleştirerek yeni ürün ve hizmetleri bu yönde sunmalıdır (Tekin, 2019, s. 76).

Stratejik girişimcilik; *“teknolojilerin, pazarların ve işletmelerin küreselleştiği günümüz dünyasında bugünkü ve gelecekteki rekabet avantajlarının değerlendirilerek ve geliştirilerek, örgütsel yeniliklerin ortaya konulmasını içeren bir girişimcilik türü”* dür (Yılmaz ve Görmüş, 2012, s. 4485). Ireland ve arkadaşlarına göre stratejik girişimcilik; *“aynı anda fırsat ve avantajları arayan davranışları içeren ve üstün firma performansı ile sonuçlanan bir girişimcilik türü”* dür (Ireland vd. 2003, s. 965). Hitt ve arkadaşlarına göre ise stratejik girişimcilik; *“stratejik bir perspektifle yapılan girişimcilik faaliyeti”* dir (Hitt vd., 2001, s. 480).

Dünyadan en bilinen stratejik girişimlerden birine örnek olarak sosyal paylaşım ağlarından biri olan Facebook'un 2014 yılında Whatsapp'ı satın alarak bünyesine

¹⁰<https://www.povertyactionlab.org/about-j-pal> (Erişim Tarihi: 11.05.2022)

¹¹http://tto.metu.edu.tr/?page_id=15 (Erişim Tarihi: 10.05.2022)

katmasını verebiliriz. Facebook'un Whatsapp'ı kendi çatısı altına alması her gün 1 milyon yeni kullanıcı kazanmasını sağlayarak rakipleri karşısında daha hızlı bir şekilde büyümesine katkıda bulunmuştur (Tekin, 2019, s. 76).

1.6.8. Kadın girişimciliği

Kadınlar, Sanayi Devrimi'ne kadar ev işleriyle uğraşan ve ailenin bakımından sorumlu kişiler olarak görülmüştür. Ancak, Sanayi Devrimi'yle beraber üretim sürecinin geçirdiği değişim sonucunda kadınlar, çalışma hayatına dâhil olmuş ve gerek kendi işini kurarak gerekse başka bir işverene bağlı olarak işgücü piyasalarında rol almışlardır (Özgüler ve Kocabaş, 2019, s. 428).

Kadın girişimciliği, kadınların ekonomik ve sosyal hayatta güçlenmesini amaçlayan ve onların da girişimci roller üstlenebileceği görüşü çerçevesinde ortaya çıkmış olan girişimcilik türüdür. Geçmişten günümüze kadın girişimcilerin sayısı giderek artmaktadır (Ürper, 2018, s. 13).

Teknolojik gelişmeler, modernleşme hareketleri, ekonomik sorunların çözülmesi ve eğitim oranlarındaki değişimler sonrasında geleneksel cinsiyet rollerine dayalı ayrımcılığın azalması ile kadınlar hayatın her alanında daha fazla yer alma imkânına ulaşmıştır. Kadınlar, hayata bakış açılarının değişmesi ve daha yenilikçi tutum sergilemeleri sonucunda karşılaştıkları fırsatları değerlendirmeye başlamışlardır. Kadın girişimciler Avrupa Komisyonu tarafından *“tek başına iş kuran ya da hisselerin çoğunluğuna sahip olan; şirketin tüm risklerine ortak olan, karar verme yetkisine sahip olan ve şirket faaliyetlerinin sürdürülmesinde aktif görevler alan kişiler”* olarak tanımlanmıştır (Tekin, 2019, s. 65).

Kadın girişimciliği, ülke ekonomisinin gelişimine katkı sağlamasının yanı sıra bireysel olarak da kadınların kendilerine güvenini artırmakta, bağımsız hareket etmelerini, sosyal açıdan gelişmelerini ve bu bağlamda hem aile hem de toplumsal huzuru sağlamaktadır (Özgüler ve Kocabaş, 2019, s. 429). Bu nedenle kadın girişimciliği desteklenmeli ve gelişmesi için gerekli ortam hazırlanmalıdır.

Girişimcilik, bireysel özellikler ve eğitimin yanında ekonomik ve toplumsal koşullara da bağlıdır. Bu nedenle kadın girişimciliğinin artması için bu yönde bir toplumsal değişimin olması gerekmektedir. Kadınların girişimci olma nedenleri arasında

özgür olma, statü elde etme gibi istekler bulunmaktadır. Kadın girişimcilerin itibarının artırılması kadın girişimcilerin sayısını da artıracaktır (Ürper, 2018, s. 14).

Bugün için gelinen noktada kadın girişimciler tarafından oluşturulmuş birçok girişim bulunmaktadır. Bu girişimlere dünyadan örnek olarak Sophia Amoruso tarafından kadınlara sağlık, güzellik ve kariyer konusunda tavsiyelerde bulunarak onları güçlendirmeye çalışan bir girişim olan “*Girlboss Media*” verilebilir¹². Ülkemizde ise Demet Mutlu tarafından kurulmuş olan ve en çok kullanılan online alışveriş platformlarından biri olan “*Trendyol*”, kadın girişimciliğine örnek olarak verilebilir. Ülkemizde kadın girişimciliği alanında önemli bir örnek olan Trendyol, aynı zamanda başlatmış olduğu “*Güçlü Kadınlar Programı*” ile kadın girişimcilerin desteklenmesi için çalışmalar da yürütmektedir.¹³

1.6.9. Sosyal girişimcilik

Girişimciliğin yalnızca ticari alana özgü olarak görüldüğü, toplumun sosyal sorunları ile ilgilenenlere ise hayalci olarak bakıldığı bir dönemlerde sosyal girişimciler toplumsal kalkınmaya önemli katkılar sağlamıştır. Sosyal girişimciler toplumların alışılmış reaksiyonlarını değiştirerek dönüştürmüşlerdir. 1980 yılında Bill Drayton tarafından bu girişimcilik faaliyetine sosyal girişimcilik adı verilmiş ve bu sayede farkındalığın artmasını sağlamıştır (Denizalp, 2007, s. 7).

Girişimcilik yalnızca ticari alanda değil, sosyal alanda da kendine uygulama alanı bulmuş bir olgudur. Sosyal girişimciliğin getirisi diğer girişimcilik türlerinde olduğu gibi ekonomik getiri değil sosyal faydadır (Ürper, 2018, s. 11).

Sosyal girişimcilikle ilgili yapılan tanımlara baktığımızda sosyal girişimcilik; “*kâr amacı gütmeyen, özel ve kamu sektörlerinde görülebilen yenilikçi, sosyal değer yaratma faaliyetidir*” (Austin vd., 2006, s. 371). Yapılan bir diğer tanımlamaya göre ise sosyal girişimcilik; “*toplumdaki olumsuz sonuçlardan faydalanarak toplum için sosyal bir faydanın yaratılması ve bunun sürdürülebilmesi için yenilikçi çözümler uygulamak ve sosyal bir etki oluşturmaktır*” (Situmoranga, 2012’den aktaran Zengin, 2019, s. 47).

¹²<https://www.careeraddict.com/women-entrepreneurs> (Erişim Tarihi: 10.05.2022)

¹³<https://www.trendyol.com/s/guclu-kadinlar-programi> (Erişim Tarihi: 10.05.2022)

Sosyal girişimciler yaşadıkları toplum içinden çıkan, o toplumdaki sosyal sorunları görerek yeni fikirler üreterek sorunları çözmeye çalışan yaratıcı, duyarlı ve toplumun güvenini kazanmış kişilerdir (Zengin, 2019, s. 47). Ticari girişimci için kârın sürdürülebilir olması önemli iken, sosyal girişimci için sosyal girişimin sağladığı sosyal faydanın sürdürülebilirliği önemlidir. Ticari girişimcilikte olduğu gibi sosyal girişimcilikte de yeni fikirlerin üretilmesi önemlidir. Ancak sosyal girişimcilikte ticari girişimcilikte olduğu gibi bir patent sistemi yoktur hatta sosyal girişimcilikte taklidin yaygınlaştırılması istenmektedir. Bunun nedeni ise sosyal bir sorunun çözümüne katkı sağlayan girişimlerin yaygın hale gelmesinin amaçlanmasıdır (Ürper, 2018, s. 11).

Dünyada ve ülkemizde birçok sosyal girişimcilik örneğine rastlamaktayız. Dünya genelinde belki de en bilinen sosyal girişimcilik örneği Muhammed Yunus tarafından yoksul kesimdekilere mikro kredi vermek amacıyla oluşturulan “*Grameen Bank*”tır. Ülkemizde ise örnek olarak “*Çöp(m)adam*” sosyal girişimi verilebilir. Ayvalık’ta ortaya çıkan bu girişim, kadın istihdamına sağladığı katkı açısından da güzel bir sosyal girişimcilik örneğidir. Çöp(m)adam, ambalaj atıklarının toplanıp, eşsiz, estetik bir şekilde bir araya getirilerek ürünler üretilmesini sağlayan bir girişimdir. Bu sosyal girişim, ambalaj atıklarının değerlendirilmesiyle çevre kirliliğinin azaltılmasına katkı sağlarken aynı zamanda ev hanımlarının istihdam edilerek ekonomiye katkı sağlamalarını amaçlamaktadır (Tekin, 2019, s. 69).

1.6.10. Dijital girişimcilik

Dijital girişimcilik, diğer bir ifadeyle sanal girişimcilik; teknolojinin girişimciliğe yansması sonucunda ortaya çıkmış bir girişimcilik türüdür. Dijital girişimcilik, sosyal medya, mobil internet, bulut teknolojisi gibi çağımızın teknolojik gelişmelerini kullanarak yeni fırsatlar yaratma, müşterilerle ve ortaklarla iş birliği halinde olarak ekonomik büyümeye, istihdam olanaklarına ve yenilikçiliğe katkı sağlamaya yönelik bir girişimcilik türüdür. Dijitalleşme bir yandan bireylerin yaşam tarzlarını etkilerken, diğer yandan işletmelerin çalışma biçimlerini değiştirmiştir. Günümüzde işletmeler geleneksel girişimcilik faaliyetlerini bir kenara koyarak hızla gelişen teknolojiye ayak uydurma ve bu gelişmelerden faydalanarak ürünlerini, hizmetlerini, stratejilerini, organizasyon yapılarını ve insan kaynaklarını güncel gelişmelere uygun hale getirmeye çalışmaktadır (Kişi, 2018, s. 389-390).

Dijital girişimler, insanların zaman kaybetmesini engelleyerek internet üzerinden tüm ürün ve hizmetlere ulaşımın kolaylaşmasını sağlamaktadır. Bunun yanı sıra dijital girişimcilik faaliyetinin birçok avantajı bulunmaktadır. Bu avantajlardan bazıları şunlardır (Tekin, 2019, s. 67-68);

- İş kurma maliyeti düşüktür,
- Evden iş yapabilme imkânı tanır ve bu bağlamda genel giderleri azaltmaktadır,
- İş bilişim teknolojileri aracılığıyla çevrimiçi yapıldığı için kira masrafı gibi masraflar bulunmamaktadır,
- Reklam ve diğer tanıtım faaliyetleri için para harcanmasına gerek yoktur,
- Pazar genişliği sayesinde ticarete sınırları azaltmaktadır.

Dijital girişimler, dijital teknolojilerden faydalanma yoğunluklarına göre üçe ayrılmaktadır (Kişi, 2018, s. 392);

- Dijital girişimciliğin geleneksel bir tamamlayıcı olarak görüldüğü hafif dijital girişimcilik,
- İşletmenin başlıca ürünlerinin, teslimat vb. süreçlerine fazlaca kaynak aktarıldığı orta dijital girişimcilik,
- Üretim süreçlerinden müşteriye ulaşana kadar tüm aşamalarda dijitalleşmeden faydalanılan aşırı dijital girişimcilik.

Dijital girişimciliğe dünyadan örnek olarak internete bağlı bir cihaz aracılığıyla dizi ve film izleme hizmeti sağlayan “Netflix” verilebilir¹⁴. Dijital girişimciliğe ülkemizden örnek olarak ise temizlik, tadilat, nakliyat ve özel ders gibi birçok alanda hizmet sunan kişiler ile hizmete ihtiyaç duyan kişileri dijital platformda bir araya getiren “Armut” verilebilir¹⁵.

1.6.11. Dijital sosyal girişimcilik

Dijital sosyal girişimcilik, Endüstri 4.0’ın getirmiş olduğu yoğun dijitalleşme sonucunda ortaya çıkmış olan dijital girişimcilik ve sosyal girişimciliğin bir araya gelmesi ile oluşturulmuş hibrit bir girişimcilik türüdür. Bu bağlamda dijital sosyal girişimcilik; *“dijital teknolojiyi iş modelinin kaçınılmaz bir parçası olarak kullanan ve dijitalleşmenin*

¹⁴<https://netflix.com/> (Erişim Tarihi: 24.05.2022)

¹⁵<https://armut.com/> (Erişim Tarihi: 24.05.2022)

sağladığı avantajları sosyal etki yaratmak için kullanan sosyal girişimcilik türü” dır (Ghatak vd., 2020, s. 1). Ghatak ve arkadaşları tarafından yapılan tanımdan da görüleceği üzere dijital sosyal girişimcilik; geleneksel sosyal girişimciliğin sosyal fayda üretme amacı ile dijital girişimciliğin hız, verimlilik artışı ve maliyet azalışı gibi özellikleri bünyesinde barındırmaktadır. Bir başka ifadeyle dijital sosyal girişimcilik; *“dijital teknoloji yoluyla finansal olarak sürdürülebilir şekilde sosyal bir ihtiyacı karşılamaya yönelik yapılan özgün bir sosyal girişimcilik türüdür”* (Ismail vd., 2012, s. 430-431).

Bu çalışmanın da konusunu oluşturan dijital sosyal girişimcilik, çalışmanın dördüncü bölümünde daha detaylı bir şekilde incelenmiştir.



2. SOSYAL GİRİŞİMCİLİK

Sosyal girişimcilik, geleneksel girişimcilik türlerinden karı bir amaç değil araç olarak sosyal sorunların çözümü için kullanan önemli bir girişimcilik türü olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu bağlamda ikinci bölümde sosyal girişimcilik kavramı ve tarihsel süreçteki gelişimi incelenmiştir. Buna ek olarak bölüm kapsamında sosyal girişimciliğin önemi, unsurları ve sosyal girişimciliği etkileyen faktörler açıklanmıştır. Son olarak ise sosyal girişimcilik ve ticari girişimcilik arasındaki farklar ifade edilmiştir.

2.1. Sosyal Girişimcilik Kavramı

Sosyal girişimcilik kavramının ortaya çıkışından günümüze kadar farklı kişilerin ve kuruluşların yapmış olduğu birçok tanım bulunmaktadır. Ancak diğer girişimcilik türlerine göre nispeten daha yeni bir kavram olan sosyal girişimcilik üzerine uzlaşılmış ortak bir tanım bulunmamaktadır.

Son yıllarda özel, kamu ve kâr amacı gütmeyen sektörlerde hızla büyüyen sosyal girişimcilik kavramına yönelik ilgi artış eğilimindedir. Sosyal girişimcilik kavramı her ne kadar literatürde yeni bir kavram olarak görülse de esasen temelindeki mantık, kavramın ortaya çıkışından daha eskilere dayanmaktadır (Özdevecioğlu ve Cingöz, 2009, s. 84). Ancak sosyal girişimcilik, kavram olarak ilk kez 1953 yılında yayımlanan Bowen'in *"İş Adamlarının Sosyal Sorumlulukları"* adlı kitabında yer almıştır. Bowen, iş adamlarının, toplumun değer ve amaçlarıyla uyumlu bir şekilde sosyal sorumluluk faaliyetleriyle ilgilenmeleri gerektiğini ifade etmiştir (Bowen, 1953'ten aktaran Aktan ve Börü, 2007, s. 7). Murpy ve Coombes ise sosyal girişimciliği, seferberlik bağlamında *"belirli bir sosyal amacı ve nedeni teşvik etmek için bir girişimin oluşturulması ve yürütülmesi"* olarak tanımlamıştır. Bu tanımlamada seferberlik kavramı ile anlatılmak istenen bir girişimin sınırlarını aşan, birçok unsuru kapsayan, bir sosyal amaca ve nedene ilişkin özel ve güçlü bir eğilimdir (Murphy ve Coombes, 2009'dan aktaran Kaya, 2020, s. 161).

Sosyal girişimcilik, toplumsal bir sorunun tespit edilerek, bu sorunun ortadan kaldırılmasına yönelik olarak kalıcı çözümler üretmektir. Ekonomik Kalkınma ve İşbirliği Örgütü'nün (Organisation for Economic Co-operation and Development-OECD) tanımlamasına göre sosyal girişimcilik, *"girişimci bir strateji ile organize edilen, temel amacı kâr elde etmek değil belirli sosyal ve ekonomik hedeflere yönelik kapsamında yenilikçi çözümler barındıran ve kamu yararı güden özel bir faaliyettir"* (OECD, 2013, s. 3).

Austin arkadaşları sosyal girişimciliği “*kâr amacı gütmeyen kuruluşlar, işletmeler ve hükümet sektörleri tarafından gerçekleştirilen ve sosyal değer yaratan yenilikçi faaliyetler*” olarak tanımlamaktadır (Austin vd., 2006, s. 371). Güler’e göre Austin ve arkadaşları tarafından yapılan bu tanımda üç unsurun vurgulanması gerekmektedir. Bu unsurlar; yenilik, sosyal değer yaratma ve faaliyet alanıdır. Sosyal girişimcilik faaliyetinin bir girişimcilik türü olarak değerlendirilmesi nedeniyle yeni bir şey üretmede yaratıcı bir süreç yürütülmelidir. Sosyal girişimciliği diğer girişimcilik türlerinden ayıran temel özellik, sosyal değer yaratmanın temel dürtü olmasıdır. Son olarak ise Güler, Austin ve arkadaşları tarafından yapılan bu tanım bağlamında sosyal girişimciliğin hemen her sektörde görülebildiğini, diğer bir ifadeyle geniş bir faaliyet alanına sahip olduğunu ifade etmiştir (Güler, 2010, s. 48).

Bornstein ve Davis’e göre ise sosyal girişimcilik, bireylerin hayatı daha iyi hale getirmek amacıyla yoksulluk, hastalık, cehalet, çevresel yıkım, insan hakları ihlalleri ve yolsuzluk gibi sosyal sorunlara çözüm getirmek için kurumlar inşa ettikleri veya var olan kurumları dönüştürdükleri bir süreçtir (Bornstein ve Davis, 2010, s.1).

Sosyal girişimler ile özel girişimlerin farklılıklarından yola çıkarak sosyal girişim kavramını açıklamaya çalışan Light’a göre özel girişimcilik kâra odaklanırken sosyal girişimlerde temel amaç sosyal ihtiyaçları gidermektir. Her iki girişimcilik türünde de yenilikçilik ortak özellik olmasına karşılık özel sektör yenilikçiliği yeni pazarlara girerek gerçekleştirirken sosyal girişimlerde yenilikçilik sosyal problemlere yeni çözümlerin üretilmesi bağlamında ortaya çıkmaktadır (Light, 2008’den aktaran Işık, 2015, s. 67).

Bir diğer sosyal girişimcilik tanımı ise Fowler tarafından yapılmıştır. Bu tanımlamaya göre ise sosyal girişimcilik, “*daha önce sosyal fayda sağlayan ve sürdüren uygulanabilir sosyoekonomik yapıların, ilişkilerin, kurumların, kuruluşların ve pratiklerin oluşturulması*”dır (Fowler, 2000’den aktaran Gencer ve Aydınoglu, 2020, s. 1059).

Ülkemiz literatüründe de sosyal girişimcilik üzerine yapılmış birtakım tanımlar bulunmaktadır. Çetindamar ve arkadaşları tarafından yapılan tanımlamaya göre sosyal girişimler; “*üçüncü sektör¹⁶ olarak tanımlanan, devletin dışında kalan ve kâr amacı*

¹⁶Üçüncü sektör; vatandaşlar tarafından kâr amacı olmaksızın, gönüllülük esasına dayalı olarak kamu görevlerine katılımını sağlayan vakıf ve dernek gibi gönüllü kuruluşlardan oluşan sektördür (Kocabaş, 2008, s. 175).

gütmeyen örgütler ile özel sektörde kâr amacı güden ticari girişimler arasında yer alan girişimler”dir. Sınırları esnektir, bu nedenle kâr amaçlı ve kâr amacı gütmeyen girişimlerin melez bir türü olarak ifade edilebilmektedir (Çetindamar vd., 2010, s. 2). Çetindamar’ın yapmış olduğu tanımlamaya benzer şekilde Işık’ta sosyal kâr amacı ile faaliyetlerine başlayan sosyal girişimlerin özel sektörde girişimcilik faaliyetlerini yürütmeleri nedeniyle artık üçüncü sektör kapsamından çıkarak üçüncü sektör ve özel sektör arasında yer alan karma bir yapıya sahip olduklarını ifade etmiştir (Işık, 2013, s. 121). Bu bağlamda sosyal fayda üretme amacı ve girişimcilik faaliyetlerinin bir arada bulunduğu sosyal girişimler; girişimci faaliyetlerinden dolayı üçüncü sektörden, sosyal fayda üretme amacında olması nedeniyle de ticari girişimlerden ayrılmaktadır (Kocabaş ve Özgüler, 2020, s. 16).

Besler’in yaptığı tanımlamaya göre ise sosyal girişimcilik; *“hemen hemen her sektörde, sosyal değer veya değişim yaratmak ve/veya sosyal ihtiyaçları karşılamak için fırsatların peşinden gidildiği, bu fırsatları kullanmak için belli ölçüde riskin alındığı, kaynakların yaratıcı bir şekilde kullanıldığı sürdürülebilir, yenilikçi ve sosyal bir süreçtir”* (Besler, 2010, s. 15-16).

Sosyal girişimcilik içinde “sosyal” ve “girişimcilik” olmak üzere iki farklı olguyu bulunduran bir kavramdır. Girişimcilik, ticari girişimlerde yer alan sorun ve fırsatları fark etme, risk alma ve yenilikçi çözümler bulma olgularını getirirken, sosyallik ise girişimlerin kâr amacı gütmek yerine toplumsal sorunların çözümüne yönelik amaçlarla hareket etmesi anlamına gelmektedir (Ersen, Kaya ve Meydanoğlu, 2010, s. 7). Bu bağlamda sosyal girişimcilik kavramı en basit haliyle sosyal sorunların çözüme kavuşturulabilmesi hedefiyle kâr amacı gütmekten fırsatların yakalanması ve risk alarak yenilikçi çözümlerin üretilmesi şeklinde ifade edilebilir. Ancak sosyal girişimlerin kâr amacı gütmemeleri bu girişimlerin kâr etmedikleri anlamına gelmemektedir. Sosyal girişimlerin kâr amacı güden ticari işletmelerden en önemli farklarından biri kârı bir amaç değil hedeflerine ulaşmak için kullandıkları bir araç olarak görmeleridir.

2.2. Sosyal Girişimci Kavramı ve Özellikleri

Sosyal girişimcilerin özellikleri ifade edilmeden önce kimlerin sosyal girişimci olarak nitelendirilebileceğinin belirlenmesi önem arz etmektedir. En basit haliyle sosyal

girişimciler; *“toplumda var olan sosyal sorunları girişimci bakış açısıyla ele alan ve yenilikçi mler öğreten kişiler”* dir. Bu basit tanımın yanı sıra literatürde birçok sosyal girişimci tanımı yer almaktadır.

Sosyal girişimci, toplumsal kalkınmada ve istihdam yaratmada itici bir rol üstlenmektedir. Bu bağlamda sosyal girişimciler; *“birçok farklı alanda ve konuda yenilikçi projeler geliştiren ve amaçları sosyal dönüşüm olan kişilerdir”* (Ahmedov ve Zeynalova, 2019, s. 586-587). Dees ise sosyal girişimcileri, *“sosyal sektörde değişim ajanı olarak, toplumsal değer yaratma ve sürdürme misyonuna sahip, bu misyon için durmaksızın yeni fırsatlar arayan, sürekli bir yenilik arayışı ve adaptasyon sürecinde olan, sınırlı kaynaklarla cesur girişimlerde bulunan ve ortaya çıkarılan sonuçlar konusunda yüksek düzeyde hesap verebilirliğe sahip kişiler”* olarak ifade etmiştir (Dees, 2001, s. 4) Prabhu ise sosyal girişimcileri, sosyal girişimci liderler olarak ifade etmiştir. Bu bağlamda da sosyal girişimcileri, *“birinci amacı, hedef grupların sosyal değişimi ve gelişimi olan yenilikçi organizasyonlar veya girişimler yaratan ve yöneten kişiler”* olarak tanımlamıştır (Prabhu, 1999, s. 57).

Sosyal girişimciliği bir bireyle sınırlamaktan ziyade daha geniş bir kapsamda ele alan Light’a göre; *“sosyal girişimci, önemli sosyal sorunlara işaret eden, yaratıcı fikirleriyle sürdürülebilir ve geniş ölçekli değişim arayan bir birey, grup, ağ, örgüt veya örgüt birliğidir”* (Güler, 2011, s. 84).

Sosyal girişimcinin ortaya koyduğu sosyal değer üretme faaliyetini bir sosyal inşa olarak ifade edebiliriz. Bu inşa sürecinde sosyal girişimci ve içinde yer aldığı toplumsal yapı arasında bir etkileşim gerçekleşmektedir. Bu etkileşim ise temel olarak Bourdieu ve Giddens’in ortaya koyduğu yapı ve bu yapıyı oluşturan özne arasında var olduğunu ifade ettikleri ayrılık ve uyum ile ilişkilidir. Her iki düşünür de kişilerin davranışlarına etki eden dışsal yapıların bulunduğunu ifade etmektedir. Bu yapılar hem yaşanılan toplumsal koşulları meydana getirmekte hem de bu koşulların bir sonucu olarak ortaya çıkmaktadır. Bu iki düşünürün ayrıldığı nokta ise Bourdieu’nun kişilerin davranışlarını daha belirli ve mekanik olarak ifade etmesine karşılık Giddens’in kişilerin davranışlarının belirsiz ve toplumu dönüştüren bir aktör olmalarına fırsat tanıyan bir özellikte olduğunu ileri sürmesidir. Bu bağlamda içinde yer aldığı toplumsal yapı ile ilişki içinde olan sosyal girişimcinin, var olan kaynakları kullanarak veya yeni kaynak üreterek dışsal yapıyı dönüştürücü bir özellikte olduğu söylenebilir (şentürk ve Mengü, 2019, s. 8).

Dees ve Anderson sosyal girişimcilerin, toplumsal değer üretme anlayışında devrim yaptığını ve kaynakların daha verimli alanlara kaydırılmasını sağladıklarını ifade etmektedir (Dees ve Anderson, 2006, s. 44). Dees’e göre sosyal girişimciler (Dees, 2001, s. 4-5);

- Kamusal değer yaratırlar,
- Yeni fırsatların peşine düşerler,
- Yenilik yaparlar ve bu yeniliklere uyum sağlarlar
- Cesurca hareket ederler,
- Kontrol edilmeyen kaynaklardan faydalanırlar,
- Güçlü bir hesap verebilirlik duygusuna sahiptirler.

Martin ve Osberg ise sosyal girişimciyi, “*mevcut kalıpları yıkan ve yenilikçi çözümler geliştirerek sosyal dönüşüm sağlayan kişiler*” olarak tanımlamaktadır¹⁷. Güler’e göre ise sosyal girişimci; “*kendi kârı için çalışmaktan ziyade içinde yer aldığı toplumda sosyal değişim yaratarak, toplumun kazancına önemli derecede katkı sağlayan kişiler*”dir (Güler, 2011, s. 79).

Denizalp’e göre sosyal girişimcilerin sahip olması gereken özellikler şunlardır (Denizalp, 2007, s. 8-9):

- Toplumsal sorunların farkında olmak,
- Başarı isteği,
- Mücadeleci ve azimli olma,
- Sorumluluk ve risk alma isteği ve becerisi,
- Yaratıcılık ve fırsatları yakalayabilme,
- Planlı çalışma ve araştırma becerisi,
- Başka insanlarla uyum içinde çalışabilme ve onlara güven verebilme,
- Eksik yönlerini bilme ve tavsiyelerden faydalanma,
- Kendini geliştirme isteği,
- Başkalarını etkileyerek onları da sosyal girişim çalışmalarına katabilmektir.

¹⁷https://ssir.org/articles/entry/social_entrepreneurship_the_case_for_definition (Erişim Tarihi: 11.05.2022)

Abu-Saifan’a göre ise sosyal girişimcilerin benzersiz özellikleri şunlardır (Abu-Saifan, 2012, s. 25):

- Misyon lideridirler,
- Duygusal yönleri güçlüdür,
- Değişim aracısındırlar,
- Kanaat önderi,
- Sosyal değer üreticisidirler,
- Sosyal açıdan uyanıktırlar,
- Yönetici özelliklere sahiptirler,
- Vizyon sahibidirler,
- Hesap verebilirlikleri yüksek düzeydedir,
- Kâr odaklı değildirler.

Avrupa Birliği (AB) tarafından finanse edilen “*Sosyal Girişimcilikle İstihdamı Destekliyoruz*” projesi kapsamında çıkarılan sosyal girişimcilik kitapçığında ifade edilen özellikler ise şunlardır:

- **Sosyal girişimciler topluluk güdümlüdürler:** Bu bağlamda sosyal girişimciler statükodan memnun değildirler ve işlerin olağan akışında devam etmesine karşıdırlar. Toplumdaki bireylerin hayatlarının daha iyileştirilmesini amaçlamaktadırlar.
- **Yaratıcı ve yenilikçidirler:** Sosyal girişimciler olaylara toplumdaki ortalama bir bireyden farklı şekillerde yaklaşmaktadırlar. Bazı durumlar diğer insanlar için çözülemeyecek bir sorun olarak görülürken, sosyal girişimci için bu durum bir fırsat olabilmektedir. Bu nedenle de sorunların çözümü için her zaman yeni yaklaşımlar geliştirme eğilimindedirler.
- **İşletme konusunda bilgilidirler:** Bu özellik başarılı sosyal girişimcilerin sadece iyi fikirlere sahip olmadıklarını aynı zamanda bu fikirlerini hayata geçirebilecek işletme bilgisine de sahip olduklarını ifade etmektedir.
- **Kişisel ağ kurmayı bilirler:** Sosyal girişimciler bir projenin yalnızca iyi bir liderle değil uyumlu bir ekip çalışmasından doğacağını bilirler. Bu nedenle de çoğu başarılı sosyal girişimcinin, gençlerle, toplum liderleriyle, yerel yönetimlerle ve mikro finans kurumlarıyla iş birliği içinde hareket ettiği

görülmektedir. Bu sayede fikirlerini başka insanlarla paylaşarak geliştirmektedirler.

- **Kararlıdır:** Sosyal girişimcilerin sahip olması gereken en önemli özelliklerden biri kararlılıktır. Sosyal girişimciler başarısız olma riskini göze almakta ve başarısız olduklarında pes etmek yerine girişimlerine eleştirel bir gözle bakarak, eksik yönleri analiz ederek tekrardan aynı kararlılıkla başarıya ulaşmayı hedeflemektedirler (Masder vd., 2019, s. 4-5).

Bahsedilen bu özelliklere sahip olan sosyal girişimciler, toplumu yeniden şekillendirme, insanlığa fayda sağlayan değişimlere öncülük etme ve gerek ulusal gerekse uluslararası alanda çözümü zor gözüken sorunlara çözüm üretmeleri yönüyle “*toplumsal değer yaratıcılar*” olarak görülmektedir (Brueggemann, 2013, s. 320).

2.3. Sosyal Girişimciliğin Tarihsel Gelişimi

2.3.1. Dünyada sosyal girişimciliğin tarihsel gelişimi

İnsanlık tarihi boyunca sosyal girişimci özellikler gösteren kişiler yaşamıştır. 1800’lü yıllarda sağlık alanında önemli bir devrimi gerçekleştiren ve modern hemşireliğin kurucusu olarak kabul edilen Florence Nightingale bunun en önemli örneklerinden biridir. Ancak sosyal girişimciliğin kurumsal boyutta ortaya çıktığı 1980’li yıllara kadar sosyal girişimcilik kavramı yeteri kadar kabul görmemiştir (Denizalp, 2007, s. 10).

Tarihsel süreçteki gelişimi İkinci Dünya Savaşı’na kadar uzanan sosyal girişimcilik kavramının uygulama boyutu Muhammed Yunus ile 1970’li yıllarda ön plana çıkmıştır. Muhammed Yunus’un 1974 yılında uygulama boyutuyla ortaya koyduğu sosyal girişimcilik kavramı sayesinde ulaştığı başarı 2006 yılında Nobel Barış Ödülü’nü kazanmasını sağlamıştır (Işık, 2013, s. 123). Muhammed Yunus’un Nobel Barış ödülünü kazanmasını sağlayan sosyal girişim, ilk olarak Bangladeş’te temelleri atılan Grameen Bank’tır. Diğer bir deyişle bir tür yoksullar bankası olan Grameen Bank, geleneksel bankaların kredi verilemez olarak değerlendirdiği en yoksul kesime yönelik kredi sağlamak üzere kurulmuştur. Grameen Bank’ın başlatmış olduğu “*mikro kredi*” veya “*mikro finans*” olarak adlandırılan ve yoksullara teminatsız kredi verilmesini sağlayan bu proje yeni mikro kredi programlarına da öncü olmuştur (Weber, 2013, s. 12-13).

Kurumsal olarak sosyal girişimciliğin gelişmesinde ise 1980 yılında William Drayton tarafından kurulan ve günümüzde de en büyük sosyal girişimcilik ağı olarak faaliyetlerini sürdürmekte olan Ashoka'nın büyük katkıları olmuştur. Kuruluş amacı sosyal girişimciliği desteklemek ve bu sektörün gelişmesini sağlayacak mekanizmaların oluşturulmasına yönelik olarak çalışmak olan Ashoka, sosyal değişimin toplumların içinden doğduğu vurgusu ile faaliyetlerini sürdürmektedir (Işık, 2013, s. 123). Ashoka, kurulduğu günden bu yana acil toplumsal sorunlara etkin ve kalıcı çözümler getiren sosyal girişimcileri belirlemekte ve onları küresel bir ağda bir araya getirerek potansiyellerini gerçekleştirmelerine, çözümlerini geniş çevrelere yayabilmelerine katkı sağlamaktadır (Yalçın, 2018, s. 7).

1980'li yıllardan itibaren kapitalizmin yeni bir dönüşüm sürecine girmesiyle de paralel olarak sosyal kâr amacı güden örgütler, ülkelerin ekonomik, sosyal ve siyasal yapılarında önemli bir aktör haline gelmeye başlamıştır. Bunun en önemli nedenlerinden biri ise sosyal sorunların çözümüne devlet ve özel sektörün yeteri kadar odaklanmaması veya odaklansa bile istenilen başarıyı elde edememesi olarak karşımıza çıkmaktadır (Işık, 2015, s. 65-66).

1980'lerin sonunda gönüllü çalışmada yaşanan profesyonelleşme, diğer bir ifadeyle gönüllü çalışanların kâr amacı gütmeyen örgütlerde aynı zamanda kendilerini geliştirmeye yönelik olarak eğitim alma ve sürekli gelişim imkânına sahip olması sosyal girişimciliğin gelişmesine katkı sağlamıştır. Bunun yanı sıra gelinen noktada sosyal girişimlerde ücretsiz olarak gönüllü çalışma giderek piyasa ücretlerinin altında bile olsa gönüllülere bir ödeme yapılmasına olanak sağlayan bir çalışma haline gelmiştir. Bu durum sosyal girişimlerin yeni bir istihdam alanı haline gelmesini de sağlamıştır (Işık, 2013, s. 128-129).

Sosyal girişimciliğin akademik çalışma alanı olarak ortaya çıkışı ise 1990'lı yıllara dayanmaktadır. Her ne kadar bu tarihten önce de gerek uygulamada gerekse farklı disiplinlerde yapılan araştırmalarda sosyal girişimcilik kavramı kullanılsa da ayrı bir çalışma alanı olarak 1990'lı yıllarda ortaya çıkmaya başlamıştır. Dacin ve arkadaşlarının yapmış olduğu çalışmaya göre bu alanda ilk dergi makalesi 1991 yılında yazılmıştır (Dacin vd., 2011, s. 1203). Bu tarihten itibaren hem uygulamada hem de akademik alanda sosyal girişimcilik sürekli bir yükselişe geçmiştir. 2000'li yıllarla beraber sosyal

girişimcilik, akademik araştırmalarda tanınan farklı bir disiplin haline gelmiştir¹⁸. 2000’li yıllarla beraber yoğun bir şekilde sosyal girişimcilik üzerine akademik araştırmalar, başarı hikayeleri, vaka çalışmaları ortaya çıkmaya başlamıştır (Uzunaslın ve Tek, 2021, s. 1198). Özellikle 2006 yılında Grameen Bank Mikro Kredi modeliyle Bangladeşli iktisat profesörü Muhammed Yunus’a Nobel Ödülü verilmesi ile sosyal girişimcilik alanına olan ilgide önemli bir artış yaşanmış ve sosyal girişimcilik olgusu üniversitelerin ve medyanın ilgi odağı haline gelmiştir. 2008 yılında yaşanan ekonomik kriz sonrası sosyal girişimcilerin ve sosyal girişim organizasyonlarının öneminin anlaşılması ve 2009 yılında Nobel Ödülünün tekrardan bir sosyal girişimci tanımlamasıyla Elinor Ostrom’a verilmesiyle sosyal girişimciliğe olan ilginin daha da artırılması sağlanmıştır (Şentürk ve Mengü, 2019, s. 6). Akademisyenler ve uygulayıcılar arasında önemli bir araştırma alanı haline gelen sosyal girişimcilik üzerine yapılan ilk araştırmalarda, modern yönetim uygulamalarını kullanarak toplumsal fayda yaratılmasına odaklanıldığı görülmektedir. Bazı çalışmalar ise sürdürülebilir fayda yaratmak için girişimcilik mekanizmalarını kullanan değişim ajanları tarafından oluşturulan sosyal inovasyonlara odaklanmıştır. Son zamanlarda yapılan çalışmalarda ise finansal sürdürülebilirlik, sosyal amaç ve sosyal girişimlerin sahip olduğu hibrid yapı üzerinde durulduğu görülmektedir (Kobal, 2020, s. 563-564).



Şekil 2.1. Sosyal Girişimciliğin Tarihsel Gelişimi¹⁹

¹⁸<https://hotcubator.com.au/social-entrepreneurship/the-historical-evolution-of-social-entrepreneurship-field/> (Erişim Tarihi: 24 Aralık 2020)

¹⁹<https://hotcubator.com.au/social-entrepreneurship/the-historical-evolution-of-social-entrepreneurship-field/> (Erişim Tarihi: 24 Aralık 2020)

Sosyal girişimciliğin önem kazanmasıyla beraber AB'nin de bu yönde politikalar geliştirdiği görülmektedir. AB Komisyonu, 2011 ve 2012 yıllarında özel yatırım fonlarının girişimcilere nasıl yardımcı olacağı konusunda girişimcileri bilgilendirmeyi amaçlayan Tek Pazar Kanunu çalışmalarına başlamıştır. Bu kanun ile fonların sosyal işletmelere AB fon kuralları kapsamında verimli bir şekilde kanalize edilmesi amaçlanmaktadır. Bu fonlar sayesinde gerekli şartlar yerine getirilmişse sosyal girişimciler markalarını Avrupa'nın tamamında kullanabilecektir. Fonlardan faydalanan girişimci, kullandığı kaynağın en az %70'ini bir sosyal girişim için kullanacağını ispatlamak zorundadır (Taş ve Şimşek, 2017, s. 486). 2013 yılında ise Avrupa Sosyal Girişimcilik Fonu (European Social Entrepreneurship Funds-EuSEF) kurulmuştur. Sosyal girişimcilik 2013-2017 yılları arasında Avrupa İstihdam ve Sosyal Yenilikçilik Programı'nın (EU Programme for Employment and Social Innovation-EaSI) bir parçası olmuştur (Şemşit ve Gürsoy, 2020, s. 108). Geline nokta AB ülkelerinde var olan işletmelerin %10'unu oluşturan yaklaşık 2 milyon sosyal girişim bulunmakta ve bu sosyal girişimlerde 11 milyon kişi istihdam edilmektedir.

2.3.2. Türkiye'de sosyal girişimciliğin tarihsel gelişimi

Uygulama olarak dünyada 1970'li yıllarda ortaya çıkan ve 1980'li yıllarda yaygınlaşan sosyal girişimcilik, Türkiye'de çok daha geç ortaya çıkmış ve gelişmeye başlamıştır. Literatüre bakıldığında sosyal girişimciliğin Türkiye'deki tarihsel gelişimine yönelik olarak yapılmış çalışmaların sayısının azlığı ve yapılan çalışmaların çoğunda ise Türkiye'deki sosyal girişimciliğin gelişimini incelemekten ziyade Türkiye'deki sivil toplum örgütlerinin tarihsel süreçteki gelişiminin incelendiği görülmektedir. Her ne kadar sosyal girişimcilik ve geleneksel sivil toplum örgütlerinin birçok benzer yönü olsa da sosyal girişimcilik kendine özgü bir alan olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu nedenle de yapılan çalışmaların Türkiye'deki sosyal girişimciliğin tarihsel gelişimini yeteri kadar ifade etmediği görülmektedir. Bu sorunun temel sebebi ise sosyal girişimciliğin ülkemizde yasal bir statüye sahip olmaması ve sosyal girişim olarak ele alınan yapıların dernek, vakıf veya kooperatif şeklinde örgütlenerek faaliyetlerini yürütmesidir.

Sosyal girişimcilik kavramı, 1970'li yıllarda ortaya çıkmasına karşılık özellikle 2000'li yıllarla beraber gündemde daha çok yer almaya başlamıştır. Türkiye'de sosyal

girişimciliğin modern anlamıyla gündeme gelmesi ise dünyadaki gelişmelere kıyasla çok daha yakın tarihe dayanmaktadır.

Türkiye’de sosyal girişimciliğin gelişiminde Ashoka’nın da önemli katkıları bulunmaktadır. 2004 yılında bu yana Türkiye’de faaliyet göstermekte olan uluslararası sosyal girişim platformu Ashoka’nın Türkiye’de 20’nin üzerinde üyesi bulunmaktadır. Ashoka, sosyal girişimciliğin gelişimi için hem kendi üyelerine hem de kamuoyuna sosyal girişimciliğin tanıtılması yoluyla katkı sağlamaktadır. Türkiye’de sosyal girişimciliğin gelişiminde dünyadaki sosyal girişimcileri bir araya getiren Ernst ve Young Global ile Schwab Vakfı’nın da katkıları bulunmaktadır (Yeşil vd., 2020, s. 3395).

2016 yılından itibaren Türkiye’de sosyal girişimcilik ekosisteminin gelişimi ivme kazanmıştır. Ancak hem sektörler arasında hem de sektörler ve aktörler birbirlerinden habersiz ve yeterli iş birliği ortamı oluşmaksızın çalışmalarını sürdürmektedir. İlgili aktörler olan kamu kurumları, yerel yönetimler, özel şirketler ve üniversiteler arasındaki iletişim yetersiz ve genelde spontane olarak etkinlik bazlı gerçekleşmektedir (British Council, 2019, s. 22).

Türkiye’de sosyal girişimcilik, 2019-2023 yıllarını kapsayan On Birinci Kalkınma Planı’nda da yer almıştır. Planda yer alan sosyal girişimcilik ile ilgili maddeler şu şekildedir (Strateji ve Bütçe Başkanlığı, 2019a):

“452.4. Sosyal girişimcilikle ilgili düzenleme yapılacak, sosyal etkinin ölçülmesine yönelik kapasite artırılabacak, analiz sonuçlarına göre iyi uygulamaların topluma katkıları oranında destek miktarlarının kademeli olarak artırılması sağlanacaktır.”

“671.1. Sosyal Destek Programı, özellikle toplumun dezavantajlı kesimlerinin ekonomik ve sosyal hayata daha aktif katılımlarını sağlamak, üretkenlik ve yetenek gelişimini destekleyerek istihdam edilebilirliği artırmak amacıyla, sosyal girişimciliği ve sosyal sorumluluk faaliyetlerini de teşvik edecek şekilde yeniden yapılandırılacaktır.”

İlgili maddelerden de anlaşılabacağı üzere yapılacak desteklerin kapsamının ve ne şekilde uygulanacağını detaylı bir şekilde belirtilmemiş olduğu görülmektedir. Planda ticari girişimcilik ile ilgili daha detaylı yer verilmekle birlikte sosyal girişimciliğe çok az yer verildiği görülmektedir.

2.4. Sosyal Girişimciliğın Önemi

Küreselleşme ve neo-liberal politikaların yaygınlaşmasıyla birlikte gerek dünyada gerekse ölkemizde sosyal sorunlar çeşitlenmiş ve artış göstermiştir. Bu sosyal sorunların tespit edilmesi ve çözüme kavuşturulmasında öncelikli görev kamunun olmasına karşılık giderek artan sosyal sorunların çözümünde kamunun tek başına yetersiz kaldığı net bir şekilde görölmektedir. Ayrıca 1980 sonrasında ortaya çıkan neo-liberal küreselleşme sürecinde devletin küçöltölmesinin gerektiğı anlayışı hâkim olmuştur. Her şeyi üreten müdahaleci devlet anlayışı yerine, sadece standart belirleyici düzenlemeler yapan, denetleyen ve belirlenen görevlerin dışına çıkmayan bir devlet anlayışı popüler hale gelmiştir. Böylece devletin tek ve mutlak refah sağılayıcı konumu sorgulanmaya başlanmıştır. Bu bağlamda da farklı aktörlerin refaha katkı sağılaması ve bu sayede devletin sosyal harcama yükünün paylaşılması gerektiğı fikri önem kazanmıştır (Işık, 2018, s. 232). Bu süreçte yeni çözüm yolları arayışı sonucunda sosyal girişimler önemli bir aktör olarak ortaya çıkmıştır. Sosyal vizyon anlayışıyla sorunlara çözüm bulmayı hedefleyen sosyal girişimcilik, günümüzde giderek önem kazanan alanlardan biri haline gelmiştir (Göl ve Paksoy, 2019, s. 1912).

Özel sektörün kurumsal sosyal sorumluluk anlayışına sahip olması ve üçüncü sektör olarak ifade edilen sosyal sorumluluk kuruluşlarının öneminin artmasıyla başlayan bu süreçte, sosyal sorunlarla mücadelede özel sektör ve üçüncü sektörün güçlü yanlarının birleşmesinin sonucu olarak ortaya çıkan sosyal girişimcilik anlayışı önem kazanmıştır (Işık, 2013, s. 103).

Küreselleşme süreci bir yandan sosyal sorunların çeşitlenmesine ve daha karmaşık bir hal almasına yol açarken diğeryandan da yeni fırsatlar ve kaynaklar da sunmaktadır. Bu nedenle söz konusu karmaşıklığın çözümleyicisi olarak yeni güçleri de ortaya çıkarmıştır. Artan sosyal iletişim ağılarının ve ölkeler arasındaki sınırların ortadan kalkmaya başlaması ve küresel vatandaşlık gibi söylemlerin güçlenmesiyle beraber sosyal işletme sistemi ön plana çıkmaya başlamış ve bu bağlamda sosyal girişimcilik de önemli bir yere sahip olmuştur (Bornstein ve Davis, 2010, s. 12).

Sosyal girişimcilik, ortaya koyduğu sürdürülebilir çözümler sayesinde çevre sorunları, yoksulluk, ekonomik büyüme, işsizlik ve istihdam gibi birçok açıdan önemli bir yere sahiptir. Geniş kapsamlı sosyal sorunları tespit etmek ve çözüme kavuşmasını

sağlamak sosyal girişimcinin temel hedefidir. Çünkü bir sosyal girişimci, sistemin dönüşümünü sağlayabilecek vizyon ve kararlılığa sahiptir (Denizalp, 2007, s. 7).

Sosyal girişimcilik, bir ülkenin ekonomik ve sosyal olarak kalkınmasında önemli bir rol oynamaktadır. Girişimcilerin iş dünyasının çehresini değiştirmesi gibi sosyal girişimciler de toplum için değişim araçları olarak hareket eder, başkalarının yakalayamadığı fırsatları yakalar, yeni yaklaşımlar bulur ve çözüm üretir. Bir ticari girişimcinin toplumu ekonomik kalkınma bağlamında daha iyi hale getirebilmek için tamamen yeni bir endüstri oluşturmaya gibi sosyal girişimciler de sosyal sorunlara yeni çözümler getirir ve daha sonra bunları geniş ölçekte uygularlar (Faruk vd., 2016, s. 9).

Sosyal girişimcilik ekonomi politikalarının ilk çıkışı itibariyle başlangıçta fazla itibar görmemiş olmasına karşılık gelinen noktada birçok devletin oluşturduğu politikalar arasında yer almaya başlamıştır (Taş ve Şimşek, 2017, s. 482). Ekonomik gelişmenin sağlanabilmesi için sadece finansal değil, sosyal sorunlarında çözüme kavuşturulması gerekmektedir. Bu sayede ekonomik gelişme de artacaktır. Bu nedenle sosyal girişimciliğin bir ülkenin gerek sosyal, kültürel ve çevresel zenginlik açısından gerekse ekonomi açısından önemli bir etkiye sahip olduğu görülmektedir (Shaw ve Carter'dan aktaran Yeşil, Paksoy ve Paksoy, 2020, s. 3388). Sosyal girişimcilik, ekonomiye bir dinamizm getirerek önemli birçok sosyal sorunun çözümünde katalizör görevi üstlenmektedir (Glancey ve McQuaid'den aktaran Güler, 2011, s. 80).

Sosyal girişimcilik, yoksullukla mücadele açısından da önemli bir yere sahiptir. Sosyal girişimcilik yoksullukla mücadele amacıyla yürütülen ve sorunun kökenine inmeyen sosyal sorumluluk ve hayırseverlik faaliyetlerinin aksine yoksulluğun sebeplerine yönelik olarak pratik, yenilikçi ve piyasa odaklı yaklaşımlar ortaya koymaktadır (Budak, 2015, s. 31). Günümüzde sosyal girişimciliğe önem veren ülkelerde, sosyal girişimlerin yeni bir çalışma alanı yarattığı ve önemli bir istihdam potansiyeline sahip olduğu görülmektedir. 2011 yılında Social Enterprise UK tarafından yayınlanan bir rapora göre; Birleşik Krallık'da sosyal girişimlerin küçük ölçekli işletmelere kıyasla daha fazla istihdam olanağı yarattığı görülmüştür (Işık, 2016, s. 114).

2.5. Sosyal Girişimciliğin Temel Unsurları

Sosyal girişimciliğin şekillenmesinde bazı temel unsurlar bulunmaktadır. Literatürde farklı şekillerde ifade edildiği görölmekle beraber genel olarak kabul gören unsurlar sosyal etki yaratma ve sosyal etki yaratacak fırsatları görme, yenilikçilik ve çözüm odaklı olma, kaynak yaratma ve sürdürülebilirlik olarak ifade edilebilir.

Sosyal girişimciliğin en önemli unsurlarından biri sosyal etki yaratma ve sosyal etki yaratacak fırsatları görmedir. Sosyal etki; *“sosyal girişimcilik faaliyeti sonucunda toplumda ve/veya çevrede meydana gelen değişim ve/veya gelişim”*dir²⁰. Bir diğer tanımlamaya göre ise sosyal etki; *“faaliyetler sonucunda ortaya çıkan, yararlanıcıların ve etkilenen diğer tüm kişilerin deneyimlediği değer”*dir (Yaşar ve Gökçe, 2021, s. 45). Sosyal girişimciliğin meydana getirdiği en önemli sosyal etkilerden biri özellikle sosyal açıdan daha dezavantajlı, daha az hizmet verilen veya toplumda görmezden gelinen grupların sosyal refahının artırılmasıdır²¹. Sosyal etkinin yaratılması için ise fırsatların görülmesi ve bu fırsatların en iyi şekilde değerlendirilmesi önem arz etmektedir. Ticari girişimcilikte piyasadaki fırsatlar iyi değerlendirildiğinde çok büyük kârlar elde edilebildiği gibi sosyal girişimcilikte de görölen fırsatlar iyi bir şekilde değerlendirildiğinde ortaya çıkan sosyal etki de o kadar büyük olmaktadır. Ancak ticari girişimcilikte elde edilen kâr nicel olarak ölçülebilmekteyken sosyal girişimcilik faaliyeti sonucunda ortaya çıkan sosyal etkinin objektif bir şekilde ölçülebilmesi her zaman mümkün olmamaktadır. Bunun sebebi ise sosyal girişimler tarafından yaratılan sosyal etkinin boyutunu kesin ve ölçülebilir olarak ifade edebilecek göstergelerin bulunmasında yaşanan güçlölktür (Kickul ve Lyons, 2017, s. 176). Sosyal girişimciliğin sağladığı sosyal getirinin hesaplanmasına yönelik birtakım çalışmalar olsa da tüm sektörlerde ve bölgelerde sosyal girişimlere uygulanabilecek bir kıyaslama yapılmamıştır (Akinyemi vd., 2011, s. 4).

Sosyal girişimciliğin bir diğer temel unsuru ise yenilikçilik ve çözüm odaklı olmasıdır. Sosyal girişimcilik anlayışının ortaya çıkmasındaki temel neden toplumda var olan ve geleneksel yaklaşımlarla çözülemeyen sosyal sorunların yenilikçi yollarla sorunun meydana getirdiği olumsuzlukları azaltmaktan ziyade sorunun kaynağına inerek

²⁰<https://www.sivilsayfalar.org/2019/04/09/sosyal-girisimcilige-giris-sosyal-fayda-sosyal-etki-is-modeli-finansal-surdurulebilirlik-etki-analizi-ve-dahasi/> (Erişim Tarihi: 30.11.2021)

²¹<https://www.financierworldwide.com/the-impact-of-social-entrepreneurship-on-economic-growth#.YadJhrqhlPY> (Erişim Tarihi: 01.12.2021)

çözüm odaklı bir şekilde ortadan kaldırma isteğidir. Belirsizliklerle dolu bir ortamda sınırlı kaynağa sahip olan ve sosyal değişim yaratma tutkusuyla hareket eden sosyal girişimlerin, kolektif sosyal sorunları çözümlemede çevik ve yaratıcı olmaları gerekmektedir (Nga ve Shamuganathan, 2010, s. 265). Küresel ekonomide büyümeyi başarmayla aynı anda yoksulluk, açlıkla mücadele ve uzun vadeli çevre sağlığından ödün vermeden temel insan ihtiyaçlarını karşılama gibi olağanüstü zorluklar göz önüne alındığında, inovasyon bir zorunluluk olarak karşımıza çıkmaktadır (Seelos ve Mair, 2005, s. 50). Girişimcilik bağlamında yeni bir ürün, hizmet geliştirmek anlamına gelen yenilikçilik diğer bir ifadeyle inovasyon kavramı; *“sosyal girişimcilik bağlamında ise sosyal sorunların çözümünde daha önce görülmemiş yeni yaklaşımların geliştirilmesi ve sosyal girişimler aracılığıyla uygulanması”* olarak ifade edilebilir. Ayrıca sosyal girişimcilikte geleneksel girişimcilikten farklı olarak yeniliklerin patenti yoktur. Geleneksel girişimcilikte yenilik potansiyel olarak kâr ve girişimin hisse değerinin artması anlamına geldiği için taklit yasalarla yasaklanmaktadır. Ancak sosyal girişimcilikte üretilen sosyal değer daha geniş kitlelere yayılması için taklit özendirilmektedir (Ürper, 2018, s. 11). Sosyal girişimcilikte yerleşmiş sosyal sorunların çözümü için yeni radikal çözümlerin geliştirilmesi gerekmektedir (Johnson, 2000, s. 11). Sosyal girişimciler genellikle geleneksel çözüm yollarının başarısız olduğu alanlarda aşırı zorluklarla mücadele etmektedirler. Sosyal girişimciler yeni çözümlerin kapısını açacak bir anahtara ihtiyaç duymaktadırlar. Bu anahtar ise daha önce gidilmemiş bir yol oluşturacak türden yenilik ve yaratıcılıkla dolu olmalıdır (Praszkier ve Nowak, 2012, s. 14). Ayrıca bir işin rutin bir şekilde yapılmasından farklı olarak yeni yollar bulma ve bu yolları uygulamaya geçirebilmek şeklinde de ifade edebileceğimiz yenilikçilik sosyal girişimler için önemli bir gereksinim olan kaynak bulma ve yaratma sürecinde de önemli bir yere sahiptir (Güler, 2008 s. 205). Özellikle küreselleşme sürecinde çeşitlenen sosyal sorunların çözümünde her ne kadar istenen seviyede başarıya ulaşamamasına karşılık sosyal girişimcilik sorunların çözümü bağlamında önemli bir potansiyele sahiptir.

Sosyal girişimciliğin temel unsurlarından bir diğeri ise kaynak yaratma ve sürdürülebilirliktir. Sosyal girişimcilikte kaynak yaratma ve sürdürülebilirlik birbirini etkileyen iki unsurdur. Buna göre, sosyal girişimler kaynak bulabildikleri sürece sürdürülebilir olmakta ve sürdürülebilir oldukları sürece de yeni kaynaklara ulaşma imkânına sahip olmaktadır (Kırılmaz, 2012, s. 164). Sosyal girişimler, sosyal sorunların yarattığı olumsuz etkinin azaltılması veya geçici olarak ortadan

kaldırılmasından ziyade sürdürülebilir olarak ortadan kaldırılmasını hedeflemektedir. Bu bağlamda ise bu girişimlerin sürdürülebilirliği için kaynak yaratılması ve bu kaynağında sürdürülebilir olması gerekmektedir. Bu nedenle sosyal girişimlerin sürdürülebilirliğinin sağlanabilmesi için tamamıyla gönüllü bağışlara bağlı olmaktan ziyade kendi sermayesini yaratabileceği bir gelir mekanizmasına sahip olması gerekmektedir. Bu bağlamda sosyal girişimlerin sürdürülebilirlik için ticari işletme gibi hareket ederek karlarını maksimize etmeye çalıştıkları da görülmektedir (Aşkın vd., 2011). Her ne kadar sosyal girişimlerin amacı sosyal sorunları çözmek olsa da bu girişimlerin her şeyden önce güçlü bir iş ve gelir modeline sahip olması gerekmektedir. Aksi takdirde sosyal girişimin sürdürülebilmesi ve çözülmek istenen sosyal sorunun çözülebilmesi mümkün olmayacaktır. Bu bağlamda özel sektörün ürün/hizmet üretme ve iş modeli ile sivil toplumun sosyal fayda ve sosyal etki yaratma yaklaşımını bir araya getiren sosyal girişimcilerin sektörler arasında yeni bir alan oluşturduğunu söylemek mümkündür (Gürsoy, 2019, s. 81). Sosyal girişimlerin ihtiyaç duyduğu kaynağın sadece finansal kaynak olarak da düşünülmemesi gerekmektedir. Sosyal girişimler başarıya ulaşmak için insan ve sosyal sermaye kaynağına da ihtiyaç duymaktadır. Sosyal sermaye²², söz konusu sosyal girişimcilik eyleminin sosyal ağ oluşturma süreçlerini içeren bir kaynaktır. Bu kaynak finansal kaynakların tersine kullanıldıkça azalmak yerine kullanıldıkça artmakta ve bu sayede sosyal girişimin hem finansal hem de insan kaynaklarını artırıcı bir etki yaratmaktadır (Şentürk ve Mengü, 2019, s. 8). Sürdürülebilirliğin bir diğer boyutu ise ekosisteme ve toplumsal değerlere ilişkindir. Sürdürülebilirlik, işletmelerin ve bireylerin sosyal yaşamlarını daha iyi hale getirirken ekosistemin de zarar görmemesine çaba göstermeleri ve toplumsal değerlerin olumsuz etkilenmemesi bağlamında vicdani kaygı duymalarıdır (Reyhanoğlu ve Akın, 2012, s. 14).

Sonuç olarak sosyal girişimciliğin kaynaklarını finansal kaynaklar ve finansal olmayan kaynaklar olarak sınıflandırabiliriz. Finansal kaynaklar ürünün satılması, verilen hizmetler, kiralanan yerlerden sağlanan gelirler gibi piyasa içi kaynaklar ve kâr amacı gütmeyen işletmelerin üyelerinden toplanan aidatlar, kişilerden toplanan bağış ve yardımlar, devletin verdiği fonlar gibi piyasa dışı kaynaklardan oluşmaktadır. Finansal olmayan kaynaklar ise fedakârlık anlayışıyla hareket eden ve sosyal girişime karşı

²²Sosyal sermaye; “sosyal olmaktan elde edilen fayda”dır. Sosyal sermaye kavramına göre; kurulan ilişkiler ve sosyal ağlar önemlidir (https://www.socialcapitalresearch.com/what-is-social-capital/ (Erişim Tarihi: 14.05.2022)).

örgütsel aidiyet duygusuna sahip olan personeller, faaliyetlerin sürdürülebilirliği için herhangi bir ücret almaksızın ya da çok az bir ücret karşılığında çalışan gönüllülerden ve örgüt üyelerinin beraber hareket etmeleri ve güvene dayalı bir ilişki kurmalarını sağlayan sosyal ağlar olarak ifade edebileceğimiz sosyal sermayeden oluşmaktadır (Asılsoy, 2016, s. 33).

2.6. Sosyal Girişimciliği Etkileyen Faktörler

Sosyal girişimciliğin gelişimini etkileyen birtakım faktörler bulunmaktadır. Sosyal girişimcilik amaç ve motivasyon açısından diğer girişimcilik türlerinden farklılaşmasına karşılık geleneksel girişimcilik türlerini etkileyen faktörler ile sosyal girişimciliği etkileyen faktörler birçok yönden benzerlikler taşımaktadır (Akar ve Doğan, 2018, s. 84). Ancak, geleneksel girişimciliği etkileyen faktörlerle benzeşmesine karşılık sosyal girişimciliğin özgün niteliklerinden dolayı farklı faktörlerin de sosyal girişimciliği etkilediği görülmektedir. Özellikle bireyi sosyal girişimciliğe motive eden güdü bağlamında bu farklılaşma karşımıza çıkmaktadır. Geleneksel girişimcilikte birey daha fazla kâr elde etme ve girişimin değerini artırma motivasyonu ile hareket etmekteyken sosyal girişimcilikte ise motivasyon kaynağı sosyal sorumluluk güdüsüyle bir sosyal sorunu çözme ve toplumsal dönüşüme öncülük etme isteğidir.

Ebrashi, yapmış olduğu bir çalışmada literatürde farklı araştırmacılar tarafından belirlenen faktörleri sınıflandırmıştır. Bu bağlamda sosyal girişimciliği etkileyen faktörler kişisel ve psikolojik faktörler, sosyolojik faktörler, demografik faktörler, çevresel faktörler, durumsal faktörler olarak sınıflandırılabilir (Ebrashi, 2013, s. 197-199).

Bireylerin kişisel ve psikolojik özellikleri kuşkusuz sosyal girişimciler üzerinde önemli bir etkiye sahiptir. Kişilik, insan davranışları üzerinde etkisi olan ve bireylerin farklı şekillerde davranma eğilimlerini ifade eden bir kavramdır. Kısaca kişilik bir bireyi diğer bireylerden ayıran ve kişinin kendisine özgü olan nitelikler olarak da ifade edilebilir (Kara, 2007, s. 471-472). Kişisel özellikler, bireyi düşünme ve eyleme geçme motivasyonu noktasında etkilemektedir (Akar ve Doğan, 2018, s. 84). Aynı toplumda yaşayan ve aynı kültürel özelliklere sahip bireylerin farklı davranışları diğer bir ifadeyle sosyal girişimciliğe olan ilgilerinin farklı olması bireylerin farklı kişisel özelliklere sahip

olması ile açıklanmaktadır. Kişisel özellikler kısmen doğuştan sahip olunan özellikler olmakla beraber sosyalleşme ve eğitim ile gelişmektedir. Kişisel özellikler, bireylerin eylem ve niyetlerini etkileyerek sosyal girişimcilik kararı almalarında önemli bir rol oynamaktadır (Nga ve Shamuganathan, 2010, s. 259). Kişisel faktörler, bireyi sosyal girişimciliğe yönlendiren ve topluma katkıda bulunmaya motive eden faktörlerdir (Faruk, Hassan ve Islam, 2016, s. 15). Kişisel ve psikolojik faktörler; belirsizliğe tolerans, yönetsel yetenek, bağlılık, vizyon, liderlik, yaratıcılık, risk alma, başarı ihtiyacı, bağımsızlık ihtiyacı, algılanan öz yeterlilik gibi özelliklerden oluşmaktadır (Ebrashi, 2013, s. 197). Nga ve Shamuganathan (2010)'a göre ise beş büyük kişilik özelliği; açıklık, dışa dönüklük, uyumluluk, vicdanlılık ve nevrotikliktir²³.

Sosyal girişimcilik sosyolojik faktörlerden de etkilenmektedir. Sosyolojik faktörler kapsamında sosyal ağlar, modeller ve ailelerin desteği gibi faktörler ele alınabilmektedir (Ebrashi, 2013, s. 198). Bu bağlamda sosyal girişimciliğin bireyin yaşadığı toplumun sosyokültürel yapısından diğer bir ifadeyle toplumsal yapıdan etkilendiğini söylemek mümkündür. Toplumsal yapı bireylerin farklı düşünme, davranma ve kişilik özelliklerinin oluşumunu etkilediği için bireylerin sosyal girişimcilik karakterleri üzerinde de etkide bulunduğu görülmektedir. Her toplumsal yapının insan tipi farklılıklar göstermektedir. Bazı toplumlar dışa açık, özgürlükçü, bağımsız kişilikleri barındırırken bazı toplumlar ise bağımlı, korumacı kişilikleri barındırmaktadır. Sosyologlar da bu bağlamda neden bazı toplumlarda girişimci kişilikler daha fazla iken bazı toplumlarda ise daha az girişimci kişilikler olduğunu açıklamaya yönelik çalışmalarda toplumların kültürel yapılarına ve toplumdaki bireylerin kişilik tiplerine odaklanmaktadır (Kara, 2007, s. 471).

Sosyal girişimcilik üzerinde etkili olan faktörlerden bir diğeri ise demografik faktörlerdir. Demografik faktörlerin kapsamında aile faktörü, cinsiyet faktörü, yaş faktörü, eğitim faktörü, iş tecrübesi, kişisel inanç ve değerler gibi faktörler yer almaktadır. Demografik faktörlerin sosyal girişimciliğe etkisini araştıran bir çalışmaya göre; cinsiyetlere göre bireylerin sosyal girişimcilik algılamalarında anlamlı bir farklılık bulunamamıştır. Buna karşılık kadın sosyal girişimcilerin erkeklere göre karizma ve sosyal değer yaratma algılarının daha yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Aynı

²³Nevrotiklik; duygusal sıkıntıların diğer insanlara göre daha sık ve yoğun olarak yaşanmasıdır (İrengün, 2014, s. 71).

çalışmada sosyal girişimcilerin risk alma eğiliminin 40-49 yaş aralığında daha fazla olduğu, eğitim bakımından ise lise ve yüksek lisans mezunu sosyal girişimcilerin girişimcilik eğilimlerinin doktora mezunu sosyal girişimcilere kıyasla daha yüksek olduğu ortaya konulmuştur (Kırılmaz, 2013). Yapılan başka bir çalışmada ise risk alma eğilimi yüksek olan 18-30 yaş arasındaki gençlerin sosyal girişimciliğe yönelmeye daha yatkın olduğu, 30-40 yaş arasındaki diğer bir ifadeyle orta yaş grubundaki kişilerin ise sosyal fayda yaratmaya istekli olsalar da risk almamak için bir girişim oluşturmayabilecekleri sonucuna ulaşılmıştır (Prabhu, 1999, s. 6). Sosyal girişimcilerin faaliyet gösterdikleri toplumların sorunlarına ve deneyimlerine hâkim olmasının, eğitim, yaş veya cinsiyete bağlı olmaksızın sosyal girişimcilik üzerine olumlu etki yaratabileceği ifade edilebilir. Bu nedenle demografik faktörlerin sosyal girişimcilik üzerine etkilerinin belirli kalıplara sokulmadan analiz edilmesi gerekmektedir (Meçikoğlu, 2018, s. 33).

Sosyal girişimcilik çevresel faktörlerden de etkilenmektedir. Çevresel faktörler, fırsat kaynakları, rol modeller, rekabet, hükümet politikaları, müşteriler, tedarikçiler, yatırımcılar ve bankacılar gibi faktörlerden oluşmaktadır (Ebrashi, 2013, s. 198). Sosyal girişimcilik bağlamında çevresel faktörler içsel ve dışsal faktörler olarak sınıflandırılabilir. İçsel faktörler organizasyonun içinden kaynaklanan faktörler iken dışsal faktörler ise organizasyon dışından kaynaklanarak sosyal girişimi etkileyen faktörlerdir. Sosyal girişimler belirsizlik ve risk, finansman ve kaynaklar, yönetim verimliliği gibi içsel faktörlerden ve kâr amacı gütmeyen kuruluşlar, yeni fırsatlar ve yenilikler, sosyal refah ve değer, sosyal değişim ajanları, kurumsal girişimciler, diğer sosyal girişimler ve sosyal işletmeler gibi dışsal faktörlerden etkilenmektedir (Faruk vd., 2016, s. 15).

Durumsal faktörler; *“belirli bir zamanda bir tutum veya davranış arasındaki ilişkiyi etkileyen olay veya koşullardır”* (Ebrashi, 2013, s. 199). Sosyal girişimcilik bağlamında durumsal faktörler ise belirli bir zamanda sosyal girişim fikrinin ortaya çıkmasını ve gelişme göstermesini etkileyen olay ve koşullar şeklinde ifade edilebilmektedir.

2.7. Sosyal Girişimcilik ve Ticari Girişimcilik Arasındaki Farklar

Sosyal girişimciliği, ticari girişimcilikten ayıran birçok farklılık bulunmaktadır. Ancak en temel farklılık iki girişim türünün amaçlarında karşımıza çıkmaktadır. Ticari

girişimcilikte amaç kâr elde etmek iken sosyal girişimcilikte ise amaç sosyal sorunların özölmesi ve toplumsal refahın artırılmasıdır. Sosyal girişimcilikte kâr ise esas amaca ulaşmak için kullanılan ve sosyal girişimin sürdürülebilirliğı için gerekli olan bir araç olarak görölmektedir. Sosyal girişimlerin misyonu sosyal değer üretmek ve toplumun refahına katkı sağlamaktır. Yapılan sosyal girişimcilik tanımlarının da ortak noktası olarak sosyal girişimcilikte temel itici gücün kişisel veya hissedarların zenginliğinden ziyade sosyal değer yaratmak olduğu görölmektedir (Austin vd., 2006, s.4). Her ne kadar ticari girişimcilikte de amaç kâr etmek olmasına karşılık yapılan faaliyet sonucunda sosyal bir çıktının ortaya çıkması ve toplumun refahını artırması da mümkündür. Ancak ticari girişimcilik sonucunda elde edilen bu sosyal çıktı nedeniyle bu girişimlerin de sosyal girişimci oldukları ifade edilemez. Çünkü sosyal girişimlerde sosyal bir çıktı meydana getirmek girişimin varoluş nedeni olmasına karşılık ticari girişimler sonucunda ortaya çıkan sosyal çıktı ise esas amaç olan kâra ek olarak meydana gelen bir çıktıdır (Yahyayev, 2021, s. 24). Diğer bir ifadeyle ticari girişimcilik sonucunda ortaya çıkan sosyal değer ekonomik değerin yan ürünüdür (Mair ve Marti, 2006, s. 39).

Ticari girişimler ve sosyal girişimlerin gelir kaynakları da birbirinden farklılıklar göstermektedir. Ticari girişimler, genel olarak vermiş oldukları hizmet veya sattıkları ürünlerin karşılığında gelir elde etmekte iken sosyal girişimler ise genel olarak hibrid iş modellerini benimser ve hem piyasa içi kaynaklardan (kamu ve özele ürün veya hizmet satarak) hem de piyasa dışı kaynaklardan (devlet iştirakleri ve hibeleri, bağışlar, parasal olmayan katkılar, gönüllü çalışmalar vb.) elde etmektedir (Masder vd., 2019, s. 8-9).

Başarı ölçümü bakımından da ticari girişimcilik ve sosyal girişimcilik arasında farklılıklar bulunmaktadır. Ticari girişimlerin başarıları maliyet, verimlilik ve kâr gibi göstergelere göre ölçölürken, sosyal girişimlerin başarısı sosyal olarak belirlediğı hedeflere ulaşması ve ortaya çıkardığı sosyal değer ile ölçölmektedir (Smith vd., 2014, s. 202).

Sosyal girişimciliğin ticari girişimcilikten farklılaştığı bir diğer nokta da rekabettir. Ticari girişimcilikte rekabet en önemli ve vazgeçilmez unsurlardan biri iken sosyal girişimcilikte ise farklı sosyal girişimler arasında rekabet yerine sosyal sorunların çözümünde paydaşlık esastır. Bu nedenle de sosyal girişimler birbirlerini rakip olarak görmek yerine toplumun refahını artırmayı hedefleyen paydaşlar olarak görmektedirler. Sosyal girişimler diğer sosyal girişimlerle beraber hareket ederek sosyal sorunların kalıcı

bir şekilde çözülmesini hedeflemektedirler²⁴. Diğer bir ifadeyle kâr amacı güden ticari girişimler pazarda mümkün olan en fazla payı elde etmek için çaba göstermekteyken sosyal girişimciler ise pazarda pay elde etmek yerine diğer paydaşlarla birlikte güçlenmek istemektedir. Sosyal girişimler, kolektif bir şekilde hareket ederek ortaya çıkarılan sosyal faydadan da herkesin istifade edebilmesi için çabalamaktadırlar (Maniam vb., 2018, s. 820). Benzer şekilde riskin paylaşımı konusunda da sosyal girişimcilik ve ticari girişimcilik arasında fark bulunmaktadır. Ticari girişimcilikte pay sahipleri kendi adına risk almakta diğer bir ifadeyle risk kişisel iken sosyal girişimcilikte ise risk paydaşlar adına alınmaktadır (Özdevecioğlu ve Cingöz, 2009, s. 91). Ortaya çıkan sosyal değerden tüm paydaşlar faydalandığı gibi riskleri de tüm paydaşlar almaktadır.

İnsan kaynakları yönetimi açısından da sosyal girişimcilik ve ticari girişimcilik arasında farklılıklar bulunmaktadır. Ticari girişimler piyasada istikrarlı bir şekilde büyümek için rekabetçi ve gelecek vaat eden çalışanlar istihdam etme eğilimindedirler ve çalışanlarına da buna göre ödeme yapmaktadırlar. Sosyal girişimcilikte ise insan kaynağı tam zamanlı, kısmi zamanlı veya gönüllü çalışanlardan oluşmakta ve bu çalışanlar arasında rekabete yol açabilecek düzeyde ücretler ödenmemektedir. Sosyal girişimler genellikle çalışanlarına düşük düzeylerde ücret ödemektedir. Ayrıca sosyal girişimlerde elde edilen fazladan kaynaklar paydaşlara dağıtılmamakta ve sosyal girişimin sosyal misyonu için kullanılmaktadır²⁵. Bu nedenle sosyal girişimler kişisel zenginlik elde etmek istemeyen, daha çok sosyal değer yaratmakla ilgilenen gönüllülere ve çalışanlara güvenmektedir. Bu güdülerle çalışan bulmak ise sosyal girişimlerin karşılaştığı zorluklardan biridir (Certo ve Miller, 2008, s. 269).

Yukarıda açıklanan farklılıklar şu şekilde tablo ile özetlenebilir:

Tablo 2.1. Sosyal Girişimcilik ve Ticari Girişimcilik Arasındaki Farklar

	Sosyal Girişimcilik	Ticari Girişimcilik
Amaç	Sosyal sorunların çözülmesi ve sosyal refahın artırılması	Kâr elde etmek
İtici Güç	Sosyal değer üretme isteği	Kişisel ve hissedarların kâr etme isteği

²⁴<https://www.sosyalgirisimcilikagi.org/q/giri-im-ve-sosyal-giri-im-aras-ndaki-fark-nedir> (Erişim Tarihi: 10.12.2021)

²⁵<https://www.ukessays.com/essays/leadership/similarities-and-differences-between-social-entrepreneurship-and-commercial-entrepreneurship.php#citethis> (Erişim Tarihi: 10.12.2021)

Tablo 2.1. (Devam) Sosyal Girişimcilik ve Ticari Girişimcilik Arasındaki Farklar

Gelir Kaynağı	Hibrit iş modelleri ile piyasa içi ve piyasa dışı kaynaklardan elde edilen gelirler	Vermiş oldukları hizmet ve satmış oldukları ürünlerden elde edilen gelirler
İnsan Kaynakları Yönetimi	Tam zamanlı, kısmi zamanlı ve gönüllü olarak çalışan istihdam edilmektedir. Ücretli çalışanlara düşük ücretler ödenmektedir.	Rekabetçi ve gelecek vaat eden çalışanlar istihdam edilmektedir.
Kâr Paylaşımı	Kâr sosyal sorunların çözümü ve sosyal girişimin sürdürülebilirliği için kullanılmaktadır.	Elde edilen fazladan kaynaklar paydaşlar arasında paylaşılmaktadır.
Başarı Ölçütü	Belirlenen sosyal hedeflere ulaşılması ve ortaya çıkarılan sosyal değer	Maliyet, verimlilik ve kâr
Rekabet	Sosyal sorunların çözümü için paydaşlık esastır	Pazarda en fazla payı elde etmek için vazgeçilmez bir unsur
Riskin Paylaşımı	Risk tüm paydaşlar adına alınmaktadır.	Pay sahipleri kendi adına risk alır

3. ENDÜSTRİ 4.0 BAĞLAMINDA DİJİTAL SOSYAL GİRİŞİMCİLİK

İnsanlık tarihi, geçmişten günümüze sürekli bir gelişim içinde ve bu bağlamda da her dönemde yeni teknolojik gelişmeler yaşanmaktadır. Günümüz için gelinen noktada ise endüstri 4.0 olarak ifade ettiğimiz yeni bir teknolojik devrim dönemi yaşanmaktadır. Getirdiği yoğun dijitalleşmeyle birçok alanda etkisini gösteren bu devrim, girişimcilik ve sosyal girişimcilik alanını da etkilemiş ve dijital girişimcilik, dijital sosyal girişimcilik gibi yeni kavramları ortaya çıkarmıştır. Bu bölümde endüstri 4.0 kavramı ve tarihsel süreçteki gelişimi incelenmiştir. Daha sonra ise endüstri 4.0'ın girişimcilik alanına etkileri bağlamında ortaya çıkmış olan dijital girişimcilik ve dijital sosyal girişimcilik açıklanmıştır.

3.1.Endüstri 4.0 Kavramı

Dünya, ekonomik, politik ve sanayi bağlamında sürekli bir değişim geçirmekte ve bu değişimlerle her geçen gün yeni gelişmeler yaşanmaktadır (Esmer ve Alan, 2019, s. 466). Ancak bu değişimler bazı dönemlerde sistemde köklü dönüşümlere yol açarak bir devrim olarak atfedilmektedir. İşte bu devrimlerden biri olan Endüstri 4.0'da köklü dönüşümlere yol açmış ve her geçen gün bunlara yenisini ekleme potansiyeline sahip olan bir kavram olarak karşımıza çıkmaktadır.

Endüstri 4.0 kavramı; hız, verimlilik, maliyet ve inovasyon odaklı üretim anlayışını ve hızlı bir şekilde gelişim gösteren teknoloji sayesinde ortaya çıkan yeni bir düzey olarak ifade edilebilir. Bir başka deyişle, Endüstri 4.0; *“bilişim, iletişim ve internet teknolojilerinin üretim sürecinde yoğun bir şekilde kendine yer edindiği, giderek daha fazla dijitalleşen bir ortam”* olarak da tanımlanabilir. Bu ortamda gelişen dijital teknolojiler, üretimde verimlilik, maliyet avantajı, kârlılık gibi işletme düzeyindeki faydalarına ek olarak büyüme, istihdam, beşerî sermaye, eğitim, yatırım, girişimcilik gibi makro seviyede olumlu etkiler de meydana getirmektedir (Soylu, 2018, s. 43). Yapılan bir diğer tanımlamaya göre ise Endüstri 4.0; *“siber-fiziksel sistemler, nesnelerin interneti, bulut bilişim, bilişsel bilgi işlem ve akıllı fabrikalar dâhil olmak üzere üretim teknolojilerinde otomasyon ve veri alışverişi eğilimi”*dir²⁶.

2011 yılında Almanya'nın Hannover şehrinde gerçekleştirilen ve Endüstri 4.0 kavramından ilk defa bahsedilen fuarda oluşturulması gündeme gelen ve 2012 yılında

²⁶<https://www.i-scoop.eu/industry-4-0/> (Erişim Tarihi: 27.04.2022).

Alman Hükümeti tarafından oluşturulan çalışma grubu, nihai bir rapor hazırlamış ve bunu 2013 yılında sunmuştur (Kılıç ve Alkan, 2018, s. 32). 2013 yılında sunulan rapora göre Endüstri 4.0'ın başarıya ulaşması için aşağıdaki alanlarda eyleme ihtiyaç olduğu düşünülmektedir (Kagermann vd., 2013, s. 6-7);

- **Standardizasyon ve Referans Mimarisi:** Endüstri 4.0 değer ağları aracılığıyla birkaç farklı şirketin ağ oluşturması ve entegrasyonunu içerecektir. Bu iş birlikçi ortaklık ancak tek bir ortak standartlar dizisi oluşturulmasıyla mümkün olacaktır. Bu bağlamda da standardizasyon için ortak bir referans mimariye ihtiyaç duyulmaktadır.
- **Karmaşık Sistemleri Yönetme:** Ürünler ve üretim sistemleri giderek daha fazla karmaşıklaşmaktadır. Bu nedenle uygun planlama ve açıklayıcı modeller aracılığıyla artan karmaşıklık yönetilebilecektir.
- **Endüstri için Kapsamlı Bir Geniş Bant Altyapısı:** Güvenilir, kapsamlı ve yüksek kaliteli iletişim ağlarının oluşturulması Endüstri 4.0 için büyük bir önem arz etmektedir.
- **Emniyet ve Güvenlik:** Emniyet ve güvenlik akıllı üretim sistemleri için kritik bir yere sahiptir. Üretim sistemlerinin ve tesislerin insanlara ve çevreye zarar vermemesini sağlamak önemlidir.
- **İş Organizasyonu ve Tasarımı:** Akıllı fabrikalarda çalışanların rolü önemli boyutlarda değişim gösterecektir. İş organizasyonunda sosyo-teknik bir yaklaşım uygulanması, çalışanlara daha fazla sorumluluk alma ve kişisel gelişimlerine katkı sağlama fırsatı sunacaktır.
- **Eğitim ve Sürekli Mesleki Gelişim:** Endüstri 4.0, çalışanların iş ve mesleki yetkinlikleri üzerinde köklü değişimlere neden olacaktır. Bu nedenle uygun eğitim stratejilerinin uygulanması ve yaşam boyu öğrenmeyi teşvik edecek şekilde organize edilmesi gerekmektedir. Bunun için ise model projeler ve en iyi uygulama ağları teşvik edilmeli ve dijital öğrenme ağları araştırılmalıdır.
- **Düzenleyici Çerçeve:** Endüstri 4.0'da mevcut kanunların da yenilikleri dikkate alacak şekilde düzenlenmesi gerekmektedir. Bu bağlamda yaşanacak zorluklar arasında kurumsal ve kişisel verilerin korunması, sorumluluk ve ticarî kısıtlamalar yer almaktadır. Yasal düzenlemelere ek olarak işletmeler açısından da

kılavuzların, model sözleşmelerin, şirket anlaşmaları gibi araçların düzenlenmesi gerekmektedir.

- **Kaynak Verimliliği:** Endüstri 4.0 kaynak verimliliği bağlamında kazanımlar sağlayacaktır. Ancak akıllı fabrikalara yatırılması gereken ek kaynaklar ile yaratılan potansiyel tasarruflar arasındaki dengenin hesaplanması gerekecektir.

Endüstri 4.0'ı meydana getiren birtakım unsurlar bulunmaktadır. Bu unsurlar; büyük veri ve analiz, akıllı robotlar, simülasyon, yatay/dikey entegrasyon, nesnelerin interneti, siber güvenlik, bulut, eklemeli üretim ve zenginleştirilmiş gerçekliktir (TÜSİAD, 2016). Bu unsurlar kısaca şu şekilde özetlenebilir:

- **Büyük Veri ve Analiz:** Büyük veri, internette değişik kaynaklardan toplanan verilerin anlamlı ve işlenebilir hale getirilmiş şeklidir (Erkul, 2021, s. 192). Büyük veriden bilginin üretilmesi ise özel algoritmaları kullanan veri analiz yöntemleri ile mümkün olmaktadır (Eravcı, 2020, s. 92). Büyük veri gruplarından faydalanan analiz yöntemleri, üretimin kalitesini yükseltmekte, enerji tasarrufu sağlamak ve ekipmanların bakımını kolaylaştırmaktadır. Ayrıca, birçok kaynaktan faydalanarak verilerin toplanması ve kapsamlı bir şekilde değerlendirilmesi, gerçek zamanlı karar verme süreçlerinde standartlaşmayı sağlayacaktır (TÜSİAD, 2016).
- **Akıllı Robotlar:** Robotlar uzun zamandır birçok sektörde kullanılmaktadır. Günümüzde robotlar daha otonom, esnek ve iş birliğine uygun hale gelmekte ve robotlara sahip olma maliyetleri düşmektedir. Gelecekte ise robotların birbirleri ile etkileşimlerinin artacağı ve insanlarla iş birliği içinde güvenli bir şekilde kabiliyetlerinin geliştirileceği düşünülmektedir (TÜSİAD, 2016).
- **Simülasyon:** Simülasyon, gerçek dünyada bulunan bir fiziksel sisteme ait verilerin sanal ortama taşınarak gerçek sisteme ait özelliklerin izlenmesini sağlayan bir modelleme teknolojisidir. Simülasyonun amacı, olasılıkların sanal ortamda önceden tespit edilmesi ve bu olasılıklar için gerekli hazırlıkların yapılmasını sağlamaktır (Çelen, 2017, s. 10). Simülasyon sayesinde gerçekleşmesi halinde geri dönüşü olmayan sonuçlara sebebiyet verebilecek durumlar önceden tespit edilmekte ve gerçek dünyadaki fiziksel sistemin işleyişinin sorunsuz bir şekilde gerçekleşmesi sağlanmaktadır.

- **Yatay/Dikey Entegrasyon:** İşletmelerin büyümesinde rol alan en önemli etkenlerden biri de bütünleşme diğer bir ifadeyle entegrasyondur²⁷. Planlama ve geliştirme süreçlerinin bütünleşmesi dikey entegrasyon, ağ bağlantıları aracılığıyla üretimle departmanlar arasında ve diğer işletmeler arasında bütünleşmenin sağlanması ise yatay entegrasyon olarak ifade edilmektedir²⁸. Entegre olmuş sistemler sayesinde üretimin ilk aşamasından son aşamaya kadar olan süreçler, bütün olarak izlenebilecek ve süreç içinde sürekli etkileşim kurulabilecektir (Çelebi, 2021, s. 32).
- **Nesnelerin İnterneti:** Nesnelerin interneti kavramı kablosuz iletişim teknolojilerinin gelişmesiyle ortaya çıkmış ve popülerliğini artırmakta olan yeni bir kavramdır. Nesnelerin interneti, standart iletişim protokolleri üzerine kurulu nesnelerin internet aracılığıyla birbirleriyle iletişim kurmalarını sağlamaktadır (Gündüz ve Daş, 2018, s. 327). Nesnelerin internetini, dışarıdan insan eliyle herhangi bir veri girilmeden ve müdahale olmadan cihazların ve makinelerin birbirleriyle veri alışverişinde bulundukları, bu veriler yardımıyla karar verebildikleri bir akıllı ağ sistemi olarak da ifade etmek mümkündür (Koştı, 2020, s. 139). Bu teknoloji sayesinde nesnelerin kendi aralarında ve çevreyle iletişimde bulunarak iş, bilgi ve sosyal süreçlerin aktif bir katılımcısı haline gelmeleri beklenmektedir (Morrar vd., 2017, s. 14).
- **Siber Güvenlik:** Dijitalleşme her ne kadar insan hayatı için önemli yenilikler ve kolaylıklar getirmiş olsa da bu yeniliklerle beraber insanlık için yeni tehlikeleri de ortaya çıkarmıştır. Yoğun bir şekilde dijitalleşen günümüz dünyasında kullanılmakta olan neredeyse tüm elektronik aletler, internet tabanlı olarak kodlanmıştır. Bu nedenle bazı güvenlik sorunlarıyla karşı karşıyadırlar (Tunca, 2019, s. 1). Dijitalleşmeyle ortaya çıkan bu güvenlik sorunlarının çözümü için de siber güvenlik kavramı ortaya çıkmıştır. Gerek siber güvenlik alanında çalışan nitelikli personel istihdamı gerekse de bilişim sistemlerinde güvenliğin sağlanması için geliştirilen siber güvenlik yazılımlarının geliştirilmesi günümüzde önemli bir konu haline gelmiştir.
- **Bulut:** Bulut teknolojisi, verilerin sanal sunucularda depolanması ve internete bağlı iken internet erişimi olan diğer cihazlardan bu verilere ulaşılmasına imkân

²⁷<https://www.endustri40.com/yatay-ve-dikey-entegrasyon-nedir/> (Erişim Tarihi: 24.12.2021)

²⁸<https://enprobilisim.com/endustri-4-0-nedir/> (Erişim Tarihi: 11.01.2022)

sağlayan teknolojidir. Büyük verilerin depolanma maliyetlerinin yüksek olması bulut tabanlı depolama çözümlerinin geliştirilmesiyle azalmıştır (Genç, 2018, s. 239). Bulut bilişimin işletmelere sağladığı kolaylıklar ve ortaya çıkaracağı değişim potansiyeli göz önüne alındığında internetten sonra bilişim teknolojileri alanında gelecekte en önemli teknolojiler arasında yerini alacağı düşünülmektedir (Koştı, 2020, s. 138).

- **Eklemleri Üretim:** Üç boyutlu yazıcılarla gerçekleştirilen bu üretim türünde, sanal ortamda tasarlanan üç boyutlu nesneler fiziki ortamda gerçek nesne şeklinde basılmaktadır. Üç boyutlu baskı sürecinde nesneler kesitsel dilimleri aracılığıyla katman katman eklemeli olarak üretilmektedir (Berman, 2012, s. 155).
- **Artırılmış Gerçeklik:** Artırılmış gerçeklik, bilgisayarlar aracılığıyla üretilen ses, video gibi duysal girdilerin gerçek dünyadaki fiziksel ortamlarla birleştirilerek yeni bir algı ortamı oluşturulmasıdır. Gerçekliğin zenginleştirilmesi gerçek zamanlı ve çevreyle etkileşim halinde meydana gelmektedir. Oluşturulan yapay ortamdaki bilgi ve öğeler bu teknoloji sayesinde gerçek ortamla birleştirilmektedir²⁹.

Endüstri 4.0'ın birçok olumlu yönü olmasına karşılık bazı olumsuz yönleri de bulunmaktadır. Bu bağlamda Endüstri 4.0'ın olumlu yönleri şunlardır³⁰:

- Sistemin izlenmesi ve oluşan arızaların tespitiin kolay olması,
- Sistemlerin ve bileşenlerinin öz farkındalık kazanması,
- Sistemlerin çevre dostu olması ve kaynak tasarrufu sayesinde sürdürülebilir olması,
- Yüksek verimlilik,
- Esneklikte artış sağlaması,
- Daha az maliyet,
- Yeni hizmet ve iş modellerinin geliştirilmesi.

Endüstri 4.0'ın olumsuz yönleri ise şunlardır³¹:

- Yüksek nitelikli işgücü ihtiyacının artması,

²⁹<https://www.endustri40.com/artirilmis-gerceklik-augmented-reality/> (Erişim Tarihi: 11.01.2022)

³⁰<https://www.endustri40.com/endustri-tarihine-kisa-bir-yolculuk/> (Erişim Tarihi: 22.02.2022)

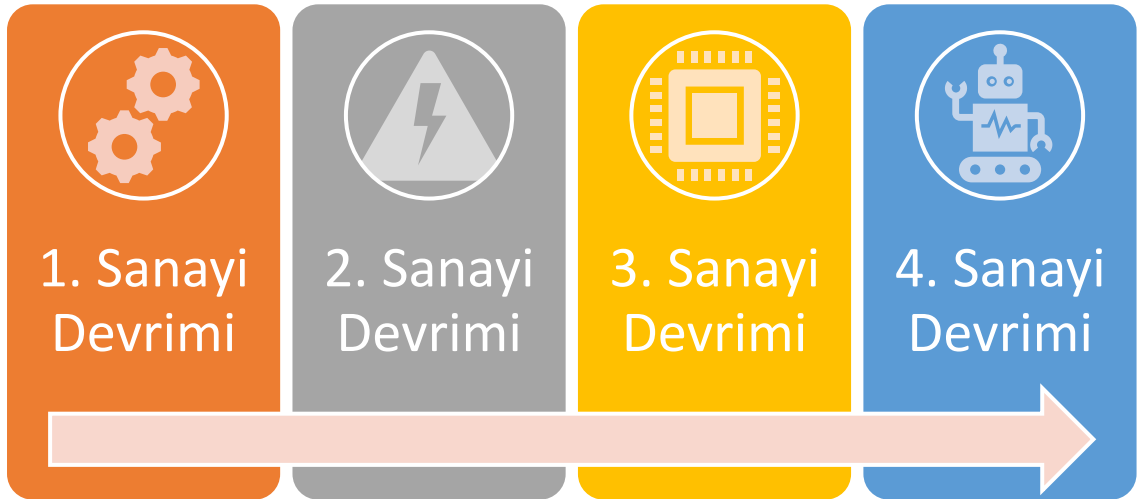
³¹https://elektrikinfo.com/endustri-4-0in-avantajlari-ve-dezavantajlari/#Endustri_40in_dezavantajlari (Erişim Tarihi: 22.02.2022)

- İşletme personelinin endüstri 4.0'a geçiş konusunda yaşayabileceği isteksizlik,
- Siber güvenlik açıklarının yaratabileceği güvenlik sorunları,
- Belirli endüstrilerin yenilikler karşısında bozulması,
- Teknolojiden faydalanabilenler ile faydalanamayanlar arasındaki eşitsizliklerin artması,
- Yapay zekâ, genetik mühendisliği ve artan otomasyonla beraber etik kaygıların artması.

3.2. Endüstri 4.0 Kavramının Tarihsel Gelişimi

Dördüncü Sanayi Devrimi veya Dördüncü Endüstri Devrimi olarak da ifade edebileceğimiz Endüstri 4.0 kavramının tarihsel gelişiminden bahsetmeden önce konunun daha iyi anlaşılabilmesi için tarihsel süreçte meydana gelen ilk üç sanayi devriminden kısaca bahsedilmesi önem arz etmektedir.

Geçmişten günümüze kadar geçen süreçte yaşamış insanlar bilgi ve tecrübelerini kullanarak gelişmiş ve elde ettikleri bu gelişimleri gelecek nesillere aktararak ekonomik ve sosyal açıdan önemli dönüşümlere neden olmuştur. Tarım devrimiyle başlayan bu büyük dönüşüm aşamaları daha sonra sanayi devrimleriyle devam etmiştir (Koştı, 2020, s. 133).



Şekil 3.1: Geçmişten Günümüze Sanayi Devrimleri

Birinci Sanayi Devrimi 1760-1830 yılları arasında gerçekleşmiştir. 1768 yılında James Watt tarafından buhar makinesinin bulunmasıyla beraber üretim sisteminde gerçekleşen dönüşüm bu yeni devrimin itici gücü olmuştur (Arslan, 2018, s. 149). İlk olarak İngiltere’de buhar makinasının icadı ve tekstil sanayiinde kullanılmasıyla başlayan Birinci Sanayi Devrimi daha sonra Avrupa’ya ve ABD’ye yayılmıştır (Yıldız, 2020, s. 114). Birinci Sanayi Devrimi, bilgi birikiminde büyük bir artış sağlayarak, kökten bir değişim meydana getirmiştir. Makine destekli ve emekten tasarruf sağlayan işlerin ortaya çıkışı, teknolojik yenilikler, buhar, çelik ve mekanizasyon aracılığıyla üretim yüz kat artış sağlanmıştır (TWI2050, 2019, s. 8). Enerjinin odun yerine kömür gibi fosil yakıtlardan sağlanmaya başlandığı ve buhar makinasının kullanılması sayesinde hareket gücü ve makineleşmenin artışı bu dönemde üretim artık küçük çaplı atölyeler yerine büyük fabrikalarda yapılmaya başlamıştır (Koştı, 2020, s. 133). Birinci Sanayi Devriminin İngiltere’de gerçekleşmiş olmasında ülkenin teknolojik olarak gelişmiş bir ülke olması önemli bir etken olarak karşımıza çıkmaktadır. O dönemde İngiltere’de diğer dünya ülkelerine kıyasla çok fazla icat bulunmaktaydı. Ayrıca icatların ülkeye güç katacağı düşünüldüğünden hükümet tarafından da desteklenmiş ve ülkedeki teknolojik gelişme devam etmiştir (Rostow, 1970). İngiltere’nin Sanayi Devriminin başındaki tekel konumu zamanla diğer Avrupa ülkeleri ve ABD de sanayileşinceye kadar devam etmiştir (Baştaymaz, 2016, s. 157). Sanayi Devrimi ile üretim kitlesel hale gelmiş ve daha önce toprakla uğraşan insanlar, ücretli çalışan olarak fabrikalarda çalışmaya başlamıştır. Tüm bu süreç yalnızca çalışma biçimini etkilememiş aynı zamanda toplumsal yapının da değişmesine yol açmıştır (Arslan, 2018, s. 149). Sanayi Devrimi sonucunda şehirli nüfus artmış, işçi sınıfı ortaya çıkmış ve sosyalizm doğmuş, sömürgecilik yayılmış, çevre sorunları artış göstermiş, bilimsel ve teknolojik gelişmeler hızlanmış, genel refah seviyesi artmış ve insan ömrü uzamıştır³².

Teknoloji Devrimi olarak da adlandırılan İkinci Sanayi Devrimi ise 1860-1914 yılları arasında gerçekleşmiştir. Başlangıcı İngiliz mucit H. Bessemer’in ucuz çelik üretimini sağlayan yöntemin yaygınlaştığı 1860 yılı olan İkinci Sanayi Devrimi, çelik, tren rayları, petrol, elektrik ve kimyasal tekniklerden oluşan birtakım yeni teknolojik

³²<https://www.stendustri.com.tr/haberortak/sanayi-devrimi-nedir-tarihi-ve-sonuclari-h99489.html> (Erişim Tarihi 25.12.2021)

gelişmeler sayesinde kısa bir sürede Avrupa, ABD ve Japonya’da etkisini göstermiştir³³. Fabrikalarda elektrik enerjisinin kullanılmaya başlanması, kömür gibi fosil yakıtlar yerine petrolün tercih edilmesi ve kitlesel üretim gibi yeni üretim modellerinin uygulanması, bu dönemin önemli gelişmeleri olarak karşımıza çıkmaktadır (Arslan, 2020, s. 5). Bu dönemde buhar gücünden daha güçlü olan elektrik gücünün kullanılmaya başlamasıyla akar bant sistemi olarak da bilinen montaj hattında seri üretim yapılmaya başlanmıştır (Genç, 2018, s. 238). Bu sistemin öncüsü olarak Ford otomobil fabrikasının sahibi olan Henry Ford’un kabul edilmesi nedeniyle bu yeni seri üretim sistemi Fordizm ya da diğer bir ifadeyle Fordist üretim olarak adlandırılmıştır. Fordizmin getirdiği üretimde verimlilik artışı beraberinde ücretlerde de artışı getirmiş ve bu sayede refah artışı yaşanmıştır. Ancak dönemin ilerleyen zamanlarında Fordizmin sağladığı kitlesel üretime karşılık talebin azalması nedeniyle Fordizmle gelen büyük refah dönemi sona ermiş ve Fordizmin altın çağı olarak da ifade edilen dönem sona ermiştir. Fordizmin getirmiş olduğu seri ve standart üretimin krize girmesiyle ürün çeşitlendirme, esnek üretim, tam zamanlı üretim ve sıfır stok gibi birçok yeni kavramı ortaya çıkaran ve ilk olarak Japonya’da Toyota otomobil fabrikasında uygulanması nedeniyle Toyotizm olarak adlandırılan yeni üretim sistemi ön plana çıkmıştır.

1960’lı yılların başından itibaren bilgisayar kullanımının yaygınlaşması, yavaş yavaş günlük hayata dâhil olmaya başlaması ve teknolojinin hızlı bir şekilde gelişmesiyle Üçüncü Sanayi Devrimi meydana gelmiştir³⁴. 1960’lı yıllarda veri depolamak için kullanılan ve veri depolama maliyetlerinde önemli düşüşler sağlayan bilgisayar teknolojisi, 1970’li yıllarda uzaktan erişim ve ağ oluşturma geliştirilmesiyle veri depolamaya ek olarak bir iletişim aracına dönüşmüştür (Greenwood, 1999, s. 10). Bu gelişmeler dolayısıyla bu dönem bilgi ekonomisi dönemi olarak da ifade edilmektedir. Telekomünikasyon teknolojileri, bu dönemde güç kazanmıştır (Kılıç ve Alkan, 2018, s. 31). 2010’lu yıllara kadar süren Üçüncü Sanayi Devrimi üretimde otomasyon sistemlerinin kullanıldığı ve sayısallaştığı bir dönemdir. Bu dönemde bilgisayar, mikroelektronik, fiber optik, lazer, telekomünikasyon, nükleer, biyo tarım, genetik gibi alanlarda meydana gelen gelişmeler üretimin yönünü ve biçimini etkilemiştir (Davutoğlu,

³³<https://www.stendustri.com.tr/bilim-teknoloji/ikinci-sanayi-devrimi-nde-ne-oldu-h101469.html> (Erişim Tarihi: 25.12.2021)

³⁴<https://www.stendustri.com.tr/haberortak/sanayi-devrimi-nedir-tarihi-ve-sonuclari-h99489.html> (Erişim Tarihi: 25.12.2021)

2020, s. 177). Bu dönemde üretimde verimlilik artarken mavi yakalı çalışanların sayısı azalmış ve üretimde bilgisayarlar önemli bir rol almaya başlamıştır. Diğer taraftan işçilik maliyetlerinin azalması büyük şirketleri, ücretlerin düşük olması nedeniyle ülke sınırları dışında kurdukları fabrikalarını nakliye maliyetlerini azalmak amacıyla tekrardan ülke içine çekmeleri yönünde teşvik etmiştir (Berktaş, 2021, s. 2).

Günümüzde ise dünya, Endüstri 4.0 olarak da ifade ettiğimiz Dördüncü Sanayi Devrimi sürecinden geçmektedir. Her ne kadar Endüstri 4.0 için net bir başlangıç tarihi vermek doğru olmasa da ilk olarak 2011 yılında Almanya'nın Hannover şehrinde gerçekleştirilen fuarda Endüstri 4.0 kavramından bahsedilmesi nedeniyle 2011 yılını bir başlangıç yılı olarak kabul etmek mümkündür (Kagermann vd., 2013, s. 6-7). Aynı yıl Endüstri 4.0, Alman hükümetinin de bir stratejik girişimi haline gelmiş ve “Yüksek Teknoloji Stratejisi 2020 Eylem Planı”na dahil edilmiştir. Benzer stratejiler diğer sanayileşmiş ülkelerde de farklı ifadelerle karşılık bulmuştur. Örneğin, ABD’de “Geleceğin Fabrikaları”, “Endüstriyel İnternet” ve Çin’de “İnternet+” ifadeleri kullanılmıştır (Mrugalska ve Wyrwicka, 2017, s. 469).

2011 yılında Endüstri 4.0 kavramından bahsedilmesinden sonra Endüstri 4.0 ve siber-fiziksel sistemler sayesinde yeni iş modellerinin oluşturulması görüşü benimsenmeye başlanmıştır. Bu bağlamda 2013 yılında ise Endüstri 4.0’ın geliştirilmesi için Almanya Dijital Birliği (Germany’s Digital Association-Bitkom), Alman Makine Mühendisliği Endüstrisi Derneği (Verband Deutscher Maschinen- und Anlagenbau – VDMA) ve Almanya Elektronik ve Dijital Endüstrisi (Germany’s Electro and Digital Industry – ZVEI) tarafından Endüstri 4.0 Platformu kurulmuştur. Bu platforma daha sonra başkaları da dâhil olarak Endüstri 4.0’ın geliştirilmesine yönelik çalışmalar yürütmüştür³⁵.

Endüstri 4.0 kavramını ortaya çıkaran koşullara bakıldığında dijitalleşen dünyada ortaya çıkan gelişmeler ve bu gelişmeler neticesinde meydana gelen siber fiziksel sistemler, nesnelerin interneti sayesinde birbiriyle etkileşim halinde olan cihazlar ve büyük veri gibi bir dizi teknolojik gelişme karşımıza çıkmaktadır (Soylu, 2018, s. 44). Endüstri 4.0, günümüzde akıllı cihazlarda yaşanan büyük artış, nesnelerin birbiriyle iletişim kurması ve nesnelere yerleştirilen sensörler aracılığıyla toplanan büyük veri

³⁵<https://www.i-scoop.eu/industry-4-0/> (Erişim Tarihi: 27.04.2022)

üzerinde gelişen önemli bir teknolojik dönüşüm sürecidir³⁶. Bu gelişmelere bir de yapay zekâ, güçlendirilmiş veri üretimi ve analizinin de eklenmesiyle dünya çapında yoğun bir dijitalleşme durumu ortaya çıkmıştır (Özdemir, 2018, s. 1).

3.3. Endüstri 4.0 Bağlamında Girişimcilik

20. yüzyılın sonlarından itibaren bilgi ve iletişim teknolojileri hızlı bir şekilde gelişmiştir. Kişisel bilgisayarların ve internet teknolojisinin kullanımı yaygınlaşırken, ticari girişimler de bu teknolojilerden faydalanmaya başlamıştır. 2000’li yıllarla beraber yeni bir kavram olarak dijital ekonominin ortaya çıkmasıyla beraber zamanla her şey sanal ortama taşınır hale gelmiştir (Eyel ve Sağlam, 2021, s. 2). Bu bağlamda girişimler de fiziksel ortamdaki giderek uzaklaşarak sanal ortama taşınmaya başlamıştır. Bu taşınma süreci ile dijitalleşmedeki gelişim birbirini tamamlayan ve destekleyen bir döngü haline gelmiştir. Dijitalleşme geliştikçe girişimlerin sanal ortama geçişi hızlanmış, sanal ortama geçen girişim sayısı arttıkça da dijitalleşme hız kazanmıştır (Karadavut, 2021, s. 379).

Gelişen teknolojilerle beraber ilerleyen süreçte ise Endüstri 4.0 ve dijital dönüşüm süreçleri hayatımıza dâhil olmuştur (Eyel ve Sağlam, 2021, s. 2). Endüstri 4.0’ın getirmiş olduğu yenilikler, hayatın birçok alanında olduğu gibi girişimcilik üzerinde de önemli etkiler meydana getirmiştir. Esnekleşme, üretimde dijital teknolojilerin kullanımının artması gibi birçok yenilik, girişimcilik anlayışının değişmesine katkı sağlamıştır (Tekin vd., 2020, s. 5).

Endüstri 4.0’ın getirmiş olduğu “*dijital çağda girişimcilik*”, girişimcilik faaliyetlerinde teknolojinin kullanılması ve mümkün olan tüm alanlarda teknolojiye yer verilmesi sayesinde küreselleşmeye ayak uydurulmasını ifade eden bir girişimcilik anlayışıdır. Dijital teknoloji; iş fonksiyonlarını ve hizmetleri, müşterilerin deneyimleri doğrultusunda yeniden şekillendirerek hemen her alanda değer yaratma konusunda büyük bir potansiyele sahiptir. Ayrıca dijital teknolojiler, çalışanların davranışlarını geliştirmek, etkileşimi artırmak, yeni bilgileri keşfetmek, bilginin bireyler arasında değiş tokuşunu sağlamak ve zamanında karar verebilmek için kolektif zekâ ve bilişsel analitiğe ilişkin çıkarımlarda bulunmak bağlamında önemli bir yere sahiptir (Maan, 2015, s. 1).

³⁶<https://www.smithsonianmag.com/innovation/kevin-ashton-describes-the-internet-of-things-180953749/> (Erişim Tarihi: 30.04.2022)

Endüstri 4.0, girişimciliği etkilediği gibi girişimcilerin özelliklerini de doğal olarak etkilemiş ve yeni girişimci özelliklerin hayatımıza dâhil olmasına neden olmuştur. Girişimci 4.0 olarak da ifade edebileceğimiz bu dijital çağın girişimcileri, değişimi okuyabilen, AR-GE pazarına odaklanan, teknoloji ile donanımlı kalifiye insan gücünü bir araya getirerek sürekli gelişimi hedefleyen, disiplinler arası entegrasyona uygun, fırsatları yakalayan ve gerekirse ihtiyacı kendisi yaratan lider kişilerdir (Saatçi, 2017, s. 106). Bilgi odaklı çalışma, ekip çalışmasına dayalı örgütlenme, sürekli öğrenme mekanizmaları oluşturma, esneklik artışı gibi yeni uygulamaların önem kazandığı Endüstri 4.0 sürecinde bilgiye, inovasyona ve esnekliğe değer veren girişimciler başarıya ulaşmaktadır (Bozkurt, 2019, s. 620).

Sonuç olarak günümüzde Endüstri 4.0 bağlamında dijital çağın gereklerine ayak uydurmak girişimler için bir zorunluluk haline gelmiştir. Bu bağlamda rekabet avantajı elde eden başarılı girişimlerin dijitalleşmeden önemli ölçüde faydalandığı görülmektedir. Buna ek olarak Endüstri 4.0 sürecinde geleneksel girişimlerin dijital teknolojileri sistemlerine entegre etmelerinden farklı olarak kuruluşundan itibaren neredeyse tüm faaliyetlerinde dijital teknolojileri kullanan yeni bir girişimcilik türü olarak dijital girişimcilik ortaya çıkmıştır. Bu bağlamda ortaya çıkan dijital girişimcilik, çalışmanın bir sonraki başlığında ele alınacaktır.

3.4. Endüstri 4.0 Bağlamında Dijital Girişimcilik

Endüstri 4.0 bağlamında dijitalleşme sürecinde geliştirilen yazılım ve uygulamalar, sosyal ağlar, internet erişiminin kolaylaşması ve bilgi teknolojilerindeki gelişmeler, girişimciler için birçok fırsatı beraberinde getirmiştir. Bu fırsatların değerlendirilmesi sonucunda ise yeni bir girişimcilik türü olarak dijital girişimcilik ortaya çıkmıştır (Ballı, 2020, s. 1058).

Endüstri 4.0'ın getirmiş olduğu yoğun dijitalleşme sonucunda ortaya çıkan yeni bir kavram olarak “*dijital girişimcilik*”; geleneksel girişimciliğin teknolojiden faydalanılarak gerçekleştirilmesinden farklı olarak, girişimin kuruluşundan faaliyetlerini yürütmesine kadar hemen her aşamada dijital teknolojiden faydalanılan yeni bir girişimcilik türüdür. Bu bağlamda dijital girişimcilik, dijital temelli girişimcilik özelliklerine sahip, özgün ve güncel bir girişimcilik türü olarak karşımıza çıkmaktadır (Çelebi, 2021, s. 71). Dijital

girişimcilik, girişimcilerin ürün ve hizmetlerini dijital pazarlarda kolay bir şekilde satabilecekleri bir iş fırsatını sunmuştur (Ballı, 2020, s. 1058).

Dijital teknolojiler, Endüstri 4.0 bağlamında dijital girişimcilikte girişimcilikte genel olarak dijital eserler, dijital platformlar ve dijital altyapı olmak üzere birbiriyle ilişkili üç farklı unsur olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu unsurlar ise şu şekilde ifade edilebilir (Nambisan, 2017, s. 1031):

- **Dijital Eserler:** Girişimler tarafından sunulan ve kullanıcılara belirli bir işlevsellik sunan dijital bileşenler, uygulamalar veya medya içerikleri ifade etmektedir.
- **Dijital Platformlar:** Dijital eserler de dahil olmak üzere girişimler tarafından üretilen ürün ve hizmetlerin barındırıldığı, pazarlandığı platformlardır.
- **Dijital Altyapı:** Girişimlerin iletişim, iş birliği ve bilgi işlem gibi faaliyetlerini destekleyen alanlarda kullandığı dijital araç ve sistemlerdir.

Dijital girişimciliği geleneksel girişimcilikten ayıran birtakım özellikler bulunmaktadır. Pazara giriş kolaylığı, üretim ve depolama kolaylığı, dağıtım kolaylığı, dijital işyeri, dijital bağlılık, dijital teknolojilerle iletişim, esnek organizasyon yapısı gibi özellikler dijital girişimciliğin özgün bir girişimcilik türü olmasını sağlayan bazı özelliklerdir (Kişi, 2018, s. 392-393). Ancak dijital girişimciliği, geleneksel girişimcilikten ayıran en temel özellik; geleneksel üretim kaynaklarından ziyade bilgi ve inovasyona önem vermesidir. Günümüz itibarıyla henüz tam anlamıyla olgunlaşmamış olan dijital girişimciliğin ilerleyen süreçte üç boyutlu yazıcılar gibi teknolojilerin gelişmesi ve yaygınlık kazanmasıyla beraber geleneksel girişimcilik karşısında büyük bir rekabet avantajı elde edeceği söylenebilir (Prodanov, 2018, s. 130).

Dijital girişimler arasında da birtakım farklılıklar bulunmaktadır. Bu farklılıklar ise bu girişimlerin teknolojiyi kullanma yoğunluklarından kaynaklanmaktadır. Bu bağlamda dijital girişimler, dijital teknolojileri geleneksel girişimciliğin tamamlayıcısı olarak gören hafif dijital girişimcilik, işletmenin temel ürünlerinde, teslimatında veya diğer bileşenlerinde önemli derecede dijital teknolojiyi kullanan orta dijital girişimcilik ve hammadde temininden tüketiciye kadar tüm sürecin dijital hale getirildiği aşırı dijital girişimcilik olarak üç türe ayrılmaktadır. Bir dijital girişimin hangi türde olduğunu belirleyen teknoloji kullanma yoğunluğunu etkileyen bazı faktörler bulunmaktadır. Bu faktörler ise; dijitalleşme derecesi, işletme tarafından üstlenilen dijital pazarlamanın

derecesi, işletmenin dijital satışı, işletmenin mal veya hizmetinin dijital doğası, bir mal veya hizmetin dijital dağıtım potansiyeli, değer zinciri içindeki kilit dış paydaşlarla potansiyel dijital etkileşimler ve işletmenin operasyonu ile ilişkili sanal dâhili faaliyetlerin dijital potansiyelidir (Hull vd., 2007, s. 295-296).

Geleneksel girişimciler ve dijital girişimcilerin hedefleri de birbirinden farklılaşmaktadır. Dijital girişimciler uzun vadeli hedefler yerine kısa vadeli ve veriye dayalı hedefler koyan, network odaklı, kazancını nicel olarak değil, ülkesine değer katma, global marka olma gibi nitel açıdan değerlendiren kişilerdir³⁷. Her ne kadar dijital girişimciliğin pek yok olumlu yönü olsa da bazı olumsuz yönleri de bulunmaktadır. Dijital girişimciliğin olumsuz yönleri olarak fikri mülkiyetin korunmasının, kurum kültürü oluşturma, çalışan bağlılığını sağlama ve şirket içi iletişimin zorlaşması sayılabilir (Ghatak vd., 2020, s. 3).

Günümüzde endüstri 4.0'ın getirmiş olduğu yeni bir girişimcilik yaklaşımı olarak dijital girişimcilik, hayatın her alanında giderek daha fazla yer almaya başlamıştır. Özellikle 2020 yılının sonunda Çin'de ortaya çıkan, ardından ABD daha sonra ise Avrupa ülkelerinde hızla yayılan Covid-19 pandemi sürecinde dijitalleşmenin hayatımızın vazgeçilmez bir parçası olduğu ve ilerleyen süreçte dijital girişimlerin daha önemli bir konuma geleceği anlaşılmıştır. Pandemi sürecinde birçok alanda dijital dönüşüm gerçekleşmiştir.

Covid-19 virüsü nedeniyle birçok işletme; web siteleri ve mobil uygulamalar aracılığıyla dijital ortamda faaliyetlerini gerçekleştirmeye başlamıştır. Covid-19 pandemisi normal koşullar altında yıllarca sürececek bir dijital dönüşümün aylar içinde yaşanmasını sağlayarak çok kısa bir sürede girişimlerin dijitalleşmesini sağlamıştır. Tüm bu gelişmeler, dijital dönüşümü gerçekleştirme ve adaptasyon hızımıza ilişkin olumlu bir gösterge olarak karşımıza çıkmıştır (Karamercan ve Ararat, 2021, s. 50). Günümüzde "Google", "Amazon", "Facebook", "Apple", "Microsoft" gibi birçok dijital teknoloji tabanlı işletme, dünyanın en değerli markaları haline gelmiştir. Bu işletmelerin başarısının arkasındaki temel faktör ise veri ve bilgi olarak karşımıza çıkmaktadır (Kollmann vd., 2021, s. 16). Dijital girişimciliğe ülkemizden ise online yemek sipariş platformu olan "Yemeksepeti", birçok kategoride ilan verilebilen bir e-ticaret sitesi olan

³⁷<https://www.endustri40.com/endustri-4-0-ve-dijital-donusumun-girisimcilik-ekosistemine-etkisi/> (Erişim Tarihi: 01.02.2022)

“Sahibinden”, online alışveriş platformu olan “Trendyol” ve Türkiye’nin ilk sosyal içerik platformu olan “Onedio”, örnek olarak verilebilir (Kışı, 2018, s. 395).

3.5. Endüstri 4.0 Bağlamında Dijital Sosyal Girişimcilik

Endüstri 4.0 ve bu devrimin getirdiği yoğun dijitalleşme sosyal girişimcilik alanını da etkilemiştir. Bu başlık altında öncelikle Endüstri 4.0 kavramı ile dijital sosyal girişimcilik arasındaki bağlantı ortaya konulmakta ardından konunun önemi vurgulanmaktadır.

3.5.1. Endüstri 4.0 bağlamında dijital sosyal girişimcilik kavramı ve özellikleri

Endüstri 4.0 ve dijitalleşme, girişimcilik alanını etkilediği gibi sosyal girişimcilik alanında da etkisini göstermiştir. Günümüzde dijital teknolojiler, sosyal girişimlerin amaçlarına ulaşabilmesi için kullanılan önemli araçlar olarak görülmektedir (Prodanov, 2018, s. 124). Bunun yanı sıra Endüstri 4.0 ve dijitalleşmenin sosyal yönlerine odaklanan araştırmalar, sosyal sorunlarla başa çıkmak için yeni hizmet, ürün ve girişimcilik modellerinin yaratılabileceğini ortaya koymuştur (Battisti, 2019, s. 135). Bu bağlamda da yeni bir sosyal girişimcilik türü olarak “*dijital sosyal girişimcilik*” hayatımıza dâhil olmuştur.

Endüstri 4.0 ve dijital teknolojilerin gelişmesiyle beraber birçok sosyal girişim, teknolojinin getirmiş olduğu yeniliklerden faydalanmaya başlamıştır. Ancak dijital sosyal girişimler, yalnızca dijital teknolojilerden faydalanmakla kalmayıp sosyal girişimin oluşturulmasından faaliyetlerinin yürütülmesine kadar hemen hemen tüm süreçlerinde dijital tabanlı uygulamalardan faydalanılan bir girişimcilik türü olarak karşımıza çıkmaktadır.

Dijital sosyal girişimcilik henüz yeni bir alan olması nedeniyle dijital sosyal girişimcilik kavramına ilişkin literatürde çok fazla tanım bulunmamaktadır. Yapılan bir tanımlamaya göre dijital sosyal girişimcilik; “*dijital teknolojiyi iş modelinin kaçınılmaz bir parçası olarak kullanan ve dijitalleşmenin sağladığı avantajları sosyal etki yaratmak için kullanan sosyal girişimcilik türü*” olarak ifade edilebilir (Ghatak vd., 2020, s. 1). Bir diğer tanımlamaya göre ise dijital sosyal girişimcilik; “*dijital teknoloji yoluyla finansal olarak sürdürülebilir şekilde sosyal bir ihtiyacı karşılamaya yönelik yapılan özgün bir sosyal girişimcilik türüdür.*” Dijital sosyal girişimlerde de geleneksel sosyal

girişimcilikteki sosyal değer yaratma ve sosyal girişimciliğin geliştirilmesinde kullanılmak üzere finansal getiri sağlama temel iki yapı taşıdır, ancak dijital sosyal girişimler bunu teknoloji ile yapmaktadırlar (İsmail vd., 2012, s. 430-431).

Dijital sosyal girişimlerin başarılı olabilmesi için bazı temel özelliklere sahip olması gerekmektedir. Bu özellikler ise şunlardır (Prodanov, 2018, s. 131-132):

- Yalnızca dijital bilgi ve becerilerin geliştirilmesini, kullanılmasını sağlamak değil, aynı zamanda bunların sosyal sorunların çözümü amacıyla kullanılmasını sağlamak,
- Hizmet sağlayanlar ve kullanıcılar arasındaki bağı güçlendirmek ve geliştirmek için dijital ve bilgi teknolojilerini kullanmak,
- Toplumdaki marjinal grupların karşılaştıkları zorlukları başarıyla aşmalarını sağlamak,
- Merkezi bir denetim olmaksızın bilgi alışverişini destekleyen merkeziyetsiz bilgi ağları oluşturmak.

3.5.2. Endüstri 4.0 bağlamında dijital sosyal girişimciliğin önemi

Bilgisayarların ve mobil cihazların yaygınlaştığı ve hayatımızın hemen her alanında yer almaya başladığı günümüzde teknoloji sayesinde insanları birbirine bağlamak, onların bilgilerini ve fikirlerini birleştirerek hedeflerine ulaşmalarını sağlamak daha kolay bir hale gelmiştir. Bu sayede dijital sosyal girişimcilerin dünyanın her yerinde sıfır maliyetle insanları birleştirmesi, yeni sosyal sermaye oluşturması, bilgi paylaşımı ve sosyal amaçlar için fon toplama yetenekleri, sınırları aşan bir seviyeye ulaşmıştır (Prodanov, 2018, s. 130). Geline n noktada merkeziyetsizleřme³⁸, blockchain³⁹, metaverse⁴⁰ gibi teknolojilerin yer aldığı Web 3.0⁴¹'a geçişin tartışıldığı günümüzün dijital dünyasında

³⁸Merkeziyetsizleřme; “merkezi bir yetki veya otoriteye bağlı bir şekilde yürütölen faaliyetlerin merkeze bağlı olmadan doğrudan kullanıcılar arası bağlantılar ile yürütölmektedir”. Günümüzde merkeziyetsizleşme, kripto para borsalarının gelişmesiyle beraber özellikle finans sektöründe karşımıza çıkmaktadır (<https://akademi.bitlo.com/sozluk/merkeziyetsizlik-decentralization>) (Erişim Tarihi: 23.05.2022)).

³⁹Blockchain; “tüm kullanıcılara açık veya özel olarak, verilerin eşler arası (peer-to-peer) dağıtıldığı merkeziyetsiz bir dijital işlem defteri teknolojisi”dir (Rennock vd., 2018, s. 38).

⁴⁰Metaverse; “sanal gerçeklik ve artırılmış gerçeklik gibi teknolojiler aracılığıyla fiziksel ortamın dijital ortama taşındığı ve fiziksel ortamdaki verilerin metaveriler ile sanal ortamda eşlendiği ve depolandığı bir dijital teknoloji”dir (Gadekallu vd., 2022, s. 4).

⁴¹Anlamsal veya semantik web olarak da ifade edilen Web 3.0; “cihazlar arası iletişim kurarak kullanıcıların sağladıkları içerikleri anlamlandıran ve verileri yorumlayarak tekrar kullanıcıların ihtiyaçları doğrultusunda onlara içerik olarak sunan üçüncü nesil internet hizmeti”dir (Aslan ve Kolancı, 2018, s. 209).

dijital sosyal girişimcilik potansiyelinin daha da artacağı öngörülmektedir. Günümüzde dijital platformlar aracılığıyla âtil kaynakların harekete geçirilerek sosyal girişimlere yönelik kitle fonlamasını artırmanın yolları önemli bir konu haline gelmeye başlamıştır (Chandna, 2021, s. 1).

Dijital sosyal girişimler, Endüstri 4.0'ın getirmiş olduğu dijital teknolojiler aracılığıyla üretilen hizmeti kişiselleştirerek daha çok hizmet üretmekten ziyade daha anlamlı ve kalıcı hizmetler üretmektedir (Karadavut, 2021, s. 388). Buna ek dijital sosyal girişimlerin faydalandığı olarak dijital teknolojiler, bilginin herkese açık hale getirilmesine yardımcı olmakta ve kullanıcıların iletişim halinde kalmasını sağlamaktadır. Bu sayede sosyal sorunların daha hızlı ve etkili bir şekilde çözülmesi olanaklı hale gelmektedir (Maiolini vd., 2016, s. 23). Bunun sonucunda üretilen sosyal fayda doğru zamanda doğru yere ulaşmaktadır.

Teknolojik gelişme, her ne kadar günlük hayatımızı kolaylaştıran birçok olumlu yöne sahip olsa bugün karşılaştığımız toplumsal eşitsizliklerin, işsizliğin ve ekonomik krizlerin yükselişinin de önemli sebeplerinden biri teknolojik gelişmelerdir. Ancak bu sorunların çözümü için de yine teknolojinin önemli bir rol oynadığı görülmektedir. Bu bağlamda dijital teknolojilerden faydalanan dijital sosyal girişimler, sosyal sorunların çözümünde önemli bir araç haline gelmektedir. (Prodanov, 2018, s. 124). Dijital teknolojiler, sosyal girişimcilerin daha kolay veri alışverişi yapmalarına, daha fazla faydalancıya ulaşmalarına, bir ürün veya hizmetin daha az maliyetle reklamının yapılmasına imkân sağlamaktadır. Bu bağlamda dijital sosyal girişimcilik, daha verimli çalışma yapılmasını ve sosyal etki yaratılmasını sağlayan yeni bir iş modelini ortaya çıkarmaktadır (Makarovic, 2022, s. 168).

4. DİJİTAL SOSYAL GİRİŞİMCİLİK VE SÜRDÜRÜLEBİLİR KALKINMA İLİŞKİSİ

Sosyal girişimcilik sosyal fayda üretme amacı sayesinde doğası gereği sürdürülebilir kalkınma bağlamında etkili bir girişimcilik türüdür. Benzer şekilde dijitalleşmenin etkisiyle değişen sosyal girişimcilik anlayışıyla ortaya çıkmış olan dijital sosyal girişimcilikte sürdürülebilir kalkınma üzerinde etkili olmaktadır. Bu bölümde öncelikle kalkınma kavramı, tarihsel süreçteki gelişimi ve kalkınma anlayışındaki değişim sonucunda ortaya çıkmış olan sürdürülebilir kalkınma kavramı ve tarihsel gelişimi ele alınmıştır. Daha sonra ise dijitalleşme ve sürdürülebilir kalkınma ilişkisi ve dijital sosyal girişimciliğin sürdürülebilir kalkınma üzerindeki etkileri incelenmiştir.

4.1. Kalkınma Kavramına Genel Bir Bakış

Kalkınma kavramı toplumların gelişim sürecinde gelişim gösteren bir kavram olarak karşımıza çıkmaktadır. Buna ek olarak farklı dönemlerde, farklı toplumlar açısından da farklı kalkınma yaklaşımları benimsenmiştir. Bu bölümde kalkınma kavramına yönelik farklı tanımlar incelenmiştir. Daha sonra ise kalkınma kavramının dünyada ve Türkiye’deki tarihsel gelişimi incelenmiştir.

4.1.1. Kalkınma kavramı

Kalkınma kavramı, toplumsal gelişimle beraber farklı dönemlerde farklı anlamlara sahip olmuştur. Bazen aynı dönem içinde bile farklı anlamlarla ifade edildiği görülmüştür. Bugün de kavrama ilişkin tam anlamıyla açık ve anlaşılır bir tanım yapmanın zor olduğu söylenebilir (Tunalı, 2019, s. 15). Buna ek olarak ekonomik kalkınmanın anlamı, farklı toplumlar açısından da değişim göstermektedir. Bunun nedeni ise her topluluğun kendi fırsatları, zorlukları ve önceliklerinin bulunmasıdır⁴².

Kalkınma, İkinci Dünya Savaşı sonrasında özellikle iktisatçılar olmak üzere bilim adamları ve politikacıların ilgisini çeken konular arasına girmiştir. Büyüme, para ve dış ticaret gibi konulara kıyasla çok daha yeni bir alan olan kalkınmaya ait birtakım özgün kavramlar oluşturulmuştur. Oluşturulan bu kavramların ise bazen birbirleri yerine

⁴²<https://www2.gov.bc.ca/gov/content/employment-business/economic-development/plan-and-measure/economic-development-basics> (Erişim Tarihi: 30.03.2022)

kullanılmasından dolayı bir kavram kargaşası yaşanabilmektedir. Bu nedenle kavramın terminolojisinin de açıklanması önem arz etmektedir (Özsoy, 2013, s. 4).

İktisat biliminde sıklıkla kullanılan, önemli kavramlardan biri olan kalkınma, kelime olarak aynı anlamları ifade eden “*gelişme*” ve “*büyüme*” kavramlarıyla birbirine karıştırılmaktadır. Bu nedenle kalkınma kavramı açıklanmadan önce bu kavramların arasındaki farkın açıklanması önem arz etmektedir. Kalkınma genel olarak toplumların ekonomik, toplumsal, siyasal yapılarının değişmesini, insan yaşamının maddi ve manevi her anlamda gelişmesini ve yeni bir yapıya dönüşmesi anlamına gelmekte iken büyüme kavramı ise genellikle kişi başına düşen gelirin artması gibi ekonomik ölçütlerdeki değişimi ifade etmektedir (Özgüler ve Kocabaş, 2019, s. 424). Büyüme ve kalkınma arasındaki en büyük fark ise büyümede mevcut yapının devamı esas alınırken, kalkınmada mevcut ekonomik yapı değiştirilmektedir. Kalkınmada kendiliğinden ortaya çıkan değişimlere önceden müdahale edilerek yönlendirilmekteyken, büyümede herhangi bir müdahale yapılmamaktadır (Küçüköğlu vd., 2018, s. 2621).

İngilizce’de yer alan “*development*” kavramı, Türkçe’ye “*kalkınma*” veya “*gelişme*” olarak çevrilmiştir. Ancak aynı kökten gelen “*under-developed*” kavramı için Türkçe’de “*az gelişmiş*” kavramı kullanılmakta iken, “*development*” kavramı için “*gelişme*” yerine “*kalkınma*” kavramı genel olarak tercih edilmektedir (Turhan, 2020, s. 150).

Genel bir tanım vermek gerekirse; “*herkes için daha iyi bir hayat oluşturmak*” olarak ifade edilebilir (Peet ve Hartwick, 2009, s.1). Kalkınma kavramı; “*temelinde insan refahının yer aldığı teorik ve pratik uygulamalar bütünü*”dür (Turhan, 2020, s. 151). Yapılan bir diğer tanımlamaya göre ise kalkınma; “*bir ülkenin yapısal niteliklerinin olumlu yönde değişimidir*” (Tolunay ve Akyol, 2006, s. 116). Bu bağlamda, kalkınma, sadece ekonomiyle sınırlanmayan, toplumu sosyolojik, psikolojik ve politik açıdan da etkileyen bir süreçtir. Kalkınma her ne kadar özellikle ekonomik açıdan büyümeyi içerse de sadece niceliksel açıdan olumlu değişim anlamına gelmemekte, yeni bir yapının kurulmasını da ifade etmektedir (Özsoy, 2013, s. 3). Diğer bir ifadeyle kalkınma, bir ülkedeki milli gelir seviyesinin artırılmasının yanı sıra sosyal, kültürel ve politik alanlarda bir bütün olarak meydana gelen ve refah artışı sağlayan yapısal değişimleri kapsamaktadır (Akiş, 2019, s. 37).

4.1.2. Kalkınmanın tarihsel gelişimi

Kalkınmanın tarihsel gelişimi dediğimizde aslında sınırları oldukça geniş olan ve her ülkede farklı gelişme dinamiklerine sahip bir süreç akla gelmektedir. Bu başlık altında ana hatlarıyla dünyada ve Türkiye’de kavramın gelişimi ele alınmaktadır.

4.1.2.1. Dünyada kalkınmanın tarihsel gelişimi

Kalkınma, ilerleme, uygarlık veya medeniyet gibi kavramlar, insanlık tarihinin gelişim sürecinde ortaya çıkmış olan kavramlardır. Ancak bir disiplin olarak kalkınma, İkinci Dünya Savaşı sonrasında gelişim göstermiştir. Savaş sonrasındaki iki kutuplu dünyada az gelişmiş ülkelerin kalkınabilme çabalarına çözümler sunan, geleneksel kalkınma iktisadı ortaya çıkmıştır (Kaçanoğlu, 2020, s. 95). Her ne kadar kalkınmanın önemli bir ilgi alanı haline gelmesi, İkinci Dünya Savaşı sonrası yıllara denk gelmiş olsa da o yıllara kadar iktisat biliminin kalkınma kavramıyla ilgilenmediği düşünülmemelidir (Oygur, 1984, s. 25).

İki savaş arasındaki dönemde klasik liberalizme karşı duyulan şüpheler ve yaşanan küresel kriz, anti-liberal yaklaşımların güç kazanmasına neden olmuştur. Bunun sonucunda ise İkinci Dünya Savaşı sonrası dönemin kalkınma paradigması, planlamaya dayalı stratejik kalkınma olmuştur (Ünay, 2009, s. 88). “*Kalkınmanın başlıca amacı ekonomik büyüme, başlıca aktörü devlet kurumları, başlıca araçları ise makroekonomik politika araçlarıdır*” ifadesi dönemin kalkınma anlayışını oluşturmuştur (Leys, 1996’dan aktaran Ünay, 2009, s. 90). Bu bağlamda, 1940’ların sonundan 1980’li yıllara kadar birçok ülke, kalkınma için planlama yoluna başvurmuştur. Ancak, planlı kalkınma uygulamaları, 1960’lı yılların ikinci yarısından itibaren uygulamaların sonuçları ve dünya ekonomi politığının geçirdiği değişimden dolayı sorgulanmaya başlanmış ve paradigma değişimine ihtiyaç duyulmuştur⁴³.

1960’ların sonu ve 1970’li yılların başında yoksulluk ve eşitsizlik konularına doğrudan odaklanılan kalkınmanın ikinci aşamasına geçilmiştir. 1970’li yıllar ise

⁴³<https://kalkinmaguncesi.izka.org.tr/index.php/2020/04/28/kalkinma-kavrami-uzerine-dusunceler/>
(Erişim Tarihi: 29.03.2022)

kalkınma yaklaşımlarında yoksulluk ve bölüşüm konularının ağırlık kazandığı bir dönem olarak karşımıza çıkmaktadır (Özsoy, 2013, s. 5).

1970'lerin sonu ile 1980'li yılların başından itibaren tüm sosyal bilim alanlarında olduğu gibi kalkınma alanında da bireycilik, piyasa liberalizmi ve devletin küçültülmesi gibi neoliberal unsurlar hâkim olmaya başlamıştır. Ancak neoliberal bir temele dayanan istikrar ve yapısal uyum programlarının, uzun soluklu kalkınma için gerekli stratejik vizyon ihtiyacını karşılamadığı kısa sürede fark edilmiştir (Ünay, 2009, s. 94-97).

1980 sonrasında ekonominin temelinde; liberalleştirme, özelleştirme, para ve maliye politikalarında kontrolün bazı uluslararası kurumlara devredilmesi diğer bir ifadeyle ulus devletin düzenleyici ve kalkınmacı rolünün ortadan kaldırılması yatmaktadır. Gelişmekte olan ülkelerin kalkınmacı söylemlerinin ve uygulamalarının yerini bu dönemde küresel pazarın bir parçası olma ve ona uygun olarak hareket etme hedefi almıştır. Bundan dolayı ulusal kalkınma planlaması, bu dönemde önemini kaybetmeye başlamış ve dönüşüm yaşanmıştır. Planlama uygulamalarında kapsam bakımından bütüncül kalkınma planlamasından stratejik ve spesifik planlamaya, nitelik bakımından ise ulus devletin öncülüğündeki ulusal kalkınma planlamasından uluslararası planlamaya doğru bir geçiş olmuştur (Soyak, 2003, s. 168).

Küreselleşme sürecinden kaynaklı olarak, genel itibarıyla gelir dağılımının az gelişmiş ülkelerin aleyhine giderek kötüleşmesi ve yoksulluk sorununun derinleşmesinden dolayı uluslararası kuruluşlar, özellikle 1990'lı yıllardan itibaren kalkınma ve yoksulluk konusuna daha fazla ilgi göstermeye başlamıştır (Halisçelik, 2015, s. 11). 1990'lı yılların kalkınma yaklaşımı özellikle ilk yarısında 1980'li yılların devamı niteliğindedir. Ancak ilerleyen süreçte yaşanan Asya finansal krizi gibi olaylar nedeniyle mevcut kalkınma yaklaşımı eleştirilmiştir (Tunalı, 2019, s. 178). Bu eleştirilerin sonucu olarak, 1990'larda kurumsal yapıların sosyal yapıya uygun şekilde iyileştirilmesi, toplumsal gelişme eşliğinde politikalar uygulanması, devletin piyasadan çekilerek asli görevlerine dönmesi gibi konular gündeme gelmiş ve buna yönelik çalışmalar yapılmıştır (Akiş, 2019, s. 132).

2000'li yıllarda kalkınma açısından önemli bir değişim yaşanmış ve dönemin kalkınma yaklaşımı insani kalkınma olarak adlandırılmıştır. 2000 yılının Eylül ayında Birleşmiş Milletler Genel Kurulu'nda yüz seksen dokuz devlet lideri tarafından aşırı

yoksulluğu azaltmak, insani kalkınma ve insan haklarını hayata geçirebilmek amacıyla “*Binyıl Belgesi*” onaylanmıştır (Akyıldız, 2011, s. 47-48). Bu bağlamda ana hedef olarak 2015 yılına kadar aşırı yoksul nüfus oranının yarıya indirilmesi hedefi ilan edilmiştir (Eşkinat, 2016, s. 268). Belirlenen bu ana hedefe, 2015 yılından beş yıl önce ulaşılmış ve 1990 yılında 1,9 milyar olan aşırı yoksul nüfus sayısı 2010 yılında 1,2 milyara düşmüştür⁴⁴.

2015 yılı, kalkınma için önemli bir yıl olarak karşımıza çıkmaktadır. Bunun nedeni ise 2000 yılında ilan edilen “*Binyıl Kalkınma Hedefleri*”nin performans değerlendirmesi bağlamında hedef yıl olmasıdır. Bu yılı kalkınma açısından önemli kılan bir diğer neden ise Eylül ve Aralık aylarında 2015-2030 yıllarını kapsayan yeni kalkınma gündeminin belirlendiği iki toplantının gerçekleştirilmesidir. 15 Eylül-6 Ekim 2015 tarihlerinde New York’ta gerçekleştirilen ilk toplantıda 25-27 Eylül 2015 tarihleri arasında üç gün süren “*Sürdürülebilir Kalkınma Zirvesi*” gerçekleştirilmiştir. Yeni kalkınma yaklaşımının belirlendiği ikinci toplantı ise 6 Aralık 2015 tarihinde Paris’te gerçekleştirilen “*İklim Değişikliği Konferansı*”dır (Eşkinat, 2016, s. 267).

Günümüzün kalkınma anlayışında kalkınma; büyüme ve çevre kavramlarıyla beraber kullanılmakta ve sürdürülebilir kalkınma kavramı üzerinde durulmaktadır (Halişçelik, 2015, s. 11). Bu bağlamda, 25-27 Eylül 2015 tarihlerinde New York’ta gerçekleştirilen Sürdürülebilir Kalkınma Zirvesi’nin son gününde on yedi hedef ve yüz altmış dokuz alt hedeften oluşan “*Gündem 2030: Birleşmiş Milletler Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri*” kabul edilmiştir⁴⁵. Sonuç olarak, günümüzün kalkınma yaklaşımı, sürdürülebilir kalkınma hedefleri bağlamında şekillendirilmektedir.

4.1.2.2. Türkiye’de kalkınmanın tarihsel gelişimi

Türkiye Cumhuriyeti’nin kuruluşundan günümüze kadar geçen süreçte kalkınmanın tarihsel gelişimi iki döneme ayrılabilir. Bu bağlamda birinci dönem, ekonominin şartları zorlanarak önemli kalkınma hamlelerinin yapıldığı dönemdir. İkinci dönem ise kalkınma çabaları genel itibariyle piyasa koşullarına bırakılarak, özel kesimin

⁴⁴<https://www.tr.undp.org/content/turkey/tr/home/mdgoverview/overview/mdg1.html> (Erişim Tarihi: 30.03.2022)

⁴⁵<https://www.mfa.gov.tr/surdurulebilir-kalkinma.tr.mfa> (Erişim Tarihi: 30.03.2022)

gelişimi aracılığıyla kalkınmanın gerçekleştirilmeye çalışıldığı dönemdir (Küçüköğlu vd., 2018, s. 2618).

Hemen hemen tüm ülke ekonomilerinde kalkınmanın ilk aşamasında öncelikli olarak tarım sektörüne ağırlık verilmiştir. Özellikle de az gelişmiş veya gelişmekte olan ülkelerde tarım öncelikli sektör olarak karşımıza çıkmaktadır (Erdem ve Tuğcu, 2019, s. 105). Ancak yeni kurulan Türkiye Cumhuriyeti, ilk yıllarında tarım sektörüne ağırlık vermekten ziyade hızlı bir şekilde sanayileşme ve serbest piyasa ekonomisi ile kalkınmayı hedeflemiştir. Bu hedefe ulaşmak için ise 17 Şubat-4 Mart 1923 tarihinde İzmir İktisat Kongresi düzenlenmiş ve yol haritası belirlenmiştir. Çiftçi, tüccar, sanayici ve işçi kesiminden oluşan bin yüz otuz beş temsilcinin katıldığı İzmir İktisat Kongresinde liberal içerikli birçok karar alınmıştır. Ancak her ne kadar liberal içerikli kararlar bulunsa da devlete doğrudan ekonomiye müdahale etme, teşebbüs kurma ve işletme yetkisi tanıyan kararların da yer alması nedeniyle bu dönemdeki sistem, karma ekonomi olarak ifade edilmektedir (Parasız ve Eroğlu, 2017, s. 4-5). Ancak, kurulduğu ilk yıllarda Türkiye Cumhuriyeti'nde özel sermayeden yoksun olunması nedeniyle sanayileşmede istenilen hedefler gerçekleştirilememiştir. Buna ek olarak 1929 yılının sonlarında Batı dünyasında giderek yayılan Büyük Buhranın da etkisiyle 1930'lu yıllarda ekonomide devletçi politikalar benimsenmeye başlanmıştır (Eğilmez, 2018, s. 138).

1930-1939 yılları arasında ekonomik kalkınmada korumacılık ve devletçilik hâkim olmuştur. Bu dönemde sanayileşmenin devlet eliyle gerçekleştirilmesi amaçlanmış ve buna yönelik olarak politikalar geliştirilmiştir. Amaçları ve sonuçları açısından bu dönem ilk sanayileşme dönemi olarak ifade edilmektedir (Boratav, 2018, s. 63). Devletçilik döneminin ana hedefleri; özellikle sanayi üretiminin artırılması aracılığıyla hızlı bir şekilde kalkınmak, ödemeler bilançosunda iyileşme sağlamak, ekonomik büyümeyi gerçekleştirmek, tarımsal ve sosyal reformlar ile hayat standartlarını geliştirmek ve ekonomik bağımsızlığa ulaşmaktır (Özçelik ve Tuncer, 2007, s. 262). Bu bağlamda dönem boyunca ekonomi politikalarının genel yönelimi piyasa ekonomisi kuralları içinde özel sermayenin yetersiz kaldığı alanlarda devletin, daha sonra özel sermayeye devredilmek üzere sinai yatırımlar yapması olmuştur. Devletçilik döneminde, dar anlamda devlet mal ve hizmet üretmek üzere işletmecilik yapmakla beraber geniş anlamda ise devlet müdahaleciliği alanında rol almıştır. Müdahalecilik bağlamında devletin bu dönemde millileştirme, devlet tekeli oluşturma, piyasalara ve fiyatlara

müdahale etme, koruma ve teşvik gibi politikalarla devletçiliği tamamlamaya yönelik faaliyetlerde bulunduğu görülmektedir (Kala, 2019, s. 224).

1940'lı yıllara ise İkinci Dünya Savaşı koşullarında girilmiştir. Türkiye, İkinci Dünya Savaşı'na fiilen katılmamış olmasına karşılık, bu dönemde savaş ekonomisinin koşullarını yaşamıştır. Savaş öncesinde başlamış olan planlama çalışmaları ve sınai yatırım programları, savunma harcamalarının bütçedeki payının ağırlık kazanması nedeniyle tamamen ertelenmiştir. Bu nedenle 1940-1945 yıllarını kapsayan dönem Türkiye'nin kalkınma sürecinin durması nedeniyle kesinti dönemi olarak nitelendirilmektedir (Boratav, 2018, s. 89).

Savaş sonrası dönemde ise çökmüş olan Avrupa ekonomisinin toparlanması ve Sovyet yayılmacılığının önüne geçmek amacıyla ABD Dışişleri Bakanı George Marshall tarafından hazırlanan "*Marshall Planı*" ile Avrupa ülkelerine parasal yardım, malzeme ve teçhizat yardımı yapılması planlanmıştır. Yardım yapılacak ülkeler, Türkiye'nin de içinde yer aldığı on altı Avrupa ülkesiydi. Bu ülkeler, yardımdan faydalanmak için, ABD'ye sunulmak üzere bir kalkınma programı çerçevesi hazırlamışlardır (Eğilmez, 2018, s. 142). Marshall Planı kapsamında yardımlardan faydalanmak için diğer ülkeler gibi Türkiye de kalkınma planı hazırlatmıştır. Bu bağlamda 1947 yılında Süleyman Vaner'in başkanlığındaki kurul tarafından Türkiye İktisadi Kalkınma Planı⁴⁶ hazırlanmıştır (Soyak, 2003, s. 174). Marshall Planı kapsamında yapılacak yardım programı ise ABD Kongresi'nin onayıyla 1948 yılında yürürlüğe girmiştir. Bu yardımların denetimi için ise Avrupa Ekonomik İşbirliği Örgütü (OEEC)⁴⁷ kurulmuştur (Eğilmez, 2018, s. 142).

1950'li yıllar, Türkiye'de liberal politikalara dönüş dönemi olarak ifade edilmektedir. Bu dönemde yabancı sermayenin de ülkede faaliyet gösterebilmesi ve ekonomik kalkınmaya fayda sağlayabilmesi için 6326 sayılı Petrol Kanunu⁴⁸ ve 6224 sayılı Yabancı Sermayeyi Teşvik Kanunu⁴⁹ çıkarılmıştır. Dönemin ilk yıllarında başta tarım olmak bütün kesimlerde gelişme sağlanmıştır. Bu bağlamda tarımda hem alet ve

⁴⁶Türkiye İktisadi Kalkınma Planını hazırlayan kurulun başkanlığını Süleyman Vaner'in yapması nedeniyle Vaner Planı olarak da bilinmektedir (Soyak, 2003, s. 174).

⁴⁷OEEC'nin faaliyetlerini tamamlaması sonrasında, onun yerine daha geniş kapsamlı bir örgüt olarak 1961 yılında OECD kurulmuştur (<https://www.mfa.gov.tr/iktisadi-isbirligi-ve-gelisme-teskilati-oecd.tr.mfa> (Erişim Tarihi: 06.04.2022))

⁴⁸Resmî Gazete. 16.03.1954. Sayı: 8659.

⁴⁹Resmî Gazete. 23.01.1954. Sayı: 8615.

makine girişi hem de gübre kullanımının artması sayesinde üretimdeki artış aracılığıyla hızlı bir ekonomik büyüme yaşanmıştır. Ancak uygulanan politikalar sayesinde başlangıçta ani ve hızlı bir şekilde olumlu sonuçlar alınmış olsa da parasal genişlemeden kaynaklanan enflasyon artışının olumsuz etkileri zamanla ortaya çıkmış, Türk lirası hem iç hem de dış değerini kaybetmeye başlamış ve 1958 yılında ilk devalüasyon yapılmak zorunda kalmıştır. Bunun sonucunda Türkiye'nin liberal politikalara dönüş çabaları başlangıçta olumlu ilerlemesine karşılık plansız ve programsız uygulanan politikalar sonucunda önemli bir ekonomik çöküş yaşanmıştır (Eğilmez, 2018, s. 143). Bu dönemde karşımıza çıkan bir diğer önemli gelişme ise 1955-1960 döneminde nüfusta yaşanan rekor seviyede artış ve bunun sonucunda istihdam sorununun ortaya çıkışıdır. Bu nedenle aşırı nüfus artışının kalkınmayı olumsuz etkilememesi için kalkınma planlarında nüfus artışını kontrol etmeyi amaçlayan tedbirler alınmıştır (Çatalbaş, 2019, s. 8).

1950-1960 yılları arası dönemde plansız ve programsız politika uygulamalarının olumsuz sonuçları nedeniyle 1960'lı yıllarda planlama ve planlı ekonomi, Kurucu Meclis tarafından 1961 Anayasası'nda da yer verilen bir kural haline gelmiştir. Planlı bir şekilde kalkınmanın sağlanması için ise Devlet Planlama Teşkilatı (DPT)⁵⁰ kurularak beş yıllık kalkınma planları yapılmaya başlanmıştır. Bu bağlamda hazırlanan Birinci Beş Yıllık Kalkınma Planı ise 1963-1967 yıllarında uygulanmış ve başarıya ulaşmıştır (Eğilmez, 2018, s. 144). Türkiye ilk üç kalkınma planını kapsayan on beş yıllık perspektif dönemde yüksek büyüme hızlarını hedeflemiş ve gerçekleşen büyüme de yüksek seviyede olmuştur. Bu dönemde tarım kesiminde hedefler tutturulamamış olmasına karşılık sanayi sektöründeki büyümeyle birlikte hizmetler sektöründe hızlı bir büyüme gerçekleştirilmiştir (Tonus, 2019, s. 36). Dönem içinde yaşanan 1974 Petrol Krizi nedeniyle petrol fiyatlarının dört kat artması ve Kıbrıs Barış Harekâtı nedeniyle uygulanan ekonomik ambargo nedeniyle Türkiye ekonomisi ilerleyen süreçte stagflasyon⁵¹ ile karşılaşmıştır. Dönemin sonuna gelindiğinde ise 24 Ocak 1980 ekonomik istikrar kararları açıklanmış ve Türkiye bir kez daha devalüasyon yapmıştır (Eğilmez, 2018, s. 145).

⁵⁰Devlet Planlama Teşkilatı (DPT), 2011 yılında Kalkınma Bakanlığı'na dönüştürülmüş, cumhurbaşkanlığı hükümet sistemine geçilmesinden sonra ise Kalkınma Bakanlığı, Cumhurbaşkanlığı Strateji ve Bütçe Başkanlığına dönüştürülmüştür (Çatalbaş, 2019, s. 17).

⁵¹Stagflasyon; *"işsizlik ve enflasyonun aynı anda görüldüğü durum"* dur.

1980’li yıllar, dünya piyasalarında küreselleşme ve liberalizme doğru bir eğilimin artış gösterdiği ve bu eğilimden Türkiye’nin de etkilendiği yıllardır (Telli, 2015, s. 33). Bu bağlamda Türkiye’de de IMF ve Dünya Bankası’nın yönlendirmeleriyle yeniden yapılandırma ve serbest piyasa ekonomisine geçiş sürecinin, sistemli ve planlı bir şekilde gerçekleştirildiği görülmektedir. Bu süreçte içerdiği serbestleşmeyi, finansal serbestleşme izlemiş ve ekonomi politikalarının ulusal kontrolü, küresel sermayeye bırakılmıştır (Soyak, 2003, s. 180). Bu dönemin bir diğer özelliği ise ithal ikameci sanayileşme stratejisinin yerine ihracata dönük sanayileşme stratejisinin benimsenmesidir. İhracata dönük sanayileşmenin benimsenmesi, ekonominin piyasa koşullarına yönelik olarak yönetilip, kamunun müdahaleci yönünün zayıflatılmak istenmesi, ülkede sermaye birikiminin yalnızca devlet eliyle değil, aynı zamanda kişisel ve kurumsal tasarruflar, dış ticaret ve uluslararası borçlanma ile de sağlanmasına yol açmıştır (Akiş, 2019, s. 339-340).

Türkiye, 1980’lerden itibaren başlayan dışa açılma ve dünya ekonomisine eklemlenme süreci bağlamında yaptığı reformlar sonucunda 1990’lı yıllara tamamen dışa açık bir ekonomi görünümünde girmiştir. Özellikle uluslararası sermaye hareketlerinin serbestleştirilmesi ile Türk lirası, yabancı paralar karşısında tam olarak konvertibl hale gelmiş ve bunun sonucunda ulusal ekonomi dışarıdan gelebilecek spekülative hareketlere karşı savunmasız, sıcak para akımlarına bağımlı bir hale gelmiştir. Bu durum ise Türkiye’nin kalkınma sürecinin önünde bir istikrarsızlık sebebine dönüşmüş ve ekonominin dengeli bir şekilde büyümesini engellemiştir (Yeldan, 2017, s. 40). 1994 yılına gelindiğinde ekonomik denge neredeyse tamamen bozulmuştur. Buna ek olarak beklentilerin de olumsuzla dönmesi ile ekonomik kriz ortaya çıkmıştır. 1994 ekonomik krizi nedeniyle Türkiye, IMF’nin desteğiyle birtakım ekonomik önlemlerin yer aldığı “5 Nisan 1994 Kararları”nı almak zorunda kalmıştır (Eğilmez, 2018, s. 148).

Türkiye, 2000’li yıllara tarihinin en büyük ekonomik krizlerinden biriyle başlamıştır. 2001 yılında gerçekleşen bu ekonomik krizden 2001 ve 2002 yıllarında uygulanan istikrar programları ve IMF’nin programların hazırlanma sürecinde ve sonrasında yapmış olduğu yardımlar sayesinde hızlı bir şekilde çıkmıştır (Eğilmez, 2018, s. 151-152). 2001 sonrasındaki süreçte Türkiye’de disiplinli maliye ve para politikasına, finans sektörünün güçlendirilmesine ve mevcut kurumsal yapıda reform gerçekleştirilmesine yönelik ekonomik programlar hayata geçirilmiştir. Uygulanan

programların başarıya ulaşması sayesinde 2002-2007 döneminde Türkiye ekonomi tarihinin ortalamasının çok üstünde bir büyüme gerçekleştirmiştir (Özatay, 2015, s. 11). Ancak bu olumlu süreç, ilk olarak ABD’de başlayan daha sonra neredeyse tüm dünyaya yayılan 2008 küresel ekonomik krizinin ortaya çıkması nedeniyle sekteye uğramıştır. Türkiye, 2009 yılında hem 2008 küresel ekonomik krize hem de yapısal dönüşümlere yerinde tepki verebilmek amacıyla teşvik paketi uygulamaya koymuştur. Bu paketle sektörel, bölgesel ve proje bazlı teşvikler aracılığıyla sektörler ve bölgeler arasındaki dengesizlikleri giderme, işsizlik sorununu çözme ve tüm bunları gerçekleştirirken de uzun vadede katma değer yaratan rekabetçi dönüşümün hayata geçirilmesi hedeflenmiştir (MÜSİAD, 2010, s. 125).

2019-2023 yıllarını kapsayan On Birinci Kalkınma Planı, şu anda uygulanan plandır. Bu plan, on beş yıllık perspektif planın beş yıllık bir dilimi olarak tasarlanmıştır. Planın vizyonu ise “*daha fazla değer üreten, daha adil paylaştan, daha güçlü ve müreffeh Türkiye*” olarak belirtilmiştir. Bu vizyon bağlamında, yüksek gelir grubunda yer alan ülkeler ile en yüksek insani gelişmişlik seviyesindeki ülkeler arasına girme, istikrarlı ve sürdürülebilir ekonomik büyüme ile rekabet gücünün ve refah seviyesinin artırılması gibi birçok hedef belirlenmiştir (Strateji ve Bütçe Başkanlığı, 2019a, s. 1-30).

Tüm bu süreci özetlemek gerekirse, Türkiye, kalkınma stratejilerinde değişen dünyaya uyum sağlamak için çeşitli politikalar üretmiş ve uygulamaya çaba göstermiştir. Zaman içinde değişen koşullarla beraber Türkiye de politikalarını değiştirmiş ve bu bağlamda 1930’lu yıllarda devletçi, 1950’lerde liberal, 1960 sonrasında ise planlı kalkınma politikalarını tercih etmiştir. Küreselleşme hareketinin gündeme gelmesi sonrasında ise 1980 sonrasında tekrar liberal yapıya geçilmiştir (Çelik ve Çetiner, 2019, s. 121).

4.2. Sürdürülebilir Kalkınma Kavramına Genel Bir Bakış

Kalkınma kavramı, zaman içinde değişim geçirmiş ve günümüzdeki halini almıştır. Bu başlık altında ana hatlarıyla günümüzün kalkınma yaklaşımı olan sürdürülebilir kalkınmanın dünyada ve Türkiye’deki gelişimi ele alınmaktadır.

4.2.1. Sürdürülebilir kalkınma kavramı

Doğa, yüzyıllar boyunca sınırsız bir kaynak olarak görülmesinden dolayı özensiz bir şekilde kullanılmış, kirletilmiş ve çevre sorunlarının ortaya çıkmasına sebep olunmuştur. Hızlı nüfus artışı nedeniyle giderek tükenmekte olan doğal kaynakların tamamen bitmeden gelecek nesillere de aktarılabilmesi ve çevrenin korunması amacıyla ortaya çıkarılan yaklaşım ise sürdürülebilir kalkınma yaklaşımı olmuştur (Tıraş, 2012, s. 57).

Sürdürülebilirlik, birçok tanım ve yorumla ilişkilendirilerek kalkınma yaklaşımlarının revaçta olan sözcüğü haline gelmiştir. Basit bir şekilde tanımlamak gerekirse sürdürülebilir kalkınma; “*süresiz veya belirli bir süre boyunca devam ettirilebilen gelişmedir*” (Mensah, 2019, s. 5-6).

Sürdürülebilir kalkınma kavramının yaygın olarak kullanılan tanımı ise, 1987 yılında Dünya Çevre ve Kalkınma Komisyonu tarafından yapılmıştır. Yapılan tanıma göre sürdürülebilir kalkınma; “*gelecek nesillerin kendi ihtiyaçlarını karşılayabilme yeteneğini ortadan kaldırmaksızın şimdiki neslin ihtiyaçlarının karşılanması*” dır (Çelik, 2006, s. 20). Tanım, iktisadi sistemin uzun dönemde insan ihtiyaçlarını karşılayabilmesi için ekolojik sistemin canlılığına dikkat çekmektedir. Bu bağlamda sürdürülebilir kalkınma; kalkınma ve doğal kaynak dengesine önem veren, kalkınmanın sağladığı imkânlardan bugün yaşayan kişiler kadar gelecek nesillerin de faydalanmasını hedefleyen bir kalkınma yaklaşımıdır (Akiş, 2019, s. 42). Geleceği de sahiplenilen bu yaklaşım, toplumdaki herkesin temel ihtiyaçlarının karşılanmasını ve daha iyi bir hayat beklentisine sahip olmalarını amaçlamaktadır. Çevre ile sosyoekonomik kalkınma arasındaki uyumu sağlanmamış bir kalkınma stratejisinin uygulanması, günümüzün ihtiyaçlarını karşılamada yeterli olabilir ancak gelecek nesillerin ihtiyaçlarının karşılanmasını tehlikeye atabilir. Bu nedenle ekonomi, sosyal yapı ve çevre etkileşimi birlikte değerlendirilerek bugünkü ve gelecekteki nesillerin kalkınmanın sağladığı imkânlardan hakkaniyete uygun olarak faydalanması, sürdürülebilir kalkınmanın yaklaşımının özünü oluşturmaktadır⁵².

Sürdürülebilir kalkınma, birbiriyle ilişkili ekonomik, sosyal, mekânsal, kültürel ve çevre gibi birçok boyutu bulunan çok yönlü bir kavram olmasından dolayı farklı

⁵²<http://www.surdurulebilirkalkinma.gov.tr/temel-tanimlar/> (Erişim Tarihi: 1.04.2022)

disiplinlerin ortak araştırma konusu olmuştur (Kaypak, 2011, s. 22). Farklı disiplinlerle ilişkili bir kavram olarak sürdürülebilir kalkınma, öncelikle doğa ve toplum arasındaki etkileşim olmak üzere, sosyal adaletsizliğe ilişkin yapısal sorunların çözümüne odaklanan bir kavram olarak da karşımıza çıkmaktadır. Bu bağlamda, yaşamda ortak paydada yer alma, birlikte yaşama becerisine sahip olma bilincinin gelişmesini ve yaygınlaşmasını sağlamaktadır (Özgen, 2019, s. 7).

4.2.2. Sürdürülebilir kalkınmanın tarihsel gelişimi

4.2.2.1. Dünyada sürdürülebilir kalkınmanın tarihsel gelişimi

Özellikle 18. yüzyıldan itibaren kalkınma kavramı, tüm ülkeler için önemli bir konu haline gelmiştir. Bunun temel nedeni ise özellikle Sanayi Devrimi sonrasında kapitalist üretim sisteminin sürekli olarak büyümeyi öne çıkarmasıdır. 1960'lı yılların sonuna doğru ise kapitalist üretim sisteminin öngördüğü sürekli büyümeye dayalı üretim biçiminden dolayı doğal kaynakların, çevrenin olumsuz etkilenmesi, büyüme odaklı kalkınma yaklaşımının sürdürülemez hale gelmesi nedeniyle çevre ve kalkınma ilişkisinin yeniden ele alınması ihtiyacı doğmuştur (Bahçeci ve Görmez, 2019, s. 2301).

Sürdürülebilirliğe ilişkin endişeler, Malthus ve Jevons gibi 18. ve 19. yüzyıl iktisatçılarına kadar götürülebilmesine karşılık, sürdürülebilir kalkınma, 20. yüzyılda çevreye ilişkin endişelerin ortaya çıkması sonucunda oluşturulmuş bir kavramdır (Yeni, 2014, s. 183). Dünya nüfusundaki hızlı artış ve ülkelerin kalkınma amacıyla yaptığı atılımlar, küresel yaşamda önemli seviyede olumsuzluklar meydana getirmiştir. Özellikle çevre kirliliğinde artış, kalkınma kavramına ilişkin yeni yaklaşımları doğurmuş ve 1980'li yıllarla beraber çevrenin korunmasına yönelik olarak dünya çapında farkındalık gelişmeye başlamıştır (Karabıçak ve Özdemir, 2015, s. 44-45). Mevcut ekonomik faaliyetlerin ekolojik denge üzerindeki olumsuz etkilerinin anlaşılmasıyla beraber hem ulusal hem de uluslararası alanda ciddi önlemlerin gerekliliği üzerinde fikir birliğine varılmıştır. Bu bağlamda, mevcut kalkınma yaklaşımlarının sorgulanması ve yeni kalkınma yaklaşımlarının ortaya konulması gerekliliğinin bir sonucu olarak sürdürülebilir kalkınma yaklaşımı doğmuştur (Özçağ ve Hotunoğlu, 2015, s. 307). Ortaya çıkışı itibarıyla çevreye zarar vermeden, gelecek nesilleri de düşünen bir kalkınma anlayışı olan sürdürülebilir kalkınma, ilerleyen süreçte kapsamını genişletmiştir. Bu bağlamda sürdürülebilir kalkınma yaklaşımı; “sosyal ve ekonomik politikalar”, “doğal kaynakların

yönetimi”, “çevrenin korunması” ve “gelecek nesillerin ihtiyaçları” olarak dört konu açısından ele alınmaktadır (Alagöz, 2004, s. 7).

Sürdürülebilir kalkınma kavramından ilk olarak 1980 yılında Uluslararası Doğayı Koruma ve Doğal Kaynakları Koruma Birliği’nin hazırlamış olduğu “*Dünya Koruma Stratejisi*” adlı raporda bahsedilmiştir. Ancak sürdürülebilir kalkınma kavramının yaygınlaşması ise Dünya Çevre ve Kalkınma Komisyonu’nun 1987 yılında hazırladığı “*Ortak Geleceğimiz*”, diğer adıyla “*Brundlant Raporu*”yla olmuştur (Konu, 2020, s. 662). Birleşmiş Milletler bünyesinde kurulan yirmi iki kişilik bağımsız bir grup tarafından oluşturulan raporda sürdürülebilir kalkınma kavramı; “*bugünün ihtiyaçlarını, gelecek nesillerin kendi ihtiyaçlarını karşılama kabiliyetinden ödün vermeden karşılayan kalkınma*” olarak tanımlanmıştır (Elliot, 2013, s. 8). Raporda sanayileşmenin hızlanması, hızlı nüfus artışı, yaygın beslenme eksikliği, yenilenemez kaynakların tükenmesi ve çevrenin yıkımı olmak üzere küresel düzeyde bozulmalara sebebiyet veren beş eğilim saptanmıştır. Bu bağlamda mevcut büyüme modelleriyle doğanın yıllarca aynı değerde kalmasının mümkün olmadığı, büyümenin sınırlarına eninde sonunda gelineceği ifade edilmiştir (Kaypak, 2011, s. 23). Sürdürülebilir kalkınma kavramının gelişimi bağlamında önemli bir aşama olan Ortak Geleceğimiz Raporu’nda, dünya sisteminin dengeli bir şekilde sürdürülmesi ve eko-gelişme kavramları ilk defa bir arada kullanılarak çevre sorunları, yoksulluk-eşitsizlik bağlamında ele alınmıştır (Peşkircioğlu, 2016, s.4).

Ortak Geleceğimiz Raporu ile gündeme gelen sürdürülebilir kalkınma stratejisinin, küresel anlamda uygulama planı haline gelmesi ise 1992 yılında olmuştur. 1992 yılında Rio de Janeiro’da gerçekleştirilen Birleşmiş Milletler Çevre ve Kalkınma Konferansı (Rio Konferansı)’nda toplanan ülkeler, çevre ile uyumlu kalkınma stratejisine uygun antlaşmalar imzalamışlar ve sürdürülebilir kalkınmanın temel ilkelerini belirlemişlerdir (Kaypak, 2011, s. 24). Konferansta ülkelerin dünya çapındaki faaliyetlerini çevre sorunları nedeniyle daha tedbirli bir şekilde gerçekleştirmelerinin bir zorunluluk haline geldiği uyarısı yapılmıştır (Altunbaş, 2003, s. 107). Konferans sonucunda ise “*Rio Deklarasyonu*” ve “*Gündem 21*” olarak adlandırılan iki belge yayınlanmıştır (Kaypak, 2011, s. 24). Rio Deklarasyonu’nda çevre ve kalkınma konusu hakkında ülkelerin birbirleri ve dünya ile ilişkilerini düzenleyen yirmi yedi temel ilke belirlenmiştir. Deklarasyonda yer alan tüm ilkelerin temel düşüncesi ise küresel çevre ve kalkınma sorunlarında ulusal yapıların kendi içinde sağlayacağı iletişim ve iş birliğine ek olarak

uluslararası alanda da bilgilendirme, iş birliği ve sorumluluk sayesinde sağlıklı bir dünya için ortak hareket etme bilincinin oluşturulmasıdır (Alada vd., 1993, s. 98-99). Rio Konferansı'nda kabul edilen bir diğer belge olan Gündem 21 ise sürdürülebilir kalkınmanın yaşama geçirilebilmesi için bir eylem planı özelliği taşımaktadır. Bu bağlamda Gündem 21, ulusal ve uluslararası alanda var olan eşitsizliklere, gittikçe artan yoksulluk, açlık, hastalıklar, cehalet ve ekosistemdeki kötüleşmelere vurgu yapmıştır (Emrealp, 1998, s. 27). Rio Konferansı'nın sürdürülebilir kalkınmaya yönelik olarak yaptığı en önemli katkı, sürdürülebilir kalkınma yaklaşımının uygulanmasında merkezi yönetim birimleri dışında yerel yönetimlerin, sivil toplum örgütlerinin, özel sektör kuruluşlarının ve bireylerin de ortak katılımının gerekliliğine vurgu yapmasıdır (Tosun, 2009, s. 3). 1994 yılına gelindiğinde ise Rio Konferansı kararları doğrultusunda ortaya konulmuş olan “*Birleşmiş Milletler Çölleşme ile Mücadele Sözleşmesi*”, imzaya açılmıştır⁵³. Sözleşmenin yürürlüğe girmesi ise 1996 yılında olmuştur⁵⁴.

Sürdürülebilir kalkınma açısından önemli bir diğer belge ise “*Kyoto Protokolü*”dür. 1992 yılında gerçekleştirilen Rio Yeryüzü Zirvesi'nde imzalanan “*Birleşmiş Milletler İklim Değişikliği Çerçeve Sözleşmesi*”nin bir parçası olan Kyoto Protokolü ile küresel ısınma ve iklim değişikliğinin sebep olduğu sera gazı salınımının engellenmesi amaçlanmıştır (Kaya, 2020, s. 173-174). 1997 yılında kabul edilen protokol, sanayileşmiş ülkelere sera gazı salınımını kısıtlama ve azaltma yükümlülüğü getirmiştir. Protokolün yürürlüğe girmesi ise 2005 yılında olmuştur⁵⁵.

1990'lı yıllarda sosyo-ekonomik konuların yanı sıra sosyal dışlanma, toplumsal cinsiyet eşitsizliği, demokrasi, katılımcılık ve toplumun güçlendirmesi gibi konuların da gündeme gelmesiyle sürdürülebilir kalkınmanın sosyal boyutları olduğu da ortaya çıkmıştır (Wise, 2001'den aktaran Yeni, 2014, s. 194).

2000 yılının Eylül ayında Birleşmiş Milletler Genel Kurulu'nda sürdürülebilir kalkınmanın sağlanması bağlamında “*Binyıl Kalkınma Hedefleri*” için bir özel oturum gerçekleştirilmiştir. Genel kurulda yer alan delegeler 2015 yılına kadar dünyadaki yoksulların ekonomik, çevresel ve sosyal koşullarının iyileştirilmesi ve sürdürülebilir kalkınmanın sağlanması konusunda fikir birliği sağlamıştır. Bu bağlamda da dünyada

⁵³<https://www.mfa.gov.tr/surdurulebilir-kalkinma.tr.mfa> (Erişim Tarihi: 23.03.2022)

⁵⁴<https://www.mfa.gov.tr/birlesmis-milletler-collesme-ile-mucadele-sozlesmesi-ve-turkiye-de-ornek-uygulama-konya-karapinar.tr.mfa> (Erişim Tarihi: 16.05.2022)

⁵⁵<https://iklim.csb.gov.tr/kyoto-protokolu-i-4363> (Erişim Tarihi: 10.04.2022)

yoksulluğa karşı acil önlem alınması gerekliliği oy birliği ile kabul edilmiştir. Bunun sonucunda yoksulluk, küresel kalkınma gündeminin öncelikli konularından biri haline gelmiştir (Eşkinat, 2016, s. 267).

2002 yılında ise Johannesburg’da “*Dünya Sürdürülebilir Kalkınma Zirvesi (Rio+10)*” gerçekleştirilmiştir. Bu zirvede kabul edilen “*Uygulama Planı*”nda on başlık altında sürdürülebilir kalkınmaya ilişkin birtakım hedefler belirlenmiştir. Planda yer alan başlıklar şunlardır⁵⁶:

- Yoksulluğun ortadan kaldırılması.
- Sürdürülebilir olmayan tüketim şekillerinin değiştirilmesi.
- Ekonomik ve sosyal kalkınmanın doğal kaynak temelinde korunması ve yönetilmesi.
- Küreselleşen dünyada sürdürülebilir kalkınmanın gerçekleştirilmesi.
- Sağlık ve sürdürülebilir kalkınma.
- Gelişmekte olan küçük ada ülkelerinde sürdürülebilir kalkınmanın sağlanması.
- Afrika’da sürdürülebilir kalkınmanın sağlanması.
- Uygulama araçları.
- Sürdürülebilir kalkınmada kurumsal yapı.

Rio Konferansı’nın yirminci yıldönümü olan 2012 yılında Brezilya’da gerçekleştirilen “*Rio+20 Birleşmiş Milletler Sürdürülebilir Kalkınma Konferansı*”, sürdürülebilir kalkınma bağlamında bir diğer önemli konferanstır. Konferansta müzakereci taraflar, evrensel sürdürülebilir kalkınma ilkeleri ve isteklerini ortaya koymak hedefiyle “*The Future We Want*” adlı bir ortak bildiriye kabul etmiştir. Ancak bildiri yeterli pragmatik katılım ve hedef eksikliğinden dolayı eleştirilmiştir (Gedik, 2020a, s. 202).

Birleşmiş Milletler, 2015 yılı Eylül ayında “*Sürdürülebilir Kalkınma Zirvesi*”ni gerçekleştirmiştir. Bu zirvede 2000 yılında kabul edilen Binyıl Kalkınma Hedeflerinin on beş yıllık performansı küresel boyutta değerlendirilmiş ve bu hedeflere ulaşılması açısından ortaya çıkan sonucun ekonomik, toplumsal ve çevresel sorunların çözümü için yetersiz olduğu görülmüştür. Bunun sonucunda ise Binyıl Kalkınma Hedeflerine göre

⁵⁶https://www.mfa.gov.tr/dunya-surdurulebilir-kalkinma-zirvesi_johannesburg_-26-agustos---4-eylul-2002_.tr.mfa (Erişim Tarihi: 31.03.2022)

daha kapsayıcı özellikte, sürdürülebilir kalkınma hedeflerinin belirlenmesi gerekliliği ortaya konulmuştur. Bu bağlamda yüz doksan üç ülkenin imzası ile “2030 Sürdürülebilir Kalkınma Amaçları” kabul edilmiştir (Peşkircioğlu, 2016, s. 7). 2030 Sürdürülebilir Kalkınma Amaçları ile ilk kez gelişmiş ülkelerin dünyanın korunması için hızlıca harekete geçmeleri, gelişmekte olan ülkelerin ise herkes için adil ve güvenli bir geleceğe onurlu bir şekilde ulaşmaları gerektiği kabul edilmiştir (Nakicenovic vd., 2016, s. 24). 2030 Sürdürülebilir Kalkınma Amaçları, diğer bir ifadeyle Küresel Amaçlar kapsamında yoksulluğun ortadan kaldırılması, dünyanın korunması ve tüm insanlığın barış ve refah içinde yaşaması için on yedi amaç belirlenmiştir.⁵⁷ 2030 Sürdürülebilir Kalkınma Amaçlarında sürdürülebilir kalkınmanın gerçekleştirilebilmesi için “karşılıklı bağımlılık”, “evrensellik” ve “dayanışma” ilkeleri benimsenmiştir (Nakicenovic vd., 2016, s. 35).



Şekil 4.1. Birleşmiş Milletler Sürdürülebilir Kalkınma Amaçları⁵⁸

⁵⁷<https://www.tr.undp.org/content/turkey/tr/home/sustainable-development-goals.html> (Erişim Tarihi: 11.04.2022)

⁵⁸<https://www.tr.undp.org/content/turkey/tr/home/sustainable-development-goals.html> (Erişim Tarihi: 11.03.2022)

Şekil 4.1’de yer alan on yedi sürdürülebilir kalkınma amacının açıklamaları ise kısaca şu şekilde ifade edilebilir⁵⁹:

- **Amaç 1. Yoksulluğa Son:** Yoksulluğun her türlü şeklinin sona erdirilmesi.
- **Amaç 2. Açlığa Son:** Açlığın ortadan kaldırılması, gıda güvenliğine ve iyi beslenmeye ulaşmak ve sürdürülebilir tarımın desteklemek.
- **Amaç 3. Sağlık ve Kaliteli Yaşam:** Her yaşta sağlıklı ve kaliteli bir yaşamın garanti altına alınması.
- **Amaç 4. Nitelikli Eğitim:** Kapsayıcı ve hakkaniyete dayalı, nitelikli eğitim sağlamak ve herkes için yaşam boyu öğrenme imkânlarını teşvik etmek.
- **Amaç 5. Toplumsal Cinsiyet Eşitliği:** Toplumsal cinsiyet eşitliğini gerçekleştirmek ve tüm kadınlarla kız çocuklarının güçlenmesini sağlamak.
- **Amaç 6. Temiz Su ve Sanitasyon:** Herkes için erişilebilir su ve atık su hizmetlerini ve sürdürülebilir su yönetimini güvence altına almak.
- **Amaç 7. Erişilebilir ve Temiz Enerji:** Herkes için yeterli, güvenilir, sürdürülebilir ve modern enerjiye ulaşma imkânı sağlamak.
- **Amaç 8. İnsana Yakışır İş ve Ekonomik Büyüme:** İstikrarlı, kapsayıcı ve sürdürülebilir bir ekonomik büyümenin, tam ve üretken istihdamın ve herkes için insana yakışır işlerin oluşturulması ve desteklenmesi.
- **Amaç 9. Sanayi, Yenilikçilik ve Altyapı:** Sağlam altyapılar oluşturmak, kapsayıcı ve sürdürülebilir sanayileşmeyi destekleme ve yenilikçiliği geliştirmek.
- **Amaç 10. Eşitsizliklerin Azaltılması:** Ülke içi ve ülkeler arası eşitsizlikleri azaltmak.
- **Amaç 11. Sürdürülebilir Şehirler ve Topluluklar:** Şehirleri ve insan yerleşim yerlerini kapsayıcı, güvenli, sağlam ve sürdürülebilir hale getirmek.
- **Amaç 12. Sorumlu Üretim ve Tüketim:** Sürdürülebilir üretim ve tüketim şekillerini oluşturmak.
- **Amaç 13. İklim Eylemi:** İklim değişikliği ve etkileri ile mücadele için acil olarak harekete geçmek.

⁵⁹<https://www.kureselamaclar.org/amaclar> (Erişim Tarihi: 22.04.2022).

- **Amaç 14. Sudaki Yaşam:** Sürdürülebilir kalkınmayı sağlamak için okyanusları, denizleri ve deniz kaynaklarını korumak ve sürdürülebilir bir şekilde faydalanmak.
- **Amaç 15. Karasal Yaşam:** Karasal ekosistemleri korumak, geliştirmek ve sürdürülebilir olarak faydalanılmasını desteklemek; sürdürülebilir bir orman yönetimi sağlamak, çölleşme ile mücadele etmek; arazi bozulmalarını engellemek ve tersine çevirmek, biyolojik çeşitlilik kaybının önüne geçmek.
- **Amaç 16. Barış, Adalet ve Güçlü Kurumlar:** Sürdürülebilir kalkınma için barışçıl ve kapsayıcı toplumlar oluşturmak, herkes için adalete ulaşımı sağlamak ve her seviyede etkili, hesap verebilir ve kapsayıcı kurumlar meydana getirmek.
- **Amaç 17. Amaçlar İçin Ortaklıklar:** Uygulama araçlarını güçlendirmek ve sürdürülebilir kalkınma için küresel ortaklığı geliştirmek.

Sürdürülebilir kalkınma açısından bir diğer önemli gelişme ise “21. Taraflar Konferansı” olarak da bilinen “Paris İklim Zirvesi”nde gerçekleşmiştir. Bu önemli gelişme ise 12 Aralık 2015 tarihinde Paris İklim Zirvesi’nde oy birliğiyle kabul edilen “Paris İklim Anlaşması”dır (Karakaya, 2016, s. 1-2). Paris İklim Anlaşması sayesinde uluslararası iklim yaklaşımında yeni bir döneme girilmiştir. Anlaşmanın oy birliğiyle kabul edilmesi, bir yıldan kısa bir zamanda yürürlüğe girmesi ve Kyoto Protokolü’ne kıyasla daha geniş bir kapsama sahip olması bu anlaşmanın önemini gösteren başlıca niteliklerdir (Kaya, 2020, s. 182).

Günümüzde sürdürülebilir kalkınma, uluslararası kuruluşların ve çevre aktivistlerinin sloganı, kalkınmada planlayıcı roldekilerin jargonu, akademik konferans ve makalelerin teması gibi her yerde karşımıza çıkmakta olan bir kalkınma paradigması haline gelmiştir (Mensah, 2019, s. 2).

4.2.2.2. Türkiye’de sürdürülebilir kalkınmanın tarihsel gelişimi

Türkiye’de çevre konusunda politikaların oluşturulmasına yönelik ilginin ortaya çıkışı, dünyadaki gelişmelerle benzer şekilde Stockholm Konferansı sonrası döneme denk gelmektedir. 1978 yılında Başbakanlık Çevre Müsteşarlığı’nın kurulmasıyla ise çevrenin korunması, devlet politikası olarak benimsenmeye başlanmıştır (Özmehmet, 2008, s. 16).

Bu bağlamda başta Anayasa olmak üzere Türkiye’de çevre ve çevrenin korunmasına ilişkin birçok kanuni düzenleme yapılmıştır. Bunlara ek olarak ikili veya çok taraflı anlaşmalar aracılığıyla da çevre konusunda düzenlemeler yapıldığı görülmektedir (Eryılmaz, 2011, 17).

Türkiye, 1992 yılında gerçekleştirilen Rio Konferansı’ndan sonra Yedinci Beş Yıllık Kalkınma Planı’ndan itibaren bütün kalkınma planlarında sürdürülebilir kalkınmayla ilişkili hedeflere yer vermiştir. Buna ek olarak, birçok sektörel ve tematik ulusal politikalarda da sürdürülebilir kalkınma kavramının kendine yer bulduğu görülmektedir (Strateji ve Bütçe Başkanlığı, 2019a, s. 9).

Türkiye’de sürdürülebilir kalkınma kavramının ilk kez yer aldığı Yedinci Beş Yıllık Kalkınma Planı’nda (1996-2000) sürdürülebilir kalkınma yaklaşımı doğrultusunda, insan sağlığı ve doğal dengeyi koruyarak sürekli bir kalkınmayı sağlayacak şekilde doğal kaynakların yönetilmesi ve gelecek nesillere insana yakışır bir doğal, fiziki ve sosyal çevrenin bırakılması temel strateji olarak belirtilmiştir (Devlet Planlama Teşkilatı, 1996, s. 191).

Sekizinci Beş Yıllık Kalkınma Planı’nda (2001-2005) ise; doğrudan sürdürülebilir kalkınma kavramı kullanılmamakla beraber planda yer alan “*insan sağlığını, ekolojik dengeyi, kültürel, tarihi ve estetik değerleri korumak suretiyle ekonomik ve sosyal gelişmeyi sağlamak esastır*” ifadesi, sürdürülebilir kalkınmanın amaçlandığını ortaya koymaktadır (Devlet Planlama Teşkilatı, 2001, s. 188).

Dokuzuncu Kalkınma Planı’nda (2006-2013) sürdürülebilir kalkınmanın sağlanmasında hızlı nüfus artışı ve sanayileşme sürecinin bir baskı unsuru olmaya devam ettiği vurgulanmıştır. Bu bağlamda, çevrenin korunması ve üretim sürecinin olumsuz etkilenmemesi için doğal kaynakların sürdürülebilir kullanımına ilişkin kurum ve kuruluşların görev ve yetki dağılımında yetersiz olduğu ifade edilmiştir (Devlet Planlama Teşkilatı, 2006, s. 28).

Onuncu Kalkınma Planı’nda (2014-2018), sürdürülebilir kalkınma konusuna önceki kalkınma planlarına kıyasla daha detaylı bir şekilde yer verildiği söylenebilir. Önceki kalkınma planlarında her ne kadar sürdürülebilir kalkınma kavramına doğrudan ya da dolaylı olarak yer verilmiş olsa da bu planda sürdürülebilir kalkınma bağlamında gerek önceki dönemlerin durum analizi gerekse hedefler, daha açık ve detaylı bir şekilde

ifade edilmiştir. Sürdürülebilir kalkınma, Onuncu Kalkınma Planı'nın temel ilkelerinden biri olup, plan insan merkezli kalkınma anlayışına dayanmaktadır (Kalkınma Bakanlığı, 2016, s. 1). Planda, ekonomik büyümenin sosyal ve çevresel unsurlarla uyumunun sağlanması, büyümenin faydalarının sosyal yapının iyileştirilmesi ve çevre üzerindeki baskının azaltılması amacıyla da kullanılmasının sürdürülebilir kalkınma için bir gereklilik olduğu ifade edilmiştir (Kalkınma Bakanlığı, 2014, s. 118).

Türkiye'de şu anda On Birinci Kalkınma Planı (2018-2023), uygulanmaktadır. Bu plan, 2015 yılında kabul edilen “2030 Sürdürülebilir Kalkınma Amaçları” sonrasında oluşturulmuştur. Bu bağlamda, Sürdürülebilir Kalkınma Amaçlarının öncelikler doğrultusunda politikalarda yer alması, amaçlara dair etkili bir takip ve gözden geçirme mekanizması oluşturulmasının temel amaç olduğu planda ifade edilmiştir (Strateji ve Bütçe Başkanlığı, 2019a, s. 191). Bu dönem içinde Türkiye, 2019 yılında “Sürdürülebilir Kalkınma Amaçları Değerlendirme Raporu”nu yayınlamıştır. Raporda sürdürülebilir kalkınmanın küresel ve Türkiye'deki durumu, 2030 Sürdürülebilir Kalkınma Amaçları kapsamında belirlenmiş olan on yedi amaç bağlamında detaylı bir şekilde değerlendirilmiştir. Bu bağlamda, Türkiye'nin sürdürülebilir kalkınma gündemindeki alanlarda, mevzuat, politika ve strateji açısından küresel ortalamaların üzerinde olduğu, uygulama ve ilerleme açısından ise bazı alanlarda küresel ortalamaların üzerinde iken; bazı alanlarda küresel ortalamalar seviyesinde olduğu ifade edilmiştir (Strateji ve Bütçe Başkanlığı, 2019b, s. 279).

4.3. Dijital Sosyal Girişimcilik ve Sürdürülebilir Kalkınma İlişkisi

Sosyal girişimcilik ve bu bağlamda dijital sosyal girişimcilik özü itibarıyla sürdürülebilir kalkınma açısından etki yaratma potansiyeli olan bir girişimcilik türüdür. Bu bağlamda başlık altında öncelikle dijitalleşme ve sürdürülebilir kalkınma ilişkisi daha sonra ise dijital sosyal girişimciliğin sürdürülebilir kalkınmaya etkileri incelenecektir.

4.3.1. Dijitalleşme ve sürdürülebilir kalkınma

Dijitalleşme hayatımızın hemen her alanına dâhil olmuş bir teknolojik gelişmedir. Dünyada ve ülkemizde dijitalleşme bağlamında gerçekleşen hızlı gelişmeler neticesinde, internet ve diğer dijital teknolojiler, günlük hayatta yoğun olarak kullanılmaya

başlanmıştır. Dijital araçların yoğun bir şekilde kullanımı ve onlara artan bağımlılığımız, dijitalleşmenin günümüz için önemli bir ihtiyaç olduğunu ve sosyoekonomik alanda devrim yaratma potansiyeline sahip olduğunu net bir şekilde ortaya koymaktadır. Dijitalleşme, sosyoekonomik açıdan yönetim, düzenleme, planlama ve işleyiş gibi birçok alanda süreçleri basitleştiren ve sonuç itibarıyla yaşam kalitesini zenginleştiren bir araç haline gelmiş durumdadır (Bhutani ve Paliwal, 2015, s. 11). Dijital araçların giderek günlük hayatın hemen her alanında kullanılmaya başlanması ve kullanımının teşvik edilmesi; çevrimiçi eğitim sayesinde sosyal eşitliğin sağlanması, ihtiyaç duyulan bilgi ve becerilere kolay bir şekilde ulaşma imkânı, iklim değişikliği ile mücadele, teknolojik farkındalık ve kültürel gelişim gibi birçok fayda sağlamaktadır. Bu bağlamda, dijitalleşme, toplumsal refahı da beraberinde getirmektedir (KPMG Türkiye ve Dijital Türkiye Platform, 2021, s. 5).

Dijital teknolojiler, bilgiyi daha güvenli hale getirerek, karar mekanizmalarının daha iyi bilgilendirilmesini sağlayarak, veriye dayalı politikalar uygulayarak, eylemleri önceliklendirerek ve kaynak tahsisinde optimizasyonu sağlayarak sürdürülebilir kalkınmanın gerçekleştirilmesine de katkıda bulunmaktadır (Bechmann vd., 2022, s. 1). Bu bağlamda özellikle son birkaç yıldır sürdürülebilir kalkınmanın sağlanmasına yönelik küresel çabalarda teknoloji ve dijitalleşmeye daha fazla önem verilmeye başlandığı görülmektedir. Dijitalleşme; insan davranışları, çevre ve bu gibi birçok veri, politika yapıcılar için uygun kalkınma programları oluşturma, ilerlemeyi izleme ve dinamik iyileştirme potansiyeline sahiptir. Bu ise, sürdürülebilir kalkınma hedeflerine daha düşük maliyetlerle ulaşma imkânı sağlamaktadır. Dijital dönüşüm ve geniş kapsamlı veri toplama sayesinde yönetimlere sürdürülebilir bir toplum oluşturma konusunda önemli destekler sağlayabilir (ElMassah ve Mohieldin, 2020, s. 1-2).

Dijitalleşme; mobil internet, nesnelerin interneti ve büyük veri gibi birçok önemli yenilik getirmiştir. Bu sayede işletmeler, kaynaklarını ve maliyetlerini optimize etmekte ve kurumsal teknolojiler geliştirmektedir. Dijitalleşme, sosyal açıdan ise insanların dijital platformlarda bir araya gelmelerini sağlamaktadır. Dijitalleşme, getirmiş olduğu yenilikler sayesinde verimlilik ve büyüme bağlamında da önemli fırsatlar sunarak ekonomik istikrara da katkıda bulunmaktadır. Bu bağlamda, dijitalleşmenin bizi sürdürülebilir kalkınmaya daha da yaklaştırdığı söylenebilir (Bhutani ve Paliwal, 2015, s. 14).

Dijitalleşme, daha önce hiçbir teknolojik yenilik döneminde görmediğimiz kadar hızlı bir şekilde tüm sektörlerde yaygınlaşmakta, enerji verimliliği ve yeterliliğini artırmakta, ekolojik dengenin, küresel ortak alanların izlenmesi ve korunmasını sağlamaktadır. Bu bağlamda, dijital teknolojilerin sürdürülebilir kalkınmaya önemli katkıları bulunmaktadır. Ancak, şimdiye kadar dijitalleşmenin sürdürülebilir kalkınma için yeterince seferber edilmediği görülmektedir. Bu nedenle dijitalleşmedeki eğilimlerin tersine çevrilerek sürdürülebilir kalkınmaya giden yolların oluşturulması gerekmektedir (TWI2050, 2019, s. 9). Bu bağlamda günümüzde uluslararası alanda dijitalleşme ve sürdürülebilir kalkınma ilişkisinin güçlendirilmesine yönelik olarak çalışmalar yapılmaya başlanmıştır. Özellikle AB tarafından yapılan çalışmalar bu anlamda önemlidir. AB tarafından oluşturulan “*Avrupa 2030 Dijital Pusulası*”nda dijital dönüşüm, AB ekonomisinin daha sürdürülebilir ve daha yeşil bir düzeye erişmesini amaçlayan politika başlıkları arasında yer almaktadır. Buna ek olarak AB, “*Avrupa Yeşil Mutabakatı*” ile uyumlu bir şekilde üretim ve büyüme stratejilerine yön vermekte, 2050 yılına kadar Avrupa kıtasının iklim nötr⁶⁰ olmasını hedeflemektedir. Bu bağlamda dijital teknolojiler sayesinde doğaya duyarlı teknoloji çözümlerinden faydalanılması, üretimde karbon ayak izini azaltarak Avrupa Yeşil Mutabakatı’na geçişin kolaylaştırması, şirketlere ve çalışanlara yeni dijital becerilerin kazandırılması öncelikli amaçlar arasında yer almaktadır (Keleş, 2021, s. 1). Bu bağlamda dijitalleşmeden doğru şekilde faydalanılması sayesinde güvenli içme suyu, hijyen, uygun fiyatlı enerji, güvenli gıda temini, sağlık hizmetleri, kaliteli eğitim gibi birçok alanda fayda sağlanacaktır (Pollitzer, 2019, s. 76).

Dijitalleşme, her ne kadar sürdürülebilir kalkınmanın gerçekleştirilebilmesi için önemli katkılar sağlasa da dijitalleşmenin sürdürülebilir kalkınma bağlamında çevreye birtakım zararları da bulunmaktadır. Bu bağlamda dijital atık olarak ifade edilen elektronik araçlardan kaynaklanan atıkların çevreye ve canlılara önemli zararları bulunmaktadır. Dijital çağda kullanımı giderek artan dijital araçların üretiminde tehlikeli olarak kabul edilen cıva ve kurşun gibi toksik maddeler kullanılmaktadır. Bu araçlar kullanım sürelerini doldurduğunda elektronik atık olarak çöpe atılmaktadır. Bunun sonucunda ise ortaya çıkan toksik ve tehlikeli kimyasallar çeşitli yollarla toprak, atmosfer ve su kirliliğine sebep olarak insanlar, hayvanlar ve bitkiler için önemli bir tehlike

⁶⁰İklim nötr; “*karbon nötr ve net sıfır karbondioksit salınımının olduğu durum*”dur.

oluşturmaktadır (Abd-Mutalib vd., 2021, s. 1). Bu nedenle dijital atıklardan kaynaklanan zararın en aza indirilmesi için elektronik atıkların doğru yönetilmesi ve geri dönüşümünün sağlanmasına yönelik çalışmalar yapılarak sürdürülebilir kalkınma bağlamında sorun oluşturmamasının önüne geçilebilir.

Gelinen noktada dijitalleşmenin sürdürülebilir kalkınma üzerinde olumlu ve olumsuz etkilerini kıyasladığımızda dijitalleşme olmadan sürdürülebilir kalkınmanın daha az verimli ve başarılı olacağını söylemek mümkündür. Dijitalleşmeye ve teknolojik gelişmelere uyum sağlayan, sürdürülebilirlik ilkelerini dijital dönüşümlere entegre eden girişimler ve kamu kurumlarının, sürdürülebilir kalkınma için önemli katkılar sağlayacağı şüphe götürmemektedir (Makarovic, 2022, s. 166).

4.3.2. Dijital sosyal girişimciliğin sürdürülebilir kalkınmaya etkileri

Sosyal girişimcilik, tarihsel süreçte ortaya çıkışı ve gösterdiği gelişim itibariyle sürdürülebilir kalkınma ve bu bağlamda belirlenmiş olan Birleşmiş Milletler 2030 Sürdürülebilir Kalkınma Amaçları ile uyumlu olma potansiyeline sahip bir girişimcilik türüdür. Sosyal girişimcilik üzerine yapılmış tanımlardan da bu açık bir şekilde anlaşılabilir. Çünkü yapılan tanımlarda vurgulanan en önemli unsurlar sosyal sorunları çözme ve sosyal fayda üretmektir. Bu bağlamda oluşturulan sosyal girişimlerin birçoğu açık bir şekilde sürdürülebilir kalkınmanın gerçekleştirilmesini amaç olarak belirlemese bile sosyal sorunlara bulmuş oldukları çözümler ve ortaya çıkardıkları sosyal fayda, geleneksel anlamda çevre odaklı sürdürülebilir kalkınma üzerinde doğrudan etkili olmasa da modern, insan odaklı sürdürülebilir kalkınma yaklaşımı açısından katkı sağlamaktadır. Dijital çağın ortaya çıkarmış olduğu bir sosyal girişimcilik türü olarak dijital sosyal girişimciliğin de benzer şekilde sürdürülebilir kalkınmanın sağlanmasında önemli katkıları bulunmaktadır. Bu bağlamda çevrenin ve doğanın korunması ve gelecek nesillere sağlıklı bir şekilde bırakılması hedefiyle kurulan dijital sosyal girişimler olduğu gibi aynı zamanda 2030 Sürdürülebilir Kalkınma Amaçları kapsamında yer alan diğer hedeflerin gerçekleştirilmesine ve bu bağlamda insan odaklı sürdürülebilir kalkınma yaklaşımına katkı sağlayan birçok dijital sosyal girişimin oluşturulduğu görülmektedir.

Dijitalleşmenin getirdiği hız, dijital sosyal girişimlerin oluşturulmasında, tanıtımında ve faydalanıcılara ulaşmasında geleneksel sosyal girişimlere göre çok daha hızlı bir şekilde oluşturulmalarını ve sosyal fayda sağlamalarını mümkün kılmaktadır.

Dijital teknolojiler sayesinde oluşturulan dijital platformlar, yazılımlar, uygulamalar ve altyapı geliştirmeleri hem çeşitli sürdürülebilir eylemlere erişimi kolaylaştırmakta hem de sürdürülebilir fikir ve projeleri hayata geçirmek ve paylaşmak için açık, erişilebilir bir arayüz sağlamaktadır (Makarovic, 2022, s. 168). Bu durum, sürdürülebilir kalkınma bağlamında dijital sosyal girişimlerin, geleneksel sosyal girişimlere göre daha verimli olmasına imkân tanımaktadır.

Dijital sosyal girişimler, sosyal sorunların çözümünde yalnızca sorunun çözülmesini değil aynı zamanda yıkıcı bir yenilik meydana getirerek sistemi değiştirmeyi ve sürdürülebilir hale getirmeyi de amaçlamaktadır. Dijital sosyal girişimcilik, ekonomik sürdürülebilirliğe de katkıda bulunarak aynı zamanda sosyal girişimlerin daha fazla yatırım alarak sürdürülebilir olmasını sağlamaktadır⁶¹. Bu sosyal girişimler gerek doğrudan gerekse dolaylı olarak sürdürülebilir kalkınma amaçları bağlamında önemli katkılar sağlamaktadır.

Ülkemizdeki dijital sosyal girişim örneklerinin sürdürülebilir kalkınmaya etkilerinden bahsetmeden önce dünyadan “Plentify”, “Good Food Purchasing”, “Aircare”, “Integrity Action” ve “Everwell” dijital sosyal girişimlerinin sürdürülebilir kalkınmaya etkileri ele alınabilir.

Plentify, ürettiği akıllı ev ürünleri ile uygun fiyatlı, güvenilir ve temiz elektriğe erişim imkânı sağlayan bir dijital sosyal girişimdir. Plentify, geliştirdiği akıllı ev ürünlerinde gelişmiş donanım, yapay zekâ ve kullanıcı merkezli tasarımı bir araya getirmektedir. Plentify tarafından geliştirilmiş olan mobil uygulama sayesinde evlerde kullanılan su ısıtıcısı gibi ürünlere yerleştirilen cihazlar ile bağlantı kurularak, enerji tasarrufu sağlama ve ani gerilim yükselmelerinin olduğu durumlarda elektrik tesisatının korunması amacıyla uzaktan kontrol geręekleřtirilmektedir. Bu sayede özellikle elektriğe erişim sorunu yaşanan bölgelerde mevcut enerjinin boşa harcanması engellenmektedir. Güney Afrika ve ABD merkezli sosyal girişim, geline n noktada dünya çapındaki müşterilerine hizmet vermekte ve bu hizmet karşılığında elde ettiği geliri ise ürün geliştirmek üzere kullanmaktadır⁶². Plentify dijital sosyal girişimi, geliştirmiş olduğu akıllı ev ürünleri sayesinde 2030 Sürdürülebilir Kalkınma Amaçları kapsamında yer alan

⁶¹https://ssir.org/articles/entry/social_tech_entrepreneurs_building_blocks_of_a_new_social_economy?_ga=2.70788566.752005957.1650806846-73242691.1650806846# (Erişim Tarihi: 24.04.2022)

⁶²<https://plentify.io/about/> (Erişim Tarihi: 18.05.2022)

“Amaç 7: Erişilebilir ve Temiz Enerji” bağlamında sürdürülebilir kalkınmaya katkı sağlamaktadır.

Bir diğer dijital sosyal girişim örneği ise adil ve geri dönüştürülebilir bir gıda sisteminin oluşturulmasını amaçlayan “*Good Food Purchasing*”tir. Good Food Purchasing, okullar, hastaneler ve ceza infaz kurumları gibi büyük boyutlarda gıda hizmeti satın alan kurumlara çevre, sağlık ve ekonomi açısından daha sürdürülebilir bir gıda tedarik sistemi oluşturmayı amaçlayan bir dijital sosyal girişimdir. Good Food Purchasing, geliştirdiği çevrimiçi platform aracılığıyla kurumların gıda harcamalarını beş ölçüt bağlamında analiz eden bir çevrimiçi platform olarak hizmet sunmaktadır. Bu bağlamda kullanıcılar, gelişmiş sağlık ve beslenme, azaltılmış çevresel etkiler, daha güçlü yerel ekonomiler, daha değerli işgücü ve iyileştirilmiş hayvan refahı olmak üzere beş ölçüte göre hizmetten bekledikleri faydayı ve tasarruflarını özelleştirebilmektedir⁶³. Good Food Purchasing, sağladığı bu hizmetler sayesinde sürdürülebilir kalkınmaya da önemli katkılar sağlamaktadır. Bu bağlamda Good Food Purchasing, 2030 Sürdürülebilir Kalkınma Amaçları bağlamında geri dönüştürülebilir gıda sisteminin oluşturulmasına yönelik verdiği hizmetler sayesinde “*Amaç 12: Sorumlu Üretim ve Tüketim*” bağlamında sürdürülebilir kalkınmaya katkı sağlamaktadır. Buna ek olarak gıda tedarik sisteminde benimsemiş olduğu ölçütler sayesinde işgücünün değerinin artırılmasını, yerel ekonomilerin güçlendirilmesini ve gıda sisteminin çevre üzerindeki etkilerinin azaltılmasını sağlayarak “*Amaç 8: İnsana Yakınsır İş ve Ekonomik Büyüme*”, *Amaç 11: Sürdürülebilir Şehirler ve Topluluklar*” ve “*Amaç 13: İklim Eylemi*” üzerinde olumlu etkiye bulunmaktadır.

Bir diğer dijital sosyal girişim örneği ise AirCare’dir. İlk olarak Makedonya’da daha temiz bir hava için faaliyetlerine başlayan AirCare, daha sonra ise temiz hava için mücadele eden küresel çapta bir topluluğa dönüşmüştür⁶⁴. AirCare dijital sosyal girişimi, geliştirmiş olduğu bir mobil uygulama aracılığıyla hava kalitesi verilerini görselleştirerek kötü hava kalitesinin kaynakları ve etkilerine ilişkin kullanıcıları bilgilendirmekte, eğitmekte ve bu sayede daha yeşil bir gelecek için harekete geçmelerini teşvik etmektedir⁶⁵. AirCare, geliştirdiği bu uygulama sayesinde 2030 Sürdürülebilir Kalkınma

⁶³<https://finance.yahoo.com/news/good-food-impact-hub-help-140500495.html> (Erişim Tarihi: 19.05.2022)

⁶⁴<https://www.startupbalkans.com/north-macedonia-entrepreneurship-a-z/> (Erişim Tarihi: 20.05.2022)

⁶⁵<https://accelerate2030.net/aircare/> (Erişim Tarihi: 20.05.2022)

Amaçları kapsamında yer alan “*Amaç 11: Sürdürülebilir Şehirler ve Topluluklar*” ve “*Amaç 13: İklim Eylemi*”nin gerçekleştirilmesine katkı sağlamaktadır.

“*Integrity Action*” ise bir diğer dijital sosyal girişim örneği olarak karşımıza çıkmaktadır. Integrity Action, bireylerin yaşadıkları bölgedeki eğitim veya altyapı gibi alanlardaki önemli proje ve hizmetlerin sunumunu izlemelerine ve buldukları sorunları çözmelerine yardımcı olan bir dijital sosyal girişimdir⁶⁶. Geline nokta Integrity Action aracılığıyla 1 milyar dolar değerinde proje ve hizmet, gözlemci bireyler tarafından izlenmiş ve tespit edilen dokuz bin sorundan altı bini çözülmüştür⁶⁷. Integrity Action, oluşturmuş olduğu sorun tespit ve çözüm mekanizması sayesinde daha sürdürülebilir şehirler ve toplulukların oluşturulmasına katkı sağlayarak 2030 Sürdürülebilir Kalkınma Amaçları arasında yer alan “*Amaç 11: Sürdürülebilir Şehirler ve Topluluklar*”ın gerçekleştirilmesinde olumlu bir etki yaratmaktadır.

Bir diğer dijital sosyal girişim örneği olan “*Everwell*” ise sağlık sistemi için kullanıcı merkezli teknolojiler geliştirmektedir⁶⁸. Everwell tarafından geliştirilen ilaç takip sistemi, canlı video konferans ile danışmanlık ve akıllı ilaç kutusu gibi teknolojiler ile hastaların ilaç kullanımı ve tedavi süreci takip edilerek elde edilen veriler “*Everwell Hub*” olarak adlandırılan platforma kaydedilmekte ve tedavi süreci tek bir portal üzerinden değerlendirilmektedir⁶⁹. Everwell ve geliştirdiği teknolojiler sayesinde sağlık personelinin kişiye özel tedavi uygulaması ve yüksek risk grubunda olan hastaların belirlenmesine yardımcı olunmaktadır⁷⁰. Everwell, sağlık sisteminin iyileştirilmesine ve hastaların tedavisine sağladığı katkılar ile 2030 Sürdürülebilir Kalkınma Amaçları kapsamında yer alan “*Amaç 3: Sağlıklı ve Kaliteli Yaşam*” bağlamında sürdürülebilir kalkınmayı olumlu etkilemektedir.

⁶⁶<https://www.integrityaction.org/what-we-do/> (Erişim Tarihi: 20.05.2022)

⁶⁷<https://www.integrityaction.org/what-we-do/impact/> (Erişim Tarihi: 20.05.2022)

⁶⁸<https://www.everwell.org/> (Erişim Tarihi: 20.05.2022)

⁶⁹<https://www.everwell.org/everwell-hub> (Erişim Tarihi: 20.05.2022)

⁷⁰<https://www.everwell.org/copy-of-adherence-management> (Erişim Tarihi: 20.05.2022)

5. TÜRKİYE’DE ENDÜSTRİ 4.0 BAĞLAMINDA DİJİTAL SOSYAL GİRİŞİMCİLİĞİN SÜRDÜRÜLEBİLİR KALKINMAYA ETKİLERİ

Bu bölümde Endüstri 4.0 bağlamında Türkiye’de dijital sosyal girişimciliğin sürdürülebilir kalkınmaya etkilerinin olduğu varsayımından hareketle önceki bölümlerde kavramsal düzeyde ele alınan dijital sosyal girişimcilik alanındaki uygulama örnekleri derlenmiştir. Derlenen örnekler doğrultusunda ise dijital sosyal girişimciliğin Birleşmiş Milletler 2030 Sürdürülebilir Kalkınma Amaçları çerçevesinde sürdürülebilir kalkınma üzerindeki etkilerinin ortaya konulması amaçlanmıştır. Bu bağlamda seçilen dijital sosyal girişim örnekleri, çevre alanındaki dijital sosyal girişimler, eğitim alanındaki dijital sosyal girişimler, blockchain tabanlı dijital sosyal girişimler, dezavantajlı gruplara yönelik dijital sosyal girişimler ve bilgi ekosistemi alanındaki dijital sosyal girişimler olmak üzere beş kategoride incelenmiş ve sürdürülebilir kalkınmaya etkileri açıklanmıştır.

5.1. Yöntem

Bölüm kapsamında incelenen Türkiye’deki dijital sosyal girişim örnekleri için 8 Mart 2022 ve 20 Mayıs 2022 tarihleri arasında “*Ashoka Türkiye*⁷¹” platformunda yer alan sosyal girişimciler listesi, “*Sosyal Up*⁷²” platformunda yer alan sosyal girişimler listesi ve diğer internet kaynakları taranmıştır. Yapılan tarama sonucunda on sekiz dijital sosyal girişim örneği seçilmiştir. Ele alınan dijital sosyal girişim örneklerinin seçiminde gerek uluslararası gerekse ulusal boyutta ödüller alarak başarısını kanıtlamış olması, uluslararası alanda iş birliklerinin bulunması, mevcut durumda aktif olarak faaliyetlerine devam ediyor olması ve sürdürülebilir kalkınma bağlamında etki yaratma potansiyelinin olması kriter olarak dikkate alınmıştır. Dijital sosyal girişimciliğin henüz yeni bir alan olması ve ülkemizde yeterli sayıda akademik çalışma olmaması gibi sınırlılıklar nedeniyle ülkemizdeki dijital sosyal girişim örneklerinin hepsi incelenememiştir. Seçilen uygulama örneklerinin incelenmesinde ise öncelikle dijital sosyal girişimlerin resmi internet sitelerinden faydalanılmıştır. Daha sonra ise diğer internet kaynaklarında yer alan haberler ve analizler incelenmiştir.

⁷¹Ashoka Türkiye; dünyanın ilk ve en kapsamlı sosyal girişimci ağı olan Ashoka’nın Türkiye ofisidir (<https://ashokaturkiye.org/> (Erişim Tarihi: 26.05.2022)).

⁷²Sosyal Up; sosyal sorumluluk, sivil toplum, sosyal girişimcilik ve sürdürülebilir kalkınma alanında haberlerin ve analizlerin yer aldığı bir platformdur (<http://sosyalup.net/> (Erişim Tarihi: 27.05.2022)).

Bu bölümde Türkiye’de oluşturulmuş dijital sosyal girişimler; çevre alanındaki dijital sosyal girişimler, eğitim alanındaki dijital sosyal girişimler, blockchain tabanlı dijital sosyal girişimler, dezavantajlı gruplara yönelik dijital sosyal girişimler ve bilgi ekosistemi alanında faaliyet gösteren dijital sosyal girişimler olmak üzere beş kategoride incelenmiştir. Bu şekilde bir kategorileştirmeye gidilmesinde seçilen dijital sosyal girişim örneklerinin ana faaliyet alanları dikkate alınmıştır. Seçilen dijital sosyal girişim örneklerinin ana faaliyet alanlarının belirlenmesinde ise seçilen örneklerin resmî web sitelerinde yer alan “anasayfa”, “hakkımızda”, “vizyon ve misyon” gibi dijital sosyal girişim örneklerinin tanıtıldığı sayfalar ve seçilen dijital sosyal girişim örneklerine ilişkin internet kaynaklarında yer alan tanıtım ve analizler incelenmiştir. Belirtilen bu sayfalarda seçilen beş anahtar kelimeden bir veya birkaçının toplamda en az üç defa kullanılması sosyal girişimin yer aldığı kategorinin belirlenmesinde ölçüt olarak dikkate alınmıştır. Ancak dezavantajlı gruplara yönelik sosyal girişimler kategorisinde seçilen anahtar kelimelerin tam anlamıyla belirleyici olmadığı ve farklı kavramlarla da karşımıza çıkabildiği görülmüştür. Bundan dolayı dezavantajlı gruplara yönelik dijital sosyal girişimler kategorisi özelinde görme engelliliği, duyma engelliliği ve otizm gibi sorunların çözümüne yönelik olarak faaliyet gösteren dijital sosyal girişimler, dezavantajlı gruplara yönelik faaliyet gösteren dijital sosyal girişimler olarak değerlendirilmiş ve ilgili kategoride incelenmiştir. Her bir kategori için ölçüt olarak belirlenen anahtar kelimeler ise tablo 5.1’de şu şekilde ifade edilmiştir:

Tablo 5.1.*Dijital Sosyal Girişim Kategorileri İçin Belirlenen Anahtar Kelimeler*

Çevre Alanındaki Dijital Sosyal Girişimler	Eğitim Alanındaki Dijital Sosyal Girişimler	Blockchain Tabanlı Dijital Sosyal Girişim	Dezavantajlı Gruplara Yönelik Dijital Sosyal Girişimler	Bilgi Ekosistemi Alanında Faaliyet Gösteren Dijital Sosyal Girişimler
Çevre	Eğitim	Blockchain	Dezavantajlı Gruplar	Bilgi
Doğa	Öğretim	Blokszinciri	Engelli	Haber
İklim	Öğrenci	Dijital para	Yoksul	Doğrulama
Ekoloji	Öğrenme	Kripto para	Sosyal Dışlanma	Sosyal Medya
Doğal Kaynak	Burs	Dijital cüzdan	Sosyal Adalet	Medya Okuryazarlığı

Bu bağlamda seçilen dijital sosyal girişimler ve faaliyet alanlarına göre yer aldıkları kategoriler ise tablo 5.2’de şu şekilde ifade edilmiştir:

Tablo 5.2. Türkiye’deki Dijital Sosyal Girişim Örnekleri

Çevre Alanındaki Dijital Sosyal Girişimler	Eğitim Alanındaki Dijital Sosyal Girişimler	Blockchain Tabanlı Dijital Sosyal Girişim	Dezavantajlı Gruplara Yönelik Dijital Sosyal Girişimler	Bilgi Ekosistemi Alanında Faaliyet Gösteren Dijital Sosyal Girişimler
Ecording	KızCode	Uçurtma	Engelsiz Çeviri	Doğruluk Payı
Good4Trust	Kodluyoruz		WeWalk	Teyit
Tabit	Microfon		BlindLook	
Fazla Gıda			Otsimo	
			Tolkido	
			İhtiyaç Haritası	
			Toktut	
			İyilik Kazansın	

İncelenen dijital sosyal girişim örneklerinin sürdürülebilir kalkınma bağlamındaki etkilerinin belirlenmesinde ise kategorilerin belirlenmesinde kullanılan yöntemle benzer şekilde dijital sosyal girişimlerin resmî web sitelerinden ve diğer internet kaynaklarından faydalanılmıştır. Seçilen dijital sosyal girişimlerin etki ettiği sürdürülebilir kalkınma amaçları bağlamında ilk olarak resmî web sitelerinde ifade edilen amaçlar ve SosyalUp sitesinde yer alan sosyal girişimler listesinde belirtilen amaçlar dikkate alınmıştır. Son olarak ise dijital sosyal girişimlerin sağladıkları ürün ve hizmetler ile BM 2030 Sürdürülebilir Kalkınma Amaçları karşılaştırılarak uyumlu olan amaçlar belirlenmiştir.

5.2. Türkiye’deki Dijital Sosyal Girişim Örnekleri

5.2.1. Çevre alanındaki dijital sosyal girişimler

Geçmişten günümüze teknoloji sürekli bir gelişim halindedir. Geçmişte teknolojik gelişmeler öncelikle yerel etkiler yaratırken, geline noktada küreselleşme sayesinde dünyanın bir yerinde yaşanan teknolojik gelişmeler, kısa bir sürede tüm dünyayı etkileyebilmektedir. Özellikle sanayi, iletişim ve ulaşım teknolojilerindeki gelişmeler, tüm dünyada bir ağ oluşturmuş ve ülkelerin birbirlerinden etkilenmesini kolaylaştırmıştır.

Bu teknolojik gelişmelerin, her ne kadar birçok olumlu etkisi olsa da çevresel sorunları da beraberinde getirmiş ve çevre sorunlarının çözümüne yönelik çalışmalar da ilgi odağı haline gelmiştir (Kaypak, 2011, s. 19). Bu noktada ülkeler gerek ulusal kanunları ve uluslararası anlaşmalar çerçevesinde düzenlemeler yaparak gerekse de bu alanda çalışmalar yapan örgütler kurarak çevre sorunlarının çözümüne yönelik çaba sarf etmektedirler. Günümüzde devletlerin ve uluslararası örgütlerin çalışmalarına ek olarak çevre sorununun çözümüne yönelik olarak sivil toplum kuruluşları ve bireyler tarafından oluşturulan bazı sosyal girişimler de bulunmaktadır.

Ülkemizde çevre alanında faaliyet gösteren dijital sosyal girişimlerden biri “*Ecording*” sosyal girişimidir. 2017 yılında kurulan Ecording, bireysel çevre bilinci ve farkındalığını artırmayı amaçlayan bir sosyal girişimdir⁷³. Ecording, küresel iklim krizinin çözümüne sürdürülebilir ve inovatif çevre teknolojileri aracılığıyla katkı sağlamayı hedeflemektedir⁷⁴. Ecording, bu hedefini gerçekleştirmek için ise son yıllarda adını sıkça duyduğumuz droneları veya diğer bir ifadeyle insansız hava araçlarını kullanmaktadır. Ecording tarafından geliştirilen ve “*ecoDrone*” olarak isimlendirilen dronelar, dünya üzerindeki ulaşılması zor alanlarda havadan toplu bir şekilde tohum atarak ağaçlandırma çalışmaları gerçekleştirmektedir. ecoDrone’lar sayesinde havadan on dakikada iki bin beş yüz tohum topu atışı yapılabilmekte ve her bir uçuşta bir buçuk futbol sahası boyutunda bir alanı tarayarak iklim krizine karşı daha hızlı bir mücadele imkânı sağlamaktadır⁷⁵. Bu projenin bir diğer olumlu yanı ise ecoDrone ile yapılan ağaçlandırmanın maliyetinin, geleneksel yöntemlerle yapılan ağaçlandırmaya göre on iki kat daha az olmasıdır⁷⁶. Ecording tarafından oluşturulan ecoDrone projesi, 2020 yılında Yıldız Holding ve DenizTemiz Derneği (Turkish Environment Protection Association-TURMEPA) ortaklığıyla düzenlenen ve doğal kaynakların gelecek nesillere sağlıklı bir şekilde aktarılabilmesi için yenilikçi projeler üreten girişimcileri desteklemek amacıyla düzenlenen Sabri Ülker Çevre Ödülü’nü kazanmıştır⁷⁷.

⁷³<https://webrazzi.com/2020/03/02/dronelar-ile-tohum-topu-atisi-yapan-girisim-ecording/> (Erişim Tarihi: 11.03.2022)

⁷⁴<https://ecording.org/hakkimizda/> (Erişim Tarihi: 11.03.2022)

⁷⁵<https://ecording.org/ecodrone/> (Erişim Tarihi: 11.03.2022)

⁷⁶<https://www.sabriulkercevreodulu.com/tr/kazanan-projeler/2020-kazanan-proje/proje-hakkinda> (Erişim Tarihi: 11.03.2022)

⁷⁷<https://www.sabriulkercevreodulu.com/tr/duyurular/duyuru-detay/sabri-ulker-cevre-odulunun-bu-yil-ki-kazanani-ecodrone-projesi-oldu> (Erişim Tarihi: 11.03.2022)

Ecording, tohum üretiminde ekim alanlarının yakınında yaşayan kadınlardan destek almaktadır. Bu sayede iklim ve çevre sorununun çözümüne sağladığı katkının yanı sıra toplumsal ve ekonomik cinsiyet eşitsizliğiyle mücadeleye de destek olmaktadır⁷⁸.

Ecording sosyal girişiminin bir diğer projesi ise 2022 yılında yayınlanması planlanan “ecordingApp” mobil uygulamasıdır. Bu uygulama aracılığıyla dünya faydası için uygulama tarafından kişilere görevler verilecek ve görevleri yerine getirdiğini kanıtlayan kişiler, uygulamadan kazandıkları “ecoPuanlar” ile ödüller kazanacaklardır⁷⁹. Bu uygulama sayesinde kişilerin çevre konusunda daha bilinçli davranmaları teşvik edilmiş olacaktır.

Çevre alanında faaliyet gösteren bir diğer dijital sosyal girişim ise “Good4Trust”tır. Good4Trust, 2014 yılında kurulan bir sosyal girişimdir. Good4Trust, günümüz tüketim toplumunda, dünyamızı daha yaşanabilir kılmak amacıyla ekolojik ve sosyal açıdan adil üretim yapan üreticiler ile tüketicileri bir araya getiren bir dijital platformdur⁸⁰. Good4Trust, tüketici yerine üretici kavramını kullanarak üretim ekonomisine dikkat çekmektedir. Good4Trust sosyal girişiminin kurucusu Dr. Uygur Özkesmi’ye göre; “*kâr maksimizasyonu hedefiyle işleyen tüketim ekonomisinin, üreten tüketici ekonomisi veya diğer bir ifadeyle üretim ekonomisi denilen ekolojik ve sosyal olarak adil bir ekonomiye dönüştürülmesiyle dünyamızı etkileyen olumsuz etkiler tersine çevrilebilir ve medeniyet kurtarılabilir*” (Özkesmi, 2019, s. 1).

Good4Trust platformunda şu anda İzmit, Kuzey Ege ve Ashoka olmak üzere üç online çarşı bulunmakta ve üreticiler gıdadan çanta ve aksesuara kadar uzanan on beş kategoride ürün ve hizmet sunmaktadır⁸¹.

Good4Trust sosyal girişiminde yapılan iyiliklerin paylaşıldığı bir bölüm de bulunmaktadır. Bu bölümde, kişiler, doğaya, insanlara ve hayvanlara yapmış oldukları iyilikleri paylaşarak toplumdaki herkesi iyilik yapmaya teşvik etmektedir⁸².

⁷⁸<https://www.sabriulkercevreodulu.com/tr/kazanan-projeler/2020-kazanan-proje/proje-hakkinda> (Erişim Tarihi: 11.03.2022)

⁷⁹<https://ecording.org/ecordingapp/> (Erişim Tarihi: 11.03.2022)

⁸⁰<https://good4trust.org/about> (Erişim Tarihi: 12.03.2022)

⁸¹<https://good4trust.org/carsi> (Erişim Tarihi: 12.03.2022)

⁸²<https://www.sabancivakfi.org/tr/sosyal-degisim/good4trust> (Erişim Tarihi: 12.03.2022)

Good4Trust sosyal girişimi yalnızca Türkiye’de faaliyet göstermekle de kalmamış ve Şili, Güney Afrika ve Almanya’ya açılarak faaliyetlerini genişletmiştir⁸³ Good4Trust sosyal girişiminin, şu anda dört yüz otuz üretici ve tüketicisi olarak ifade edilen yirmi bir bin iki yüz altmış destekçi olmak üzere yirmi bir bin altı yüz doksan üyesi bulunmaktadır⁸⁴.

Good4Trust sosyal girişimi, Covid-19 pandemisiyle mücadele sürecinde de önemli bir katkıda bulunmuş ve uzaktan eğitim almak zorunda olan, ancak bilgisayarı olmayan öğrenciler için Good4Trust üreticilerinden biri olan “Empact” ile iş birliği yaparak öğrencilerin bu ihtiyacını karşılamak hedefiyle bir proje üretmiştir. Elektronik Atık Geridönüşüm Derneği’nin girişimi olan Empact ile iş birliği yapılarak oluşturulan “Uzaktan Eğitime Teknoloji Desteği” projesi kapsamında “Empact Pro” uygulaması üzerinden bağışlanan her türden elektronik eşya, Good4Trust çarşıda yer alan Empact dükkanından satılarak elde edilen gelir ile köy okullarına bilgisayar sınıfları açılmıştır⁸⁵.

Bir diğer dijital sosyal girişim örneği ise “Tabit”tir. Tabit, 2004 yılında çiftçileri teknolojiyle buluşturarak, üretimlerini verimli hale getirmeyi ve refahlarını artırmayı hedefleyen bir sosyal girişimdir. İlk olarak internet aracılığıyla çiftçilere bilgi ulaştırmak için kurulan Tabit, gelineen noktada, bilgi ve iletişim teknolojilerinden mahrum kalan çiftçileri teknolojiyle buluşturacak projeler üreterek, dünyayı iklim krizinden, gıda yetersizliğinden, toprak ve su kirliliğinden korumak için çalışmaktadır⁸⁶. Tabit, faaliyetleri kapsamında, teknolojiye dayalı tarımsal eğitim, sosyal sorumluluk projeleri, nesnelerin interneti (Internet of Things- IoT), makineden makineye iletişim (Machine to Machine- M2M), kısa mesaj, multimedya mesajı, mobil uygulamalar, internet destekli eğitim ve tarımsal teknolojiler gibi birçok imkândan faydalanmaktadır⁸⁷. Bu bağlamda Tabit, sosyal girişiminin hizmet açısından çok geniş bir yelpazeye sahip olduğu görülmektedir.

Tabit sosyal girişiminin projelerini destekleyen birçok iş ortağı da bulunmaktadır. Bu iş ortaklarından birisi de ülkemizde de faaliyet gösteren uluslararası bir

⁸³<https://ekoik.com/2021/02/10/izmit-carsisi-yerel-guclendirerek-kadin-istihdamina-destek-oluyor/> (Erişim Tarihi: 12.03.2022)

⁸⁴<https://good4trust.org/> (Erişim Tarihi: 12.03.2022)

⁸⁵<https://sivilalan.com/2021/01/14/2021de-good4trustta-yeni-bir-donem-basliyor/> (Erişim Tarihi: 12.03.2022)

⁸⁶<http://sosyalup.net/tarimda-teknoloji-hem-rahatlik-hem-ekonomik-guclenme-sagliyor/?cn-reloaded=1> (Erişim Tarihi: 12.03.2022)

⁸⁷<https://www.habereguven.com/tabit-kurucusu-tulin-akin-2021-meaningful-business-100den-biri-olarak-aciklandi/> (Erişim Tarihi: 12.03.2022)

telekomünikasyon şirketi olan “Vodafone”dur. Tabit’in şu anda Vodafone iş birliğiyle oluşturduğu ve bir milyon altı yüz bin çiftçinin abone olduğu, iki bin dört yüz otuz dört kısa mesaj hizmeti (Short Message Service-SMS) bulunmaktadır. Bu sms hizmetleri sayesinde günlük olarak çiftçilere meteorolojik verileri, bu verilerin etkileri, üretilen ürünün hal-borsa fiyatları, mazot fiyatları ve bilmesi gereken diğer önemli bilgiler gönderilmektedir. Ayrıca sms hizmetine ek olarak, çiftçilerin daha efektif olarak akıllı telefonları üzerinden faydalanabilecekleri “Akıllı Çiftçi” mobil uygulaması oluşturulmuştur⁸⁸. Bu iki oluşumun iş birliğiyle ortaya koydukları projelerden bir diğeri ise “Vodafone Akıllı Köy”dür. Dünyanın ilk akıllı köy projesi olan Vodafone Akıllı Köy, 2012 yılında oluşturulmuş, geleneksel tarım yöntemlerini teknoloji imkânlarıyla birleştiren bir kırsal yaşam modelidir⁸⁹. Proje kapsamında tarımsal, ekonomik, çevresel ve sosyal birçok hedef belirlenmiştir. Bu bağlamda projenin hedefleri şunlardır⁹⁰:

- Tarımsal üretimde verimliliğinin bilgi ve iletişim teknolojileriyle artırılması,
- Gençlerin çiftçiliğe özendirilmesiyle göç ve işsizliği engellemek,
- Köylerde dijitalleşmenin yaygınlaşmasını sağlamak,
- En yeni tarım teknolojilerinden faydalanmak,
- Vodafone Akıllı Köy’ü uluslararası alanda bir tarım üssü haline getirmek ve projenin diğer ülkeler için de örnek teşkil etmesini sağlamak,
- Bitkisel üretim maliyetlerinde en az %20, hayvancılık maliyetlerinde en az %22 tasarruf,
- Hayvancılıkta %30 gelir artışı,
- Toplam üretimde %10 artış,
- İki yılda hane başına yıllık 40.000 Türk lirası gelir artışı,
- Tarımsal sulama sayesinde en az %20 su tasarrufu,
- Yanlış ilaçlama ve gübrelemeden kaynaklanan toprak ve su kirliliğini önlemek,
- Kırsal yaşamın kalitesinde artış sağlamak ve sürdürülebilir ekonomik güçlenme.

⁸⁸<http://sosyalup.net/tarimda-teknoloji-hem-rahatlik-hem-ekonomik-guclenme-sagliyor/> (Erişim Tarihi: 13.03.2022)

⁸⁹<https://www.ciftlikdergisi.com.tr/vodafone-akilli-koy/> (Erişim Tarihi: 13.03.2022)

⁹⁰<http://www.vodafoneakillikoy.com/hakkinda.php> (Erişim Tarihi: 13.03.2022)

Tabit, uluslararası alanda da dikkatleri üzerine çeken bir sosyal girişim olarak, 2014 yılında “*Barış İçin İş*” dalında Nobel’e aday gösterilmiştir⁹¹. Buna ek olarak, Tabit sosyal girişiminin kurucusu olan Tülin Akın, ulusal ve uluslararası alanda birçok ödül kazanmıştır. 2017 Çağdaş ve Bağımsız Yardımlaşma Derneği-Geleceğe İz Bırakan Kadın Ödülü⁹², 2018 Dünya Ekonomik Forumu ve Schwab Sosyal Girişimcilik Vakfı Dünyanın En İyi Sosyal Girişimci Ödülü⁹³, 2018 Bill & Melinda Gates Vakfı GoalKeepers Ödülü⁹⁴ ve 2022 Çukurova Kadın Zirvesi Yılın Sosyal Girişimcisi Ödülü⁹⁵ aldığı ödüllerden bazılarıdır.

Küresel ısınma ve iklim değişikliği, çevre sorunları bağlamında çağımızın en önemli konularındandır. Teknolojinin ve sanayinin göstermiş olduğu gelişmeler, fosil yakıtlara duyulan ihtiyacı artırmış ve buna bağlı olarak da karbon salınımında artış yaşanmıştır. Gelenen noktada ise karbon salınımındaki artışın da katkısıyla ortaya çıkan sera etkisi nedeniyle dünyamızın sıcaklığı, giderek artmaktadır. Bu durum ise küresel iklim sorununa neden olmaktadır (Kaya, 2020, s. 165). Özellikle 19. Yüzyıl ve sonrasında sanayinin gelişmeye başlaması ve insan kaynaklı sera gazı yoğunluğunun artmasıyla kendini gösteren bu sorunun çözümü için birçok ülke ve sivil toplum kuruluşu harekete geçmiştir. (Mavi, 2021, s. 118-119).

Karbon salınımını artıran önemli bileşenlerden biri gıda atıklarıdır. Gıda atıkları hem dünyada hem de ülkemizde önemli bir sorundur. Bu nedenle de gıda atıklarının etkin bir şekilde yönetilmesi ve geri dönüşümü, çevrenin korunması ve sürdürülebilir kalkınma bağlamında önemli bir konudur (Şahin ve Bekar, 2018, s. 1039). Bu bağlamda, gıda atıklarının azaltılması ve yeniden değerlendirilmesi için çeşitli çabalar sarf edilmektedir. Bu çabalardan biri ise “*Fazla Gıda*” dijital sosyal girişimidir.

Fazla Gıda, 2016 yılında küresel iklim sorununa karşı teknoloji tabanlı bir çözüm bulma hedefiyle kurulan bir sosyal girişimdir. Fazla Gıda, tedarik zincirindeki gıda atığının, teknoloji tabanlı çözümlerle 2030 yılına kadar %50 azaltılmasını hedeflemektedir⁹⁶. Fazla Gıda, bu hedefini gerçekleştirmek için şirketlerin atıl stoklarının yeniden değerlendirilmesine yönelik teknoloji tabanlı bir platform oluşturmuştur. Fazla

⁹¹<http://sosyalup.net/ciftcilerin-dijital-yardimcilari/> (Erişim Tarihi: 13.03.2022)

⁹²<https://htkulup.haberturk.com/davetler/haber/1505799-12-cabalayan-kadina-odul> (Erişim Tarihi: 13.03.2022)

⁹³<https://sosyalgirisim.com/2018-sosyal-girisimci-odulunun-sahibi-tulin-akin/> (Erişim Tarihi: 13.03.2022)

⁹⁴<https://www.hurriyet.com.tr/ekonomi/ciftci-tarlaya-gidemezse-sorunumuz-buyuk-olur-41486104> (Erişim Tarihi: 13.03.2022)

⁹⁵https://tr.wikipedia.org/wiki/T%C3%BClin_Ak%C4%B1n (Erişim Tarihi: 13.03.2022)

⁹⁶<https://www.fazlagida.com/hakkimizda/> (Erişim Tarihi: 16.03.2022)

Gıda, bu platform sayesinde büyük marketlerde kalite standartları gereği atığa dönüşen gıdaların israfını önlemekte ve yeniden kullanılmasını sağlamaktadır. Fazla Gıda platformunda, marketlerde tüketilebilir âtıl gıdalar ayıklanarak, kayıt altına alınmakta ve ihtiyaç duyan kişilere ulaştırılmak üzere sistemde yer alan gıda bankalarına gönderilmektedir. Tüketilemeyecek durumda olan gıdaların ise geri dönüşümü yapılmaktadır⁹⁷. Tüm bu süreç, Fazla Gıda atık yönetim platformu üzerinden yürütülmektedir. Bu platform aracılığıyla, işletmeler süreç takibi ve raporlama bakımından zaman kazanmaktadır. Buna ek olarak, platform aynı zamanda işletmelerin, gıda bağıışı, geri dönüşüm ya da satış için bir ağ oluşturmalarını da sağlamaktadır⁹⁸.

Fazla Gıda sosyal girişimi, şu ana kadar otuz bin ton gıda atığını önlemiş durumdadır. Göstermiş olduğu bu önemli başarı sayesinde Birleşmiş Milletler Kalkınma Programı tarafından oluşturulan “*Accelerate 2030*” destek programında yer alan dokuz girişim arasında yer alan tek Türk girişimi olmuştur⁹⁹.

5.2.2. Eğitim alanındaki dijital sosyal girişimler

Geçmişten günümüze eğitimde fırsat eşitsizliğı, önemli bir sosyal sorun olarak karşımıza çıkmaktadır. Gelinek noktada bu sorun, modern toplumlarda her ne kadar azalmış olsa da hala özellikle dezavantajlı gruplar açısından önemini korumaktadır.

Temel bir insan hakkı olan eğitim hakkının önündeki engellerin, eşitsizliklerin ve ayrımcılıkların ortadan kaldırılabilmesi amacıyla çaba harcanması büyük bir önem arz etmektedir (Akgül, 2019, s. 129). Bu nedenle devletler, özel sektör, sivil toplum kuruluşları ve bireysel çabalar ile eğitimde fırsat eşitsizliğı sorununun çözümüne yönelik olarak çalışmalar yürütülmektedir. Bu bağlamda dijital sosyal girişimcilik alanında da birçok sosyal girişimin oluşturulduğu ve eğitimde fırsat eşitliğinin sağlanmasında önemli katkılarının olduğu görülmektedir.

Ülkemizde eğitim alanında faaliyet gösteren “*KızCode*”, “*Kodluyoruz*” ve “*Micorofon*” gibi başarılı dijital sosyal girişim örnekleri bulunmaktadır.

KızCode, 2015 yılında kurulan ve azınlık gruplarından, göçmenlerden ve dezavantajlı topluluklardan kızların ve genç kadınların, atölye çalışmaları aracılığıyla

⁹⁷<https://www.sabancivakfi.org/tr/sosyal-degisim/fazla-gida> (Erişim Tarihi: 16.03.2022)

⁹⁸<https://www.fazlagida.com/gida-isletmeleri/> (Erişim Tarihi: 16.03.2022)

⁹⁹<https://app.fazlagida.com/> (Erişim Tarihi: 16.03.2022)

bilim, fizik, matematik, kodlama ve robotik gibi çağımızda önemli bir noktada olan teknolojik becerileri kazanmalarına yardımcı olmayı amaçlayan ödüllü bir sosyal girişimdir. KızCode'nin kurucusu Müjde Esin'in 2015 yılında küçük bir çalışma ekibiyle başlatmış olduğu bu sosyal girişim, 2016 ve 2021 yılları arasında gerçekleştirilen atölye çalışmaları sayesinde Türkiye ve İngiltere'de altı bin kız ve genç kadına ulaşmıştır¹⁰⁰.

Esin'in Euronews'e yapmış olduğu bir röportaja göre KızCode; farklı alanlarda ve bölgelerde teknoloji tabanlı eğitim modellerini geliştirilmesini sağlamaktadır. Bu eğitim modellerinde 7-13 yaş grubu ile 14-19 yaş grubu arasındaki kişilere farklı eğitimler verilmektedir. Ayrıca, 14-19 yaş grubundaki kişiler için eğitim sonrasında staj imkânı sağlanmaktadır¹⁰¹. KızCode tarafından verilen eğitimlerin kapsamında ise, web site oluşturma, kullanıcı odaklı tasarım, Java yazılım dili ve mobil uygulama geliştirme gibi çağımız teknolojisinin önemli beceriler yer almaktadır¹⁰².

Bir diğer dijital sosyal girişim örneği olan Kodluyoruz, 2017 yılında adalet, cinsiyet eşitliği, etki odaklılık ve iş birliği değerlerini benimseyerek Türkiye'de dünya çapında yazılımcılar yetiştirmeyi ve ülkemizi teknoloji geliştirme merkezi yapmayı hedefleyen bir sosyal girişimdir¹⁰³.

Kodluyoruz, 2021 yılında dünya çapında önemli bir yazılım olan devi Microsoft iş birliği ile “Kodla Dönüştürelim” Programını hayata geçirmiştir. Kodla Dönüştürelim Programı ile yüz elli bin öğrenciye yazılım eğitimi verilmesi ve eğitimleri tamamlayan dört bin öğrencinin de çalışma hayatına dâhil edilmesi hedeflenmektedir¹⁰⁴.

Kodluyoruz'u farklı kılan önemli noktalardan biri gençlerin yalnızca kodlama öğrenmesini sağlamaktan ziyade aşama aşama çalışma hayatına dâhil olmalarına katkı sağlamasıdır. Kodluyoruz, ilk olarak bootcamp¹⁰⁵ olarak ifade edilen eğitim kampları aracılığıyla gençlere kodlama eğitimi vermekte ve bu aşamada başarılı olan gençleri,

¹⁰⁰<https://www.kizcode.org/about-1> (Erişim Tarihi: 07.03.2022)

¹⁰¹<https://tr.euronews.com/2021/03/08/bilim-ve-teknolojide-yar-n-n-kad-nlar-n-bugunden-destekleyen-proje-k-zcode> (Erişim Tarihi: 07.03.2022)

¹⁰²<https://www.kizcode.org/contact-8> (Erişim Tarihi: 07.03.2022)

¹⁰³<https://www.kodluyoruz.org/about> (Erişim Tarihi: 08.03.2022)

¹⁰⁴<https://medium.com/kodluyoruz/kodluyoruz-ve-microsoft-i-CC%87%C5%9Fbirli%C4%9Finden-do%C4%9Fan-kodla-d%C3%B6n%C3%BC%C5%9Ft%C3%BCrelim-program%C4%B1-hayata-ge%C3%A7ti-1497aaaad74f> (Erişim Tarihi: 08.03.2022)

¹⁰⁵Bootcamp; günümüzde özellikle yazılım alanında gençlerin teknolojik gelişmelere hızlıca uyum sağlayabilmesi amacıyla düzenlenen ve bireysel performansın en üst seviyede tutulmasını sağlayan eğitim programıdır (<https://vizyonergenc.com/sayfa/bootcamp-nedir> (Erişim Tarihi: 21.05.2022)).

mezunlar kulübüne dâhil etmektedir. Mezunlar kulübünde gençlerin diğer mezunlarla beraber yaşam boyu öğrenme süreci başlamaktadır. Daha sonra ise kodlama becerilerini geliştiren gençler, personel ihtiyacı olan şirketlerle buluşturulmakta ve çalışma hayatına dâhil edilmektedirler. Kodluyoruz, sağladığı ücretsiz eğitimler ile %80’lik bootcamp mezuniyet oranı, %45 kadın öğrenci oranı ve %60 mezuniyet sonrasında üç ay içinde işe yerleşme oranıyla önemli bir başarı sağlamış durumdadır¹⁰⁶.

Bugün için geline nokta Kodluyoruz, beraber öğrenen önemli bir yazılımcı topluluğuna sahip bir sosyal girişim haline gelmiştir. Yazılımcıların birbirleriyle bilgi paylaşımında bulundukları, çalışma grupları oluşturdıkları ve etkinlikler düzenledikleri bir Discord¹⁰⁷ kanalı da bulunmaktadır¹⁰⁸.

Kodluyoruz, kurulmuş olduğu yıldan itibaren binin üzerinde yazılımcı yetiştirmiş durumdadır. Ayrıca, 2020 yılında Ashoka ve HSBC tarafından düzenlenen Future Skills Innovation Challenge’da en ölçeklenebilir yenilik kategorisinde dünya birincisi olmuş¹⁰⁹ ve Avrupa’nın saygın üniversite ve kurumlarından oluşan bir bilimler ağı olan Informatics Europe tarafından düzenlenen Best Practise in Education Ödülü’nde de Avrupa’da ikincilik ödülünü kazanmıştır¹¹⁰.

Eğitim hayatında öğrenciler birçok sorunla karşılaşabilmektedir. Bu sorunlar arasında belki de en önde geleni ise maddi yetersizliklerdir. Gerek eğitim materyallerine ulaşım gerekse barınma, yemek ve sosyalleşme ihtiyacının karşılanabilmesi her öğrenci için kolay olmamaktadır. Bu nedenle de maddi yetersizliklerin giderilebilmesi için devletler, kurumlar, sivil toplum kuruluşları veya kişilerin vermiş olduğu burslar önemli bir yere sahiptir. Ancak, verilen burslara erişim konusunda da öğrenciler sıkıntı yaşamakta ve her öğrenci ihtiyacı olan bursa erişme fırsatına sahip olamamaktadır. Bu nedenle, günümüzde geleneksel yöntemlerle verilen burslara alternatif olarak yeni uygulamalar ortaya konulmaya ve dijital teknolojilerden faydalanılarak yeni burs programları geliştirilmeye başlanmıştır. Daha önce girişimcilerin finansman ihtiyacının karşılanması için geliştirilmiş olan kitlesel fonlama yönteminin çağımızın dijital

¹⁰⁶<https://www.kodluyoruz.org/?amp=1> (Erişim Tarihi: 08.03.2022)

¹⁰⁷Kişilerin bireysel veya toplu olarak sesli, görüntülü ve yazılı iletişim kurmalarını sağlayan bir uygulama (<https://discord.com/company>) (Erişim Tarihi: 08.03.2022)

¹⁰⁸<https://www.kodluyoruz.org/community> (Erişim Tarihi: 08.03.2022)

¹⁰⁹<https://webrazzi.com/2020/06/25/turkiyenin-en-buyuk-oyun-gelistirici-yetistirme-hareketi-basliyor/> (Erişim Tarihi: 08.03.2022)

¹¹⁰<https://www.kodluyoruz.org/news/informatics-europe-awards-kodluyoruz> (Erişim Tarihi: 08.03.2022)

imkânlarıyla geliştirilerek öğrenci bursları için kullanıldığı “*Microfon*” sosyal girişimi bunlardan biridir. Bu bağlamda Microfon’dan bahsetmeden önce kısaca kitlesel fonlamadan bahsedilmesi de önem arz etmektedir.

Geçmişten günümüze insanlar, gerçekleştirmek istedikleri yatırımlar için çeşitli fon kaynakları aramışlardır. Geleneksel finansman yöntemlerinin yetersiz kalması nedeniyle de bireysel girişimciler, Küçük ve Orta Büyüklükte İşletmeler (KOBİ) ve yeni kurulan start’upların bankalardan kredi temininde yaşadığı zorluklar, yeni finansman yöntemlerinin bulunmasını gerektirmiştir (Çağlar, 2019, s. 18). İnternet teknolojisinin ve ikinci nesil internet hizmetlerinin (Web 2.0)¹¹¹ gelişmesiyle yeni bir finansman yöntemi olarak kitlesel fonlama hayatımıza dâhil olmuştur. Kitlesel fonlama, kitlelerin birleşip küçük miktarlar vererek fon toplamalarıdır (Çubukçu, 2017, s. 155-156). Kitlelerin bir araya getirilmesi ve fon toplanması ise internet ortamında oluşturulan kitlesel fonlama platformları aracılığıyla olmaktadır. Bu bağlamda Microfon, burs veren kurum ve kişiler ile gençleri buluşturma ve kitlesel fonlama yönteminin öğrencilerin maddi ihtiyaçlarının giderilmesi için kullanılabileceği fikriyle oluşturulmuş bir sosyal girişimdir.

Microfon, 2016 yılında “*E-bursum*” ismiyle kurulan ve burs ekosistemini dönüştürmeyi hedefleyen bir sosyal girişim olarak faaliyetlerine başlamış, 2021 yılı aralık ayında ise Microfon olarak isim değişikliğine gitmiştir. Microfon, Türkiye’de eğitim alanındaki ilk kitlesel fonlama platformudur. E-bursum ismiyle kurulduğu 2016 yılından itibaren Microfon, eğitim için gerekli tüm ihtiyaçların karşılanmasına yönelik olarak bireylerden fon toplayarak ihtiyaç sahiplerine burs sağlamıştır¹¹². Ayrıca, Microfon aracılığıyla ihtiyaç sahibi öğrenciler, hedeflerinin ve bu hedeflerine ulaşmaları için gerekli olan fon tutarının belirttiği kampanyalar açarak kitlesel fonlama yöntemiyle destek toplayabilmektedir. Bu sayede devamlılığı olan burs imkânlarının yanı sıra belirli hedefleri gerçekleştirmek için maddi desteğe ihtiyaç duyan gençler de hedeflerine ulaşabilmektedir.

Microfon, gelineen noktada yenilenen markası ile sadece burs veren bir sosyal girişim olmaktan çıkmış, gençlere eğitim ve kariyer olanakları sunan bir gençlik platformu haline gelmiştir. Bu bağlamda da binlerce gence 100 milyon Türk lirasından

¹¹¹Web 2.0, kullanıcı katılımı, açıklık ve ağ etkilerinin bulunduğu ve sosyal ağlarda metin, grafik ve seslerin paylaşılabilirdiği ikinci nesil internet hizmetidir (Gedik, 2020b, s. 257).

¹¹²<https://microfon.co/hakkimizda> (Erişim Tarihi: 08.03.2022)

fazla bursun yanı sıra elli bin kişiye de eğitim ve kariyer imkânı sağlamıştır¹¹³. Microfon, ortaya koymuş olduğu bu başarılı tablo sayesinde 2018 yılında İbrahim Bodur Sosyal Girişimcilik Ödüllerinde İleri Aşama Ödülünü kazanmıştır. Microfon, 2020 yılında ise Village Capital’ın düzenlediği Finance Forward MENA 2020 Hızlandırma Programı’na seçilen on iki erken aşama finans teknolojisi (FinTech) girişimi arasında yer almıştır¹¹⁴. Microfon, yerli ve yabancı iki yüzün üzerinde değer ortağı ile gelecekte daha büyük başarılarla ulaşma potansiyeline de sahip bir sosyal girişim olarak karşımıza çıkmaktadır¹¹⁵.

5.2.3. Blockchain tabanlı dijital sosyal girişimler

Günümüzde sosyal medya, bankacılık uygulamaları ve diğer birçok uygulama çok fazla veri üretmektedir. Bu verilerin kontrol, yönetim, bakım ve güvenli bir şekilde paylaşılması giderek daha fazla önemli bir hale gelmektedir. Bu nedenle de başta finans sektöründe olmak üzere her gün yeni teknolojiler geliştirilmektedir. Bu bağlamda ortaya konulan teknolojilerden biri de blockchain teknolojisidir (Ünal ve Uluyol, 2020, s. 167). Dijital bilgileri çok fazla sayıda kopyalamak ve internet aracılığıyla her yere dağıtmak bu teknolojisi sayesinde daha kolay bir hale gelmektedir (Büyüksu, 2020, s. 69).

Blockchain, *“tüm kullanıcılara açık veya özel olarak, verilerin eşler arası (peer-to-peer) dağıtıldığı merkeziyetsiz bir dijital işlem defteri teknolojisi”*dir (Rennock vd., 2018, s. 38). Blockchain’in geleneksel bir veritabanından temel farkı, verilerin nasıl yapılandırıldığıdır. Blockchain, bilgi kümelerini tutan bloklar sayesinde bilgiyi bir araya toplamaktadır. Bu blokların belirli kapasiteleri bulunmaktadır. Bloklar doldurulduklarında mevcut blok kapatılmakta, daha önce kapasitesi doldurulmuş olanlara bağlanmakta ve bir veri zinciri oluşturulmaktadır. Bu şekilde sürekli uzayan bir veri zinciri meydana getirilmiş olmaktadır. Bu yapı merkezi olmayan bir şekilde oluşturulduğunda geri döndürülemez bir veri zinciri haline gelmektedir¹¹⁶. Bu özelliği sayesinde bilindik bir veritabanında karşılaşılabilecek güvenlik zafiyetleri, blockchain teknolojisi sayesinde ortadan kalkmış olmaktadır.

¹¹³<https://microfon.co/hakkimizda> (Erişim Tarihi: 09.03.2022)

¹¹⁴<https://webrazzi.com/2020/08/06/village-capital-in-finance-forward-mena-2020-ye-turkiye-den-secilen-2-fintech-girisimi> (Erişim Tarihi: 09.03.2022)

¹¹⁵<https://microfon.co> (Erişim Tarihi: 09.03.2022)

¹¹⁶<https://www.investopedia.com/terms/b/blockchain.asp> (Erişim Tarihi: 09.03.2022)

Blockchain sistemi, temel bazı özelliklere sahip olup, bu özellikler çerçevesinde işlemektedir. Bu özellikler ise şunlardır (Ünal ve Uluyol, 2020, s. 168):

- **Dağıtık Veri:** Blockchain sisteminde veriler tek bir sunucuda tutulmamakta, dağıtık bir şekilde depolanmakta ve güncellenmektedir.
- **Şeffaflık:** Blockchain sisteminde birbirine bağlı olan veriler şeffaf olup, geriye dönük olarak doğrulanabilmektedir. Bu nedenle de güvenilir olarak kabul edilmektedir.
- **Değiştirilemezlik:** Blockchain sisteminde eklenen kayıtlar, hiçbir şekilde değiştirilemez, silinmez ve kalıcı olarak saklanır.
- **Kimlik Gizliliği:** Blockchain sisteminde veriler kimlik belirtmeden aktarılır. Yalnızca kişinin blockchain adresinin bilinmesi yeterlidir.

Blockchain teknolojisi, özellikle kripto paraların ortaya çıkışı ile dikkatleri üzerine çekmiştir. Bu bağlamda blockchain teknolojisinin popülerlik kazanmasında bir kripto para olan Bitcoin'in katkısı büyüktür. Bitcoin; *"fiziksel olarak var olmayan, merkeziyetsiz, esnek ve güvenli olma niteliği taşıyan bir dijital para birimi"*dir. (Parlaktuna ve Güngül, 2020, s. 27). Blockchain teknolojisi, popülerliğini kripto paraların ortaya çıkışıyla kazanmış olmasına karşılık esasen birçok farklı amaç için de kullanılabilecek bir teknoloji olarak karşımıza çıkmaktadır. İnternette sonrakı en önemli teknolojik yeniliklerden biri olarak görülen blockchain teknolojisinin, hemen her alanı etkileyebilecek bir potansiyele sahip olduğu düşünülmektedir (Özyürek, 2021, s. 32). Blockchain teknolojisinin bu potansiyelini ortaya koyan nitelikteki gelişmelerden biri de sosyal girişimcilik alanında meydana gelmiştir. Günümüzde, henüz yaygınlaşmamasına karşılık sosyal girişimcilik alanında da blockchain tabanlı sosyal girişimlerin oluşturulmaya başlandığı görülmektedir.

Blockchain teknolojisi henüz gelişme aşamasında olan bir teknoloji olması nedeniyle blockchain tabanlı dijital sosyal girişim örneklerinin sayısı da azdır. Ancak gelecekte birçok alanda karşımıza çıkması muhtemel olan blockchain teknolojisinin sosyal girişimcilik alanında da etkisini artırması kaçınılmazdır. Blockchain tabanlı dijital sosyal girişimlerin ülkemizdeki ilk örneği, *"Uçurtma"* sosyal girişimidir.

Uçurtma, 2018 yılında oluşturulan ve blockchain teknolojisini kullanarak öğrencilere destek toplamayı hedefleyen bir sosyal girişimdir¹¹⁷. Uçurtma, Ethereum ağı üzerinden geliştirilen akıllı kontratlar¹¹⁸ ile öğrencilerin kripto parayla destek toplamalarını sağlamaktadır. Blockchain teknolojisinden faydalanan bu sosyal girişimde öğrenciler ve destekçileri platform üzerinden tüm işlemlerini güvenli, hızlı ve şeffaf bir şekilde gerçekleştirebilmektedir. Uçurtma projesi sayesinde yapılan destekler, aracısız bir şekilde öğrencilerin dijital cüzdanlarına yollanmakta ve para transferleri, şeffaf bir şekilde platform üzerinden izlenebilmektedir¹¹⁹. Uçurtma platformunda, Avalanche C-Chain ağı üzerinde işlem gören BiLira coin, Ethereum ERC-20 ağı üzerinde işlem gören tüm coinler, Bitcoin (BTC) ve kredi kartı ile ödeme olmak üzere dört farklı bağış yöntemi kullanılabilir¹²⁰.

Uçurtma sosyal girişiminin kurulduğu günden itibaren yapılan toplam destek tutarı da platform üzerinden herkese açık ve anlık olarak paylaşılmaktadır. Bu bağlamda, proje kapsamında oluşturulan yirmi altı kampanya ile 394.000 Türk lirası, destek toplanmış durumdadır¹²¹. Ayrıca, destekçiler, platform üzerinden destekledikleri kişilerin gelişimlerini ve başarılarını da takip edebilmektedir¹²².

5.2.4. Dezavantajlı gruplara yönelik dijital sosyal girişimler

Toplumsal hayatta, her zaman özel olarak korunması gerekli olan çocuklar, gençler, yaşlılar, engelliler, göçmenler, azınlıklar, kadınlar ve yoksullardan oluşan dezavantajlı gruplar olmuştur. Bu grupların korunması, farklı dönemlerde dönemin şartlarına göre değişik şekillerde olmuştur (Yeşil vd., 2019, s. 256). Ancak sosyal devlet anlayışı gereğince, bu dezavantajlı grupların korunma gerekliliğini yerine getirme ve pozitif ayrımcılık uygulamalarını hayata geçirme görevi öncelikle devletlere verilmiştir. Bu bağlamda gerek dünya genelinde gerekse ülkemizde kanunlar, bildirgeler ve diğer politika araçlarıyla çeşitli düzenlemeler yapılmış ve dezavantajlı kişilerin haklarını

¹¹⁷<https://weepay.co/blog/ogrencilere-blockchain-tabanli-yardim-projesi-ucurtma> (Erişim Tarihi: 11.03.2022)

¹¹⁸Akıllı kontrat, alıcı ve satıcı arasındaki anlaşmanın doğrudan kod olarak yazıldığı ve merkeziyetsiz bir şekilde depolanan sözleşmelerdir (<https://www.icrypex.com/tr/blog/akilli-kontrat-nedir-nasil-calisir> (Erişim Tarihi: 10.03.2022))

¹¹⁹<https://ucurtmaprojesi.com/#how-it-works> (Erişim Tarihi: 10.03.2022)

¹²⁰<https://muhabbit.com/ucurtma-projesi-nedir/> (Erişim Tarihi: 11.03.2022)

¹²¹<https://ucurtmaprojesi.com/> (Erişim Tarihi: 10.03.2022)

¹²²<https://muhabbit.com/ucurtma-projesi-nedir/> (Erişim Tarihi: 11.03.2022)

koruyacak ulusal ve uluslararası önlemler alınmıştır (Geyik, 2020, s. 54) Ancak, her ne kadar ulusal ve uluslararası düzeyde birçok önlem alınmış olsa da dezavantajlı grupların toplumsal hayatta karşılaştıkları ayrımcılıklar ve diğer olumsuzluklar tam anlamıyla ortadan kaldırılabilmiş değildir. Hatta, gelinen noktada, günden güne dezavantajlı grupların yaşadığı zorluklar artış eğilimindedir. Bu nedenle devletlerin dezavantajlı grupların korunması ve gözetilmesinde yetersiz kalması nedeniyle sivil toplum kuruluşları, yerel yönetimler, özel sektörde yer alan kuruluşlar ve bireyler de bu sorunun çözümü için çaba sarf etmeye başlamıştır. Bu bağlamda, dezavantajlı grupların karşılaştıkları engellerin önüne geçmek, yaşam kalitelerini artırtmak ve ayrımcılığa uğramadan toplumsal hayata dâhil olabilmelerini sağlamaya yönelik olarak birçok sosyal girişim oluşturulmuştur. Dünyada olduğu gibi ülkemizde de dezavantajlı gruplara yönelik olarak birçok dijital sosyal girişim örneği bulunmaktadır. “Engelsiz Çeviri”, “Otsimo”, “Tolkido”, “İhtiyaç Haritası”, “İyilik Kazansın”, “WeWalk” ve “BlindLook” dezavantajlı gruplara yönelik ülkemizde kurulmuş olan başarılı dijital sosyal girişim örnekleridir.

Dünyada dört yüz altmış altı milyon işitme engelli birey bulunmaktadır. Bu bireylerin kırk milyonu Avrupa’da, üç buçuk milyonu ise Türkiye’de yaşamaktadır. Dünya Sağlık Örgütü’nün tahminlerine göre; 2050 yılına kadar dünyada işitme engelli birey sayısı dokuz yüz milyona ulaşacaktır. İşitme engelli birey sayısının bu kadar yüksek olması ve işaret dilinin yeteri kadar bilinmiyor olması gelecekte önemli seviyede iletişim zorluklarını beraberinde getirecektir¹²³.

Bilgisayar ve internet teknolojilerinin gelişmesiyle beraber bilgiye ulaşma imkânı artmıştır. Ancak, işitme engelli bireylerin bilgiye ulaşma ve kullanma imkânı diğer bireylerinkiyle aynı düzeyde değildir. Bu nedenle de işitme engelli bireylerin de teknolojinin sağladığı imkânlardan eşit düzeyde faydalanabilmesi için çalışmaların yapılması gereklidir (Çakır vd., 2013, s. 1). Bu çalışmalardan birisi ise, Engelsiz Çeviri dijital sosyal girişimidir.

Engelsiz Çeviri, işitme engelli bireylerin günlük hayatlarında karşılaştıkları sorunları gidermek amacıyla 2016 yılında oluşturulmuş bir sosyal girişimdir¹²⁴. Engelsiz

¹²³<http://www.engelsizceviri.com/isaret-dili.php> (Erişim Tarihi: 14.03.2022)

¹²⁴<http://www.engelsizceviri.com/kurumsal.php> (Erişim Tarihi: 14.03.2022)

Çeviri sosyal girişimi tarafından, işaret dili web (ağ) eklentisi, işaret dili video eklentisi, çift taraflı iletişim ve PDF seslendirme eklentisi olmak üzere dört ürün geliştirilmiştir¹²⁵.

Engelsiz Çeviri sosyal girişiminin geliştirdiği, işaret dili web eklentisi ile internet sitelerindeki metinler, anlık olarak üç boyutlu animasyon karakter veya gerçek insan çevirmen tarafından işaret diline çevrilmekte ve bu sayede işitme engelli bireyler için büyük bir kolaylık sağlanmaktadır¹²⁶.

Bir diğer Engelsiz Çeviri ürünü olan, işaret dili video eklentisi ile altyazılı videolar, işaret diline çevrilmektedir. Eklenti sayesinde videolara eklenen işaret dili tercümanı, video ile senkronize bir şekilde çeviri yapmaktadır¹²⁷.

Engelsiz Çeviri'nin üçüncü ürünü ise, işitme engelli bireyler ile işaret dili bilmeyen diğer bireyler arasında iletişimin kolaylaştırılmasını sağlayan çift taraflı iletişim hizmetidir. Çift taraflı iletişim hizmeti sayesinde anlık olarak işaret dilinden metne/sese veya metinden/sesten işaret diline çeviri yapılmaktadır. Bu hizmette, kamera aracılığıyla işaret dili bilen işitme engelli bireyin hareketleri algılanmakta ve işaret dili bilmeyen kişiye çevirisi yapılmaktadır. Tam tersi durumda ise işaret dili bilmeyen kişinin yazdığı veya söyledikleri, üç boyutlu animasyon karakter veya gerçek insan çevirmen tarafından işaret diline çevrilmektedir. Bu sayede iki tarafın iletişiminde kolaylık sağlanmaktadır¹²⁸.

Engelsiz Çeviri, son olarak ise işitme engelli bireylerin yanı sıra görme engelli bireylerin de hayatlarını kolaylaştırmak amacıyla PDF seslendirme eklentisini geliştirmiştir. Bu eklenti sayesinde PDF formatındaki metinler, otomatik olarak seslendirilmektedir. Buna ek olarak görme engelli bireyler, kısayol komutları ile PDF metnin seslendirmesini kontrol edebilmektedir¹²⁹.

Dünyada 285 milyon görme engelli birey bulunduğu varsayılmaktadır¹³⁰. Bu nedenle sayıları azımsanmayacak bir dezavantajlı grubu oluşturmaktadırlar. Toplumdaki her bireyin fırsat ve olanaklardan eşit miktarda faydalanma hakkı bulunmaktadır. Bu bağlamda görme engelli bireyler de toplumdaki diğer bireyler gibi eğitim alma, meslek edinme, yaşam boyu öğrenme, ekonomik ve toplumsal hayata katılma ve bilgiye erişme

¹²⁵<http://www.engelsizceviri.com/urunlerimiz.php> (Erişim Tarihi: 14.03.2022)

¹²⁶<http://www.engelsizceviri.com/isaret-dili-web-eklentisi.php> (Erişim Tarihi: 14.03.2022)

¹²⁷<http://www.engelsizceviri.com/isare-dili-video-eklentisi.php> (Erişim Tarihi: 14.03.2022)

¹²⁸<http://www.engelsizceviri.com/cift-taraflı-iletisim.php> (Erişim Tarihi: 14.03.2022)

¹²⁹<http://www.engelsizceviri.com/pdf-seslendirme-eklentisi.php> (Erişim Tarihi: 14.03.2022)

¹³⁰<https://ey-der.com/az-gorenler/kor-ve-az-goren-ayrimi/> (Erişim Tarihi: 20.03.2022)

hakkına sahiptir. Ancak görme engelli bireyler, bu haklara ulaşma konusunda sorunlar yaşamaktadır. Görme engelli bireyler bu sorunları ancak başkalarının yardımıyla aşabilmektedir (Eken, 2020, s. 376). Bu nedenle görme engelli bireylerin toplumsal hayata diğer insanlarla eşit koşullarda katılabilmesi için geçmişten günümüze birçok uygulama düşünülmüş ve bir kısmı hayata geçirilebilmiştir. Ancak geline nokta bu bireylerin toplumsal hayatta karşılaştıkları engellerin tam anlamıyla ortadan kaldırılmasında yetersiz kaldığı görülmektedir. Günümüzde ise gelişen teknolojinin katkılarıyla görme engelli bireylerin hayatlarını kolaylaştırmak için daha yenilikçi teknolojik fikirler ortaya konulmaya başlanmış ve başkalarının yardımına ihtiyaç duymadan toplumsal hayata katılabilmelerini sağlayan teknoloji tabanlı yenilikçi fikirler geliştirilmeye başlanmıştır. İşte bu yenilikçi fikirlerden birinin mimarı ise “WeWalk” dijital sosyal girişimidir.

2017 yılında kurulan WeWalk, görme engelli bireylerin toplumsal hayatta karşılaştıkları engellerin üstesinden gelmeyi hedefleyen bir sosyal girişimdir¹³¹. WeWalk dijital sosyal girişimi, görme engelli bireylerin sosyal hayata tam anlamıyla katılabilmesi için teknoloji tabanlı yenilikler geliştirmektedir. Bu yeniliklerin en önemli örneği ise WeWalk akıllı bastondur¹³². Vestel ve Türkiye’de kurulmuş uluslararası bir sivil toplum kuruluşu olan Young Guru Academy’nin destekleri ile geliştirilen WeWalk akıllı bastonları, dünya çapında örnek bir buluş haline gelmiştir¹³³.

Mobil uygulaması ile bağlantı kurarak çalışan WeWalk akıllı baston, görme engelli bireylerin sesli komutlarını algılayarak navigasyon aracılığıyla rota oluşturmakta ve istedikleri yere gitmelerini sağlamaktadır¹³⁴. WeWalk mobil uygulamasının, erişilebilir navigasyon ve akıllı şehir çözümleri gibi akıllı baston sahibi olmayan bireylerin de faydalanabileceği özellikleri bulunmaktadır¹³⁵. Bu sayede akıllı bastonu olmayan görme engelli bireyler için de önemli kolaylıklar sağlamaktadır.

¹³¹<https://wewalk.io/en/about/> (Erişim Tarihi: 10.04.2022)

¹³²<https://yga.org.tr/projeler-ve-girisimler/we-walk> (Erişim Tarihi: 20.03.2022)

¹³³<https://www.zorlu.com.tr/akillihayat2030/yazilar/sosyal-hayata-esit-katilim-wewalkun-oykusu> (Erişim Tarihi: 19.03.2022)

¹³⁴<https://sifirdanglobale.com/we-walk-kitlesel-fonlama-bulten/> (Erişim Tarihi: 19.03.2022)

¹³⁵https://wewalk.io/tr/?force_switch=0 (Erişim Tarihi: 20.03.2022)

Elli dokuz ülkede kullanılmakta olan WeWalk, henüz gelişim aşamasındayken Birleşmiş Milletler tarafından örnek gösterilen bir proje olmuştur¹³⁶. WeWalk, görme engelliler için geliştirdiği bu önemli buluş sayesinde 2018’de Edison Altın Ödülü’nü¹³⁷, 2019’da TIME Dergisi En İyi Buluş Ödülü’nü¹³⁸, 2020’de Fast Company Dünyayı Değiştiren Fikirler Onur Ödülü’nü¹³⁹ ve 2021’de Amazon Yılın Girişimi Ödülü’nü ve kazanmıştır¹⁴⁰. WeWalk’ın bir diğer önemli başarısı ise Microsoft’un erişilebilirlik için yapay zekâ programına Türkiye’den seçilen ilk girişim olmasıdır. 25 milyon dolar bütçeli ve beş yıl sürecek olan bu program sayesinde WeWalk, sahip olduğu teknolojiyi yapay zekâ ile zenginleştirecektir. Program kapsamında WeWalk için iki yeni özellik geliştirilecektir. Bu özelliklerden biri baston hareketlerini ölçümleyip kişiye özel geri bildirim ile bağımsız hareket imkânı sağlayacak, diğer özellik ise görme engellilere seyahatlerinde yardımcı olacak olan sesli asistan çözümlerini geliştirecektir¹⁴¹.

Görme engelli bireylerin hayatlarını kolaylaştırmak için oluşturulan bir diğer dijital sosyal girişim ise “BlindLook”tur. 2019 yılında kurulan BlindLook, sesli simülasyon teknolojisi ile işletmelerin görme engelli bireyleri kapsayıcı hizmet vermesini sağlayan bir sosyal girişimdir¹⁴². İlk olarak restoran menülerinin görme engelli bireyler için erişilebilir kılarak yola çıkan BlindLook, daha sonra hizmetlerini diğer işletmelerinde faydalanabileceği şekilde genişletmiştir. Geline nokta BlindLook, “EyeMenu” ve “EyeBrand” olmak üzere iki kategoride işletmelere erişilebilir hizmet verme desteği sağlamaktadır¹⁴³.

BlindLook, geliştirmiş olduğu EyeMenu hizmeti ile üç adımda restoran işletmelerine engellileri kapsayıcı hizmet vermelerini sağlamaktadır. Bu bağlamda birinci adımda, sesli navigasyon sayesinde görme engelli bireyin başka birinin yardımına ihtiyaç duymadan işletmeye ulaşması sağlanmakta, ikinci adımda, dijital erişilebilirlik haritası ile işletme içinde, sesli yönlendirmelerle görme engelli bireyin rahat bir şekilde hareket

¹³⁶<https://www.zorlu.com.tr/akillihayat2030/yazilar/sosyal-hayata-esit-katilim-wewalkun-oykusu> (Erişim Tarihi: 19.03.2022)

¹³⁷<https://edisonawards.com/winners2018.php> (Erişim Tarihi: 20.03.2022)

¹³⁸<https://time.com/collection/best-inventions-2019/> (Erişim Tarihi: 20.03.2022)

¹³⁹<https://egirisim.com/2020/10/14/akilli-baston-wewalk-microsoftun-erisebilirlik-icin-yapay-zeka-programina-turkiyeden-secilen-ilk-girisim-oldu/> (Erişim Tarihi: 20.03.2022)

¹⁴⁰<https://wewalk.io/tr/> (Erişim Tarihi: 19.03.2022)

¹⁴¹<https://egirisim.com/2020/10/14/akilli-baston-wewalk-microsoftun-erisebilirlik-icin-yapay-zeka-programina-turkiyeden-secilen-ilk-girisim-oldu/> (Erişim Tarihi: 20.03.2022)

¹⁴²<https://webrazzi.com/2021/09/08/blindlook-sesli-simulasyon-teknolojisi-ile-markalara-gorme-engelliler-icin-erisebilirlik-sunuyor/> (Erişim Tarihi: 20.03.2022)

¹⁴³<https://www.blindlook.com/eyemenu/servislerimiz> (Erişim Tarihi: 20.03.2022)

edebilmesi için kapı genişliği, lavabonun kaçınca katta olduğu gibi gerekli tüm bilgiler eksiksiz verilmekte ve son adımda ise sesli dijital menü sayesinde görme engelli bireyin yardıma ihtiyaç duymaksızın istediği yemeği seçmesi sağlanmaktadır¹⁴⁴.

BlindLook tarafından sağlanan bir diğer hizmet olan EyeBrand ise iş birliği yapılan markaların logolarından, sepete eklenen ürünlere ve internet sitesinde tıklanan tüm butonlara kadar erişilebilirlik sağlanmaktadır¹⁴⁵. BlindLook sosyal girişiminin EyeBrand hizmetinden faydalananlar arasında Toyota, Amazon ve Google gibi tanınmış markalarında bulunduğu on altı marka bulunmaktadır¹⁴⁶.

BlindLook sosyal girişimi, görme engelliler için sağladığı erişilebilirlik çözümleri ile 2019 İmece Sosyal İnovasyon Ödülü, 2019 Sosyal Impact Award ve 2020 İbrahim Bodur Sosyal Girişimcilik Ödülü gibi birçok ödölün de sahibi olmuştur. Bu ödüllere ek olarak, BlindLook sosyal girişiminin kurucusu olan Sadriye Görece, Garanti Bankası tarafından düzenlene Türkiye'nin Kadın Girişimcisi Yarışması'nda 2021 Yılı Türkiye'nin Kadın Sosyal Girişimcisi ödölünü kazanmıştır¹⁴⁷.

Günümüzde çocuklarda yaygın olarak görülen gelişimsel bozukluklardan biri otizmdir. Bu bağlamda da otizmlı çocuklar da önemli bir dezavantajlı grubu oluşturmaktadır. Beynin yapısını ve işleyişini etkileyen bazı sinir sistemi bozukluklarından kaynaklandığı düşünölen otizm, doğuştan gelen ve yaşamın ilk yıllarında belirtilerini gösteren bir rahatsızlıktır. Göz teması kuramama, ismi söylendiğinde bakmama, parmakla istediği şeyi gösterememe, yaşıtlarının oyunlarına ilgi duymama, sallanma, parmak uçlarında yürüme, dönen nesnelere ilgi duyma, takıntılı davranışlar gösterme ve konuşmada gerilik, otizmin yaygın belirtileridir¹⁴⁸.

Otizmlı çocuklar için en olumlu sonuçlar veren tedavi yöntemi, özel eğitimidir. Özel eğitimle otizmlı çocukların belirtileri azaltılabilmekte ve gelişimsel becerilerinde önemli düzeyde olumlu ilerlemeler görölebilmektedir (Kurşun, 2022, s. 37). Ancak sivil toplum kuruluşlarının yapmış olduğu araştırmalara göre; Türkiye'de üç yüz elli binden fazla otizmlı çocuk bulunmasına karşılık, bu çocukların birçoğu, gerekli olan özel eğitime

¹⁴⁴<https://www.blindlook.com/eyemenu/eyemenu-landing> (Erişim Tarihi: 20.03.2022)

¹⁴⁵<https://www.blindlook.com/eyemenu/servislerimiz> (Erişim Tarihi: 20.03.2022)

¹⁴⁶<https://www.blindlook.com/eyebrands> (Erişim Tarihi: 20.03.2022)

¹⁴⁷<https://www.blindlook.com/tr/hakkimizda> (Erişim Tarihi: 20.03.2022)

¹⁴⁸<https://www.tohumotizm.org.tr/otizm/otizm-spektrum-bozuklugu/> (Erişim Tarihi: 15.03.2022)

erişme imkânına sahip değildir¹⁴⁹. Bu nedenle ulaşılması daha kolay ve daha maliyetsiz alternatif yöntemler önem kazanmaktadır. İşte bu yöntemlerden biri ise tablet veya akıllı telefonlar üzerinden erişilebilen mobil eğitim uygulamaları olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu uygulamalar sayesinde otizmlı çocuklar, eğitici oyunlar sayesinde sosyal etkileşimlerinin artırılması ve otizmin belirtilerinin hafifletilmesi hedeflenmektedir. Ülkemizde de otizmlı çocuklar için ücretsiz olarak erişilebilen mobil uygulamalar geliştirilmeye başlanmıştır. Bu bağlamda karşımıza çıkan başarılı örneklerden biri ise “Otsimo” dijital sosyal girişimidir

Otsimo, otizmlı çocuklara ücretsiz eğitim imkânı sağlayan mobil oyunlar geliştirmek amacıyla oluşturulmuş bir sosyal girişimdir¹⁵⁰. Otsimo dijital sosyal girişimi tarafından geliştirilen mobil uygulama ile otizmlı çocukların eğitimi için günlük hayat, hikayeler, sayılar, sözcük bilgisi, iletişim ve sesler, okuma-yazma gibi birçok farklı kategoride eğitici oyuna ulaşılabilir¹⁵¹. Otsimo’da yer alan oyunlar uygulamalı davranış analizi olarak isimlendirilen bir özel eğitim metodolojisi aracılığıyla oluşturulmakta ve her oyun, pedagog ve özel eğitim öğretmeni tarafından test edildikten sonra kullanıcıların erişimine açılmaktadır¹⁵². Bu bağlamda Gelineen noktada Otsimo, Türkiye’de ve dünyada 100 bininin üzerinde kullanıcıya ulaşmış durumdadır¹⁵³.

Otizmlı çocukların eğitimi için kurulmuş olan bir diğer dijital sosyal girişim ise “Tolkido”dur. Tolkido, özellikle otizmlı çocuklar hedef kitle olmak üzere çocukların gelişimlerine katkı sağlamak amacıyla 2018 yılında oluşturulmuş bir dijital sosyal girişimdir. Tolkido, otizmlı çocukların iletişim eğitimlerinde kullanılan görsel eğitim kartlarını geliştirdiği bir donanım sayesinde kişiselleştirerek, çocuğun günlük yaşam alanında karşılaştığı nesneleri, sesli ve etkileşimli eğitim materyallerine dönüştürmektedir¹⁵⁴. Tolkido, konuşma kartları ve onları okuyan Tolkido Mio ve mobil uygulamadan oluşmaktadır. Konuşma kartlarının üzerinde yer alan görseller, aileler veya

¹⁴⁹<https://www.sabancivakfi.org/tr/sosyal-degisim/otsimo> (Erişim Tarihi: 15.03.2022)

¹⁵⁰<https://www.ulukayagirisimi.com/startup-detay.html?id=16> (Erişim Tarihi: 15.03.2022)

¹⁵¹<https://icimdekihazine.com/tr/oyunlar/> (Erişim Tarihi: 16.03.2022)

¹⁵²<https://www.farkyaratlanlar.org/tr-tr/fark-yaratlanlar/otsimo> (Erişim Tarihi: 16.03.2022)

¹⁵³<https://otsimo.com/en/about-us/> (Erişim Tarihi: 16.03.2022)

¹⁵⁴<https://webrazzi.com/2019/02/19/workup-girisimcilik-programinin-dorduncu-donemine-secilen-12-girisim/> (Erişim Tarihi: 19.03.2022)

öğretmenler tarafından yapıştırılmaktadır. Her bir kartta yer alan ses kayıtları, Tolkido mobil uygulamasıyla kaydedilmekte ve kişiselleştirilebilmektedir¹⁵⁵.

Tolkido, replikli öğretim metodu ve resim değiş tokuşuna dayalı iletişim sistemini (Picture Exchange Communication System-PECS) kullanmaktadır. Replikli öğretim, otizm veya diğer ileri düzeyde gelişim bozukluklarına sahip olan çocukların sosyal etkileşime girmeleri, karşılıklı konuşma başlatmalarını ve konuşmayı devam ettirmelerini sağlayan, sesli veya yazılı sözcük, şekil veya cümleler aracılığıyla yapılan bir eğitimidir. Tolkido ise bu eğitimin etkisini teknoloji sayesinde artırmaktadır. PECS ise çocuklara öncelikle temel iletişim kurallarını kavratmayı, ardından belli mesajları öğretmeyi hedefleyen, uygulamalı davranış analizine dayalı alternatif bir iletişim sistemidir¹⁵⁶. Bu sistemde, çocuğa istediği bir nesneye ulaşabilmesi için, o nesnenin karşısında tepki vermesinin gerektiği öğretilir¹⁵⁷. Tolkido, sahip olduğu birçok PECS görsel kartı sayesinde bu sistemle uyumlu bir şekilde çalışarak, hedeflere hızlı bir şekilde ulaşmayı amaçlamaktadır¹⁵⁸. Tolkido sosyal girişimi, göstermiş olduğu başarı sayesinde 2020 İbrahim Bodur Sosyal Girişim Ödülleri İleri Aşama Kategorisinde birinci olmuştur¹⁵⁹.

Dünya üzerinde yer alan bir diğer önemli dezavantajlı grup, yoksullardır. Yoksul nüfus, tarihin hemen her döneminde önemli bir dezavantajlı grup olmuştur. Ancak küreselleşmeyle beraber önceden daha çok ulusal bir sorun olan yoksulluk, gelinen noktada küresel bir sorun haline gelmiştir. Küreselleşmeyle beraber özellikle gelişmekte olan ülkelerde yoksulluk ve eşitsizliği artıran önemli riskler ortaya çıkmıştır (Yüceol, 2005, s. 494). Bu sorunun çözümünde devletlerin sosyal politikaları kadar özel sektör ve sivil toplumun ortaya koyduğu çalışmaların da önemli bir yeri bulunmaktadır. Son yıllarda dikkat çeken gelişmelerden biri ise teknolojik gelişmeler sayesinde ortaya çıkan yeni bir dayanışma modeli olan paylaşım ekonomisidir. Bu bağlamda paylaşım ekonomisi modelinin uygulanmasına yönelik oluşturulan sosyal girişimlerden biri ise İhtiyaç Haritası'dır. İhtiyaç Haritası sosyal girişiminden bahsetmeden önce paylaşım

¹⁵⁵<https://www.log.com.tr/otizmli-cocuklari-konusturan-tolkido-arikovaninda/> (Erişim Tarihi: 19.03.2022)

¹⁵⁶<https://girisimcikafasi.com/girisimler/tolkido/> (Erişim Tarihi: 19.03.2022)

¹⁵⁷https://www.tohumotizm.org.tr/otizm_v1/tedavi-yontemleri/egitim-yontemleri_v1/uygulamali-davranis-analizi/pecs/ (Erişim Tarihi: 19.03.2022)

¹⁵⁸<https://girisimcikafasi.com/girisimler/tolkido/> (Erişim Tarihi: 19.03.2022)

¹⁵⁹<https://ibrahimbodurodulleri.com/ibrahim-bodur-sosyal-girisimcilik-odulu-2020/> (Erişim Tarihi: 19.03.2022)

ekonomisinden bahsedilmesi konunun daha net anlaşılması açısından önem arz etmektedir.

“Paylaşım ekonomisi” veya diğer bir ifadeyle “paylaşımçı tüketim”, sosyal girişimciliğin özel bir türü olarak ifade edilebilir (Kaçar ve Yakın, 2018, s. 725). Paylaşım ekonomisinde temel amaç, paylaşarak fayda yaratmak olup, genel olarak kişilerin sahip olduğu kullanılmamış veya az kullanılmış varlıkların üretken kaynaklara dönüştürülmesi hedeflenmektedir (Çevik ve Uyar, 2021, s. 20). Paylaşım ekonomisi kapsamındaki oluşumlar, genel olarak internet platformları üzerinden faaliyetlerini yürütmekte ve bu sayede kolay ulaşılabilirler (Kaçar ve Yakın, 2018, s. 725).

Paylaşım ekonomisinin ülkemizde yer alan başarılı örneklerinden biri, “İhtiyaç Haritası” dijital sosyal girişimidir. 2015 yılında kurulan İhtiyaç Haritası, ihtiyaç sahipleri ile bu kişilere destek olmak isteyen birey, kurum ve kuruluşları bir araya getiren bir sosyal girişimdir¹⁶⁰. İhtiyaç Haritası’nın amacı, Türkiye’deki kent ve mahalle temelindeki ihtiyaçların ihtiyaç sahiplerinin aktif katılımıyla sistematik olarak öğrenilmesi ve harita tabanlı olarak, kurum, kuruluş veya bireyler tarafından karşılanmasına aracılık eden bir platform oluşturmaktır¹⁶¹. İhtiyaç Haritası, geliştirdiği harita teknolojisi ve toplum tabanlı doğrulama ile eğitim, sağlık, kültür ve sanat gibi birçok alanda ihtiyaç sahiplerine destek olunmasını sağlamaktadır¹⁶². Bu dijital sosyal girişim, internet sitesinde yer alan harita üzerinden işlemektedir. İhtiyaç sahipleri, harita üzerinden konumlarını ve ihtiyaçlarını belirtmektedir. Destek olmak isteyenler ise yine harita üzerinden karşılamak istedikleri ihtiyacı seçerek, destek olmaktadır¹⁶³.

İhtiyaç Haritası sosyal girişimi tarafından oluşturulan platformun şu anda yüz binin üzerinde kullanıcısı ve platform üzerinde paylaşılan dokuz milyon üzerinde ihtiyaç kalemi bulunmaktadır. Geline nokta İhtiyaç Haritası, 490 milyon Türk lirasına eşdeğer bir paylaşım ekonomisi oluşturmuştur¹⁶⁴. Giderek kitlesini genişleten ve küresel çapta büyümeyi hedefleyen İhtiyaç Haritası sosyal girişimi, 2021 AB Sosyal Ekonomi

¹⁶⁰<https://www.ihtiyacharitasi.org/> (Erişim Tarihi: 17.03.2022)

¹⁶¹<https://society.tedu.edu.tr/tr/society/ihtiyac-haritasi/needs-map> (Erişim Tarihi: 17.03.2022)

¹⁶²<https://www.ihtiyacharitasi.org/> (Erişim Tarihi: 17.03.2022)

¹⁶³<https://www.sabancivakfi.org/tr/sosyal-degisim/ihtiyac-haritasi> (Erişim Tarihi: 17.03.2022)

¹⁶⁴https://admin.ihtiyacharitasi.org/portal/apps/experiencebuilder/experience/?id=f4d5114726c94b3595cb0fe68809819e&page=page_14 (Erişim Tarihi: 17.03.2022)

Ödüllerinin kazananlarından biri olmuştur¹⁶⁵. İhtiyaç Haritası'nın 2021 yılında almış olduğu ödüllerden bir diğeri ise Esri İş Ortakları Konferansı tarafından verilmiş olan Kriz Yönetiminde CBS Ödülü'dür.¹⁶⁶

Yoksulluğun en önemli boyutlarından biri olan beslenme sorununun azaltılmasına yönelik olarak oluşturulmuş olan bir dijital sosyal girişim örneği ise “*Toktut*”dur. “*Askıda Yemek*” uygulaması ile yeterli beslenme imkanına sahip olmayanlar ile yardım etmek isteyenleri bir araya getirerek toplumsal dayanışmaya katkı sağlayan bir online platform olan Toktut, 2020 yılında “*Toktutmak Elimizde Derneği*” tarafından oluşturulmuştur¹⁶⁷. İlk olarak Covid-19 pandemisi döneminde sokağa çıkma yasağının nedeniyle evlerinden çıkamayan ve yalnız yaşayan yaşlılara yemek paylaşımı yaparak faaliyetlerine başlayan Toktut dijital sosyal girişimi, bu süreçte yetmiş bin öğün sıcak yemek paylaşımı gerçekleştirmiştir¹⁶⁸. Gelineen noktada Toktut, faaliyetlerini genişletmiş ve Askıda Yemek uygulamasına ek olarak askıya bırakılan erzak kolisi ve beslenme kutularını ihtiyaç sahiplerine ulaştırma faaliyetlerine başlamıştır¹⁶⁹.

Yoksulluğun olumsuz etkilerinin azaltılması bağlamında oluşturulmuş olan dijital sosyal girişim örneklerinden bir diğeri ise “*İyilik Kazansın*”dır. 2017 yılında İyilik Kazansın, online alışverişleri bağışa dönüştüren bir sosyal girişimdir¹⁷⁰. İyilik Kazansın sosyal girişimi, sahip olduğu online platform üzerinden yönlendirdiği her alışveriş sonucunda tüketicilere ek bir masraf yüklemeksizin ürünün fiyatı üzerinden belirli yüzdelerde sivil toplum kuruluşlarına bağış yapılmasını sağlamaktadır¹⁷¹. İyilik Kazansın, aynı zamanda platformda yer alan mağazalardan alışveriş yapan kişilere sağladığı indirim ve kampanyalar ile alışveriş yapılmasını teşvik etmektedir. Bu sayede dolaylı olarak bağış yapılmasını da teşvik etmiş olmaktadır.

“*Her Alışverişin Fark Yaratsın!*” sloganıyla hareket eden İyilik Kazansın sosyal girişimi, bugün için gelinen noktada yirmi sekiz sivil toplum kuruluşuna bağış

¹⁶⁵<https://www.socialeconomy.eu.org/2021/10/18/meet-the-winners-of-the-eu-social-economy-awards-2021/> (Erişim Tarihi: 17.03.2022)

¹⁶⁶https://admin.ihityacharitasi.org/portal/apps/experiencebuilder/experience/?id=f4d5114726c94b3595cb0fe68809819e&page=page_14 (Erişim Tarihi: 17.03.2022)

¹⁶⁷<https://www.toktut.org/> (Erişim Tarihi: 20.05.2022)

¹⁶⁸<https://www.toktut.org/toktutmak-elimizde-dernegi> (Erişim Tarihi: 20.05.2022)

¹⁶⁹<https://sosyalgirisim.com/hep-beraber-toktutalim/> (Erişim Tarihi: 20.05.2022)

¹⁷⁰<https://webrazzi.com/2019/01/24/internet-alisverislerini-bagislara-donusturen-girisim-iyilik-kazansin/> (Erişim Tarihi: 19.03.2022)

¹⁷¹<https://iyilikkazansin.com/> (Erişim Tarihi: 19.03.2022)

yapılmasına aracılık etmektedir. Platform üzerinden alışveriş yapan kişilere, bağış yapılan sivil toplum kuruluşu tarafından kişiye özel olarak hazırlanan dijital bağış sertifikası e-posta olarak gönderilmektedir. Bu sayede yapılan bağışın hangi sivil toplum kuruluşuna destek olduğu bildirilerek, şeffaflık ve güvenilirlik sağlanmış olmaktadır¹⁷². Geline nokta İyilik Kazansın sosyal girişimi sayesinde gerçekleştirilen 694 bin Türk lirası tutarındaki alışveriş, yirmi sekiz sivil toplum kuruluşu için bağışa dönüştürülmüş durumdadır¹⁷³.

5.2.5. Bilgi ekosistemi alanında faaliyet gösteren dijital sosyal girişimler

İnternet, hayatımızın hemen her alanında büyük kolaylıklar sağlayan ve sürekli gelişim gösteren önemli bir teknolojidir. Ancak birçok faydası olan bu teknolojinin olumsuz yönleri de bulunmaktadır. Özellikle sosyal medyanın ortaya çıkması ve hızla yaygınlaşmasıyla beraber internet, büyük bir bilgi çöplüğü haline gelmeye başlamıştır. Günümüzün en önemli bilgi ve haber kaynaklarından biri olan internet, aynı zamanda birçok yalan ya da yanlış içeriğin de dolaşımında olduğu bir ortam haline gelmiştir. Yanlış bilgilerin, doğru bilgilerden daha hızlı bir şekilde dolaştığı internet ortamında kullanıcıların bilginin doğruluğunu tespit etmesi giderek daha zor bir hal almaktadır (Erkan ve Ayhan, 2018, s. 202). Bu zorluk, internet ortamındaki bilgilerin doğruluğunu araştıran platformları ortaya çıkarmıştır. Ancak doğrulama platformu olarak kurulan internet sitelerinin de güvenilirliği tartışma konusudur. Bu nedenle Uluslararası Doğruluk Kontrol Ağı (The International Fact-Checking Network-IFCN) tarafından hazırlanan ilkeler kılavuzu oluşturulmuştur. Doğrulama kuruluşları, bu ilkeler kılavuzunun imzacısı olmak için başvurmakta ve belirlenen standartları sağlayan doğrulama kuruluşları imzacı olabilmektedir. Türkiye’de şu anda “*Teyit*” ve “*Doğruluk Payı*” platformları, IFCN ilkeler kılavuzu imzacısıdır (Mantzaris, 2022, s. 90).

Ülkemizde bilgi ekosistemi alanında faaliyet gösteren dijital sosyal girişim örneklerinden ilki Doğruluk Payı’dır. Doğruluk Payı, 2014 yılında yanlış bilgilerle

¹⁷²<https://teknoloji.org/iyilik-kazansin-internet-alisverisleriniz-bagisa-donussun/> (Erişim Tarihi: 19.03.2022)

¹⁷³<https://iyilikkazansin.com/> (Erişim Tarihi: 19.03.2022)

mücadele etmek ve kamuoyunun doğru bilgiye ulaşmasını sağlamak amacıyla kurulmuş, Türkiye'nin ilk haber doğrulama platformudur¹⁷⁴.

Doğruluk Payı, kurulduğu 2014 yılında daha kısıtlı bir alanda bilgi doğrulaması yapmakta iken, 2020 yılından itibaren sosyal medyaya, geleneksel medyaya ve farklı iletişim araçlarına yansıyan her türden şüpheli bilginin doğrulamasını yapan bir platforma dönüştürülmüştür¹⁷⁵.

Doğruluk Payı, editörleri tarafından sosyal medya platformlarının taranması sonucunda elde edilen ve bir havuzda toplanan şüpheli bilgiler, belirli bir metodoloji ile incelemektedir. Bu bağlamda, Doğruluk Payı, seçim, kontrol ve değerlendirme olmak üzere üç aşamada şüpheli bilgileri incelemektedir. İlk aşamada şüpheli bilgilerin tarafsız kaynaklar tarafından doğrulanabilir olmasına, sosyal medyada yayılma sıklıklarına ve yayılma ihtimallerine bakılmaktadır. İkinci aşamada ise elde edilen şüpheli içeriğe göre delillere ulaşılmaktadır. Bu bağlamda, görsel içerikler bulunduran metinlerde öncelikle çeşitli yollardan görselin orijinalliği tespit edilmekte, daha sonra görselin metinle uyumlu olup olmadığı tespit edilmektedir. Bundan sonra ise metin içeriği kontrol edilmektedir. Doğruluk kontrolünde öncelikle kamuya açık olan kaynaklar tercih edilmektedir. Bu kaynaklara ulaşılamadığı takdirde resmi ve gayri resmi dokümanlar ile taraf ve uzmanların görüşleri de doğruluk tespitinde destekleyici olarak tercih edilmektedir. Bu bağlamda Doğruluk Payı editörleri, kaynak seçiminde belirli bir hiyerarşiye göre değerlendirme yapmaktadır. Son aşamada ise, yapılan kontroller sonrasında ulaşılan sonuç, editörler tarafından doğru, yanlış, kısmen yanlış ve belirsiz olmak üzere dört kategoride sınıflandırılmaktadır. Buna ek olarak Doğruluk Payı, takipçilerinden gelen geri bildirimleri de dikkate almaktadır. Bu bağlamda, Doğruluk Payı takipçileri, iletişim kanalları üzerinden düzeltme talebinde bulunabilmektedir. Yapılan düzeltme talebi, geçerli ve güvenilir karşı kanıtlarla yapılmışsa doğruluk kontrolünde gerekli düzeltmeler yapılmaktadır¹⁷⁶.

Doğruluk Payı, 2016 yılında Uluslararası Doğruluk Kontrol Ağı (The International Fact-Checking Network-IFCN) tarafından hazırlanan İlkeler Kılavuzu'nun da imzacısı

¹⁷⁴<https://www.dogrulukpayi.com/sayfa/tarihce> (Erişim Tarihi: 02.04.2022)

¹⁷⁵<https://www.dogrulukpayi.com/sayfa/hakkimizda> (Erişim Tarihi: 02.04.2022)

¹⁷⁶<https://www.dogrulukpayi.com/sayfa/metodoloji> (Erişim Tarihi: 02.04.2022)

olmuştur¹⁷⁷. Bu bağlamda, ilkeler kılavuzunda yer alan imzacı olmaya uygunluk, tarafsızlığa ve adalete bağlılık, standartlara ve kaynakların şeffaflığına bağlılık, finansman ve organizasyonda şeffaflık taahhüdü, standartlara ve metodolojinin şeffaflığına bağlılık, açık ve dürüst düzeltme politikasına bağlılık şartlarını kabul ettiğini beyan etmiştir¹⁷⁸.

Ülkemizde bilgi ekosistemi alanında faaliyet gösteren bir diğer dijital sosyal girişim ise Teyit'tir. 2016 yılında kurulan Teyit, haber doğrulama platformu olarak faaliyet gösteren bir sosyal girişimdir¹⁷⁹. Teyit, bilgi ekosisteminin geliştirilmesi için doğrulama ve güçlendirme faaliyetleri gerçekleştirmektedir. Bu bağlamda, kurulduğu 2016 yılından itibaren internet ortamında dolaşımdaki bilgileri incelemekte, dijital okuryazarlık ve eleştirel düşünme becerilerinin geliştirilmesi için eğitim çalışmaları gerçekleştirmekte ve farklı alanlardan kişilerle ortak çalışmalar yürüterek yanlış bilgi sorununa yönelik çözümlerin geliştirilmesine katkı sağlamaktadır¹⁸⁰.

Teyit platformu, kullanıcılar tarafından iletilen veya editörler tarafından seçilen haberleri belirli bir metodoloji ile analiz etmektedir. Analiz sonrasında ise haberin içeriğini doğru, yanlış, karma ve sonuçlandırılmadı olarak sınıflandırmaktadır. Buna ek olarak, yanlış olduğu tespit edilen haberler, bir olayla ilgili ancak farklı bir durumu gösteren fotoğraf, video, alıntı veya haber başlıkları içeriyorsa “*hatalı ilişkilendirme*”, tamamıyla üretilmiş, hiçbir gerçeklik payı olmayan bir içeriğe sahipse “*uydurma*”, eğlence ve alay amacıyla hazırlanmış, kullanıcıları yanıltma ihtimali yüksekse “*parodi*”, bir kişi ya da kurumu taklit eden içerikler barındırıyorsa veya taklit hesaplar tarafından paylaşılmışsa “*taklit*”, gerçeği saptırarak yanlışla yönlendiriyorsa “*çarpıtma*”, doğru bilgiyi, yer aldığı olay örgüsünden ayırarak farklı bir bağlamda sunuyorsa “*bağlamdan koparma*”, seçme, ekleme ve çıkarma gibi değişiklikler yapılmış içerikler barındırıyorsa “*manipülasyon*” olarak sınıflandırılmaktadır¹⁸¹.

Teyit, internet ortamında yayılan şüpheli haberleri, belirlediği öncelik sıralamasına göre incelemektedir. Bu bağlamda, Teyit editörleri, doğrulanması için okuyucular

¹⁷⁷<https://www.dogrulukpayi.com/duyuru/dogruluk-payi-ilkeler-kilavuzuna-imza-atti> (Erişim Tarihi: 02.04.2022)

¹⁷⁸<https://ifcncodeofprinciples.poynter.org/profile/dogruluk-payi> (Erişim Tarihi: 02.04.2022)

¹⁷⁹<https://webrazzi.com/2016/10/26/online-dezenformasyonu-engellemek-isteyen-dogrulanmis-haber-platformu-teyit-org-yayinda> (Erişim Tarihi: 20.03.2022)

¹⁸⁰<https://teyit.org/nedir> (Erişim Tarihi: 21.03.2022)

¹⁸¹<https://teyit.org/metodoloji> (Erişim Tarihi: 21.03.2022)

tarafından gönderilen şüpheli haberlerin seçim sürecinde, bir filtreleme uygulamaktadır. Bu filtreleme ise “aciliyet”, “yaygınlık” ve “önem” olmak üzere üç kriterden oluşmaktadır. Aciliyet kriteri, anlık olaylara ilişkin olarak henüz doğru bilgilerin güvenilir kaynaklardan açıklanmadığı kriz anlarında devreye girmekte ve hayati öneme sahip şüpheli bilgilerin öncelikli olarak incelenmesini sağlamaktadır. Bir diğer kriter olan yaygınlık, internette hızlı bir şekilde yayılan haberlerin veya zaman zaman tekrardan internette dolaşıma giren şehir efsanelerinin öncelikli olarak incelenmesini sağlamaktadır. Son olarak önem kriteri ise internette yayılan haber, gündemi belirleyecek seviyede sarsıcıysa, bir kişi ya da grubu zan altında bırakıyorsa devreye girmektedir. Bu üç kriterden en az birini sağlayan içerikler, öncelikli olarak Teyit editörleri tarafından incelenmektedir. Okuyucular tarafından bildirilen diğer içerikler ise önem sırasına göre daha sonra incelemeye alınmaktadır (Teyit, 2017, s. 7) Bu sayede gündem açısından kritik öneme sahip haberler, öncelikli olarak analiz edilerek, kamuoyunda oluşacak tehlikeli bilgi kirliliğinin önüne geçilmektedir.

Teyit platformu, internet sitesinde yer alan “*Teyitpedia*” bölümünde ise internet kullanıcıların bilinçlendirilmesine ve dolaşımdaki yanlış bilgilerin nasıl tespit edilebileceğine yönelik olarak eğitici içerikler yayınlamaktadır. Bu sayede, kullanıcılara yalnızca doğru bilgiyi vermekle kalmayarak, doğru bilgiye nasıl ulaşılabileceklerini de öğretmektedir¹⁸².

Sahte haberler ve dezenformasyonla mücadele eden Google da arama sonuçlarına bilgi doğrulama özelliğini eklemiştir. Bu bağlamda Google tarafından öncelikli olarak dikkate alınan doğrulama platformlarından biri ise Teyit’tir. Google bilgi doğrulama özelliği, Google üzerinden yapılan bir aramadaki anahtar kelimeler, Teyit tarafından yapılan bir analizde yer alıyorsa devreye girmekte ve Teyit’in analiz sonuçlarını öncelikli olarak kullanıcıların önüne getirmektedir¹⁸³. Teyit’in tarafsız ve güvenilir bir doğrulama platformu olarak kabul görmesini sağlayan etken ise Uluslararası Doğruluk Ağı tarafından oluşturulmuş olan ilkeler kılavuzunun imzacısı olmasıdır. Bu bağlamda Teyit, ilkeler kılavuzunda yer alan imzacı olmaya uygunluk, tarafsızlığa ve adalete bağlılık, standartlara ve kaynakların şeffaflığına bağlılık, finansman ve organizasyonda şeffaflık

¹⁸²https://teyit.org/detayli-arama?post_type=%23teyitpedia&sort=newest (Erişim Tarihi: 21.03.2022)

¹⁸³<https://webrazzi.com/2017/05/16/google-teyit-org> (Erişim Tarihi: 21.03.2022)

taahhüdü, standartlara ve metodolojinin şeffaflığına bağlılık, açık ve dürüst düzeltme politikasına bağlılık şartlarını kabul ettiğini beyan etmiş bir doğrulama platformudur¹⁸⁴.

5.3 Türkiye’de Endüstri 4.0 Bağlamında Dijital Sosyal Girişimciliğin Sürdürülebilir Kalkınmaya Etkileri

Dijital sosyal girişimcilik alanında dünyadaki gelişmelerle benzer şekilde Türkiye’de de birçok dijital sosyal girişim oluşturulmuştur. Dünyada olduğu gibi ülkemizde de oluşturulan dijital sosyal girişim örneklerinin sürdürülebilir kalkınmanın gerçekleştirilmesine önemli katkıları bulunmaktadır.

Türkiye’deki dijital sosyal girişimleri, bir önceki başlıkta incelediğimiz üzere çevre alanındaki dijital sosyal girişimler, eğitim alanındaki dijital sosyal girişimler, blockchain tabanlı dijital sosyal girişimler, dezavantajlı gruplara yönelik dijital sosyal girişimler ve bilgi ekosistemine yönelik dijital sosyal girişimler olarak gruplandırmak mümkündür. Bu ana başlıklar altında ele alınan dijital sosyal girişimlerden çevre alanında faaliyet gösteren “*Ecording*”, “*Good4Trust*”, “*Tabit*” ve “*Fazla Gıda*” dijital sosyal girişimleri, doğrudan sürdürülebilir kalkınmaya katkı sağlamayı amaçlayan dijital sosyal girişimler olarak da ifade edilebilir. Çünkü bu alandaki dijital sosyal girişimler, sürdürülebilir kalkınma yaklaşımının ortaya çıkışındaki ana fikri oluşturan çevrenin ve doğal kaynakların tahrip edilmeden kalkınmanın gerçekleştirilmesi amacına yönelik faaliyet göstermek amacıyla kurulmuştur. Buna ek olarak, çevre alanındaki dijital sosyal girişimler, sürdürülebilir kalkınmaya katkı sağlama amaçlarını açık bir şekilde ifade etmektedirler. Çevre alanındaki dijital sosyal girişimler, genel itibariyle sürdürülebilir kalkınmaya katkı sağlamayı amaç olarak benimsemekle beraber her dijital sosyal girişimin 2030 Sürdürülebilir Kalkınma Amaçları kapsamındaki belirli amaçlar özelinde faaliyetlerini yoğunlaştırdığı görülmektedir.

Çevre alanında faaliyet gösteren bir dijital sosyal girişim olan Ecording, ecoDrone olarak adlandırılan dronelar ile ağaçlandırma çalışmalarında kullanılan tohumları, ekim alanlarının yakınında yaşayan kadınlardan destek alarak üretmektedir. Bu sayede toplumsal ve ekonomik cinsiyet eşitsizliğiyle mücadeleye destek olarak “*Amaç 5: Toplumsal Cinsiyet Eşitliği*” bağlamında katkı sağlamaktadır. Buna ek olarak ekim

¹⁸⁴<https://ifcncodeofprinciples.poynter.org/profile/teyit> (Erişim Tarihi: 22.03.2022)

alanlarının çevresinde yaşayanların ekonomik açıdan da kalkınmasını sağlayarak “*Amaç 10: Eşitsizliklerin Azaltılması*” bağlamında sürdürülebilir kalkınmaya katkı sağlamaktadır. Ecording, sattığı ürün ve hizmet başına ecoDrone’lar ile tohum atışı yaparak aynı zamanda yeşil tüketim modellerini de teşvik etmektedir¹⁸⁵. Bu sayede, “*Amaç 12: Sorumlu Üretim ve Tüketim*”e katkı sağlamaktadır. Ecording, aynı zamanda küresel iklim krizinin çözümü amacıyla geliştirdiği çevre teknolojileri ile 2030 Sürdürülebilir Kalkınma Amaçları kapsamındaki “*Amaç 13: İklim Eylemi*”nin gerçekleştirilmesine katkı sağlamaktadır. Ecording’ın 2030 Sürdürülebilir Kalkınma Amaçları bağlamında bir diğer katkısı ise ağaçlandırma çalışmaları sayesinde karasal ekosistemin sürdürülebilirliğini amaçlayan “*Amaç 15: Karasal Yaşam*” üzerinde yarattığı olumlu etki olarak karşımıza çıkmaktadır. Çevre alanında faaliyet gösteren bir diğer dijital sosyal girişim olan Good4Trust, oluşturduğu üreten tüketici sistemi ile “*Amaç 12: Sorumlu Üretim ve Tüketim*” ve yerel üreticilerle yaptığı iş birliği ile “*Amaç 10: Eşitsizliklerin Azaltılması*” bağlamında sürdürülebilir kalkınmaya katkı sağlamaktadır. Good4Trust, aynı zamanda Covid-19 pandemisi sürecinde uzaktan eğitime katılmak zorunda olan ancak bilgisayarı olmadığı için katılamayan öğrencilere destek olmak amacıyla “*Uzaktan Eğitime Teknoloji Desteği*” projesini başlatmıştır¹⁸⁶. Bu sayede Good4Trust “*Amaç 4: Nitelikli Eğitim*” bağlamında da sürdürülebilir kalkınmaya katkı sağlayacak şekilde faaliyetlerini genişletmiştir. Bahsedilen amaçlara ek olarak Good4Trust, 2021 yılında başlattığı “*Kadın ve İklim*” Projesi ile Türkiye’de farklı bölgelerde iklim krizi ile mücadele eden, farklı alanlarda üretim yapan kadın topluluklarının görünürlüğünü sağlamayı amaçlamaktadır (Uslu vd., 2021, s. 24). Kadın ve İklim projesi sayesinde Good4Trust hem iklim kriziyle hem de toplumsal cinsiyet eşitsizliği ile mücadele ederek “*Amaç 5: Toplumsal Cinsiyet Eşitliği*” ve “*Amaç 13: İklim Eylemi*” bağlamında sürdürülebilir kalkınmaya katkı sağlamaktadır. Çevre alanındaki dijital sosyal girişim örneklerinden bir diğeri olan Tabit ise geliştirdiği akıllı tarım teknolojileri ile çiftçilerin bilinçlendirilmesini, bu sayede çevreye karşı sorumlu bir şekilde üretim yapmalarını amaçlayarak, 2030 Sürdürülebilir Kalkınma Amaçları kapsamında yer alan “*Amaç 12: Sorumlu Üretim ve Tüketim*” ve “*Amaç 13: İklim Krizi*” bağlamında sürdürülebilir kalkınmaya katkı sağlamaktadır. Son olarak ele aldığımız

¹⁸⁵<https://ecording.org/hakkimizda/> (Erişim Tarihi: 18.05.2022)

¹⁸⁶<https://blog.good4trust.org/2021/01/09/2021de-good4trustta-yeni-bir-donem-basliyor/> (Erişim Tarihi: 18.05.2022)

çevre alanındaki dijital sosyal girişim olan Fazla Gıda, gıda atıklarının önlenerek ihtiyaç sahiplerine ulaştırılması sağlamaktadır. Bu sayede hem “Amaç 2: Açlığa Son” hem de “Amaç 12: Sorumlu Üretim ve Tüketim” bağlamında sürdürülebilir kalkınmaya katkı sağlamaktadır. Buna ek olarak Fazla Gıda, küresel ısınmanın önemli sebeplerinden biri olan karbon salınımının azaltılması amacıyla geliştirdiği teknoloji tabanlı çözümler ile “Amaç 13: İklim Krizi” bağlamında da sürdürülebilir kalkınmaya katkı sağlamaktadır.

Eğitim alanındaki dijital sosyal girişimler, blockchain tabanlı dijital sosyal girişimler, dezavantajlı gruplara yönelik dijital sosyal girişimler ve bilgi ekosistemine yönelik faaliyet gösteren dijital sosyal girişimler ise doğrudan sürdürülebilir kalkınmanın gerçekleştirilmesi amacıyla oluşturulmamakla beraber ortaya çıkardıkları sosyal faydanın 2030 Sürdürülebilir Kalkınma Amaçları kapsamında yer alan birden fazla amaç üzerinde etkisi bulunduğu görülmektedir.

Eğitim alanında ele aldığımız “KızCode”, “Kodluyoruz”, “Microfon” dijital sosyal girişimlerinin hepsi, belirli alanlarda eğitim imkanlarının geliştirilmesine yönelik olarak ortaya çıkardıkları sosyal fayda sayesinde 2030 Sürdürülebilir Kalkınma Amaçları kapsamındaki “Amaç 4: Nitelikli Eğitim”in gerçekleştirilmesine katkıda bulunmaktadır. Bu bağlamda Kodluyoruz ve KızCode dijital sosyal girişimlerinin özellikle “Amaç 4: Nitelikli Eğitim” bağlamında katkı sağladığı görülmektedir. Buna ek olarak kız çocuklarının kodlama eğitimi almaları için faaliyet gösteren KızCode, aynı zamanda “Amaç 5: Toplumsal Cinsiyet Eşitliği” bağlamında da sürdürülebilir kalkınmaya katkıda bulunmaktadır. Eğitim alanındaki bir diğer dijital sosyal girişim olan Microfon ise ihtiyaç sahibi öğrencilere sağladığı burs imkânı sayesinde “Amaç: 4 Nitelikli Eğitim”e sağladığı katkıya ek olarak, “Amaç 10: Eşitsizliklerin Azaltılması” bağlamında da katkı sağlamaktadır.

Blockchain tabanlı bir dijital sosyal girişim olan “Uçurtma” ise sağladığı kitlesel fonlama hizmeti ile öğrencilerin ihtiyaç duyduğu finansal desteğin toplanmasına katkıda bulunarak “Amaç 4: Nitelikli Eğitim” açısından sürdürülebilir kalkınma amaçları üzerinde etkili olmaktadır.

Dezavantajlı gruplara yönelik faaliyet gösteren “Engelsiz Çeviri”, “WeWalk”, “BlindLook”, “Otsimo”, “Tolkido”, “İhtiyaç Haritası”, “Toktut” ve “İyilik Kazansın” dijital sosyal girişimleri ise genel olarak “Amaç 10: Eşitsizliklerin Azaltılması”

bağlamında sürdürülebilir kalkınmaya katkı sağlamaktadır. Buna ek olarak “İhtiyaç Haritası”, aynı zamanda gıdaya erişim sorunu yaşayanlar için sunduğu çözümler sayesinde “Amaç 2: Açlığa Son” bağlamında da sürdürülebilir kalkınmaya katkı sağlamaktadır. Toktut dijital sosyal girişimi ise yoksul kesimde yer alan kişilere yapmış olduğu yiyecek ve erzak yardımları sayesinde “Amaç 2: Açlığa Son” bağlamında sürdürülebilir kalkınmaya katkı sağlamaktadır. Bir diğer dezavantajlı gruplara yönelik dijital sosyal girişim olan “İyilik Kazansın” ise “Amaç 10: Eşitsizliklerin Azaltılması”na ek olarak bağışta bulunduğu sivil toplum kuruluşları arasında eğitim, toplumsal cinsiyet eşitliği ve çevre alanında faaliyet gösteren kuruluşlara yer vermesi nedeniyle “Amaç 4: Nitelikli Eğitim”, “Amaç 5: Toplumsal Cinsiyet Eşitliği”, “Amaç 13: İklim Eylemi” ve “Amaç 15: Karasal Yaşam” açısından da sürdürülebilir kalkınmaya katkı sağlamaktadır¹⁸⁷.

Bilgi ekosistemi alanında faaliyet gösteren Doğruluk Payı ve Teyit dijital sosyal girişimleri, haber doğrulama alanında uluslararası standartlara uyum ve iş birliği içinde haber doğrulama faaliyetlerini yürütmektedir.¹⁸⁸ Bu bağlamda, Doğruluk Payı ve Teyit dijital sosyal girişimleri, sürdürülebilir kalkınma için küresel ortaklıkların gerçekleştirilmesini amaçlayan “Amaç 17: Amaçlar İçin Ortaklıklar” bağlamında sürdürülebilir kalkınmaya katkı sağlamaktadırlar.

Sürdürülebilir kalkınmaya etkilerini gerekçeleriyle açıkladığımız Türkiye’deki dijital sosyal girişim örneklerinin sürdürülebilir kalkınma bağlamında etkileri şu şekilde tablo olarak ifade edilebilir:

Tablo 5.3. Türkiye’de Dijital Sosyal Girişim Örneklerinin Sürdürülebilir Kalkınmaya Etkileri

Dijital Sosyal Girişimin Adı	Faaliyet Alanı	Etkili Olduğu 2030 Sürdürülebilir Kalkınma Amaçları
Ecording	Çevre	Amaç 5: Toplumsal Cinsiyet Eşitliği Amaç 10: Eşitsizliklerin Azaltılması Amaç 12: Sorumlu Üretim ve Tüketim Amaç 13: İklim Eylemi Amaç 15: Karasal Yaşam
Good4Trust	Çevre	Amaç 4: Nitelikli Eğitim Amaç 10: Eşitsizliklerin Azaltılması Amaç 12: Sorumlu Üretim ve Tüketim Amaç 13: İklim Eylemi

¹⁸⁷<https://iyilikkazansin.com/sivil-toplum-kuruluslari> (Erişim Tarihi: 26.04.2022)

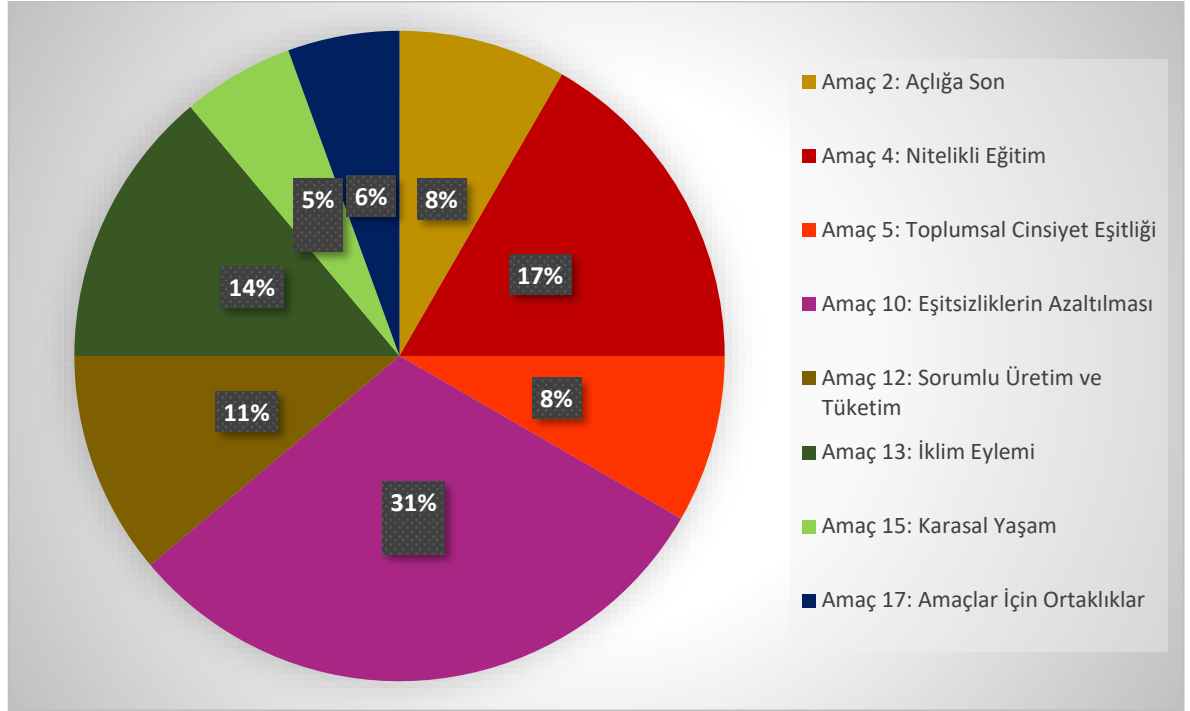
¹⁸⁸<https://www.ifcncodeofprinciples.poynter.org/signatories> (Erişim Tarihi: 26.04.2022)

Tablo 5.3. (Devam) Türkiye’de Dijital Sosyal Girişim Örneklerinin Sürdürülebilir Kalkınmaya Etkileri

Tabit	Çevre	Amaç 12: Sorumlu Üretim ve Tüketim Amaç 13: İklim Eylemi
Fazla Gıda	Çevre	Amaç 2: Açlığa Son Amaç 12: Sorumlu Üretim ve Tüketim Amaç 13: İklim Eylemi
KızCode	Eğitim	Amaç 4: Nitelikli Eğitim Amaç 5: Toplumsal Cinsiyet Eşitliği
Kodluyoruz	Eğitim	Amaç 4: Nitelikli Eğitim
Microfon	Eğitim	Amaç 4: Nitelikli Eğitim Amaç 10: Eşitsizliklerin Azaltılması
Uçurtma	Blockchain	Amaç 4: Nitelikli Eğitim
Engelsiz Çeviri	Dezavantajlı Gruplar	Amaç 10: Eşitsizliklerin Azaltılması
WeWalk	Dezavantajlı Gruplar	Amaç 10: Eşitsizliklerin Azaltılması
BlindLook	Dezavantajlı Gruplar	Amaç 10: Eşitsizliklerin Azaltılması
Otsimo	Dezavantajlı Gruplar	Amaç 10: Eşitsizliklerin Azaltılması
Tolkido	Dezavantajlı Gruplar	Amaç 10: Eşitsizliklerin Azaltılması
İhtiyaç Haritası	Dezavantajlı Gruplar	Amaç 2: Açlığa Son Amaç 10: Eşitsizliklerin Azaltılması
Toktut	Dezavantajlı Gruplar	Amaç 2: Açlığa Son Amaç 10: Eşitsizliklerin Azaltılması
İyilik Kazansın	Dezavantajlı Gruplar	Amaç 4: Nitelikli Eğitim Amaç 5: Toplumsal Cinsiyet Eşitliği Amaç 10: Eşitsizliklerin Azaltılması Amaç 13: İklim Eylemi Amaç 15: Karasal Yaşam
Doğruluk Payı	Bilgi Ekosistemi	Amaç 17: Amaçlar İçin Ortaklıklar
Teyit	Bilgi Ekosistemi	Amaç 17: Amaçlar İçin Ortaklıklar

Tablo 5.3’ten de görüleceği üzere ele alınan Türkiye’deki dijital sosyal girişim örneklerinin etkili olduğu sürdürülebilir kalkınma amaçlarına bakıldığında bazı dijital sosyal girişim örneklerinin 2030 Sürdürülebilir Kalkınma Amaçları kapsamındaki tek bir amaç üzerinde etkili olduğu, bazı dijital sosyal girişim örneklerinin ise birden fazla amaç üzerinde etkili olduğu görülmektedir.

Türkiye’deki dijital sosyal girişim örnekleri, 2030 Sürdürülebilir Kalkınma Amaçları kapsamında belirlenmiş olan on yedi sürdürülebilir kalkınma amacından sekizi üzerinde etkilidir. Bu durum, şekil 5.1’de şu şekilde ifade edilmiştir:



Şekil 5.1. Türkiye’deki Başarılı Dijital Sosyal Girişim Örneklerinin 2030 Sürdürülebilir Kalkınma Amaçları Bağlamında Etkilerinin Yüzdelik Dağılımı

Çalışma kapsamında seçilen dijital sosyal girişim örneklerine baktığımızda bazıları yalnız bir amaç ile ilişkilendirilebilmekteyken, diğerleri ise birden fazla amaç ile ilişkilendirilebilmektedir. Bu bağlamda Türkiye’deki dijital sosyal girişim örneklerinin etkili olduğu sürdürülebilir kalkınma amaçlarının pasta grafiği üzerinde gösterildiği şekil 5.1’e göre en yüksek pay %31 ile “Amaç 10: Eşitsizliklerin Azaltılması”, en düşük pay ise %5 ile “Amaç 15: Karasal Yaşam” olarak karşımıza çıkmaktadır.

Çalışma kapsamındaki dijital sosyal girişim örneklerinin sürdürülebilir kalkınmaya etkileri bağlamında yapılan incelemelerden de görüleceği üzere dijital sosyal girişimcilik, Birleşmiş Milletler 2030 Sürdürülebilir Kalkınma Amaçları doğrultusunda sürdürülebilir kalkınmanın gerçekleştirilmesine önemli katkılar sağlayan bir sosyal girişimcilik türü olarak kabul edilebilmektedir. Ancak bugün için gelinen noktada dijital sosyal

girişimlerin sürdürülebilir kalkınma bağlamında detaylı bir şekilde hazırlanmış sosyal etki analizlerinin bulunmaması önemli bir eksiklik olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu nedenle dijital sosyal girişimlerin tablo 5.3'ten belirttiğimiz sürdürülebilir kalkınma amaçları bağlamında etkilerinin bulunduğu kabul edilmekle beraber bu etkilerin boyutuna ilişkin detaylı bir değerlendirme yapılamamaktadır.



SONUÇ VE ÖNERİLER

Girişimcilik, geçmişten günümüze ekonomilerin büyümesine ve kalkınmasına katkı sağlayan önemli bir kavram olarak karşımıza çıkmaktadır. Girişimcilik kavramı, günümüzde de ortaya çıkan yeni türleriyle beraber önemini korumaktadır. Girişimciliğin, kavram olarak ortaya çıkışı yaklaşık iki yüz elli yıl öncesine dayansa da faaliyet olarak ortaya çıkışı, ilk çağlarda kabileler ve köyler arasında gerçekleştirilen ticari faaliyetlere kadar dayandırılabilir (Austin vd., 2006, s. 372).

Girişimcilik, uzun bir tarihi geçmişe sahip olmasına karşılık üzerinde henüz uzlaşmış bir girişimcilik tanımı bulunmamaktadır. Ancak basit bir tanım vermek gerekirse girişimcilik; *“kaynakların bir mal veya hizmet üretimi için kullanılması ve kâr elde etmek amacıyla bir bedel karşılığında satılması”* olarak ifade edilebilir. Girişimci ise *“ekonomik kaynakları bir araya getirerek girişimcilik faaliyetini gerçekleştiren ve bu bağlamda kaynakların doğru kullanımı için önlemleri alan, riskleri üstlenen ve yenilik üreten kişi”*dir.

Girişimcilik, ilk olarak yalnızca kâr elde etmek amacıyla gerçekleştirilen ekonomik bir faaliyet olarak ortaya çıkmıştır. Ancak tarihsel süreçte meydana gelen gelişmeler ve ortaya konulan yaklaşımlarla beraber birçok farklı disiplinin ilgi alanına giren ve ekonomik amacına ek olarak farklı amaçlarla da gerçekleştirilen bir faaliyet haline gelmiş ve birçok girişimcilik türü ortaya çıkmıştır. Tarihsel süreçte ortaya konulmuş olan farklı girişimcilik türlerinden hemen hepsi, çeşitli amaçlar benimsemiş olsa da nihai amaç her zaman ekonomik açıdan fayda sağlama, diğer bir ifadeyle kâr elde etme olmuştur. Ancak bu girişimcilik türlerinden biri olan sosyal girişimcilik, öncelikli hedefi sosyal sorunlara çözüm getirmek olan ve kârı amaç olarak değil, sosyal sorunlara çözüm üretmek için gerçekleştirilen faaliyetlerde kullanılan bir araç olarak görmesi nedeniyle girişimcilik türleri arasında kendine ayrı bir yer edinmiştir.

Sosyal girişimcilik, kavram olarak henüz yeni olgunlaşan bir girişimcilik türü olarak kabul edilmesine karşılık geçmişte sosyal girişimcilerle benzer amaçlarla girişimler meydana getirmiş kişilerle de karşılaşmaktadır (Denizalp, 2007, s. 10). Ancak bu kişilerin sosyal fayda üretmek amacıyla oluşturdukları girişimler, tam anlamıyla günümüzün sosyal girişimcilik yaklaşımı ile örtüşmediği için tarihsel süreçte sosyal girişimcilik kavramının ortaya çıkışı İkinci Dünya Savaşı dönemine kadar dayandırılabilir. Sosyal girişimciliğin popülerlik kazanması ise 1970’li yıllarda

Muhammed Yunus tarafından yoksul kesimdekilere mikro kredi sağlamak amacıyla oluşturmuş olduğu “*Grameen Bank*” sosyal girişimi ile olmuştur (Işık, 2013, s. 123). Ancak 1990’lı yıllara kadar sosyal girişimcilik, akademik anlamda ilgi çeken bir alan olmaktan uzak kalmıştır. 1990’lı yıllarla beraber sosyal girişimcilik üzerine akademik çalışmalar yapılmaya başlanmıştır (Dacin vd., 2011, s. 1203).

Sosyal girişimciliğe olan ilgi, Türkiye’de ise dünyadaki gelişmelere kıyasla daha geç ortaya çıkmıştır. Türkiye’de sosyal girişimcilik, 2000’li yılların başında gündemde kendine yer bulmaya başlamıştır. Bu nedenle Türkiye’de sosyal girişimcilik üzerine yapılan akademik çalışma sayısı nispeten azdır. Uygulama bağlamında ise özellikle 2010’lu yıllarda Türkiye’de sosyal girişimcilik, ivme kazanmıştır (British Council, 2019, s. 22). Geline nokta Türk girişimciler tarafından kurulan ve uluslararası alanda da ödülleri kazanmış birçok sosyal girişim bulunmaktadır.

Sosyal girişimcilik, tarihsel süreçte ekonomik, sosyal, kültürel ve teknolojik birçok gelişme sonucunda değişen koşullara uyum sağlayarak sürekli bir gelişim ve değişim halindedir. Bu tez çalışmasının da konusunu oluşturan dijital sosyal girişimcilik; teknolojik gelişmeler neticesinde ortaya çıkan ve giderek dijitalleşen günümüz dünyasında önemli bir konuma gelmiş bir sosyal girişimcilik türüdür. Dijital sosyal girişimciliğe giden sürecin temellerini atan gelişme ise 2011 yılında gündeme gelen ve günümüzde de gelişimini devam ettiren bir teknolojik devrim olan Endüstri 4.0 olarak karşımıza çıkmaktadır (Kagermann vd., 2013, s. 6-7). Nesnelerin interneti, yapay zekâ, siber fiziksel sistemler, büyük veri ve bulut teknolojileri gibi birçok yeniliğin hayatımıza dâhil olmasını sağlayan Endüstri 4.0, hemen her alanda dijital teknolojilerin yerleşmesine neden olmuştur (TÜSİAD, 2016). Bunun sonucunda doğal olarak her alanı etkileyen dijitalleşme, sosyal girişimcilik alanında da etkisini giderek artırmaya başlamıştır. Geline nokta gerek oluşturulmasında gerekse faaliyetlerinin yürütülmesinde dijital teknolojilerden faydalanan dijital sosyal girişimler, sosyal girişimcilik alanında önemli değişimler meydana getirmektedir. Bu değişimlerden bazılarına örnek olarak hız, verimlilik artışı, dijital platformlar aracılığıyla daha çok kullanıcıya ulaşma ve kişiselleştirilmiş hizmet sunumu verilebilir.

Dijitalleşme sayesinde ortaya çıkan hız, verimlilik artışı ve maliyetlerdeki azalma gibi birçok olumlu gelişme, dijital sosyal girişimlerin amaçlarını gerçekleştirebilmeleri için önemli avantajlar sağlamaktadır. Günümüz dünyasında dijital teknolojiler sayesinde

gerek ticari girişimler gerekse sosyal girişimler, çok hızlı bir şekilde kurularak faaliyetlerini yürütmekte ve bu sayede amaçlarına daha hızlı ulaşabilmektedirler. Buna ek olarak dijitalleşmenin sağladığı iletişim kolaylığı sayesinde dijital sosyal girişimler, faydalanıcılara ve destek sağlayacak yatırımcılara da geleneksel sosyal girişimlere kıyasla daha kolay bir şekilde ulaşmaktadır. Bunun sonucunda dijital sosyal girişimler, ürettikleri sosyal faydayı daha az maliyetle geleneksel sosyal girişimlere kıyasla daha geniş bir kitleye ulaştırabilmektedir.

Endüstri 4.0 ve bu bağlamda dijitalleşmenin yaygınlaşmasıyla ortaya çıkmış olan dijital sosyal girişimcilik, henüz gelişmekte olan bir alandır. Bu nedenle gerek dünyada gerekse Türkiye’de bu alanda yapılan akademik çalışmaların kısıtlı olduğu görülmektedir. Özellikle ülkemiz bağlamında doğrudan dijital sosyal girişimcilik alanında yapılmış akademik çalışma sayısı neredeyse yok denilebilecek seviyededir. Ancak uygulama bağlamında Türkiye’de oluşturulmuş, dünya çapında da başarısıyla örnek haline gelmiş ve ödüller kazanmış birçok dijital sosyal girişim bulunmaktadır. Bu durum, dijitalleşmeye gereken özenin gösterilmesi halinde Türkiye’nin dijital sosyal girişimcilik alanında sahip olduğu potansiyeli gerçekleştirebilme imkânına kavuşacağını ve daha fazla başarılı dijital sosyal girişimin oluşturulabileceğini ortaya koymaktadır.

Geleneksel sosyal girişimlere kıyasla birçok yönden daha avantajlı olan dijital sosyal girişimler, çevre, ekonomi, istihdam, eğitim, dezavantajlı gruplar, toplumsal cinsiyet eşitliği gibi sürdürülebilir kalkınmanın gelişimine katkı sağlayan birçok alanda faaliyet göstermektedir. Bu çalışmada, dijital sosyal girişimciliğin sürdürülebilir kalkınma üzerindeki etkileri ağırlıklı olarak Türkiye’deki örnekler olmak üzere dünyada ve Türkiye’deki uygulama örnekleri bağlamında ele alınmıştır.

1970’li yıllarda kalkınma gündemine giren sürdürülebilir kalkınma kavramına yönelik olarak değişik zamanlarda farklı tanımlar yapılmıştır. Ancak, basit bir şekilde tanımlayacak olursak, sürdürülebilir kalkınma; *“gelecek nesilleri düşünerek, doğal kaynakların ve çevrenin tahrip edilmeden kalkınmanın gerçekleştirilmesi”* olarak ifade edilebilir (Tıraş, 2012, s. 57). Bu tanım, sürdürülebilir kalkınmada çevreye öncelik veren bir yaklaşımı ifade etmektedir. Ancak sürdürülebilir kalkınma konusunda uluslararası alanda yaşanan gelişmeler ve gerçekleştirilen konferanslar neticesinde geline nokta sürdürülebilir kalkınmanın kapsamı genişlemiş ve çevrenin korunmasına ek olarak, sürdürülebilir kalkınmanın gerçekleştirilmesinde insan odaklı bir yaklaşım

benimsenmiştir. Bu bağlamda açlık, yoksulluk, eğitim, sağlık, adalet, istihdam, toplumsal cinsiyet eşitliği gibi birçok alan, sürdürülebilir kalkınma kapsamında yer almaktadır. Şu anda gerek uluslararası belgelerde gerekse Türkiye'nin oluşturduğu kalkınma planlarında ve diğer stratejik planlarda insan odaklı sürdürülebilir kalkınma yaklaşımının benimsendiği görülmektedir. Bu bağlamda karşımıza çıkan en önemli yol haritası ise *“Birleşmiş Milletler 2030 Sürdürülebilir Kalkınma Amaçları”*’dır. 2030 Sürdürülebilir Kalkınma Amaçları kapsamında belirlenmiş olan on yedi amaç doğrultusunda günümüzün sürdürülebilir kalkınma gündemi şekillendirilmektedir.

Sürdürülebilir kalkınmanın sağlanması için ulusal ve uluslararası otoritelerin yapmış olduğu çalışmaların yanı sıra bireylerin, işletmelerin ve sivil toplum kuruluşlarının da sürdürülebilir kalkınma amaçları üzerinde etkili olan faaliyetlerde bulunduğu görülmektedir. Bu anlamda ifade edilen kişi ve kuruluşların oluşturdukları dijital sosyal girişimler gerek doğrudan gerekse dolaylı olarak sürdürülebilir kalkınmanın gerçekleştirilmesine katkıda bulunmaktadır.

Dijital sosyal girişimlerin sürdürülebilir kalkınmaya etkileri, doğrudan veya dolaylı şekilde olabilmektedir. Doğrudan etkiden kastedilen dijital sosyal girişimlerin gerek açıklamış olduğu amaçları bağlamında gerekse gerçekleştirdiği faaliyetler bağlamında sürdürülebilir kalkınmaya katkı sağlamalarıdır. Dolaylı etki ise dijital sosyal girişimlerin açık bir şekilde sürdürülebilir kalkınmaya katkı sağlamayı amaç olarak belirlememekle birlikte gerçekleştirmiş olduğu faaliyetlerle 2030 Sürdürülebilir Kalkınma Amaçları kapsamındaki hedefler üzerinde etkili olması ve bu sayede sürdürülebilir kalkınmaya katkı sağlamasıdır. Bu bağlamda dijital sosyal girişimlere baktığımızda genel olarak çevre alanında faaliyet gösteren dijital sosyal girişimlerin açık bir şekilde sürdürülebilir kalkınmaya katkı sağlamayı amaç olarak belirttikleri görülmektedir. Diğer alanlarda faaliyet gösteren dijital sosyal girişimler ise genel olarak sürdürülebilir kalkınmanın sağlanması için çalıştıklarını ifade etmemekle beraber 2030 Sürdürülebilir Kalkınma Amaçları kapsamında yer alan amaçların gerçekleştirilmesine katkı sağlamaktadırlar. Çalışmada ele alınan Türkiye’deki dijital sosyal girişim örneklerine bakıldığında bu durum açık bir şekilde görülmektedir. Bu bağlamda Türkiye’de çevre alanında faaliyet gösteren dijital sosyal girişimler, doğrudan sürdürülebilir kalkınmanın sağlanması amacıyla oluşturulmuştur. Buna karşılık, eğitim alanındaki dijital sosyal girişimler, blockchain tabanlı dijital sosyal girişimler, dezavantajlı gruplara yönelik dijital sosyal

girişimler ve bilgi ekosistemine yönelik faaliyet gösteren dijital sosyal girişimler ise doğrudan sürdürülebilir kalkınmanın gerçekleştirilmesi amacıyla oluşturulmamakla beraber ortaya çıkardıkları sosyal fayda itibarıyla 2030 Sürdürülebilir Kalkınma Amaçları kapsamında yer alan amaçlardan en az biri üzerinde etkili olarak sürdürülebilir kalkınmaya katkı sağlamaktadır.

Çalışmada ele alınan Türkiye’deki dijital sosyal girişim örneklerine bakıldığında “Amaç 2: Açlığa Son”, “Amaç 4: Nitelikli Eğitim”, “Amaç 5: Toplumsal Cinsiyet Eşitliği”, “Amaç 10: Eşitsizliklerin Azaltılması”, “Amaç 12: Sorumlu Üretim ve Tüketim”, “Amaç 13: İklim Eylemi”, “Amaç 15: Karasal Yaşam” ve “Amaç 17: Amaçlar İçin Ortaklıklar” olmak üzere Birleşmiş Milletler 2030 Sürdürülebilir Kalkınma Amaçları kapsamında belirlenen on yedi amaçtan sekizine katkı sağlandığı görülmektedir. Bazı dijital sosyal girişimler yalnız bir amaç ile ilişkilendirilebilmekteyken, diğerleri ise birden fazla amaç ile ilişkilendirilebilmektedir. Bu bağlamda ele alınan örneklerin katkı sağladığı sürdürülebilir kalkınma amaçlarının pasta grafiğinde gösterildiği şekil 5.1’e bakıldığında en yüksek pay %31 ile “Amaç 10: Eşitsizliklerin Azaltılması”, en düşük pay ise %5 ile “Amaç 15: Karasal Yaşam” olarak karşımıza çıkmaktadır. Çalışma kapsamında incelenen dijital sosyal girişim örnekleri bağlamında dijital sosyal girişimcilik, sürdürülebilir kalkınmanın gerçekleştirilmesine önemli katkıları olan bir girişimcilik türü olarak karşımıza çıkmaktadır. Ancak incelenen sosyal girişim örneklerinin detaylı sosyal etki raporlarının bulunmaması nedeniyle sürdürülebilir kalkınma üzerindeki etkinin boyutuna ilişkin detaylı bir şekilde değerlendirmek imkânı bulunmamaktadır.

Sonuç olarak, dijital sosyal girişimcilik, Birleşmiş Milletler 2030 Sürdürülebilir Kalkınma Amaçları bağlamında sürdürülebilir kalkınmanın gerçekleştirilebilmesi için önemli bir araçtır. Mevcut durumda dünyada ve Türkiye’de oluşturulmuş ve faaliyetlerini sürdürmekte olan dijital sosyal girişimler, sürdürülebilir kalkınmanın gerçekleştirilmesinde önemli katkılar sağlamaktadır. Artarak devam etmekte olan dijitalleşme süreciyle paralel olarak gelecekte dijital sosyal girişimcilik alanında da önemli gelişmelerin yaşanacağı şüphe götürmemektedir. Ülkemiz, dijital sosyal girişimcilik alanında başarılı uygulama örnekleri ile bu alanda önemli bir yerde olduğunu kanıtlamış olmasına karşılık bazı eksiklikler de mevcuttur. Bu bağlamda bahsedilebilecek eksikliklerden biri dijital sosyal girişimlerin detaylı bir şekilde hazırlanmış sosyal etki

analizlerinin bulunmamasıdır. Bu eksiklikten dolayı dijital sosyal girişimlerin sürdürülebilir kalkınma bağlamındaki etkilerinin boyutuna ilişkin detaylı bir değerlendirme yapılamamaktadır. Bir diğer önemli eksiklik ise ülkemizde sosyal girişimcilik alanına ilişkin yasal düzenlemenin olmamasıdır. Bu eksiklikten dolayı ülkemizdeki sosyal girişimlerin yasal bir statüsü bulunmamakta, dernek, vakıf veya kooperatif çatısı altında kurulmaktadırlar. Bu eksikliğin giderilerek sosyal girişimlerin yasal statüye kavuşturulması ve sosyal girişimlere özgü teşvik edici düzenlemelerin yapılması bu alana olan ilgiyi de artıracaktır. Sosyal girişimciliğe olan ilgideki artışla beraber dijital sosyal girişim sayısında da artış görülecektir. Ayrıca sürdürülebilir kalkınmanın gerçekleştirilebilmesinde önemli bir araç olan dijital sosyal girişimciliğin geliştirilmesi için şu anda az sayıda üniversite tarafından verilmekte olan dijitalleşme ve sosyal girişimcilik eğitimleri yaygınlaştırılmalıdır. Buna ek olarak maddi destek programları artırılarak dijital sosyal girişimcilik teşvik edilmelidir. Bu sayede ülkemizde dijital sosyal girişimcilik alanında gerek uygulama anlamında gerekse kısıtlı olan akademik çalışma açısından gelişim sağlanabilecektir.

KAYNAKÇA

- Abd-Mutalib, Jamil, C. Z., Mohamed, R., Shafai, N. A. ve Nor-Ahmad, S. N. (2021). Firm and Board Characteristics, and E-Waste Disclosure: A Study in the Era of Digitalisation. *Sustainability*, 13(10417), 1-14.
- Abu-Saifan, S. (2012). Social Entrepreneurship: Definitions and Boundaries. *Technology Innovation Management Review*, 7(2), 22-27.
- Ağca, V. ve Yörük, D. (2006). Bağımsız Girişimcilik ve İç Girişimcilik Arasındaki Farklar: Kavramsal Bir Çerçeve. *Afyon Kocatepe İ.İ.B.F Dergisi*, 8(2), 155-173.
- Ahmedov, F. ve Zeynalova, U. (2019). Sosyal İşletme ve Sosyal Girişimcilik Arasındaki Farklılıklar. M. Marangoz, ve A. Fırat (Ed.) içinde, *IV. Uluslararası Girişimcilik, İstihdam ve Kariyer Kongresi Bildiriler Kitabı* (Cilt I, s. 584-590). Muğla: Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi.
- Akar, H., ve Doğan, Y. B. (2018). The Role of Personal Values in Social Entrepreneurship. *Universal Journal of Educational Research*, 6(1), 83-90.
- Akgül, A. E. (2019). "Eğitimde Fırsat Eşitliği-Cinsiyet Ayrımı Faktörü" Üzerine Bir Araştırma. *International Journal of Social and Humanities Sciences*, 3(1), 127-142.
- Akinyemi, J. O., Dilyard, J., Anderson, D. ve Schroeder, K. (2011). *Innovation and Technology for Social Entrepreneurship*. Brussels: European Union.
- Akiş, E. (2019). *İktisadi Büyüme ve Kalkınma*. İstanbul: İstanbul Üniversitesi Yayınları.
- Aksoy, Y. (2020). Endüstri 4.0 ve Girişimcilik. N. Çolakoğlu ve P. Daloğlu (Ed.) içinde Ankara: Nobel Yayıncılık.
- Aktan, C. C. ve Börü, D. (2007). Kurumsal Sosyal Sorumluluk. C. C. Aktan (Ed.) içinde, *Kurumsal Sosyal Sorumluluk-İşletmeler ve Sosyal Sorumluluk*. İstanbul: İGİAD.
- Akyıldız, F. (2011). Binyıl Kalkınma Hedefleri, İnsan Hakları ve Demokrasi. *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*(14), 39-60.
- Alada, A., Gürpınar, E. ve Budak, S. (1993). Rio Konferansı Üzerine Düşünceler. *İstanbul Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi*, 0(3-4-5), 93-108.

- Alagöz, M. (2004). Sürdürülebilir Kalınmanın Paradigması. *Selçuk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 4(8), 1-23.
- Altunbaş, D. (2003). Uluslararası Sürdürülebilir Kalkınma Ekseninde Türkiye'deki Kurumsal Değişimlere Bir Bakış. *Yönetim Bilimleri Dergisi*, 1(1-2), 103-118.
- Antoncic, B., ve Hisrich, R. D. (2001). Intrapreneurship: Construct Refinement And Cross-Cultural Validation. *Journal of Business Venturing*(16), 495-527.
- Arslan, A. (2020). *Dördüncü Sanayi Devriminin (Endüstri 4.0) Emek Piyasaları Üzerindeki Etkileri*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. İstanbul: İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Arslan, G. T. (2018). Çalışmanın Evrimi: Sanayi Toplumundan Sanayi Ötesi Topluma Geçiş. *Fırat Üniversitesi İİBF Uluslararası İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 2(1), 145-162.
- Arslan, N., ve Özmodanlı, Y. (2020). Teknoloji Geliştirme Bölgeleri ve Akademisyen Girişimciliği. *Verimlilik Dergisi*(3), 91-114.
- Asılsoy, B. (2016). *Marka Konumlandırmasında Sosyal Girişimcilik Kavramının Önemi: Hizmet Sektöründe Bir Araştırma*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. İstanbul: İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Aslan, E. Ş. ve Kolancı, D. (2018). Semantik Web'in Marka İtibarına Etkisi Üzerine Bir Araştırma. *The Journal of International Scientific Researches*, 3(4), 208-220.
- Aşkın, A., Nehir, S. ve Vural, S. Ö. (2011). Tarihsel Süreçte Girişimcilik Kavramı ve Gelişimi. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 6(2), 55-72.
- Austin, J., Stewenson, H. ve Wei-Skillern, J. (2006). Social and Commercial Entrepreneurship: Same, Different, or Both? *Entrepreneurship Theory and Practice*, 30(1), 1-22.
- Aytaç, Ö. (2006). Girişimcilik: Sosyo - Kültürel Bir Perspektif. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*(15), 139-160.
- Aytaç, Ö. ve İlhan, S. (2007). Girişimcilik ve Girişimci Kültür: Sosyolojik Bir Perspektif. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*(18), 101-120.

- Bahçeci, H. I. ve Görmez, K. (2019). Sürdürülebilir Kalkınma Vs. Ekolojik Düşünce. *OPUS Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, 10(17), 2299-2323.
- Ballı, A. (2017). Girişimcilik ve Girişimci Tipolojileri. *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 4(29), 143-166.
- Ballı, A. (2020). Digital Entrepreneurship and Digital Entrepreneurship Approach in Turkey: Ankara Case. *işletme Araştırmaları Dergisi*, 12(2), 1058-1071.
- Baştaymaz, T. (2016). *Yeni Toplum İyi Toplum*. Bursa: Dora.
- Battisti, S. (2019). Digital Social Entrepreneurs as Bridges in Public-Private Partnership. *Journal of Social Entrepreneurship*, 10(2), 135-158.
- Bechmann, N., Tripathi, S., Brunner, M. ve Jodlbauer, H. (2022). The Contribution of Data-Driven Technologies in Achieving the Sustainable Development Goals. *Sustainability*, 14(5), 1-33.
- Berktaş, S. (2021). Sanayi Devrimi ile Gelen Değişim: İş Bölümü ve Yabancılaşma. *Atlas Ulusal Sosyal Bilimler Dergisi*, 5(6), 1-10.
- Berman, B. (2012). 3-D Printing: The New Industrial Revolution. *Business Horizons*(55), 155-162.
- Besler, S. (2010). Sosyal Girişimcilik. S. Besler (Ed.) içinde, *Sosyal Girişimcilik* (s. 3-30). İstanbul: Beta Yayınları.
- Bhutani, S., ve Paliwal, Y. (2015). Digitalization: A Step Towards Sustainable Development. *OIDA International Journal of Sustainable Development*, 8(12), 11-24.
- Boratav, K. (2018). *Türkiye İktisat Tarihi*. İstanbul: İmge Kitabevi.
- Bornstein, D. ve Davis, S. (2010). *Social Entrepreneurship: What Everyone Needs To Know*. New York: Oxford University Press.
- Bozkurt, Ö. (2019). Girişimcilik 4.0 Ama Nasıl? Kavramsal Bir Çerçeve. M. Yüce, M. Mıynat, A. V. Can, ve Ş. Sakarya (Ed.) içinde, *Yeni Ekonomik Trendler ve İş Fırsatları* (s. 619-129). Bursa: Ekin Yayınevi.

- British Council. (2019). Türkiye'de Sosyal Girişimlerin Durumu. Türkiye: British Council. Nisan 03, 2022 tarihinde <https://www.britishcouncil.org.tr/programmes/education/social-enterprise-research> adresinden alındı
- Brueggemann, W. G. (2013). *The Practice of Macro Social Work*. Cengage Learning.
- Budak, G. (2015). Yoksulluğa İnovatif Bir Çözüm: Sosyal Girişimcilik. *Emek ve Toplum*, 4(8), 26-41.
- Büyükuslu, A. R. (2020). *Toplum 5.0 Süper Akıllı Toplum*. İstanbul: Der Yayınları.
- Certo, T. ve Miller, T. L. (2008). Social Entrepreneurship: Key Issues and Concepts. *Business Horizons*(51), 267-272.
- Chandna, V. (2021). Social Entrepreneurship and Digital Platforms: Crowdfunding in The Sharing-Economy Era. *Business Horizons*, 65(1), 21-31.
- Çağlar, M. T. (2019). Yeni Nesil Alternatif Finansman Yöntemi Olarak Kitlese Fonlama: Dünya ve Türkiye Uygulaması. *Uygulamalı Sosyal Bilimler Dergisi*, 3(2), 18-34.
- Çakır, H., Çetin, Ş. ve Baş, A. (2013). İşitme Engellilere Yönelik Dinamik Web Sayfasının Geliştirilmesi. *Bilişim Teknolojileri Dergisi*, 6(2), 1-9.
- Çatalbaş, N. (2019). Türkiye Ekonomisinin Temel Özellikleri ve Dünya Ekonomisindeki Yeri. M. Toprak ve N. Çatalbaş (Ed.) içinde, *Türkiye Ekonomisi* (s. 3-21). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- Çelebi, F. (2021). *Dijital Çağda Liderlik ve Girişimcilik*. Ankara: İksad Yayınları.
- Çelen, S. (2017). Sanayi 4.0 ve Simülasyon. *International Journal of 3D Printing Technologies and Digital Industry*, 1(1), 9-26.
- Çelik, A. (2018). *Uygulamalı Girişimcilik*. Konya: Eğitim Yayınevi.
- Çelik, K., Gülerüz, S. ve Özköse, H. (2018). 4. Endüstri Devrimine Kuramsal Bakış. *Avrasya Sosyal ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 5(9), 86-95.
- Çelik, O. ve Çetiner, S. (2019). Türkiye Ekonomisinde Kalkınma Planları ve Kalkınma Planlarındaki Söylem Değişiklikleri. *International Journal of Economics, Politics, Humanities & Social Sciences*, 2(3), 121-131.

- Çelik, Y. (2006). Sürdürülebilir Kalkınma ve Sağlık. *Hacettepe Sağlık İdaresi Dergisi*, 9(1), 19-37.
- Çetindamar, D., Tatal, E., Titiz, S. ve Taluk, Ş. (2010). Sosyal Dönüşümün Ajanları: Sosyal Girişimciler. *Uluslararası Sosyal Girişimcilik Konferansı*. İstanbul: Sabancı Üniversitesi.
- Çevik, O. ve Uyar, E. (2021). Ekonomide Yeni Trend: Paylaşım Ekonomisi ve Tüketicilerin Bakış Açısı. *Avrasya Sosyal ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 8(2), 16-37.
- Çubukçu, C. (2017). Kitlese Fonlama: Türkiye'deki Kitlese Fonlama Platformları Üzerinden Bir Değerlendirme. *Girişimcilik ve İnovasyon Yönetimi Dergisi*, 6(2), 155-172.
- Dacin, M. T., Dacin, P. A. ve Tracey, P. (2011). Social Entrepreneurship: A Critiqua and Future Directions. *Organization Science*, 22(5), 1203-1213.
- Davutoğlu, N. A. (2020). Üçüncü ve Dördüncü Sanayi Devrimleri Arasındaki Temel ve Sistematik Farklılıkların Determinist Bir Yaklaşımla Analizi. *Management and Political Sciences Review*, 2(1), 176-194.
- Dees, J. G. (2001). *The Meaning of Social Entrepreneurship*. Mart 26, 2022 tarihinde Fuqua Centers: https://centers.fuqua.duke.edu/case/wp-content/uploads/sites/7/2015/03/Article_Deas_MeaningofSocialEntrepreneurship_2001.pdf adresinden alındı
- Dees, J. G. ve Anderson, B. B. (2006). Framing a Theory of Social Entrepreneurship: Building on Two Schools of Practice and Thought. *ARNOVA Occasional Paper Series*, 1(3), 39-66.
- Demirel, E. T. ve Tikici, M. (2004). Kültürün Girişimciliğe Etkileri. *Doğu Anadolu Bölgesi Araştırmaları*, 49-58.
- Demirez, M. (2005). *KOSGEB Girişimcilik El Kitabı*. Ankara: KOSGEB Girişimciliği Geliştirme Merkezi Müdürlüğü Yayınları.
- Demirtaş, Ö. (2014). Akademik Girişimcilikte Bireysel ve Sosyal Faktörlerin Rolü. *Yönetim Bilimleri Dergisi*, 12(23), 189-207.

- Denizalp, H. (2007). *Toplumsal Dönüşüm İçin Sosyal Girişimcilik Rehberi*. Ankara: Sivil Toplum Geliştirme Merkezi.
- Devlet Planlama Teşkilatı. (1996). *Yedinci Beş Yıllık Kalkınma Planı*. Ankara: Devlet Planlama Teşkilatı. Nisan 13, 2022 tarihinde https://www.sbb.gov.tr/wp-content/uploads/2021/12/Yedinci_Bes_Yillik_Kalkinma_Plani-1996-2000.pdf adresinden alındı
- Devlet Planlama Teşkilatı. (2001). *Sekizinci Beş Yıllık Kalkınma Planı*. Ankara: Devlet Planlama Teşkilatı. Nisan 13, 2022 tarihinde https://www.sbb.gov.tr/wp-content/uploads/2021/12/Sekizinci_Bes_Yillik_Kalkinma_Plani-2001-2005.pdf adresinden alındı
- Devlet Planlama Teşkilatı. (2006). *Dokuzuncu Kalkınma Planı*. Ankara: Devlet Planlama Teşkilatı. Nisan 13, 2022 tarihinde https://www.sbb.gov.tr/wp-content/uploads/2021/12/Dokuzuncu_Kalkinma_Plani-2007-2013.pdf adresinden alındı
- Durukan, T. (2006). Düünden Bugüne Girişimcilik ve 21. Yüzyılda Girişimciliğın Önemi. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 1(2), 25-37.
- Ebrashi, R. E. (2013). Social Entrepreneurship Theory and Sustainable Social Impact. *Social Responsibility Journal*, 9(2), 188-209.
- Eğilmez, M. (2018). *Değişim Sürecinde Türkiye*. İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Eken, İ. (2020). Görme Engelli Kullanıcıların Mobil Erişebilirliği: Kullanılabilirlik Yaklaşımı ile Sosyal Medya Uygulamalarının Analizi. *International Journal of Cultural and Social Studies*, 6(1), 375-391.
- Elliot, J. A. (2013). *An Introduction to Sustainable Development*. London and New York: Routledge.
- ElMassah, S., ve Mohieldin, M. (2020). Digital Transformation and Localizing the Sustainable Development Goals (SDGs). *Ecological Economics*, 169, 1-10.
- Emrealp, S. (1998). Yerel Gündem 21. *Öneri*, 2(10), 27-28.

- Er, P. H. (2013). Girişimcilik ve Yenilikçilik Kavramlarının İktisadi Düşüncedeki Yeri: Joseph A. Schumpeter. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*(29), 75-85.
- Eravcı, D. B. (2020). Kurumların Dijital Dönüşümü: Büyük Veri. *Çalışma İlişkileri Dergisi*, 11(1), 90-112.
- Erçelik, M. A. (2019). *KOSGEB Uygulamalı Girişimcilik Eğitimi'nin Girişimcilik Üzerindeki Rolü*. Yayımlanmamış Doktora Tezi. Van: Yüzüncü Yıl Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Erdem, E., ve Tuğcu, C. T. (2019). Temel Sektörde Gelişmeler I: Tarım Sektörü. M. Toprak, ve N. Çatalbaş (Ed.) içinde, *Türkiye Ekonomisi* (s. 105-124). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- Erkan, G. ve Ayhan, A. (2018). Siyasal İletişimde Dezenformasyon ve Sosyal Medya: Bir Doğrulama Platformu Olarak Teyit.Org. *Akdeniz İletişim Dergisi*(30), 202-223.
- Erkul, R. E. (2021). Yapay Zekâ ve Büyük Veri Nasıl Bir Gelecek Vadediyor? *TRT Akademi*, 6(11), 192-201.
- Eroğlu, N. (2007). Atatürk Dönemi İktisat Politikaları (1923-1938). *Marmara Üniversitesi İ.İ.B.F Dergisi*, 23(2), 63-73.
- Ersen, T. B., Kaya, D. ve Meydanoğlu, Z. (2010). *Sosyal Girişimler ve Türkiye-İhtiyaç Analizi Raporu*. İstanbul: TÜSEV Yayınları.
- Eryılmaz, T. (2011). *Sürdürülebilir Kalkınma Kavramı ve Türkiye'de Sürdürülebilir Kalkınma*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Ankara: Başkent Üniversitesi Avrupa Birliği ve Uluslararası İlişkiler Enstitüsü.
- Esmer, Y. ve Alan, M. A. (2019). Endüstri 4.0 Perspektifinde İnovasyon. *Avrasya Uluslararası Araştırmalar Dergisi*, 7(18), 465-478.
- Eşkinat, R. (2016). Binyıl Kalkınma Hedeflerinden Sürdürülebilir Kalkınma Hedeflerine. *Anadolu Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi*, 2(3), 267-282.
- Evirgen, B. (2004). *Türkiye'de Çiçekçilik Sektöründe Aile İşletmelerinin Girişimcilik Profiline Belirlenmesi ve Yönetmel Sorunların Bölgesel Olarak Araştırılması*.

Yayımlanmamış Doktora Tezi. İstanbul: İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.

- Eyel, C. Ş. ve Sağlam, H. (2021). Dijital Dönüşüm ve Girişimcilikteki Değişim: Dijital Girişimcilik. *Atlas Ulusal Sosyal Bilimler Dergisi*, 5(6), 1-16.
- Faruk, M. O., Hassan, N. ve Islam, N. (2016). Factors Influencing the Development of Social Entrepreneurship in Bangladesh. 1-18. doi:10.2139/ssrn.2856210
- Gadekallu, T. R., Huynh-The, T., Wang, W., Yenduri, G., Ranaweera, P., Pham, Q-V., Costa, D. B., Liyanage, M. (2022). Blockchain for the Metaverse: A Review. Mayıs 23, 2022 tarihinde <https://arxiv.org/pdf/2203.09738.pdf> adresinden alındı
- Gedik, Y. (2020a). Sosyal, Ekonomik ve Çevresel Boyutlarla Sürdürülebilirlik ve Sürdürülebilir Kalkınma. *International Journal of Economics, Politics, Humanities & Social Sciences*, 3(3), 198-215.
- Gedik, Y. (2020b). Pazarlamada Yeni Bir Çerçeve: Sosyal Medya ve Web 2.0. *Uluslararası Yönetim Akademisi Dergisi*, 3(1), 252-269.
- Gencer, Z. T. ve Aydınlioğlu, Ö. (2020). Sosyal Sorumlu Mu Sosyal Girişimci Mi? Kavramsal Boyutuyla Sosyal Girişimciliğin Dönüşümü. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 8(2), 1057-1080.
- Genç, S. (2018). Sanayi 4.0 Yolunda Türkiye. *Sosyoekonomi*, 26(36), 235-243.
- Geyik, O. (2020). Türkiye'de Dezavantajlı Gruplara Yönelik Yapılan Mali Yardımlar Üzerine Bir İnceleme. *Ufku Ötesi Bilim Dergisi*, 20(1), 52-66.
- Ghatak, A., Chatterjee, S. ve Bhowmick, B. (2020). Intention Towards Digital Social Entrepreneurship: An Integrated Model. *Journal of Social Entrepreneurship*, 10(2), 1-21.
- Greenwood, J. (1999). The Third Industrial Revolution: Technology, Productivity and Income Equality. *Economic Review*, 35(2), 2-12.
- Gül, M. ve Paksoy, H. M. (2019). Sosyal Girişimcilik Üzerine Kuramsal Bir Araştırma. *International Social Mentality and Researcher Thinker Journal*, 5(26), 1911-1928.

- Güler, B. K. (2008). *Sosyal Girişimciliği Etkileyen Faktörlerin Analizi*. Yayınlanmamış Doktora Tezi. İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Güler, B. K. (2010). *Sosyal Girişimcilik*. Ankara: Efil Yayınevi.
- Güler, B. K. (2011). Yoksullukla Mücadelede Sosyal Girişimcilik: Ashoka Üyelerinden Sosyal Yenilikçi Örnek Uygulamalar. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 13(3), 79-111.
- Gümüsoğlu, Ş. ve Karaöz, B. (2014). Tarihsel Süreçte Girişimcilik: Muğla Örneği. *Ekonomi ve Yönetim Araştırmaları Dergisi*, 3(1), 97-116.
- Gündüz, M. Z. ve Daş, R. (2018). Nesnelerin İnterneti: Gelişimi, Bileşenleri ve Uygulama Alanları. *Pamukkale Üniversitesi Mühendislik Bilimleri Dergisi*, 24(2), 327-335.
- Güney, S. (2015). *Girişimcilik Temel Kavramlar ve Bazı Güncel Konular*. Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Gürsoy, Ç. (2019). Ne İçindedir Sektörlerin Ne De Büsbütün Dışında Yekpare Geniş Bir Alanın Parçalanmaz Akışında: Osmanlı Para Vakıflarından Sosyal Girişimlere. *Üçüncü Sektör Sosyal Ekonomi Dergisi*, 55(1), 76-92.
- Halişçelik, E. (2015). *Binyıl Kalkınma Hedefleri ve Yoksul Odaklı Büyüme*. Ankara: Gazi Kitabevi.
- Hebert, R. F. ve Link, A. N. (2006). The Entrepreneur as Innovator. *The Journal of Technology Transfer*, 589-597.
- Hitt, M. A., Ireland, R. D., Camp, S. M. ve Sexton, D. D. (2001). Guest Editors' Introduction To The Special Issue Strategic Entrepreneurship: Entrepreneurial Strategies for Wealth Creation. *Strategic Management Journal*(22), 479-491.
- Hull, C. E., Hung, Y.-T. C., Hair, N., Perotti, V. ve DeMartino, R. (2007). Taking Advantage of Digital Opportunities; A Typology of Digital Entrepreneurship. *International Journal of Networking and Virtual Organisations*, 4(3), 290-303.

- Ireland, R. D., Hitt, M. A. ve Sirmon, D. G. (2003). A Model of Strategic Entrepreneurship: The Construct and its Dimensions. *Journal of Managemenet*, 29(6), 963-989.
- İrengün, O. (2014). *Beş Faktör Kişilik Kuramının Sosyal Girişimcilik Yönelimine Etkisi ve Bir Alan Araştırması*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. İstanbul: İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Ismail, K., Sohel, M. H. ve Ayuniza, U. N. (2012). Technology Social Venture: A New Genre of Social Entrepreneurship? *Procedia-Social and Behavioral Science*(40), 429-434.
- Işık, V. (2013). Kurumsal Sosyal Sorumluluğun Değiştirdiği Çalışma Kavramı ve Yeni Bir Çalışma Alanı Olarak Sosyal Girişimler. *Sosyal Güvenlik Dergisi*, 3(1), 101-131.
- Işık, V. (2015). Türkiye'deki Sosyal Girişim Yapılanması Analizi: ASHOKA Üyesi Sosyal Girişimler Üzerine Bir Alan Araştırması. *Karatahta İş Yazıları Dergisi*(1), 63-76.
- Işık, V. (2016). *Çalışmanın Evrimi ve Sosyal Girişim*. Ankara: Ekin Yayınevi.
- Işık, V. (2018). Değişen Çalışma Anlayışı ve Sosyal Girişimler: Ashoka Türkiye Üyeleri Üzerine Bir Alan Araştırması. *Üçüncü Sektör Sosyal Ekonomi*, 53(1), 229-258.
- Johnson, S. (2000). Literature Review of Social Entrepreneurship. *Canadian Centre for Social Entrepreneurship*, 1-17.
- Kaçanoğlu, M. (2020). Kalkınma Yazınında Farklılıklara Vurgu: Post Kalkınma Yaklaşım(lar)ı. *Politik Ekonomik Kuram*, 4(1), 94-123.
- Kaçar, A. İ. ve Yakın, V. (2018). Paylaşım Ekonomisi ve Değer Yaratmak: Kanvas İş Modeli Örneği. *Üçüncü Sektör Sosyal Ekonomi Dergisi*, 53(3), 724-739.
- Kagermann, H., Wahlster, W. ve Helbig, J. (2013). *Recommendations for Implementing the Strategic Initiative Industrie 4.0 Final Report of The Industrie 4.0 Working Group*. (A. Hellinger, V. Stumpf, C. Kobsda, Dü, A. Hellinger ve V. Stumpf, Çev.) Frankfurt: Acatech.
- Kala, A. (2019). *Türk İktisat Tarihi*. İstanbul : İstanbul Üniversitesi Yayınları.

- Kalkınma Bakanlığı. (2014). *Onuncu Kalkınma Planı*. Ankara: Kalkınma Bakanlığı. Nisan 13, 2022 tarihinde https://www.sbb.gov.tr/wp-content/uploads/2021/12/Onuncu_Kalkinma_Planı-2014-2018.pdf adresinden alındı
- Kalkınma Bakanlığı. (2016). *Report On Turkey's Initial Steps Towards The Implementation of The 2030 Agenda for Sustainable Development*. Ankara: Kalkınma Bakanlığı. Nisan 15, 2022 tarihinde http://www.surdurulebilirlikkalkinma.gov.tr/wp-content/uploads/2016/07/2030_Raporu.pdf adresinden alındı
- Kara, M. (2007). Sosyal ve Kültürel Yapının Girişimcilik Üzerine Etkileri ve Türk Toplumundan Örnekler. *Khazar Journal of Humanities and Social Sciences*, 10, 465-485.
- Karabıçak, M. ve Özdemir, M. B. (2015). Sürdürülebilir Kalkınmanın Kavramsal Temelleri. *Vizyoner Dergisi*, 6(13), 44-49.
- Karadavut, U. (2021). Kurumsal Ekosistemlerde Dijitalleşmenin Sosyal Girişimciliğe Etkisi. D. Hıdıroğlu (Ed.) içinde, *Dijital Çağda Kurumsal Yönetişim, Sosyal Sorumluluk ve Sosyal Girişimcilik* (s. 371-394). İstanbul: Artikel Akademi.
- Karakaya, E. (2016). Paris İklim Anlaşması: İçeriği ve Türkiye Üzerine Bir Değerlendirme. *Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 3(1), 1-12.
- Karamercan, E. ve Ararat, M. (2021). Global Compact Türkiye. *EKOIQ*(93), 50-87.
- Kasalak, K. (2012). Teşvik-i Sanayi Kanunları ve Türkiye'de Sanayileşmeye Etkileri. *SDÜ Fen Edebiyat Fakültesi Sosyal Bilimler Dergisi*(27), 65-79.
- Kaya, Ç. (2020). Sosyal Girişimcilikte Sosyal İnovasyon ve Sosyal İş Modelleri: Sakin Şehir (Cittaslow) Hareketi Kapsamında Bir Değerlendirme. N. Çolakoğlu ve P. Daloğlu (Ed.) içinde, *Sosyal Bilimler Perspektifi İle Girişimcilik: Kavramsal ve Sayısal Araştırmalar* (s. 157-175). Ankara: Nobel Yayın.

- Kaya, H. E. (2020). Kyoto'dan Paris'e Küresel İklim Politikaları. *Meriç Uluslararası Sosyal ve Stratejik Araştırmalar Dergisi*, 4(10), 165.
- Kaypak, Ş. (2011). Küreselleşme Sürecinde Sürdürülebilir Bir Kalkınma İçin Sürdürülebilir Bir Çevre. *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 13(20), 19-33.
- Keleş, Ş. Ş. (2021). Avrupa Birliği 2030 Dijital Pusulası. İzmir: İzmir Ticaret Odası. Nisan 21, 2022 tarihinde <https://api.izto.org.tr/storage/Documents/original/kIZumSwB5KQZmpXH.pdf> adresinden alındı
- Kickul, J. ve Lyons, T. S. (2017). *Understanding Social Entrepreneurship*. Newyork: Routledge.
- Kılıç, S. ve Alkan, R. M. (2018). Dördüncü Sanayi Devrimi Endüstri 4.0: Dünya ve Türkiye Değerlendirmeleri. *Girişimcilik, İnovasyon ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi*, 2(3), 29-49.
- Kırılmaz, S. (2012). *Sosyal Girişimciliğin Başarı Faktörlerinin Girişimci Kişilik ve Dönüştürücü Liderlik Bağlamında Araştırılması*. Yayınlanmamış Doktora Tezi. Çanakkale: Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Kırılmaz, S. K. (2013). Sosyal Girişimcilerin Girişimcilik ve Dönüştürücü Liderlik Algılarının Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 8(1), 103-128.
- Kiş, N. (2018). Dijital Çağda Yeni Bir Girişimcilik Yaklaşımı: Dijital Girişimcilik. *Cumhuriyet Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 19(2), 389-399.
- Kobal, H. Y. (2020). Türkiye'de Sosyal Girişimcilik Alanında Çoklu Kurumsal Mantıklar. *Iğdır Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*(24), 559-589.
- Kocabaş, F. (2008). Küreselleşme Bağlamında Kâr Amacı Gütmeyen Kuruluşların Güçlendirilmesinde İnternetin Önemi. *Kamu-İş*, 10(2), 173-195.
- Kocabaş, F. ve Özgüler, V. (2020). Sosyal Girişimci Üniversite Olarak "Anadolu Üniversitesi". C. Kartal, ve M. Kamışlı (Ed.) içinde, *İşletme ve Finans Yazıları - IV* (s. 10-25). İstanbul: Beta Yayınları.

- Kollmann, T., Kleine-Stegemann, L., Cruppe, K. d. ve Then-Bergh, C. (2021). Eras of Digital Entrepreneurship-Connecting The Past, Present and Future. *Business & Information System Engineering*(64), 15-31.
- Konu, A. (2020). Sürdürülebilir Kalkınma ve Dijital Ekonomi İlişkisi: AB Ülkeleri İçin Bir Araştırma. *Akademik İncelemeler Dergisi*, 15(2), 655-678.
- Koştı, G. (2020). Sanayi 4.0 ve Teknoloji Bileşenleri. *Journal of Business, Innovation and Governance*, 3(2), 131-144.
- KPMG Türkiye ve Dijital Türkiye Platformu. (2021). *Dijitalleşme Yolunda Türkiye 2021-Trendler ve Rehber Hedefler*. İstanbul: Türkiye Bilim Sanayicileri Derneği.
- Kunday, Ö. (2014). Girişimci Olma Nedenleri İle Karşılaşılan Engeller Arasındaki İlişki Üzerine bir Araştırma. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 30(1), 314-328.
- Kurşun, Z. (2022). Otizm ve Oyun Terapisi. *Journal of Sustainable Educational Studies*, 3(1), 36-48.
- Küçük, O. (2021). *Girişimcilik ve Küçük İşletme Yönetimi*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Küçükaltan, D. (2009). Genel Bir Yaklaşımla Girişimcilik. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 4(1), 21-28.
- Küçükoğlu, M., Taş, H. Y. ve Ercan, H. (2018). Türkiye'de Kalkınmaya Yönelik Ekonomik Politikalara Eleştirel Bakış. *OPUS Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, 9(16), 2618.
- Maan, J. (2015). Social Business Adoption and Digital Transformation. *International Journal of Computer Science & Communication*, 6(1), 87-93.
- Maiolini, R., Carlei, V., & Marra, A. (2016). Digital Technologies for Social Innovation: An Empirical Recognition on the New Enablers. *Journal of Technology Management and Innovation*, 11(4), 22-28.
- Mair, J. ve Marti, I. (2006). Social Entrepreneurship Research: A Source of Explanation, Prediction and Delight. *Journal of World Business*(41), 36-44.
- Makarovic, M. (2022). Digital Technologies, Social Entrepreneurship and Governance for Sustainable Development. *Research in Social Change*, 13(1), 165-173.

- Maniam, B., Engel, J. ve Subramaniam, G. (2018). Examining the Significance and Impact of Social Entrepreneurship. *International Journal of Engineering & Technology*, 7(4.38), 818-824.
- Mantzarlis, A. (2022). Doğrulama 101. UNESCO, C. Ireton ve J. Posetti (Ed.) içinde, *Gazetecilik, Sahte Haber ve Dezenformasyon* (E. Kahraman ve V. Uyar, Çev., s. 85-98). Fransa: UNESCO.
- Masder, Aktı ve Makamer. (2019, Nisan). Sosyal Girişimcilik Bir Bakışta. Ekim 31, 2020 tarihinde https://gosocialcy.eu/wp-content/uploads/2019/04/Social-Entrepreneurship_booklet_T%C3%BCrk%C3%A7e-g%C3%A7-hyperlink-hyperlink.pdf adresinden alındı
- Mavi, İ. (2021). Küresel İklim Değişikliği Bağlamında Yeni Toplumsal Hareket Örneği Olarak Çevreci Hareketler. *Nişantaşı Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 9(2), 116-126.
- Meçikoğlu, S. (2018). *Türkiye'de Sosyal Girişimciliği Etkileyen Dinamiklerin Analizi*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Antalya: Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Mensah, J. (2019). Sustainable Development: Meaning, History, Principles, Pillars and Implications for Human Action: Literature Review. *Cogent Social Sciences*(5), 1-19.
- Morrar, R., Arman, H. ve Mousa, S. (2017). The Fourth Industrial Revolution (Industry 4.0): A Social Innovation Perspective. *Technology Innovation Management Review*, 7(11), 12-20.
- Mrugalska, B. ve Wyrwicka, M. K. (2017). Towards Lean Production in Industry 4.0. *Procedia Engineering*, 182, 466-473.
- MÜSİAD. (2010). *2010 Yılı Türkiye Ekonomisi Raporu*. İstanbul: MÜSİAD.
- Nakicenovic, N., Rockström, J., Gaffney, O. ve Zimm, C. (2016). *Global Commons in the Anthropocene: World Development on a Stable and Resilient Planet*. Working Paper. Laxenburg, Austria: International Institute for Applied Systems Analysis.

- Nambisan, S. (2017). Digital Entrepreneurship-Toward a Digital Technology Perspective of Entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 41(6), 1029-1055.
- Nga, J. K. ve Shamuganathan, G. (2010). The Influence of Personality Traits and Demographic Factors on Social Entrepreneurship Start Up Intentions. *Journal of Business Ethics*(95), 259-282.
- OECD. (2013). Policy Brief On Social Entrepreneurship: Entrepreneurial Activities in Europe. *OECD Local Economic and Employment Development Papers*.
- Oygur, H. (1984). Kalkınma Düşüncesinin Gelişmesi. *Hacettepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 2(3), 25-32.
- Önce, A. G., Marangoz, M. ve Erboy, N. (2014). Ekonomik Büyüme ve Kalkınmada Girişimciliğin Rolü ve Önemi. *International Conference on Eurasian Economies*, (s. 1-11).
- Özatay, F. (2015). 2000'li Yıllarda Türkiye Ekonomisi. *İktisat İşletme ve Finans*, 30(350), 9-24.
- Özçağ, M. ve Hotunoğlu, H. (2015). Kalkınma Anlayışında Yeni Bir Boyut: Yeşil Ekonomi. *CBÜ Sosyal Bilimler Dergisi*, 13(2), 303-324.
- Özçelik, Ö. ve Tuncer, G. (2007). Atatürk Dönemi Ekonomi Politikaları. *Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*(160), 111-132.
- Özdemir, V. (2018). The Dark Side of the Moon: The Internet of Things, Industry 4.0, and The Quantified Planet. *OMICS A Journal of Integrative Biology*, 22(10), 1-5.
- Özden, K., Temurlenk, M. S., & Başar, S. (2008). Girişimcilik Eğilimi: Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi ve Atatürk Üniversitesi Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma. *Review of Social, Economic & Business Studies*, 11/12, 1-20.
- Özdevecioğlu, M. ve Cingöz, A. (2009). Sosyal Girişimcilik ve Sosyal Girişimciler: Teorik Çerçeve. *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*(32), 81-95.
- Özdevecioğlu, M. ve Karaca, M. (2015). *Girişimcilik ve Girişimci Kişilik*. Konya: Eğitim Yayınevi.

- Özesmi, U. (2019). The Prosumer Economy Being Like a Forest. Mart 12, 2022 tarihinde <https://arxiv.org/ftp/arxiv/papers/1903/1903.07615.pdf> adresinden alındı
- Özgen, N. (2019). Sürdürülebilirlik Kavramı ve Kullanım Alanları. N. Özgen ve M. Kahyaoğlu (Ed.) içinde, *Sürdürülebilir Kalkınma* (s. 2-33). Ankara: Pegem Akademi.
- Özgüler, V. ve Kocabaş F. (2019). Kırsal Kalkınma ve Kadın Girişimciliği. M. Kamışlı (Ed.) içinde, *İşletme ve Finans Yazıları - III* (s. 421-436). İstanbul: Beta Yayınları.
- Özmehmet, E. (2008). Dünyada ve Türkiye Sürdürülebilir Kalkınma Yaklaşımları. *Yaşar Üniversitesi E-Dergisi*, 3(12), 1-23.
- Özsoy, C. (2013). Kalkınma Ekonomisinin Anlam ve İçeriği. K. Yıldırım ve M. Erdoğan (Ed.) içinde, *İktisadi Kalkınma* (s. 2-26). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- Özyürek, H. (2021). Blockchain Teknolojisinin Mevcut ve Muhtemel Kullanım Alanları. *Anadolu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 22(4), 31-50.
- Parasız, İ. ve Eroğlu, İ. (2017). *Tarihsel Süreçte Türkiye Ekonomisi*. Bursa : Ekin Yayınevi.
- Parlaktuna, İ. ve Güngül, M. (2020). Bitcoin'in Tanımlanma Sorunu. *Muhasebe ve Finansman Dergisi*(86), 25-38.
- Peet, R., ve Hartwick, E. (2009). *Theories of Development* . New York: The Guilford Press.
- Peşkircioğlu, N. (2016). 2030 Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri: Küresel Verimlilik Hareketine Doğru. *Kalkınmada Anahtar Verimlilik*, 28(335), 4-9.
- Pollitzer, E. (2019). Creating a Bette Future. *Journal of Internationa Affairs*, 72(1), 75-90.
- Prabhu, G. N. (1999). Social Entrepreneurial Leadership. *Career Development International*, 4(3), 1-10.
- Praszkier, R. ve Nowak, A. (2012). *Social Entrepreneurship Theory and Practice*. New York: Cambridge University Press.

- Prodanov, H. (2018). Social Entrepreneurship and Digital Technologies. *Economic Alternatives*(1), 123-138.
- Rachael Smith, R. B. (2014). Personality Trait Differences Between Traditional and Social Entrepreneurs. *Social Enterprise Journal*, 10(3), 200-221.
- Rennock, M. J., Cohn, A., & Butcher, J. R. (2018). Blockchain Technology And Regulatory Investigations. *Practical Law Litigation*, 35-44.
- Reyhanoğlu, M. ve Akın, Ö. (2012). Ticari Girişimler Ne Kadar Sosyal Girişimcidir? *İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi İşletme İktisadi Enstitüsü Dergisi*, 23(71), 8-23.
- Reynolds, P. D., Camp, S. M., Bygrave, W. D., Autio, E., & Hay, M. (2002). *GEM 2001 Global Report*. London: London Business School and Babson College.
- Rostow, W. W. (1970). Sanayi Devrimi Nasıl Başladı. *İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi Mecmuası*, 30(1-4), 255-278.
- Saatçi, E. Y. (2017). Girişimcilik 4.0: Tarihten Sanayi 4.0'a Doğru Girişimciler. *Maliye Finans Yazıları*(Özel Sayı), 95-112.
- Seelos, C. ve Mair, J. (2005). Sustainable Development, Sustainable Profit. *European Business Forum*, 20, 49-53.
- Sezgin, O. B. (2020). İç Girişimci Davranışı: Ölçek Geliştirme, Güvenilirlik ve Geçerlilik Çalışması. *International Journal of Economic and Administrative Studies*(26), 249-268.
- Soyak, A. (2003). Türkiye'de İktisadi Planlama: DPT'ye İhtiyaç Var Mı? *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, 4(2), 167-182.
- Soylu, A. (2018). Endüstri 4.0 ve Girişimcilikte Yeni Yaklaşımlar. *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*(32), 43-57.
- Sönmez, A. ve Toksoy, A. (2014). Türkiye'de Girişimcilik ve Türk Girişimci Profili Üzerine Bir Analiz. *Yönetim ve Ekonomi*, 21(2), 41-58.
- Stevenson, H. H. (2006). A Perspective on Entrepreneurship. *Harvard Business School Background Note* 384-131.

- Strateji ve Bütçe Başkanlığı. (2019a). *On Birinci Kalkınma Planı*. Ankara: Strateji ve Bütçe Başkanlığı. Nisan 14, 2022 tarihinde <https://www.sbb.gov.tr/wp-content/uploads/2019/07/OnbirinciKalkinmaPlani.pdf> adresinden alındı
- Strateji ve Bütçe Başkanlığı. (2019b). *Sürdürülebilir Kalkınma Amaçları Değerlendirme Raporu*. Ankara: Strateji ve Bütçe Başkanlığı. Mart 24, 2022 tarihinde https://www.sbb.gov.tr/wp-content/uploads/2020/03/Surdurulebilir-Kalkinma-Amaclari-Degerlendirme-Raporu_13_12_2019-WEB.pdf adresinden alındı
- Şahin, H. ve Palta, S. (2020). Türkiye'de Girişimciliğin Gelişimini Etkileyen Yapısal Etmenler Üzerine Bir Değerlendirme. *Yönetim ve Ekonomi*, 27(3), 511-534.
- Şahin, S. K. ve Bekar, A. (2018). Küresel Bir Sorun "Gıda Atıkları": Otel İşletmelerindeki Boyutları. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 6(4), 1039-1061.
- Şemşit, S. ve Gürsoy, İ. T. (2020). Avrupa Birliği'nde Sosyal Girişimcilik. *Paradoks Ekonomi, Sosyoloji ve Politika Dergisi*, 16(1), 103-118.
- Şentürk, M. ve Mengü, E. (2019). Sosyolojik Açıdan Sosyal Girişimcilik. *Journal of Economy Culture and Society*, 1-16.
- Taş, H. Y., & Şimşek, İ. (2017). Türkiye ve Dünya'dan Sosyal Girişimcilik Örnekleri ve İstihdama Katkısı. *HAK-İŞ Uluslararası Emek ve Toplum Dergisi*, 6(16), 480-497.
- Tekin, E. (2019). *Girişimcilik ve Sosyal Sermaye*. Konya: Eğitim Yayınevi.
- Tekin, M., Soba, M. ve İlter, B. (2020). Girişimcilik Faaliyetlerinde Endüstri 4.0 ve Esnek İşletme Etkileşimi: Ballıpınar Çiftliği. *Teorik ve Uygulamalı Sosyal Bilimler Dergisi*, 2(1), 1-14.
- Telli, R. (2015). *Türkiye Ekonomisi ve Avrupa Birliği*. Bursa: Ekin Yayınevi.
- Teyit. (2017). *İnternette Nelerden Şüphe Ediyoruz?* İstanbul: Teyit. Mart 21, 2022 tarihinde https://cdn.teyit.org/wp-content/uploads/2017/12/nelerden_suphe_ediyoruz.pdf adresinden alındı
- Tıraş, H. H. (2012). Sürdürülebilir Kalkınma ve Çevre: Teorik Bir İnceleme. *Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 2(2), 57-73.

- Tolunay, A. ve Akyol, A. (2006). Kalkınma ve Kırsal Kalkınma: Temel Kavramlar ve Tanımlar. *Süleyman Demirel Üniversitesi Orman Fakültesi Dergisi*(2), 116-127.
- Tonus, Ö. (2019). Türkiye'de Ulusal Gelir, Gelir Dağılımı ve Yoksulluk. M. Toprak ve N. Çatalbaş (Ed.) içinde, *Türkiye Ekonomisi* (s. 33-58). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- Tosun, E. K. (2009). Sürdürülebilirlik Olgusu ve Kentsel Yapıya Etkileri. *Paradoks, Ekonomi, Sosyoloji ve Politika Dergisi*, 5(2), 1-15.
- Tosunoğlu, B. T. (2003). *Girişimcilik ve Türkiye'nin Ekonomik Gelişme Sürecinde Girişimciliğin Yeri*. Yayınlanmamış Doktora Tezi. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Tosunoğlu, B. T. (2018). *Girişimcilik ve İş Kurma*. (Y. Ürper, Ed.) Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- Tunalı, H. (2019). *İktisadi Kalkınma*. İstanbul Üniversitesi: İstanbul Üniversitesi Yayınları.
- Tunca, S. (2019). Modern Çağda Siber Güvenlik Kavramı. *Dumlupınar Üniversitesi İİBF Dergisi*(3), 1-7.
- Turhan, Y. (2020). Kalkınma Kavramının Tarihsel Süreci ve Etimolojik Analizi. *International Journal of Economic and Administrative Studies*(29), 149-164.
- TÜGİAD. (1993). *Girişimciliğin Önemi ve Değişen Girişimci Nitelikleri*. İstanbul: TÜGİAD.
- Türk Kamu İşletmeleri Birliği . (2015). *Türkiye ve Dünyada Kamu İşletmeleri AB, OECD, BRICS Ülkeleri Araştırma İnceleme Raporu ve Siyasa Önerileri*. Ankara: TKİB Yayınları.
- Türkel, S. ve Yeşilkuş, F. (2020). Dijital Dönüşüm Paradigması: Endüstri 4.0. *Avrasya Sosyal ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 7(5), 332-346.
- Türkmen, İ. ve Yılmaz, H. (2019). Stratejik Girişimcilik ve Bilgi Yönetimi Performansı Arasındaki İlişki: Bilişim 500 Şirketlerinde Bir Araştırma. *Journal of Yasar University*, 14(53), 1-12.

- TÜSİAD. (2002). *Türkiye'de Girişimcilik*. İstanbul: Türk Sanayicileri ve İş Adamları Derneği.
- TÜSİAD. (2016). *Türkiye'nin Küresel Rekabetçiliği İçin Bir Gereklilik Olarak Sanayi 4.0: Gelişmekte Olan Ekonomi Perspektifi*. İstanbul: Türk Sanayicileri ve İş Adamları Derneği.
- TWI2050. (2019). *The Digital Revolution and Sustainable Development: Opportunities and Challenges*. Report prepared by The World in 2050 initiative. Laxenburg, Austria: International Institute for Applied Systems Analysis.
- Uslu, D., Günaydın, K. O. ve Butan, B. (2021). *Good4Trust 2021 Faaliyet Raporu*. İstanbul: Good4Trust.
- Uzunassan, İ. ve Tek, S. (2021). Sosyal Girişimcilik ve Sosyal Hizmet. *Toplum ve Sosyal Hizmet*, 32(3), 1195-1214.
- Ünal, G. ve Uluyol, Ç. (2020). Blok Zinciri Teknolojisi. *Bilişim Teknolojileri Dergisi*, 13(2), 167-175.
- Ünay, S. (2009). Küresel Kalkınma Paradigmasının Evriminde Kurumsal Etkiler ve Dünya Bankası. *İstanbul Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi*(41), 87-111.
- Ürper, Y. (2018). *Girişimcilik ve İş Kurma*. (Y. Ürper, Ed.) Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- Ürü, F. O. (2020). Girişimcilik Kuram ve Yaklaşımları. N. Çolakoğlu ve P. Daloğlu (Ed.) içinde, *Sosyal Bilimler Perspektifi İle Girişimcilik* (s. 1-32). Ankara: Nobel Yayınları.
- Weber, K. (2013). *Sosyal İşletme Kurmak*. (A. N. İmre, Çev.) İstanbul: Doğan Egmont Yayıncılık.
- Yahyayev, O. (2021). *Hibrit Örgütler Olarak Sosyal Girişimlerin Analizi: Türkiye'den Bir Sosyal Girişim Örneği*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Bursa: Uludağ Üniversitesi.

- Winata, S. (2008). *The Economic Determinants of Entrepreneurial Activity: Evidence from a Bayesian Approach*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Palmerstone North: Massey University.
- Yalçın, S. M. (2018). *Türkiye'de Sosyal Girişimcilik-Koç Üniversitesi Öğrencilerinin Gözünden*. İstanbul: KUSİF.
- Yalçıntaş, M. (2010). Çağımızda Girişimcilik. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 5(1), 95-98.
- Yaşar, B. ve Gökçe, S. G. (2021). Covid-19 Krizi Sürecinde Sosyal Girişimlerin Mevcut Durumu ve Sosyal Girişimleri Destekleyici Politika Önerileri. *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*(46), 43-62.
- Yeldan, E. (2017). 1990'lar: Türkiye'nin Kayıp On Yılı. R. F. Aras ve E. J. Zürcher (Ed.) içinde, *Modernizmin Yansımaları: 90'lı Yıllarda Türkiye* (s. 40-51). Ankara: Efil Yayınevi.
- Yener, S. (2018). İktisadi Kuramlar ve Girişimcilik. *Sinop Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 2(1), 13-38.
- Yeni, O. (2014). Sürdürülebilirlik ve Sürdürülebilir Kalkınma: Bir Yazın Taraması. *Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 16(3), 181-208.
- Yeşil, S., Paksoy, H. M. ve Paksoy, B. (2020). Bir Toplumsal Duyarlılık Davranışı Olarak Sosyal Girişimcilik. *Uluslararası Sosyal ve Beşeri Bilimler Araştırma Dergisi*, 7(62), 3387-3398.
- Yeşil, Y., Horuzoğlu, M. ve Koç, B. (2019). Sosyal Devlet Anlayışı Çerçevesinde Türkiye'de Dezavantajlı Gruplara Yönelik. *Sosyal Bilimler Dergisi*, 6(37), 255-273.
- Yıldız, B. (2020). Endüstri 4.0. A. Olcay (Ed.) içinde, *Ağırlama İşletmelerinde Girişimcilik ve İnovasyon: Endüstri 4.0 Perspektifinde Bir Uygulama* (s. 109-140). Ankara: Gazi Kitabevi.
- Yılmaz, H. ve Görmüş, A. Ş. (2012). Stratejik Girişimciliğin, Algılanan Örgütsel Destek ve Örgütsel Öğrenme Üzerine Etkilerinin Araştırılması: Tekstil Sektöründe Ampirik Bir Çalışma. *Yaşar Üniversitesi Dergisi*, 26(7), 4483-4504.

Yüceol, H. M. (2005). Küreselleşme, Yoksulluk ve Emek Piyasası Politikaları. *Ç.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 14(2), 493-512.

Zengin, Y. (2019). *Girişimcilik Becerileri ve Sürdürülebilir Rekabet Üstünlüğü İlişkisi*. Konya: Eğitim Yayınevi.

