

ASHOKA'YA ÜYE SOSYAL GİRİŞİMCİLERİN TÜRKİYE VE DÜNYADAKİ FAALİYET ALANLARININ KARŞILAŞTIRILMASI

COMPARISON OF WORK FIELDS OF ASHOKA FELLOWS IN TURKEY AND IN THE WORLD

Yrd. Doç. Dr. Murat KAYALAR*
Arş. Gör. Elif Türkan ARSLAN**

ÖZET

Sosyal girişimciler, toplumsal sorunların çözümü konusunda inovasyon ve öncü durumdadırlar. Özellikle son dönemlerde, sosyal girişimciler toplumsal sorunlara çözüm olma noktasında devlet ve özel sektör dışında yeni bir sektör yaratmış bulunmaktadır.

Bu realitenin doğal sonucu olarak sosyal girişimcilik konusunda dünyada akademik çevrelerce pek çok çalışma yapılmaktadır. Ancak yapılan literatür taraması neticesinde Türk literatüründe konuyla ilgili yeterli çalışmaya rastlanmamıştır.

Sosyal girişimciler sağlık, çevre, insan hakları gibi konularda bir problemden yola çıkarak sosyal etki, sürdürülebilirlik ve inovasyon temelinde projeler gerçekleştirerek sosyal dönüşüm sağlamaktadırlar.

Sosyal girişimciler yerel dönüşümün lideri durumdadırlar ancak küreselleşme olgusunun her alanda kendini hissettirdiği günümüz dünyasında sosyal girişimcilik bağlamında da dünyaya eklemlenmek kaçınılmaz görünmektedir.

Küresel düzeyde faaliyet gösteren ilk sosyal girişimcilik örneği Ashoka'dır. Ashoka pek çok konuda sosyal girişimcileri destekleyerek toplumsal dönüşüm sağlamaya çalışmaktadır. Türkiye de Ashoka'nın desteklediği sosyal girişimcileri olan ülkelerden birisidir.

Çalışmanın amacını Ashoka üyesi sosyal girişimcilerin faaliyet alanlarını çalışma bölgeleri ve Türkiye ölçeğinde karşılaştırmak oluşturmaktadır. Çalışmanın diğer amacı, sosyal girişimcilik konusundaki Türkçe literatür boşluğunu doldurmaya katkı sağlamaktır.

Çalışma dört bölümden oluşmaktadır. İlk bölümde sosyal girişimcilik ve sosyal girişimci kavramları ele alınmıştır. İkinci bölümde Ashoka ve faaliyetleri hakkında bilgi verilmiştir. Üçüncü bölümde Ashoka üyelerinin faaliyet alanları araştırılmış ve son bölümde Ashoka üyelerinin dünya ve Türkiye'deki faaliyet alanları karşılaştırılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Sosyal Girişimcilik, Sosyal Girişimci, Ashoka, Ashoka Üyelerinin Faaliyet Alanları.

* S.D.Ü. İ.İ.B.F. İşletme Bölümü, kavalarm@iibf.sdu.edu.tr

** S.D.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Bölümü, etarслан@iibf.sdu.edu.tr

ABSTRACT

Social entrepreneurs are innovator and pioneer to solve social problems. Recently Social entrepreneurs created a new sector except the public and private sectors to solve Social problems.

As a natural result of this reality there are a lot of study in the academic circle in the world but there isn't enough study in the Turkish Literature.

Social entrepreneurs provides Social transformation based on Social effect, Sustainability and innovation, with projects which is related with health, environment and Human rights .

Social entrepreneurs are accepted the leader of the local transformation but connecting with the world is obligated Because of globalization in the concept of Social Entrepreneurship

Ashoka is the first sample which works about Social Entrepreneurship all over the world. Ashoka tries to execute the Social transformation with supporting the Social entrepreneurs at a lot of field. Turkey is one of the countries which has the support.of Ashoka for Social entrepreneurs.

The aim of this study to compare the Ashoka Fellow's work fields on the scale of the Turkey and the world. An Another aim of this study is contributing the lack of the Turkish Literature about Social Entrepreneurship.

The study includes four chapters. In the first chapter the Social Entrepreneurship and Social entrepreneur concepts are defined. The second chapter is about the Ashoka and Ashoka's activities. And the third chapter is about Ashoka Fellow's work fields. And in the last chapter work fields of Ashoka Fellows are compared in Turkey and in the world.

Key Words: Social Entrepreneurship, Social Entrepreneur, Ashoka,

1.SOSYAL GİRİŞİMCİLİK KAVRAMI

Sosyal girişimcilik kavramsal açıdan yeni olsa da aslında yeni bir fenomen değildir. 1833'te William L. Garrison kölelik karşıtı ilk gazetesinin de yayıncısı olan American Anti-Salavery Society'i kurmuştur. Sosyal reformcu Jane Adams 1889'da yoksul insanlara yardım üreten Hull House'ı kurmuştur. 1980 yılında Bill Drayton tarafından sosyal bir vizyonla girişimciler için fon kaynağı hazırlamak amacıyla Ashoka kurulmuştur; 1976'da Muhammed Yunus Bangladeş'te yoksulluğu yok etmek ve kadınları güçlendirmek için Grameen Bank'ı kurmuştur; 1968'de Bill Strickland Pittsburgh'da iletişim programlarını geliştirmek için sanatı kullanan Manchester Craftsmen's Guild'i kurmuştur (Mair ve Marti, 2006: 36).

Uzun bir geçmişe ve küresel varlığa sahip, ekonomik ve sosyal değer yaratmayı bünyesinde birleştiren bir faaliyet olan sosyal girişimcilik yaygın olarak inovatif bir sosyal girişim ve daha sınırlı olarak piyasa tabanlı faaliyetleri kullanarak sosyal eksiklikleri çözmek ve inovasyon vasıtasıyla gelir kazancı üretmek olarak karakterize edilmektedir (Mair ve Marti, 2006: 36; Certo ve Miller, 2008:269).

Sosyal girişimcilik konsepti farklı araştırmacılar tarafından farklı anlamlarda ele alınmıştır. Bir grup (Austin, Stevenson, Wei-Skiller, 2006; Boschee, 1998) sosyal girişimciliği, kâr amacı olmaksızın sosyal değer yaratmak için alternatif fonlama stratejileri veya yönetim planları arama teşebbüsü olarak kabul etmektedir. İkinci grup (Sagawa ve Segal, 2000; Waddock, 1988) sosyal girişimciliği sektörler arası iletişim ile ticari şirketlerin sosyal sorumluluk faaliyeti olarak görmektedir. Üçüncü grup (Alvord vd., 2004) ise sosyal girişimciliği sosyal sorunları azaltan ve sosyal dönüşümleri kolaylaştıran bir araç olarak görmektedir.

Canadian Centre for Social Entrepreneurship sosyal girişimciliği şu şekilde tanımlamıştır; sosyal girişimcilik iki genel kategoriye ayrılacak çeşitli girişimlerdir. İlki, özel sektörde sosyal yönelimliliğin önemini vurgulayan faaliyetleri içermektedir. Ve ikinci olarak örgütsel etkinliği artırmak ve uzun dönemde sürekliliği sağlayabilmek için gönüllü sektörde daha girişimci faaliyetleri teşvik etmektir (Cook vd., 2003 :63). Buna göre sosyal girişimcilik, özel sektörde toplumsal sorunlara karşı duyarlılık ve bu bağlamda sorunların çözümünde yardımcı olma veya gönüllü sektörde özel sektör mantığıyla fakat kâr kaygısı taşımaksızın girişimci olma şeklinde ortaya çıkabilmektedir.

Wallace (1999)'ye göre sosyal girişimcilik, tüm ticari kuruluşlar gibi işleyen sosyal amaçlı bir girişim kurulması vasıtasıyla ortaya çıkmaktadır. Pek çok araştırmacı sosyal misyonun sosyal girişimcilik konseptinin temel boyutu olduğunu kabul etmektedir (Mort vd., 2003:79). Karmaşık sosyal ihtiyaçlar ile ilgili inovatif bir yaklaşım olarak görülen sosyal girişimcilik (Johnson, 2000: 1) mevcut ekonomik ve sosyal kurumlar tarafından giderilmeyen temel insan ihtiyaçlarını doğrudan karşılamak için ürünler ve hizmetlerin sağlanmasında yeni modeller yaratmaktadır (Seelos ve Mair, 2005: 243–244).

Sosyal girişimcilik, inovasyon yapma ve sosyal değişimi kolaylaştırma ve/veya sosyal sorunları giderme amacıyla fırsatları

değerlendirmek için kaynakların kombine edilmesi süreci olarak görülebilir. Ve bu süreç yeni sosyal örgütler veya STK kurma veya zaten var olan birinde inovasyonu sürdürme ile sonuçlanmaktadır (Mair ve Marti, 2006: 37; Mort vd., 2003: 79). Sosyal girişimcilik bir örgütte sürdürülebilir rekabet avantajı kazanma ve sosyal misyonunu gerçekleştirme sonucunu doğurmaktadır (Weerawardena ve Mort, 2006: 21).

Mort vd.(2003), sosyal girişimcilik tanımında dört temel boyut önermiştir; daha iyi sosyal değer yaratmak amacıyla misyonunda erdemlilik; zorlukla karşılaşıldığında amaç ve eylem uyumu; hedef kitlesi için daha iyi sosyal değer yaratmak amacıyla fırsatları görme yeteneği; risk alma eğilimi, karar almada proaktif ve inovatif olma.

Sosyal misyon tutkusunun sistematik disiplin, inovasyon ve genellikle konuyla ilgili kararlılıkla kombinasyonu olan sosyal girişimcilik (Dees, 2001:1) sosyal değer yaratma ve sürdürmek için yeni ve daha iyi yollar bulmakla ilgili olup (Peredo vd., 2006: 60) statükoyu ve toplumun mümkün olan şeyler hakkındaki düşüncesini değiştirmektedir (Seelos ve Mair,2005: 243).

Sosyal girişimcilik sivil toplum kuruluşu, özel sektör veya kamu sektöründe ortaya çıkabilen ve sosyal değer yaratan inovatif bir faaliyettir (Certo ve Miller, 2008: 268). Ancak bir görüşe göre sosyal girişimcilik büyük ölçüde bir gönüllü sektör fenomenidir. Çünkü sosyal girişimcilikle ilgili verilen örneklerin en azından %83'ü gönüllü sektördendir (Peredo ve Mclean, 2006: 61).

Fowler (2000) karmaşık bir sosyal girişimcilik tipolojisi ortaya koymuştur ve sosyal girişimcilik faaliyetlerini üç kategoriye ayırmıştır:

- Entegre Sosyal Girişimcilik: Pozitif sosyal sonuçlar elde etmek için ekonomik faaliyetler açıkça tasarlanır ve üretim faaliyetleri aynı zamanda sosyal fayda yaratır ve yatay, dikey, ileri ve geri ekonomik bağlantılar oluşturulur.(645)
- Yeniden yorumlanmış STK: Var olan bir kâr amaçsız örgütün kapasitesini maliyetleri düşürmek veya örgütün gelir yelpazesini artırmak ya da çeşitlendirmek amacıyla kullanılmasıdır.(646)
- Tamamlayıcı Sosyal Girişimcilik: Kâr amaçsız bir örgütün sosyal bir fayda ortaya koymayıp, örgütün sosyal misyonunun maliyetlerini dengelemek için kullanabileceği kâr amaçlı bir girişim gerçekleştirmesidir.

Sosyal girişimcilik kavramı çok çeşitli şekillerde tanımlanmış olmasına karşın her tanımda ortak olan bazı noktalar şunlardır:

- Sosyal problemlerin farkına vararak bir sosyal değişim başlatmak ve bunu sürdürülebilir kılmak için inisiyatif almak,
- Sosyal ihtiyaçları gidermek için bir oluşum kurmak veya var olan bir girişimde sürdürülebilir inovasyon yapmak,
- Ticari kazanç yerine sosyal kazanım sağlamak amacıyla bir girişimci gibi davranmak.

Sosyal girişimcilik örgütleri beş temel bileşene sahiptir (Smith-Hunter, 2008:5):

- Bir ya da birkaç yoldan sosyal değer yaratmayı amaçlamak ve bu amaca ulaşmaya çabalamak,

- Değer yaratacak fırsatları fark etmek ve değerlendirmek,
- İnovatif teknikler kullanmak,
- Riske katlanmak,
- Eldeki kaynakların limitlerini kabul etmemek.

Özel sektör girişimciliği ile sosyal girişimcilik arasındaki temel fark; sosyal girişimcilikte öncelik sosyal değer yaratmak iken ticari girişimcilikte öncelik ekonomik servet yaratmaktır. Ticari girişimcilikte sosyal servet ekonomik değer yaratarak üretilmektedir (Mair ve Marti, 2006: 39).

Sosyal girişim ve sosyal girişimci örgütler geleneksel kâr amacı gütmeyen örgütlerden farklıdır. Sosyal girişim kâr amacı gütmeyen ve kâr amacı güden girişimler arasında bulanık sınırlara sahiptir ve kâr amaçlı ve kâr amaçlı olmayan faaliyetleri melez bir şekilde gerçekleştirmektedir (Dart, 2004: 415).

1.1. Sosyal Girişimci Kimdir?

Sosyal girişimci, girişimci sınıf arasında sosyal misyona sahip bir türdür. Bu misyon nedeniyle onlar bazı ayırt edici farklılıklara sahiptir ve her tanımlama bunu yansıtmalıdır (Dees, <http://www.fntc.info/files/documents/The%20meaning%20of%20Social%20Entreneurship.pdf>; 3).

Sosyal girişimci neyin yolunda gitmediğini bulur, toplumu yeni sıçramalara ikna eder ve sistemi değiştirerek sorunun ortadan kalkmasını sağlar. Sosyal girişimciler yalnızca balık vermek ya da balık tutmayı öğretmekle yetinmez, balık endüstrisinde bir devrim yaratana dek dinlenmeksizin çalışırlar (Denizalp, 2007:7). Sosyal inovatörler (Certo ve Miller, 2008: 268) olarak görülebilecek olan Schumpeteryan sosyal girişimciler endüstrilerinde kesinlikle reform veya devrim yaratacaklardır (Dees, 2001:4).

Sosyal girişimciler sosyal girişimde inovatif veya olağanüstü liderlik sağlarlar (Weerawardena ve Mort, 2006: 21).

Schwab (2006) sosyal girişimciyi yeni fikirler, ürünler, hizmetler, metodolojiler ve tutum değişikliği vasıtasıyla sistematik sosyal değişimi kolaylaştırmaya yönelik -kazanım amaçlı olup olmaması fark etmeksizin- getirisi sosyal değer yaratma olan bir örgüt kuran veya örgüte yol gösteren kişi olarak tanımlamıştır.

Bornstein (2004) sosyal girişimciyi sosyal problemleri fark ederek sosyal değişimi kolaylaştırmak için geleneksel girişimcilik ilkelerini kullanarak bir girişim organize eden, yaratan ve yöneten kişi olarak tanımlamıştır.

Barendsen ve Gartner (2004) ise sosyal girişimciyi sosyal problemlere girişimci bir ruh ve ticari bir zekâ ile yaklaşan kişi olarak tanımlamıştır.

Sosyal girişimciler sosyal problemleri çözmeye çalışmak amacıyla çeşitli insan gruplarını ve özel sektörde faaliyet gösteren şirketleri harekete geçirerek aktif bir modern yardımlaşma şeklini temsil etmektedirler (Zerbinati ve Souitaris, 2004: 5).

Korosec ve Berman(2006) a göre sosyal girişimci, toplumundaki önemli sosyal problemleri işaret etme ve tanımlama inisiyatif alan kişi veya özel şirketlerdir.

Bazı araştırmacılar (Thompson, Alvy ve Lees, 2000; Anderson, Dana ve Dana, 2006) sosyal girişimciyi sosyal ihtiyaçları karşılamak için yeni girişim kurmaya veya var olan bir girişimde inovasyonu sürdürmeye odaklanmış kişi olarak tanımlamıştır.

Sosyal girişimciler çok özel kişiisel özelliklerle karakterize edilirler (Mair ve Marti, 2006: 38); farklı bir liderlik yeteneği (Thompson vd., 2000: 329); hayallerini (yaratıcı fikirlerini) gerçeğe dönüştürme becerisi (Bornstein, 1998); güçlü bir etik bağlılık (Mair ve Marti, 2006: 38); riske katlanmak (Journal of World Business, 2006: 4); ve normları değiştirme yeteneğine sahip (r: teminat olmaksızın borç verilmez) (Mair ve Marti, 2006: 41) olmak.

Sosyal girişimciler pek çok liderlik karakteristiğine sahiptir; önemli kişiisel güvenilirlik ve pr ekonomik değerden ziyade önemli sosyal değerler açısından ilerleme projeleri için takipçilerin desteğini toplama yeteneği gibi (Mort vd., 2003: 79).

Bornstein (2004) sosyal girişimcinin idrak, fırsatçılık, iyimserlik ve ticari girişimcinin becerikliliği ile ticar kazançtan ziyade sosyal kazanç elde etme bağlılığını kombine etmiş bir kişi olduğunu ifade etmiştir. Sosyal girişimci ilk olarak karmaşa olması halinde tutarlı bir amaç-faaliyet uyumu ve dengeli bir muhakeme sergiler. İkincisi, amaçladıkları sosyal değer yaratmak için fırsatları fark etme ve avantaja çevirmekte yeteneklidir. Son olarak, sosyal ortamda riski tolere etme, inovatif olma ve proaktif davranma konusunda üstündür (Peredo vd., 2006: 59).

Sosyal girişimciler, yeni katma değer vizyonu, bağlamsal anlayış, fırsatları görme, risk alma, zgven, kendi kendini motive etme, azim ve uygulayabilme ile ekonomik sonuca yönelik keskin bir dikkate sahiptirler (Fowler, 2000: 645).

Sosyal girişimciler, ticari girişimciler ile aynı davranan kişilerdir ancak toplumda faaliyet gösterirlerken şefkat ve yardımla daha fazla ilgilidirler ve bunun ardından para kazanmayı dşnrliler (Roberts ve Woods, 2005: 46).

Sosyal girişimciler yaratıcılık ve pratik beceriyi yeni fikir ve hizmetleri gerçeğe dönüştürmek için kombine eden kişilerdir (Roberts ve Woods, 2005: 48).

Sosyal girişimciler sosyal sektörde bir değişim ajanı gibi rol oynamaktadırlar (Dees,2001: 4):

- Sosyal değer yaratmak ve devam ettirmek için bir misyon benimseyerek,
- Bu misyonu yerine getirmek için durmaksızın yeni fırsatlar arayarak ve fırsatların farkına vararak,
- Sürekli bir inovasyon, uyarılma ve öğrenme süreciyle meşgul olarak,
- Eldeki kaynaklarla limitsiz biçimde cesaretle hareket ederek,
- Halka yardım etmek ve çıktı yaratmak için artan bir sorumluluk duygusu sergileyerek.

Austin vd. e göre ticari ve sosyal girişimciyi birbirinden ayıran en az üç temel yol vardır (Certo ve Miller, 2008: 268,269):

- Yeni ticari ve sosyal girişimler genelde misyonları açısından farklıdır; ticari girişimciler temelde özel kazançla, sosyal girişimciler sosyal değer yaratmakla ilgilidir. Elbette ki ticari girişimciler özel kazanç yaratma sürecinde sosyal değer yaratabilir ve benzer biçimde sosyal girişimciler de sosyal değer yaratma sürecinde özel kazanç yaratabilir.
- İkinci temel farklılık başarı ölçütüdür. Ticari girişimcilikte performans tipik olarak finansal performans açısından ölçülür. Çünkü finansal performans ölçüleri standartlaştırılmıştır. Sosyal girişimciler için performans ölçüleri daha az standartlaştırılmış ve özel organizasyonlar için daha kendine özgüdür.
- Ticari ve sosyal girişimcilik kaynak mobilizasyonu açısından farklıdır. Bu farklılık finansal kaynaklar dikkate alındığında kesinlikle açıktır. İnsan kaynakları mobilizasyonu açısından da iki olgu arasında farklılık mevcuttur. Sosyal girişimciler finansal kaynakları harekete geçirmede daha fazla zorluk yaşamaktadırlar.

Sosyal girişimci için misyon ve bu misyonla ilgili değer yaratmak temel iken ticari girişimci için değer yaratmanın ölçüsü servettir (Smith-Hunter, 2008: 6).

2.ASHOKA

Ashoka, 1980 yılında Bill Drayton tarafından sosyal girişimcilere fon kaynağı sağlamak amacıyla kurulmuştur (Mair ve Marti, 2006: 36). İlk üyesini 1981 yılında Hindistan'da seçen Ashoka küresel anlamda sosyal girişimcilik alanında çalışan ilk ve en önemli kuruluştur. Kurulduğunda \$50,000'lık bütçeye sahip olan Ashoka 2006 yılında \$30 milyon bütçeye ulaşmıştır (<http://www.ashoka.org/facts>).

Ashoka, M.Ö. 3. yüzyılda Hindistan yarı kıtasını birleştiren, şiddete son veren ve hayatını sosyal refah ve ekonomik kalkınmaya adanmış liderdir ve kuruluşun ismi buradan gelmektedir. Yaratıcılığı, evrensel düşünce ve hoşgörüsü sebebiyle Ashoka ilk sosyal inovatör olarak bilinmektedir (<http://www.ashoka.org/facts>).

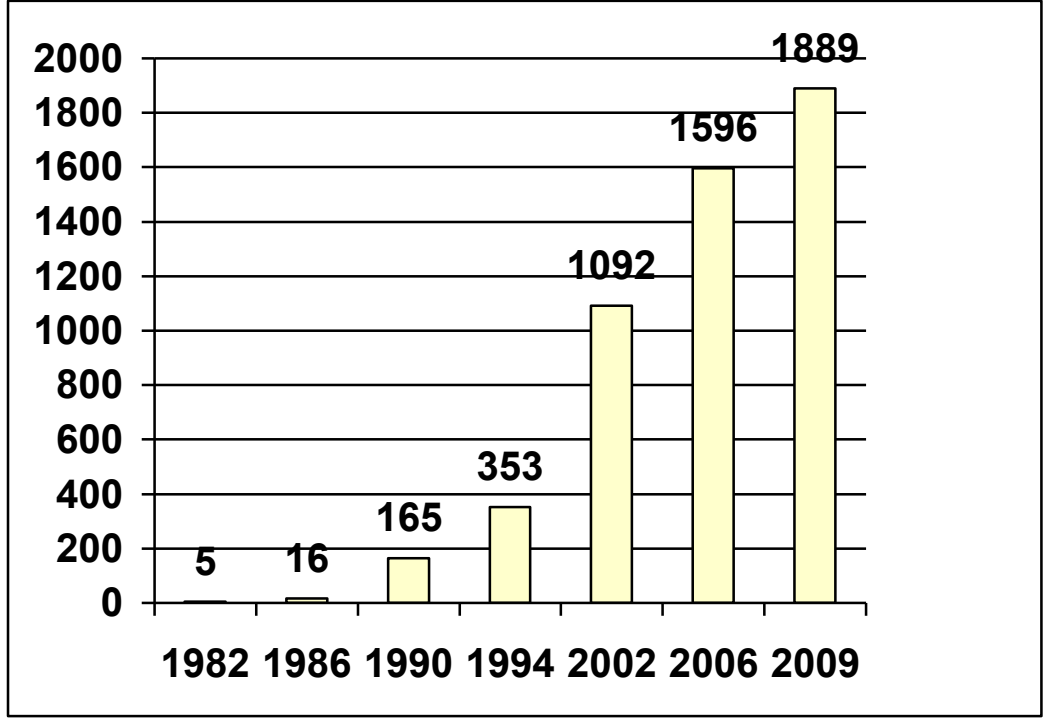
Ashoka'nın logosu meşe ağacıdır. Güçlü ve sağlam meşe ağacı, Ashoka'nın sosyal girişimciliği profesyonelleştirme bağlılık ve katkısının gücünü ifade etmektedir. Geniş alana yayılmış ağaç, Ashoka'nın seçme, katılma ve dünya çapındaki sosyal girişimciler arasında işbirliğini teşvik etme programlarının boyutlarını simgelemektedir (<http://www.ashoka.org/facts>).

Ashoka dünya çapında kişiler, vakıflar/dernekler ve özel şirketler tarafından finanse edilmektedir ve hükümetlerden fon kabul etmemektedir (<http://www.ashoka.org/facts>).

Ashoka üyesi sosyal girişimcilerin yaklaşık yarısı Ashoka'ya katıldıktan sonraki beş yıl içinde ulusal politikayı değiştirmiştir (Sen,2007: 536).

Ashoka'nın Afrika, Amerika, Asya, Avrupa, Ortadoğu ve Kuzey Afrika (MENA)'da 25 bölge ofisinde 160 personel görev almaktadır (<http://www.ashoka.org/facts>).

Şekil 1: Dünya Geneline Ashoka Üyeleri 1982–2009



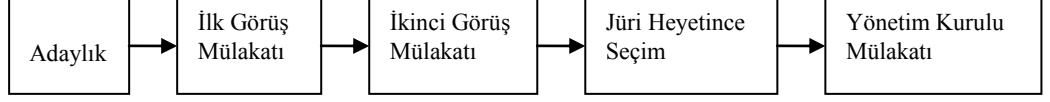
Kaynak: <http://www.ashoka.org/>.

1980 yılında kurulmasından bu yana her geçen gün üye sayısını artıran Ashoka'nın 2009 itibariyle 1889 üyesi bulunmaktadır.

2.1. Ashoka Üye Seçim Süreci

Bir sosyal girişimcinin Ashoka üyesi olabilmesi için 5 aşamalı bir seçim sürecinden geçmesi gerekmektedir. Bu sürecin ilk iki aşaması ulusal düzeyde gerçekleşen seçim evresi olup bu evrede Ashoka kriterleri ulusal düzeyde uygulanmaktadır. Ashoka temsilcileri adayı kabul edip kriterlere uygunluğunu kontrol etmekte ve sonraki aşamaya geçip geçmeyeceğine karar vermektedir. Sürecin üç ve dördüncü aşamaları uluslararası işbirliği evresidir ve bu evrede ulusal ve uluslar arası eleştirmenler arasında aday fikrin değeri ve girişimin yaşabilirliği konusunda bir konsensüse varılmaktadır. Sürecin son aşaması evrensel onaylama evresidir. Bu evrede aday ve girişim onaylanmak üzere Ashoka Uluslararası Yönetimi'ne sunulmaktadır (<http://www.ashoka.org/support/sands>).

Şekil 3: Ashoka Seçim Süreci



Ashoka tüm üye adaylarını değerlendirirken 5 tane seçim kriterini göz önünde bulundurmaktadır. Seçim kriterleri şunlardır (<http://www.ashoka.org/support/criteria>):

- Eleme Testi: Yeni Bir Fikir: Herhangi bir konuda işleyişi değiştirecek yeni bir fikirle gelmedikçe Ashoka hiç kimseyi üyeliğe kabul etmemektedir.
- Yaratıcılık: Başarılı sosyal girişimciler hem vizyoner amaç belirleme hem de amaçlarını gerçeğe dönüştürmek için problem çözme konusunda yaratıcı olmak zorundadır.
- Girişimcilik Kalitesi: Sosyal girişimciler değişim ve inovasyon konusunda fırsatları görmeli ve tüm zamanını vizyonunu gerçekleştirmeye adanmalıdır.
- Fikrin Sosyal Etkisi: Bu kriter aday değil fikir üzerine yoğunlaşmış bir kriterdir. Ashoka bir fikirle ancak önemli ölçüde değişim yaratacak ise ilgilenmektedir.
- Etik Kişilik: Sosyal girişimcinin kişiliği güvenilir olmalıdır, eğer güvenilir bir kişi değilse girişim muhtemelen başarısız olacaktır.

2.2. Üye Türleri

Ashoka'da beş farklı üye türü bulunmaktadır (<http://www.ashoka.org/support/types>).

2.2.1. Ashoka Üyeleri

Ashoka üyeleri sosyal problemlerin yaratıcı çözüm ve potansiyel toplumsal değişim fırsatlarını fark eden öncü sosyal girişimcilerdir.

2.2.2. Kıdemli Üyeler

Kıdemli üyeler seçim aşamasında zaten yaygın etki yaratmış olan öncü üyelerdir ve pek çoğu faaliyet alanlarında lider olarak tanınırlar. Kıdemli üyelerin Ashoka'nın finansal desteğine ihtiyacı olmayabilir; onlar Ashoka'nın küresel sosyal girişimci topluluğundan ve profesyonel ortaklarından faydalanırlar.

2.2.3. Evrensel Üyeler

Evrensel üyeler, politik ve coğrafi sınırları göz ardı ederek çalışan, kendini bir dünya vatandaşı olarak gören ve küresel sorunlara küresel çözümler arayan sosyal girişimcilerdir.

2.2.4. Social Investment Entrepreneur (SIE)

Sosyal fayda için sermaye tahsisinde dönüşüm yaratabilen fikirlere sahip üyelerdir. SIE'ler yeterli kaynakları olmayan toplumlar için sermaye bulan, finansal hizmetlerin verimliliğini geliştiren, kıt kaynaklara ulaşmak için yeni kurumlar ve mekanizmalar geliştiren sosyal girişimcilerdir.

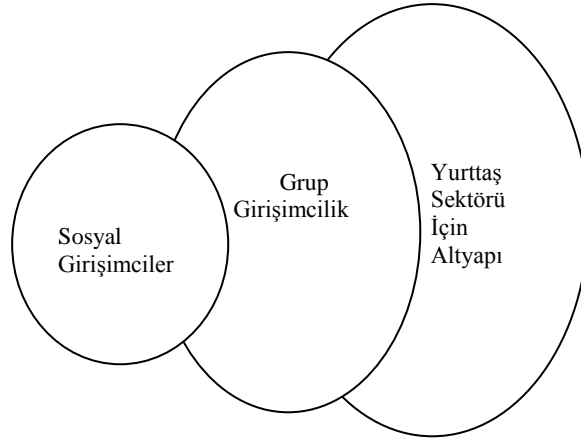
2.2.5. Keşif ve Teknoloji Üyeleri

Teknoloji girişimcileri çalışmalarını için temel nitelikte olan bir teknoloji, sosyal faydası olan bir ürün veya keşfettikleri güçlü bir element olan kişilerdir. Bu üyeler bazı sosyal ihtiyaçların teknoloji veya ürünlerin dizaynı, üretimi, finanslaması ve dağıtımınıyla çözülebileceğini düşünmektedirler.

2.3. Ashoka'nın Çalışmaları

Ashoka üç seviyede çalışmaktadır. Birinci seviyede bireysel olarak sosyal girişimcileri desteklemektedir; ikinci seviyede sosyal girişimci grupları desteklemektedir ve son seviyede ise sosyal inovasyonun evrene yayılmasını kolaylaştırmak ve yurttaş sektörünün gelişmesine yardımcı olmak için gereken finansal sistemleri ve altyapıyı oluşturmaya yardım etmektedir (<http://www.ashoka.org/whatwedo>).

Şekil 2: Ashoka'nın Çalışmaları



Kaynak: <http://www.ashoka.org/whatwedo>

2.3.1. Sosyal Girişimcileri Desteklemek

İnsanlara yatırım yapan kuruluş dünya genelinde önde gelen sosyal girişimcileri ve sosyal girişim başlatmak üzere olan kişileri aramaktadır. Bu

girişimciler için ortalama olarak üç yıl yaşamlarını devam ettirebilecekleri nakit sağlayarak onların tüm zamanlarını derneklerini kurmak ve fikirlerini yaymak için ayırmalarını sağlamaktadır. Ashoka, aynı zamanda üyeleri için, benzerleriyle destek ağı ve profesyonel danışmanlarla ortaklık sağlamaktadır. Bir kere Ashoka üyeliğine seçildiğinde üyeler yaşamları boyunca bu topluluktan faydalanmaktadırlar (<http://www.ashoka.org/support>).

2.3.2. Grup Girişimciliğini Geliştirmek

Ashoka üyeleri birlikte çalışarak gücü hesaplanamaz bir şebeke oluşturmaktadırlar. Kuruluş tüm dünyada üyelerinin işbirliğini kolaylaştırmaktadır ve böylece üyeler birbirlerinden bir şeyler öğrenebilmekte, değerli bilgiyi paylaşabilmektedir (<http://www.ashoka.org/promote>). Küresel işbirliğinin bir sonucu olarak Ashoka oldukça etkin ortaklıklar geliştirebilmekte ve onları bir mozaikte birleştirebilmektedir (<http://www.ashoka.org/promote>).

2.3.3. Sektör Altyapısını Oluşturmak

Ashoka sosyal girişimciliğin gelişmesi ve yaygınlaşması için başlangıç finansmanı ve sermayesini, akademik ve iş çevrelerini birleştirme, sosyal ve finansal değer katan stratejik ortaklıkları içeren bir altyapı oluşturmaktadır (<http://www.ashoka.org/build>).

2.4. Ashoka'nın Faaliyet Alanları

Ashoka verimli ve girişimci bir sosyal sektör geliştirebilmek için eğitim, ekonomik gelişme, çevre, insan hakları, sağlık ve yurttaş katılımı alanlarında sosyal girişimciliği destekleme temelinde bir yaklaşım geliştirmiştir. Ashoka uzun dönemde devamlılığını sağlamak ve inovasyonlarını yaymak için fırsat, bilgi, değer katan bağlantı ve küresel düzeyde işbirliği temin etmektedir (Sen, 2007: 537).

2.4.1. Yurttaş Katılımı

“Yurttaş sektörü” terimi sivilin gücünü önemli kamusal konulara yönlendirme ile ilgili faaliyet alanını ifade etmektedir. Güçlü bir yurttaş sektörü bilincinin olması halinde güçlü yurttaşlar –kişiler, aileler ve topluluklar- enerji ve zamanlarını kamusal sorunlara adamaktadırlar. Yurttaş katılımı yoluyla, vatandaşlar toplumun gelişmesine yardım ederler, hükümetlerini sorumluluk, şeffaflık ve hesap verebilirlik standartları konusunda zorlarlar. Ashoka üyelerinin çalışmalarında, güçlenmiş vatandaşların devam eden çabalarının pozitif sosyal değişim yarattığı açıkça ifade edilmiştir (<http://www.ashoka.org/civicengagement>).

2.4.2. Ekonomik Kalkınma

Ashoka üyeleri ve küresel düzeydeki inisiyatifleri ekonomik kalkınma yaklaşımlarının nasıl olacağı konusunda temel stratejiler geliştirmektedirler. Daha entegre bir ekonomide dünyanın fakir halklarını kapsayan kaynak tahsisi sistemlerini, altyapı ve tedarik zincirini yeniden düzenlemektedir. Güvenliği ve pazarlara erişimi sağlayarak mal ve hizmetler için etkin üretim ve dağıtım mekanizmaları geliştirmektedir. Üyelerin çalışmaları her gün için 2 dolardan daha az gelire yaşayan dünya nüfusunun yaklaşık 3'te 2'si için yaşam kalitesini geliştiren yaratıcı çözümler gibi görünür sonuçlar doğurmaktadır (<http://www.ashoka.org/economicdevelopment>).

2.4.3. Çevre

Dünya genelinde hükümetler, kuruluşlar ve vatandaş grupları teknolojik inovasyon ve toplumsal kaynakları çevresel süreklilikte sağlamlık kazanmak için kullanılmaktadır. Ashoka tarafından geliştirilen inisiyatifler doğal kaynakları kullanmada, daha fazla süre kullanılabilir kent tasarımı için opsiyonlar yaratmada ve çevresel düzenlemelerden sorumlu arazi geliştiricileri bulmada başarılıdırlar (<http://www.ashoka.org/environment>).

2.4.4. Sağlık

Son dönemlerde dünyada sağlık alanında önemli ve olumlu gelişmeler yaşanmaktadır. Çocuk ölüm oranlarının azalması, yaşam süresinin uzaması ve kronik hastalıkların oranının azalması bu olumlu gelişmelerden bazılarını örnek olarak gösterilebilir. Ancak bu olumlu gelişmelere karşılık dünya sağlık görünümü açısından tamamıyla olumlu değildir. Kimi hastalıklar hala bazı kırsal popülasyonlar için tehdit arz etmektedir. Dünya sağlık alanında bu gerçeği fark ederek Ashoka üyeleri gerekli eylem plânlarını uygulamak üzere politik çevreleri ve toplulukları harekete geçirmektedir. Üyeler sektörler arası stratejik işbirlikleri geliştirerek gereksinim duyulan ilaçları temin etmekte, bilgi transferi için mekanizmaları geliştirmekte ve güçlü kamusal sağlık sistemleri inşa etmektedirler (<http://www.ashoka.org/health>).

2.4.5. İnsan Hakları

İnsan hakları ilkeleri eşitlik, özgürlük ve adalet için küresel anlamda mücadele etmeyi vurgulamaktadır. Ashoka dünya çapında tüm insanlar için insan haklarının güvence altına alınmasıyla ilgili inovatif fikirleri desteklemektedir (<http://www.ashoka.org/rights>).

2.4.6. Eğitim

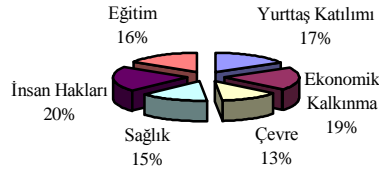
Ashoka üyeleri temel öğretim metodunun, gençleri öğrenme sürecinde daha aktif çalıştıran, problem çözmelerini, karar vermelerini ve

yaratıcılıklarını destekleyerek fikirlerini geliştiren yeni bir metotla değiştirilmesi gerektiğinin farkına varmışlardır. Onlar öğrenmenin okulda başlayıp biten bir süreç olmadığını ancak gençlerin tüm hayatlarını kapsayan bir süreç olması gerektiğini fark etmişlerdir. 1999 yılında Ashoka 400'den fazla Ashoka üyesini kapsayan ve öğrenme konusunda yeni bakış açıları geliştiren "Youth Venture"ı kurmuştur. Bu oluşum pozitif sosyal değişim yaratmak için gençlerin kendi yeteneklerini gerçekleştirebilmelerine yardım ederek onların hayatlarını geliştirmeyi amaçlamaktadır (<http://www.ashoka.org/learning>).

3. DÜNYADA ve TÜRKİYE'DE ASHOKA ÜYELERİNİN FAALİYET ALANLARINA GÖRE DAĞILIMI

1889 Ashoka üyesinin faaliyet alanlarına göre dağılımı şu şekildedir: Yurttaş Katılımı: 319; Ekonomik Kalkınma: 356; Çevre: 239; Sağlık: 279; İnsan Hakları: 390 ve Eğitim: 306 (<http://www.ashoka.org/fellows>). Dünya genelinde Ashoka üyeleri çoğunlukla insan hakları alanında faaliyet göstermektedir. Üyelerin yoğun olarak faaliyette bulunduğu ikinci alan ekonomik kalkınmadır. Bu alanları sırasıyla yurttaş katılımı, eğitim, sağlık ve çevre izlemektedir.

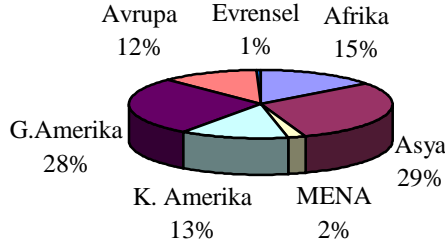
Şekil 4: Ashoka Üyelerinin Faaliyet Alanlarına Göre Dağılımı



Ashoka 6 bölgede faaliyet göstermektedir. Bölgeler düzeyinde Ashoka üyelerinin dağılımı şu şekildedir: Afrika'da 276 üye; Asya'da 564 üye; Avrupa'da 225 üye; Kuzey Amerika'da 253 üye; Güney Amerika'da 519 üye; MENA'da 42 üye ve küresel düzeyde faaliyet gösteren 10 üye bulunmaktadır (<http://www.ashoka.org/fellows>).

Ashoka'nın en fazla Asya bölgesinde üyesi bulunmaktadır. Asya bölgesinde faaliyet gösteren üyeler Ashoka üyelerinin %29'unu oluşturmaktadır. Bu bölgeyi sırasıyla Güney Amerika %28, Afrika %15, Kuzey Amerika %13, Avrupa %12, MENA %2 izlemektedir. Ashoka'nın evrensel düzeyde faaliyet gösteren üyeleri ise toplam üyelerin %1'ini oluşturmaktadır.

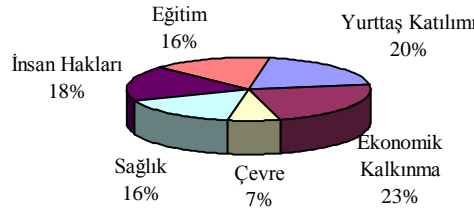
Şekil 5: Ashoka Üyelerinin Çalışma Bölgelerine Göre Dağılımı



3.1. Afrika Bölgesi

Afrika Bölgesinde ilk üyesini 1990 yılında seçen Ashoka'nın şu anda Afrika bölgesinde 17 ülkede üyesi bulunmaktadır. Bölgede Ashoka üyesi bulunan ülkeler; Morokko, Senegal, Gine Bissau, Mali, Burkina Faso, Fildişi Sahili, Gana, Nijerya, Kamerun, Uganda, Kenya, Tanzanya, Zambiya, Mozambik, Zimbabve, Botsvana ve Güney Afrika'dır. Kuruluşun bölgedeki toplam üye sayısı 276'dır. Afrika bölgesinde faaliyette bulunan üyelerin faaliyet alanlarına göre dağılımı şu şekildedir: Yurttaş Katılımı 55; Ekonomik Kalkınma 64; Çevre 19; Sağlık 45; İnsan Hakları 49 ve Eğitim 44 (<http://www.ashoka.org/fellows>).

Şekil 6: Afrika Bölgesindeki Ashoka Üyelerinin Faaliyet Alanlarına Göre Dağılımı



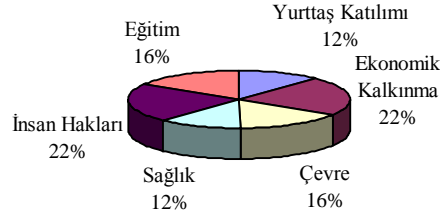
Bölgedeki üyelerin en fazla faaliyette bulunduğu alan ekonomik kalkınma olup bu bölgedeki üyelerin % 23'ü bu alanda faaliyettedir. Diğer alanlarda ise dağılım şu şekildedir; %20 yurttaş katılımı, %18 insan hakları, %16 sağlık ve eğitim ve son olarak %7 çevre. Bölgedeki bu dağılımın bölgenin öncelikli sorunlarının ekonomik nitelikli olmasından kaynaklandığını göstermekte olduğu söylenebilir. Zira En Az Gelişmiş Ülkeler 2008 Raporu verilerine göre dünyanın en az gelişmiş 50 ülkesinin 32 tanesi Afrika'dadır. Bu durumda bölgedeki sosyal girişimcilerin öncelikle

ekonomik sorunlara odaklanmış olmaları ve bu sorunların çözümü noktasında fikirler üretmesinin doğal olduğu söylenebilir. Bölgedeki üyelerin yoğun olarak faaliyet göstermekte olduğu ikinci alan ise yurttaş katılımıdır.

3.2. Asya Bölgesi

Ashoka, Asya bölgesinde ilk üyesini 1981 yılında seçmiştir ve şu anda bu bölgede 9 ülkede 564 üyesi bulunmaktadır. Bölgede Ashoka'ya üyesi bulunan ülkeler; Afganistan, Pakistan, Hindistan, Sri Lanka, Bangladeş, Nepal, Tayland, Endonezya ve Filipinler'dir. Bu bölgedeki üyelerinin faaliyet alanlarına göre dağılımı: Yurttaş Katılımı 69; Ekonomik Kalkınma 122; Çevre 90; Sağlık 69; İnsan Hakları 123 ve Eğitim 92 (<http://www.ashoka.org/fellows>).

Şekil 7: Asya Bölgesindeki Ashoka Üyelerinin Faaliyet Alanlarına Göre Dağılımı

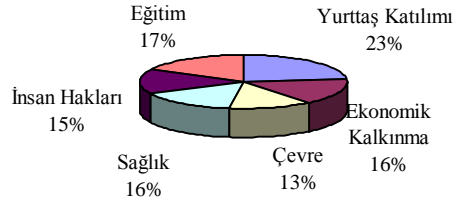


Asya bölgesindeki Ashoka üyeleri çoğunlukla yurttaş katılımı ve insan hakları alanında çalışmaktadır. Bölgenin sosyo-kültürel ve ekonomik durumu dikkate alındığında üyelerin bu alanlara öncelik vermesi doğal görünmektedir.

3.3. Avrupa Bölgesi

Avrupa bölgesinde ilk üyesini 1995 yılında seçen Ashoka'nın bugün bu bölgede 14 ülkede 224 üyesi bulunmaktadır. Bölgede Ashoka üyesi bulunan ülkeler; Fransa, İspanya, Belçika, Almanya, Slovenya, Bulgaristan, Slovakya, Polonya, Letonya, İngiltere, İrlanda, Çek Cumhuriyeti, Litvanya ve Türkiye'dir. Üyelerin Avrupa'daki faaliyet alanlarına dağılımı şu şekildedir: Yurttaş Katılımı 52; Ekonomik Kalkınma 36; Çevre 29; Sağlık 35; İnsan Hakları 33 ve Eğitim 39 (<http://www.ashoka.org/fellows>).

Şekil 8: Avrupa Bölgesindeki Ashoka Üyelerinin Faaliyet Alanlarına Göre Dağılımı

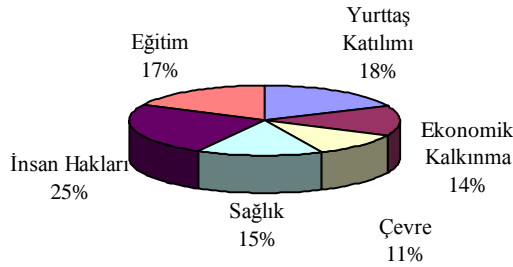


Bölgede bulunan Ashoka üyelerinin en fazla faaliyette bulunduğu alan %23 ile yurttaş katılımıdır. Diğer faaliyet alanlarında üyelerin dağılımı birbirine yakın olmakla birlikte sırasıyla %17 eğitim, %16 sağlık ve ekonomik kalkınma, %15 insan hakları ve %13 çevre şeklindedir.

3.3. Kuzey Amerika Bölgesi

Ashoka Kuzey Amerika bölgesinde ilk üyesini 1987 yılında seçmiştir. Günümüzde bu bölgede 6 ülkede 253 üyesi bulunmaktadır. Bölgede Ashoka üyesi bulunan ülkeler; Meksika, Amerika, Kanada, Kosta Rika, Nikaragua ve Guatemala'dır. Üyelerin bu bölgede faaliyet alanlarına göre dağılımı: Yurttaş Katılımı 46; Ekonomik Kalkınma 35; Çevre 28; Sağlık 38; İnsan Hakları 62 ve Eğitim 44 (<http://www.ashoka.org/fellows>).

Şekil 10: Kuzey Amerika Bölgesindeki Ashoka Üyelerinin Faaliyet Alanlarına Göre Dağılımı

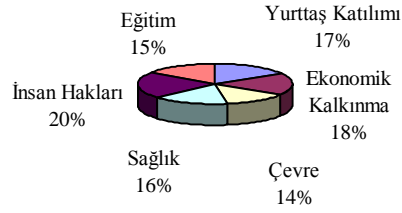


3.4. Güney Amerika Bölgesi

Güney Amerika bölgesinde ilk üyesini 1986 yılında seçen örgütün bölgede 10 ülkede toplam 519 üyesi bulunmaktadır. Bölgede üyesi bulunan ülkeler; Venezüella, Kolombiya, Ekvator, Peru, Brezilya, Bolivya, Şili, Arjantin, Uruguay ve Paraguay'dır. Üyelerin faaliyet alanlarına dağılımı ise

Yurttaş Katılımı 86; Ekonomik Kalkınma 91; Çevre 70; Sağlık 81; İnsan Hakları 111 ve Eğitim 80 şeklindedir (<http://www.ashoka.org/fellows>).

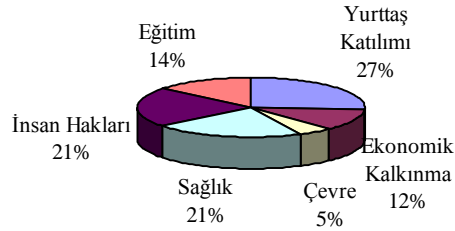
Şekil 11: Güney Amerika Bölgesindeki Ashoka Üyelerinin Faaliyet Alanlarına Göre Dağılımı



3.5. MENA Bölgesi

Ashoka 2003 yılında MENA (Ortadoğu ve Kuzey Afrika) bölgesinde ilk üyesini seçmiştir. Bölgede 4 ülkede toplam 42 üyesi vardır. Bölgede Ashoka üyesi bulunan ülkeler; Mısır, Suudi Arabistan, Lübnan ve Filistin'dir. Üyelerin faaliyet alanlarına dağılımı Yurttaş Katılımı 11; Ekonomik Kalkınma 5; Çevre 2; Sağlık 9; İnsan Hakları 9 ve Eğitim 6 şeklindedir(<http://www.ashoka.org/fellows>).

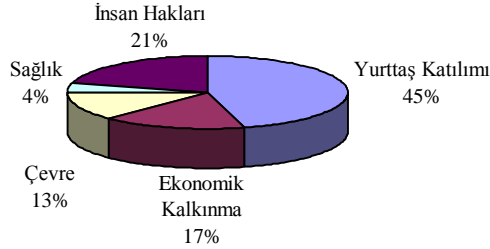
Şekil 12: MENA Bölgesindeki Ashoka Üyelerinin Faaliyet Alanlarına Göre Dağılımı



3.6. Türkiye

Türkiye'deki üyeler Ashoka'nın Avrupa bölgesinde faaliyet göstermektedirler. Ashoka Türkiye'den ilk üyesini 2000 yılında seçmiştir ve günümüzde Türkiye'de toplam 24 Ashoka üyesi bulunmaktadır. Türkiye, Avrupa bölgesinde Ashoka üye sayısı açısından % 1,27'lik bir paya sahiptir. Türkiye'deki Ashoka üyelerinin faaliyet alanlarına göre dağılımı şu şekildedir: Yurttaş Katılımı 11; Ekonomik Kalkınma 4; Çevre 3; Sağlık 1 ve İnsan Hakları 5 (<http://www.ashoka.org/fellows>).

Şekil 9: Türkiye’deki Ashoka Üyelerinin Faaliyet Alanlarına Göre Dağılımı



4. DÜNYADA ve TÜRKİYE’DE ASHOKA ÜYELERİNİN FAALİYET ALANLARININ KARŞILAŞTIRILMASI

Tablo 1’de Avrupa bölgesinde faaliyet gösteren Ashoka üyeleri ile Türkiye’de faaliyet gösteren Ashoka üyelerinin faaliyet alanlarına göre dağılımı toplu şekilde görülmektedir. Çalışmada Türkiye üyeleri Avrupa bölgesi üyeleriyle karşılaştırılmıştır çünkü Türkiye Ashoka’nın Avrupa bölgesi içerisinde yer almaktadır.

Tablo 1:

Çalışma Bölgesi	Avrupa		Türkiye	
	N	%	N	%
Faaliyet Alanları				
Yurttaş Katılımı	52	23	11	45
Ekonomik Kalkınma	36	16	4	17
Çevre	29	13	3	13
Sağlık	35	16	1	4
İnsan Hakları	33	15	5	21
Eğitim	39	17	-	-
Toplam	224	100	24	100

Tablodan da izlenebileceği üzere, Türkiye’de ve Avrupa’da faaliyet gösteren üyeler öncelikli olarak yurttaş katılımı alanında faaliyette bulunmaktadır. Her iki bölgede de üyeler en fazla yurttaş katılımı alanında faaliyet göstermekle birlikte Türkiye’deki üyelerin %45’i Avrupa bölgesindeki üyelerin ise %23’ü bu alanda faaliyette bulunmaktadır. Türkiye’deki üyeler ikinci olarak %21’lik bir oran ile insan hakları alanında faaliyettedir. Bu oran Avrupa’da %15’tir ve Avrupa’daki üyelerin faaliyet alanlarına dağılımına bakıldığında bu alan Avrupa bölgesinde beşinci sırada yer almaktadır. Türkiye’de üçüncü sırayı %17 ile ekonomik kalkınma alanı almaktadır, Avrupa’da ise üçüncü sırada %16’lık bir oranla ekonomik kalkınma ve sağlık alanları yer almaktadır. Türkiye’deki Ashoka üyelerinin en çok faaliyet gösterdikleri dördüncü alan % 13 ile çevredir. Avrupa bölgesinde çevre alanında faaliyet gösteren üyeler toplam bölge üyelerinin %13’üdür ve bu alan bölgede son sırada yer almaktadır. Türkiye’deki üyelerin faaliyette buldukları son alan %4 ile sağlık alanıdır. Bu alan

Avrupa bölgesinde –daha önce de belirtildiği gibi- %16’lık bir oranla ekonomik kalkınma alanı ile birlikte üçüncü sırayı paylaşmaktadır. Avrupa bölgesinde faaliyette bulunan üyelerin en çok faaliyet gösterdikleri alan %17’lik bir oranla eğitim alanıdır ve Türkiye’de ise bu alanda faaliyet gösteren üye bulunmamaktadır.

Avrupa bölgesinde faaliyet gösteren üyelerin faaliyet alanlarına göre dağılımına bakıldığında yurttaş katılımı alanı dışındaki alanlarda faaliyet gösteren üyelerin faaliyet alanlarına dağılım yüzdeleri birbirine oldukça yakındır. Türkiye’de ise üyelerin faaliyet alanlarına göre dağılımına bakıldığında ise alanlar arasında büyük farklar bulunmaktadır.

KAYNAKÇA

1. ALVORD, S. H.; BROWN, L. D. ve LETTS, C. W.; (2004), “*Social Entrepreneurship and Social Transformation*”, **Journal of Applied Behavioral Science**, 40 (3), ss. 260-282.
2. ANDERSON, R. B.; DANA, L. P. and DANA, T. E.; (2006), “*Indigenous Land Rights, Entrepreneurship Economic Development in Canada: ‘Opting-in’ to the Global Economy*”, **Journal of World Business**, 41, ss. 45-55.
3. AUSTIN, J., STEVENSON, H. ve WEI-SKILLERN, J.; (2006), “*Social Entrepreneurship and Commercial Entrepreneurship: Same, Different, or Both?*”, **Entrepreneurship Theory and Practise**, 30:1, ss. 1-22.
4. BARENDSSEN, L. ve GARDNER, H.; (2004), “*Is The Social Entrepreneur a New Type of Leader*”, **Leader to Leader**, 34, ss. 43-50.
5. BOSCHEE, J.; (1998), “*Merging Mission and Money: A Board Member’s Guide to Social Entrepreneurship*”, <http://www.socialent.org/pdfs/MergingMission.pdf>.
6. BORNSTEIN, D; (1998), “*Changing the World on a Shoestring*”, **Atlantic Monthly**, 281(1), ss. 34-39.
7. BORNSTEIN, D; (2004), **How to Change the World: Social Entrepreneurs and the Power of New Ideas**, Oxford University Pres.
8. CANADIAN CENTRE for SOCIAL ENTREPRENEURSHIP; (2001), “*Social Entrepreneurship Discussion Paper No. 1*”; Canadian Centre for Social Entrepreneurship.
9. CERTO, S. T. ve MILLER, T.; (2008), “*Social Entrepreneurship: Key Issues and Concepts*”, **Business Horizons**, 51, ss. 267-271.
10. COOK, B.; DODDS, C. and MITCHELL, W.; (February 2003), “*Social Entrepreneurship- False Premises and Dangerous Forebodings*”, **Australian Journal of Social Issues**, Vol. 38, No. 1, ss. 57-72.
11. DART, R.; (2004), “*The Legitimacy of Social Enterprise*”, **Nonprofit Management and Leadership**, Vol. 14, Is. 4, ss. 411-424.
12. DEES, J. G.; (2001), “*The Meaning of Social Entrepreneurship*”; Comments and suggestions contributed from the Social

- Entrepreneurship Founders Working Group. Durham, NC: Center for the Advancement of Social Entrepreneurship, Fuqua School of Business, Duke University. Erişim Adresi: http://www.caseatduke.org/documents/dees_sedef.pdf
13. DENİZALP, H.; (Eylül 2007), **Toplumsal Dönüşüm İçin Sosyal Girişimcilik Rehberi**, Ankara, Sivil Toplum Geliştirme Merkezi.
 14. EDITORIAL; (2006), “*Social Entrepreneurship: New Research Findings*”, **Journal of World Business**, 41, ss. 1–5.
 15. FOWLER, A.; (2000), “*NGDO’s as a Moment in History: Beyond Aid to Social Entrepreneurship or Civic Innovation*”; **Third World Quarterly**, 21(4), ss. 637-654.
 16. JOHNSON, S.; (2000), “*Literatura Review on Social Entrepreneurship*”, **Canadian Centre for Social Entrepreneurship**, <http://www.business.ualberta.ca/ccse/Publications/Publications/Lit.%20Review%20SE%20November%202000.rtf>, ss. 1-17.
 17. KOROSK, R. L. ve BERMAN, E. M.; (2006), “*Municipal Support for Social Entrepreneurship*”, **Public Administration Review**, ss. 448-462.
 18. MAIR, J. ve MARTI, I.; (2006), “*Social Entrepreneurship Research: A Source of Explanation, Prediction, and Delight*”, **Journal of World Business**, 41, ss. 36-44.
 19. MORT, G. S.; WEERAWARDENA, J ve CARNEGIE, K.; (2003), “*Social Entrepreneurship: Towards Conceptualisation*”, **International Journal of Nonprofit and Voluntary Sector Marketing**, V. 8, N. 1, ss. 76-88.
 20. PEREDO, A. M. ve MCLEAN, M.; (2006), “*Social Entrepreneurship: A Critical Review of the Concept*”, **Journal of World Business**, 41, ss. 56-65.
 21. ROBERTS, D. and WOODS, C.; (2005), “*Changing the World on a Shoestring: The Concept of Social Entrepreneurship*”, **University of Auckland Business Review**, 7(1), ss. 45-51.
 22. SAGAWA, S. ve SEGAL, E.; (2000), “*Common Interest, Common Good: Creating Value Through Business and Social Sector Partnership*”; **California Management Review**, 42(2), ss. 105-122.
 23. SCHWAB FOUNDATION for SOCIAL ENTREPRENEURSHIP; (2005), 5 Yer Evaluation Report 2000-20005.
 24. SEELOS, Christian; MAIR, Johanna; (2005), “*Social Entrepreneurship: Creating New Business Models to Serve Poor*”, **Business Horizons**, 241, ss. 241–246.
 25. SEN, P.; (2007), “*Ashoka’s Big Idea: Transforming the World Through Social Entrepreneurship*”, **Futures**, 39, ss. 534-553.
 26. SMITH-HUNTER, A. A.; (2008), “*Toward a Multidimensional Model of Social Entrepreneurship: Definitions, Clarifications, and Theoretical Perspective*”; ABR&TLC Conference Proceedings; Orlando, Florida; USA; http://www.cluteinstitute-onlinejournals.com/Programs/Disney_2008/Article%20198.pdf.

27. THOMPSON, J.; ALVY, G. ve LEES, A.; (2000), “*Social Entrepreneurshi a New Look at the People and the Potential*”, **Management Decision**, 38(5), ss. 328-338.
28. WADDOCK, S. A.; (1988), “*Building Successful Partnerships*”, **Sloan Management Review**, 29(4), ss. 17-23.
29. WALLACE, S. L.; (1999), “*Social Entrepreneurship: The Role of Social Purpose Entreprises in Facilitating Community Economic Development*”, **Journal of Developmental Entrepreneurship**, Vol. 4, No. 2, ss. 153-174.
30. WEERAWARDENA, J. and MORT; G. S.; (2006), “*Investigating Social Entrepreneurship: a multidimensional Model*”, **Journal of World Business**, 41, ss. 21-35.
31. ZERBINATI, S. and SOUITARIS; (2004), “*Entrepreneurship in the Public Sector: a Framework of Analysis in European Local Governments*”.
32. www.ashoka.org.