

## **BİR SOSYAL DEĞİŞİM AJANI OLARAK GİRİŞİMCİLİK EĞİTİMİ**

### **ENTREPRENEURSHIP EDUCATION AS A SOCIAL CHANGING AGENT**

*Ali Sırrı YILMAZ\**

#### **Özet:**

Girişimcilik, genel olarak salt “kâr” amacı güden bir olgu olarak düşünülmektedir. Girişimci de kâr amaçlayan bir birey olarak algılanmaktadır. Bu çalışmada girişimcilik kavramı açıklanırken aynı zamanda sosyal girişimcilik boyutunun da ele alınması gereği ifade edilmeye çalışılmıştır. Sosyal girişimciliğin ve bu yöndeki eğitimin toplumsal istendik değişimler için önemi üzerinde durulmuştur. Kazanç sağlamanın aksine para harcamayı gerektiren bu eğitim ve yaklaşımların desteklenmesi gereği ifade edilmiştir.

**Anahtar Kelimeler:** Girişim, Girişimcilik, Eğitim, Sosyal Değişim, Sosyal Girişimcilik.

#### **Abstract:**

Entrepreneurship is thought as a fact that aims the absolute profit. And also an entrepreneur is comprehended as a member who aims profit. In this study, while the entrepreneurship concept is being explained, at the same time it is endeavored to express the necessity of social entrepreneurship aspect. And also it is emphasized on the social entrepreneurship and the importance of the education on that direction for the social desired changes. Contrary to getting profit, the necessity of support is emphasized for this education and approaches that needs payment.

**Key words:** Enterprise, Entrepreneurship, Education, Social Change, Social Entrepreneurship.

## **GİRİŞ**

Bütün toplumlar, kendisini oluşturan bireylerin ihtiyaçlarını karşıladıkça ve bu ihtiyaçlara cevap üreten kurumsal yapılarını sürdürülebilir kıldıkça varlıklarını sürdürmeye devam ederler. Bir taraftan toplumsal

---

\* Yrd. Doç. Dr., Fırat Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi Bölümü – Elazığ [alisirriyilmaz@hotmail.com](mailto:alisirriyilmaz@hotmail.com)

İhtiyaçlar ve bu ihtiyaçlara çözüm üreten kurumsal yapılar varlığını devam ettirirken, diğer taraftan çağın getirdiği yeniliklere uyum sağlama gereksinimi, sürekli olarak toplumsal değişim ve devinimi zorunlu kılmaktadır. Toplumsal değişim ve devinim, toplumsal yapıyı oluşturan tüm kurumlar üzerinde etkisini göstermekte, çağın getirdiği yeni bilgiler ve teknolojiler sonucu ortaya çıkan yeni ihtiyaçların karşılanmasına yönelik üretilen çözüm önerilerinin optimum düzeye çıkarılmasının gerekliliğini ortaya çıkarmaktadır. Devinim ve değişime bağlı olarak ortaya çıkan sorunlar çözülmedikçe, toplum çözümsüzlük girdabına sürüklenmekte ve yeni sorunların da var olan mevcut sorunlara eklenmesiyle toplumun yaşamı tehdit altına girmektedir.

Toplumsal kurumlardan biri olan ekonomi, bir taraftan toplumsal yapıdaki önemli rolünü korurken, diğer taraftan gelişim ve değişime bağlı olarak alt birimlerinde profesyonelleşme yoluna gitmek ve yeni alt kurumlar oluşturmaktadır. Sosyal girişim olgusu da bu alt kurumlardan biri olarak karşımıza çıkmakta, toplumsal yapının geleceğine yönelik ekolojik tehditlerin ortadan kaldırılmasında etkin görev üstlenmektedir.

Bu boyutuyla sosyal girişim olgusu, toplumsal ihtiyaçları karşılayan bir kurum olarak karşımıza çıkabilmektedir. Sosyal girişimciler ise bu kurumsal yapının vazgeçilmez parçaları olarak tanımlanabilir. Dolayısıyla kurumsal yapıların organizasyonel yönleri çeşitli şekillerde bu ihtiyaç ve sorunları karşılamak ve çözmek çerçevesinde var olabilmektedirler. İşte tüm bu durumlara farklı yönlerle yaklaşan organizasyonlar, sosyal girişimcilik olarak adlandırılabilir. Toplumun ihtiyaç duyduğu mal ve hizmetleri karşılamak üzere kâr amacı güden işletmeler kurulduğu gibi kâr amacı gütmeyen işletmeler de kurulabilir. Bu yönüyle sosyal girişimlerin gelişimi, kişi başına düşen zenginliğin artış göstermesi, sosyal hareketlilikteki ivmelenme, küresel anlamda demokratik devletlerin sayısındaki artış, çok uluslu işletmelerin gücündeki yükselme, daha iyi eğitim düzeyi ve artan iletişim (Nicholls, 2006, s. 2) şeklinde özetlenebilir.

Bu bağlamda sosyal girişimler, devletin veya özel sektörün oluşturduğu kurum veya kuruluşların bir alternatifi olarak değil, tamamlayıcısı olarak düşünülebilir. Bu durum, geniş perspektiften değerlendirildiğinde, her geçen gün etki alanını genişleten küreselleşme eksenli yenedünya düzenin sonuçları olduğu fark edilmektedir.

Bu çalışmada, girişimciliğin sosyal boyutu ele alınarak bütüncül bir toplumsal gelişmişliği sağlamada yüklenildiği misyona değinilmektedir. Girişimcilik olgusunun sosyal boyutunu değerlendiren çalışmalar, literatür oluşturmada temel alınarak kavramsal bir perspektif çizilmeye çalışılmıştır.

## 1. GİRİŞİM VE GİRİŞİMCİ KAVRAMI

Gelişmekte olan ekonomilerde ortaya çıkan sosyo-ekonomik trendler, ulusal ve küresel piyasalarda iş yapabilmeyi, rekabet edebilmeyi, katma değer üretmeyi, yenilikçi iş fikri ortaya koymayı, mevcut işlerin ise yenilikçi bakış açısıyla daha etkin bir değer oluşturabilmelerini amaçlamaktadır. Bu çerçevede yeni kurulan ve özellikle de esnek yapı avantajlarının söz konusu olduğu küçük ve orta boy işletmelerin ortaya koyduğu bu girişimler, büyük bir sorun olan ‘istihdam sağlanmada’ önemli bir yere sahip olmaktadır.

Girişimci kavramı, Latince *intare* kökünden geldiği, İngilizcede enter (giriş) ve pre (ilk) kelime köklerinin birleşmesi ile oluşan *entrepreneur*, yani ‘ilk girişen, başlayan’ olarak tanımlanmaktadır (Korkmaz, 2000, s. 165). Literatürde, üretim faktörlerinin –teknik, ekonomik ve hukuki- bir araya getirildiği birimler, girişim veya işletme olarak ifade edilmiştir (Yelkikalan vd., 2010, s. 58). Çoğu zaman aynı anlamda kullanılsa da girişim ile işletmenin aynı olmadığı da bilinmektedir. Çünkü girişim, “belirli bir yasal, finansal, örgütsel ve ekonomik özelliğe sahip kuruluştur” (Sabuncuoğlu ve Tokol, 2011, s. 4).

Girişimcinin bir işletme kurmak veya üretim faktörlerini bir araya getirmeye yönelik bütün çabaları da, girişim olarak tanımlanmaktadır. (Tutar ve Küçük, 2003, s. 162). Girişimci ise, işletmeyi kuran, yönlendiren, geleceğe ilişkin planları yapan ve yürüten kişidir (Akdemir, 2009, s. 25). Diğer bir tanıma göre girişimci, mal ve hizmet üretimini gerçekleştirebilmek amacıyla riski üstlenerek doğal kaynak, sermaye, emek gibi üretim öğelerini bir araya getirip faaliyete geçiren kişidir (Tekin, 2004, s. 3). Girişimciler, bir ülkede büyüyen ve üretken bir ekonominin gereği olarak risk üstlenebilen işletmeciliğin itici güçleridir (Yelkikalan vd., 2010, s. 59).

*Girişimcilik* kavramı, bir organizasyonun oluşturulması, sermaye ile kaynakların elde edilmesi ve imkânların kullanılması amacıyla organizasyonel oluşumun meydana getirilmesini içerir. Yani girişimcilik, organizasyon için çalışmalar ile başlar ve kurulan organizasyon kurumsal yapıya kavuştuğunda ya da kavuşmadığında sona erer. Bu anlamda, *girişimci*, bireysel ya da ekip halinde imkânları tanımlayıp, şartları ortaya koyan ve mevcut olanaklar doğrultusunda organizasyon oluşturarak bunun devamlılığını sağlayan kişi ya da kişiler olarak ifade edilebilir.

Girişimcilik tanımı hakkında literatürde bazı farklılıklar olsa da risk alma, fırsatları yakalama, yeni bir iş kurma, yeni ürün üretme gibi unsurların bütün tanımların ortak noktalarını oluşturduğu gözlemlenmektedir. Çünkü girişimcilik, kaos ve karmaşıklık içerisinde kendine güvenmek, yenilik yaparak risk almaktır (Jaafar vd., 2011, s. 829).

Tüm bu tanımlamalar ışığı altında girişimcilik için şöyle bir tanımlamayı da yapmak mümkündür: Girişimcilik, farkında olunan veya

olunmayan toplumsal ihtiyaçların temininde ortaya çıkan sosyal boyutu ile kâr amacı ötesinde sosyal fayda sağlayan bir olgudur. Bu çerçeveden ele alındığında, sosyal içerikli bakış açısı, aslında zihinsel bir sürece işaret etmektedir. Yani girişimcilik aslında zihinsel bir değişim oluşturma çabasıdır. Dolayısıyla girişimcilik, sosyal girişimcilik boyutunu da haliyle içinde barındıran bir kavramdır.

### 1.1. Sosyal Girişimcilik

Sosyal girişimcilik kavramı da girişimcilik gibi geniş ve tanımı zor yapılabilen bir olgudur. Aynı zamanda, sosyal girişimciler klasik manadaki kâr amaçlayan girişimcilere birçok açıdan benzemektedirler. Besler, sosyal girişimciliğin, hem kâr amacı gütmeyen üçüncü sektörde hem de özel sektörde faaliyet gösteren örgütler tarafından gerçekleştirilebileceğini öne sürmektedir. Buna göre sürdürülebilir sosyal sorumluluk anlayışı doğrultusunda, ticari işletmelerin sosyal girişimci kapsamında değerlendirilebileceğini savunmaktadır (Besler, 2010, s. 19). Ancak, yine de sosyal girişimcilerin işletme girişimcilerinden en temel farkı, sosyal sorunları çözme ve sosyal değer yaratma konusunda tutkulu olmalarıdır (Dees, 1998; Bhawe, Jain ve Gupta, 2006, s. 26).

Sosyal girişimcilik sosyal fayda üretip sürdürebilecek sosyo-ekonomik yapı, ilişki, kurum, örgüt ve uygulamalar yaratmak olarak ifade edilse de; bu ifadeden yola çıkılarak sosyal girişimciliğin, sosyal fayda ve sürdürülebilirliği ön plana çıkardığı yadsınmaz bir gerçekliktir. Bununla birlikte literatürde çok farklı tanımlara ulaşılmaktadır. Bir tanım denemesinde Theobald (1987), risk ve yenilikçiliği vurgulamıştır: Sosyal girişimcileri; birey, grup ve kuruluşlara yeni fikirler getirme becerisine ve risk alma isteğine sahip değişim araçları olarak tanımlamaktadır. Başka bir tanıma göre sosyal girişimcilik; kar elde etmek amacından çok, belli bir dezavantajlı grubun yararı için sosyal amaçları yerine getirirken girişimci davranışı kullanmak şeklinde ifade edilmiştir (Leadbeater, 1997, s. 21-26; Kümbül, 2011, s. 82).

Austin (2006, s. 5) ise yapılan tanımlara ek olarak sosyal girişimciliğin ana unsurları üzerinde durmuştur. Yapmış olduğu tanımda sosyal girişimciliği, kar amacı gütmeyen “özel ve kamu sektörlerinde görülebilen yenilikçi, sosyal değer yaratma faaliyeti” olarak belirtmiş, sosyal girişimcilikte üç unsurun öneminden bahsetmiştir:

a)Yenilik: Yapılan faaliyetin girişimcilik olarak değerlendirilebilmesi için, yeni bir olgu meydana getirmedeki yenilik süreci

b)Sosyal değer yaratma: Sosyal girişimciliği işletme girişimciliğinden ayıran en önemli özellik olarak olgunun sosyal değer yaratması gerektiği

c) Sosyal girişimciliğin faaliyet alanı her yer olabilir: Sosyal girişimcilik her sektörde ve sektörler arası işbirliği çalışmalarında görülebilecek bir olgu olduğu için asıl konu, sosyal sorunlara odaklanmak ve sosyal etki yaratmak için girişimci yaklaşım içinde bulunmak ve doğasında yenilikçilik olan sosyal işletmeler yaratmak (Austin, vd. 2006, s. 1-19; Kümbül, 2010, s. 83).

Sosyal girişimciler, özel, kamu ya da kâr-amaçsız sektörler aracılığıyla var olan ihtiyaçları tanımlamanın yeni yollarını ararken yenilik ve yaratıcılığı vurgularlar (Johnson, 2000, s. 8). Webster'e göre girişimci, bir ticari işletmenin riskini üstlenen, ticari işletmeyi organize eden ve yöneten kişidir (Boschee ve McClung, 2003, s. 2). Bu açıdan bakıldığında sosyal girişimci ve ticari girişimci belirli yönleri itibariyle farklılık gösterir (Roper ve Cheney, 2005, s. 95). Bu farklılıklar aşağıdaki tabloda verilmiştir (Özdevecioğlu ve Cingöz, 2009, s. 91).

**Tablo 1:** Sosyal Girişimci ile Ticari Girişimci Arasındaki Farklar

<b>GİRİŞİMCİ</b>	<b>SOSYAL GİRİŞİMCİ</b>
Yeni ihtiyaçlara odaklanma eğilimindedir.	Yeni yaklaşımlar aracılığı ile uzun dönemli amaçlara daha etkili bir şekilde hizmet etmeye odaklanırlar
Pay sahipleri ya da kendi adlarına risk alırlar.	Paydaşlar adına risk alırlar
İş/işletme yaratmaya çalışırlar.	Değişim yaratmaya çalışırlar.
Girişimciyi motive eden temel faktör; yeni bir iş kurma, kendi işine başlama ve finansal kazanç elde etme düşüncesidir	Temel amaçları kârı takip etmekten ziyade sosyal değişim ve kendi müşteri grubunun gelişimidir.
Girişimcilerin risk tercihi para ve saygınlık kazanmaya dönüktür.	Sosyal girişimciler sivil toplum ihtiyaçları için sorumluluk ve risk alan kişilerdir
Temel amacı kârdır.	Kâr amaçlı aktivitelere de katılabilirler ancak, kârı kendilerini amaçlarına ulaştıracak bir araç olarak görürler

(**Kaynak:** Johnson, 2000, s. 8; Barendsen ve Gardner, 2004, s. 43; Hasan, 2005, s. 3; Roper ve Cheney, 2005, s. 95; Sharir ve Lerner, 2005, s. 7; Akdoğan ve Cingöz, 2006, s. 51-52; Austin vd., 2006, s. 6'dan derlenerek hazırlanmıştır.)

Tablodan da görüldüğü gibi, sosyal ve ekonomik girişimciler, ideolojileri itibariyle birbirlerinden ayrılırlar. Bu ideoloji, misyon ve amaç seçiminde onlara rehberlik etmektedir. Sosyal girişimciler yenilikçi girişimsel organizasyonları veya yatırımları yönetirler ya da yaratırlar. Temel misyonları kârı takip etmekten ziyade sosyal değişim ve kendi

müşteri grubunun gelişimidir. Sosyal girişimciler kâr-amaçlı aktivitelere de katılabilirler ancak, kârı kendilerini amaçlarına ulaştırarak bir araç olarak görürler. Ticari/işletme girişimcilerin ise temel amacı kârdır (Johnson,2000, s. 8; Sharir ve Lerner, 2005, s. 7; Özdevecioğlu ve Cingöz, 2009, s. 92).

Girişimciliğin temelinde değişime ve yeniliğe dayalı kâr amaçlanmaktadır. Farklılık yaratarak, risk alarak, para ve saygınlık kazanmayı asıl hedef noktasında gören bir olgu olarak tanımlanabilecek olan girişimcilikteki bu asli amaçlar, sosyal girişimcilik açısından da belki hedeflenebilmektedirler ama asla ana amaç olarak görülmemektedir. Bunlar, asıl amaç olan sosyal ihtiyacın hissedildiği alanlarda değer ve fark yaratmak için süreçteki bir araç olarak görülmektedir.

## 1.2. Sosyal Değişim ve Girişimcilik Eğitimi

Değişimin, belirli bir zaman sürecinde, herhangi bir durum, olay ya da alanda gözle görülebilen farklılaşma olduğu bilinmektedir. Bu nedenle “değişme” denildiği zaman bütün varlıklar; “sosyal değişme” denildiğinde ise sadece insan akla gelmektedir. Toplumun yapısını oluşturan sosyal ilişkiler ağının ve bunları belirleyen kurumların farklılaşmasını ifade eden sosyal değişme; düşünce, duygu ve eylem kalıpları gibi normların yanı sıra, inanç ve değerler ile dünya görüşlerine de yansımaktadır. Bu yansıma, uluslararası düzeyde olduğu gibi, değişimin ait olduğu sosyo-kültürel ve ekonomik düzeyin algı ve imkân çerçevesine göre toplumsal katmanlaşmanın çeşitli kategorilerindeki yapılarda da gözlemlenmektedir (Aslantaş, 2008, s. 183).

Ginsberk, toplumsal değişmeyi toplumsal yapıdaki değişme, yani toplumun büyüklüğünde, parçaları arasındaki kompozisyon ya da denge veya örgütlenme şeklinde meydana gelen değişme olarak tanımlamaktadır (Kongar, 1995, s. 55). Bu çerçevede toplumsal yapıdaki unsurlar dikkate alındığında, toplumsal değişme, sosyal ilişkiler ve etkileşimlerde meydana gelen değişiklik olarak ifade edilebilir. Toplumsal değişim ve toplumsal yapı söz konusu olduğu zaman sistem kavramı da dile getirilebilir ki; değer ve normlardan da söz etmek gerekir. Yani, yapı veya sistem öğeleri arasında değişiklik söz konusudur. Bu açıdan değişim daimi olarak ilerleme manasında ele alınmamalıdır. Tek yönlü bir doğrultuda gerçekleştiği ifade edilemez.

Toplumdaki bir kısım değişimler çok hızlı gerçekleşirken bir kısım değişimler ise yavaş bir şekilde gerçekleşir. Bu yönüyle de değişimin derecesi, zamana ve bir toplumdaki ötekine göre farklılık gösterir. Çağdaş toplumlardaki önemli bir özellik de toplumsal değişimin kurumsal, normal ve gündelik bir olgu haline gelmiş olmasıdır. Ancak toplumda meydana gelen her değişme, sosyal değişme sayılmaz. Sosyal bilimlerde genellikle kabul edilen görüş nazaran, sosyal sistemin yapı unsurları ve işleyişi

üzerinde veya bu yapı unsurlarının nisbî öneminde meydana gelen ve sistemin fonksiyonunu icra yönünden sonuçlar doğuran değişmeler “sosyal değişme” olarak tanımlanır. Böylece sosyal ilişkilerde meydana gelen önemli ve kalıcı değişiklikler sosyal değişmedir (Dönmezer, 1989).

Değişme söz konusu olunca “birlikte değişmeler kanunu”na da dikkat etmek gerekmektedir. Öyle ki birlikte değişmeler kanunu, en basit ifadesiyle A olayının değişmeye başlayınca bununla doğru veya ters olarak B olayının da değişmesi anlaşılmaktadır. Bu kanunlar genel olarak denge kavramından ayrılmazlar. Dengeler, pek seyrek olarak yalınç, çoğu zaman bileşiklerdir. Çünkü iki olay orantılı olarak değişmeye başladığı zaman bunların yanında başka olaylar da değişir; neticede yeni dengeler ortaya çıkar. Bu kanunda hatırdan tutulacak nokta, değişmelerin toplumsal yapılarda belli sınırlar arasında cereyan etmesidir. Her olguda bir değişme katsayısı vardır ki mekân ve zaman şartları bunları değiştirebilir veya tersine çevirebilir (Taplamacıoğlu, 1961, s. 64).

Sosyal değişmenin yanında değinilmesi gereken diğer bir kavram da ‘sosyal tekâmül’ kavramıdır. Sosyal tekâmül, bir toplumun bünyesinde çok uzun vadede, yani birkaç nesli kucaklayan uzun bir dönemde ortaya çıkan geniş ve köklü değişme ve gelişmelerin tamamını ifade etmektedir. Bu türden değişmeleri tüm detayları içerisinde gözlemek oldukça zordur. Ancak daha kısa vadelerde meydana gelen değişmeler, sosyal değişmeler için de gözlenebilmektedir.

Sosyal değişme çeşitli ölçülere göre sınıflandırılmaktadır. Bunlar kalitatif ve kantitatif olmak üzere iki şekilde meydana gelmektedir.

T. Parsons, toplumsal değişme kavramını yapı bakımından üçlü bir tasnife tabi tutmaktadır: Bunlar sırasıyla sosyal değerlerde değişme, kurumsal değişme ve kişiler üzerinde değişmelerdir.

Sosyal değerlerde değişme, önemli yapı değişiklikleri olarak kendini gösterir. Sosyal değerler, tavır ve hareketlerin genel yöneticileridir ve onlar toplumsal roller ve münasebetler üzerinde önemli etkilerde bulunurlar.

Genelde toplumun değerler sistemindeki değişiklikler çok uzun vadede gerçekleşmektedir. Toplumun içinde statüler, roller ve bunların muhtevası normlar ve öteki teşkilat şekillerinde ortaya çıkan değişiklikler kurumsal değişmelerdir.

Sosyal sistemin içindeki mevkiler ve rolleri üstlenen kişilerde ortaya çıkan değişiklikler ise kişiler üzerinde olan değişmelerdir. Bu değişmeler yapısal değişmeler olarak görülmezler. Buna karşılık, sosyal statü ve rolleri üstlenecek kişilerin seçimi hakkındaki kurallar ve kaynakların değişmesi sosyal sistemin yapısını etkiler ve bu bakımdan yapısal değişiklikler olarak değerlendirilirler.

Bu anlamda sosyal değişim ile ilgili, bütün insanlık tarihini kapsayan büyük boy; toplumsal değişmeyi grupsal süreçlere ve psikolojik ögelere bağlayan sosyal psikoloji ve psikolojiyi de içeren küçük boy; toplumu değişimin birimi olarak ele alan orta boy olmak üzere çeşitli sosyal değişim teorileri ortaya atılmıştır (Günay, 1998, s. 335; Aslantaş, 2008, s. 186).

Tüm bu açıklamalar neticesinde; değişim olgusu daimi olarak ilerlemeci bir mana taşımamakla beraber toplumsal yapı açısından var olan bir durumdan farklı bir şekil alma olarak ifade edilebilir. Bu çerçevede yapı içerisindeki değerlerin değişimi sistemin değişimini de meydana getirebilmektedir. Toplumsal değişim teoriler açısından değişim sosyal psikolojik boyutuyla önemli bir olgu haline almaktadır. Bu durum da sosyal psikolojik unsurlar bağlamında istendik türde değişimsel bir süreç söz konusu olabilmektedir. Yani “Değişim kontrol edilebilir mi?” sorusu karşımıza çıkmaktadır. Sosyal psikolojik süreç ve teknikler ele alındığında; tutum ve tutum değişimi yaratma, propaganda ile istendik yönde tutum oluşturma gibi olguları burada dile getirebiliriz. İşte tam bu nokta da istendik değişim olgusu karşımıza eğitim kavramını da çıkarmaktadır ki; girişimcilik olgusu eğitiminin önemi kendini göstermektedir. Genel manada girişimcilik eğitiminden ziyade elbette ki sosyal girişimcilik boyutu da büyük önem arz etmektedir denilebilir.

Girişimcilik eğitimi bir toplumun sosyo-ekonomik ileri yönlü değişiminin temelini oluştururken; girişimsel beceri ve tutumların oluşturulması açısından büyük bir öneme sahiptir. Yukarıda ifade edilen girişimcilik tanımları neticesinde girişimcilik, belirsiz bir ortamda yenilik yapma çabası şeklinde tanımlanabilir. Girişimciyi ise bu çerçevede fikir üreten ve bu fikirlerin gerçekleşebilmesi sağlamak için yeni bir şeyler ortaya çıkaran, risk alabilen yaratıcı kişiler olarak tanımlayabilmek mümkündür.

Literatürde girişimcilik eğitiminin tanımı çok farklı şekillerde yer almaktadır. Aynı şekilde girişimcilik eğitiminin nasıl olması gerektiği konusunda da anlaşılmalı ortak bir çatı ve üzerinde uzlaşılan başarılı bir model oluşturulamamıştır (Rasmussen ve Sorheim, 2006, s. 187). Guzmán ve Liñán’a (2005, s. 5) göre girişimcilik eğitimi; “tüm eğitim seti ve eğitim faaliyetleri girişimci davranışlarını gerçekleştiren katılımcılar geliştirmek, ya da bu niyeti etkileyen girişimcilik bilgisini ve girişimci olma istekliliği gibi bazı unsurları geliştirmeye çalışmaktır”. Raposo ve Paço,’ya göre (2011, s. 456) girişimcilik eğitimi; “bir kişinin hayatında fırsatları görebilme, yeni fikirler üretme, fırsatları takip etme becerisi ve gerekli kaynakları bulma, yeni bir firma kurmak ve işletmek, yaratıcı ve eleştirel bir şekilde düşünme yeteneğini içermektedir.” Bu yeteneğin eğitime dönüştürülmesiyle, girişimcilik eğitiminin girişimciliğin ortaya çıkmasındaki ve gelişmesindeki en büyük yardımcı faktörlerden biridir.



Girişimcilik eğitimi alanında yapılan ilk araştırmalarda girişimcilik, küçük işletme kavramı etkisiyle “bir iş yeri satın alma”, “yenilik ihtiyacı ve büyüme ihtiyacı” gibi anlamlarda kullanılmıştır. Diğer bir ifadeyle girişimcilik eğitime başlanıldığı ilk dönemlerde girişimcilik eğitimi küçük işletme faaliyetlerinin bir süreci olarak değerlendirilmiş daha sonra “küçük işletme” kavramından uzaklaşarak gerçek anlamında kullanılmaya başlanmıştır. Girişimciliğe bakış açısındaki farklılık; kavramın bağımsız bir disiplin olarak fark edilmesini sağlamanın yanı sıra girişimcilik eğitimi konusundaki çalışmaların da gündeme gelmesine zemin oluşturmuştur (Tağraf ve Halis, 2008, s. 95).

Girişime başlamadan önce girişimcilik eğitiminin verilmesi bireylerin gelecekte yapacakları girişimlerin başarı şansını artırması açısından önemlidir. Özellikle gençlerin girişimsel ve tutumsal davranışlarının oluşmasında girişimcilik eğitiminin büyük önem taşıdığı, söz konusu eğitimin öğrencilerdeki girişimcilik potansiyelini ortaya çıkarmaya yardımcı olduğu ve kendi işlerini kurmaya yönlendirdiği ifade edilmektedir.

Girişimcilik eğitimi ile ilgili yapılan çalışmalar incelendiğinde dünyada ABD'nin ilk sırada yer aldığı görülmektedir. Girişimcilik ile ilgili Amerika'da ilk eğitim 1947 yılında “Harvard Business School” da verilmeye başlanmıştır. Bu konudaki ilk akademik programlar ise 1960'lı yıllarda başlamış ve giderek yaygınlaşmıştır. Koh'un (1996) araştırmasına göre, 1993 yılında 400'den fazla ABD üniversitesinde lisans veya yüksek lisans düzeyinde girişimcilik dersleri verilirken, bu sayı 2003 yılında 1600'lere ulaşmıştır (Gürol ve Bal, 2009, s. 14). Gürol, çalışmasında üniversitelerdeki dersler, araştırma/bilim merkezleri, bilimsel dergiler, yayınlanmış makaleler, yayınlanmış kitaplar, konuyla ilgili çalışan öğretim üyeleri, burslar, konferanslar, kulüpler ve yarışmalar, staj ve topluma hitap eden özelliği bulunan projeler incelemiştir. Çalışma sonucunda, sosyal girişimcilik içerikli derslerin işletme fakültelerinde daha yoğun okutulduğu, ABD üniversitelerinin diğer ülkelere göre daha aktif olduğu ve konu hakkındaki eğitsel faaliyetlerin bilimsel faaliyetlere göre daha fazla yapıldığı gibi sonuçlara ulaşmıştır.

Bozkurt ve Alparslan'ın 2012 yılında yapmış oldukları çalışmalarında 2000'li yıllar öncesinde de yabancı kaynaklı girişimcilik eğitim araştırmalarının var olduğunu ve daha çok işletme açısından, ekonomik boyutun yoğunlukla ortaya konulduğu bakış açıları olduğu bir literatür görebilmekteyiz. Bu çalışmaların büyük çoğunluğunda salt ekonomik kaygı ile geliştirilmiş modeller olsa da bazı çalışmalar da davranışsal eğitimlerin de yer aldığını belirtebiliriz. Ama bu çalışmaların da hedefi ekonomiktir. Bunun yanı sıra kısmen sosyal yapıyı etkileyecek; belki rol model oluşturma, davranış değişimleri oluşturabilme hususları üzerinde durulmuş olsa da sosyal anlamdaki girişimcilik boyutu amaçlanmış bir çalışmanın olduğu

ifade edilemez. Aslında sosyal anlamda oluşturulacak girişimcilik topyekûn bir girişimci zihniyetin oluşumunu da beraberinde getirebilecektir. Girişimcilik daha temelde zihinsel bir sürecin şekillendirilmesi gereken bir olgu olması gerekirken, teknik ve ekonomik anlamdaki bakış açısı sosyal boyutu ve yapıyı arka plana atarak belki de sosyal bazı problemlerin oluşumunu da beraberinde getirebilecektir. Batıda endüstrileşmenin başlamasıyla oluşan burjuva sınıfı olumlu ya da olumsuz bazı değişimlere sebebiyet vermiş olmakla beraber sosyal problemler ortaya koyan, sosyal yapıda derin değişiklikler yaratan süreci de beraberinde getirmiştir denilebilir.

Balaban ve Özdemir, girişimcilik eğitiminin, girişimcilik eğilimini pozitif yönde etkilediğini; ancak eğitimin girişimcilik eğiliminin ortaya çıkmasında tek başına yeterli olmadığı bulgusuna ulaşmıştır. Ayrıca girişimcilik eğitiminden beklenen verimin alınabilmesi ve yaygınlaşması için diğer faktörlerinde desteklenmesi gerektiğinin ifade etmişlerdir (Balaban ve Özdemir, 2008, s. 147). Bu faktörlerin en başında gelen husus ise elbette ki girişimci kişiliğin, bireyin var olmasıdır.

Türkiye’de bu bakış açısıyla öncelikle mesleki alanlarda eğitimi verilen girişimcilik günümüzde okul öncesinde başlayarak, eğitimin tüm aşamalarında önemsenmektedir (Küçük, 2008, s. 364). Gürol, Aydınlık ve Atsan’ın (2008) Türkiye’deki kamu ve vakıf üniversitelerindeki girişimcilik eğitimi ve girişimcilik derslerinin içeriklerini karşılaştırmak amacıyla yapmış oldukları çalışmada; ülkemizde toplam 38 devlet üniversitesi ve 19 vakıf üniversitesinde işletme bölüm ve/veya fakültelerinde girişimcilik dersi verildiğini saptamışlardır. MBA programlarında ise seçimlik olarak girişimcilik dersi veren sadece 9 devlet üniversitesi ve 4 özel üniversite ile bunlara ek olarak, 4 üniversitede de genç girişimci geliştirme programının varlığından söz etmişlerdir (Yeklikalan, 2008, s. 55).

Bu çerçeveden bakılınca, Türkiye açısından gelişmenin ve ilerlemenin yolu başlangıçta kültürel gecikmeye meydan vermeyecek şekilde belirlenmiş olsa da zamanla bu durum teknik anlamdaki bakış açısıyla şekillenmeye devam etmiştir. Teknik ve ardından gelen ekonomik bakış açılı değişim beklentileri sosyal boyutun eksikliği ile gelişmeyle beraber farklı sosyal problemleri de beraberinde getirmiştir. Ekonomik ya da işletmecisi açısından bireyler ya da toplum Ayşe Buğra (2003)’nın da belirtmiş olduğu üzere sayılardan ibarettir. Sadece nicel görülür olgular ki toplumun daha çok nitel olduğu kesin bir gerçektir.

## 2. SONUÇ

Günümüz dünyasında, yaşanan teknolojik gelişmelere bağlı olarak artan kaynak tüketimi ve buna bağlı olarak artan teknolojik gelişme ile ihtiyaçların varlığı yeniliklerin ve bu yenilikleri ortaya koyacak olanların

gereksinimini arttırmaktadır. İhtiyaçlara karşılık olacak kaynakların etkin kullanımı ve istihdamın buna oranla sağlanması yenilik kâşiflerince sağlanacaktır. En önemli nokta düşünülmemişi veya yapılmamış yapan düşüncenin ve buna bağlı olarak yaşam biçiminin varlığını sağlayabilmek ve buna bağlı sosyo-kültürel ortamı şekillendirebilmektir. İşte bu tanımlanan olgu girişimcilik ve bu faaliyeti yürüten kişilerde girişimcilerdir. Girişimciler bu yeni toplumsal düzlemde yenilik kâşifleridirler.

Girişimciliğin önem kazanmasına bağlı olarak ortaya çıkan bu ihtiyaçlar zorlaması öncelikle teknolojik ve ekonomik anlamda girişimsel faaliyetleri öne çıkarmıştır. Farklı ve sıra dışı düşünmeyi, görülemeyeni görebilmeyi sağlayan bir bakış açısı getiren bu olgu ekonomik temelli bir yolda ilerlediği için doğal olarak “kâr” amacı taşıyan bir manaya bürünmüştür.

Bu amaçla, toplumun ihtiyaç duyduğu bu kâşiflerin eğitimi de büyük önem arz etmektedir. Öncelikle dünyada geniş bir şekilde yer alan girişimci ve girişimcilik gelişmenin odak kavramı halini almıştır. Bu odak kavram da, artan önemiyle birlikte birçok alanda eğitiminin verilmesi ile kendini göstermiştir. Girişimci kimliği ile beraber toplumun hemen tüm alanlarında zihinsel bir değişim süreci yaratmak amacıyla, ilk olarak en alt düzeyden başlayarak tüm eğitim kademelerinde bu olgu yer bulmaktadır.

Eğitim kurumları arasında şüphesiz her kademede yer alan bir sürecin zorunluluğuna rağmen en önemlisi elbette ki akademik düşünce dünyasının hâkim olduğu üniversite eğitimindedir. Dünya genelinde öncelik teknik ve ekonomik alanlarda olmak üzere bu perspektife uygun ders içeriklerinin varlığını görmekteyiz. Bu amaçla, girişimci kimliğe sahip akademisyen ve öğrencilerin varlığı gereklidir ve yenilerini yetiştirmek durumundadır. Çünkü girişimcilik kendini besleyen bir dinamik olgudur.

Dünyada üniversiteler bünyesinde, bu amaçlı merkezler aracılığı ile akademik anlamdaki girişimcilik olgusunun kazandırılması ve sürekliliğinin sağlandığı görülmektedir. Türkiye olarak ise girişimciler yetiştirmenin zorunluluğu ekonomik yapı ve de istihdam durumu için önem arz etmektedir. Bu nedenle, her an hızla değişen ekonomik koşullara karşı girişimcilerin desteklenmesi, girişimcilik eğitimini daha iyi planlamak ve içeriğini geliştirmek gerekmektedir. Özellikle, bu alandaki derslerin tüm eğitim kademelerindeki müfredatta yer alması sağlanabilmelidir. Yine benzer şekilde girişimci düşünme tarzının ve yaratıcılık temelli girişimciliğe motive edilmesi sağlanmalıdır. Bu çerçevede sadece işletme alanlarında değil teknik ve diğer alanlarda da eğitimlerin verilmesi gerekmektedir.

Diğer yandan ise “kâr” amaçlı olmayan girişimciliğin önemi kavranmalı bu çerçevede de çalışmalar yapılmalıdır. Tarih boyunca adı konulmamış olsa da sosyal girişimcilik örnekleri görülmüştür. İnsanlar kâr

amacı olmayan ve aslında maddi kazançtan öte harcamayla sonuçlanan organizasyonlar kurmuş ve sürdürmüşlerdir. İnsanlık ve sosyal yaşam için araç olan maddi kazanç amaç olma dışında da kullanılmıştır. Fabrikaların, şirketlerin kurulması “kâr” amaçlı olduğu gibi STK ve vakıfların varlığı da bu amacın aksine toplumların sosyal ve psikolojik fayda amaçlıdır.

Okullar, çeşmeler, vakıflar, sivil toplum kuruluşları, öğrenci kulüpleri, dernekler veya platformlar hep bu amaçlarla kurulmuştur. Bunları kuran kişiler sosyal girişimcilerdir. Bu kişilerin temel özellikleri, geniş bir sosyal vizyona sahip olmaları, finansal açıdan yeterli olmaları, ihtiyaç odaklı düşünceleri ve sosyal değişimi destekliyor olmalarıdır.

Bu amaçla sadece kâr maksimizasyonunu düşünen girişimciler değil toplumsal sorunların kültürel gecikme neticesinde ortaya çıkmasının önüne geçebilmek için bu değişimlere eş süreçli olabilecek düzeyde sosyal girişimin geliştirilmesi ve desteklenmesi gerekmektedir. Sosyal girişimcilik sosyal tekâmülü amaç edinse de sosyal olaylarda her zaman net olgulardan veya sonuçlardan bahsetmek mümkün değilse burada değişimi ifade etmek daha uygun olacağı düşünülebilir. Bu çerçevede sosyal yapıda meydana getirilmek istenecek gelişme ki bu istendik bir değişim anlamına gelmektedir. O halde boyutu sadece “kâr” amaçlı olan girişimcilik eğitimleri sosyal açıdan eksik kalacak ve ileri dönük olarak farklı sosyal problemleri de beraberinde getirebilecektir. Endüstrileşmenin gelişmeye başladığı Batıda bunu sağlayanların o zaman için adı konulmasa da girişimciler olduğu ifade edilebilir. Ama aynı zamanda bu süreçte birçok sosyal problemin de yaşanmış olduğu gerçeğini ifade etmek gerekir.

Sonuç olarak girişimcilik sanıldığı kadar aksine sadece özel sektör açısından düşünülebilecek ve “kâr” amaçlı bir olgu olarak görülmemeli aynı zamanda kamu yararı güden boyutlarıyla da geliştirilmeye çalışılmalıdır. Bu amaçla sosyal girişimcilik eğitim programları geliştirilerek özellikle kamu kaynakları ve vakıflarla finanse edilmelidir. Bunun teşvik edilmesi “kâr” amacı taşıyanların belirli bir vadede sorunları bu şekilde engelleyebilecekleri gerçeğiyle desteklenmelidir.

## KAYNAKLAR

- Akdemir, A. (2009). *İşletmeciliğin Temel Bilgileri*. Bursa: Ekin Yayınevi.  
Aslantaş, H. A. (2008). Sosyal Değişme, Kentleşme ve Kentleşmenin Din Üzerine Etkileri. *F.Ü. İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 13 (2), 176-196.  
Austin, J., Howard S., & Jane W. (2006). Social And Commercial Entrepreneurship: Same, Different, Or Both? *Entrepreneurship Theory And Practice*, January, 1-19

- Balaban, Ö. ve Özdemir, Y., (2008). Girişimcilik Eğitiminin Girişimcilik Eğilimi Üzerindeki Etkisi: Sakarya Üniversitesi Örneği. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 3 (2), 134-148.
- Besler, S. (2010). Sosyal Girişimcilik. S. Besler, (Der.), *Sosyal Girişimcilik* içinde (3-28). İstanbul: Beta Yayınları.
- Bhawe, N., Jain, T. K., & Gupta, V. K. (2006). The Entrepreneurship Of The Good Samaritan: A Development Framework To Understand Social Entrepreneurship Using Insights From Qualitative Study. Working Paper, Retrieved February, 18, 2014 from, [http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=902685](http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=902685)
- Boschee, J., & McClurg, J. (2003). Toward A Better Understanding Of Social Entrepreneurship: Some Important Distinctions,1-5. Retrieved February, 19, 2014 from, <http://www.caledonia.org.uk/papers/social-entrepreneurship.pdf>.
- Bozkurt, Ç., Ö. ve Alparlan, A., M. (2012). Girişimcilerde Bulunması Gereken Özellikler İle Girişimcilik Eğitimi: Girişimci ve Öğrenci Görüşleri. *Girişimcilik Ve Kalkınma Dergisi*, 8 (1), 2013.
- Buğra, A. (2003). *İktisatçılar ve İnsanlar*. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Dönmezer, S. (1989). Atatürk İnkılâpları ve Sosyal Değişme Teorileri, *Atatürk Araştırma Merkezi Dergisi*, 5 (15), Temmuz.
- Günay, Ü. (1998). *Din Sosyolojisi*. İstanbul: İnsan Yay.
- Gürol, Y. ve Atsan, N. (2006). Entrepreneurial Characteristics Amongst University Students Some Insights For Entrepreneurship Education And Training In Turkey, *Education Training*, 48 (1), 25-38.
- Gürol, Y. ve Bal, Y. (2009). Türkiye’de Girişimciliğin Evrimi Ve Gelişimi İçin Girişimcilik Eğitiminin Önemi. Retrieved February, 21, 2014 from, <http://www.ikt.yildiz.edu.tr/repec/yil/makaleler/gurol0019.pdf>,
- Jaafar, M. Abdul-Aziz, R. A. Maideen, A. S., & Mohd, Z. S. (2011), Entrepreneurship In The Tourism Industry: Issues In Developing Countries. *International Journal of Hospitality Management*, 30 (1), 827– 835.
- Johnson, S. (2000). Social Entrepreneurship Literature Riview. *Research Associate Canadian Centre For Social Entrepreneurship*, November, 1-17.
- Kongar, E. (1995). *Toplumsal Değişme Kuramları ve Türkiye Gerçeği*. İstanbul.
- Korkmaz, S. (2000). Girişimcilik ve Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Özelliklerinin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma. *Hacettepe Üniversitesi İİBF Dergisi*, 18 (1), 163-180.
- Küçük, O. (2009). Türk Eğitim Sisteminde Girişimcilik Ve Girişimcilik Eğitiminde Avrupa Birliği (Ab) Hibe Projelerinden Yararlanma Düzeyi: Bir Uygulama, 2. *Uluslararası Girişimcilik Kongresi*, Kırgızistan.
- Kümbül Güler, B. (2010). *Sosyal Girişimcilik*. Ankara: Efil Yayınları.
- Kümbül Güler, B. (2011). Yoksullukla Mücadelede Sosyal Girişimcilik: Ashoka Üyelerinden Sosyal Yenilikçi Örnek Uygulamalar, *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 13 (3), 79-111.
- Leadbeater, C. (1997). *The Rise Of The Social Entrepreneur*. London: Demos. Retrieved February, 20, 2014 from, [http://books.google.com.tr/books?id=AevsF1s6oLUC&printsec=frontcover&hl=tr&source=gbs\\_ge\\_summary\\_r&cad=0#v=onepage&q&f=false](http://books.google.com.tr/books?id=AevsF1s6oLUC&printsec=frontcover&hl=tr&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false)

- Nicholls, A. (2006). Introduction. A. Nicholls, (Der.), In *Social Entrepreneurship: New Models Of Sustainable Social Change* (pp. 1-35). New York: Oxford University Press.
- Özdevecioğlu, M. ve Cingöz, A. (2009), Sosyal Girişimcilik ve Sosyal Girişimciler: Teorik Çerçeve. *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, (32), 81-95.
- Raposo, M., ve Arminda Do Paço (2011). Entrepreneurship Education: Relationship Between Education And Entrepreneurial Activity. *Psicothema*, 23 (3), 453-457.
- Rasmussen, E., A. ve R., Sorheim (2006). Action- Based Entrepreneurship Education. *Technovation*, (26), 185-194.
- Sabuncuoğlu, Z. ve Tokol, T. (2011). İşletme, Beta Yayınları, Bursa. Seelos, C. Ve Mair, J. (2005). Social Entrepreneurship: Creating New Business Models To Serve The Poor. *Business Horizons*, 48 (3): 241-246.
- Sharir, M., & Miri, L. (2005). Gauging The Success Of Social Ventures Initiated By Individual Social Entrepreneurs”. *Journal Of World Business*, Article İn Pres, 1-15.
- Tağraf, H. ve Halis, M. (2008). Üniversitelerdeki Girişimcilik Eğitiminin “Girişimsel Öz Yetkinlik” Algısı Üzerindeki Etkisi: Bir Araştırma, *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 3 (2), 91-107.
- Taplamacıoğlu, M. (1961). *Genel Sosyoloji*, Ankara: Ankara Üniversitesi Basımevi.
- Tekin, M. (2004). *Girişimcilik Ve Küçük İşletme Yöneticiliği*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Theobald, R. (1987). *Rapids Of Change: Social Entrepreneurship In Turbulent Times*. Indianapolis, In: Knowledge Systems.
- Tutar, H. ve Küçük, O., (2003). *Girişimcilik ve Küçük İşletme Yönetimi*. Ankara: Seçkin Yayıncılık A.Ş.
- Yelkikalan, N., Akatay A., Yıldırım, A., M., Karadeniz, Y., Köse, C., Koncagül, Ö., ve Özer, E. (2010). Dünya Ve Türkiye Üniversitelerinde Girişimcilik Eğitimi: Karşılaştırmalı Bir Analiz. *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 12 (19), 51-59.