

# Sosyal Girişimcilikte Sosyal Sermayenin Rolü\*

(Araştırma Makalesi)

*The Role of Social Capital in Social Entrepreneurship*

Doi: 10.29023/alanyaakademik.1573598

Necdet TAN<sup>1</sup>, Hava YAŞBAY KOBAL<sup>2</sup>, Savaş ŞİMŞEK<sup>3</sup>

<sup>1</sup> Yüksek Lisans Öğrencisi, Hakkari Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, 101necdettan@gmail.com, Orcid No: 0009-0009-8777-0107

<sup>2</sup> Doç. Dr., Hakkari Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, havayasbay@hakkari.edu.tr, Orcid No: 0000-0002-2589-785X

<sup>3</sup> Doç. Dr., İzmir İl Emniyet Müdürlüğü, ssim1971@gmail.com, Orcid No: 0000-0003-2340-3104

## ÖZET

**Anahtar Kelimeler:**  
Sosyal Girişimcilik,  
Sosyal Sermaye,  
Sosyal Girişimcilikte  
Sosyal Sermaye

**Makale geliş tarihi:**  
25.10.2024

**Kabul tarihi:**  
22.01.2025

*Bu araştırma ile Türkiye’de faaliyet gösteren sosyal girişimcilerin sosyal sermayelerinin sosyal girişimcilik faaliyetlerindeki rolü araştırılmıştır. Araştırmada nitel araştırma yöntemi kullanılmıştır. Araştırmanın amacı doğrultusunda Türkiye’de faaliyet gösteren 17 sosyal girişimciyle yüz yüze görüşmeler yapılmıştır. Araştırma sonuçları sosyal girişimcilikte iş kurma sürecinde ve sürdürülmesinde sosyal sermayenin etkili bir faktör olduğunu; sosyal girişimcilerin bağlayıcı ve köprü kuran sosyal sermaye türünden yararlandıklarını ortaya koymaktadır. Bu bakımdan araştırmanın sosyal girişimcilik alanında son yıllarda ortaya çıkan gelişmeler ışığında Türkiye’deki mevcut durumun belirlenmesi ve sosyal girişimciliğin Türkiye’de aktif ve sürdürülebilir olması açısından katkı sağladığı düşünülmektedir.*

## ABSTRACT

**Keywords:**  
Social  
Entrepreneurship,  
Social Capital,  
Social Capital in  
Social  
Entrepreneurship

*This research investigated the role of social capital in the social entrepreneurship activities of social entrepreneurs operating in Turkey. Qualitative research method was used in the research. In line with the purpose of the research, face-to-face interviews were conducted with 17 social entrepreneurs operating in Turkey. The research results reveal that social capital is an effective factor in the process of establishing and sustaining a business in social entrepreneurship; social entrepreneurs benefit from the bonding and bridging type of social capital. In this respect, it is thought that the research contributes to determining the current situation in Turkey in the light of the developments in the field of social entrepreneurship in recent years and to making social entrepreneurship active and sustainable in Turkey.*

\* Bu makale, yazar Necdet Tan’ın, Doç.Dr. Hava Yaşbay Kobal danışmanlığında gerçekleştirilen “Sosyal Girişimcilikte Sosyal Sermayenin Rolü” başlıklı yüksek lisans/doktora tez çalışmasından üretilmiş olup, çalışma için Hakkari Üniversitesi 2024/107 Oturum Sayılı Etik Kurulu’nun 16.07.2024 tarihli ve 1 nolu kararınca etik kurul onayı alınmıştır.

## 1. GİRİŞ

Girişimcilik kavramının hayatımızda yer edinmeye başlamasıyla birlikte çeşitli türleri de ortaya çıkmaya başlamıştır. Bu girişimcilik türlerinden biri de toplum için oldukça önem arz eden sosyal girişimciliktir. Sosyal girişimcilik, sosyal değişime hız kazandırmak ve/veya sosyal ihtiyaçları ele almak, fırsatları yakalamak için kaynakların yenilikçi kullanımı ve kombinasyonlarını içeren bir oluşumu ifade etmektedir (Mair ve Marti, 2006, s. 38). Sosyal girişimcilerin önemsedikleri belirli amaçları vardır ve olumlu bir etki yaratma etrafında bir iş modeli geliştirirler. Ana hedef, sürdürülebilir bir iş modeliyle sosyal değişim yaratmaktır. Sosyal girişimciler başarılarını ölçerken elde ettikleri kârı değil; topluma sağladıkları faydayı esas almaktadırlar. Bu başarının etkili ve sürdürülebilir olabilmesi için sosyal girişimcinin sosyal sermayesinin oldukça güçlü olması gerekmektedir. Sosyal sermaye terimi, insan etkileşiminin olumlu bir sonucunu ifade etmektedir. Bu olumlu sonuç, somut ya da soyut olabilmektedir. Bununla birlikte faydalı bilgiler, iyilikler, yenilikçi fikirler ve gelecekteki fırsatları içerebilmektedir. Nahapiet ve Ghoshal (1998: 243) sosyal sermayeyi “bireylerin veya sosyal birimlerin sahip olduğu ilişki ağının içinde gömülü, bu ağ aracılığıyla erişilebilir ve bu ağdan türetilen gerçek ve potansiyel kaynakların toplamı” olarak tanımlamıştır. Sosyal sermayenin değeri kişiler arası ilişkilerin ya da sosyal becerilerin gelişmesinde yatırım ağları oluşturulması veya faaliyette bulunulması sayesinde artırılabilirdiği için bu bağlamda sosyal girişimcilik oldukça önem kazanmaktadır (Xie vd., 2021: 1).

Sosyal sermaye teorisinin, girişimcilikle ilgili olguları anlamada büyük bir rol oynadığı ve girişimcilikte iyi bir teoriye duyulan ihtiyacı kısmen karşıladığı ileri sürülmektedir. Bu nedenle girişimcilikle ilgili çeşitli kavramları, değişkenleri ve yapıları incelemek için sosyal sermaye kavramından sıklıkla yararlanılmaktadır (Gedajlovic vd., 2013: 456, 472). Sosyal girişimcilik ve sosyal sermaye kavramları birlikte ele alındığında göze çarpan ilk şey her iki kavramın da tanımlanmasında ilişki ağları ve güven unsurunun ön plana çıkmasıdır. Sosyal girişimci organizasyonları içerisinde güven ve ilişki ağları oldukça önem arz etmektedir. Öte yandan, güven ve ilişki ağları sosyal sermayenin dayandığı temel unsurlar arasında yer almaktadır. Bu da bu iki kavram arasında oldukça önemli bir ilişki olduğu gerçeğini ortaya çıkarmaktadır (Üzümcü vd., 2009: 434). Bu noktadan hareketle, bu çalışmada ülkemizde yeni gelişim göstermeye başlayan sosyal girişimcilik kavramı detaylı olarak incelenerek, sosyal girişimcilikte sosyal sermayenin nasıl ve ne derecede öneme sahip olduğu araştırılmaktadır. Bu araştırmanın sosyal girişimcilerin toplumda çoğalmasına vesile olması ve girişimci ruhlu kişilerin tıpkı ticari girişime karşı duydukları hevesi sosyal girişimciliğe karşı da duymaları için bir imkan sunması beklenmektedir.

## 2. SOSYAL GİRİŞİMCİLİK

Sosyal girişimcilik kavramını yeni bir olgu olarak görsek de aslında oldukça uzun bir geçmişe sahiptir. Sosyal girişimciliğin kökeni, hayırsever olan işletme sahiplerinin, çalışanlarının refah düzeylerini, çalışma şartlarını, eğitimlerini ve kültürel yaşamlarını iyileştirmek için çabaladığı, 18. ve 19. yüzyıllara kadar dayanmaktadır. Robert Owen gibi işletme sahiplerinin hem iş yerinde hem de iş yeri dışında çalışanlarının refahı için endişe duyması buna örnek olarak verilebilmektedir (Işık, 2021: 35). Sosyal girişimcilik, "sürdürülebilir sosyal değer yaratılmasına olanak sağlayan fırsatların inşası, değerlendirilmesi ve takibi yoluyla sosyal sorunlara kalıcı çözüm arayan, kâr amacı gütmeyen kurum, kuruluş veya şirketler tarafından yürütülen, doğrudan eylem yoluyla sosyal koşullarla ilgili yeni ve istikrarlı dengeler elde eden belirli bir girişim türüdür" (Guzman vd., 2008: 110).

Sosyal girişimcilik kavramının daha iyi anlaşılabilmesi için sadece girişimciliğin değil sosyal unsurun da açıklığa kavuşturulması gerekmektedir. Sosyal olanın kâr amacı gütmeyen yönelim veya fedakârlık ile ilgili olduğu ikili bir kavramsallaştırma doğru değildir. Kâr elde etmek, bir sosyal girişimi daha uygulanabilir hâle getirebilmektedir. Sosyal unsur, girişimcinin ekonomik değerden ziyade sosyal değer yaratma misyonunda yatmaktadır. (Mair ve Marti, 2006: 38). Sosyal girişimciler, sosyal sorunları büyük ölçekte çözmek için durmaksızın yeni bir fikir tasarlayarak bu fikrin peşinden giderek sorunun ardında yatan sistemleri değiştirmede etkili olarak sosyal girişimciliğin önemini ortaya çıkarmaktadırlar (Falcone vd., 2016: 326). Dees ve Anderson (2006)'ya göre “normal” bir iş modeli izleyip, kârlarını sosyal fayda yaratmak amacıyla yatırımcı organizasyonların faaliyetleri de sosyal girişim anlamına gelmektedir (Zeyen ve Beckmann, 2011'den aktaran Yaşbay Kobal, 2020: 562).

### 2.1. Sosyal Girişimciliğin Boyutları

Sosyal girişimcilik kavramı üzerinde yapılan araştırmalar, (Osanmaz, 2020; Weerawardena ve Mort, 2006; Nga ve Shamuganathan, 2010; Hervieux, vd., 2010) sosyal girişimciliğin kavramsal kategorileri içeren farklı boyutlara ayrıldığını ve göstermektedir. Literatürde yer alan bu sınıflandırmalar dikkate alınarak bu çalışmada, sosyal girişimciliğin boyutları olarak; sosyal misyon, sosyal vizyon, fırsat tanımlama, yenilikçilik, finansal getiri, sürdürülebilirlik ve sosyal ağlar üzerinde durulmuştur.

#### 2.1.1. Sosyal misyon

Sosyal girişimcilerin gerçekleştirmek istedikleri sosyal misyonlarının bileşenleri; dezavantajlı gruplara istihdam sağlanması, gelir getirici faaliyetlerde bulunulması, ihtiyacı olan bireylerin güçlendirilmesi ve kapasitelerinin

arttırılması gibi unsurları içermektedir (Arıcan vd., 2022: 63). Dolayısıyla sosyal girişimciler uzun vadeli bir sosyal yatırım getirisi aramakta; hızlı bir yükselişten daha fazlasını isteyerek; kalıcı iyileştirmeler yaratarak, tüm bunların etkisini sürdürmeyi düşünmektedirler (Dees, 1998: 4).

### 2.1.2. Sosyal vizyon

Sosyal girişimci, temel bir insan ihtiyacını karşılamaya yönelik güçlü bir yükümlülük duygusunu kapsayan zorlayıcı bir sosyal vizyon tarafından yönlendirilmektedir (Barendsen ve Gardner, 2004: 46). Sosyal girişimciler için sosyal vizyon, sosyal sorunlara alışılmışın dışında bir bakış açısı getirerek geleceğe yönelik yeni çözüm yolları üretilmesini kapsamaktadır (Kılıç ve Kırılmaz, 2014: 70).

### 2.1.3. Fırsat tanımlama

Başkalarının sorunları gördüğü yerde, sosyal girişimciler fırsatları görür (Dees, 1998: 4), temel amaçlarını yerine getirmek için sosyal değişimi kolaylaştırarak veya toplum ihtiyaçlarını karşılayarak sosyal değer yaratabilecek fırsatları araştırır ve bunlardan yararlanır (Prieto vd., 2014: 53). Dolayısıyla bir sosyal fırsatın anlaşılmasıyla başlayan sosyal girişimcilik, bunu bir girişim modeline dönüştürüp uygulama için gerekli kaynakları toplayarak ona hayat vermektedir (Doherty vd., 2014: 420; Perrini vd., 2010: 521).

### 2.1.4. Yenilikçilik

Yenilikler, heves uyandıran iş fırsatları olarak değerlendirilmeyen, ağırlıklı olarak sosyal konuları işleyen, sosyal girişimler için ekonomik olarak sürdürülebilirliğin sağlanmasına yönelik üretme gücünü içerisinde barındırmaktadır (Ercan, 2021: 45). Sosyal girişimciler yenilikçiliği benimserler, etkin yönetime değer verirler ve çok çeşitli operasyonel ve iş modellerine açıktırlar. Eğer sosyal koşulları iyileştiren, arzu edilen değişimi sağlayan gözden kaçmış bir pazar fırsatı bulurlarsa, bunu yenilikçi bir yaklaşımla değerlendirirler (Brown ve Wyatt 2015: 7; Dees, 2007: 29; Shaw ve Carter 2007: 424).

### 2.1.5. Sürdürülebilirlik

Sosyal girişimciliğin öncelikli amacı, maddi başarıdan çok sürdürülebilir pozitif bir sosyal etkiyi ortaya çıkarabilmektir (Işık, 2016, s. 110). Sosyal girişimciler, sürdürülebilirliği benimseyerek ticari girişimciler ve hükümetler için mümkün olmayan, en kırsal kesimlerdeki insanlar da dâhil olmak üzere daha fazla sayıda bireyin ihtiyaçlarını karşılayarak, sosyal değişimi yönlendirirler (Hart, 2005, s. 23).

### 2.1.6. Sosyal ağlar

Sosyal ağlar, “tanımlanmış bir grup insan arasında belirli bir bağlantı kümesi, bu bağlantıların özelliklerinin bir bütün olarak ilgili kişilerin sosyal davranışlarını yorumlamak için kullanılabileceği ek özelliktir” (Mitchell, 1969: 2). Kurulan kişisel sosyal ağ bağları, girişimci ile potansiyel yatırımcılar arasındaki bilgi asimetrisini gidermektedir (Shane ve Cable, 2002: 371). Ayrıca sosyal girişimciler, genellikle misyonları için destek oluşturmak ve girişimleri başarısız olursa güvenilirliklerini kaybetme riski için kişisel temaslara ve geçmiş deneyimlere güvenmektedirler (Shaw ve Carter, 2007: 425).

## 3. SOSYAL SERMAYE KAVRAMI

Sosyal sermaye kavramı yaygın olarak 1990’lı yıllardan itibaren araştırmalara konu olmaya başlasa da bu kavram ile ilgili kuramsal çalışmalar 1890’lı yıllarda Karl Marx, Emile Durkheim, Georg Simmel, John Dewey ve Max Weber gibi isimler tarafından yapılan çalışmalara dayanmaktadır. Terimin ilk sistematik açıklaması ve akademik tartışmalara girişi ise Pierre Bourdieu (1986) ve James S. Coleman’ın (1988) çalışmalarına atfedilebilmektedir. Ancak terimin sosyal bilimciler arasında popülerleşmesini ve araştırmacılar ile politika yapımcıların dikkatini çekmesini sağlayan Robert D. Putnam’ın (1993) öncü çalışması olmuştur (Bhandari ve Yasunobu, 2009: 486-487).

Sosyal sermayeyi tanımlayan ilk kişilerden biri olan Bourdieu (1986) sosyal sermayeyi, “karşılıklı tanışıklık ve tanınma veya başka bir deyişle kurumsallaşmış ilişkileri içerisinde barındıran kalıcı bir ağa sahip olmakla beraber potansiyel ve gerçek kaynakların toplamı” olarak ifade etmektedir (Bourdieu, 1986: 248). Sosyal sermaye bireylerde değil, bireyler ve gruplar arasındaki ilişkilerde bulunmaktadır (Edwards ve Foley, 1998: 24).

Sosyal sermaye teorisinin başlıca tezi iki kelimedede özetlenebilmektedir: “İlişkiler önemlidir.” İnsanlar bir takım iletişim ağları ile birbirlerine bağlanmaktadır ve bu iletişim ağlarını diğer üyelerle paylaşarak ortak bir değer yaratırlar ve bir kaynak oluşturdukları için bu durum sermaye oluşumu olarak görülebilmektedir. Başka bir deyişle, bir kişinin sosyal ağı sermaye olarak ele alınabilmektedir (Bourdieu, 1986, s. 248; Tsai ve Ghoshal 1998, s. 468). Bu yüzden sosyal sermayeden söz edebilmek için mevcut ağ bağlarının var olması gerekmektedir (Yıldız, 2022: 14).

### 3.1. Sosyal Sermaye Türleri

Sosyal sermayenin türleri üzerinde pek çok tartışma olmasına rağmen sosyal sermaye beş ana kategoride incelenebilmektedir. Bunlar;

#### 3.1.1. Bağlayıcı sosyal sermaye

Aile, arkadaş ve komşular gibi birbirine çok yakın olan ve birbirini tanıyan kişiler arasındaki bağları ifade etmektedir (Van Oorschot vd., 2006: 154). Bazı temel kimlikleri paylaşan insanlar ağlar, normlar ve güvene dayalı durumlarda etkileşime girdiğinde ortaya çıkmakta (Spear, 2006, s. 93), bireyler arasındaki dayanışma duygusunun ortaya çıkmasında ve desteklenmesinde oldukça önemli bir rol oynamaktadır (Altun, 2011: 33-34).

#### 3.1.2. Köprü kuran sosyal sermaye

Gevşek arkadaşlık bağları ve iş arkadaşları gibi benzer kişilerin daha uzak bağlarını ifade etmektedir. Köprü kuran sosyal sermaye daha dışa dönük, sivil katılımlı, farklı topluluklar arasındaki uçurumu daraltan ve açık üyelik uygulayan bir sosyal sermayedir ve bu nedenle dayanışmayı organize etmek ve ortak hedefleri takip etmek için oldukça önem arz etmektedir (Van Oorschot vd., 2006: 153). Her sosyal girişimcinin hedeflerine ulaşmak için kaynakları harekete geçirmesi gerekmektedir. Bu da kuruluşlar, endüstriler, toplumsal sektörler ve ülkeler arasında köprü kurmayı gerektirmektedir (Madhoushi vd., 2015: 109).

#### 3.1.3. Birleştirici sosyal sermaye

Bağlayıcı sosyal sermaye ve köprü kuran sosyal sermayenin birleşiminden ortaya çıkan birleştirici sosyal sermaye (Şen, 2022: 25), çok farklı sosyal konumlara, güce sahip bireyler ve gruplar arasındaki bağları ve bağlantıları ifade etmektedir. Birleştirici sosyal sermaye, belirli bir topluluğun devletler veya diğer organizasyonlarla olan ağlarını ve bağlarını içerebilmektedir. Dolayısıyla birleştirici sosyal sermayenin oluşmasını sağlayan, toplumdaki ilişkilerin temelinde yer alan kişisel ve örgütsel davranışların iç içe geçtiği “zayıf” sosyal bağlardır (Yağmur, 2017: 115). Bu nedenle birleştirici sosyal sermaye, birey ve toplumun mevcut olandan daha geniş bir kaynak yelpazesinden yararlanmasına olanak sağlayabilmektedir (Anheier ve Kendall, 2002: 351).

#### 3.1.4. Yapısal sosyal sermaye

Yapısal sosyal sermaye, aktörler arasındaki bağlantıların genel örüntüsünü, yani kime ulaşıldığını ifade etmektedir (Burt, 1992: 80). Yapısal sosyal sermaye, onları yöneten kurallar, emsaller ve prosedürlerle desteklenen dernekler, kültürel gruplar, kulüpler ve organizasyonlar gibi sosyal ağlar ve diğer yapılarla ilgili olmaktadır (Uphoff ve Wijayaratna, 2000: 1879). Ayrıca, bir toplum içerisindeki bağlar ve ilişkilerden meydana gelen ağ bağları etkileyen ve toplum tarafından kabul görmüş kurallar ve normların benimsenme düzeyini ifade etmektedir (Yıldız, 2022: 18). Dolayısıyla yapısal sosyal sermaye, sosyal girişimcinin bilgiye, kaynaklara ve desteğe erişmek için sahip olduğu potansiyeli veya olanakları tanımlamaktadır (Burt, 1992: 80).

#### 3.1.5. Güçlü bağlar ve zayıf bağlar olarak sosyal sermaye

Sosyal bağların gücüne göre sosyal sermaye, güçlü bağlar ve zayıf bağlar olarak ikiye ayrılmaktadır. Güçlü bağlar, aileler ve yakın arkadaş grubu ile var olan yakın, kalıcı ve bağlayıcı ilişkileri ifade ederken; zayıf bağlar ise daha nedensel, geçici ve farklı geçmişlerden gelen insanlarla var olan koşullu ilişkileri ifade etmektedir (Granovetter, 1973: 1365). Güçlü bağların uzun vadeli ilişkilere ve sık temaslara dayanması daha fazla etkileşim sağlayıp zımnî bilginin geliştirilmesi olasılığını artırmaktadır (Martinez ve Aldrich, 2011: 20). Ayrıca, güven, özdeşleşme, işbirliği, sosyal destek gibi unsurlar sosyal sermayenin en temel kaynağı olarak bilinen güçlü bağlarla karşılanmaktadır (Gretzinger vd., 2017: 24-25; Özdemir, 2004: 35). Fakat, çeşitliliğin azalması ve bakış açılarının homojenliği açısından güçlü bağlar önemli bir sınırlamaya sahiptir (Gretzinger vd., 2017: 25).

Sosyal ortamları aynı olan bireylerin bilgileri ve kaynakları benzerlik gösterdiği için farklı bilgi ve kaynaklara ulaşmak için bireyler, homojen özellikteki sosyal ortamlarından farklı ortamlara girme ihtiyacı duymaktadırlar. Bu yüzden, farklı kültürel ve sosyal çevreden gelen insanları bir araya getiren zayıf bağlar oldukça önem taşımaktadır (Aşkın ve Barış, 2016: 66). Zayıf bağlar, insanları daha geniş topluluklara ve daha geniş bir potansiyel kaynak yelpazesine bağlamaktadır (Erickson, 2004: 35), yeni kaynak ve bilgi türlerine erişimi kolaylaştırmaktadır (Aşkın ve Barış, 2016: 66). Dolayısıyla, yaygın zayıf bağ sosyal sermayesi, girişimciliği destekleyebilmektedir (Kwon ve Arenius, 2010: 317). Ayrıca, zayıf bağların dâhil edilmesi belirli bir ağın geliştirilmesine yardımcı olur, çünkü herhangi bir girişimcinin sahip olabileceği güçlü bağların sayısının bir sınırı vardır (Martinez ve Aldrich, 2011: 24; Jack, 2005: 1240).

### 3.2. Yapısal Boşluklar

Yapısal boşluklar sosyal sermayeye katma değer sağlayan kaynaklar niteliği taşımaktadır (Burt, 2008, s. 52). Boşluklar, yapısal olarak eşit ve güçlü olan bağlantıların sağlamış olduğu birbirine benzer bilgilerden ziyade, yeni bilgilerin akışını daha kolay bir hale getirmektedir. Dolayısıyla, yapısal boşluk açısından zengin olan bir sosyal

ağda, bireylerin bilginin kontrol gücünü elinde bulundurdukları ve yeni bilgiye daha hızlı eriştikleri belirtilmektedir (Burt, 2008, s. 35). Yapısal boşluklar bakımından zengin iletişim ağlarına sahip bireyler, daha ödüllendirici fırsatları bilen ve bu fırsatlar üzerinde kontrol sahibi olan bireylerdir (Burt, 2000, s. 9).

#### 4. SOSYAL GİRİŞİMCİLİKTE SOSYAL SERMAYENİN ROLÜ

Sosyal sermaye, girişimlerin büyümelerinde ve varlıklarını devam ettirebilmelerinde önemli bir role sahiptir (Akyazı, 2014: vii; Cruickshank & Rolland, 2006: 64; Karadal ve Akyazı, 2023; Madhooshi vd., 2015: 107-108; Westlund ve Gawell, 2012: 105). Doğrudan kişisel bağlantılara dayanan yüksek düzeyde bir sosyal sermaye, girişimcilerin risk sermayedarlarına, potansiyel müşterilere ve diğerlerine erişim kazanmasına yardımcı olarak önemli faydalar elde etmelerini sağlayabilir (Baron ve Markman, 2000: 106). Girişimciler girişimin ilk zamanlarında ve sonrasında değerli bilgi ve kaynaklar edinmek, pazar fırsatları yakalamak, hayatta kalabilmek ya da rekabet edebilmek için sosyal sermaye kaynaklarından yararlanmaktadır (Cruickshank & Rolland, 2006: 66; Öztopçu, 2020: 91; Xie vd., 2021: 8).

Sosyal sermaye, gelişmiş dünyanın kültürel yörüngesinde sosyal girişimcilik için de birçok avantaj sağlamaktadır (Halpern, 2005: 83; Madhooshi vd., 2015: 109). Sosyal girişimcilik ve sosyal sermaye kavramları birlikte ele alındığında göze çarpan ilk şey her iki kavramın da tanımlanmasında ilişki ağları ve güven unsurunun ön plana çıkmasıdır. Bu da bu iki kavram arasında oldukça önemli bir ilişki olduğu gerçeğini ortaya çıkarmaktadır (Üzümcü vd., 2009: 434). Sosyal sermaye, sosyal girişimlere kişiler arası ilişkilerin veya sosyal becerilerin gelişmesi, yatırım ağları oluşturulması ya da faaliyette bulunulması konularında yardımcı olmaktadır (Tsai ve Ghoshal, 1998: 101). Bu sayede, sosyal girişimci toplumsal sorunlara ve toplumun çeşitli ihtiyaçlarına çözüm üreterek, ortaya gerçek bir değer çıkarmış olur (Dees vd., 2002: 84; Ercan, 2021: 95). Sosyal girişimcinin sahip olduğu sosyal ilişkiler ne kadar büyük, sık, yoğun nitelikli ve güçlü ise sosyal girişimin başarısı da doğrudan olarak olumlu yönde etkilenmektedir (Ercan, 2021: 88). Buradan sosyal sermayenin sosyal girişimciliği besleyen en temel kaynak niteliği taşıdığı (Keleş ve Dilmaç, 2017: 44; Madhoushi vd., 2015: 109) ve sosyal girişimcilerin ağ ilişkilerine odaklanması gerektiği sonucuna varılmaktadır (Dees vd., 2002: 84).

Literatürde girişimcilik ve sosyal sermaye kavramlarını bir arada ele alan çok sayıda çalışma olmasına rağmen; sosyal girişimcilik ve sosyal sermaye kavramlarının beraber incelendiği çalışmaların sayısının literatürde oldukça az olduğu görülmektedir. Söz konusu çalışmalara aşağıda Tablo 1’de yer verilmiştir.

**Tablo 1. Girişimcilik ve Sosyal Girişimcilik Alanında Sosyal Sermaye Literatürü**

Araştırma	Amaç	Örneklem	Sonuç
Hasan, 2005	Asya toplumlarında sosyal sermaye ve sosyal girişimcilik arasındaki bağlantılar araştırılmıştır.	4 Vaka Çalışması	Gruplar içindeki sosyal sermayenin köprüleyici ve bağlayıcı sosyal sermaye tarafından güçlendirildiği saptanmıştır.
Cruickshank ve Rolland, 2006	Yeni Zelanda bağlamında iletişim ağlarının girişimci işletmeleri nasıl etkilediği; kadın iletişim ağlarının erişiminin ve çeşitliliğinin nasıl sınırlı olduğu araştırılmıştır.	18 ve 64 yaş aralığında 2008 adet girişimci	Girişimcilerin, örgütün farklı evrimsel aşamaları boyunca farklı ağlardan faydalandıkları tespit edilmiştir. Yeni başlayan girişimciler, aile ve arkadaşlardan faydalanmaktadırlar. Aynı zamanda girişimciler, sosyal ağları sayesinde, kuruluş sermayesini de elde edebilmektedirler.
Hogendoorn vd., 2010	Sosyal girişimcilikte sosyal sermaye literatürü gözden geçirilmiştir.	Sosyal girişimcilik üzerine yapılan 31 ampirik araştırma	Sosyal girişimcilerin sosyal dokuyu canlandırdıkları, kaynaklarını yeniledikleri, ağlar oluşturduğu, kalıcı sosyal sermayeye sahip olmaları için toplumda etkili liderlik becerilerine de sahip olmaları gerektiği sonucuna varılmıştır.
Akyazı, 2011	Aksaray ilinde 2011 yılı vergi sıralamasında ilk 100’e giren işletmelerin sosyal sermaye ve sosyal ağ özellikleri ile iç girişimcilik düzeyleri arasındaki ilişkiyi incelemek amaçlanmıştır.	98 yönetici	Sosyal güven düzeyine ilişkin olarak kişilerarası güven, kurumsal güven ve STK’lara güven olmak üzere üç adet boyut tespit edilmiştir. Kişilerarası güven ve STK’lara güven boyutları ile iç girişimcilik düzeyi arasında bir ilişki olmadığı, ancak kurumsal güven ve iç girişimcilik düzeyi arasında bir ilişki olduğu ortaya çıkmıştır.

Doh ve Zolnik, 2011	Girişimcilik ve sosyal sermaye arasındaki ilişki ve sosyal sermayenin farklı boyutlarına ilişkin literatür gözden geçirilmiştir.	Literatür taraması	Sosyal sermaye ile girişimcilik arasında pozitif bir ilişki olduğu tespit edilmiştir.
Jonsson ve Lindbergh, 2011	Girişimcilerin dış borç ve öz sermaye finansörlerinden finansman sağlanması gerektiği durumlarda sosyal sermayelerini nasıl geliştirdikleri araştırılmıştır.	Moda endüstrisindeki girişimcilerden oluşan 6 vaka çalışması	Girişimcinin sahip olduğu sosyal sermayenin hem fon bulma hem de fona erişimde kolaylık sağlayacak bilgiye ulaşma açısından önemli olduğu saptanmıştır.
Basu, 2012	Sosyal girişimcilik faaliyetlerinin sosyal sermaye üretmedeki rolü araştırılmıştır.	Hindistan’da üç gönüllü örgütü kapsayan vaka çalışması	Sosyal girişimciler “kolaylaştırıcı lider” rolü oynamışlardır. Köylülerin hükümet programlarına bağlı kalmadan kendi sorunlarını çözme sorumluluğunu alabilmelerini kolaylaştırmışlardır.
Westlund ve Gawell, 2012	Sosyal girişimcilik ve sosyal sermaye teorileri ile ilgili yorumlayıcı bir yaklaşımla araştırma yapılmıştır.	Vaka Çalışması (İsveç, Stockholm’deki gençlik evi Fryshuset)	Sosyal girişimin kendi etrafında sosyal sermaye yarattığı ve bu sermayenin uzun vadeli işleyişte kullanıldığı tespit edilmiştir.
Estrin vd., 2013	Sosyal sermaye teorisinden yararlanarak sosyal ve ticari girişimcilik arasındaki ilişki araştırılmıştır.	47 ülkede 114.000 kişi	Zayıf bağlar sayesinde yeni ve değerli bilgi kaynaklarına erişimin kolaylaşacağı, daha çok bireyin yeni fırsatlara ve kaynaklara erişme şansı elde edeceği; bu sayede girişimciliğin desteklendiği sonucunda ulaşılmıştır.
Madhooshi vd., 2015	Sosyal sermaye ve sosyal girişimcilik kavramları arasındaki etkileşim teorik bir bakış açısıyla incelenmiştir.	Kavramsal	Sosyal sermayenin oluşumunu destekleyen hakim olumlu etkilerin, girişimciliğin gerçekleşebileceği çerçeve için ne kadar önemli olduğunu gösteren önemli tartışmaya dikkat çekmektedir. Ayrıca, başarılı sosyal girişimciler önemli bir sosyal sermaye stoğu oluşturabilirler.
Okan vd., 2016	Türkiye bağlamı için bir girişimcilik başarı faktörü olarak kabul edilebilecek sosyal sermayeyi temsil eden kriterlerin ortaya konulması amaçlanmıştır.	Analitik Hiyerarşi Süreci (AHS) yöntemi	Bulgular, “kamu kurum ve yetkilileri” ile ilişkilerin en önemli ana boyut olduğunu, “diğer kişi-kurum-dernek, sivil toplum kuruluşları” ile ilişkilerin ise nispeten daha düşük bir öneme sahip olduğunu göstermektedir.
Akyazı ve Karadal, 2017	Aksaray Organize Sanayi Bölgesi’nde faaliyet gösteren işletmelerin girişimci/yöneticilerinin sosyal ağ özelliklerinin analiz edilerek “girişimcilik ağ haritası” oluşturulması amaçlanmıştır.	Aksaray ilinde vergi sıralamasında ilk 100’de yer alan 49 işletmenin 98 adet girişimci/yönetici	“N-cliques” analizi sonucunda Aksaray ilindeki işletmelerin oluşturduğu ağ düzeneğinin gruplaşma potansiyeli yüksek bir ağ düzeneği olduğu sonucuna varılmıştır
Keleş ve Dilmaç, 2017	Köprü kuran sosyal sermaye, bağlayıcı sosyal sermaye ve birleştirici sosyal sermayenin sosyal girişimcilik üzerindeki etkisi araştırılmıştır.	Erzurum’da yaşayan 324 hane reisi	Köprü kuran sosyal sermayenin kırsal alanda yaşayan bireylerin sosyal girişimciliği üzerinde pozitif yönde güçlü ve önemli bir etkiye sahip olduğu; bağlayıcı sosyal sermaye ve birleştirici sosyal sermayenin ise sosyal girişimcilik üzerinde pozitif yönde ve orta derece bir etkiye sahip olduğu saptanmıştır.

Polak ve Snowball, 2017	Vaka çalışması analizi yapılmıştır.	Vaka çalışması	Sosyal girişimcilerin istihdam yaratmanın yanı sıra piyasa faaliyetleri yoluyla sosyal sermayeyi güçlendirdikleri tespit edilmiştir.
Vurgun, 2019	Girişimcilikte başarının sırları ve özellikle sosyal sermayeyi ölçmek amaçlanmıştır.	Türkiye’de faaliyet gösteren 6 büyük işletmenin kurucusu	Katılımcıların sosyal sermayeyi, finansal sermayeyi temin etmenin bir yolu olan sosyal ilişkiler olarak algıladıkları saptanmıştır.
Öztopçu, 2020	Girişimcilik ile sosyal sermaye arasındaki ilişki araştırılmıştır.	İstanbul faaliyet gösteren küçük ölçekli 65 firma	Girişimcilik ile sosyal sermaye arasında pozitif ilişki olduğu bulunmuştur. Girişimcilerin firmalarını kurma ve sürekliliğini sağlamak için finansal sermaye, bilgi ihtiyacı, iş gücü ve tedarik gibi konularda sosyal sermayeden yararlandıkları tespit edilmiştir.
Ağızan ve Bayramoğlu, 2020	Sosyal sermaye ile girişimcilik becerileri arasındaki ilişki araştırılmıştır.	Konya’da faaliyet gösteren 76 tarım işletmecisi	Sosyal sermayenin boyutları ile girişimcilik becerileri arasında pozitif yönlü ve anlamlı bir ilişki olduğu sonucuna varılmıştır.
Liu ve Zhou, 2020	Sosyal sermayenin sosyal girişimcilik üzerindeki etkisi araştırılmıştır.	Çin’de faaliyet gösteren 332 sosyal girişimci	Sosyal sermayenin sosyal girişimcilik üzerinde olumlu bir etkisi olduğu saptanmıştır.
Ercan, 2021	Sosyal sermayenin sosyal girişimcilikteki yeri araştırılmıştır.	Ashoka Türkiye’ye bağlı farklı sektörlerde faaliyet gösteren 8 girişimci	Sosyal sermayenin, girişimin kuruluş aşamasından kurumsallaşmasına kadar her safhada girişimci için gerekli olan ilişkilerin ve yeteneklerin temel kaynaklarından biri olduğu saptanmıştır.
Xie vd., 2021	Sosyal sermayenin tarımsal girişimcilik performansı üzerindeki etkisi araştırılmıştır.	308 tarımsal girişimci	Fırsat kabiliyetleri güçlü girişimcilerin köprü kuran sosyal sermayeyi; operasyonel yetkinlikleri güçlü girişimcilerin ise bağlayıcı sosyal sermayeyi kullanmalarının girişimcilik performansına önemli katkı sağladığı tespit edilmiştir.
Afkari, 2022	Afgan göçmenlerin girişimcilik sürecinde sosyal sermayenin etkisi araştırılmıştır.	İstanbul ve Konya illerinde faaliyet gösteren 15 Afgan göçmen girişimci	Afgan göçmen girişimcilerin girişimcilik süreçlerinde genellikle bağlayıcı ve köprü kuran sosyal sermaye türlerinden etkilendikleri saptanmıştır.
Bavarsad vd., 2022	Beşeri ve sosyal sermayenin sosyal girişimcilik üzerindeki etkisi araştırılmıştır.	İran’da bulunan Shahid Chamran Üniversitesi’nde çalışan 390 kişi	Sosyal ve beşeri sermayenin sosyal girişimcilik üzerinde olumlu etkisi olduğu saptanmıştır.
Demirel, 2023	Sosyal sermaye ve girişimcilik eğilimi arasındaki çalışmaları meta analiz yöntemiyle incelemektedir.	Türkiye’de Türkçe yapılmış 2018-2023 yılları arasında yürütülen 10 çalışma	Sosyal sermaye ve girişimcilik eğilimi arasındaki etki büyüklüğünün güçlü düzeyde olduğu tespit edilmiştir.
Karadal ve Akyazı, 2023	Girişimcilik sürecinde sosyal sermayenin etkisini açıklamak amaçlanmıştır.	Örnek Olay (Altuntaş Grup Yönetim Kurulu Başkanı Osman Altuntaş)	Altuntaş’ın sosyal sermayesinin girişimciliğin ilk aşamalarında etkin rol oynadığı ve özellikle güçlü bağlarından faydalandığı ortaya çıkmıştır. Aynı zamanda Altuntaş’ın ağ oluşturma davranışı sergilediği tespit edilmiş ve girişimcilik sürecinde zayıf bağlarından da faydalandığı görülmüştür.

Yukarıda Tablo 1’de yer verilen araştırmalar dikkate alındığında Türkiye’de sosyal girişimcilikte sosyal sermaye konusunu direkt sosyal girişimciler üzerinde incelendiği iki çalışmanın olduğu (Ercan, 2021; Keleş ve Dilmaç, 2017) görülmektedir. Kapsam ve içerik bakımından mevcut araştırmanın ilgili araştırmalardan gerek örneklem sayısı gerek de ortaya çıkan kodlar çerçevesinde daha derinlemesine ele alındığı ifade edilebilmektedir. Ayrıca Türkiye’nin farklı bölgelerinde faaliyet gösteren sosyal girişimcilerle derinlemesine görüşmeler yapılması bu araştırmanın özgünlüğünü artırmaktadır. Konu ile ilgili Dünya’da yapılan araştırmalar göz önüne alındığında sosyal girişimcilikte sosyal sermaye konusunu işleyen yalnızca az sayıda çalışma (Basu, 2012; Bavarsad vd., 2022; Hasan, 2005; Hogendoorn vd., 2010; Liu ve Zhou, 2020; Westlund ve Gawell, 2012) olduğu göze çarpmaktadır. Adı geçen çalışmalarda nicel araştırma yönteminden yararlanılmıştır. Bu çalışmanın nitel araştırma yöntemi kullanılarak ve derinlemesine görüşmeler yapılarak ele alınması araştırmanın özgünlük ve önemini ortaya çıkarmaktadır.

Bu araştırmada sosyal girişimcilikte sosyal sermayenin rolünün ortaya çıkarılabilmesi açısından aşağıdaki temel sorulara yanıt aranmıştır.

1. Katılımcıların sosyal girişimcilik ile ilgili görüşleri nedir?
2. Katılımcıların sosyal sermaye ile ilgili görüşleri nedir?
3. Katılımcıların sosyal girişimcilikte sosyal sermayenin etkisi ile ilgili görüşleri nedir?

## 5. ARAŞTIRMA

### 5.1. Araştırmanın Amacı

Sosyal girişimci, sosyal sermayesi vasıtasıyla başlatıp sürdürdüğü sosyal girişimiyle sistemsel dönüşümler elde edip bunlardan kurumsallaşmış, sürdürülebilir bir yapı kurmayı kendisine hedef haline getirmektedir (Ercan, 2021: 95). Bu noktadan hareketle bu araştırmanın amacı, Türkiye’de faaliyet gösteren sosyal girişimcilerin, sosyal sermayelerinin sosyal girişimcilik faaliyetlerindeki rolünü araştırmaktır.

### 5.2. Araştırmanın Yöntemi

Araştırmada nitel araştırma yöntemi kullanılmıştır. Bu araştırmada nitel araştırma kullanılmasındaki amaç insanların kendi toplumsal yaşamlarını nasıl oluşturduklarını anlama ve içinde buldukları dünyayı nasıl algıladıklarını yorumlamaktır. Araştırmada nitel bir veri toplama tekniği olan derinlemesine görüşme tekniği kullanılmıştır. Derinlemesine görüşmeler, görüşülen kişilerin davranış, tutum ve algılarına ilişkin bilginin toplanmasına olanak sağlayan açık uçlu, keşif odaklı bir veri toplama yöntemidir (Baş ve Akturan, 2008: 112). Görüşmede kelimelerin hem gerçek hem de mecaz anlamlarının vurgularla ve toplamalarla karşı tarafa kolayca aksettirilebilmesi mümkün olmaktadır. Bu sayede görüşmeci karşı tarafın ne anlatmak istediği ve kelimelerin altında yatan “esas” anlamları daha kolay anlayabilmektedir (Mil, 2007: 4).

### 5.3. Evren ve Örneklem

Bu araştırmanın evrenini sosyal girişimler oluşturmaktadır. Araştırmanın örneklemini ise Türkiye’de faaliyet gösteren sosyal girişimciler oluşturmaktadır. Nitel araştırmalarda örneklem büyüklüğü neyi öğrenmek istediğimize, araştırmanın amacına ve mevcut zaman ve kaynaklarla neyin yapılabileceğine bağlı olmaktadır. Durumlar bilgi dolu olursa, küçük bir insan grubundan elde edilen derinlemesine bilgiler oldukça değerli olabilmektedir (Patton, 2014’ten aktaran Yaşbay Kobal, 2017: 156). Teorik doygunluğa ulaşmak için, nitel araştırmanın 4 ila 10 vaka içermesinin yeterli olduğu belirtilmiştir (Eisenhardt, 1989; Yin, 2003). Diğer taraftan Patton (2014: 246)’a göre, amaç bilginin maksimum derecede elde edilmesiyle, yeni örneklem birimlerinden artık yeni bir bilgi gelmediği noktada örnekleme dahil etmeler durdurulabilir. Özetle, bilgilerin tekrarlanmaya başlaması ilk ölçüttür. Mevcut araştırmada, Türkiye’de aktif olarak faaliyet gösteren 17 sosyal girişimciyle görüşmeler yapılmıştır.

### 5.4. Veri Toplama ve Düzenleme

Bu araştırmada veri toplamak amacıyla derinlemesine görüşme yöntemi kullanılmıştır. (Jonsson ve Lindbergh, 2011: 6). Türkiye’de aktif olarak faaliyet gösteren 17 sosyal girişimciyle görüşmeler yapılmıştır. Açık uçlu sorulara verilen özgür cevaplar sayesinde bireyin duygu, düşünce ya da görüşlerini daha doğru bir şekilde öğrenmek mümkün olmaktadır (Türnüklü, 2000’den aktaran Yaşbay Kobal 2017: 153). Bu araştırmada literatür detaylı bir şekilde incelendikten sonra görüşmelerde kullanılan soru formu yarı yapılandırılmış bir biçimde oluşturulmuştur.

Görüşmelere 21 Şubat 2023 tarihinde başlanmış, 12 Mart 2024 tarihine kadar devam edilmiştir. Katılımcılar ile mülakat öncesinde iletişim kurularak araştırmanın amacı ve içeriği anlatılmış ve yüz yüze ya da telefon ile görüşme için randevu talebinde bulunulmuştur. Görüşmelere ait bilgilere Tablo 2’de yer verilmiştir.

**Tablo 2. Araştırma Kapsamında Gerçekleştirilen Görüşmelere Ait Bilgiler**

GÖRÜŞÜLEN SOSYAL GİRİŞİMCİLER	SOSYAL GİRİŞİMLER	GÖRÜŞME SÜRELERİ
1. Katılımcı (K1)	Demeter Tarımsal Kalkınma Kadın Kooperatifi	38 dk.
2. Katılımcı (K2)	Gökkuşluğu Sanat Atölyesi	11 dk.
3. Katılımcı (K3)	Lilyana Kadın Kooperatifi	15 dk.
4. Katılımcı (K04)	Herkari Kadın Kooperatifi	13 dk.
5. Katılımcı (K05)	Yüksekova Kadın Derneği	21 dk.
6. Katılımcı (K06)	Gönüllü Koordinasyon Merkezi, GENÇTUR, YAŞÖM, Doğu Batı Kampı, Yaşayarak Öğrenme Merkezi	59 dk.
7. Katılımcı (K07)	HedeflerBir	23 dk.
8. Katılımcı (K08)	Adım Adım, Açık Açık	31 dk.
9. Katılımcı (K09)	Hakkari Kadın Girişimciler Derneği	31 dk.
10. Katılımcı (K10)	İyimser Abla	22 dk.
11. Katılımcı (K11)	Hakkari Gençlik ve Sportif Faaliyetler Kulübü, Hakkari Evi	23 dk.
12. Katılımcı (K12)	Tabit, Çiftçi Kulübü	25 dk.
13. Katılımcı (K13)	Good4Trust.org, Kusbank.org, Change.org	29 dk.
14. Katılımcı (K14)	Reng-i Hakkari Sanat Topluluğu, Lilyana Tasarım Atölyesi	30 dk.
15. Katılımcı (K15)	YADES, Herkari Kadın Kooperatifi	17 dk.
16. Katılımcı (K16)	HedeflerBir	24 dk.
17. Katılımcı (K17)	Hakkari KAMER Vakfı	18 dk.

Tabloda 2’de görüldüğü üzere en kısa mülakat 11 dakika, en uzun mülakat ise 59 dakika sürmüştür. Görüşmeler ses kayıt cihazı ile kayıt altına alınmıştır. Çünkü kendisiyle görüşülen kişinin bakış açısını ve sorulara verdiği cevapları tam ve adil bir şekilde kayıt altına almak oldukça önem taşımaktadır (Patton, 2014’ten aktaran Yaşbay Kobal, 2017: 155).

### 5.5. Analiz Yöntemi

Sosyal girişimcilerle yapılan görüşmelerden elde edilen veriler herhangi bir değişiklik yapılmadan deşifre edilmiştir. Her bir katılımcıya ait görüşme metinleri ayrı bir Word belgesi olacak şekilde kayıt altına alınmıştır. Böylece 108 sayfa metin elde edilmiştir. Görüşme verileri Nvivo 11 programına kaydedilerek içerik analizi için hazır hale getirilmiştir. İçerik analizi safhasında literatürdeki boyutlar da göz önünde bulundurularak belirlenen kodlar, benzerlik ve farklılıklarına göre bir araya getirilerek temalar oluşturulmuştur. Son olarak ise ortaya çıkan bulgular tarafsız bir şekilde yorumlanarak birtakım sonuçlar elde edilmiştir.

## 6. BULGULAR

### • Katılımcıların Sosyal Girişimcilik ile İlgili Görüşleri

Katılımcıların sosyal girişimcilik ile ilgili görüşlerini öğrenmek amacıyla sekiz soru sorulmuştur. Her soru için ayrı ayrı içerik analizi yapılmış ve analiz sonuçları tablolar, doğrudan alıntılar ve zihin haritaları şeklinde verilmiştir. Katılımcıların sosyal girişimcilik hikayelerinin başlangıcı ile ilgili görüşleri Tablo 3’de verilmiştir.

**Tablo 3. Katılımcıların Sosyal Girişimcilik Hikayelerinin Başlangıcı ile İlgili Görüşleri**

Tema	Alt Tema	Kod	Frekans	Katılımcılar (K)
Girişimciliğe Başlama				
	Başlama Nedeni			
		Dernek-Kooperatif Kurma	6	01, 04, 08, 09, 10, 14
		İlham Kaynağı	5	02, 03, 08, 10, 12
		Öğrencilik Dönemi Deneyimi	4	01, 03, 12, 13
		İleriye Göttürme-Yararlı Olma Düşüncesi	4	05, 09, 13, 14

Tablo 3 incelendiğinde katılımcıların en çok (f = 6) dernek/kooperatif kurduklarını belirttikleri görülmektedir. Örnek görüş aşağıda verilmiştir:

“...Biz 2021 yılında 6 arkadaş ondan sonra aramıza 1 kişi daha katılarak 7 arkadaş beraber DAP'ın ve Hakkari Belediyesi'nin düzenlemiş olduğu ortak bir projeye Yöresel Ürün Pazarı Kadın Destekleme Merkezi adı altında bir girişimimiz oldu. Öyle de bir kadın kooperatifi kurduk.” (K04).

İlham kaynağına vurgu yapan beş görüş ifade edilmiştir. Örnek görüş şu şekildedir:

“...Ya ben çok uzun yıllardır, üniversite yıllarımdan beri gönüllülük yapıyordum ama hani sosyal girişimcilik hiç aklımda olan bir şey değildi açıkçası. Nasıl başladı dersiniz yurt dışındayken koşarak bağış yapan insanlar olduğunu fark ettim. Ben de koşarak bağış toplamaya ve sivil toplum kuruluşlarıyla ilgili farkındalık yaratmaya başladım. O zaman Amerika'da Lösemi ve Lenfoma Derneği için yani ilk koşumu onlar için yaptım. Uzun mesafe koştum ve çevremdeki insanlara ben bu derneğin kanser araştırmaları için koşuyorum siz de bağış yapın dedim. Çok sayıda tanıdığım o sivil toplum kuruluşuna bağış yaptılar. Bu benim çok hoşuma gitti yani hem STK'lar için çok güzel bir kaynak yaratıyor hem de birey için de çok iyi. Yani çok fiziksel olarak harekete geçerek kaynak ve farkındalık yaratıyor.” (K08).

Katılımcıların bir sosyal girişimcide bulunması gereken özelliklerle ilgili görüşleri Tablo 4'de verilmiştir.

Tema	Alt Tema	Kod	Frekans	Katılımcılar (K)
Bulunması Gereken Özellikler	Girişim Temelli Özellikler		25	
		Toplum Yararı	5	05, 06, 08, 13, 16
		Ekip Ruhuna Sahip Olma	3	01, 04, 13
	Kişilik Temelli Özellikler	Farkındalığa Sahip Olma	3	05, 11, 16
		Sabırlı Olma	3	05, 06, 14
		Disiplinli Olma	3	12, 14, 16

Tablo 4 incelendiğinde katılımcıların girişim temelli özellikler arasında en çok (f = 5) toplum yararına vurgu yaptığı görülmektedir. Örnek görüş aşağıda verilmiştir:

“...Sosyal durumların, sosyal süreçlerin farkındalığı, toplumun farkındalığı aslında bir sosyal bilimci olarak düşünmesi gerektiğini düşünüyorum ben sosyal girişimcinin. Toplumun buna ihtiyacı var. Hangi alanlarda girişim hangi alanlarda değişim gerekiyor. Bunların farkında bunların bilincinde olması gerekiyor. Sosyal girişim aslında bir sosyal iyileşme süreci. Gönüllülük bilincinin olması gerekiyor şimdi sosyal girişimler böyle bir anda aslında sermaye kazandıran bir anda para kazandıran kâr getiren oluşumlar değil. Bu yüzden bir süre gerçekten gönüllülükle de çalışmak gerekiyor. O yüzden benim eksiklik olarak gördüğüm bir şey... gönüllülük bilincinin olması, oluşmuş olması gerekiyor başlarken.” (K16).

Katılımcıların kişilik temelli özellikler arasında yer alan farkındalığa sahip olmaya dair örnek görüş aşağıda verilmiştir:

“...Bir sosyal girişimcide olması gereken temel etken toplumla öncelikle barışık olması, önünü görebilen çok farkındalıklı ve proaktif olmasıdır.” (K11)

Katılımcıların başarıya ulaşırken nelere dikkat ettikleri ile ilgili görüşleri Tablo 5'de verilmiştir.

Tema	Alt Tema	Kod	Frekans	Katılımcılar (K)
Başarı Stratejileri	Çevre Farkındalığı	Ekip Çalışması	5	06, 07, 08, 11, 12
		Gündemi Takip Etme	3	07, 09, 17
		Yereli Tanıma	2	01, 15
		Güven	2	04, 14

Tablo 5 incelendiğinde katılımcıların en çok (f = 5) ekip çalışmasına vurgu yaptığı görülmektedir. Örnek görüş aşağıda verilmiştir:

“...Ekip olgusu çok önemli olmazsa olmazdır. Biri birini tamamlayan halkalara çok dikkat ettim. Bir kişinin tek başına yapabileceği iş yoktur. Onun için ekibimle beraber yürümeye karar verdim. Başarıyı tek başıma mı yakaladım? Hayır, bu ekip işiydi. Bir atölye çalışmasıyla gelinen şeyler bunlar. Bir de çevresel boyutlar çok önemli, çevreyle olan ilişkilerinizi stratejilerinizi doğru temelde kullanırsanız başarı kaçınılmazdır.” (K11).

• **Katılımcıların Sosyal Sermaye ile İlgili Görüşleri**

Katılımcılara sosyal sermaye ile ilgili beş soru sorulmuştur. Her soru için ayrı ayrı içerik analizi yapılmış ve analiz sonuçları tablolar, doğrudan alıntılar ve zihin haritaları şeklinde verilmiştir. Katılımcıların yardıma ihtiyaçları olduğunda kimlerden yardım istedikleri ile ilgili görüşleri Tablo 6’da verilmiştir.

**Tablo 6. Katılımcıların Kimlerden Yardım İstedikleri ile İlgili Görüşleri**

Tema	Alt Tema	Kod	Frekans	Katılımcılar (K)
Yardım Talebi	Kişiler	Aile	9	02, 03, 04, 05, 07, 08, 10, 15, 17
		Arkadaşlar	6	01, 04, 07, 08, 11, 16
		Uzmanlar	3	06, 11, 16
Kurum ve Kuruluşlar		STK’lar	1	09, 15
		Üniversite	1	09
		Halk Bankası	1	14
		Kalkınma Ajansı	1	15

Tablo 6 incelendiğinde katılımcı en çok (f = 9) ailelerinden destek istediklerini belirtmiştir. Örnek görüş aşağıda verilmiştir:

“...Ailem gene diyebilirim ilk yardım istediğim kişiler.” (K10).

Arkadaşlarından yardım isteme ile ilgili dört görüş ifade edilmiştir. Örnek görüş şu şekildedir:

“...Ben kişisel olarak yardım isteme konusunda çok zorlanan bir insandım. Eskisine göre biraz daha kolaylaştırdım kendim için bu süreci ama öncelikle en yakın arkadaşlarımdan başlarım” (K07).

Katılımcıların etkinliklere katılma durumları ile ilgili görüşleri Tablo 7’de verilmiştir.

**Tablo 7. Katılımcıların Etkinliklere Katılma Durumları ile İlgili Görüşleri**

Tema	Alt Tema	Kod	Frekans	Katılımcılar (K)
Etkinlikler	Etkinlik Türü	Gönüllü Çalışmalar	4	06, 07, 08, 10
		Kulüp Çalışmaları	3	10, 13, 16
		Eğitim	2	11, 14, 15
		Sportif Faaliyetler	2	10, 11
		Dans	2	08, 10

Tablo 7 incelendiğinde katılımcıların en çok gönüllü çalışmalara (f=4) daha sonra ise kulüp çalışmalarına ve eğitim faaliyetlerine katıldığı görülmektedir. Örnek görüşe aşağıda verilmiştir:

“...Üniversitedeyken toplumsal duyarlılık projelerinde yer almıştım orada hem üye olarak hem daha sonra süpervizör olarak danışman süpervizör olarak yani bir proje yönetmişim, bir kulüp yönetmişim, 15 kişilik bir grubu yönetmişim. Bir çocuklarla ilgiliydi bizim projemiz. Orada bir hani sosyal fayda amacı güden bir etkinlik içinde yer almıştık. En büyük katkısı olan bana bu ama bunun dışında spor mesela benim hep hayatımda var onunla ilgili etkinlikler, kulüplerde yer aldım. Dalış, yelken, koşu, yüzme gibi dans kulübünde yer aldım onu da organizasyon kısmındaydım ama ya özellikle planlama, organizasyon, ekip yönetimi gibi konularda okul, ders dışı etkinlikler, kulüplerin çok faydasını gördüm.” (K10).

Katılımcıların aile üyeleri ile ilişkileri ile ilgili görüşleri Tablo 8’de verilmiştir.

**Tablo 8. Katılımcıların Aile Üyeleri ile İlişkileri ile İlgili Görüşleri**

Tema	Alt Tema	Kod	Frekans	Katılımcılar (K)
Aile Üyeleriyle İlişki	Aile Üyeleriyle İletişim	İyi	14	01, 02, 04, 05, 06, 08, 09, 10, 11, 13, 14, 15, 16, 17

Tablo 8 incelendiğinde katılımcılardan 14’ünün aile üyeleri ile ilişkilerinin iyi olduğunu ifade ettiği görülmektedir. Örnek görüşe aşağıda verilmiştir:

“...Aile. Oğlumla aram çok iyi, çok iyi iki arkadaşız evde. Eşimle aram gerçekten çok iyi, eşim her koşulda yanımda, arkamda değil yanımda. Benimle beraber her şeyi yapar, destekler tüm fikirlerimi yanlış dahi olduğunu

*bilse bile o yanlışı görmemi, yapmamı sağlar öğrenmem açısından. Ailem, kendi ailem çok büyük destekçim. Bu konuda hiç sıkıntı yaşamadım. İnanan, güvenen bir ailem var bu da güzel bir şey. Aile her şeydir, aile işin de temelidir her şeyin temelidir.” (K14).*

Katılımcıların arkadaşlarıyla iletişimleriyle ilgili görüşleri Tablo 9’da verilmiştir.

**Tablo 9. Katılımcıların Arkadaşlarıyla İletişimleri İle İlgili Görüşleri**

Tema	Alt Tema	Kod	Frekans	Katılımcılar
İletişim Durumu	Arkadaşlarla İletişim	Güçlü	10	02, 03, 04, 09, 10, 13, 14, 15, 16, 17
		Sık Görüşme	6	01, 04, 07, 09, 10, 11
	Görüşme			06, 08, 12, 16
	Sıklığı	Sık Görüşmememe	4	06, 07, 14, 16
		Teknoloji Sayesinde Görüşme	4	

Katılımcıların çoğu (f = 10) arkadaşları ile iletişimlerinin güçlü olduğuna vurgu yapmışlardır. Örnek görüşe aşağıda verilmiştir:

*“...Arkadaşlarımla iletişimim çok iyi, herkesle elimden geldikçe boş vakitlerimi arkadaşlarımla geçiriyorum.” (K03).*

Arkadaşları ile sık görüştüklerine ilişkin altı görüş belirtilmiştir. Örnek görüş şu şekildedir:

*“...Hemen hemen her gün görüşüyoruz. Gece gündüz birlikteyiz falan diyebilirim.” (K01).*

Katılımcıların yardımlaşma ağları ile ilgili görüşleri Tablo 10’da verilmiştir.

**Tablo 10. Katılımcıların Yardımlaşma Ağları ile İlgili Görüşleri**

Tema	Alt Tema	Kod	Frekans	Katılımcılar (K)
Yardımlaşma Ağı	Ağ Durumu	Güçlü	15	01, 02, 03, 04, 05, 07, 08, 09, 10, 11, 13, 14, 15, 16, 17
	Yardımlaşma Ağının Etkisi	İşte Yardımlaşma	3	03, 04, 14
		Arkadaş Desteği	2	10, 16
		Girişimci Desteği	2	10, 16

Tablo 10 incelendiğinde katılımcıların çoğu yardımlaşma ağlarının güçlü olduğunu ve daha çok işte yardımlaşma şeklinde gerçekleştiğini belirtmişlerdir. Örnek görüşler aşağıda verilmiştir:

*“...Yani olduğumu düşünüyorum.” (K04).*

*“...Evet, düşünüyorum. Kooperatifte aktif olarak olmadıgımda benim yokluğumu aratmıyorlar, yardımcı oluyorlar. Bu şekilde.” (K03).*

#### • Katılımcıların Sosyal Girişimcilikte Sosyal Sermayenin Etkisi ile İlgili Görüşleri

Sosyal girişimcilikte sosyal sermayenin etkisi ile ilgili yedi soru sorulmuştur. Her soru için ayrı ayrı içerik analizi yapılmış ve analiz sonuçları tablolar, doğrudan alıntılar ve zihin haritaları şeklinde verilmiştir.

Katılımcıların sosyal girişimlerini gerçekleştirirken sahip oldukları sosyal ilişkilerin sunduğu fırsatlar ile ilgili görüşleri Tablo 11’de verilmiştir.

**Tablo 11. Katılımcıların Sosyal İlişkilerin Sunduğu Fırsatlar ile İlgili Görüşleri**

Tema	Alt Tema	Kod	Frekans	Katılımcılar
Sosyal Girişimde Sosyal İlişkiler	Sunduğu Fırsatlar	Ticari Avantaj	7	02, 03, 06, 07, 11, 15, 17
		Arkadaş Desteği	4	08, 10, 13, 16

Tablo 11 incelendiğinde katılımcılar en çok (f=7) kurulan ticari avantaja vurgu yapmışlardır. Örnek görüş aşağıda verilmiştir:

*“...Ya sosyal ilişkilerdeki kazanımlarım ticari anlamda önümü açtı aslında. Şimdi ben otelcilikte işte bir otel işletmesini yaparken sayısız insanlar tanıdım, bürokrasiyi tanıdım. Turizm bileşeninde gelen giden insanları*

tanıdım. Onlarla sık ilişkilerim ve diyaloglarım oldu. Bu diyaloglar ekseninde bana hem ticari anlamda artısı oldu hem de sosyal yönümden bir dokunuşları mutlaka oldu.” (K11).

Katılımcıların sosyal girişimleri için birlikte iş yaptıkları kişilere/kurumlara güvenme ve onların kendilerine güvenme nedenleri ile ilgili görüşleri Tablo 12’de verilmiştir.

**Tablo 12. Sosyal Girişimcilerin Birlikte İş Yaptıkları Kişilere/Kurumlara Güvenme ve Onların Kendilerine Güvenme Nedenleri ile İlgili Görüşleri**

S	Alt Tema	Kod	Frekans	Katılımcılar (K)
Güven				
	Diğerlerinin Ona Güveni			
		Daha Önceki Şeffaf/Dürüst Faaliyetler	10	01, 04, 05, 06, 07, 08, 10, 11, 12, 14
	Birlikte İş Yapılanlara Güven			
		Tanıma/Bilme	7	06, 07, 08, 09, 10, 12, 14

Tablo 12 incelendiğinde katılımcılar diğerlerinin ona güveni ile ilgili daha önce birlikte çalışma ve şeffaflık/dürüstlük konularında görüş belirttikleri; birlikte iş yaptıkları aktörler açısından ise tanıma /bilme konusunda görüş belirttikleri görülmektedir. Örnek görüşler aşağıda verilmiştir:

“...Birbirimizi zaten bir başka nedenle tanışmıştık, beraber çalışmıştık. Daha önce beraber çalışma yapmışken yeni bir alana geçtiğim zaman onlar beni tanıdıkları ve benimle çalışmak istedikleri için benimle olmak istediler.” (K06; Daha Önce Birlikte Çalışma)

“...Yani en başında tabii kişisel bağlantılardır bunlar yani İtur’ı tanıdığı için.” (K08; Tanıma/Bilme)

“...İlk başta iş yaptığım kurumlar benim daha önce de İyimser Abla sosyal girişimim başlamadan önce profesyonel olarak dernekte çalışırken iş birliği yaptığım kurumlardı. Yani oradan önceden bir tanışıklık vardı. Bence ana güven kaynakları beni oradan da tanıyor olmaları. Sıfırdan bir girişim sahibi olarak çıkmadım karşılıklarına, beni biliyorlardı, tanıyorlardı ve daha sonra İyimser Abla tarafında da yollarımız kesişince yapılan işi gördüklerinde güvenleri devam etti, bir yıl iki yıl, üç yıl çalışmalarımız sürdü.” (K10; Tanıma/Bilme)

Katılımcıların sosyal girişim sürecinde destek verenler ve verilen destek ile ilgili görüşleri Tablo 13’de verilmiştir.

**Tablo 13. Katılımcıların Sosyal Girişimcilik Süreçlerinde Destek Verenler ve Verdikleri Destekler ile İlgili Görüşleri**

Tema	Alt Tema	Kod	Frekans	Katılımcılar (K)
Sosyal Girişim Sürecinde Destek				
	Destek Verenler			
		Aile	7	02, 03, 04, 09, 10, 13, 15
		STK’lar	7	05, 06, 09, 10, 13, 14, 17
		Valilik	5	01, 04, 05, 11, 15
		Kişiler	5	01, 08, 12, 13, 14
		Halk Eğitim Merkezi	3	02, 03, 14
		Belediyeler	3	03, 13, 16
		Özel Şirketler	3	10, 12, 13
		Maddi Destek	9	01, 05, 08, 09, 12, 13, 14, 15, 16
	Verilen Destek	Manevi Destek	4	02, 09, 12, 13, 15

Tablo 13 incelendiğinde katılımcılar en çok aile ve sivil toplum kuruluşlarının (f = 7) destek verdiğini ifade etmiştir. Örnek görüşler aşağıda verilmiştir:

“...Valilik, kaymakamlık, tümen, Sabancı Vakfı, Hayata Destek gibi kurumlar destek verdi.” (K05).

“...İlk başta bu işe giriştiğimde en büyük destekçim ailem. Ondan sonra çok değerli bulduğumuz bir ablamız diyelim Münevver Hanım, Münevver Ertuş ondan sonra vali beyden çok büyük destekler aldık valimizden sayın vali beyden çok büyük destek aldık. Her zaman yanımızda durdu Münevver Hanım da vali bey de sürekli her süreçte her anda yanımızda bulunup en büyük destekçilerimiz ikisi.” (K04).

Katılımcılar en çok (f = 9) maddi destek aldıklarını ifade etmiştir. Örnek görüş aşağıda verilmiştir:

“...İl Özel İdare’si onlar yer noktasında gerçekten çok büyük bir destek verdi, şuan bu bina onlara ait ama bize kiraladılar, çok da güzel bir şey yaptılar.” (K14).

Katılımcıların yardımlaşma ağının sosyal girişimcilik üzerindeki etkisi ile ilgili görüşleri Tablo 14’de verilmiştir.

Tablo 14. Katılımcıların Yardımlaşma Ağının Sosyal Girişimcilik Üzerindeki Etkisi İle İlgili Görüşleri				
Tema	Alt Tema	Kod	Frekans	Katılımcılar (K)
Yardımlaşma Ağının				
Sosyal Girişimciliğe Etkisi	Olumlu Etki			
		Yardımlaşma/Dayanışma	9	04, 05, 08, 11, 13, 14, 15, 16, 17
		Eksikleri Tamamlama	2	03, 14
		Sosyal İlişkiler	2	02, 11

Tablo 14 incelendiğinde katılımcıların en çok (f = 9) yardımlaşma/dayanışmaya vurgu yaptığı görülmektedir. Örnek görüş aşağıda verilmiştir:

“...Yardımlaşma. Yani biz girdiğimizde zaten yani kadınlara bu işi anlattığımızda başta yani sıcak bakmıyorlardı hani bilmiyorlardı.” (K04).

## 7. SONUÇ

Bu araştırma ile Türkiye’de faaliyet gösteren sosyal girişimcilerin, sosyal sermayelerinin sosyal girişimcilik faaliyetlerindeki rolü araştırılmıştır. Analiz sonuçları katılımcıların sosyal girişimciliğe başlama ile ilgili görüşleri açısından değerlendirildiğinde; katılımcıların genellikle dernek, kooperatif aracılığıyla ya da ilham kaynağı vesilesiyle sosyal girişimciliğe başladıkları görülmektedir. Dolayısıyla insanların sosyal girişimciliğe başlamalarında bir uyarıcıya, bilinçlendirici bir kaynağa ihtiyaç duydukları sonucuna varılabilmektedir.

Sosyal girişimcide bulunması gereken temel özellikler açısından değerlendirildiğinde; katılımcıların en çok toplum yararına vurgu yaptıkları saptanmıştır. Bunun yanı sıra farkındalığa sahip olma, sabırlı ve disiplinli olma özelliklerine değinen üçer katılımcı bulunmaktadır. Başarı açısından ise katılımcıların en çok ekip çalışmasına vurgu yaptıkları görülmektedir. Sosyal girişimciler sosyal girişimlerine tek başına başlamış olsalar dahi ilerleyen süreçte bir ekip haline geldiğini ifade etmişlerdir. Bu da ekip ruhunun sosyal girişimcilik açısından ne denli önemli olduğunu göstermektedir.

Katılımcıların etkinlikler anlamında en çok gönüllü çalışmalara daha sonra ise kulüp çalışmalarına ve eğitim faaliyetlerine katıldığı görülmektedir. Bu tür etkinliklere dahil olmanın sosyal girişimcilerin sosyal sermayelerini güçlendirmede etkisi olacağı ifade edilebilir. Ayrıca katılımcıların aile üyeleriyle ve arkadaşlarıyla ilişkilerinin iyi olduğu; güçlü bir yardımlaşma ağına sahip oldukları ve sahip oldukları sosyal ilişkilerin ticari avantaj sağladığı tespit edilmiştir. Bu durum sosyal girişimcilerin sahip olduğu sosyal sermayeyle yakından ilgilidir. Özetle, sosyal girişimcilerin daha çok sosyal ağa dahil olmalarının çevresel bağlantılarını genişletmeleri ve işi ile ilgili çeşitli kaynaklara ulaşmaları bakımından önemli katkı sağladığı ifade edilebilir.

Sosyal girişimcilik süreçlerine verilen desteklerle ilgili görüşler katılımcılara en çok ailelerin ve sivil toplum kuruluşlarının destek verdiği ifade etmektedir. Bu durum, güçlü bağların yanı sıra zayıf bağların önemini göstermektedir. Bu sonuç ile paralel şekilde, Karadal ve Akyazı (2023) araştırmalarının sonucunda güçlü bağların yanı sıra zayıf bağlardan da faydalandığını; Estrin vd. (2013) de zayıf bağlar sayesinde yeni ve değerli bilgi kaynaklarına erişimin kolaylaşacağı sonucunda ulaşımlardır. Sosyal girişimcilerin genellikle bağlayıcı ve köprü kuran sosyal sermaye türünden yararlandığı görülmektedir. Bu sonuç, Afkari (2022), Cruickshank ve Rolland (2006) Hasan (2005), Keleş ve Dilmaç, (2017), Xie vd. (2021) tarafından yapılan çalışmaların sonuçları ile paralellik göstermektedir. Okan vd. (2016) tarafından yapılan çalışmada ise en büyük desteğin “kamu kurum ve yetkilileri” ile ilişkilerden geldiği “diğer kişi-kurum-dernek, sivil toplum kuruluşları” ile ilişkilerin ise nispeten daha düşük bir öneme sahip olduğu tespit edilmiştir. Mevcut araştırmanın bulgularından bir diğeri de sosyal girişimcilere verilen desteklerin genellikle maddi nitelikte olduğudur. Bu sonuç, sosyal sermayeyi, finansal sermayeyi temin etmenin bir yolu olduğunu vurgulayan Ercan (2021), Jonsson ve Lindbergh (2011) Öztöçü (2020) Vurgun (2019), tarafından yapılan çalışmalar ile paralellik göstermektedir.

Analiz sonuçları güven açısından değerlendirildiğinde; örnekleme yer alan sosyal girişimcilerin gerçekleştirdikleri şeffaf /dürüst faaliyetler neticesinde güven kazandıkları ve insanların sosyal girişimciliğe meraklarının uyanmasında kazanılan bu güvenin oldukça önemli olduğu görülmektedir.

Bu araştırma ile sosyal girişimcilikte iş kurma sürecinde ve sürdürülmesinde sosyal sermayenin rolü konusunun ne kadar önemli olduğu ve Türkiye’de ihmal edilen bir konu olduğu ortaya çıkmıştır. Sosyal sermayenin doğru anlaşılabilmesi ve sosyal girişimciler tarafından kullanılması gereken önemli bir kaynak olduğu ifade edilebilir. Sosyal sermayenin daha etkin ve yoğun bir şekilde kullanılması, toplumdaki güven ve sosyal ağlarla yakından

ilişkili olduğu tespit edilmiştir. İlgili literatüre bakıldığında sosyal girişimcilik ve sosyal sermaye kavramlarının birlikte ele alındığı çalışma sayısının yok denecek kadar az olduğu görülmektedir. Bu durum da mevcut araştırmanın önemini ve özgünlüğünü arttırmaktadır. Sosyal girişimcilere ve sosyal girişimci adaylarına bir rehber niteliği taşıması öngörülen bu araştırma sosyal girişimcilik hakkındaki farkındalığın artması ve sosyal girişimciliğin yaygınlaştırılması açısından oldukça önem arz etmektedir. Sosyal girişimciliğin geliştirilmesi için atılacak her bir adımın sosyal girişimcilikte Türkiye'nin uluslararası camiada önde gelen bir ülke konumuna erişebileceği de düşünülmektedir. Araştırma ile ayrıca sosyal girişimcilik alanında son yıllarda ortaya çıkan gelişmeler ışığında Türkiye'deki mevcut durumun belirlenmesi ve sosyal girişimciliğin Türkiye'de aktif ve sürdürülebilir olması açısından önemli bulgular ortaya konulmuştur. Bu anlamda araştırmanın sonuçları, Dünya'da yoğun bir şekilde gerçekleştirilen sosyal girişimcilik faaliyetlerinin Türkiye gibi sosyal sermayenin insanlar arasında oldukça güçlü olduğu bir ülkede ne ölçüde etkili ve geçerli olabileceği konusunda fikir vermesi açısından oldukça değerlidir.

Bu araştırmada görüşülen sosyal girişimci sayısı 17'dir. Daha sonra yapılacak çalışmalarda konu daha derinlemesine bir şekilde nitel araştırma yöntemi kullanılarak veya daha fazla sayısal veri elde etmek amacıyla nicel araştırma yöntemi kullanılarak ele alınabilir. Mevcut araştırmanın sonuçları, sosyal girişimcilerin bağlayıcı ve köprü kuran sosyal sermaye türünden yararlandığını göstermektedir. Bunun yanı sıra sosyal girişimcilerin birleştirici sosyal sermaye türünden de yararlanmaları işletmelerini hızlı bir şekilde tanıtmalarına olanak sağlayabilir.

### EXTENDED SUMMARY

Social entrepreneurship is "a specific type of initiative carried out by non-profit institutions, organizations or companies that seek permanent solutions to social problems through the construction, evaluation and pursuit of opportunities that enable the creation of sustainable social value, achieving new and stable balances in social conditions through direct action" (Guzman et al., 2008: 110). Social capital, on the other hand, refers to the totality of potential and actual resources, as well as having a permanent network that includes mutual acquaintance and recognition, or in other words, institutionalized relationships (Bourdieu, 1986: 248). Social capital provides many advantages for social entrepreneurship in the cultural orbit of the developed world (Halpern, 2005: 83). In both the concepts of social entrepreneurship and social capital, relationship networks and trust elements come to the fore. This shows that there is a very important relationship between these two concepts (Üzümcü et al., 2009: 434).

Social capital helps social enterprises develop interpersonal relationships or social skills, create investment networks or operate (Tsai and Ghoshal, 1998: 101). In this way, the social entrepreneur creates real value by producing solutions to social problems and various needs of the society (Dees et al., 2002: 84; Ercan, 2021: 95). The larger, more frequent, more intense and stronger the social relationships that the social entrepreneur has, the more directly and positively the success of the social enterprise is affected (Ercan, 2021: 88). From this, it is concluded that social capital is the most fundamental resource that nourishes social entrepreneurship (Keleş and Dilmaç, 2017: 44; Madhoushi et al., 2015: 109) and that social entrepreneurs should focus on network relationships (Dees et al., 2002: 84). From this point of view, this research investigated the role of social capital in the social entrepreneurship activities of social entrepreneurs operating in Turkey.

When evaluated in terms of the basic characteristics that a social entrepreneur should have, it was determined that the participants emphasized the benefit of society the most and teamwork the most in terms of success. It is observed that the participants mostly participate in voluntary work in terms of activities, followed by club activities and educational activities. It can be said that being involved in such activities will have an impact on strengthening the social capital of social entrepreneurs. It was also determined that the participants had good relationships with their family members and friends; that they had a strong cooperation network and that their social relationships provided commercial advantages. This situation is closely related to the social capital that social entrepreneurs have.

Opinions about the support given to social entrepreneurship processes show that families and non-governmental organizations provide the most support to the participants, and the support given is generally financial. This demonstrates the importance of weak ties as well as strong ties and also that social entrepreneurs benefit from the bonding and bridging type of social capital. When the analysis results are evaluated in terms of trust, it is seen that the social entrepreneurs in the sample gained trust as a result of the transparent/honest activities they carried out, and this trust gained is very important in awakening people's interest in social entrepreneurship.

This research has revealed how important the role of social capital in social entrepreneurship is and how neglected it is in Turkey. This research, which is expected to be a guide for social entrepreneurs and social entrepreneur candidates, is of great importance in terms of increasing awareness about social entrepreneurship and popularizing social entrepreneurship. It is also thought that every step taken to develop social entrepreneurship will enable Turkey to become a leading country in the international community in social entrepreneurship. In this sense, the results of the research are very valuable in terms of providing an idea about the extent to which social entrepreneurship

activities carried out intensively in the world can be effective and valid in a country like Turkey, where social capital is very strong among people. The number of social entrepreneurs interviewed in this research is 17. In future studies, the subject can be addressed in more depth using qualitative research methods or using quantitative research methods to obtain more numerical data. Social entrepreneurs should benefit from the bonding and bridging social capital as well as the connecting social capital, thus taking advantage of the opportunity to quickly promote their businesses.

#### KAYNAKÇA

- Afkari, R. (2022). Türkiye'deki Afgan göçmenlerin girişimcilik sürecinde sosyal sermayenin etkisi: İstanbul ve Konya örneği üzerine nitel bir araştırma. (Tez No. 770481) [Yüksek Lisans Tezi, Selçuk Üniversitesi]. YÖK Ulusal Tez Merkezi.
- Ağızan, K., & Bayramoğlu, Z. (2020). Tarım işletmelerinde girişimci becerilerinin oluşmasında sosyal sermayenin rolü. *KSÜ Tarım ve Doğa Dergisi*, 21, 227-236.
- Akyazı, T.E. (2011). Girişimcilik sürecinde sosyal sermaye ve sosyal ağlar ile iç girişimcilik arasındaki ilişki üzerine bir araştırma. [Yüksek Lisans Tezi, Aksaray Üniversitesi]. YÖK Tez Merkezi.
- Akyazı, T.E., & Karadal, H. (2017). Girişimcilik ve sosyal ağlar: Sosyal ağ analizi yöntemi ile Aksaray organize sanayi bölgesi'ndeki işletmelerin girişimcilik haritasının oluşturulması. *Lefke Avrupa Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 8(2), 168-192.
- Alvord, S. H., Brown, D. L., & Letts, C. W. (2004). Social entrepreneurship and societal transformation: an exploratory study. *The Journal of Applied Behavioral Science*, 40(3), 260-282.
- Anheir, H., & Kendall, J. (2002). Interpersonal trust and voluntary associations. *British Journal of Sociology*, 53(3), 343-362.
- Arıcan Kaygusuz, N., & Genç, K. Y. (2022). *Sosyal girişimciliğin ticari girişimcilikle ilişkisi*. Astana Yayınları.
- Aşkın, E. Ö., & Barış, S. (2016). Kadın istihdamında sosyal sermayenin etkisi: Tokat ilinde kadın girişimciler üzerine bir inceleme. *Business & Economics Research Journal*, 7(2), 63-82.
- Barendsen, L., & Gardner, H. (2004). Is the social entrepreneur a new type of leader?. *Leader To Leader*, 34, 43-50.
- Baron, R.A., & Markman, G.D. (2000). Beyond social capital: How social skills can enhance entrepreneurs' success. *Academy of Management Executive*, 14(1), 106-116.
- Basu, S. (2012). Social capital and social entrepreneurship in the third sector: Analysing links. *interdisciplinary Journal of Contemporary Research in Business*, 4(3), 386-405.
- Baş, T., & U. Akturan (2008). *Nitel araştırma yöntemleri: Nvivo ile nitel veri analizi, örnekleme, analiz, yorum*. Seçkin Yayıncılık.
- Bavarsad, B., Jaldani, S., & Ghezelbash, H. (2022). Investigating the mediating role of social entrepreneurship for social and human capital to affect operational performance. *Transformation Management Journal*, 13(2), 157-184.
- Betil, İ. (2010). Sivil toplum, sosyal sermaye, sosyal girişimcilik. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 5(1), 24.
- Bhandari, H., & Yasunobu, K. (2009). What is social capital? A comprehensive review of the concept. *Asian Journal of Social Science*, 37(3), 480-510.
- Bourdieu, P. (1986). The forms of capital. J. Richardson (Ed.), *Handbook of theory and research for the sociology of education* (ss. 241-258). Greenwood.
- Brinckerhoff, P. C. (2000). *Social entrepreneurship: The art of mission-based venture development*. John Wiley & Sons.
- Brown, T., & Wyatt, J. (2015). Design thinking for social innovation. *Annual Review of Policy Design*, 3(1), 1-10.
- Burt, R. S. (1992). *Structural holes: The social structure of competition*. Harvard University Press.
- Burt, R. S. (2000). The network entrepreneur. R. Swedberg (Ed.), *Entrepreneurship: The social science view of entrepreneurship: Introduction and practical applications* (ss. 281-307). Oxford University Press.
- Burt, R. S. (2008). Structural holes versus Network closure as social capital. N. Lin, K. Cook, & R. S. Burt (Ed.), *Social capital theory and research*. (Cilt 4, ss. 31-56). Aldine Transaction.

- Coleman, J. S. (1988). Social capital in the creation of human capital. *American Journal of Sociology Supplementary*, 94(1), 95-120.
- Cook, B., Dodds, C., & Mitchell, W. (2003). Social entrepreneurship: False premises and dangerous forebodings. *Australian Journal Of Social Issues*, 38(1), 60.
- Cruickshank, P., & Rolland, D. (2006). Entrepreneurial success through networks and social capital: Exploratory considerations from GEM research in New Zealand. *Journal of Small Business & Entrepreneurship*, 19(1), 63-80.
- Dees, G. J. (1998). Enterprising nonprofits: What do you do when traditional sources of funding fall short?. *Harvard Business Review*, January/February, 55-67.
- Dees, G. J. (2001). The meaning of social entrepreneurship. *Duke University*, 1-5.
- Dees, G. J. (2006). Taking social entrepreneurship seriously. *Transaction Socail Science and Modern Society*, 44(3), 24-31.
- Dees, G. J., & Anderson, B. B. (2006). Framing a theory of social entrepreneurship: Buliding on two schools of practice and thought. R. M. Williams (Ed.), *Research on social entrepreneurship: Understanding and contributing to an emerging field. (Cilt 1, ss. 39-65)*. Arnova Occasional Paper Series.
- Dees, G. J., Emerson, J., & Economy, P. (2002). *Strategic tools for social entrepreneurs: Enhancing the performance of your enterprising nonprofit*. John Wiley & Sons Inc.
- Demirel, E. (2023). Sosyal sermayenin girişimcilik eğilimi üzerine etkisi: Bir meta analiz çalışması. *Ekev Akademi Dergisi, Özel Sayı*, 125-137.
- Denizalp, H. (2007). *Toplumsal dönüşüm için sosyal girişimcilik rehberi*. Odak Ofset Yayıncılık.
- Doh, S., & Zolnik, E. (2011). Social capital and entrepreneurship: An exploratory analysis. *African Journal of Business Management*, 5(12), 4961-4975.
- Doherty, B., Haugh, H., & Lyon, F. (2014). Social enterprises as hybrid organizations: A review and research agenda. *International Journal of Management Reviews*, 16(4), 417-436.
- Edwards, B., & Foley, M. W. (1998). Civil society and social capital beyond Putnam. *American Behavioral Scientist*, 42(1), 124-139.
- Eisenhardt, K. (1989). Building theories from case study research. *The Academy of Case Study Research*, 14(4), 532-550.
- Ercan, S. (2021). Sosyal sermaye perspektifinden sosyal girişimlerin Türkiye'deki yolculuğu. *Karabük Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Dergisi*, 16-95.
- Ercan, S. (2022). Sosyal sermaye perspektifinden sosyal girişimcilik. M. Yücenurşen (Ed.), *Sosyal, beşeri ve idari bilimler alanında uluslararası araştırmalar*. Eğitim Yayınevi, 39-57.
- Erickson, B. H. (2004). The distribution of gendered social capital in Canada. H. Flap, & B. Völker (Ed.), *Creation and Returns of Social Capital* (ss. 27-50). Routledge.
- Estrin, S., Mickiewicz, T., & Stephan, U. (2013). Entrepreneurship, social capital, and institutions: Social and commercial entrepreneurship across nations. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 37(3), 479-504.
- Gedajlovic, E., Honig, B., Moore, C.B., Payne, G.T., & Wright, M. (2013). Social Capital and Entrepreneurship: A Schema and Research Agenda. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 37(3), 455-478.
- Granovetter, M. S. (1973). The strengthof weak Ties. *American Journal of Sociology*, 78(6), 1360-1380.
- Gretzinger, S., Jebesen, S., Brem, A., & Ogbonna, T. U. (2017). Small scale entrepreneurship – understanding behaviors of aspiring entrepreneurs in a rural area. *Competitiveness Review An International Business Journal*, 28(1), 22-42.
- Guzman Vasquez, A., & Trujillo Davila, M. A. (2008). Emprendimiento social - Revisión De Literatura. *Estudios Gerenciales*, 24(109), 105-125.
- Halpern, D. (2005). Social Capital: The new golden goose. *Faculty of Social and Political Sciences Cambridge University Published*, 83.
- Hasan, S. (2005). Social capital and social entrepreneurship in Asia: Analysing the links. *Asia Pacific Journal of Public Administration*, 27(1), 1-17.

- Hart, S. L. (2005). Innovation creative destruction and sustainability. *Research Technology Management*, 45(5), 21-27.
- Hervieux, C., Gedajlovic, E., & Turcotte, M. F. (2010). The legitimization of social entrepreneurship. *Journal of Enterprising Communities People and Places in the Global Economy*, 4(1), 37-67.
- Hooghe, M., & Stolle, D. (2003). Introduction: Generation social capital. M. Hooghe, & D. Stolle (Ed.), *Generation Social Capital: Civil Society and Institutions in Comparative Perspective* (ss. 28). Palgravepp.
- Jonsson, S., & Lindbergh, J. (2011). The development of social capital and financing of entrepreneurial firms: From financial bootstrapping to bank funding. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 37(4), 1-26.
- Işık , V. (2016). *Çalışmanın evrimi ve sosyal girişim*. Ekin Basım Yayın.
- Işık, V. (2021). *Sosyal girişimcilik*. Ekin Yayınevi.
- Jack, S. (2005). The role, use and activation of strong and weak network ties: A qualitative analysis. *Journal of Management Studies*, 42(6), 1233-1259.
- Karadal, H., & Akyazı, T.E. (2023). Girişimcilik sürecinde sosyal sermayenin etkisi üzerine bir örnek olay çalışması: Altuntaş örneği.14. Ulusal İşletmecilik Kongresi, Aksaray.
- Keleş, Ş., & Dilmaç, M. (2017). Kırsal alanda sosyal sermayenin sosyal girişimcilik üzerine etkisi: Erzurum kırsalı örneği. *The International New Issues in Social Sciences*, 4, 43-64.
- Kılıç Kırılmaz, S. (2014). Sosyal girişimcilik boyutlarına kurumsal bir bakış. *Ekonomi ve Yönetim Araştırmaları Dergisi*, 3(2), 55-74.
- Kwon, S. W., & Arenius, P. (2010). Nations of entrepreneurs: A social capital perspective. *Journal of Business Venturing*, 25(3), 315-330.
- Liu, R. C., & Zhou, F. (2020). Research on the relationship between social capital and social entrepreneurship intention: The mediating role of entrepreneurial bricolage. *6th International Conference on Humanities and Social Science Research*. Atlantis Press.
- Madhooshi, M., Hossein, M., & Samimi, J. (2015). Social entrepreneurship & social capital: A theoretical analysis. *American Journal of Economics, Finance and Management*, 1(3), 102-112.
- Mair, J., & Marti, I. (2006). Social entrepreneurship research: A source of explanation prediction and delight. *Journal Of World Business*, 41(1), 36-44.
- Martinez, M. A., & Aldrich, H. E. (2011). Networking strategies for entrepreneurs: Balancing cohesion and diversity. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*, 17(1), 7-38.
- Mil, B. (2007). *Nitel araştırma tekniği olarak görüşme, nitel araştırma: Neden?, nasıl? niçin?*. A. Yüksel, B. Mil ve Y. Bilim (drl.). Detay Yayıncılık.
- Mitchell, C. J. (1969). *The concept and use of social networks*. C. J. Mitchell (Ed.), *Social networks in urban situations: Analyses of personal relationships in central African towns* (ss. 2). Manchester University Press.
- Nahapiet, J., & Ghoshal, S. (1998). Social capital, intellectual capital, and the organizational advantage. *Academy of Management Review*, 23(2), 242-266.
- Nga, J. K., & Shamuganathan, G. (2010). The influence of personality traits and demographic factors on social entrepreneurship start up intentions. *Journal of Business Ethics*, 95(2), 259-282.
- Okan, T., Sarı, S., & Peker, İ. (2016). Girişimcilik başarı faktörü olarak sosyal sermaye kriterlerinin analitik hiyerarşi süreci (AHS) ile ağırlıklandırılması ve bir ölçek önerisi. *Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 12(1), 177-194.
- Osanmaz, H. (2020). *Algılanan Sosyal Desteğin Sosyal Girişimcilik Eğilimi Üzerindeki Etkisi: Adil Dünya İnancının Düzenleyici Rolü*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi.
- Oskooii, N., & Ajali, J. (2017). Social capital and social entrepreneurship and innovation culture. *Innovative Marketing*, 13(3), 42-46.
- Öztopçu, A. (2020). Girişimci davranışında sosyal sermaye etkisi. *Yönetim, Ekonomi ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi*, 4(2), 85-104.

- Patton, M.Q. (2014). *Nitel araştırma ve değerlendirme yöntemleri*. (Çev. Ed. Mesut Bütün ve Selçuk Beşir Demir). Pegem Akademi.
- Perrini, F., Vurro, C., & Costanzo, L. A. (2010). A process-based view of social entrepreneurship: From opportunity identification to scaling-up social change in the case of San Patrignano. *Entrepreneurship and Regional Development*, 22(6), 515-534.
- Polak, J., & Snowball, J. (2016). Towards a framework for assessing the sustainability of local economic development based on natural resources: Honeybush tea in the Eastern Cape Province of South Africa. *The International Journal of Justice and Sustainability*, 22(3), 335-349.
- Prieto, L. C., Phipps, S., & Addae, I. (2014). Is Wall-Mart a social enterprise? An exploration of the relationship between corporate reputation, corporate social responsibility & financial performance. *Academy of Strategic Management Journal*, 13(2), 51-61.
- Putnam, R. D. (1993). *Making democracy work: Civic traditions in modern Italy*. Princeton University Press.
- Shaw, E., & Carter, S. (2007). Social entrepreneurship: Theoretical antecedents and empirical analysis of the entrepreneurial Processes and Outcomes. *Journal of Small Business and Economic Development*, 14(3), 418-434.
- Spear, R. (2006). *Social entrepreneurship and mobilisation of social capital in European social enterprises*. Routledge.
- Tsai, W., & Ghoshal, S. (1998). Social capital and value creation: The role of intra firm networks. *The Academy of Management Journal*, 41(4), 464-476.
- Uphoff, N., & Wijayarathna, C. (2000). Demonstrated benefits from social capital: The productivity of farmer organizations in Gal Oya, Sri Lanka. *World Development*, 28(11), 1875-1890.
- Üzümcü, A., Çam, Ü., & Eşsiz, F. P. (2009). Yoksullukla mücadelede sosyal sermaye ve sosyal girişimciliğin önemi sivil toplum kuruluşlarının katkıları üzerine bir deneme . *VI. Uluslararası Sivil Toplum Kuruluşları Kongresi: Sosyal Girişimcilik*. (ss. 434-435). Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi .
- Van Oorschot, W., Arts, W., & Gelissen, J. (2006). Social capital in Europe: Measurement and social and regional distribution of a multifaceted phenomenon. *Acta Sociologica: Journal of The Nordic Sociologica: Journal of The Nordic Sociological Association: Special Issue on Social Capital VICE*, 49(2), 149-166.
- Vurgun, L. (2019). Girişimcilikte sosyal sermayenin rolü: başarılı girişimciler üzerine nitel bir değerlendirme. *Uluslararası Yönetim ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 6(12), 36-46.
- Weerawardena, J., & Mort, G. S. (2006). Investigating social entrepreneurship: A multidimensional model. *Journal Of World Business*, 41(1), 21-35.
- Westlund, H., & Gawell, M. (2012). Building social capital for social entrepreneurship. *Annals of Public and Cooperative Economics*, 83(1), 101-116.
- Xie, G., Wang, L., & Lee, B. (2021). Understanding the impact of social capital on entrepreneurship performance: The moderation effects of opportunity recognition and operational competency. *Frontiers in Psychology*, 12, 1-12.
- Yaşbay Kobal, H. (2017). Vekalet teorisi ve kaynak bağımlılığı teorisi bağlamında yönetim kurulu özelliklerinin finansal performansa etkisi: Halka açık gıda şirketleri üzerinde bir araştırma [Doktora Tezi, Marmara Üniversitesi]. YÖK Tez Merkezi.
- Yaşbay Kobal, H. (2020). Türkiye’de sosyal girişimcilik alanında çoklu kurumsal mantıklar. *Iğdır Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 559-589.
- Yıldız, G. (2022, Mayıs). Sağlık kurumlarında sosyal sermaye ve rekabet üstünlüğü: Bir sistematik derleme [Doktora Tezi, Fırat Üniversitesi]. YÖK Tez Merkezi.
- Yin, R.K. (2003). *Case study research, design, and methods*. Thousand Oaks. Sage Publications.