

IDEA STUDIES JOURNAL

International Journal of Disciplines Economics & Administrative Sciences Studies

Open Access Refereed E-Journal & Indexed & Publishing
IDEAJournal (ISSN:2587-2168)

 ideastudies.com  ideastudiesjournal@gmail.com



Disciplines: Business Administration, Economy, Econometrics, Finance, Labour Economics, Political Science, Public Administration, International Relations

Article Type	Review Article
Volume	5
Issue	11
Page	135-143
Article Published Date	30.06.2019
Doi Number	http://dx.doi.org/10.26728/ideas.171
Reference	Öztürkoğlu, Y. & Gençtürk, S. (2019). "Sosyal Girişimcilik İçin İnovasyonun Etkisi: Kadın Kooperatiflerinde Bir Örnek Uygulama", International Journal of Disciplines Economics & Administrative Sciences Studies, (ISSN:2587-2168) Vol:5, Issue: 11; pp:135-143

SOSYAL GİRİŞİMCİLİK İÇİN İNOVASYONUN ETKİSİ: KADIN KOOPERATİFLERİNDE BİR ÖRNEK UYGULAMA

IMPACT OF INNOVATION FOR SOCIAL ENTREPRENEURSHIP: A CASE STUDY IN WOMEN'S COOPERATIVES

Doç.Dr. Yücel ÖZTÜRKOĞLU

Yasar Üniversitesi, İşletme Fakültesi, ULY Bölümü, İzmir/Türkiye

Dr.Öğrt.Gör. Selin GENÇTÜRK

Yaşar Üniversitesi Meslek Yüksekokulu / Dış Ticaret Programı İzmir/Türkiye



ÖZ

Sosyal girişimcilik, kamu ya da özel sektörde ekonomik ve sosyal sorunlara değerler oluşturmak amacıyla ortaya çıkan fırsatların yenilikçi bir bakış açısıyla değerlendirilmesidir. Son yıllarda akademik çalışmaların merak uyandıran konusu haline gelen sosyal girişimciliğin kadın kooperatiflerinde inovasyona etkisine dair incelemenin eksikliği görülmüştür. Bu çalışmada yazındaki boşluğu doldurmak adına İzmir ilinde faaliyet gösteren aynı zamanda sosyal girişimci bir yapı olan Bornova Kadın Girişim Üretim ve İşletme Kooperatifi, nitel araştırma çerçevesinde örnek olay yöntemi ile ele alınmış ve elde edilen verilerle sosyal girişimcilerin inovatif faaliyetler sürecinde karşılaştıkları zorlukları ve pazardaki talebi karşılama yönetimine ilişkin sergiledikleri yenilikçi yaklaşımları ortaya koymuştur.

Anahtar sözcükler: sosyal girişimcilik, inovasyon, kadın kooperatifleri

ABSTRACT

Social entrepreneurship is the evaluation of opportunities that emerge from creating value for economical and social issues in both public and private sector with an innovative perspective. In recent years, there has been a lack of research regarding the impact of social entrepreneurship, which has become an intriguing topic of academic studies, on innovation in women's co-operatives. In this study, Bornova Women's Initiative Production and Management Co-operative, which is a social entrepreneurial organization operating in the city of Izmir, has been handled with the case study method within the framework of qualitative research in order to fill the gap in the literature. Consequently, the obtained data has put forward the difficulties faced by social entrepreneurs in the process of innovative activities and their innovative approaches in order to meet market demand.

Keywords: social entrepreneurship, innovation, women's co-operatives

1. GİRİŞ

Globalleşme, girişimcilerin işletmelerde zorlu rekabet ortamına mücadele etme gerekliliğini getirmektedir. Buna paralel olarak, sürdürülebilir girişimcilik için toplumun büyük çoğunluğunu oluşturan kadınların işgücü katılımına yönlendirilmesi gerekir. Günümüzde kadınların çalışma hayatlarına aktif bir şekilde katılmaları ve girişimcilik faaliyetlerinde rol oynamaları ekonomik bağlamda büyük önem taşımaktadır. Bu sayede potansiyel iş gücü kaynakların verimli bir şekilde kullanılması için kadın istihdamına başvurulması gerekmektedir. Ekonomik güç ve sosyal gelişmenin hız kazanması için iş dünyasında büyük ölçüde kadın girişimcilerin teşvik edilmesi amaçlanmalıdır. Bu çerçevede Berber ve Eser (2008), kadınlara yönelik yarı-zamanlı esnek çalışma saatlerinin yaratılması, hükümet stratejilerinin ve sivil toplum örgütlerinin eş zamanlı hareket etmesi kadın istihdamının artırılmasına iyileştirici yöntemler olduğunu savunmaktadırlar. Kadınların sivil toplum kuruluşlarına kazandırılması, girişimci bireyler olarak mal ve hizmet üretip hane halkı ekonomisine katkıda bulunmasına olanak tanır (Soysal, 2010). Dolayısıyla, sosyal ve kültürel ihtiyaçları karşılayan bir işletme modeli olarak önerilen kooperatifler; buldukları toplumlarda kamu veya özel sektör tarafından yerine getirilmeyen gereksinimleri kolektif yaklaşımla gönüllük felsefesine dayalı ortak görüş oluşturan bireyler topluluğudur (Duguid vd., 2015). Tüketim, sosyal hizmet ve tarım kooperatifleri kadın istihdamının sağlanacağı alanlar olarak bilinmektedir. Kadın kooperatifleri, kadınların ekonomik gelirlerini, özelliklerini ve otonomisini sağladığı yapılardır. Bu yapı, bireyler arası iş birliği, katılım ve uygulama esasına dayalı işlemektedir. Kadın kooperatifleri, sosyal girişimcilik adı altında kar amacı olsun olmasın, sosyal değer yaratan, sosyal sorunlara çözüm arayan ve böylelikle sosyal dönüşümü hızlandıran faaliyetler olarak ele alınır (Light, 2005; Mair ve Marti, 2006; Zahra vd., 2008; Kümbül, 2010).

Son yıllarda akademik çalışmaların merak uyandıran konusu haline gelen sosyal girişimciliğin kadın kooperatiflerinde inovasyona etkisine dair incelemenin eksikliği görülmüştür. Bundan dolayı bu çalışmada, kadın kooperatiflerinin önem kazandığı günümüz dünyasında, sosyal girişimcilik yaklaşımı ile kooperatiflerin faaliyette buldukları alanlarda inovasyonun etkisi ile karşılaştıkları zorluk ve fırsatları değerlendirmek amaçlanmıştır. Çalışma, tam bir sosyal girişimcilik örneği olan ve henüz beş yılını tamamlamayan Bornova Kadın Girişim Üretim ve İşletme Kooperatifi örnek olay olarak inceleyecektir. Kooperatife kayıtlı aktif üyeler ile yarı yapılandırılmış sorulara cevaplar verilmesi istenmiştir.

Çalışma dört bölümden oluşmaktadır. İkinci bölümde sosyal girişimcilik detaylı olarak anlatılacaktır. Üçüncü bölümde, sosyal inovasyonun girişimciliğe etkisi üzerine yapılan çalışmalar irdelenecektir. Dördüncü bölümde, örnek olarak seçilen kadın kooperatifi incelenecek, aktif üyeler ve yöneticiler ile yapılan görüşmeler doğrultusunda kooperatifin SWOT analizi yapılacaktır. Çalışmanın son bölümünde ise elde edilen sonuçlar yorumlanarak, gelecek çalışmalar için önerilerde bulunulacaktır.

2. SOSYAL GİRİŞİMCİLİK

Sosyal girişimcilik, kar amacı olsun olmasın kamu veya özel sektörde ekonomik ve sosyal değerler oluşturmaya yönelik oluşturulan, ortak verimlilik ve fayda sağlama temelli anlayış biçimidir. Ahlaki sorumluluğun ve bireysel katılımın önem taşıdığı bu kavramda karlılık en önemli esas değildir (Taş ve Şemşek, 2017). Sürdürülebilir girişimcilik için kadın kooperatiflerinin iş dünyasına kadın istihdamının kazandırılmasını destekleyen işletmeler olduğu söylenebilir. Sosyal girişimciliğin gelişmesi, ekonomik ve sosyal düzeyde toplumun ilerlemesine yardımcı olur. Literatürde sosyal girişimcilik, inovasyon ve kadın kooperatiflerini bir arada ele alan çalışmalar olduğu tespit edilmiştir.

Böyükarslan ve Kızıldağ (2017), sosyal girişimcilik kavramını, kadın girişimcileri ele alarak, toplumsal bir girişim yaklaşımıyla sosyal sorumlulukları yüksek olan bireyler olarak değerlendirmişlerdir. Bu çalışmada sosyal girişimci kadınların profilini inceleyerek, literatürdeki

girişimci bireylerin özellikleri ile benzerlik ilişkisini ortaya koymuşlardır. Sosyal girişimci kadınların eğitimi, mesleği ve doğum yerine ilişkin farklılıkların sınıflandırılmasında girişimcilik özelliklerinin ortaya konmasının anlamlı olmadığı ortaya çıkmıştır. Ele alınan eğitim düzeyi ve kişisel özelliklerin yanı sıra, Özeren ve Saatçioğlu (2016), sosyal girişimcilik ve inovasyonu yönetmeye ilişkin sosyal girişimci örgüt olan Çöp(m)adam'ı örnek olay yöntemi ile incelemiştir. Bu yapı içerisinde bulunan bireylerin hem iç hem dış çevre ile olan ilişkilerini, karşılaştıkları tehdit ve zorluklarını inceleyerek yenilik süreçlerine nasıl katkı sağladıklarını ortaya koymaya çalışmışlardır. Bu örgütün iş modeli (hammadde tedarigi, depolama, üretim, pazarlama ve satış kanalları) ve SWOT analizi yapılarak, derinlemesine yapılan araştırma sonucu bulgular üç ayrı başlık altında değerlendirilmiştir; farklılıkların (çeşitliliğin) yönetimi, sosyal ağlar ve ağ çeşitliliği ve güçlendirmedir. Sonuç olarak, erkek istihdamın ağır bastığı toplumda yenilikçi iş modeli sayesinde kadın iş gücünü (sınıf, etnik köken ve eğitim durumu gibi) destekleyerek sosyal eşitliğin sağlanmasında katkıda bulunmuştur. Bu sayede özgüvenlerini geliştirmeye destek olarak, kadınlara hem iş istihdamı sağlamakta hem de sosyal bağlamda güçlenmelerine olanak tanındığı sonucuna varılmıştır. Öte yandan, Aşkın ve Barış (2016), kadın istihdamın sosyal sermayedeki etkisini inceleyerek Tokat ilindeki kadın girişimcileri ele almışlardır. Çalışmada, sosyal sermayenin kadın istihdamına etkileri araştırılmıştır. Tokat şehrinde bulunan kadın girişimcilerin demografik ve kişisel özellikleri ile iş kurma nedenleri ve karşılaştıkları zorluklar incelenmiştir. Elde edilen bulguların başında; kadın girişimciler için kaynakların elde edilmesi ve başarılı olmalarında güçlü bağlara göre daha büyük, daha fazla fırsatlar sunan ve kamu kurum ve kuruluşları, sivil toplum kuruluşları, üniversiteler, meslek kuruluşları ve sektördeki diğer firmalarla ile işbirliği anlamındaki, zayıf bağlarının yetersiz olduğuna ilişkin bulgulara ulaşılmıştır.

Ekonomiye değer katan ve halkın yaşam değerini arttıran inovasyon, belediyecilik ve işletme faaliyetlerine ilişkin yapılan çalışmalarda da ele alınmaktadır. Girişimci bireyler ve belediyecilik kavramlarının, sürdürülebilir kalkınma açısından önemi vurgulanmaktadır. Koçak ve Kavi (2014), sosyal girişimci belediyecilik ve sosyal belediye arasındaki ilişkiyi incelemiştir. Belediyeler, özel ve sivil toplum kuruluşlarının katkısı ile sosyal girişimcilik oluşturma toplumsal gelişime dair oluşan yeni sosyal ihtiyaçları karşılayabileceğini ortaya koymuşlardır. Sivil toplum örgütlerinin sosyal ihtiyaçların doyurulması sürecine dâhil edilmesi, sosyal girişimciliği destekleyeceği görüşüne varmışlardır. Diğer yandan Çetin ve Gedik (2017) yaptıkları çalışmada, inovasyon yapma ile işletme yaşı ve işletmede çalışan sayısının inovasyona etkilerini ortaya koymuşlardır. Karaman ilindeki 108 işletme üzerinde yapılan bu çalışmada, işletmenin çalışan sayısının fazla olması inovasyon yapmada etkili olduğu ve işletme faaliyetleri genişledikçe inovasyon eğiliminde arttığı görülmüştür. Aynı zamanda işletmenin kurumsallaşması Ar-Ge yatırımlarını arttırarak departmanlarda uzmanlaşma ve işbirliği artmakta olduğu belirtilmiştir. Yeni işletmelerin ve günümüz teknoloji ile üretim yapan işletmelerin inovasyon başarısı daha kuvvetli olduğu sonucuna varılmıştır.

Kadınların iş dünyasına katılımı gelişmekte olan ülkemizi için önemli fırsatlar sunmaktadır. Kadın girişimcilerin teşvik edilmesi, hem iş dünyasında hem de sosyal çevrede sürekliliğinin sağlanması için etkili bir rol oynamaktadır. Bu bağlamda Bozat (2017), Şişli bölgesinde ikamet eden 20 girişimci kadını inceleyerek, yeni bir inovasyon yöntemi olan topluluklardan yararlanma ile çözüm önerileri sunmuştur. Bu kadınların girişimleri sırasında en çok zorlandıkları konular; maddi destek alamamak, kira, mal alımı ve eleman bulma zorluğu olarak tespit edilmiştir. Bu sıkıntılardan yola çıkarak topluluklardan yararlanma yönetimi içerisinde üç adet çözüm önerisi sunulmaktadır; topluluk yarışmaları ve topluluğa devretmek, topluluk fonu oluşturma ve topluluk görüşüdür. Dolayısıyla, kadın girişimcilerin internet sayesinde daha çok kitleye ulaşmalarına, eleman bulma açısından ise yetenek havuzuna erişmelerine ve böylece gerekli maddi yardımı almaları için gerekli olacak yöntemler olarak bahsedilmektedir.

3. SOSYAL İNOVASYONDA GİRİŞİMCİLİK ETKİSİ

Günümüz rekabet yoğun ortamında, girişimcilik hareketi beraberinde inovasyon sürecini getirmektedir. İnovasyon, girişimcinin yeni bir kaynaktan yararlanmayı, var olan bir kaynağın yeniden kullanımını veya bunların bütünleştirilip potansiyelleri arttırma faaliyetlerini içerir (OECD, 2005). İnovasyonun amacı, toplumu kalkındırarak bireyleri girişimcilik yönünde harekete geçmeyi sağlamaktır. Bu bağlamda sosyal inovasyon kavramı ortaya çıkmaktadır. Sosyal inovasyon, yeni ortaya çıkan fikir, strateji ve uygulamaları ele alan bir süreçtir. Bu inovasyon türü başlangıçta sosyal yapılar vasıtasıyla büyüyüp, sosyal beklentiler doğrultusunda eyleme geçilen yenilikçi faaliyet ve hizmetleri kapsamaktadır (Özmete ve Gök, 2015).

Hızla değişen dünyada meydana gelen sorun ve ihtiyaçlara çözüm bulmak, yeni ve inovatif fikirlerin hayata geçirilmesi aynı zamanda toplumsal farkındalığı ortaya çıkarmak için sosyal inovasyon oldukça önem taşımaktadır. Dolayısıyla, girişimcilik ve inovasyon birbirleri ile etkileşim halindedir. Bu sebeple girişimcilik adına yapılan çalışmalar, inovasyonu geliştirerek ekonomik kazanımlar ortaya çıkmasını sağlar. Girişimcilik ve inovasyonun birlikte hareket edebilmesi, örgütsel kültür ve yönetim biçiminin inovasyon temelli ilerlemesine bu sayede ortaya çıkan ürünün etkin bir biçimde ticarileştirilmesine olanak tanır (Zhao, 2005). Girişimci, önceden tasarlanıp düşünülmemiş bir yeniliği ve fikri ele alarak işletme sahibi olmaya ihtiyaç duymadan harekete geçen bireylerdir. Bu bireyler var olan kaynaklara yeni ve verimli kombinasyonlar ekleyerek ekonomiye yenilik kazandıran süreci oluştururlar (Er, 2013). Sosyal inovasyon sürecinde bu yeni hizmetleri oluşturmak ve devamlılığını sağlamak gereklidir. Topsakal ve Yüzbaşıoğlu (2017), sosyal inovasyonun üç boyutunu ele alarak bunların; ürün, süreç ve güçlendirme olduğunu belirtmektedir. Ürün, bireylerin taleplerini yerine getirmek üzere olan boyutudur. Süreç ise toplumun tüm bölümlerini kapsayan ve sosyal ilişkiler kurmada aktif katılımını sağlayan yönetimidir. Üçüncü boyut olan güçlendirme, bireylerin istekleri doğrultusunda hedefledikleri kaynağa yönlendirmeyi sağlayan etkili bir elemandır. Buna paralel olarak sosyal inovasyon, toplumların şekillenmesinde veya tekrardan kendini yapılandırmasında önemli bir rol üstlenmektedir. Bu bağlamda, sosyal meselelere etkili ve verimli çözüm yolları arayan, değişim ve gelişim süresi boyunca büyük çaba gerektiren bir yenilik yapısından bahsetmek mümkündür.

Sosyal inovasyon süreci ekonomik, çevresel ve sosyal meseleler ile karşımıza çıkmaktadır. Bu meseleler işletmeler, sivil toplum kuruluşları veya bağımsız bir takım işletmeler tarafından yenilikçi yaklaşımla çözümlenerek, ürün ve hizmet yaratım süresince örgütler arası ilişkileri koordine etmeyi sağlamaktadır. Bu sebeple, sürece dâhil olan aktörler yeni metotlar ortaya çıkarma, farklı sosyal ilişkiler geliştirme ve değişime uyum sağlamada esneklik göstermeleri gerekmektedir.

4. METODOLOJİ

Çalışmanın bu bölümünde, sürdürülebilir girişimcilik için örnek bir vaka çalışması olarak bir işletme kadın kooperatifi seçilmiştir. Sosyal girişimcilik literatürü incelendiğinde, örnek olay yöntemi oldukça yaygın olarak kullanılmaktadır (Bloom ve Chatterji, 2009; Marshall, 2011; Datta ve Gailey, 2012). Çalışma saha araştırması odaklı olup ayrıca gözlem ve derinlemesine görüşme ve anket teknikleriyle nitel veri toplama yöntemlerine dayanmaktadır. İlk olarak, aktif olarak faaliyet gösteren işletme kadın kooperatifinden düzenli olarak yararlanan kişilere yönelik bir anket çalışması yapılmıştır. Daha sonra, kooperatif yöneticisi ile derinlemesine mülakat tekniği yapılarak, ekonomik ve sosyal açılardan kadınlara iş dünyasında istihdam sağlayan bu kooperatifin güçlü ve zayıf yönleri, fırsat ve tehditleri SWOT analizi yöntemiyle ortaya konulmuştur. Örnek vaka çalışması olarak seçilen kuruma iki farklı tarihte ziyarette bulunulmuştur. İlk olarak, 11.03.2019 tarihinde aktif üyelerle gözlem, görüşme ve anket yapılmıştır. 18.03.2019 tarihinde ise kurum başkanı ile görüşme gerçekleştirilmiştir.

Örnek vaka çalışmasına geçmeden önce Türkiye’de ki mevcut kadın kooperatiflerin durumları incelenmiştir. Görüşmeye katılan kişilere çalışmanın amacı anlatılmış ve kendilerinden izin alınarak

ses kaydı yapılmıştır. Alınan ses kayıtları, daha sonra bir akademisyen tarafından yazı metin haline dönüştürülmüştür. Ayrıca, ismi geçen kadın kooperatifi hakkında gerek yazılı medya gerekse görsel medyadan bilgiler toplanmış ve çalışmanın amacına göre kategorilere ayrılmıştır. Çalışma sonunda elde edilen tüm bilgiler, kurum yönetici ile paylaşılmış ve onların son onayı alınmıştır. Bu çalışmada örnek vaka olarak incelenen kadın kooperatifinden önce, Türkiye’de kooperatiflerin mevcut durum tespiti yapılmıştır.

4.1 Türkiye’de Kooperatifler

Uluslararası Kooperatifler Birliği, 1895 yılında kurulmuş, kooperatif kavramını; bağlı bulunan üyelerin ortak ekonomik, sosyal ve kültürel ihtiyaçlarını ve isteklerini gerçekleştirmeleri için kontrol edilip işletilen insanlar merkezli işletmeler olarak tanımlamaktadır (International Co-operative Alliance [ICA], 2019). Ayrıca katılımcı bireylere iş istihdamı ve ekonomik katkı sağlamak üzere ürün ve hizmetin üretildiği bir yapılanmadır. Kadın kooperatifleri ise, üyesi olan kadınların ekonomik, sosyal ve kültürel ihtiyaçlarını karşılamak, geliştirmek adına ilerlemesini ve güçlendirilmesini sağlayan örgütsel kuruluşlardır (Aksoy ve Günay, 2018).

Kadın kooperatifleri, kadın sorunları ve kadın hakları konusunda duyarlılık sağlayarak toplumsal fayda oluşturmayı amaçlar. Türkiye’de ise kadın kooperatifleri 1999 yılından itibaren faaliyet göstererek Türkiye ekonomisine aktif katkıda bulunmaktadır. Türkiye’de aktif 63, pasif 38 olmak üzere toplamda 101 kadın kooperatifi bulunmaktadır. Bu kadın kooperatifleri; işletme, üretim/pazarlama, tüketim, küçük sanat ve tarımsal alan olmak üzere beş tür üzerinden işleyiş gerçekleştirmektedir. Yaklaşık 20 yıldır istihdam sağlayan kadın kooperatiflerinde iniş ve çıkışlar gözlemlenmekle birlikte 2004 yılı içinde en yoğun dönemini geçirirken 2009 yılında düşüş süreci yaşanmıştır. 2010, 2011 ve 2013 yıllarında ise mevcut işleyen 8 kadın kooperatifi daha eklenmiştir. Bu bağlamda Türkiye’de kadın kooperatifleri dört temel neden üzerinde kurulmaktadır; yerel kadınlara ekonomik özgürlük sağlama, kadınların güçlendirilmesi, hedef kitleye yönelik ürün/hizmet üretme ve kadın hakları ve konuları üzerinde farkındalık sağlamaktır. Kooperatif çatısı altında bir araya gelen kadınlar, ortak amaçlar doğrultusunda örgütlenerek kolektif üretim yapmayı benimsemektedirler (Duguid v.d., 2015).

4.2. Örnek Olay: Bornova Kadın Girişim Üretim ve İşletme Kooperatifi

Bu çalışmada, İzmir ili Bornova Kadın Girişim Üretim ve İşletme Kooperatifi örnek vaka çalışması olarak incelenmiştir. Bornova Kadın Girişim Üretim ve İşletme Kooperatifi, İzmir’in Bornova ilçesinde yaşayan kadınların ihtiyaçları sonucunda 2015 yılında kurulmuştur. Bu kooperatif faaliyetlerinin genel amacı, bir yandan tüketirken bir yandan da üretici bireyler yetiştirebilmek, bölgede yaşayan kadınları topluma kazandırabilmek, emeklerini görünür hale getirmek ve ürünlerini değerlendirebilmektir. Emekli ya da ev hanımı olan kadınların boş vakitlerini etkin bir şekilde değerlendireceği sosyal girişimcilik platformunda yer almalarına olanak tanımaktadır. Kooperatifte, 62 aktif ve 100 civarı evde iş yapan üyeler bulunmaktadır. Kooperatif üyelerinin özgüven, aidiyet, duygularının geliştirilmesine sorumluluk ve yaratıcı yönlerinin artırılmasına bu sayede topluma ekonomik ve sosyal yönden katkı sağlanması hedeflenmiştir.

İncelenen kooperatif bir sosyal girişim olarak adlandırılmakta ve iş dünyasına kadınların kazandırılması, girişimci ve yenilikçi bireylerin yetiştirilerek, belediye ile halkın işbirliği içerisinde olmasını amaçlamıştır. Büyükşehir Belediyesi kooperatife üye olan kadınlara ücretsiz eğitim ve seminer düzenleyerek kadınların sertifika almalarına olanak sağlamaktadır. Bornova ilçesinde ikamet eden kadınların üye olabildiği bu kooperatifte ilk olarak liderlik, hijyen, gıda, mutfak, el sanatları yönündeki eğitimlere dahil olmaları gerekmektedir. Bu sayede kadınlar, eğitim ışığında yapılan işler içerisinde örgü, seramik, ahşap, kavis, dikiş grubu gibi farklı gruplara dâhil olup, birçok faaliyette bulunmaktadırlar.

İsmi geçen kadın kooperatifinden düzenli olarak gelen ve aktif olarak yararlanan 62 kişiye ulaşılarak oluşturulan anketi cevaplamaları istenmiştir. Ankete katılanların yaş ortalaması açısından

değerlendirildiğinde; %11'i 40 yaş altı, %17'si 40-45 yaş, %17'si 46-50 yaş, %28'si 51-55 yaş ve %27'si 56 yaş ve üzeri kadınlardan oluşmaktadır. Kadınların %17'si bekâr, geriye kalan %83'lük kısmı evlidir. %5'inin üç çocuğu, %44'nün iki çocuğu ve %51'in tek çocuğu bulunmaktadır. %11'i daha önce hiç çalışmamış, %11'i emekli, %78'i ise şuan işsiz durumdadır. Bu kooperatife başlama sürelerine bakıldığında %22'si bir yıldan az, %35'i 1-3 yıl arası, %43'ü kooperatifin kurulduğu 2015 yılından beri kooperatife düzenli devam etmektedir. Aktif üyelerin %62'si kooperatifi yakın çevreleri sayesinde, %38'i ilanlardan öğrenmiştir.

Bu kooperatife düzenli devam eden kadınların amaçları sorulduğunda, %33'ü sosyalleşmek için %67'si ise aile bütçesine ekonomik bir katkı sağlamak için geldiğini belirtmişlerdir. Ekonomik sebeplerden dolayı devam eden kadınların hepsinin ailelerinde sadece bir kişinin (eş) çalıştığı ve eve ek gelir getirmek için buraya devam ettiklerini ifade etmişlerdir. Sosyalleşmek için gelen kadınların ailelerinde en az bir kişinin çalıştığı, ekonomik olarak daha rahat oldukları ancak vakitlerini faydalı bir şekilde geçirmek için buraya geldikleri tespit edilmiştir.

4.3 SWOT Analizi

Bornova Kadın Girişim Üretim ve İşletme Kooperatifi, yaklaşık 4 yıldır kadın istihdamı ve sosyal girişimcilik konularında çeşitli katkılar sağlamış yerel düzeyde başarıya ulaşmış bir kadın girişimcilik işletmesidir. Aktif üyeler ve kooperatif başkanı ile yapılan değerlendirme sonucunda elde edilen bilgiler ışığında işletmeyi güçlü ve zayıf yönlerini ele alarak öte yandan fırsatlarını ve tehditlerini inceleyerek SWOT Analizi yapılmıştır.

Tablo 1:Bornova Kadın Girişim Üretim ve İşletme Kooperatifi'nin SWOT (GZFT) Analizi

Güçlü Yönler	Zayıf Yönler
Düzenli geliri olmayan kadınların el becerileri ve kendi yaratıcılıkları ile ürünler üretip, ekonomik değer elde etmesi	Kurumsal sosyal medya hesaplarının iyi yönetilmemesi
Kadın istihdamı sağlayarak sosyalleşmelerine olanak tanınması	Gelişim ve değişime kapalı bir çalışma ekibinin olması
Kadınların aidiyet duygusu ve özgüveninin güçlendirilerek, grup içi çalışma motivasyonunun sağlanması	Tek merkezli yönetim benimsenerek yeniliklere kapalı duruş sergilenmesi
Ekonomik ve sosyal platformlarda kadınların yer almasına destek verilmesi	Sosyal ağ bağlantılarının sadece kooperatif başkanı tarafından sağlanması
Bornova Belediyesi desteğiyle güçlü sosyal bağlantıların kurulması	Kooperatif binasının küçüklüğü nedeniyle tüm üyelerin aynı anda çalışma zorluğu
Bornova halkı ile yakın ilişkilerin kurulması	Üretilen ürünlerin satılması için kooperatif üyelerinin pazarlama bilgi ve becerilerinin eksikliği
Evde kullanılmayan ürünlerin yeniden değerlendirilip, tasarlanıp geri dönüşüme katkıda bulunulması	Kooperatif üyelerinin ortalama 40 yaş ve üzeri olması nedeniyle teknoloji ile temasın zayıflığı
	Üretilen ürünlerde ortak bir dil birliğinin yansımaması
	Belirli bir ürün gamı olmadan sipariş usulü üretimlerin yapılması
	Ürettikleri ürünlerin satılması için yeterli kitleye erişilememesi
Fırsatlar	Tehditler
Kadın istihdamına olan farkındalığın artması	Diğer kooperatiflerin aksine mevcut binada gıda üretimi için mutfak olmaması
İzmir'de düzenlenen il kapsamındaki kadın kooperatiflerindeki üyelerin satış yapmasını sağlayan aylık pazarların kurulması	Kurdukları sosyal girişimcilik yapıları altında günümüz trendlerine uyum sağlayamamaları
Büyükşehir Belediyesinin sosyal hizmetlerle yürütmekte olduğu kadınlara yönelik eğitimler verilmesi	Üretilen el emeği ürünlerine karşı tüketicilerin zihninde fiyat-işçilik dengesinin tam yerleşmemesi
Kooperatif binasının Bornova Belediyesi'ne yakın olması sebebiyle üyelerin istek ve ihtiyaçlarına anında çözüm bulunabilmesi	Diğer ilçe belediyelerinin kadın kooperatifleri sayısının giderek artması
Kooperatif çatısı altında sürdürülebilir girişimcilerin gün be gün üye olarak inovatif yaklaşımlar sergilemesi	El örgüsü, ahşap boyama gibi ürünlerin dışında mevcut kooperatiflere kıyasla daha az üretimde bulunmaları

Her üyenin kendi mevcut sosyal ağı sayesinde kooperatifin müşteri portföyünü geliştirmesi	Yeni ürün üretebilmek için yeterli finansal bütçenin olmaması, sınırlı malzeme ile tasarım yapma zorluğu
Kooperatif dışında çeşitli AVM'ler, üniversiteler, hediyelik eşya günleri, organize sanayi bölgelerinde standlar kurarak ürünlerini sergilemeleri	Pazarlama bilgi ve beceresinin yetersiz olması
Yılbaşı, öğretmenler günü, sevgililer günü, anneler günü gibi özel günler için üretilen ürünlerin belirli bir tema oluşturarak daha fazla satılmasını sağlanması	İnovatif bir üye ekibinin var olmayışı, geleneksel yapı ile sınırlı kalınması

Kooperatif içerisinde tanımlı bir iş planının ve modelinin olmayışı, üretilen ürünlerin anlık talepler doğrultusunda ortaya çıkmasını sağlamaktadır. Yeni ürün geliştirme süreci, üyelerin yakın çevrelerinden kurmuş oldukları sosyal bağlantılar sayesinde gelen talepler ışığında şekillenerek, her bir üretim için farklı teslim zamanı gerçekleşmektedir. Üyeler tarafından gerek evlerindeki mevcut malzemelerden gerekse ortak finansal havuzdan yararlanılarak hammadde temini yapılmaktadır. Bu sebeple üretilen ürünlerin kendi aralarında karakteristik farklılıkları oluşmaktadır. Üretim sonunda müşterilerden elde edilen gelir, kooperatif üyelerinin ortak finans havuzuna aktarılıp eşit bir şekilde her bir kadının hesabına aktarılmaktadır.

Öte yandan, tam gün çalışan bir kadının, kooperatifin sunduğu eğitimlerden faydalanma imkânı yoktur. Eğitimler genellikle mesai saatleri içinde verilmektedir. Ayrıca, stant festivallerinde görevli olabilmesi için yine tüm gün müsait olması gerekmektedir. Bu durum kooperatifin sadece çalışmayan kadınlara uygun olduğunu göstermektedir. Kooperatifin sosyal platformlarda daha aktif bir şekilde kadınlara ulaşması gerekmektedir.

Haftanın belirli günlerinde düzenli olarak katıldıkları Pazar yerlerinde açtıkları stantlar ile ürün satışı yapan kooperatif üyelerinin en büyük sıkıntısı yenilikçi ürünler geliştirmektir. Kooperatifin sürdürülebilir olması için kendi kendini finans etmesi dışında, mevcut aktif üyelerinde bundan pay alması amaçlanmaktadır. Finansal sürdürülebilirlik için ürün farklılaştırması, çeşitliliği ve yenilikçiliği ön planda tutulması gerekmektedir. Pazar stantları dışında, genellikle kooperatif başkanının sosyal çevresi tarafından sipariş alınmaktadır. Bu durum, kooperatifin kendi ürettikleri ürünleri yeterince pazarlayamadıklarını göstermektedir. İlk önceliği kar amacı gütmeyen kuruluşlar olan sosyal girişimcilerin, ürün inovasyonunun yanında tanıtım kanalları açısından da farklı yenilikçi çözümler bulmaları gerekmektedir.

5. SONUÇ

Son dönemlerde oldukça yaygınlaşan sosyal girişimlerin büyük bir kısmı ilk beş yılında yok olmaktadır. Özellikle ekonomik açıdan değerlendirildiğinde, sosyal girişimcilerin finansal sürdürülebilirliğini sağlamaları çok önemlidir. Bu çalışmada, tam bir sosyal girişimcilik örneği olan ve henüz beş yılını tamamlamayan Bornova Kadın Girişim Üretim ve İşletme Kooperatifi örnek olay olarak incelenmiştir. Kooperatifin 62 aktif üyesi ile birebir görüşme yapılarak, demografik özellikler çıkarılmıştır. Aktif üyelerin, kooperatife gelme amaçları ve bu amaçlarını karşılama seviyeleri incelenmiştir. Ayrıca, kurum yöneticisi ile görüşülerek, kooperatifin zayıf, güçlü yanları ile tehdit ve fırsatlarını içeren SWOT analizi yapılmıştır.

Elde edilen bilgiler doğrultusunda, kooperatifin en önemli sorununun ürettikleri ürünlerin çeşitliliği ve yenilikleri konusunda yaşandığı tespit edilmiştir. Bu durum, sosyal girişimcilik teşebbüslerinde inovasyonun önemini bir kez daha ortaya koymaktadır. Kadın kooperatifleri açısından inovasyon kavramı değerlendirildiğinde örgütsel çerçevede hizmet ve iş süreçlerindeki yenilikleri temsil etmektedir. Kooperatif yapısında inovasyon oluşturulurken gerek gelişen rekabet ortamına gerekse pazarın ihtiyaçlarına yönelik çözümcü yaklaşımlar sergilenmesi beklenir. Bu çatı altında üyeler, alışık oldukları kooperatif kültürü sayesinde kendi aralarında iletişime ve hizmet üretmeye odaklanmaktadır. Bu sebeple üyeler, yeni ürün geliştirme sürecinde hem eğitim hem ekonomik yetersizliklerden ötürü inovatif yaklaşımlar gösterememektedir. Rekabet gücünün giderek yoğunlaştığı sektörde, güncel gelişmelerin yakından takip edilmesi, finansal ve yönetim alanlarında daha güçlü yanlarının geliştirilmesi gerekmektedir. Öte yandan kooperatifin sosyal medya

alanındaki etkin kullanım yetersizliği, ürettikleri ürünlerin hedef kitleye doğru bir biçimde erişemediği izlenimini vermektedir. Dolayısıyla kooperatif içerisinde yönetim kurulu ekibinin yenilenme sürecine giderek, ürünün tasarımı, sergilenmesi, fiyatlandırılması, tanıtımı ve dağıtımı gibi süreçlerin her birinden sorumlu kooperatif üyelerinin belirlenmesi satışları arttırarak kooperatifi cazibe merkezi haline getirecektir. Sosyal girişimciliğin desteklendiği kadın kooperatiflerine olan farkındalığın artması için gerek sivil ve kamu kuruluşları ile gerekse üniversitelerle işbirlikleri sağlanarak inovasyon kültürü aşılmalıdır.

Araştırmanın kısıtı, sadece İzmir ilinde yer alan bir kadın kooperatifinde yapılmış olması ve düzenli ve aktif olarak devam eden kadın üyelerden oluşmaktadır. Gelecek çalışmalar için başka bir şehrin kadın kooperatifi incelenerek, iki şehir arasındaki yönetim anlayışı ve işleyiş farklılıkları ortaya koyulabilir.

KAYNAK

Aksoy, A.G. ve Günay, G. (2018). Türkiye’de Kadın Kooperatifçiliği. Üçüncü Sektör Sosyal Ekonomi, 53 (1), 77-99.

Aşkın, E. ve Barış, S. (2016). Kadın İstihdamında Sosyal Sermayenin Etkisi: Tokat İlinde Kadın Girişimciler Üzerine Bir İnceleme. Business and Economics Research Journal, 7 (2), 63-82.

Berber, M. ve Eser, B.E. (2008). Türkiye’de Kadın İstihdamı: Ülke ve Bölge Düzeyinde Sektörel Analiz. İş, Güç Endüstri İlişkileri ve İnsan Kaynakları Dergisi, 10 (2), 1-16.

Bloom, P. N., & Chatterji, A. K. (2009). Scaling social entrepreneurial impact. California management review, 51(3), 114-133.

Bozat, A. (2017). Kadın Girişimciler ve Inovasyon; Topluluktan Faydalanma Yönteminin Getirebileceği Çözümler: Şişli Bölgesindeki Kadın Girişimciler. AÇÜ Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi, 3(1), 26-37.

Böyükarslan, H. ve Kızıldağ, D. (2017). Dönüşüm Ajansı Olarak Kadın Sosyal Girişimcilerin Profilleri Üzerine Bir Araştırma. Uşak Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 10 (özel sayı), 47-64.

Çetin, K., ve Gedik, H. (2017). İşletmelerde İnovasyona Etki Eden Faktörler: Karaman İli Örneği. Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi. ICMEB17 Özel Sayısı, 160-172.

Datta, P. B., & Gailey, R. (2012). Empowering women through social entrepreneurship: Case study of a women's cooperative in India. Entrepreneurship theory and Practice, 36(3), 569-587.

Duguid, F., Durutaş, G., ve Wodzicki, M., (2015). Türkiye’de Kadın Kooperatiflerinin Mevcut Durumu, The World Bank.

Er, H. P. (2013). Girişimcilik ve Yenilikçilik Kavramlarının İktisadi Düşüncedeki Yeri: Joseph A. Schumpeter. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 29, 75-85.

Koçak, O., ve Kavi E., (2014). Sosyal Politika Aktörü Olarak Sosyal Girişimci Belediyecilik, HAK-İŞ Uluslararası Emek ve Toplum Dergisi, 3 (6), 26-49.

Kümbül G.B. (2010). *Sosyal Girişimcilik*. Efil Yayınevi, Ankara

Light, P. (2005). Serching for Social Entrepreneurship: Who might they be, where they might be found, what they do? Paper presented at the Association for Research on Nonprofit and Voluntary Associations.

Mair, J. ve Marti, I. (2006). Social entrepreneurship research: A source of explanation, prediction, and delight. Journal of World Business, 41 (1), 36- 44.

Marshall, R. S. (2011). Conceptualizing the international for-profit social entrepreneur. Journal of Business Ethics, 98(2), 183-198.

OECD, Avrupa Birliği, Oslo Kılavuzu: Yenilik Verilerinin Toplanması ve Yorumlanması İçin İlkeler, çev.: TUBİTAK, 2005.

Özeren, E. ve Saatçioğlu, Ö.Y. (2016). Sosyal Girişimcilikte İnovasyon ve Farklılıkları Yönetmek: Çöp(m)adam Örneği. Girişimcilik ve İnovasyon Yönetimi Dergisi. 5 (1), 71-96.

Özmete, E. ve Gök, F. (2015). Sürdürülebilir Kalkınma İçin Sosyal İnovasyon ve Sosyal Hizmet İlişkinin Deđerlendirilmesi, Ankara: Hacettepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Sosyal Hizmet Bölümü Dergisi. 26 (2), 127-143.

Sosyal, A. (2010). Türkiye’de Kadın Girişimciler: Engeller ve Fırsatlar Bağlamında Bir Değerlendirme. Ankara Üniversitesi SBF Dergisi, 65 (1), 84-114.

Taş, H. Y. ve Şimşek, İ. (2017). Türkiye ve Dünya’dan Sosyal Girişimcilik Örnekleri ve İstihdama Katkıları. HAK-İŞ Uluslararası Emek ve Toplum Dergisi, 6(16), 480-497.

Topsakal, Y., ve Yüzbaşıoğlu, N. (2017). Sosyal İnovasyon Kavramsal Model Önerisi, Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi. 13(3), 565-57.

What is a cooperative ? (b.t.). 22 Mayıs 2019,

<https://www.ica.coop/en/cooperatives/what-is-a-cooperative>

Zhao, F. (2005). Exploring the Synergy Between Entrepreneurship and Innovation, International Journal of Entrepreneurial Behaviour&Research, 11(1), 25-41.

Zahra, S., Rawhouser, H.N., Bhawe, N., Neubaum, D.O. ve Hayton, J.C., (2008). Globalization of social entrepreneurship, Strategic Entrepreneurship Journal. 2 (2), 117–131.