



SOCIAL ENTREPRENEURSHIP AND VOLUNTEERING

Seyhan YILDIRIM*

*Doktora Öğrencisi, Uludağ Üniversitesi, Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi, seyhan98@hotmail.com
Orcid: 0000-0003-3180-9980

Received Date: 12.01.2023 Revised Date: 04.03.2023 Accepted Date: 12.03.2023

Copyright © 2023 Seyhan YILDIRIM. This is an open access article distributed under the Eurasian Academy of Sciences License, which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited.

ABSTRACT

People can voluntarily participate in social responsibility activities in many different areas such as supporting disadvantaged groups, protecting animals or nature. With a deep-rooted understanding of volunteerism, which has become a tradition throughout the history of our country, researches are carried out to increase volunteering in accordance with the current structure of civil society. Besides the benefits of volunteering for society, volunteering also has many benefits for society. A study by the Commission of the European Communities has shown that volunteering has a positive impact on the transfer of values of active citizenship, participation in society and democracy, as well as human rights and solidarity. Within the framework of this information, this study reveals the subject of social entrepreneurship and volunteering.

Keywords: Entrepreneurship, Volunteering, Social Entrepreneurship

SOSYAL GİRİŞİMCİLİK VE GÖNÜLLÜLÜK

ÖZET

İnsanlar, dezavantajlı grupları desteklemek, hayvanları veya doğayı korumak gibi birçok farklı alanda sosyal sorumluluk faaliyetlerine gönüllü olarak katılabiliyor. Ülkemizin tarihi boyunca gelenek haline gelen köklü bir gönüllülük anlayışıyla, sivil toplumun mevcut yapısına uygun olarak gönüllülüğü artırmaya yönelik araştırmalar yapılmaktadır. Gönüllülüğün toplum için yararlarının yanı sıra, gönüllülüğün topluma da birçok faydası vardır. Avrupa Toplulukları Komisyonu tarafından yapılan bir araştırma, gönüllülüğün aktif yurttaşlık, topluma katılım ve demokrasi ile insan hakları ve dayanışma değerlerinin aktarımı üzerinde olumlu bir etkisi olduğunu göstermiştir. Bu bilgiler çerçevesinde bu çalışma sosyal girişimcilik ve gönüllülük konusunu ortaya koymaktadır.

Anahtar Kelimeler: Girişimcilik, Gönüllülük, Sosyal Girişimcilik



1. GİRİŞ

Hemen hemen tüm dünyada milyonlarca insan maddi ve manevi potansiyellerini insanlık ve dünya yararına kullanmakta ve herhangi bir maddi karşılık beklememelerine ve herhangi bir yükümlülük taşımamalarına rağmen bu amaç için gönüllü olarak çalışmaktadırlar. Gönüllülük, herhangi bir fayda beklemeden gönüllülük esasına dayalıdır; Zamanın, fiziki gücün, bilgi, beceri, deneyim ve kaynakların işbirliği, dayanışma, sosyal ve çevresel fayda gibi amaçlarla kullanılması olarak ifade edilebilir (Yaşar, 2017: 47).

İnsanlar, dezavantajlı grupları desteklemek, hayvanları veya doğayı korumak gibi birçok farklı alanda sosyal sorumluluk faaliyetlerine gönüllü olarak katılabilirler. Ülkemizin tarihi boyunca gelenek haline gelen köklü bir gönüllülük anlayışıyla, sivil toplumun mevcut yapısına uygun olarak gönüllülüğü artırmaya yönelik araştırmalar yapılmaktadır. Sivil toplum kuruluşu (STK) kavramının ne ülkemizde ne de başka ülkelerde net sınırları yoktur. “Avrupa Ekonomik ve Sosyal Komitesi” (ESC), STK'ları “sorumluluk üstlenen ve kamu çıkarlarının temsilcisi olarak hareket eden kamu görevlileri tarafından kontrol edilen dış temsilciler” olarak görmektedir. Dernekler, vakıflar, meslek odaları, kooperatifler, birlikler ve konfederasyonlar STK olarak bilinmektedir. Bir vizyon ve misyonu paylaşan sivil toplum tarafından yaratılan topluluklardan oluşur. STK'lar gönüllü katılımı sivil ve toplumsal hale getirir (Kartal, 2018: 18).

Gönüllü toplulukları, gönüllü topluluklara sağladığı faydaların yanı sıra birçok fayda da sağlamaktadır. Avrupa Toplulukları Komisyonu tarafından yapılan bir araştırma, gönüllülüğün aktif vatandaşlık, topluluk oluşturma ve demokrasinin yanı sıra insan hakları ve dayanışma değerlerini bünyesinde barındırdığını ortaya koydu. Özellikle gençlik döneminde gençlerin kişilik, beceri ve yeterliliklerinin gelişmesini sağlayan genel bir öğrenme süreci olarak gönüllülüğün hem gençliğe hem de topluma olumlu katkılar sağladığı kaydedilmiştir. Gençlik gönüllülüğüne yapılan yatırım, tüm toplumun gelişimine yapılan bir yatırım olarak kabul edilir (OECD, 2018:9).

İnsanların gönüllü katılımını etkileyen birçok sebep vardır. Bu faktörler arasında kişinin ailesi, çevresi ve arkadaşlarının çocukluk yıllarından itibaren sosyal sorumluluk faaliyetlerine katılmış olması veya bu faaliyetlere katılım konusundaki tutumları, medeni durumu, çocuk sahibi olması, eğitim durumu vb. ölçülebilir faktörlerdir. Gönüllülerin, gönüllü olmayanlardan daha açık ve becerikli olduğunu ve kişiliklerinin de davranışlarını etkilediğini iddia edilmektedir (Sağlam, 2015:35).

İnsanların özgüvenlerini artırmak, kendilerini geliştirmek gibi nedenlerle gönüllü olduklarını ve uzun süredir gönüllü olduklarını belirtmişlerdir. Ayrıca insanların gönüllü olarak katıldıkları gruplara ait olmaları ve topluluk duygusunun gelişmesi gönüllü katılımın devam etmesinde etkili olan önemli faktörlerden biridir. Başarı, başkalarına yardım etmek; hem gönüllüye hem de alıcıya fayda sağlar.



Gönüllülük, bir fayda sağlama eylemi olarak kişisel ve sosyal yaşamda olumlu işlevsel davranışı ifade eder. Motivasyon unsurlarından da anlaşılacağı üzere gönüllülük, bireylere maddi bir fayda sağlamasa da birçok manevi beklentiye haklı çıkararak gönüllülerin manevi gelişimine de katkı sağlamaktadır. Ayrıca, farklı ülkelerde yapılan araştırmalar, gönüllülüğün iyi oluş üzerinde olumlu bir etkisi olduğunu göstermiştir. Mutluluğun, yaşam kalitesinin ve yaşam doyumunun birçok farklı tanımı olan iyi oluş, sadece mutluluk değildir; Bunu “*olumlu duygular, bağlılık, olumlu ilişkiler, anlam ve başarıyı*” birleştiren bir “*yapı*” olarak tanımlamıştır. Refahın bireysel ve toplumsal olarak işlevsel bir yaşamla mümkün olduğunu söyleyen; ruh sağlığını, kişisel ve sosyal yaşamda olumlu duyguların ve olumlu işlevselliğin varlığı olarak tanımlamış ve iyilik hali ile ruh sağlığı arasındaki ilişkiyi de ifade etmiştir. Bu çalışmada toplumumuzda önemli bir yere sahip olan gönüllülük ile kişisel iyilik hali arasındaki ilişkinin incelenmesinin çok önemli olduğu düşünülmektedir.

2. SOSYAL GİRİŞİMCİLİK

2.1. Sosyal Girişim Ve Sosyal Girişimcilik

Sosyal girişimcilik, karmaşık sosyal sorunları çözmek için yeni ve yenilikçi bir yaklaşımdır. Sosyal girişimcilik, problem çözme ve sosyal yenilikçiliğe odaklanarak kamu, özel ve kar amacı gütmeyen sektörler arasındaki geleneksel sınırları bulanıklaştırır; ticari ve ticari olmayan faaliyetlerin hibrit bir modelidir (Yaşar, 2017: 65).

Sosyal girişimcilik faaliyetlerinin temel amacı bireysel veya kolektif zenginlik yaratmak değil, toplumsal değer yaratmaktır ve bu faaliyet mevcut girişim ve uygulamalardan yeni bir şeyler yaratma ve yenilikçi olma özelliğiyle ayrılmaktadır. Sosyal girişimciliğin ana itici gücü, çözülmekte olan sosyal sorundur ve sorunu çözmek için gereken kaynakları harekete geçirmek için sosyal girişimin örgütlenme şekli mümkün olduğunca verimli olmalıdır (Taş, Küçükkoğlu ve Özcan, 2016: 43).

Ayrıca literatürdeki sosyal girişimcilik tanımlarına bakıldığında sosyal girişimcilik tanımlarının sosyal girişimcilerin özellikleri, faaliyet alanları, sosyal girişimcilerin kullandığı kaynaklar ve süreçler olmak üzere dört ana noktada odaklandığı görülmektedir. Dachin ve ark. sosyal girişimcilik tanımlarından “sosyal girişimcilerin misyonu”na dayalı tanımlamaların kavramı açıklamaya daha uygun olduğunu belirtmiştir (Bozkurt, Ercan ve Yurt, 2018: 77).

2.1.1. Ekonomik Değerler ile Sosyal Değerler Dengesi Olarak Sosyal Girişimcilik

Sosyal değer; azim, sürekli öğrenme, cesaret ve sorumluluğu ifade eden bir kavramdır. Girişimcilik kavramının ekonomik yöneliminin aksine, sosyal girişimcilik olgusunun sosyal sonuçları vardır. Bu bağlamda tüm sosyal girişimlerin toplumsal değere sahip olduğu söylenebilir (Kartal, 2018: 12).

Toplumsal değer yaratmak, iş sektöründe ekonomik değer yaratmak, yoksullar için gelir elde etmek veya dünyanın en yoksul bölgelerine tıbbi malzeme ulaştırmak gibi toplumsal sorunları çözmekle ilgilidir ve yenilik gerektirir. Diğer bir deyişle toplumsal değer yaratmak, toplumsal sorunları çözmek ve bu sorunlara çözüm bulmaktır. Maliyeti çözmek için sekiz değişken vardır (Kılıç, 2020: 33):



- Girişimcilerin sosyal ağları,
- İşin başarısına tam bağlılık,
- Oluşmakta olan sermaye tabanı,
- Girişimcilik fikrinin toplum tarafından kabul görmesi,
- İşletme ekibinin onayı, çalışan ve gönüllü oranı,
- Uzun vadeli kar amacı gütmeyen şirketler ve kamu sektörü şirketlerinin oluşturulması,
- Pazar testlerine dayanma kabiliyeti,
- Girişimcilerin önceki yönetsel deneyimleri.

2.1.2. Aracı Bir Güç Olarak Görülen Sosyal Girişimcilik

Mevcut ihtiyaçları ve uzun süredir devam eden zorlukları karşılamak için sosyal girişimcilik fırsatları ortaya çıkmaktadır. Başka bir deyişle, sosyal dünyayı olumsuz yönde etkileyen mevcut sosyal sorunları çözmek için yeni yollar arama ve yeni fırsatlar yaratma arzusunun bir sonucudur (Kılıç Kırılmaz, 2014: 58).

Öte yandan, sosyal girişimcilik fırsatları ticari girişimcilik fırsatlarından önemli ölçüde farklılık göstermektedir. İlk olarak, sosyal girişimcilik fırsatları sosyal konulara odaklanır ve sosyal değer yaratmayı amaçlar. İkinci olarak, sosyal girişimcilik fırsatları keşfedilmeleri ve kullanılmaları bakımından ticari girişimcilik fırsatlarından farklıdır. Sosyal girişimcilik fırsatları, sosyal bir bağlama, toplumsal bir temele sahiptir ve bu yönüyle belli başlı sosyal ve kurumsal engellerle bu süreçte karşılaşabilmektedir.

Bu nedenle sosyal girişimcilik; sürdürülebilir sosyal değişim yaratmak için yeni fırsatların, araçların ve kaynakların keşfedilmesiyle başlar ve bu girişimcilik faaliyetinin sosyal bir amacı vardır. Sosyal girişimcilik fırsatları, mevcut ekonomik değeri en üst düzeye çıkarmak için tasarlanmamıştır; acil bir sosyal sorunu çözme çabası, bu faaliyetin ana odak noktasıdır (İrengün, 2014: 66).

2.2. Sosyal Girişimci

Sosyal girişimci, güçlü bir görev duygusu ve temel insan ihtiyaçlarını karşılama taahhüdü dahil olmak üzere güçlü bir sosyal vizyona sahiptir. Bu sosyal sorumluluk bilinci genellikle travmatik çocukluk olayları ile ilişkilendirilir ve sosyal girişimcilerin sosyal konulara olan ilgisinin gelişmesinde önemli bir rol oynar (Taş, Küçüköğlü ve Özcan, 2016: 66).

2.2.1. Sosyal Girişimcinin Sahip Olması Gereken Özellikler

Belirsiz süreçler içeren, sınırlı kaynaklara sahip ve toplumsal değişimin bir parçası olma isteği güçlü olan sosyal girişimcilik süreci, uygulamada toplumsal sorunları çözmek için yenilikçi bir yaklaşıma ihtiyaç duymaktadır. Çünkü sosyal alanda yenilikçi bir anlayışa sahip olabilmek için; yeteneği, ürünleri, süreçleri ve teknolojiyi bir araya getirerek sürdürülebilir çözümlere kapı aralar ve toplumsal zorlukların aşılmasında aktif rol oynar. Özellikle ekonomik olmayan alanlarda ve iş dünyasının ihmal ettiği problem çözmeye yönelik yenilikçi yaklaşımlar, toplumsal bütünleşmeye ve gelişmeye önemli katkı sağlamaktadır. Bu durumda, yaratıcı olmak, ticari girişimciliğin yanı sıra sosyal girişimciliğin de temel özelliğidir. Dees (1998), sosyal girişimcilerin sürekli bir yenilik,



uyum ve öğrenme sürecine dâhil olan sosyal değişimin temsilcileri olduğunu belirtmiştir. Öte yandan, sosyal inovasyon bir ürün, hizmet veya süreç düzeyinde gerçekleşir. Örneğin, Better World Books sosyal girişimi, sosyal okuryazarlık programlarını finanse etmek için bağışlanan kitapların çevrimiçi olarak yeniden satılmasına izin veren, öncü bir yüksek sosyal değer süreci geliştirmiştir (Kılıç Kırılmaz, 2014: 32).

Sosyal girişimciliğin bu iki bileşeni yakından ilişkilidir. Sosyal girişimler, kaynak ürettikleri sürece sürdürülebilirdir; istikrarlı ve sürekli olduğu sürece kaynak bulma sorunu yaşanmayacaktır. Sosyal girişimcilik mevcut kaynaklarla sınırlı kalmadan yeni kaynaklar yaratabilir ve bu yönüyle sürdürülebilirdir. Toplumsal misyonunu gerçekleştirme çabası içinde bir yandan da yeni kaynaklar bularak varlığını sürdürmeye çalışır. Ticari işletmelerin tedarikçi bulmaları daha kolay olabilirken, sosyal girişimler daha büyük zorluklarla karşı karşıyadır. Bunun nedeni, işletmelerin sermaye piyasasından daha kolay yararlanabilmeleri, pazar ve ürün değişiklikleri yapma konusunda daha esnek olabilmeleridir (Bozkurt, Ercan ve Yurt, 2018: 66).

2.2.2. Sosyal Girişimcilik ile Geleneksel Girişimciliğin Benzerlikleri

Sosyal girişimcilik alanının net sınırları yoktur. Çünkü günümüzde sosyal girişimciliğin sektörel sınırları bulanıklaşmış ve sosyal girişimciliğin kapsamını endüstri bazında sınırlamak zordur. Bazı yazarlara göre kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri münhasıran özel sektörde yürütülürken, bazılarına göre bu kavram “sosyal girişimcinin kurumsal düşüncesi” adı altında her sektörde yer alabilmektedir (İrengün, 2014: 74). Ayrıca, kar amacı gütmeyen sektörde sosyal girişimciliğe izin verilse bile, sosyal girişimcilik, ürün ve hizmetlerin sunumunda rekabet gücü ve gerekli fonlar, hibeler, bağışlar, insan kaynakları ve özel sektör müşterileri, kar amacı gütmeyen faaliyetlerde bir değişikliğe yol açacağını zorunlu kılmaktadır.

2.2.3. Sosyal Girişimcilik ile Geleneksel Girişimciliğin Farklılıkları

Sosyal girişimcilik; sürdürülebilir sosyal değişim yaratmak için yeni fırsatların, araçların ve kaynakların keşfedilmesiyle başlar ve bu girişimcilik faaliyetinin sosyal bir amacı vardır. Sosyal girişimcilik fırsatları, mevcut ekonomik değeri en üst düzeye çıkarmak için tasarlanmamıştır; acil bir sosyal sorunu çözme arzusu, bu faaliyetin ana odak noktasıdır (Taş, Küçükkoğlu ve Özcan, 2016: 57). Farklardan biri elbette temettü dağıtımdır. Çünkü sosyal girişimler dönem sonunda hissedarlarına (az ya da çok) temettü dağıtmazlar. Öte yandan, hissedarlarına temettü ödeyen geleneksel işletmeler ve işletmeler vardır (Yaşar, 2017: 27).

2.2.4. Sosyal Girişimciliğin Bileşenleri

Sosyal girişimcilik çok bileşenli bir kavramdır, ancak bu bölümde literatürdeki en önemli ve yaygın olarak tanınan altı bileşen tartışılmaktadır.

Sosyal Misyon ve Vizyon Sahibi Olma: Sosyal girişimciler için sosyal bir misyona sahip olmak çok önemlidir. Bir kuruluşun toplumsal değer yaratma misyonuyla faaliyet göstermesi, onu ticari sektörden ayıran temel bir özelliktir ve bir kuruluşun sosyal sektöre dâhil olmasında belirleyici rol oynar. Çağımızda ortaya çıkan toplumsal sorunların çözümü ancak toplumsal bir misyonla bulunabilir. Bu misyonu gerçekleştirmek, sürdürülebilir ve belirleyici kılmak için toplumsal bir vizyona sahip olmak gerekmektedir (Kılıç Kırılmaz, 2014: 12).



Sosyal Değer Yaratma: Sosyal girişimciliğin amacı, toplumun çıkarları doğrultusunda toplumsal değer yaratmaktır. Bu, ticari girişimcilik ile sosyal girişimcilik arasındaki temel farklılıklardan biridir. Ticari girişimcilikte kişisel kazanç sağlamayı amaçlarken, sosyal girişimcilikte toplumsal değer yaratmayı amaçlar (Austin vd., 2006: 22). Ticari girişimciler gibi sosyal girişimciler de faaliyetlerinden kar elde edebilirler, ancak karlar sosyal amaçlar için kullanılır (Duman, 2019: 138).

Ayrıca kar amacı gütmeyen kuruluşlar tek başına bir sosyal girişimin sürdürülebilirliğini sağlayamaz. Bir sosyal girişim ancak farklı sektörlerden paydaşlar bir araya geldiğinde daha başarılı olabilir (Besler, 2010: 12). Kısaca bir sosyal girişimin başarısı için sosyal girişimciliğin en önemli bileşenlerinden biri olan sosyal değer, farklı sektörlerden kişi ve kurumların iş birliği ile oluşturulabilmektedir.

Sosyal Girişim Fırsatlarını Görme: Sosyal girişimler, toplumsal bir sorundan ya da mevcut durumu daha iyi yönetme ihtiyacından doğar (Kılıç Kırılmaz, 2014: 66). Başkaları için problem olarak görülen bazı durumlar, sosyal girişimcilerin faydalanması gereken bir sosyal girişimcilik fırsatı olarak görülebilir. Ticari girişimciler gibi, sosyal girişimciler de fırsata odaklanırlar ancak hedefleri olarak yalnızca girişimlerinin finansal getirisini görürler. Besler (2010), özellikle toplumsal beklentilerin ve ihtiyaçların yükselme eğiliminde olduğu kriz zamanlarında ortaya çıkan zorlukların üstesinden gelmek için birçok yeni sosyal girişimin yaratılabileceğinden bahsetmiştir (Bozkurt, Erkan ve Yurt, 2018: 20).

Yenilikçi Olma (İnovasyon): Sosyal girişimciler yenilikçidir; Yeni modeller ve yeni yaklaşımlar geliştirmede başı çekiyorlar. Ayrıca Schumpeter'e göre inovasyon sıfırdan bir şeyin yaratılması değil, var olan fikirlerin yeni bir yöntem veya yeni formatta uygulanması yani inovasyondur. Bu açıdan bakıldığında sosyal girişimciliğin en önemli bileşenlerinden birinin inovasyon olduğunu söyleyebiliriz. Çevrenin koşullarını ve ihtiyaçlarını analiz etmek, tehdit ve fırsatları belirlemek ve ani değişimlere karşı proaktif bir yaklaşım geliştirmek için sosyal girişimciliğin yenilikçi bir boyutu olmalıdır (İrengün, 2014: 74).

Sürdürülebilir Olma ve Kaynak Yaratma: Sürdürülebilirlik ve kaynak yaratma, sosyal girişimciliğin karmaşık bileşenleridir. Sosyal girişimler, kaynak üretebildikleri ölçüde sürdürülebilirliklerini sağlarlar. Sürdürülebilirliğini sağlayan sosyal girişimler daha kolay kaynak üretebilmektedir. Sosyal girişimlerin önündeki en büyük engellerden biri fon bulma sorunudur. Sorunun çözümü sürecinde faaliyetlerin yürütülmesi için finansal kaynaklara ek olarak sosyal ve insan kaynaklarına da ihtiyaç duyulmaktadır. Sosyal girişimler, finansal kaynak yaratıldığı ölçüde başarılı ve sürdürülebilirdir (Kılıç Kırılmaz, 2014: 16).

Kâr amacı güden kuruluşlarda sosyal girişimler için kaynak bulmak kâr amacı gütmeyen kuruluşlara nispeten daha kolaydır. Kâr amacı gütmeyen organizasyonlar genellikle bağışlar, üye aidatları, bireysel katkılar, hibelerden faydalanırken özel sektördeki ticari girişimler ya da sosyal girişimler sermaye piyasalarından faydalanabilirler (Taş, Küçükkoğlu ve Özcan, 2016: 90).

Sosyal Ağları Kullanma: Sosyal ağlar, sosyal girişimcilik sürecinde ortaya çıkan bilgi, beceri ve yetkinliklerin topluma ulaştırılmasına aracılık etmektedir. Sosyal medyayı



kullanan sosyal girişimciler sadece değişimi hızlandırmakla kalmaz, aynı zamanda bir güven ağı da kurarlar. Ayrıca sosyal ağlar, bir sosyal girişimin başarısı için kurulması gereken işbirliğinde önemli bir rol oynamaktadır. Bu işbirliği sayesinde, giderek daha fazla sayıda sosyal ağ, aşılabilir sorunların çözülmesine yardımcı olurlar (İrengün, 2014: 74).

2.2.5. Dünya’da Sosyal Girişimciliğin Tarihçesi

İnsanların topluma yararlı bireyler olma motivasyonunun doğal bir tezahürü olan sosyal girişimcilik, terim olarak yeni bir kavram olmasına rağmen yüzyıllardır uygulamada var olan bir olgudur. Tarihsel süreçte bu kapsamda gerçekleştirilen faaliyetin adı sosyal girişimcilik olarak adlandırılmasa da başvuru biçimlerine bakıldığında sosyal misyona sahip ekonomik faaliyetin hayırseverlik çerçevesinde yürütüldüğü görülmektedir (Kılıç Kırılmaz, 2014: 100).

Sosyal girişimcilik kavramını ilk defa kullanan kişi ise William Lloyd Garrison olmuştur. William Lloyd Garrison 1833 yılında Amerika’daki kölelik sistemine karşı Anti - Slavery Society adında bir organizasyon kurarak sosyal girişimciliğin öncülerinden olmuştur. Garrison’dan sonra 1889 yılında Amerika’da, yoksullukla mücadele etmek için, Hill House adında bir organizasyon kuran reformist Jane Adams da tarihte sosyal girişimciliğin öncülerinden birisi olarak kabul edilmiştir. Jane Adams bu çalışmasıyla 1931 yılında Nobel barış ödülü almıştır

Bangladeşli bir iktisat profesörü olan Muhammed Yunus’un 1976 yılında Bangladeş’te kadınları güçlendirerek yoksullukla mücadele etmek için kurmuş olduğu Grammen Bank sayesinde de sosyal girişimcilik kavramı önemini artırmıştır. 1980 yılında Bill Drayton, Uluslararası Sosyal Girişimcilik Ağı olan ASHOKA’yı kurmuş, sosyal girişimciliğin tanımını yaparak literatüre kazandırmış ve toplumda sosyal girişimcilik konusunda farkındalık uyandırmıştır

Sosyal girişimciliğin, alan yazına kazandırılması, kavramsal çerçevesinin oturulmasına yönelik farklı bakış açılarının ortaya çıkmasını da beraberinde getirmiştir. Böylece dünya genelinde sosyal girişimcilik faaliyetlerinde artış meydana gelmiştir (Yaşar, 2017: 56).

2.2.6. Türkiye’de Sosyal Girişimciliğin Tarihçesi

Etimolojik olarak Arapça “Ahi” yani “kardeşim” ya da Türkçede “Akı” yani “yiğitlik”, “cömertlik”, “kahramanlık” anlamlarını taşıyan kelimelerden türetildiği düşünülen Ahilik anlayışı, İslam inancı ile Türk örfünün bir sentezidir. Ahilik maddiyat ve maneviyatın birleştirildiği sosyal, kültürel değerler bütünü olarak düşünülebilir (Durak, 2016: 108).

Türk iktisadi zihniyetinin bir yansıması olan ve öncelikli olarak ekonomik bir teşkilat yapılanması olan Ahiliğin, toplumun sosyo-kültürel anlamda gelişip kalkınması için çalışmalar yürüten kurumsal bir yapısı da olmuştur. Ahilik; sosyal yardımlaşma ve dayanışma, toplum refahı ve sosyal güvenlik gibi pek çok ihtiyacı karşılayan bir yapıya sahiptir. Bu yapılanma içerisinde “esnaf sandığı”, “esnaf vakfı”, “esnaf kesesi” adlarında kurulmuş çeşitli yardımlaşma ve sosyal güvenlik bütçeleri oluşturulmuştur. O dönemlerde esnaflar ticari faaliyetlerinden elde ettiği gelirlerin bir kısmını bu sandıklara



koyarak toplumsal ihtiyaçları karşılamışlardır. Örneğin yeni usta olmuş kişilerin dükkân açabilmesi için ya da teşkilata bağlı olup da yaşamını yitirmiş bir esnafın geride kalan ailesinin yaşamını idame edebilmesi için bu sandıklar kullanılmıştır. Bu açıdan bakıldığında Ahilik teşkilatının kendi ekonomik kaynaklarını yaratması ve toplumun sosyo-ekonomik ihtiyaçlarını karşılamak için hayata geçirdiği girişimlerle gönüllü faaliyetler yürütmesi açısından günümüz sosyal girişimciliği ile benzer özellikler taşıdığı söylenebilir (Durak, 2016: 110).

Osmanlı dönemine bakacak olursak Ahilik teşkilatı varlığını sürdürürken toplumsal ihtiyaçların vakıflar aracılığıyla karşılandığını görürüz. Osmanlı döneminde vakıflar dini vecibelerini yerine getirmek için devletten ve halktan herhangi bir tepki görmeden görevlerini yerine getirmişlerdir. Vakıflar, kervansaraylarda topluma bir yol sağlar, eğitim, sağlık, geçim, yemek vb. hizmetler sağlar. Sosyal ve ekonomik ihtiyaçlarını karşılamak için faaliyetlerde bulunurlar (Taş vd., 2016: 262).

Sosyal girişimcilik, Türkiye Cumhuriyeti'nin ilk yıllarında vakıflarda ve çeşitli sivil toplum kuruluşlarında devam etti. Türkiye Cumhuriyeti'nin ilk yıllarında radyoyu kuran Mesut Cemil, Türkiye'nin ilk sosyal girişimcilerinden biri olarak da biliniyor. Mesut Cemil gibi örnekler çoğaltılabilirken, Türkiye'de sosyal girişimciliğin isimlendirilmesi ve farkındalığının 2000'li yıllara kadar tam olarak yerleşmediği açıktır. Türkiye'de farkındalık yaratma ve sosyal girişimcilik örnekleri 2000 yılından sonra ivme kazanmaya başlamıştır (Taş, Küçükoğlu ve Özcan, 2016: 93).

2.2.7. Türkiye'de Sosyal Girişimciliğin Günümüzdeki Durumu ve Önemi

Sosyal girişimcilik tüm dünyada önemi her geçen gün artan bir kavram haline gelmiştir. Literatür, özel sektörde sosyal sorumluluğun artması, çalışma hayatındaki değişimler, sivil toplum kuruluşlarının sayısının artması ve toplumdaki hayırseverlik algısının değişmesi gibi faktörlerin önemli olduğunu göstermektedir. Sosyal girişimciliğin önem verir (Duman, 2019: 140). Türkiye'de sosyal girişimciliği geliştirmenin önemi aşağıda farklı açılardan değerlendirilmektedir:

Ekonomide Güven Etkisi ile Sosyal Girişimcilik İlişkisi: Güven, piyasadaki en değerli ürünlerden biri olarak kabul edilmektedir. Ekonomik bağlamda güven tesis etmek, endüstriyel ve ticari ilişkileri olumlu yönde etkiler. Piyasada yaratılan sosyal girişimcilik, ekonomik aktörlerin birbirlerine güven duymasına yardımcı olabilir. Ekonomiye güven arttıkça sosyal girişimcilerin işleri daha kolay gelişebilir ve sosyal girişimciliğin gelişmesi ekonomiye olan güveni artırabilir. Buradan hareketle Türkiye'de sosyal girişimciliğin gelişmesinin ülke ekonomisinde güven ortamının oluşmasına katkı sağlayacağı sonucuna varılabilir (Yaşar, 2017: 84).

İstihdam Artışına Katkı Açısından Sosyal Girişimcilik: Gelişmişlik düzeyi ne olursa olsun, günümüzde birçok ülke işgücü piyasasında sorunlar yaşamaktadır. Sosyal girişimcilik, nüfusun işsiz ve sosyal açıdan savunmasız kesimlerinin istihdamına ilişkin sorunların çözümünde, iş gücünün donanımını artırmada önemli bir yer tutmaktadır. Türkiye'de işsizlikle mücadele ve dezavantajlı grupların topluma kazandırılmasına yönelik sosyal girişimcilik projelerinin uygulanması ülkedeki istihdam düzeyinin artmasına yardımcı olabilir (Taş, Küçükoğlu ve Özcan, 2016: 95).



Sürdürülebilir Kalkınmaya Katkı Açısından Sosyal Girişimcilik: “Dünya Çevre ve Kalkınma Komisyonu” tarafından 1987’de yayınlanan “Brundtland” adlı bir rapor, sürdürülebilir kalkınmayı “mevcut neslin ihtiyaçlarını karşılama yeteneklerinden ödün vermeden karşılayan bir kalkınma yaklaşımı” olarak tanımlamıştır. Raporla, kalkınmanın sadece ekonomik olarak ölçülmemesi gerektiğine, kalkınmanın tüm kesimleri ve farklı toplumları ilgilendiren sosyal bir boyutu olduğuna ve gelecek nesillere belirli çevresel sermaye stoklarının aktarılması gerektiğine de değinilmiştir (Duman, 2019: 144).

Üçüncü Sektörün Gelişmesine Sağladığı Katkı Açısından Sosyal Girişimcilik: Kâr amacı gütmeyen kuruluşlar dünya çapında etkilerini artırmaktadırlar. Sosyal faaliyetlerinde değişen dünya koşullarına ayak uydurmaya çalışan sivil toplum kuruluşları; şirketlerle nasıl çalıştıklarını modelleyerek ve sektörler arası işbirliğini geliştirerek, nasıl fon toplayacaklarını ve sürdürülebilir çözümler bulacaklarını anlamaya başlamışlardır. Bu bağlamda, Türkiye’de son yıllarda kar amacı gütmeyen kuruluşların faaliyetlerinde ve toplumsal fayda yaratmada bir artış görüldüğü görülmektedir (Duman, 2019: 148).

Son yıllarda atılan adımlara bakıldığında Türkiye’de sosyal girişimciliğe verilen önemin arttığı görülmektedir. Bu adımlardan bazıları şu şekilde sıralanabilir (Bozkurt, Ercan ve Yurt, 2018: 27):

- “Ticaret Bakanlığı Kooperatifler Genel Müdürlüğü sosyal kooperatifçilik bilincini artırmaya yönelik faaliyetler yürütmektedir.
- Türkiye Bilimsel ve Teknolojik Araştırma Kurumu (TÜBİTAK) temiz teknoloji girişimlerini finanse etmektedir.
- Avrupa Birliği Dışişleri Bakanlığı, AB IPA fonları kapsamında sosyal girişimcilik alanındaki faaliyetleri desteklemektedir.
- Dışişleri Bakanlığı, Birleşmiş Milletler Kalkınma Programı (UNDP) ile işbirliği içinde Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri programını desteklemektedir.
- Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı, API fonları aracılığıyla sosyal inovasyon için finansal destek sağlamaktadır.
- TÜBİTAK, üniversite öğrencilerine yönelik düzenlediği yarışmalarda sosyal girişimcilik kategorisine de yer vermektedir.
- Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeleri Geliştirme ve Destekleme Daire Başkanlığı (KOSGEB), sosyal girişimcilik ekosistemini geliştirmek için düzenlenen halk diyaloglarına katılır.
- Aile, Çalışma ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı, AB tarafından finanse edilen projelere paydaş olarak katılmakta ve kamu diyaloglarına katılmaktadır.”

Ayrıca Türkiye’de şu çalışmalar da sosyal girişimcilik açısından önemlidir (Kılıç, 2012: 74);

- “Sivil Toplum Geliştirme Merkezi tarafından 2007 yılında Sosyal Dönüşüm için Sosyal Girişimcilik Rehberi yayınlanmıştır.



- 2010 yılında Türkiye Üçüncü Sektör Vakfı, British Council ve Türkiye işbirliğiyle Türkiye'de Sosyal Girişimler ve İhtiyaç Analizi Raporu yayınlanmıştır.
- 2018 yılında Vehbi Koç Vakfı öncülüğünde “Türkiye Sosyal Girişim Ağı” kurulmuştur.
- 2019 yılında British Council Türkiye, Türkiye'deki sosyal girişimlerin durumu hakkında bir rapor yayınlanmıştır.”

Bu adımlar Türkiye'de sosyal girişimciliğin gelişimine katkı sağlamıştır. Bu çalışmalara ek olarak önemli gelişmelerden biri de on birinci kalkınma planında sosyal girişimciliğin kavramsal olarak kullanılması olmuştur. Bu kalkınma planında Türkiye'de sosyal girişimciliğin geliştirilmesine yönelik çabaların destekleneceği belirtilmektedir. Rusya Federasyonu Cumhurbaşkanlığı Strateji ve Bütçe Dairesi On Birinci Kalkınma Planında (2019) sosyal girişimciliğe ilişkin bölümler: (a) “*Sosyal girişimcilik organize edilecek, sosyal etkiyi ölçme yeteneği artırılacak ve analiz sonuçlarına göre en iyi uygulamaların topluma katkısı oranında destek miktarı kademeli olarak artırılacaktır.*” (b) “*Sosyal destek programı, toplumun dezavantajlı kesimlerinin ekonomik ve sosyal katılımını artırmak, verimlilik ve yetenek gelişimini destekleyerek istihdam olanaklarını artırmak amacıyla sosyal girişimciliği ve sosyal sorumluluğu teşvik edecek şekilde yeniden yapılandırılacaktır.*” (Bozkurt, Ercan ve Yurt, 2018: 26).

Buradan da anlaşılacağı üzere özellikle dezavantajlı grupların sosyal ve ekonomik bütünleşmesi açısından sosyal girişimciliğin önemi anlaşılmalı ve sosyal girişimcilik kamusal alanda yankı bulmaya başlamıştır. Sosyal girişimciliğin kamusal alanda yankı bulmaya başladığının bir diğer göstergesi de Ankara Kalkınma Ajansı'nın Ankara ve Ankara'da sosyal girişimcilik ve sosyal inovasyon ekosistemini güçlendirerek toplumsal sorunlara etkin ve sürdürülebilir çözümler bulmak amacıyla 2019 yılında Gençler İçin projesini hayata geçirmesidir. Doğu Marmara Kalkınma Ajansı'nın Türkiye'de sosyal girişimcilik ekosisteminin gelişmesine katkı sağlayan bayındırlık işleri için uyguladığı asgari tutarı 1.000.000 Türk Lirası olan “Sosyal Kalkınmayı Destekleme Programı 2020” adlı hibe programı buna bir örnektir (Kılıç, 2020: 43).

3. GÖNÜLLÜLÜK

3.1. Gönüllük Kavramı

Gönüllülük sosyoloji, psikoloji, iktisat gibi birçok disiplinle yıllardır ilişkilendirilen bir kavramdır. Farklı kültür ve yaklaşımlara göre iki yüzden fazla tanımı vardır. Birleşmiş Milletler Gönüllüleri'nin (UNV, 2015) tanımına göre gönüllülük, çıkar gözetmeksizin gönüllülük esasına dayanmaktadır. Zamanın, fiziksel gücün, bilgi, beceri, deneyim ve kaynakların işbirliği, dayanışma, sosyal ve çevresel fayda gibi amaçlarla kullanılmasıyla ifade edilir. Dilimizde gönüllülük kavramını ele aldığımızda isim olarak “kalp” kelimesi “sevgi, istek, düşünce, hatırlama, anma vb. gibi kalpte ortaya çıkan duyguların kaynağı” anlamına gelmektedir (TDK, 2016).

Gönüllü kelimesinin sözlük anlamı şu şekildedir: “1. Herhangi bir yükümlülük altına girmeden çalışmaya gönüllü olan kişi, 2. Gönüllü olarak, 3. kişi veya sevgili” (TDK, 2016). Aynı zamanda özgür iradeyi ve gönüllü eylemi ifade eder ve bu eylemler,



sevgi ve hatıra gibi duygularla çevrilidir. Gönüllüler bu bilinçle hareket eden ve bunu bir yaşam biçimi haline getiren kişilerdir (Şentürk, Adıgüzel ve Turan, 2016:89).

İngilizce “gönüllü” kelimesi, 1600 yılında “kendini askere almak” anlamına gelen Fransızca “voluntaire” kelimesinden gelmektedir. 1630'da “insanın özgür iradesi” anlamında kullanılmaya başlanılmıştır (Güngör, 2014). İnsanlar gönüllü olarak bir iş, ürün veya hizmet sunarlar. Ekonomistler, gönüllülüğü “ücretsiz iş” olarak görmektedirler.

Tilly ve Tilly (1994) çalışma alanlarını dört kategoriye ayırmıştır: işgücü piyasası, kayıt dışı sektör, ev işi ve gönüllü çalışma. Gönüllü çalışma, “bir işçinin herhangi bir akrabalık, hısımlık veya dostluk bağı olmaksızın, sözleşmeden doğan yükümlülükleri olmaksızın ücretsiz çalışması” olarak tanımlanmaktadır. İşgücü piyasası ve kayıt dışı sektörün aksine, metalaştırılmamıştır. Gönüllü çalışma, evde zorunlu çalıştırmanın aksine ücretsiz olarak yapılır (akt. Sağlam, 2015: 65).

Toplumda gönüllülük genellikle yardım etme davranışı, “başkalarının yararına gönüllü olarak davranmak” olarak tanımlanan toplum yanlısı davranış ve “kişinin kendi çıkarı için değil, kendi yararı için hareket etmesi” anlamına gelen fedakarlık veya özveri ile karıştırılabilir (Şahin, 2015).

Smith (2000; aktaran Şaklar, 2015) gönüllü faaliyetleri nihai amaçlarına göre dört gruba ayırmıştır.

(1) Karşılıklı yardım, küçük bir grubun refahını iyileştirmek için herkesin bir araya geldiği, genellikle gayri resmi olarak, düzenli gönüllü eylemler yoluyla bir organizasyondur.

(2) Genellikle bir devlet kurumu tarafından düzenlenen hayır kurumları, bir kişi veya kuruluşa değil, üçüncü bir tarafa fayda sağlar.

(3) Katılım, insanları ait hissettikleri bir grupta bir araya getirme ve yönetim sürecine katılma gibi faaliyetlerdir.

(4) Savunuculuk, lobicilikten bilinçlendirmeye kadar değişebilir. Karşılıklı yardım ve himaye çoğunlukla kişinin kendisine veya üçüncü bir kişiye yönelik olsa da; Katılım ve savunuculuk, daha geniş politikaları şekillendirmeyi amaçlar.

3.2. Türkiye’de Sosyal Girişimcilik ve Gönüllülük Örnekleri

Türkiye’de sosyal girişimcilik önemini ve işlevini tüm dünyada olduğu gibi artırmıştır. Bu sebeple, gün geçtikçe sosyal girişimcilik örneklerinin Türkiye’de artış gösterdiğini söylemek mümkündür. Sivil Toplum Geliştirme Merkezi (STGM), Üçüncü Sektör Vakfı (TÜSEV), ASHOKA ve Schwab Vakfı başta olmak üzere pek çok sivil alan temsilcisinin Türkiye’de sosyal girişimcilik örneklerinin artmasına önemli katkısı olmuştur. Bu noktada, Koç Üniversitesi Sosyal Etki Forumu (KUSIF) tarafından yürütülen, Türkiye Sosyal Girişim Ağı (TSGA) projesine değinmekte fayda vardır. Türkiye’deki Mevcut sosyal girişimci ekosisteminin bir araya getirilmesi; ekonomik, sosyal ve çevresel sorunlara sürdürülebilir çözümler üreten sosyal girişimcilerin sayısının artırılması hedeflerini barındıran proje ile Türkiye’de sosyal girişimciliğin gelişmesine katkı sağlanması amaçlanmaktadır. Proje çerçevesinde oluşturulan sosyal medya hesaplarından Türkiye’deki güncel sosyal girişimler hakkında bilgi de edinilebilir (Kılıç,



2020: 33). Ayrıca aşağıdaki tabloda Türkiye'deki 10 Sosyal Girişim örneğine yer verilmiştir

Tablo 1: Türkiye'de On Sosyal Girişimcilik Örneği

Sosyal Girişim	Sosyal Girişimci	Sosyal Girişimin Konusu /Amacı
Gelecek Daha Net Gençlik Platformu (GDN)	Mikado Danışmanlık	Gençlere yönelik mentörlük faaliyetleri yürütür. E-mentörlük, video grupları, Webinar ve online konferanslar üzerinden inovatif bilgilere sahip olanlarla bu bilgilere ihtiyaç duyanları buluşturur. Gençlerin kişisel ve profesyonel gelişimine katkı sağlar.
Toplum Gönüllüleri Vakfı	İbrahim Betil	Eğitim alanında faaliyet gösterir. Gençlerin sosyal girişimcilik özelliklerinin gelişmesine katkıda bulunur. Genç Gönüllülerin katılımıyla sosyal sorunların çözümüne yönelik projeler yürütür.
Uçan Süpürge	Halime Güner	Toplumsal cinsiyet eşitliği konusunda farkındalığın artırılmasına katkı sağlayan projeler yürütür. Türkiye'de kadınlara yönelik faaliyet gösteren organizasyonlar, kamu kurum ve kuruluşları ve Sivil Toplum Örgütleri arasındaki diyalogu artırır.
Buğday Ekolojik Yaşamı Destekleme Derneği	Victor Ananias	Ekolojik yaşam ve tarım ile ilgili faaliyetler yürütür. Ekolojik yaşam konusunda farkındalık oluşturmak adına sergiler, seminerler düzenler, projeler yürütür, yayım ve yayınlar yapar.
INOGAR	IDEMA, Habitat Derneği, Digi Guardians, Sanat Mahal ve İhtiyac Haritası	Türkiye'de girişimcilik ekosisteminin gelişmesi için kurulan bir kuluçka merkezidir. Kültür, sanat, teknoloji ve sürdürülebilir kalkınma gibi alanlarda faaliyet gösteren ticari işletmeleri, sosyal girişimcileri ve sivil toplum kuruluşlarının bir araya gelebilecekleri ve diyaloglarını geliştirebilecekleri faaliyetler yürüten sosyal kooperatiftir. Kuruluş, çeşitli projeler ve kira gelirleri ile kendi kaynaklarını oluşturup sürdürülebilirliğini sağlar
Anlatan Eller	Pelin Baykan	İşitme engelli bireylere eşit fırsatlar sunulmasına yönelik faaliyetler yürüten, dernek ve şirket olmak üzere iki yasal statü şemsiyesi altında oluşmuş hibrit bir modeldir. Şirketlere, bireylere ve gruplara yönelik Türkçe işaret dili dersleri düzenleyerek finansal kaynak oluşturur. Anlatan Eller, bir yandan işiten topluluk ile işitmeyen topluluk arasındaki eşitsizliğin ortandan kalkmasına katkıda bulunur bir yandan da öğretmenlere istihdam sağlar.
Teyit	Mehmet Atakan Foça	İnternet üzerinde yayılan bilgileri inceleyerek doğrulama yapan, dernek ve şirket olmak üzere iki yasal statü şemsiyesi altında oluşmuş, karma yapıda bir platformdur. Türkiye'de dijital okuryazarlığın gelişmesine katkıda bulunmayı ve sosyal medyada oluşan bilgi kirliliğini azaltmayı amaçlar. Teyit gelirini; hibeler, konuşmacı ücretleri, kullanıcı destekleri gibi kaynaklardan oluşturarak sürdürülebilirliğini sağlayarak internette "doğru bilgiye erişim" gibi toplumsal bir ihtiyaca cevap verir.



Açık Açık	İ. Renay Onur ve İtir Erhart	Türkiye’de bağışçılığın gelişmesine yönelik faaliyetler yürüten çevrimiçi bir platformdur. Bağışçılar ve Sivil toplum kuruluşları arasında güven tesis etmeyi amaçlar. Platforma üye olan sivil toplum kuruluşlarının, şeffaflığını artıran faaliyetler yürüterek, bağışlara erişmelerinde kolaylık sağlar. Hem şirket hem de dernek yasal statüsü olan girişim, finansal kaynaklarını üyelik ücretleri ve kurumsal bağışlar ile oluşturur.
Haydi Kızlar Okula Projesi	UNICEF	Eğitime destek faaliyetleri yürütür. Okullaşma seviyesinin düşük olduğu bölgelerde eğitim kalitesini artırmayı ve kız çocukların okula gitme oranı yükseltmeyi amaçlar.
Arama Kurtarma Derneği (AKUT)	Nasuh Mahruki	Arama ve Kurtarma faaliyetleri yürütür. Kriz öncesi dönemlerde eğitim faaliyetleri yürütürken kriz anında etkin ve hızlı arama kurtarma çalışmaları yürütür.

Kaynak: Ercan, 2016: 44; Kırmızı, 2016: 40

Ayrıca aşağıda yer alan projeler Türkiye’de yürütülen kurumsal sosyal sorumluluk projeleri olarak adlandırılmakla beraber Kurumsal Sosyal Girişimcilik olarak da değerlendirilebilir (Kılıç, 2020):

- Tukcell (TOBB ve TOBB Kadın Girişimciler Kurulu işbirliğiyle) – Geleceği Yazan Kadınlar Projesi.
- CocaCola – Kız Kardeşim Projesi.
- Domestos – Hijyenik Tuvalet, Sağlıklı Gelecek Projesi.
- Finish – Yarının Suyu Projesi.

Bu projelere, Dees (1998b)’in “sosyal değer yaratmayı hedefleyen her kişi/kurum sosyal girişimci adaydır” ifadelerinden yola çıkılarak bakılırsa, bu firmaların kurumsal sosyal sorumlulukları gereği ihtiyaç sahiplerine bağış yapmak yerine, elde ettikleri ticari gelirlerin bir kısmı ile toplumsal problemlere sürdürülebilir çözümler üretip değer yaratmaları görece kurumsal sosyal girişimcilik olarak da değerlendirilebilir.

4. SONUÇ

Son yıllarda dünyada meydana gelen gelişmeler, toplumlarda oluşan ya da oluşabilecek problemlerin sektörler arası işbirliği olmadan çözülmesini zorlaştırmıştır. Üstelik yerel, ulusal, uluslararası boyutlarda ortaya çıkmış problemler sadece sektörler arası işbirliğini değil kimi zaman uluslararası işbirliğini de zaruri hale getirmiştir. Bu koşullar altında ortaya çıkan problemlerin çözümü ve ihtiyaçların giderilmesi noktasında sosyal girişimcilere her geçen gün daha fazla görev düşmektedir. Sosyal girişimcilik olgusuna bu çerçeveden bakılmalı ve farklı sektörlerden ilgili paydaşlar bir araya gelerek sosyal, ekonomik, çevresel vb. problemlerin çözümü için işbirliği içerisinde hareket etmelidir Sosyal girişimciliğin tüm sektörlerde uygulanabilir bir yapısı vardır. Gerek kamu, gerek kâr amacı gütmeyen gerekse özel sektörde faaliyet gösteren kurum ve kuruluşlarda sosyal girişimcilik yaklaşımının kurum kültürü haline getirilmesi ve bu yapılarda sosyal girişimcilik uygulamalarına ağırlık verilmesi gerekmektedir. Özellikle özel sektörde faaliyet gösteren firmaların “kurumsal sosyal sorumluluk” anlayışlarının yanında “kurumsal sosyal girişimcilik” yaklaşımını benimsemeleri hem firmaların gelişimi açısından hem de toplumsal problemlerin çözümü açısından faydalı olacaktır.



Sosyal girişimciliği ders programına ekleyen üniversitelerin sayısının artması da gelecek yıllarda sosyal girişimciliğin gelişmesine katkı sağlayacaktır. Türkiye’deki mevcut kitlesel fonlama platformlarının ya da ileride kurulacak platformların “sosyal kitlesel fonlama” terimi şemsiyesi altında faaliyet alanları oluşturmaları ve sosyal girişimciliği denk düşen faaliyetlerinde “sosyal girişimcilik” terimini kullanmaları sosyal kitlesel fonlama teriminin kavramsallaşmasına ve gelişimine katkı sağlayacaktır. Türkiye’deki mevcut kitlesel fonlama platformlarının ya da ileride kurulacak platformların kitlesel fonlamanın görünürlüğüne yönelik faaliyetlerini artırmaları kitlesel fonlamanın sosyal girişimciler arasında yaygınlaşmasına olanak tanıyacaktır.

REFERENCES

- Ağca, V., Yörük, D. (2006). Bağımsız Girişimcilik ve İç Girişimcilik Arasındaki Farklar: Kavramsal Bir Çerçeve. *Afyon Kocatepe Üniversitesi, İ.İ.B.F. Dergisi, IIIV* (2), 155-173.
- Besler, S. (2010). Sosyal Girişimcilik. (Editör: Senem Besler). *Sosyal Girişimcilik*. içinde İstanbul: Beta Yayınevi, 3-28.
- Birleşmiş Milletler Gönüllüleri (UNV). (2015). *State Of The World's Volunteerism Report: Transforming Governance*.
- Bozkurt, Ö., Ercan, A., ve Yurt, İ. (2018). Bireysel Değerler İle Girişimcilik Eğilimi Arasındaki İlişkinin Değerlendirilmesi: Düzce Üniversitesi Örneği. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi, 13* (1), 43-55.
- Çakanel, Z. (2018). *Duygusal Zekâ, Sosyal Zekâ ve Sosyal Girişimcilik Arasındaki İlişkinin İncelenmesi*. Yüksek Lisans Tezi, Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Denizli.
- Duman, H. (2019). *Girişimcilik Ekosistemini Etkileyen Faktörler*. Yüksek Lisans Tezi, Iğdır Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Iğdır.
- Durak, İ. (2016). Sosyal Girişimcilik ve Ahilik Teşkilatı: Teorik Çerçeve. *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi* (47), 101-120.
- Ercan, S. (2016). *Türkiye’de Sosyal Girişimcilik ve Yarattığı Etkilerin Değerlendirilmesi*. Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Güngör, N. (2014). *Spor organizasyonlarındaki gönüllülük kavramı ve Türkiye’deki yansımaları*, (Yüksek Lisans Tezi). Bahçeşehir Üniversitesi, İstanbul.
- İrengün, O. (2014). *Beş Faktör Kişilik Kuramının Sosyal Girişimcilik Yönelimine Etkisi ve Bir Alan Araştırması*. Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Kartal, Ö. (2018). *Kişilik Özelliklerinin Girişimcilik Eğilimi ve Yenilikçilik İle İlişkisi: Bir Alan Araştırması*. Yüksek Lisans Tezi, Kastamonu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kastamonu.
- Kılıç Kırılmaz, S. (2014). Sosyal Girişimcilik Boyutlarına Kuramsal Bir Bakış. *Ekonomi ve Yönetim Araştırmaları Dergisi, 3* (2), 55-74.
- Kılıç, N. P. T. (2012). *Türkiye’de eğitim alanında faaliyet gösteren sivil toplum kuruluşlarının halkla ilişkiler uygulamaları* (Yüksek Lisans Tezi). Ankara Üniversitesi, Ankara.



- Kılıç, S. (2020). *Kosgeb Girişimcilik Eğitimlerinin, Girişimci Adaylarının Girişimcilik Eğilimleri Üzerindeki Etkisinin Ölçülmesine Yönelik Bir Araştırma*. Doktora Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.
- Kırmızı, C. (2016). *Sosyal Girişimcilik Odaklı Örgüt İklimi Oluşturma: Dumlupınar Üniversitesi'nde Bir Uygulama*. Yüksek Lisans Tezi, Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kütahya.
- OECD (2018). *Youth stocktaking report*. <http://www.oecd.org/gov/youth-stocktakingreport>. htm adresinden 14.12.2021 tarihinde alınmıştır.
- Onay, M. (2010). İşletmelerde Girişimcilik Özelliğini Etkileyen Faktörler: İç Girişimcilik. *Yönetim ve Ekonomi Dergisi*, 17 (1), 47-67.
- Sağlam, T. (2015). *Sivil toplum kuruluşlarında çalışan gönüllüler üzerine sosyolojik bir araştırma: İHH örneği* (Yüksek Lisans Tezi). Uludağ Üniversitesi, Bursa.
- Şahin, Y. (2015). *Üniversite öğrencilerinin mutluluk, iyimserlik ve özgecilik düzeylerinin incelenmesi* (Yüksek Lisans Tezi). Gaziosmanpaşa Üniversitesi: Tokat.
- Şaklar, Z. (2015). *Investigation the role of justice sensitivity on volunteering* (Yüksek Lisans Tezi). Orta Doğu Teknik Üniversitesi, Ankara.
- Şeker, M. (2012). *Sosyal Girişimciliğin Artan Önemi ve Bir Araştırma*. Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Şentürk, M., Adıgüzel Y. ve Turan, B. (2016). *Üniversitede gönüllü olmak*. İstanbul: Türkiye Turing ve Otomobil Kurumu.
- Taş, H. Y., Küçüköğlü, M., ve Özcan, S. (2016). Osmanlıdan Günümüze Sosyal Girişimcilik Örnekleri ve Topluma Kazandırdıkları. 2. *Uluslararası Çin'den Adriyatik'e Sosyal Bilimler Kongresi Kongre Kitabı*. 5-6-7 Mayıs. Payas / Hatay: İktisadi Kalkınma ve Sosyal Araştırmalar Derneği Yayınları, 256-266.
- Türk Dil Kurumu (TDK) (2016), *Güncel Türkçe Sözlük*. <http://www.tdk.gov.tr/>
- Wilson, J. (2000). Volunteering. *Annual Review of Sociology*, 26(1), 215-240.
- YADA. (2015). *Verilerle sivil toplum kuruluşları raporu*. İstanbul: Yaşama Dair Vakfı.
- Yaşar, F. (2017). *Düzce İlinde Kadın Girişimcilik Profilinin Belirlenmesi*. Yüksek Lisans Tezi, Düzce Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Düzce.