ANADOLU ÜNİVERSİTESİ



ÜNİVERSİTE ÖĞRENCİLERİNİN SOSYAL GİRİŞİMCİLİK NİYETLERİNİN ÖLÇÜLMESİ: ESKİŞEHİR İLİNDE BULUNAN İKİ STK ÖRNEĞİ ÜZERİNE BİR UYGULAMA

Yüksek Lisans Tezi

CEMRE KELLECİ

Eskişehir 2020

ÜNİVERSİTE ÖĞRENCİLERİNİN SOSYAL GİRİŞİMCİLİK NİYETLERİNİN ÖLÇÜLMESİ: ESKİŞEHİR İLİNDE BULUNAN İKİ STK ÖRNEĞİ ÜZERİNE BİR UYGULAMA

CEMRE KELLECİ

16192217560

YÜKSEK LİSANS TEZİ

ÇALIŞMA EKONOMİSİ VE ENDÜSTRİ İLİŞKİLERİ ANABİLİM DALI

Danışman: Doç. Dr. Zerrin Sungur TAŞDEMİR

Eskişehir

Anadolu Üniversitesi

Sosyal Bilimler Enstitüsü

Temmuz 2020

ÖZET

ÜNİVERSİTE ÖĞRENCİLERİNİN SOSYAL GİRİŞİMCİLİK NİYETLERİNİN ÖLÇÜLMESİ: ESKİŞEHİR İLİNDE BULUNAN İKİ STK ÖRNEĞİ ÜZERİNE BİR UYGULAMA

Cemre KELLECİ

Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri Anabilim Dalı

Anadolu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Temmuz 2020

Danışman: Doç. Dr. Zerrin Sungur TAŞDEMİR

Çalışma temel olarak, gönüllülük faaliyetleri ile sosyal girişimciliğin arasındaki farklılıkları alanyazında belirttikten sonra gönüllü bireylerin sosyal girişimcilik niyetlerinin tartışılması üzerinde durmuştur. Buna göre gönüllülük değişen ve dönüşen sosyal hayat ile birlikte farklı formlarda ve gerekçelerde toplumda yer edinmiştir. Sosyal devlet ilkesinin Batı toplumlarında ortaya çıkmasından sonra ise gönüllülük ile devlet yardımları toplum ihtiyaçlarının giderilmesi noktasında daha da önem kazanmıştır. Ancak neoliberal yaklaşımların 1980'ler sonrası ivme kazanmış olması, sosyal girişimcilik kavramının yükselmesine ve sadece vicdani sorumluluk bilincinde olan bireylerin değil özel sektör içinde veya eğitim alanında da değer görmüştür. Sosyal girişimciliğin değeri geleneksel STK faaliyetlerine kıyasla kişilerin girişimci yönünü ön plana çıkarmaya yönelik olmuştur. Sosyal girişimcilik ulusal çapta projelerden ziyade uluslararası ortaklıklar ile yapılan projeleri ihtiva etmektedir. Bu anlamda öncelikle ulusal çapta sahiplenilen kurum ve kuruluşların temsilcileri ve gönüllülerinden adım atılmasının daha uygun olduğu düşünülmüştür. Bu temelde Türkiye'de Eskişehir ilinde 2 büyük STK gönüllüleri üzerinde gönüllülerin sosyal girişimcilik niyetlerini ölçecek anket uygulaması yapılmıştır. Yapılan uygulama öncesinde 6 temel hipotez belirlenmiştir. Belirlenen hipotezlerden 4'ü kabul edilmiş, 2'si reddedilmiştir. Kabul edilen hipotezler "gönüllülerin gönüllüsü olduğu kuruluşa göre farklılık göstermesi", "gönüllülerin cinsiyetine göre farklılık göstermesi", "gönüllülerin yaşlarına göre farklılık göstermesi" ve "gönüllülerin medeni durumuna göre farklılık göstermesi" ifadelerinde görülmüşken; reddedilen hipotezler, "gönüllülerin eğitim durumuna göre farklılık göstermesi" ve "gönüllülerin gelir durumuna göre farklılık gösterme" ile ilgili olmaktadır.

Anahtar Sözcükler: sosyal girişimcilik, gönüllülük, sosyal girişimcilik niyeti, STK

ABSTRACT

MEASUREMENT OF UNIVERSITY STUDENTS 'SOCIAL ENTREPRENEURSHIP': AN PRACTICE ON TWO NGO SAMPLES IN ESKİŞEHİR

Cemre KELLECİ

Department of Labor Economics and Industial Relations

Anadolu University, Graduate School of Social Science, July 2020

Supervisor: Assoc. Dr. Zerrin Sungur TAŞDEMİR

The study mainly focused on discussing the social entrepreneurial intentions of volunteer individuals after stating the differences between volunteering activities and social entrepreneurship in the literature. Accordingly, volunteering has taken place in the society in different forms and justifications with the changing and transforming social life. After the emergence of the social state principle in Western societies, volunteering and state aids became more important in meeting the needs of the society. However, the fact that neo-liberal approaches gained momentum after the 1980s saw the rise of the concept of social entrepreneurship and was appreciated not only by individuals who are conscious of conscientious responsibility but also in the private sector or in the field of education. The value of social entrepreneurship has been geared towards emphasizing the entrepreneurial side of individuals compared to traditional NGO activities. Social entrepreneurship involves projects with international partnerships rather than projects on a national scale. In this sense, it is considered to be more appropriate to take steps from the representatives and volunteers of institutions and organizations that are nationally owned first. This is basically to measure social entrepreneurship intentions of the volunteers on two major NGO activists in Eskisehir in Turkey survey was conducted. 6 basic hypotheses were determined before the application. 4 of the determined hypotheses were accepted and 2 were rejected. While the accepted hypotheses were expressed in the expressions of "volunteers differ according to the organization they are volunteers for", "volunteers differ according to their gender", "volunteers differ according to their age" and "volunteers differ according to their marital status"; rejected hypotheses are related to "volunteers differ according to their educational status" and "volunteers differ according to their income status".

Keywords: social entrepreneurship, volunteering, intention of social entrepreneurship, NGO

ÖNSÖZ

‘’Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Girişimcilik Niyetlerinin Ölçülmesi: Eskişehir İlinde Bulunan İki STK Örneği Üzerine Bir Uygulama ‘’ isimli yüksek lisans tezim uzun ve meşakkatli bir süreç sonucunda ortaya çıkmış bir bilimsel çalışmadır.

Öncelikle çalışmam süresince kıymetli zamanını ayırarak, bilgi ve tecrübeleriyle doğruya ulaşmamı sağlamak için ihtiyacım olan her türlü desteği gösteren çok değerli danışman hocam Sayın Doç. Dr. Zerrin SUNGUR TAŞDEMİR’e, samimi desteklerinden dolayı şükranlarımı arz ederim.

Ayrıca fikirleriyle her zaman yol gösteren, ufkumu açan ve tanıdığı imkânlarla desteğini hiçbir zaman esirgemeyen Sayın Prof. Dr. Ayşe Banu BAŞAR’a, eğitim hayatım boyunca bilgisi ve tecrübelerini paylaşarak yeni kazanımlar elde etmemde büyük emeği olan Sayın Doç. Dr. Yener ŞİŞMAN’a teşekkürü bir borç bilirim.

Hayatımın her aşamasında tarifsiz sevgisi ve güveni ile her zaman arkamda olan kıymetli aileme, benim için sarf ettikleri mucizevi çabaları için en kalbi duygularla bir kez daha teşekkür ederim.

CEMRE KELLECİ
ESKİŞEHİR,2020

..../..../20....

ETİK İLKE VE KURALLARA UYGUNLUK BEYANNAMESİ

Bu tezin bana ait, özgün bir çalışma olduğunu; çalışmamın hazırlık, veri toplama, analiz ve bilgilerin sunumu olmak üzere tüm aşamalarında bilimsel etik ilke ve kurallara uygun davrandığımı; bu çalışma kapsamında elde edilen tüm veri ve bilgiler için kaynak gösterdiğimi ve bu kaynaklara kaynakçada yer verdiğimi; bu çalışmanın Anadolu Üniversitesi tarafından kullanılan "bilimsel intihal tespit programı"yla tarandığını ve hiçbir şekilde "intihal içermediğini" beyan ederim. Herhangi bir zamanda, çalışmamla ilgili yaptığım bu beyana aykırı bir durumun saptanması durumunda, ortaya çıkacak tüm ahlaki ve hukuki sonuçları kabul ettiğimi bildiririm.

.....
(İmza)

Cenne KELLECİ
(Öğrencinin Adı Soyadı)

İÇİNDEKİLER

Sayfa

JÜRİ VE ENSTİTÜ ONAYI ..... **i**

ÖZET ..... **iii**

ABSTRACT ..... **iv**

ÖNSÖZ ..... **v**

İÇİNDEKİLER ..... **vii**

TABLOLAR DİZİNİ ..... **x**

ŞEKİLLER DİZİNİ ..... **xi**

KISALTMALAR DİZİNİ ..... **xii**

GİRİŞ **1**

1. GİRİŞİMCİLİK VE SOSYAL GİRİŞİMCİLİĞE İLİŞKİN KAVRAMLAR **3**

1.1. Girişimciliğin Temeli 3

1.2. Girişimci Kavramı 4

1.3. Sosyal Girişimciliğin Temeli 4

1.4. Sosyal Girişimcinin Tanımı 6

1.5. Sosyal Girişimci ve Ekonomik Girişimci Kavramlarının Karşılaştırması 7

1.6. Sosyal Girişimciliğin Fonksiyonları 8

1.6.1. Toplumsal Artı Değer Oluşturacak Fırsatları Görüp Topluma Sunmak 9

1.6.2. Oluşturulan Toplumsal Artı Değerin Sürdürülebilirliğini Sağlamak 10

1.7. Sosyal Girişimciliğin Gelişimi 10

1.8. Dünya'da Sosyal Girişimcilik 12

1.8.1. Ashoka 12

1.8.2. J-Pal 13

1.8.3. Charity Water (Su Hayır Kurumu) 13

1.9. Türkiye'de Sosyal Girişimcilik 13

1.9.1. AKUT 14

1.9.2. Adım Adım 15
1.9.3. Çöp(m)adam 15
1.10. Sosyal Girişimcilik ve Girişimciye İlişkin Boyutlar ve Bilinirliği 16
1.10.1. Sosyal Girişimcinin Sosyo-Ekonomik Boyutları 16
1.10.2. Sosyal Girişimciliğin Sosyo-Ekonomik Boyutları 17
1.10.3. Sosyal Girişimciliğin ve Sosyal Girişimin Bilinirliği 18
1.11. Sosyal Girişimcilik Alanında Literatür Taraması 21
2. GÖNÜLLÜLÜĞE İLİŞKİN KAVRAMLAR 26
2.1. Gönüllülüğün Temeli 27
2.2. Gönüllülük Kavramına İlişkin Yeni Kavramlar 29
2.2.1. Yönetmek İçin Gönüllülük 30
2.2.2. Gönüllülük ve Gelişim 31
2.2.3. Yeni Bir İstihdam Biçimi Olarak Gönüllülük 32
2.3. Gönüllülüğün Çeşitleri 33
2.3.1. Resmî ve Gayri Resmî Gönüllülük 33
2.3.2. Kısa ve Uzun Dönemli Gönüllülük 34
2.3.3. Ulusal ve Uluslararası Gönüllülük 34
2.3.4. Kurumsal Gönüllülük 35
2.3.5. Sanal Gönüllülük 35
2.4. Gönüllü Kavramı ve Sivil Toplum Kuruluşları 36
2.5. Genç Nüfusta Gönüllülük 38
2.6. Sosyal Girişimcilik ve STK Gönüllülüğünün Karşılaştırılması 39
3. ARAŞTIRMANIN METODOLOJİSİ 42
3.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi 42
3.2. Araştırmanın Sınırlılıkları 43
3.3. Araştırma Soruları 43
3.4. Araştırmanın Hipotezleri 45

3.5. Araştırmanın Evren ve Örneklemi 45
3.6. Verilerin Toplanması 46
3.7. Verilerin Analizi 47
4. VERİLERİN ANALİZİ VE BULGULAR 49
4.1. Demografik Özelliklere Ait Tanımlayıcı İstatistikler 49
4.1.1. STK'ler ile İlgili İstatistikler 50
4.1.2. Gönüllülük Faaliyetinin Yıllara Göre Dağılımı 51
4.2. Değişkenlere İlişkin Tanımlayıcı Değerler 51
4.3. Anketin Faktör Analizi 53
4.4. Değişkenler Arası Korelasyon Analizi 56
4.5. Faktörler Arası Doğrusal Regresyon Analizi 57
4.6. Anketin Güvenirlilik Analizi 58
4.7. Bulgular 59
SONUÇ VE ÖNERİLER 80
KAYNAKÇA 86
EKLER
ÖZGEÇMİŞ

TABLOLAR DİZİNİ

Sayfa

Tablo 1: Ekonomik ve Sosyal Girişimcinin Karşılaştırması 8
Tablo 2: Demografik değişkenlere İlişkin İstatistiki Veriler 49
Tablo 3: STK'ye İlişkin Veriler 51
Tablo 4: Gönüllülük Faaliyetinin Yıllara Göre Dağılımı 51
Tablo 5: Sosyal Girişimcilik Niyet Ölçeği Değişken Boyutlarına İlişkin Tanımlayıcı Veriler 52
Tablo 6: Anketin Faktör Analizi 53
Tablo 7: Toplam Varyans Verileri 54
Tablo 8: Dönüştürülmüş Bileşen Matriks Verileri 55
Tablo 9: Korelasyon Analizi Sonuçları 56
Tablo 10: Faktörler Arası Doğrusal Regresyon Analizi 58
Tablo 11: Güvenilirlik Testi Sonuçları 58
Tablo 12: Hipotezlere İlişkin Tanımlayıcı İstatistikler 59
Tablo 13: Gönüllü Olarak Bulunan Kuruma Göre Faktör Ortalamaları 60
Tablo 14: Gönüllü Olarak Bulunan Kuruma Göre Levene ve T-Testi 61
Tablo 15: Cinsiyet Değişkenine Göre Faktör Ortalamaları 62
Tablo 16: Cinsiyet Değişkenine Göre Levene ve T-Testi 63
Tablo 17:Gönüllülerin Yaş Gruplarına Göre Varyans Homojenlik Testi 64
Tablo 18:Gönüllülerin Yaş Gruplarına Göre ANOVA Testi 65
Tablo 19: Yaş Grubunun Sosyal Girişimcilik Niyetini Belirlemek İçin F4 ve F6 Faktörleri için yapılan Post Hoc Tukey Testi Sonuçları 66
Tablo 20: F7 Faktörü İçin Yapılan Games-Howell Test Sonuçları 68
Tablo 21:Gönüllülerin Eğitim Durumlarına Göre Varyans Homojenlik Testi 69
Tablo 22:Gönüllülerin Eğitim Durumlarına Göre ANOVA Testi 70
Tablo 23:Gönüllülerin Medeni Durumlarına Göre Faktör Ortalamaları 71
Tablo 24:Gönüllülerin Medeni Durumlarına Göre Levene ve T-Testi 72
Tablo 25:Gönüllülerin Gelir Durumlarına Göre Varyans Homojenlik Testi 73
Tablo 26:Gönüllülerin Gelir Durumlarına Göre ANOVA Testi 73
Tablo 27:Gönüllülerin Gelir Durumlarına Göre F4 ve F6 Games-Howell Testi 75
Tablo 28: Hipotezler Özet Tablosu 78

ŞEKİLLER DİZİNİ

Sayfa

Şekil 1: Sosyal Girişimcilikle İlgili Anahtar Kelime Kümelenmeleri 20

KISALTMALAR DİZİNİ

ABD **:** Amerika Birleşik Devletleri

AKUT **:** Arama Kurtarma Derneği

AR-GE **:** Araştırma Geliştirme

BM **:** Birleşmiş Milletler

BMZ **:** Almanya Federal Ekonomik İş birliği ve Kalkınma Bakanlığı

CCIVS **:** Uluslararası Gönüllü Hizmet Koordinasyon Komitesi

SDA : Doğrulayıcı Faktör Analizi

GFI : Uyum İyiliği İndeksi

GSYİH **:** Gayri Safi Yurtiçi Hâsıla

IBM **:** Uluslararası İş Makineleri

ILO **:** Uluslararası Çalışma Örgütü

INSARAG **:** Uluslararası Arama Kurtarma Danışma Kurulu

KOSGEB **:** Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeleri Geliştirme ve Destekleme Başkanlığı

OYAK **:** Ordu Yardımlaşma Kurumu

SGNÖ **:** Sosyal Girişimcilik Niyet Ölçümü

SKH **:** Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri

SPSS **:** Sosyal Bilimler İçin İstatistik Programı

STK **:** Sivil Toplum Kuruluşu

TEGV **:** Türk Eğitim Gönüllüleri Vakfı

TTO **:** Teknoloji Transfer Ofisi

TÜSİAD **:** Türk Sanayicileri ve İş İnsanları Derneği

UGK **:** Ulusal Gönüllülük Komitesi

UNESCO **:** Birleşmiş Milletler Eğitim, Bilim ve Kültür Örgütü

GİRİŞ

Devletler, sosyal devlet olma özelliklerine büründüklerinde dahi bazı ihtiyaçları gidermede yetersiz kalabilmekte, toplumda azınlıkta kalan ya da imkânların kısıtlılığı sebebiyle kendilerini toplumda yeterince ifade edemeyen kişi ve gruplara yönelik hizmetlerin verilmesi noktasında yetersiz kalınabilmektedir. Söz konusu ihtiyaçların giderilmesi toplumsal ya da ekonomik bazı girişimlerin kendi içlerinde devlet mekanizmalarından bağımsız olarak gelişecek yapılanmaların eliyle sağlanabilmelidir. Bu yapılanmalar toplumlarda bazen "STK" bazen "sosyal girişimler" adıyla, gönüllüler ve "girişimcilerin" çabasıyla kurulmakta, faaliyet göstermektedirler. Çalışmada ayrıntılı bahsedilecek olan "girişimcilik" kavramıyla bağlantılı olan ve onun bazı özellikleri ile ortak paydada buluşan "sosyal girişimcilik" kavramı kilit önem arz etmektedir. Söz konusu önemin toplumların refahı adına zorunlu faaliyetlere dönüştüğü günümüzde iletişim teknolojisinin de gelişme göstermesi sorumluluk alanlarını ve farkındalık oluşturma çabalarını olumlu yönde etkilediği söylenebilir. Bu açıdan bakıldığında kâr amacı gütmeden sosyal sorumluluk ve toplumsal ahlak gereği ve ihtiyaçlar gereğince gelir elde edecek fonksiyonlara ve araçlara sahip "sosyal girişimler" toplumların temel nitelikteki görevlerine taliplerdir. Çalışmada da sosyal girişimcilik ve benzer alanlarda faaliyet gösteren gönüllülük hareketlerine değinilecek olup bunların toplumlar nezdindeki karşılığı ve farklı sivil toplum kuruluşlarındaki "sosyal girişimcilik" alanında ortaya çıkan farkındalıkların ölçülmesine çalışılacaktır.

Çalışmanın birinci bölümünde, girişimcilik ve sosyal girişimcilik alanında alanyazına yer verilecek olup, kavramların derinlemesine açıklaması yapılacaktır. Ayrıca bu bölümde söz konusu iki kavramın benzer ve ayrı yönleri "sosyal girişimcilik" ve "sosyal girişimci" bağlamında özellikleri ele alınacaktır. Bölümün sonunda sosyal girişimcilik alanında Dünya'da ve Türkiye'de öne çıkan kuruluşlar ile sosyal girişimciliğin ekonomik, sosyal boyutları ve bilinirliği ile ilgili değerlendirmelere yer verilecektir. Bölümün sonunda sosyal girişimcilik alanında son yıllarda yapılmış olan araştırma ve literatür taramasına dayalı son yıllardaki farklı çalışmalar ele alınarak konunun bilimsel bağlamda konu edilişi incelenecektir.

Çalışmanın ikinci bölümünde, gönüllülüğe ilişkin kavramlar incelenerek "sosyal girişimci" kavramıyla ortak ve farklı yönleri tespit edilecek, aradaki bağlantı kurulacaktır. Böylece çalışmanın genel amacına uygun olarak sosyal girişimcilik alanında farkındalık ölçümlerimize tabi olacak sivil toplum kuruluşlarının genç gönüllülerinin genel özellikleri ortaya konmaya çalışılacaktır.

Çalışmanın üçüncü bölümünde, sosyal girişimciliğin gönüllülükle kıyaslanması temel olarak “amaçsal”, “fonksiyonel” ve “sonuçlar” açısından yapılacaktır. Ayrıca bu bölümde toplumsal ve bireysel yönleriyle sosyal girişimcilik ve gönüllülük kavramları tartışılacaktır.

Çalışmanın dördüncü bölümünde literatürden elde edilen bilgiler ışığında anket yöntemi kullanılarak elde edilen istatistiki verilerin dijital ortamda değerlendirilmesi yapılacaktır. Bu bölümde Eskişehir ilinde bulunan iki farklı sivil toplum kuruluşundaki genç üniversite öğrencisi olan gönüllülerin sosyodemografik özellikleri de göz önünde bulundurularak sosyal girişimcilik alanındaki farkındalığı ölçülmeye çalışılacaktır.

Son olarak çalışmanın genel değerlendirmesine yer verilerek, araştırma ve literatür kısmında elde edilen sonuçlar ışığında önerilerde bulunulacaktır.

BİRİNCİ BÖLÜM

1. GİRİŞİMCİLİK VE SOSYAL GİRİŞİMCİLİĞE İLİŞKİN KAVRAMLAR

Yirmi birinci yüzyılda iletişim teknolojisinin gelişmesiyle birlikte toplumlar birbirlerine hiç olmadıkları kadar yakınlaşmış, duygu ve düşünceler daha hızlı yaygınlaşmıştır. Bunun sonucu olarak etkileşim ve girişimcilik küresel boyutlarda kendini göstermeye başlamıştır. Bakıldığında insanların beraber yaşama gereksinimlerinden ortaya çıkan toplumlar yüzyıllardır birbirlerinin sorunlarını paylaşıyor ve çare bulmak amacıyla temel bilinç oluşturma eylemine girişmektedirler. Ancak günümüzde bu tür faaliyetler daha farklı ve özgün biçimlerde kendisini göstermektedir. Buna ilişkin çalışmalar son yıllarda girişimciliğin sosyal yönü olarak karşımıza çıkmakta, söz konusu kavram "sosyal girişimcilik" olarak değerlendirilmektedir. Girişimcilik kavramının akıllardaki ilk çağrışımı "ekonomik" bağlamda olsa da son yıllarda bu kavram "sosyal" yönüyle de dikkat çekmektedir. Bu kavramlara ilişkin literatür derlemesine alt başlıklar dâhilinde değinilecektir.

1.1. Girişimciliğin Temeli

Girişimcilik kavramı kelime kökeni açısından Fransızcaya dayanmakta, bu dilde *entrependre* yani yüklenici, üstlenici anlamlarına gelmektedir. 18 ve 19. yüzyıllarda bilimsel açıdan tartışılsa da kavram, köken itibariyle paleolitik çağa kadar dayandırılabilir. Çünkü kavramın içeriği incelendiğinde yüzyıllardır insanların ekonomik çıkar elde etme amacıyla ticari faaliyette bulunduğu bir gerçek olarak karşımıza çıkmaktadır. Aynı zamanda ilk çağlarda para yerine kullanılan ancak amaçsal açıdan ticari faaliyetlerin temelini oluşturan girişimlere rastlanmaktadır. Söz konusu kavram eski çağlara dayanıyor olsa da 18.yüzyılda akademik anlamda literatüre dâhil olmuş, 19.yüzyılda ise Jean Baptiste Say'ın üretim faktörlerinden biri haline getirmesi ile ekonomik faaliyet ve üretim için temel nitelikte bir ögeye dönüşmüştür. Aynı dönemlerde Joseph A. Schumpeter tarafından kaleme alınan "Ekonomik Analizler Tarihi'nde (History of Economic Analysis)" yer almış, burada girişimcilik teorisi ayrıntılı olarak ele alınmıştır. Joseph Schumpeter eserinde, girişimcilik ve yenilikçilik ifadelerini kullanarak ortaya bağlantılı iki kavram olan "yenilikçi girişimci" ve "yaratıcı yıkımı" ortaya çıkarmıştır. Bu kavramlardan ilki ikincisinin nedeni olarak Schumpeter tarafından anlatılmaktadır. Bu anlatıdan yola çıkarak girişimcilik, ekonomik çıkar elde etmek amacıyla, mal ve/veya hizmet üretip dağıtmak nosyonuyla hareket ederek sürdürülebilir oluşumların/faaliyetlerin tamamına denebilir (Gözek, 2006 :14). Klasikler ve neo klasiklere

göre girişimcilik faaliyetleri, ekonomik olarak ortaya somut ögelerin (mal / hizmet) konulması ile bunların düzenlenmesi, işlevsel hale getirilmesi ve yönetilmesi olarak tanımlanmışlardır (Mwatsika, Kambewa ve Chiwaula, 2018 :455).

Girişimcilik kavramı sonrasında benzer kavramların etkileşimiyle ortak noktalar barındırarak birden fazla tanımlamalara sahip olmuştur. Bunlardan Cole, girişimciliği tanımlarken, genel ekonomik gelişimin temelinde kâr amacıyla ortaya çıkan bütün faaliyetler olarak tanımlarken, Casson, sınırlı kaynakların koordine edilmesi olarak değerlendirmiştir. Bir başka tanıma göre ise, risk alabilmeyi ön plana çıkararak yenilikçi fırsatları değerlendirip kâr amaçlı kurulan bir işletmedeki faaliyetler olarak tanımlamıştır. Bu tanımlarda ortak olarak yenilikçilik ve yeni bir işletme kurup fırsatları değerlendirebilme faaliyetleri olarak tanımlamalara ek olarak bir başka tanımda yeni bir işletme kurmanın aksine mevcut kaynaklar üzerinden yeni ve fazla refah üretmek ile üretilebilecek refahın artırılması yönünde bazı farklılıklar belirlenmiştir (Güler, 2008).

1.2. Girişimci Kavramı

Richard Cantillon, girişimci kavramını tanımlarken genel ifadeler kullanarak *"tüketiciler ile üreticiler arasındaki bağı kuran kişi"* olarak tanımlamıştır. Girişimcilik kavramına yeni bir soluk getiren ve kendine özgü bazı niteliklerde ekleyen Schumpeter ise, *"yeni bir buluş ortaya koyan ya da var olan üretim biçimlerine önceden ortaya konmamış üretim biçimleri veya teknolojiler ile destekleyerek üretim sürecinde inovasyon yapan kişi"* olarak tanımlamıştır (Canbal, 2016 :4-5). Bu temel tanımların dışında girişimci kavramı, "*ekonomik saiklerle hareket yaratıcı kişi* (Sombart)"; "*kontrollü risk alan ve idare eden işletmeyi kuran kişi* (Funkanda Wagnall)"; "*genel ekonomik çıkarlar doğrultusunda fırsat kovalayan, kaynakları kontrol eden ve yenilikçi fikirler ile işletme kuran kişi* (Marks ve diğerleri)"; *"istihdam oluşturarak üretim faaliyetlerinin düzenlenmesi ve oluşturulmasında temel nitelikte kişi* (TÜSİAD)" olarak değerlendirilen birçok tanım da mevcuttur (Güler, 2008).

1.3. Sosyal Girişimciliğin Temeli

Sosyal girişimcilik kavramı 1980'lerden sonra Bill Drayton tarafından ortaya atılan bir kavram olarak karşımıza literatürde çıksa da temel fonksiyonları açısından çok eski zamanlardan beri var olduğu ileri sürülebilir (Dess ve Anderson, 2006 :1-5). Nitekim sosyal girişimcilik kavramının temelinde kâr amacı gütmeden bireyden topluma ya da kişiden kurumsal yapılanmalara kadar toplum ihtiyaçlarını karşılayabilmek adına ortaya konan ve sürdürülen ekonomik faaliyetler bütünü olarak tanımlanabilir. Söz konusu tanımda ekonomik

faaliyetler insanların ihtiyaçlarını karşılamak amacıyla bünyesinde gelir elde eden bunu da paylaşan niteliktedir. Mair ve Marti (2006 :36)'ye göre sosyal girişimcilik, toplumsal olarak iyi yönlü değişimi amaçlayan maddi ve insan kaynağı oluşturmak amacıyla hali hazırdaki fırsatları değerlendiren ya da yeni fırsatları kovalayarak gelir elde etme amacı güden, – kâr değil- sosyal ihtiyaçların ortaya çıkarılmasıyla değişimi gözeten faaliyetlerdir. Sosyal girişimciliğin gelişmesi ve yaygınlaşması ise özellikle iletişim teknolojisinin gelişmesiyle kendini ön plana çıkarmış, birçok sosyal sorunun ortaya çıkmasına ve çözüme kavuşması adına toplumların bilinçlenmesini sağlamıştır (Canbal, 2016 :10-20). Sosyal girişimcilik karmaşık toplumsal ihtiyaçların giderilmesi ve / veya ortaya çıkarılması amacıyla kurulan ve işletilen kuruluşlar olarak değerlendirilebileceği gibi var olan bir kuruluşun sosyal ihtiyaçları gidermek için bünyesinde faaliyetlerde bulunması olarak da açıklanabilir. Nitekim bu tür çalışmalar devletin ya da bir kuruluşun özel payesinde değil, toplumun ihtiyaçlarının giderilmesi adına iyi niyet besleyen ve girişimlerde bulunan, fırsatları değerlendirip yönetebilen tüm toplumun ortak payesidir. Sosyal girişimde amaç söz konusu faaliyetleri yürüten kişilerin servetini artırmak değil, toplumun değişiminde katalizör görevi alarak öncülük etmektir (Austin, Stevenson ve Wei-Skillern, 2006). Sosyal girişimciliğin tanımlanmasında farklı bakış açıları olsa da temel olarak hepsinin ortak paydası belirgin biçimde toplumun ihtiyaçlarının giderilmesi ve genel refahın artırılması adına kâr amacı gütmeden yapılması gereken faaliyetlerdir. Ancak bazı araştırmacıları sosyal girişimcilik için finansman çeşitliliğinin sağlanması ile sosyal değer oluşturmayı, proje/plan geliştirmeyi ön plana çıkarırken, bir diğer yaklaşım sosyal girişimcilik için sektörler arası faaliyetler yürüten işletmelerin "sosyal sorumluluk" faaliyetlerini ön plana çıkarmıştır. Buradaki temel farklılıklardan biri baştan itibaren amacın toplumsal ihtiyaçların giderilmesi için kurulan girişimler olarak ele alınması iken, bir diğer farklılık ise hali hazırda ticari faaliyetler yürüten işletmelerin daha sonra farklı saiklerle sosyal girişim projeleri üretmesi olarak değerlendirilmiştir (Mair ve Marti, 2006). Bakıldığında organizasyonlar genel olarak belirli ellerde toplanmadığı takdirde ve sadece "kâr gütmediği" sürece hali hazırda toplumun malı olarak değerlendirilebilir (Thompson, 2002). Sosyal sorumlulukların yerine getirilebilmesi için bu faaliyetleri yürüten kişi ve kurumların misyonunda fedakârlık ve etik değerlerin olması gerekmektedir. Ahlaki ve etik değerlerin sahiplenilmesi ve katılımda bulunanlara aktarılması sosyal girişimciliğin başarısı açısından önem arz etmektedir. Ancak sosyal girişimciliğin ortaya konulabilmesi adına "gelir elde edebilmesi" gerekmektedir. Çünkü finansmanı güçlü olmayan yapıların var olan krizlere çözüm üretme kabiliyeti düşük olacaktır. Bu yönüyle de "girişimcilik" öne çıkmaktadır (Peredo ve Murdith Mclean, 2006). Sosyal girişimcilik yeni

saiklerle kurulan bir işletme olabileceği gibi kâr amacı güden girişimlerin kendine özgü farklı faaliyet alanlarında da kendini gösterebilir. Bu şekilde olduğunda "sosyal iç girişimcilik" olarak tanımlanır (Mair ve Marti, 2006 :37).

Sosyal girişimcilik, geleneksel iş kültüründe yer alan unsurlar olan disiplin, yenilik ve kararlılık ile birlikte sosyal anlamda değişimin öncüsü olmaya namzettir. Bunlarla birlikte sosyal girişimcilik, sosyal misyon, vizyon ve sürdürülebilir karakterde yenilikçi faaliyetleri de içermektedir (Matin ve Osberg, 2007). Bu amaçlarla 1980'li yıllardan beri faaliyetlerini sürdüren Ashoka Vakfı sosyal girişimciliği, *"temel toplumsal ve ekonomik sorunlarla mücadele etme, toplumun en acil sosyal, kültürel ve çevresel zorluklarına, sorunlarına yenilikçi çözümler bulma"* olarak tanımlamıştır (www.ashoka.org, 2020). Bununla birlikte sosyal girişimciliğin farklı bir ögesi olan "*problem çözme"* Johnson'ın (2006) çalışmasında önemle üzerinde durulmuştur. Söz konusu önem, sosyal girişimin sonuçlarının ve sorunlarının ölçülebilir olmasının çözüm için ve sosyal girişimin gelişmesi için kilit nokta olmasıdır. Dünya'da sosyal girişimcilik örnekleri arasına Muhammed Yunus'un "mikro kredisi" ve Türkiye'deki Yusuf Ziya Bey'in "Darüşşafaka'sı" dikkat çekici olarak girebilir (Canbal, 2016 :21).

1.4. Sosyal Girişimcinin Tanımı

Sosyal girişimciliğin öncüleri ve uygulayıcıları olarak belirtilebilecek sosyal girişimci kavramı, çevresinde ya da toplumun tamamında sorun teşkil eden konuların çözülmesi için çaba harcayan, kaynakları bir araya getiren, gerektiğinde sorunu tespit eden kişiler olarak tanımlanabilir. Sosyal girişimcilere toplumda ihtiyaç duyulması, devletlerin sosyal ihtiyaçların bazılarına cevap veremediği ya da sorun olarak dâhi görmediği konularda çözüm üretmesinden kaynaklanmaktadır. Sosyal girişimciler bu faydaları nedeniyle toplumların geneli tarafından benimsenmiş ve katkı sunma konusunda istekli birçok kişinin ortaya çıkmasına sebep olmuşlardır. Sosyal girişimler, sorunlara çözüm bulurken kitlesel çözümler üreterek, tüm toplumlarda yaşanan ya da yaşanması muhtemel problemlere ışık tutmaya özen gösterirler. Çünkü bu tip kuruluşlar, bireysel değil toplumsal ya da kitlesel çözüm önerileri geliştirmek suretiyle sağladıkları faydayı maksimize edebilirler. Sonuç olarak temelinde girişimcilik faaliyeti barındıran bu kuruluşlar fayda maksimizasyonunu öne çıkarmaktadırlar. Önemli olan nokta bu tip kuruluşların kâr maksimizasyonunu bireysel ihtiyaçların değil toplumsal ihtiyaçların giderilmesi için kullanmasıdır. Sosyal girişimciler de var olan potansiyellerini kişisel değil toplumsal fayda için harcama eğilimindedirler.

Sosyal girişimcilikle ilgili literatürdeki bazı tanımlara değinilecek olursa;

"Sosyal girişimci, özgün düşünceleri ile karmaşık sorunlara çözüm bularak kişisel ekonomik faydadan ziyade, toplumsal faydayı üst düzeye çıkarır (Reyhanoğlu ve Akın, 2010 :4)."

"*Sosyal girişimci öncelikle yaşadığı toplumdaki sorunları fark ederek sorunlara karşı herkesten farklı olarak çözüm önerileri geliştirip, cesaret, ısrarla, özgün biçimde, gerçekleri göz ardı etmeden toplumsal iyiliğe yönelik çalışmalar yürüten ve toplumun güvenini kazanan kişidir* (Ashoka, 2020 :15)."

"*Sosyal girişimciler, kamu, özel ya da üçüncü sektör olsun herhangi birinde faaliyet yürütmesi fark etmeksizin bulundukları alanda toplumun faydasına dönüştürülebilecek her türlü organizasyonda yer alan ve inovatif çabalarla faydayı ortaya çıkarır ya da geliştirir. Bu faaliyetlere genel olarak sosyal girişimciliğin inovatif ajanlığı da denebilir"* (Çetindamar, Tutal, Titiz ve Taluk, 2010).

Tanımlara bakıldığında genel olarak sosyal girişimci, toplumsal faydayı gözetirken özgün biçimde, tereddüt etmeden ekonomik kaygıdan vareste biçimde etkili olmak için özel bir alan ya da muamele beklemeden faaliyet yürüten kişi olarak tanımlanabilir.

Sosyal girişimcinin tanımını kolaylaştırmak amacıyla kavramın genel özelliklerine değinecek olursak (Dess ve Anderson. 2002 :6);

- Hayal gücünün geniş olması,
- Kararlı olmak,
- Çalışkan olmak,
- Etkili olmak,
- Amaca sadık olmak,
- İnanarak hareket etmek,
- Kâr elde etmeyi bilmek,
- Detaylara hâkim olmak,

1.5. Sosyal Girişimci ve Ekonomik Girişimci Kavramlarının Karşılaştırması

Sosyal girişimci ile ekonomik girişimci arasındaki farklılıklara değinirken bu farklılıkların daha çok amaç yönüyle ve sonuç yönüyle farklılıklar arz ettiğini belirtmekte fayda görülmektedir. Şöyle ki; ekonomik girişimci ve sosyal girişimci ekonomik kaynakları elinde tutup bunları artırma eğilimindedir. Ancak ekonomik girişimci şahsi ya da grubunun çıkarlarını

ön plana çıkarırken, sosyal girişimci elde ettiği başarıyı ya da ekonomik geliri toplumsal sorunların çözümünde kullanma eğilimindedir. Sosyal girişimci ayrıca var olan bir ekonomik kaynağın toplumsal çıkarlar için kullanılmasını da sağlamak için faaliyet yürütebilir. Böylece, sosyal girişimcilik, girişimciliğin bir parçası olarak görülebilir ancak sonuçta çevresel, toplumsal ya da geneli etkileyen ekonomik problemlere çözüm sunmakla görevlidir (Canbal, 2016 :22). Ekonomik ve sosyal girişimcilik arasındaki farklılıkların daha net anlaşılabilmesi adına aşağıdaki tablo yardımcı olacaktır.

Tablo 1: Ekonomik ve Sosyal Girişimcinin Karşılaştırması

EKONOMİK GİRİŞİMCİ	**SOSYAL GİRİŞİMCİ**
Yeni ihtiyaçları gözetir.	Yeni yollarla uzun vadeli amaçları kurgulayarak etkin biçimde yönetir.
Ortakları ve şahsi çıkarları için risk alabilir.	Ortaklar için risk alır.
İşletme oluşturma eğilimi vardır.	Değişim olması için çaba harcar.
Ekonomik koşulları gözeterek doğru adımlar atmak suretiyle rekabet eder.	Toplumsal ve çevresel fayda uğruna rekabete girişir.
Ekonomik fayda ve sosyal statü kazanmak için risk alır.	Sosyal ihtiyaçları gözetmek ve gidermek için risk alır.
Şahsi ya da grubunun ekonomik kârını artırmak saîkiyle hareket eder.	Toplumsal ihtiyaçların giderilmesinde kullanmak üzere aracı olması için kâr amacı güder.

Kaynak: Barendsen ve Gardner, 2004 :43, Austin vd., 2006 :6, Özdevecioğlu ve Cingöz, 2010 :91, 'den derlenmiştir.

Bu iki kavram, girişimcilik kavramının genel özellikleri bağlamında tam anlamıyla aynı karakterlere sahiptir. Ancak Tablo 1 incelendiğinde anlaşılacağı üzere, ekonomik girişimci ile sosyal girişimci kavramları birbirlerine kullandıkları araçlar ve faaliyetlerinin devamı için geliştirdikleri yöntemler itibariyle benzeseler de temelde ve sonuçta birbirlerinden ayrılmaktadır.

1.6. Sosyal Girişimciliğin Fonksiyonları

Sosyal girişimciliğe ilişkin bazı fonksiyonlardan söz ederken, kavramın içeriği hakkında anlaşılır ifadelere yer vererek, kavrama dair temel özelliklerin açıklaması yapılacaktır. Alanyazında fonksiyonlar kaynaklarda farklı sayıda boyutta açıklanmıştır. Örnek verilecek olursa Kırılmaz S. K. (2014, :62) çalışmasında boyutları "*sosyal içerikli vizyon ve misyon sahibi*

olma, sosyal değer yaratma, sosyal girişim fırsatlarını görme, yenilikçi olma, kaynak yaratma ve sürdürülebilirliği sağlama ve sosyal ağlardan faydalanma" olarak 6 başlıkta incelemişken; Mort ve Weerawardena (2006) 9 STK inceleyip bunlardan edindiği bilgiler doğrultusunda "*Çevresel Dinamikler, Yenilikçilik, Proaktiflik, Risk Yönetimi, Sürdürülebilirlik, Sosyal Misyon ve Fırsat Arama/Tanıma*" şekilde 7 boyut altında değerlendirmiştir. Tüm bu değerlendirmeler göz önüne alınarak çalışmada söz konusu fonksiyonların temel olarak ikiye ayrılabileceği düşünülmüştür. Bunlar, "Toplumsal Artı Değer Oluşturacak Fırsatları Görüp Topluma Sunmak" ve "Oluşturulan Toplumsal Artı Değerin Sürdürülebilirliğini Sağlamak" olarak sıralanabilir. Bu iki kavram sosyal girişimciliğin temelinde bulunan ve başarılı olması için gerekli amaçsal fonksiyonlar olarak değerlendirilebilir.

1.6.1. Toplumsal Artı Değer Oluşturacak Fırsatları Görüp Topluma Sunmak

Sosyal girişimcilik faaliyetleri yürüten kişi ya da kuruluşlar, sezgisel ya da tecrübelerini ortaya koyarak toplumun içinde bulunduğu zor ve karmaşık sorunlara karşı öncelikle ve erken çözüm önerileri geliştirme eğiliminde olmalıdır. Bunlar yapılırken araştırma ve geliştirme faaliyetleri son derece önemli olmakla birlikte, teknolojinin ve kamu gücünün de göz ardı edilmemesi gerekmektedir. Kamu gücü sosyal sorunların bazen tespitinde bazen de çözümünde geç kalsa da kaynak oluşturma, bilinç geliştirme açısında son derece önemli vazifeleri yerine getirebilmektedir. Ulusal ve uluslararası üst kuruluşlar halen sosyal sorunların çözümünde etkin olmak için çaba sarf etmektedir. Toplumlarda halihazırda söz konusu kuruluşlara olan güven birçok özel sektör kuruluşuna nazaran daha fazla olduğu görülmektedir. Sosyal girişimciler de toplumların ihtiyaçlarını giderirken tüm koşulları ve kurumları fayda sağlayacak şekle evirebilmeli ve artı değer oluşturmak konusunda etkin hale getirebilmelidir.

Sosyal girişimciler, toplumda ya da çevrede oluşmakta olan bir sorunu topluma da kabul ettirebilmeli ve üstesinden gelme konusunda kaynak oluşturup bunları entegre etme noktasında çaba sarf etmelidir (Güler, 2010 :73). Sosyal girişimci ancak bu şekilde etki oluşturabilir ve kitlesel sorunların erken önlenmesinde fayda sağlayabilir. Bu konuda anahtar kelimelerden biri de "fırsat" olarak karşımıza çıkmaktadır. Girişimcilik faaliyetlerinde ne tür olursa olsun "fırsatları" görebilen kişiler amaçlarına daha hızlı ulaşabilirler. Sosyal girişimde de aynı temel mantık işlevseldir. Fırsatlar kaçtığında ya da gerekli özen gösterilmediğinde sorunların çözümü daha da zorlaşacak, karmaşıklaşacaktır.

1.6.2. Oluşturulan Toplumsal Artı Değerin Sürdürülebilirliğini Sağlamak

Sosyal girişimcilik toplumsal faydanın sağlanması için yürütülen faaliyetler olsa da bu faaliyetlerin sürdürülebilir olması ve ekonomik açıdan geliştirilebilir olması hayati öneme sahiptir. Sosyal girişimciliğin daha çok "girişimcilik" tarafını yansıtan kaynak oluşturma ve sürdürülebilir olma özelliği kişi ya da kuruluşların ayakta kalabilmeleri açısından önemlidir. Sürdürülebilirlik sorunlara çözüm açısından da vazgeçilmez bir kavramdır. Çünkü çözümlerin anlık ya da kısa vadeli değil uzun vadeli olması asıl artı değerin ortaya çıkması için gereklidir. Bu noktada girişimcilerin şahsi iletişim ağları ve fırsatları kovalayarak birden fazla / farklı ekonomik kaynağın oluşturulması becerileri ön plana çıkar. Sosyal girişimciler farklı ve özgün bakış açıları ile geliştirdikleri çözümler sayesinde temel sorunlara çözüm bulabilirler. Aksi takdirde bulunan çözümler toplumları ikna edemez, amaca ulaşmakta yetersiz kalınabilir (Güler, 2008: 108). Geliştirilecek ticari ilişkiler sayesinde ekonomik sürdürülebilirlik sağlanırken, ulaştıkları iletişim ağları ile de hem ekonomik hem de insan kaynağı ihtiyaçlarının sağlanması yoluyla kurumsal sürdürülebilirlik sağlanabilecektir (Canbal, 2016: 21-22).

1.7. Sosyal Girişimciliğin Gelişimi

Sosyal girişimciliğin tarihsel süreçteki gelişimine bakıldığında, kavram günümüzdeki karşılığını bulana dek benzer faaliyetleri yürüten ancak profesyonel olarak kurumsal anlayış içinde işlevselliğe sahip olmayan birçok örneği barındırır. Sosyal bir varlık olarak insan, ihtiyaçlarının giderilmesi gibi başkalarının da ihtiyaçlarını gidermekle vicdanen sorumludur. Toplum olarak birlikte yaşamanın getirdiği en büyük sorumluluk olarak bu görülebilir. Devlet mekanizmasının da esasen toplum için zımni bir sözleşmenin ürünü olduğu bilinmektedir. Sözleşme tüm toplum tarafından kabul edilir ve herkese uygulanır. Uygulamaların içinde toplumun ihtiyaç sahibi bireylerine yardım edilmesi önemli bir yer tutmaktadır. Devlet mekanizmasının genel işleyişinin ulaşamadığı alanlarda ise söz konusu sözleşmenin dışında "gönüllü" kişi ve kurumlar faaliyetlerini toplumun fayda düzeyini artırmak amacıyla yürütebilirler. Sosyal girişimcilik örneklerine hem dünya tarihinde hem de Türkiye tarihinde çok derin ve anlamlı birçok örneğine rastlamak mümkündür. Yalnız günümüz koşullarında karmaşanın ve çok çeşitli ihtiyaçların oluşması eski yöntemlerin işlevselliğini yitirmesi, yeni yöntemlerin oluşturulmasında gereklilik arz etmektedir. Bu duruma bağlı olarak sosyal girişimcilik kavramı 1980'li yıllardan sonra hem akademik olarak hem de uygulamada örnek teşkilde edecek seviyede gelişim göstermiştir. Bill Drayton'un Ashoka adıyla kurduğu vakıf sayesinde sosyal girişimcilik daha anlaşılır hale gelmiştir. Ayrıca sosyal girişimciliğin gelişmekte olan ülkelerde "yeni bir istihdam anlayışı" olarak değerlendirildiği görülmüştür

(Quarter, Ryan ve Chan, 2014). Sonrasında birçok vakıf kurularak sosyal girişimcilik alanında uygulamalar ortaya koymaya ya da uygulamaya finansal destekte bulunmaya başlamışlardır. Bunlardan bazıları Schwab Vakfı, Scholl Vakfı ve Ashoka Vakfı olarak sıralanabilir. Özellikle Ashoka Vakfı ile literatürde işletmecilik türleri arasına sosyal girişimciliğinde eklendiği görülmektedir. Vakfın kurucusu olan Drayton'un asıl hedefleri arasında ekonomik girişimcilik ile gönüllülüğün etkileşimini sağlayarak toplum ihtiyaçlarının daha doğru biçimde karşılanabilmesinin sağlanmasıdır. Bu kapsamda Drayton birçok yurtdışı gezisi yaparak genel incelemelerde bulunmuştur (Bornstein ve Davis, 2010). 1990'lara gelindiğinde ise Campbell sosyal girişimcilik kavramını tanımlamış ve bu alanda çalışma yapmak isteyenlere rehberlik etmeye çalışmıştır. Buna göre Campbell sosyal girişimciliği, "kâr amacı gütmeksizin, mal ya da hizmetlerin toplum ihtiyaçlarını giderecek şekilde sunulması" olarak tanımlamıştır. Kavramın akademik açıdan gelişmesine 1997 yılında Hentoni Melville ve Walesh'in sivil toplum kuruluşlarının toplumun ihtiyaçlarını gidermedeki etkinliği üzerine yaptıkları çalışma katkı sağlamıştır. Ancak 1920'lerin başlarında ortaya çıkan ekonomik krizler toplum açısından farklı problemlere yol açmış, bu tür faaliyetler kendilerini kabul ettirmede zorluklar yaşamıştır. İşsizliğin artması, ekonomik gerilemenin dünya çapında hissedilmesi, dünya savaşının patlak vermesi gibi nedenler sosyal politika araçlarının etkinliğinde zorluklar meydana getirmiştir. Devlet müdahaleleri özel girişimlerin cesaretlerini kırmış, ekonomik girişimler bile pasif kalmıştır (Dayar vd., 2009 :69).

2000'li yıllar itibariyle ekonomilerin toparlanması, teknolojinin gelişmesi, eğitim seviyesinin artması ve refah devleti anlayışının güç kazanması sosyal girişimcilik açısından da önemli kazanımların edilmesi adına olumlu gelişmelerdir. Teknolojik gelişmeler, bireylerin de toplumların da her an, her ihtiyaçlarını Dünya'nın bir diğer ucundan haberdar edebilmesine sebep olmuştur. İletişim teknolojisinin özellikle çok geliştiği günümüzde bazı ekonomik aksaklıklara rağmen sosyal girişimcilik faaliyetlerinin ilk çıktığı döneme kıyasla daha etkin olduğunu, bilinirliğinin daha yüksek olduğunu göstermektedir. Ayrıca tüm gelişmelere rağmen sosyal girişimcilik ülkelerin genel ekonomik durumlarıyla yakından ilişkilidir. Buna göre, ekonomik açıdan yüksek düzeyde olan ülkelerde genel olarak refah devletinin ivme kaybetmesi sosyal girişimcilik bağlamında destekçi sayısının artışına sebep olurken, gelişmekte olan ülkelerde adeta can simidi görevini üstlenmeye devam etmektedir (Cingöz ve Özdevecioğlu, 2009 :82).

1.8. Dünya'da Sosyal Girişimcilik

Dünya'da sosyal girişimcilik önceki bölümlerde de değinildiği üzere Ashoka Vakfı'nın kurulmasıyla ön plana çıkmıştır. İkinci Dünya Savaşı sonrasında toplumsal yaraların kapatılması gerekliliği artmış, Amerika Birleşik Devletleri (ABD) Başkanı Roosvelt'in New Deal adlı programı ile sosyal politika çalışmaları da ivme kazanmıştır (Akkaş, 2009 :12). Sosyal politika faaliyetleri ve sosyal devlet olguları gelişirken, sosyal girişimcilik de bireysel çabalarla gelişme göstermektedir. 1991 yılında ortaya konan bir çalışmaya göre, İngiltere'de 160.000'den fazla gönüllü kuruluş bulunmakta ve nüfusun %20'si faaliyetlere yılda 1 kez de olsa katılım göstermektedir. Günümüze gelecek olursak, 2010'lu yıllarda Fransa'da nüfusun %4,2'si, İngiltere'de yaklaşık %4'ü vakıflarda istihdam edilmektedir. Bu da istihdam şekli açısından yeni bakış açısının önemli bir yer tuttuğunu sosyal girişimcilik alanında da göstermektedir. Halihazırda sosyal girişimcilik, hem istihdama katkı sunarak farklı bir yönle toplumsal fayda oluştururken, bir yandan da yürüttüğü faaliyetlerle toplumda önemli açıkların kapatılmasında pay edinmiş olmaktadır. Buna verilebilecek önemli birkaç örnek Ashoka, J-Pal, Charity Water (Su Hayır Kurumu) ve Otsimo olarak sıralanabilir.

1.8.1. Ashoka

Ashoka Vakfı 1980 yılında Bill Drayton tarafından kurulmuş ve genel düzeyde sistemsel sorunların çözümü için planlar yapan ve küresel çapta çözümler üreten ilk "sosyal girişimcilik" kuruluşudur. Bill Drayton, organizasyona ismi 1987 yılında vermişse de Hindistan'da 1981 yılında başlamış olduğu faaliyetlerden sonra Sanskritçe "Ashoka (kaderin yokluğu)" adını tescil etmiştir. Söz konusu isim M.Ö. 3.yüzyılda Hindistan'da şiddete son verip toplumun ihtiyaçlarına odaklanan merhametli İmparator Ashoka'dan esinlenilmiştir. Ashoka kuruluşu genel merkezi yer olarak ABD'de konumlansa da kuruluşun ilk faaliyet yeri 1981 yılında Hindistan olmuştur. Hindistan'da geniş kapsamlı ve nitelikli bir sosyal girişimci ağı oluşturmak amacıyla benzersiz özelliklere sahip kişileri süzerek küresel değişimin öncülerini belirlenmeye başlanmıştır. Sonrasında kurucu Bill Drayton'a McArthur (dâhi ödülü) verilerek organizasyonun başarısına ivme kazandırılmıştır.

Ashoka Vakfı 1987'den 1990'lara gelindiğinde Latin Amerika, Orta ve Doğu Avrupa, Asya ve Afrika kıtalarında faaliyetler yürütüp 100'ün üzerinde üyeye sahip olmuştur. Söz konusu üyelerle birlikte seyahat etme ve faaliyetlerin yürütülmesi adına Burs Destek Sistemlerini devreye almışlardır. Ayrıca sosyal girişimciliğin özel sektörden firmalarla ortaklıklar sayesinde gelişebileceğini kanıtlar nitelikte 1996 yılında Brezilya'nın Sao Paulo kentinde McKinsey ve Company ile yaptığı ortaklık sayesinde gençlerin gelişmesi ve genç

sosyal girişimcilerin alt yapısının oluşturulması amacıyla "Gençlik Girişimini" kurmuştur. Böylece gençlere yatırım yaparak onların hem ihtiyaçlarını giderip gelişimlerini sağlamışlar hem de sosyal girişimcilik bilincini oluşturarak özel sektör iş birliğinin önemini ortaya koymuşlardır. Ashoka Vakfı 1990'lara gelindiğinde temel amaçlarına ulaşmış, 1000'in üzerinde üyesi ve ABD'de bazı okullarda sosyal girişimcilik derslerinin verilmesi ile sosyal girişimcilik mantalitesinin oluşmasına öncülük etmiştir.

1.8.2. J-Pal

J-Pal, 2003 yılında Massachusetts Teknoloji Enstitüsü (MIT) profesörleri olan Abhijit Banerjee, Esther Duflo ve Sendhil Mullainathan tarafından "Yoksulluk Eylem Laboratuvarı" olarak kurulmuş ve dünyadaki yoksulluk gerçeğine bakış açısının değiştirilmesi amacıyla faaliyetler yürütüp araştırmalar ortaya koymaktadır. 2005 yılında MIT mezunu Mohammed Abdul Latif Jameel'in babası ve Abdul Latif Jameel şirketin kurucusu olarak onursal başkan seçildi. Ayrıca J-Pal düzenli olarak Jameel ailesinin kurucusu olduğu Community Jameel'den destek almaktadır. J-Pal günümüzde eğitim, politika ve kamu politikaları alanlarında çalışmalar yürüten araştırmacıların da içerisinde bulunduğu 400'ün üzerinde kişiyle çalışmaktadır. Söz konusu grup daha çok çeşitli üniversitelerde çevrimiçi ve yüz yüze kurslarla kalkınma politikaları ve veri yönetimi konularında eğitimler vermektedir.

1.8.3. Charity Water (Su Hayır Kurumu)

Scott Harrison tarafından 2006 yılında New York'da kurulan ve dünyanın temiz su ihtiyacının giderilmesi için faaliyetler yürütmektedir. Kurum 13 yıl içinde çeşitli kişi ve kurumlardan topladığı 450 milyon ABD Doları ile 28 ülkede 51.000'den fazla projeye öncülük etmiştir. Bu da çeşitli coğrafyalarda 11 milyondan fazla insanın temiz su ihtiyacının giderilmesini sağlamıştır. Kuruluş çeşitli özel sektör temsilcisiyle iş birliği yürüterek toplumsal temel su sorunlarının çözümünde rol almıştır. Kuruluş topladığı paraları su projelerini yürütebilecek çapta olan yerel veya küresel ortaklara yatırarak yapmaktadır.

1.9. Türkiye'de Sosyal Girişimcilik

Toplumsal ihtiyaçların giderilmesi için Türkiye'de vakıflar marifetiyle Osmanlı Döneminden beri devam etmektedir. Ancak o dönemde Osmanlı Devleti'nde girişimcilik faaliyetleri daha çok ticari malların alım-satımı üzerinden ilerlemekte ve daha çok Türk olmayan azınlıklar tarafından icra edilmekteydi. Azınlıkların kontrolünde olan ticari faaliyetler Osmanlı Devleti'nin son döneminde büyük Avrupa devletlerine verilen kapitülasyonlar yüzünden iyiden iyiye zayıflamıştır. Bu da toplumsal olarak girişimcilik ve sermaye birikimi

koşullarını çokça zorlamıştır. Osmanlı Devleti'nin askerlik ve çiftçilik üzerinden organize ettiği tebaası son dönemlerde ekonomik ve sosyal olarak ciddi sıkıntılar çekmiştir. Buna rağmen devlet eliyle de olsa sosyal alanda atılan bazı adımlar toplumun ihtiyaçlarını görmede etkili olmuştur. Darüşşafaka Cemiyeti buna en uygun örnek olarak karşımıza çıkmaktadır. Osmanlı Döneminde 1863 yılında padişah fermanıyla kurulan cemiyet yoksul ve yetim çocukların eğitimlerinin görülmesi amacıyla faaliyetler yürütmektedir. Kurum, halen Türkiye Cumhuriyeti'nde bazı tüzük değişiklikleri ile birlikte temel olarak aynı doğrultuda devam etmektedir. Ayrıca Osmanlı Dönemi'nde ilk anonim girişimcilik örneğine Sultan Abdülmecit döneminde "Şirket-i Hayriyye" adıyla kurulan İstanbul boğazındaki vapur taşımacılığı örnek gösterilebilir (Efeoğlu, 2019 :42-43).

Türkiye Cumhuriyeti döneminde ise girişimcilik faaliyetleri devlet desteğiyle sürdürülmeye çalışılmış, sermaye ve nitelikli insan gücü eksiği bulunan ülkenin ekonomik gücü yerli kaynaklar ve teşviklerle ilerletilmeye özen gösterilmiştir. Ancak bu dönem kısa sürmüş ve "devletçilik" politikasıyla devletin direkt ekonomik alanda söz sahibi olduğu birçok kuruluş ortaya çıkarılmıştır. Söz konusu dönem cumhuriyetin kuruluş yılları olarak da adlandırılabilir. Bu dönemde sosyal girişimciliğe modern anlamda olmasa da vakıflar eliyle temel toplumsal ihtiyaçların giderilmesi yoluyla devam edilmiştir. Dünya'da olduğu gibi Türkiye'de de sosyal girişimcilik çağdaş anlamıyla son dönemlerde gelişme göstermiştir. Ancak Türkiye'de gelişme hızı ve etki alanı bakımından Avrupa ülkeleri ve ABD'deki gibi seyir göstermemiştir. Türkiye'deki sosyal girişimlerde dünyadaki örnekleri ile paralel olarak hükümetler, büyük vakıflar, STK'ler ve bireysel bağışlar gibi finansal araçlarla işlev göstermektedir (Şemşek ve Taş, 2017 :485). Türkiye'de kurulmuş çağdaş sosyal girişimcilik örneklerinin anlaşılabilmesi için AKUT, Adım Adım ve Çöp(m)adam projeleri yakından incelenecektir.

1.9.1. AKUT

Resmi kuruluşu 1996 yılına uzanan AKUT, gayriresmi faaliyetlerine 1994 yılında 2 üniversite öğrencisinin Konya, Mersin ve Niğde şehirlerine yayılmış Bolkar Dağlarında kaybolması ve arama-kurtarma çalışmalarının da sonuçsuz kalması ile birkaç dağcılık deneyimi olan kişi tarafından 1995 yılında başlanmıştır. Söz konusu faaliyetleri yürüterek ülke çapında arama-kurtarma alanında ciddi açıkları kapatmaya başlamıştır. Aynı yıl Uludağ'da ilk arama kurtarma faaliyetlerine katılmıştır. AKUT 14 Mart 1996 yılında resmi olarak "AKUT Arama Kurtarma Derneği" adıyla kurulmuştur. 1998 yılında Adana-Ceyhan depreminde aldığı aktif ve başarılı rol ile 19 Ocak 1999 tarihinde Bakanlar Kurulu tarafından "Kamu Yararına Dernek" statüsüne geçmiştir. Bununla birlikte daha da ivmelenen AKUT, 1999 yılında yaşanan elim

Marmara Depreminde 150 gönüllüsüyle birlikte 200'ün üzerinde kişinin enkazdan çıkarılmasında en önde yer almıştır. AKUT'un bu faaliyetleri sonraki yıllarda hem Türkiye'de hem de dünyanın bazı ülkelerinde devam etmiştir. 1999 yılında Tayvan'da, 2001 yılında Hindistan'da, 2004 yılında İran'da, 2005 yılında Pakistan'da, 2010 yılında Haiti'de ve 2015 yılında Nepal'de doğal afetlerle ilgili arama-kurtarma faaliyetlerini yürütmüşlerdir. Bu ve buna benzer çalışmaları 1999 yılında uluslararası alanda BM'ye bağlı INSARAG (Arama Kurtarma Danışma Kurulu) üyesi seçilmesi başarısına kadar uzanmış, 2011 yılında söz konusu kurul tarafından "Sınıflandırılmış Orta Seviye Ekip" sertifikasını almaya hak kazanmıştır. Bu alanda Türkiye'de bir ilk olma özelliğine sahiptir. AKUT yılda ortalama 2000 seminer düzenleyerek 100.000 kişiye "Temel Afet Bilinçlendirme" ve "Deprem Bilinçlendirme" alanlarında bilgi vermektedir (AKUT, 2020).

AKUT ayrıca spor faaliyetlerinde, kültür-sanat faaliyetlerinde, öğrenci topluluklarında ve AKUT Vakfı adıyla farklı alanlarda da çalışmalar yürütüp insanların ortak paydalarında işlevsel hale gelmeye çabalamaktadır. AKUT tümüyle gönüllülük esasıyla çalışarak, bağış ve desteklerle mali kaynak sağlamaktadır.

1.9.2. Adım Adım

Adım Adım 2008 yılının mart ayında yurtdışında "charity run" olarak bilinen yardımseverliği yaygınlaştırmak adına yapılan koşuların Türkiye'de tanıtılması amacıyla kurulan ve sonrasında daha çok dayanıklılık gerektiren, bisiklet, koşu, dağcılık gibi spor faaliyetleri aracılığıyla yardımlaşmayı geliştirmek ve yaymak amacıyla güven, dayanışma, aidiyet, iyilik, çeşitlilik, eğlence ve başarı değerleriyle bütünleşecek çalışmaların organizasyonunu ve desteğini sağlamaya özen göstermiştir. 2019 Kasım ayı itibariyle 79 binin üzerinde gönüllü koşucusu ve 655 bin bağışçının da desteğiyle kurduğu STK'ler aracılığıyla aktarılan 70 milyon TL'nin üzerindeki kaynak ile faaliyet yürütmektedir. Adım Adım'ın organizasyon şemasında 50'nin üzerinde gönüllü yer almakta olup, bunlar Ankara, İstanbul, İzmir, Antalya ve Bursa illerindeki antrenör, şehir sorumluları, destek grupları ve avukatlardan oluşmaktadır (Adım, 2020).

1.9.3. Çöp(m)adam

Kurucu ortakları arasında Tara Hopkins'in yer aldığı sosyal girişimcilik projesi Çöp(m)adam, Türkiye'de kadın istihdamı ile çevre sorununa aynı girişimle çözüm bulmayı hedeflemektedir. Destekçileri arasında Unilever Türkiye'nin de olduğu proje kadın istihdamını artırırken, çevre sorunlarından biri olan çöpleri geri dönüştürüp piyasaya sunarak kadınların da

istihdam edilmesine katkı sunmaktadır. Proje Türkiye'de Balıkesir ilinin Ayvalık ilçesinde ilk çalışmalarına başlanmış olup, herhangi bir işi olmayan kadınların elleriyle üretilen kişiye özel tasarımların olduğu ve geri dönüştürülebilecek malzemelerden üretilen çanta gibi aksesuarların üretimi yapılmaktadır. Üretilen çantaların malzemeleri ve basın yayın yoluyla halka ulaşması ise son yıllarda Unilever Türkiye ile kurulan anlaşmayla sağlanmaktadır. Ayrıca yıllar içinde Sabancı Üniversitesi, Unilever Türkiye, Ülker ve Coca-Cola gibi hem Türkiye'de hem de Dünya çapında yüksek itibara sahip markalarla iş birliği yaparak organizasyonun işlevselliği artırılmaktadır. Coca-Cola firması ile yapılan "5*20" projesiyle Çöp(m)adam 2020 yılına kadar dünya genelinde 5 milyon kadının yoksulluktan çıkması için çaba sarf edeceğini duyurmuştur (Çöp(m)adam, 2020).

Çöp(m)adam projesinin sosyal girişimcilik alanında Türkiye'de birçok projeye örnek teşkil edecek biçimde kurgulandığı görülmektedir. Nitekim proje ile birden fazla toplumsal probleme, problemin aktörlerini de dâhil ederek özel sektör-proje iş birliğini de öne çıkaracak biçimde çözümler üretilmeye çalışılmaktadır. Böylelikle kadın istihdamı gibi elzem bir konuya dokunmakla birlikte çevrede zarar olarak görülenleri de faydaya dönüştürecek duruma getirmeye çalışılmaktadır. Ayrıca Türkiye'de ve dünyada ivme kazanan geri dönüşüm projelerine de farklı bir bakış açısı katılmış olmaktadır.

1.10. Sosyal Girişimcilik ve Girişimciye İlişkin Boyutlar ve Bilinirliği

Çalışmada sosyal girişimcilik ve bunu icra eden girişimcinin boyutları ve bilinirliğine yönelik temel 2 bakış açısından yararlanılacaktır. Bunlar sosyal ve ekonomik boyutlar olarak 2 farklı düzeyde incelenecektir. Son olarak da sosyal girişimciliğin ve girişimcinin bilinirliği üzerinde durulacaktır.

1.10.1. Sosyal Girişimcinin Sosyo-Ekonomik Boyutları

Sosyal girişimciliğin gelişmesi ile toplumların ihtiyaçlarının artması ve farklılık göstermesi belirli düzeyden sonra organizasyonel olarak değişimlerin yaşanması anlamına gelmektedir. Özellikle teknolojik gelişmeler sosyal girişimlerin etki düzeylerini ve organizasyon yapılarını genişletmiş ve gelişmesine sebep olmuştur (Robinson, 2006). Herhangi bir sosyal girişim grubu bazı düzeylerden geçerek gelişim sürecini tamamlayabilir ve böylelikle toplumsal fayda sağlama noktasına gelebilir. Toplumsal katkı için temelde ön görülen gerekli 5 aşama şu şekilde ifade edilebilir;

- Bireysel ya da toplumsal düzeyde artı değer oluşturabilecek vizyona sahip olarak artı değeri oluşturur ve sürdürülebilirliğini sağlamak için sürekli gelişim ve arayış içinde olur.
- Oluşturulan artı değerin sürdürülmesi ile birlikte yeni katkıların sağlanabilmesi adına girişimci bilinciyle fırsatları takip ederek, güncel konular üzerinden pay alabilmelidir.
- Güncel konuların takip edilmesi ve fırsatların elde edilebilmesi için kullanışlı eğitimler ve öğrenme süreçleri ile kişinin ya da kuruluşun dinamizmini koruması sağlanmalı, karmaşık ve yeni toplumsal / bireysel sorunlara çözüm oluşturabilmelidir.
- Sosyal girişim grubunun ekonomik ve sosyal açıdan gelişebilmesi adına üyelerin iletişim ağının derin ve yoğun olması gerekmekte, hesap verilebilir mali tablolarla karşılıklı güven sağlayarak, sürdürülebilir yatırımlarını toplumsal fayda için kullanabilir.

Sosyal girişimciliği temelde 3 farklı düzeyde inceleyen Martin ve Osberg (2007 :9), ilk aşama olarak "toplumun geneli ile iletişimi olamayan, bu etkileşim için gerekli ekonomik ya da sosyal gereçlerden yoksun olan toplulukların söz konusu durumunun tespiti" önemli görülmektedir. İkinci aşama olarak, farkında olunan durum hakkında girişimciliğinde gerekli özelliklerini kullanarak, risk alarak, fikir üretip uygulamak için cesur davranması gerekmektedir. Geliştirilen alternatif yöntemlerle yasal düzeyde prosedürler bağlamında çözümler geliştirilebilir. Üçüncü aşama ise, belli bir grubun var olan problemlerine kısmen ya da tamamen çözüm bularak, çözüm sonrası sürdürülebilir sonuçların kalıcılığına katkı sağlamak olarak sıralanmaktadır (Toktamış, 2019 :20).

1.10.2. Sosyal Girişimciliğin Sosyo-Ekonomik Boyutları

Kamu kurum ve kuruluşlarının toplumdaki sorunlarını çözmede etkin olamadığı durumlarda sosyal girişimciliğin gelişmesi daha çok bireylerin girişimci vizyona sahip olması, iletişim gücünün gelişmiş olması, işlevsel sosyal ağlara sahip olması ve çözüm odaklı bir yapıda olmasına bağlıdır. Girişimci bireylerin, çocukluk ve gençlik dönemlerinden itibaren ekonomik zorluklarla mücadele şekli kişinin yaşamının ilerisinde sosyal ya da ekonomik girişimci olma eğilimini de doğrudan etkilemektedir (Kırılmaz, 2014 :62-63). Geçmişte yaşanan tecrübeler insan hayatını şekillendirdiği için sosyal girişimci bireylerin yetişmesi, sorumluluk alabilen, duyarlı kişilerin varlığı ile mümkün olacaktır. Bu amaçla yapılan faaliyetlerin sürdürülebilir olması, onun ekonomik boyutu ve vizyonuyla yakından ilgilidir. Ortaya atılan ve geliştirilen

fikir ekonomik açıdan, sosyal çevreden, toplumun genelinden ve özellikle uzun vadeli nesiller arası faydası da olacak bir temele sahip olduğu ölçüde sürdürülebilirdir.

Projelerin kâr güdüsüyle işletilmesi doğru temellere oturtulduğunda sosyal girişim projesi haline gelebilir ya da var olan sosyal girişim projelerine katkı sağlayabilir. Bunun sağlanabilmesi kuruluşun ilkeleri ve vizyonuyla yakından ilgilidir. Bir kamu kuruluşunun kısa veya uzun vadeli toplumun yararına olabilecek sosyal girişimleri desteklemesi projelere olan toplumsal bağlılığı artıracak, nitelikli faaliyetlerin oluşmasına katkı sağlayacaktır. Bu amaçla Türkiye'de Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeleri Geliştirme ve Destekleme Başkanlığı (KOSGEB) bazı projeler yürütmekte, üniversitelerin Teknoloji Transfer Ofisleri (TTO) belirli dönemlerde proje yarışmaları düzenlemektedir. Böylelikle çekirdekte oluşabilecek bir fikrin hem ekonomik açıdan desteklenmesi hem de toplumsal açıdan bilinirliğinin oluşturulması sağlanmaktadır.

Sonuç olarak sosyal girişimciler ve etkinlikleri hem ekonomik boyutları hem de sosyal boyutları ile topluma yararlı olabilmesi için toplumun tüm paydaşlarında söz konusu bilincin oluşturulması gerekmektedir. Aksi takdirde birçok başarılı olabilecek proje rafa kalkacak, toplumdaki sorunların çözümü ötelenecektir.

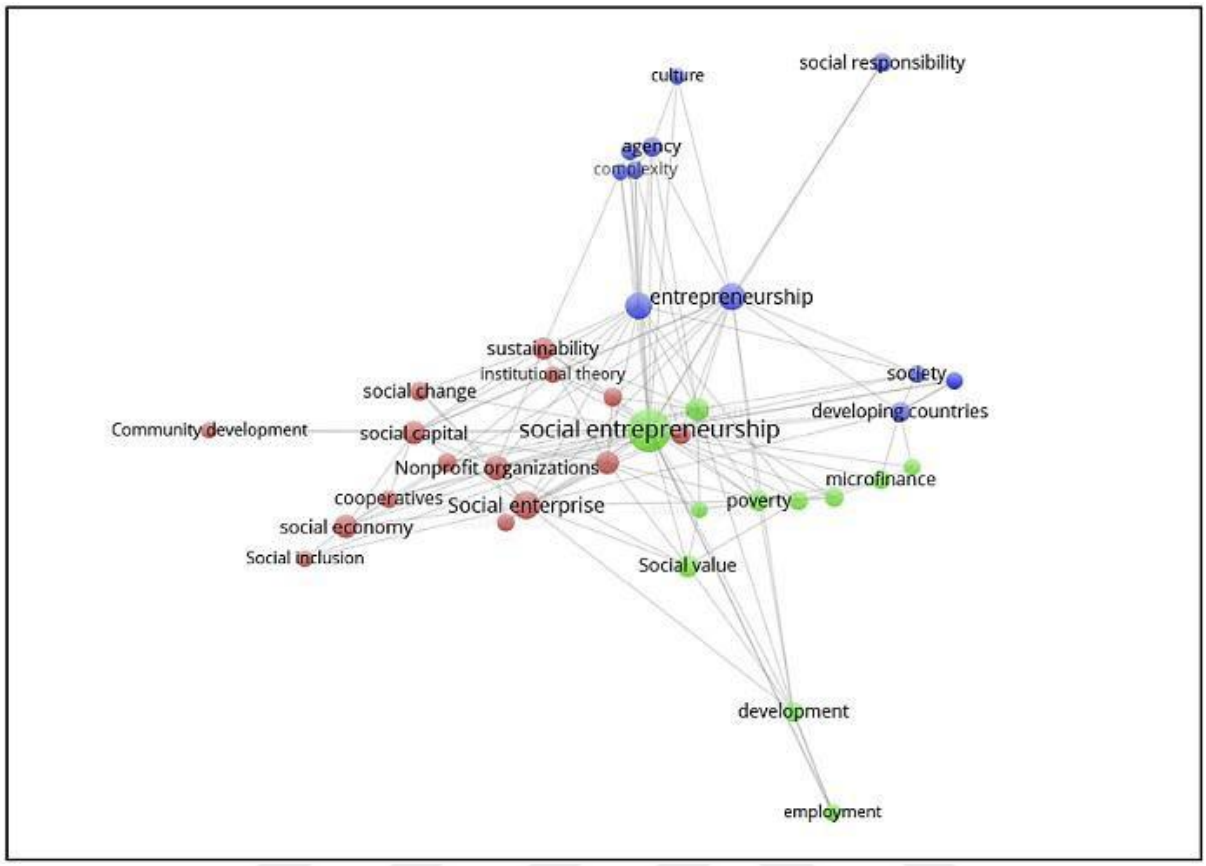
1.10.3. Sosyal Girişimciliğin ve Sosyal Girişimin Bilinirliği

Sosyal girişimcilik ve sosyal girişim kavramlarının bilinirliği, söz konusu kavramların tanımlarındaki karmaşa ve ekonomik girişimcilik ile iç içe geçmiş gibi algılanması sebebiyle farklı ölçümlere tabi tutulabilir. Çünkü bu kavramlar geleneksel / ekonomik girişim faaliyetleri yürütülürken de yapılabilecek etkinliklerdir. Ancak proaktif olarak sorunlara çözüm bulma konusunda kendi içinde tanımlanan ve kendine özgü gerekli motivasyonlara sahip olan sosyal girişimcilik 1980'lerden sonra iyiden iyiye kendine alan bulmuştur. Temel ayrıcı özellikler kendine has misyon ve vizyona sahip olması, sürdürülebilir olması ve toplumsal/çevresel fayda içeriyor olmasıdır (HweeNga ve Shamuganathan, 2010 :259).

Bilinirlik düzeyleri toplum içinde genç bireylerde artış gösteriyor olması uluslararası alanda duyulan akademik ve toplumsal ilgiden kaynaklanmaktadır. 1991-2009 yılları arasında çeşitli hakemli bilimsel dergilerdeki içinde EBSCO, Web of Knowledge, ABI/INFORM ve Science Direct de olan veri tabanlarında sosyal girişimcilik kavramı 1980'den sonra çıkan ilk makale ile yaklaşık 150 makaleye ulaşmıştır. Bu sonuçlar söz konusu dönemde %750 oranında arttığına işaret etmektedir (Short, Moss ve Lumpink, 2009 :162). Yayınların artması dünya çapında üniversitelerde (Harward, Berkeley ve Stanford) sosyal girişimcilik alanında derslerin

verilmesinde etkili olmuş, Ashoka, Schwab ve Skoll gibi vakıflar bu alanlarda çalışmalarını hızlandırmışlardır (Brock ve Steiner, 2008 :1130-1135).

Sosyal girişimciliğin yaygınlaşma oranını algılamak için bazı anahtar kelimeler belirlenmiş ve bunlar üzerinden araştırmalar yapılmıştır. Söz konusu anahtar kelimelere ilgili 2018 yılında Macke vd.'nin yaptığı araştırma sonucunda 3 farklı kategoride birbiriyle ilişkili sözcükler değerlendirilmiş; yeşil, mavi ve kırmızı renklerde balonlar sosyal girişimcilikteki ağırlığına tabloda yer bulmuşlardır. Yeşil balonlar; "sosyal girişimci" merkezinde, "sosyal değer", "mikro iktisat", "yoksulluk", "gelişme", "istihdam", "gelişim" gibi daha az yoğunluktaki değerler kümesindeyken, kırmızı balonlar; "girişimcilik", "ajans (kurumsal birim) karmaşası", "gelişen şehirler", "toplum", "kültür" ve "sosyal sorumluluk" gibi kavramlardan oluşmaktadır. Mavi balonlar ise; "sürdürülebilirlik", "kurumsal teori", "sosyal değişim", "kâr amacı gütmeyen organizasyonlar", "sosyal girişim", "sosyal sermaye", "kooperatifler", "sosyal ekonomi", "sosyal içerme", "toplumsal gelişim" kümesinde kendilerine yer bulmuşlardır. Tüm bu kavramlar sosyal girişimcilik alanında birbiriyle bağlantılı olmakla beraber çağrışımları ve işlevselliği değişkenlik göstermekte, önem sırası farklılaşmaktadır. Aşağıdaki kavram haritası değerlendirildiğinde kavramların bağlantıları birbirinin esas amaca yönelik güçlü bağları ile de yakından ilgilidir. Her bir düğüm birbirinin arasına geçmiştir. Ancak bunlar birbirlerine ne kadar yakınsa o kadar güçlü bağlantıların olduğu anlamını taşımaktadır.



Şekil 1: Sosyal Girişimcilikle İlgili Anahtar Kelime Kümelenmeleri

Kaynak: Macke vd. (2018). Where Do We Go From Now? Research Framework For Social Entrepreneurship. Journal of Cleaner Production (183): 677-685'ten uyarlanmıştır.

Şekildeki renkli balonların boyutu ise tanımlayanların sayısı ile ilgili olup, renklerin mantığı farklı kategorileri ifade etmektedir (akt. Toktamış, 2019, :29). Buna göre kırmızı balonların iç içe geçmiş durumu ve bağlar arasındaki sıklık sosyal girişimcilik açısından temel değerde önem arz ettiğini göstermektedir. Yeşil ve mavi balonlar ise sosyal girişimcilik için katılımcılar açısından önem arz etse de yardımcı kavramlar olarak tamamlayıcı etkilerinin olduğu düşünülebilmektedir.

Girişimciliğin öğretilebilir olduğu ve gereken özen gösterildiği takdirde toplumsal yapıdaki kırılganlıkların çözümünün daha kısa sürelerde ortaya çıkarılabileceği görülmektedir. Gregory Dees'in Harvard Üniversitesi'nde verdiği bir kurs ile başlayan sosyal girişimcilik eğitimleri sonrasında dünyada eğitim anlamında kalitesi yüksek düzeyde olan Berkeley ve Columbia Üniversitelerinde de devam etmiştir (Brock ve Steiner, 2008 :1134-1135). Türkiye'de de sosyal girişimcilik alanında faaliyet yürüten 19 üniversite üzerinde 2019 yılında British Council tarafından araştırma yapılmıştır. "Times Higher Education; üniversiteleri SKH'ler bağlamında değerlendirmeye başlamış ve Üniversite Etki Sıralaması Endeksi'ni yayımlamıştır. Endeksteki

karşılaştırma göstergeleri, "araştırma", "sosyal destek (outreach)" ve "sorumluluk bilinci (stewardship)" olmak üzere üç temel alana odaklanmaktadır. Yayımlanan ilk endeks, 76 ülkeden 450'yi aşkın üniversiteyi içermektedir. Türkiye'deki 19 üniversite de bu sıralamada yerini almıştır. Türkiye sıralamasında, Özyeğin Üniversitesi listenin en üstünde bulunurken, Hacettepe Üniversitesi ve Koç Üniversitesi, Özyeğin Üniversitesi'ni takip etmiştir. Söz konusu üniversitelerin genel puanları sırasıyla 79.2, 77.2 ve 76.5'tir. Özyeğin Üniversitesi, en yüksek puanı, 'sorumlu tüketim ve üretim' (74.9) hedefinden almıştır. Hacettepe Üniversitesi, "insan sağlığı ve esenliği" hedefinde en yüksek puanı alırken (77.2), Koç Üniversitesi 'barış, adalet ve güçlü kurumlar' hedefinde en yüksek puanı kaydetmiştir. Sıralamada 101-200 bandında yer alsa da Abdullah Gül Üniversitesi, Türkiye'deki üniversiteler arasında, 86,9 puanla "sürdürülebilir şehirler ve topluluklar" alanında en yüksek puana sahiptir. Listedeki üniversiteler; çoğunlukla Türkiye'nin en büyük şehirleri olan İstanbul, Ankara ve İzmir'de bulunmaktadır (Council, 2019 :35-40)."

1.11. Sosyal Girişimcilik Alanında Literatür Taraması

Sosyal girişimcilik kavramı çerçevesinde son yıllarda ortaya çıkan literatür incelenmiş, alanla ilgili bazı önemli veriler gözlenmiştir. Sosyal girişimciliğin farklı yönlerden değerlendirmeye alındığı araştırmada, sosyal girişimciliğin genel olarak genç nüfus ya da çalışma hayatına yeni girmiş olan bireyler üzerinden yapıldığı anlaşılmaktadır. Girişimcilik ve gönüllülük kavramlarının dünyada da Türkiye'de de daha çok genç nüfus özelinde yoğunlaşmış olması, söz konusu alandaki teşviklerin gençlere yönelik olması ile paralellik göstermesi yapılan literatür çalışmalarının daha çok genç nüfus üzerinde durması anlaşılır olmaktadır.

Kırmızı (2016 :74-118)'nın 108 akademik personel ile Dumlupınar Üniversitesi'nde yaptığı çalışmada "örgüt ikliminin" "sosyal girişimcilik" üzerindeki etkileri değerlendirilmiştir. Yapılan değerlendirme sonuçlarına genel olarak bakıldığında örgüt iklimi sosyal girişim üzerinde etkilidir ve bu etki pozitif yönlüdür. Bu noktada örgüt iklimini sosyal girişimciliği olumlu yönde etkilemesi için yöneticilerin ve çalışanların örgütü samimiyeti, morali, desteği veya engellemesi, yakından kontrol mekanizmasının olması ya da olmaması koşulları doğrudan etkilmektedir. Ayrıca araştırmacı, etkilerin hangi sosyal girişimcilik boyutunda etkili olduğu anlamak için temel olarak 6 boyutta inceleme yapmıştır. Söz konusu boyutlar; *"misyon sahibi olma", "sosyal değer oluşturma", "yenilikçi olma", "kaynak oluşturma ve sürdürülebilirliğini sağlama", "sosyal girişim fırsatlarını görme" ve "sosyal ağlardan faydalanma"* olarak sıralanabilir. Bunların karşısında örgüt iklimi boyutları ise, *"çözülme", "engelleme", "yüksekten bakma", "moral", "samimiyet", "yakından kontrol", "işe dönüklük" ve "anlayış*

gösterme" olarak sıralanmıştır. Ayrıca araştırmacının sonuçlarına göre, örgütlerin genel iklimleri çalışanların ve yöneticilerin davranışlarından direkt etkilenmekte ve bu da sosyal girişimcilik faaliyetlerini doğrudan olumlu ve olumsuz olarak yönlendirmektedir.

Marmara Üniversitesi'nden Efeoğlu (2019 :76-81)'nun Dünya'da ve Türkiye'de sosyal girişimcilik alanında yaptığı çalışmada küresel anlamda sosyal girişimciliği direkt ölçen herhangi bir endeks olmasa da belirli endesklerin araştırmacıları yönlendirebileceğini belirtmiştir. Bu bağlamda Efeoğlu (2019) "Küresel Girişimcilik ve Gelişim Enstitüsü" tarafından 137 ülkede 2018 yılında uygulanan "girişimcilik", "ekonomik gelişme" ve "refah" arasındaki ilişkinin sonuçlarını ortaya verileri incelemiştir. İnceleme sonucuna göre, Türkiye ölçelen değerler ışığında 44,5/100 puanla 37.sırada yer almaktadır. Ayrıca araştırmacı bu endeks ile 2018 yılı ülkelerin GSYİH (Gayri Safi Yurt İçi Hasıla) verileri ve Sosyal Gelişim Endekslerini karşılaştırmıştır. Karşılaştırma sonucunda ulaşılan verilere göre, GSYİH ile Sosyal Gelişim Endeksi arasında pozitif yönlü güçlü bir ilişkinin varlığı, ekonomik ve sosyal gelişim arasında doğrusal bir bağ olmadığı ve kişi başı GSYİH'in sosyal gelişim arasında bağ olmadığı tespit edilmiştir. Buna göre ABD global girişimcilik endeksine göre lider konumdayken, sosyal girişimcilik, insani gelişim ve küresel rekabet verilerinde lider konumda bulunmamaktadır. Araştırmacının ulaştığı verilere göre tüm ülkeler arasında söz konusu verilerde en uygun olan ülke Norveç'tir. Türkiye ise tüm verilerde orta ya da alt sıralara yakın konumda bullunmaktadır. Verilerden ulaşılan bilgilere göre Türkiye önceki bölümlerde de anlatıldığı gibi sosyal girişimcilik ve gönüllülük alanında dünya genelinde gelişmiş ülkelerinde uzağında kalmakta, genç nüfus potansiyelini doğru değerlendirememektedir.

Malatya İnönü Üniversitesi'nden Sözer (2019 :75)'in Konya'da OYAK (Ordu Yardımlaşma Kurumu)'dan emekli olmuş kişiler üzerinde yaptığı toplam 426 anket ile kişilerin kurumlarından bekledikleri ve algıladıkları hizmet kalitesi ile sosyal girişimcilik faaliyetlerinden beklenenler, algılanan gerçeklik ve diğer alt boyutlar arasındaki ilgiyi açıklayarak örnek teşkil etmek olarak değerlendirilebilir. Araştırmacı bu amaçla "sosyal girişimcilik", "kurum hizmetleri ve fiziki görünüm", "kurumsal güvenilirlik ve tutarlılık", "kurumsal güven, bilgi ve saygınlık" ve "kurumsal empati ve duyarlılık" olmak üzere 6 boyutta değerlendirme yapmıştır. Araştırmacının ulaştığı verilere göre;

- Bireylerin cinsiyetleri açısından değerlendirildiğinde sosyal girişimcilik puanları anlamlı bulunmuş, kadınların algılanan sosyal girişimcilik ortalamaları erkeklerden yüksektir.

- Bireylerin eğitim seviyeleri açısından algılanan sosyal girişimcilik puanları anlamlı değerlendirilmiş, puanlar küçükten büyüğe lise mezuları (2,5), lisans mezunları (3,5), doktora mezunu (3,5), ön lisans ve yüksek lisans mezunları (4,0) olarak saptanmıştır.
- Bireylerin statüleri bağlamında algılanan sosyal girişimcilik puanları anlamlı bulunmuş, küçükten büyüğe doğru sıralandığında uzman erbaşlar (3,5), subay, astsubay ve sivil memurlar (4,0) olarak kayda geçmiştir.
- Bireylerin statüleri bağlamında beklenen sosyal girişimcilik puanları anlamlı bulunmuş, sıralandığında hepsinde 4,0 ortalaması bulunmuştur.
- Katılımcıların algılanan sosyal girişimcilik puanları ile algılanan kurum hizmetleri ve fiziki görünüm alt boyutu arasındaki ilişki "pozitif yönlü, doğrusal ve orta güçte" olarak hesaplanmışken, algılanan sosyal girişimcilik puanları ile algılanan kurumsal güvenilirlik ve tutarlılık puanları "pozitif yönlü, doğrusal ve çok zayıf" olarak hesaplanmıştır.
- Katılımcıların algılanan sosyal girişimcilik ve beklenen sosyal girişimcilik puanları arasında "anlamlı, doğrusal, güçlü ve pozitif yönlü ilişki" sonucuna ulaşılmıştır.
- Katılımcıların algılanan sosyal girişimcilik puanları ve beklenen kurum hizmetleri ve fiziki görünümü alt boyutu arasında "anlamlı, çok zayıf güçte, doğrusal ve negatif yönlü" ilişkinin varlığı anlaşılmıştır.

Elde edilen veriler göstermektedir ki, sosyal girişimcilik faaliyetlerinin OYAK nezdinde üyelerinin de desteğiyle gelişmesi adına oldukça faydalı bir çalışma olduğu tespit edilmiştir. Veriler, OYAK'ın sosyal girişimcilik alanındaki çalışmalarını hangi boyutlarda ve nasıl bir yol izleyerek yapabileceği hakkında üyelerinin algıları üzerinden değerlendirmesiyle farklı bir bakış açısı katacak niteliktedir.

Gaziantep Üniversitesi'nde Gül (2019 :87-107)'ün yaptığı doktora tez araştırmasında 3 farklı üniversitenin İktisadi ve İdari Bilimler Fakülteleri öğrenci olan 1067 kişi üzerinde gerçekleştirilen araştırma 3 çeşit ölçek kullanılarak test edilmiştir. Bu ölçekler, "*Beş Faktör Kişilik Özellikleri Ölçeği", "Girişimci Kişilik Özellikleri Ölçeği*" ve "*Sosyal Girişimcilik Yönelimi Ölçeği"* olarak tespit edilmiş ve bunlar 5'li Likert Ölçeği kullanılarak incelenmiştir. "Kişilik Özellikleri Ölçeği" üzerinde uygulanan faktör analizine göre toplam 32 sorunun 26'sı 5 farklı alt boyutta incelenmiştir. Bunlar, "dışadönüklük", "uyumluluk", "sorumluluk", "deneyime açıklık" ve "duygusal denge" olarak gruplanmıştır. "Girişimci Kişilik Özelliği" ölçeği de faktör analizine tabi tutulmuş, "risk alma", "yenilikçilik", "başarı ihtiyacı", "kontrol

odağı" ve "belirsizlik toleransı" şeklinde boyutlanmıştır. Son olarak "Sosyal Girişimcilik Yönelimi" ölçeği faktör analizine tabi tutularak "sosyal vizyon", "finansal getiri", "inovasyona", "sürdürülebilirlik" ve "sosyal ağlar" alt boyutlarıyla toplamda 5 alt boyuta indirgenmiştir. Gül (2019: 209-214)'ün araştırma bulgularına göre, "kişilik özellikleri", girişimci kişilik özellikleri" ve "sosyal girişimcilik yöneliminde" önemli rol oynamakta anlamlı farklılık göstermektedir. Ayrıca "Kişilik Özelliklerinin", "Girişimci Kişilik Özellikleri" ve "Sosyal Girişimcilik Yönelimi" üzerindeki etkilerinin incelendiği korelasyon analizi sonuçlara göre, "Kişilik Özellikleri" ve alt boyutlarının "Sosyal Girişimcilik Yönelimi" ve alt boyutları arasında pozitif yönlü anlamlı bir ilişki tespit edilmiştir. Araştırmacı verileri regresyon analizine tabi tutarak kişilik özelliklerinin sosyal girişimcilik yönelimi üzerine etkilerine bakılmış ve pozitif yönlü, anlamlı ilişki tespit edilmiştir. Bir diğer regresyon analizinde ise, girişimci kişilik özelliklerinin sosyal girişimcilik yönelimi üzerindeki sonuçları değerlendirilmiş ve istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif ilişki tesit edilmiştir.

Çiftçi (2017 :39-71), yaptığı çalışmada nitel araştırma yöntemi kullanarak Kocaeli şehrinin Kandıra ilçesinin köylerinden biri olan Kıncıllı Köyü'ndeki eğitim odaklı Narköy projesini ve çalışanlarını ele almıştır. Narköy projesi üzerinde yapılan çalışma kartoplu örnekleme yöntemi seçilerek yapılmış ve tam adıyla "Narköy Ekolojik Otel ve Eğitim Merkezinde" gerçekleştirilmiştir. Araştırmacı, çalışmayı 5 katılımcı üzeriden gerçekleştirmiş ve "Sosyal Girişimcilik Davranış Öncül Bulguları", "İş Tatmini Bulguları" ve "Yaşam Tatmini Bulguları" olarak 3 farklı bulgu türünü derinlemesie incelemiştir. Çalışmadaki amaç, *turizm sektöründe faaliyet gösteren sosyal girişim çalışanlarının sosyal girişimci davranış öncüllerinin, iş tatminlerinin ve yaşam tatminlerinin belirlenmesi"* olarak değerlendirilmiştir. Nitel araştırmada sorulan sorular temel olarak 3 başlıkta incelenmiştir. Görüşmeler yüz yüze gerçekleştirilmiştir. Araştırma sonuçlarına göre, katılımcıların "empati" kavramı üzerinde yoğun olarak durduğu görülmüş, ancak kavramın soruların anahtar kelimeleri arasında bulunmadığı belirtilmiştir. Bu da çalışma ortamında sosyal girişimcilik literatüründe geçen anahtar kelimelerin bulunduğuna işaret etmektedir. Araştırmacı 3 farklı bulguyu ölçmek adına hem bireysel hem de toplumsal ahlaki sorumluluklarımız hakkında değerlendirme yapmaları istenmiş ve katılımcıların bu anlamda pozitif işaretler verdikleri ifade edilmiştir. Ancak toplumsal olarak ahlaki yönlerimizde geliştirmemiz gereken noktaların olduğuna dikkat çekilmiştir. Kişilerin sorun çözmede kendilerine olan güvenlerinin anlaşılmaya çalışıldığı bir soruda da katılımcılardan sadece kuruculardа güçlü bulgular rastlanmıştır. Sosyal girişimciliğin öncüllerinden olan sosyal ağ kurma ve kaynak toplamanın katılımcılara sorulmasında alınan cevaplarda maddi ya da manevi olarak katkıların önemli olduğu

vurgulanmış, örnekler verilmiştir. Çalışma kapsamında sosyal girişimcilik öncüllerinin iş ve yaşam tatminleriyle derin ilişki içinde olduğunu belirtmiştir. Katılımcılara sorulan sorular incelendiğinde kendine güven öncülü dışında kalan “empati”, “ahlaki yükümlülük” ve “sosyal destek” öncüller arasında güçlü bağlar olduğu anlaşılmaktadır. Aynı öncüllerin iş tatminini de etkilediği araştırmacı tarafından ifade edilmiştir.

İKİNCİ BÖLÜM

2. GÖNÜLLÜLÜĞE İLİŞKİN KAVRAMLAR

Herkes tarafından ulaşılabilir olması için sosyal girişimciliği gönüllülük esasına göre olması oldukça önemlidir. Birleşmiş Milletler tarafından yapılan tanıma göre; hareketlerini ve aktivitelerini kendi hür iradeleri tarafında yapan, toplumun daha iyi ve daha yaşanabilir bir hale gelmesi için mali konuları kendisi için genel motivasyon kaynağı görmeyen kişiler olarak tanımlanır (Lough, 2015). Sosyal girişimler, birbirinden farklı ilkelere sahip farklı ırk ve kökenden oluşan kişilerin bir arada hareket etmesi ve aktiviteler düzenlemesi için bireylerin karşılıklı olarak iş birliği, güven, başkalarının yerine kendini bırakma (empati kurma) ve sosyal anlayış duygularının gelişmesi için faydalı yerler ve kuruluşlardır. Gönüllü kuruluşlar ise toplumun her kesimini bir paydada buluşturan ve bireyler arası sosyal ilişkiler kurması sağlayan, farklı sosyal çevrelerle ilişki kurmada köprü olma, herkes için eşit ve demokratik sosyal güven ortamı oluşturmak, dayanışmayı ve aidiyet duygusunu oluşturarak güven ortamını ve sosyal gönüllüğü güçlendirmeyi içerisinde barındırır (K. Newton, 2001, :202).

Gönüllülük; toplumların karakteristik yapısını oluşturan, sosyo-kültürel özelliklerini, tarihi süreçleri içerisinde ve sosyo-ekonomik bileşenlere göre değişmektedir. Bu kelime Fransızcadan gelmiş olan "voluntaire" kelimesinden türemiştir. Kavram farklı dillerde farklı şekillerde ifade edilmiştir. Norveç dilinde "dugnad", Güney Afrika ülkelerinde "ubuntu", Arapça'da "tatawa" kelimeleri kullanılmıştır (UNV, 2011).

Balaban ve İnce'ye göre gönüllülük kavramı; kişilerin herhangi bir maddi karşılık beklemeden kendi özgür iradeleri ile toplumsal olarak fayda sağlayacak hizmetleri bir fiil gerçekleştiren veya desteleyenler olarak tanımlamışlardır (Balaban ve İnce, 2015). STK'ler ise ortak bir yapı altında gönüllülük kavramını; maddi veya maddi olmaksızın herhangi bir fayda ve çıkar beklemeyen, kişilerin kendi iradeleri sonucunda faaliyete geçirdiği ve toplumsal faydaya imza attıkları hareketler olarak ifade etmektedir (TÜSEV, 2013). Birleşmiş Milletler Gönüllüleri yapılan faaliyetin gönüllülük kavramı içerisinde olup olmadığını belirlemek için üç kriter belirtmişlerdir;

- Maddi beklentisi olmaması,
- Kişilerin kendi hür iradeleri ile gerçekleşmesi,
- Başka kişilere ve topluma fayda sağlaması gerektiğini belirtilmiştir.

Gönüllülük kavramında dikkat edilmesi gerek bir unsurda faaliyet alanıdır. Bu kavram uygulandığı alana göre çeşitlenmektedir. Bu uygulama alanı coğrafyaların kendi özelliklerine göre değişmektedir. Örneğin doğal afetlerin oluştuğu coğrafyalarda afet gönüllülükleri fazla olunduğu tespit edilmiştir. Ülkemizde bu farkındalık 1999 yılında gerçekleşen deprem ile daha fazla ön plana çıkmış, bu gönüllüler daha sonra 2011 yılında gerçekleşen Van depreminde ve 2020 yılında gerçekleşen Elâzığ depreminde ön plana çıkmıştır. Bunun yanı sıra ülkemizde gerçekleşen dini vazife olarak görülen zekât yardımları, bayramda geleneksel bir hal alan bağışlar ve kan bağışı ülkemizde görülen en yaygın gönüllülükler arasındadır (Aydınlıgil, 2013). Bu, toplumların coğrafyasında kültürel yapıya bağlı olarak dini, sosyo-ekonomik, kültürel yapılara göre her coğrafyada farklılık göstermektedir. Gönüllülük her durum ve coğrafyaya göre farklılık gösterse de işlev ve etki mekanizmasına bakıldığında evrensel olduğunu söylemek mümkündür. Bağcı'ya göre; birbirinden farklı kültürler, dinler, diller, ırklar ve yaşayış biçimlerinin oluştuğu toplumlarda gönüllülük kavramı sayesinde bir arada yaşamayı, birbirlerine karşı daha tutumlu davranışlar sergilemeyi, ortak paydayı paylaşmayı öğretmektedir (Bağcı, 2013). Bu bakış açısıyla gönüllülük sosyalleşmeye fayda sağlayıp, yaşanan anlaşmazlıkları ortadan kaldıran barışın oluşmasına sebep olan önemli bir davranıştır. Gönüllülük hizmetlerinin ortak bir fayda, fikir birliği, paydaş politika ve aynı davranışlara sahip toplumsal tutumların ve grupların oluşmasını ve devam etmesinin gerekliliğini savunmuşlardır (Fazlıoğlu, 2013).

Gönüllülük, toplumun tamamına sağladığı fayda ile beraber kişisel olarak da katkısı olan bir faaliyet olarak da ifade edilebilir. Uyum sağlama, bireyleri tanıma ve anlama, faaliyetler katılım gösterme gibi bireyin kendisini geliştirerek, toplum ve kanun olarak ayıplanan ve suç sayılan faaliyetlerden uzak durma, kültürel olarak başka kültürleri tanıma ve etkileşim haline geçme, eğitim olarak kendini geliştirme imkânları sağlamaktadır (Özçağdaş, 2013).

2.1. Gönüllülüğün Temeli

Gönüllüğü belirli bir çatı altında gerçekleştirilmesine dair ilk adım 1920'li yıllarda Hubert Parris ve Pierre Ceresole tarafından I.Dünya Savaşı'nda zarar görmüş bir yöreyi yeniden düzenlemek ve yenilemek için uluslararası faaliyetler düzenlemiştir. Bu faaliyetin mimarı olarak başlatılan bu gönüllülük günümüzde halen devam eden ve dünya çapında ilk üç gönüllülük organizasyonu olmuştur. Bu organizasyonlar; Barış İçin Gençlik Hareketi, Uluslararası Sivil Hizmetler ve Uluslararası Uzlaşma Birliği'dir. 21. yüzyıla kadar gönüllülük genel olarak dünya ve mikro barışların sağlanması için olduğu söylenebilmektedir. United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (UNESCO) tarafından gönüllülük ile

ilgilenen ve bununla uğraşan bütün Sivil Toplum Kuruluş (STK)'leri tek bir çatı altında birleştirmiş ve Uluslararası Gönüllülük Hizmeti Koordinasyon Komitesi olan Co-ordinating Committee of International Voluntary Service (CCIVS) 1948 yılında kurulmuştur (Yurttagüler ve Akyüz, 2006) .

1971 yılında Birleşmiş Milletlerin öncülüğünde kurulmuş olan Birleşmiş Milletler Gönüllülük Programı bu kavramın gelişmesine önemli bir katkı sağlamıştır. Bu program kapsamında bütün dünya ülkelerinde kalifiye gönüllüler geliştirme bu kapsamda faklı ülkelerde BM projeleri gerçekleştirmeyi hedeflemişlerdir (Lough, 2015). Bu kapsam 1985 yılında ekonomik ve sosyal kalkınma 5 Aralık tarihini Uluslararası Gönüllülük Günü ilan edilmiştir. 2001 yılı gönüllü yılı ilan edilmiştir.

Gönüllülük faal stratejisi olan ve 2015 yılında tamamlanması hedeflenen fakirliği azaltma sosyal entegrasyon sosyalleşmeyi içeren Binyıl Kalkınma Hedefleri yayınlamıştır. Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri (SKH) 2030 yılına kadar tamamlanmayı hedeflenmiş ve bu kapsamda 17 maddelik bir hedef planlanmıştır (Impact2030, 2020).

1970 yılında kurulmuş olan Uluslararası Gönüllü Çalışmalar Birliği gönüllüğü güçlendirmek, yaygınlaştırmak ve kutlamak için kurulmuş organizasyonlardan biridir.

2011 yılında Avrupa Komisyonu tarafından ilan edilen Uluslararası Gönüllülük Yılında dünya genelinde gönüllülüğün ölçeklendirilmesi için faaliyetlerde bulunmuş ve bu faaliyetlerin sonucunda 4 farklı ölçek ortaya çıkmıştır. Bunlar;

- Dünya Değerler Anketi,
- CIVICUS Sivil Toplum Endeksi,
- Gallup Dünya Anketi,
- Johns Hopkins Karşılaştırmalı Kâr Amacı Gütmeyen Sektör Projesi (UNV, 2011).

Ülkemizde ise gönüllülük 1995 yılında kurulmuş olan Türkiye Eğitim Gönüllüleri Vakfı (TEGV) sivil toplum kuruluşu gündeme gelmiştir (Yurttagüler ve Akyüz, 2006).

Birleşmiş Milletler Gönüllüleri Programı ülkemizdeki STK'lar ve kamu kuruluşları 2013 yılında Ulusal Gönüllülük Komitesi kurulmuştur. Web sitesindeki ifade edilmesi şu şekildedir;

> "*Ulusal Gönüllülük Komitesi (UGK), gönüllülüğün tanınması, güçlendirilmesi ve yaygınlaştırılmasını destekleyen stratejik bir danışma organıdır. 2013 Yılı Mayıs ayında kurulmuştur. Gönüllülüğün tanınması gibi ortak bir amaç doğrultusunda gönüllülük*

alanındaki aktörleri bir araya getirerek, iş birliğini desteklemeyi ilke edinmiş bir organdır. Komitenin daimî sekreteri Birleşmiş Milletler Gönüllüleri'dir (UNV)." (Ulusal Gönüllülük Komitesi, 2020)

2.2. Gönüllülük Kavramına İlişkin Yeni Kavramlar

Gönüllülük, kavramı gereğince çıkar beklentisi olmadan insana, doğaya ve insan dışındaki doğada var olan canlılara yönelik çalışmalarda bulunan kişilerin icra ettiği faaliyetlerin tümüne denebilir. Ancak bu tür faaliyetlerin en çok ihtiyaç olduğu dönemler insanların ve sayılan diğer varlıkların en zor zamanlarıdır. İhtiyaç duyulan dönemler gönüllülük faaliyetleri ve gönüllülerin daha fazla fayda sağladığı ya da en görünür oldukları dönemlerdir. Dünya insanlık tarihinde modern zamanlara geçiş için iki büyük dünya savaşı ve sık sık ekonomik ve sosyal krizler geçirmiştir. Bu dönemlerde gönüllülük faaliyetleri de diğer tüm olgular gibi değişim ve dönüşüm göstermiş, profesyonel anlamda ve istikrarlı olacak şekilde uygulama alanı bulmaya başlamıştır. Dönüşüm ve değişimden payını alan gönüllülük, eski dönemlerdeki gibi belli bir çevrenin ve dönemsel olarak yapılan faaliyetler olmaktan çıkmış, profesyonel kişiler tarafında, ulusal ve uluslararası kuruluşlarla da desteklenir biçime dönüşmüştür. Bu sebeplerle gönüllü organizasyonlarından toplumun ve kurumların beklentileri farklılaşmıştır. Toplumun ihtiyaçlarını daha çok gözeten ve siyasal karar alma mekanizmalarıyla daha sıkı çalışmaları beklenmiş, ülke içinde toplumun tamamını ilgilendiren sağlık, güvenlik, istihdam, yoksulluk gibi konularda çözüm üretmeleri, öneri sunmaları gereklilik olmuştur. Bunları yapamayan STK'ler bölgesel kalmış ve toplumda karşılık görme noktasında etkin olamamışlardır. Bu etkinliğin sağlanabilmesi adına gönüllülere ve organizasyonlarına farklı roller biçilmiş, işlevselliğinin artırılması istenmiştir. STK'lerin yeni duruma gösterdikleri reaksiyonlar bölgesel ve küresel bağlamda etkinliklerinin artırılmasından yana olmuş, neoliberal ekonomik sistemin bazı ihtiyaçlarına cevap verecek hale gelmeye çalışmışlardır. Söz konusu duruma eleştirel bakışla yaklaşan ve gönüllülük kavramının metalaşmaması gerektiği, bireylerin özgür iradeleri ile vicdani toplumsal sorumluluk duygusu ile faaliyetlere katılmasının doğru olduğu dillendirilmiştir. Ayrıca gönüllülüğün çıkar gözetmeksizin ortaya konması temel şartı günümüzde farklı ihtiyaçların karşılanmasında ön koşul olarak ortaya konmaktadır. Buna örnek olarak uluslararası çapta bazı üniversiteler ve işverenler kişilerin gönüllü olarak herhangi bir kuruluşta çalışıp çalışmadığını sorgular olmuş, bunu artı değer olarak görmüşlerdir. Artı değer olarak görülmesi toplumun gelişmesi için iyi ve faydalı olarak görülse de küresel işsizlik ve eğitim anlamında arayışların yoğun olduğu günümüzde bu tür koşullar gönüllü faaliyetlerin doğasından koparılmasına, hükümetlerin

ekonomik çıkar ve ideolojik yaklaşımlarına destek olacak boyutlara ulaşmasına sebebiyet verebilecektir ki zaman içinde gönüllülüğün itibarında ciddi zedelenmelerin meydana gelebileceği unutulmamalıdır. Söz konusu durumların daha ayrıntılı biçimde ele alınacağı ve modern dönemde karşılaşılan bazı yeni kavramların üzerinde durulması açısından literatürde yer alan "Yönetilmek İçin Gönüllülük", "Gönüllülük ve Gelişim" ve "Yeni Bir İstihdam Biçimi Olarak Gönüllülük" kavramlarının incelenmesi yerinde olacaktır.

2.2.1. Yönetmek İçin Gönüllülük

Gönüllülüğün yeni türleri, organizasyonların gelişen teknoloji ve çağımıza uygun araçlara entegre olması ve tümden değişikliklerle yeni bir form ortaya koymakla ilgilidir. Temelde iki farklı bakış açısından etkilenen bu anlayış STK'ler içindeki yönetimsel karakteristikleri baştan değiştirmek ya da var olan yapılara teknolojinin, yeni yönetimsel gerekliliklerin eklemlenmesinden ibarettir. İlk bakış açısı STK'lerin yönetimsel ve işlevsel açıdan devletin yapamadığı ancak çok temel ve önemli konularda toplumların ihtiyaçlarının karşılanmasını konu alarak, STK'lerin "gölge devlet" rolüne bürünmesiyle sorgulanması gereken bürokratik yapılarına eğilmektedir. Devletler ve toplumların STK'lerden beklentileri artmış ancak beklentileri karşılayacak insan kaynağı açısından da yeterli profesyonel kişilerin varlığı sorgulanmaktadır. İnsan kaynağı açısından modern yönetim biçimleri devreye alınmalı ve STK'lerdeki geleneksel bürokratik yönetimler yerini profesyonel yönetim anlayışlarına bırakmalı anlayışı gelişmelidir (Einolf ve Chambre, 2011). 1980'ler sonrasında Britanya'da Margaret Thatcher hükümetinin politikalarının da etkisiyle 1976'dan 1988'e kadarki dönemde STK'lerdeki istihdam edilen kişi sayısı %60'ın üzerinde artışla 10.000 barajının üstüne çıkmıştır. Bu yükseliş yönetim ve faaliyet tarzında profesyonelleşmenin getirmiş olduğu daha çok "iş benzeri" yapıların ortaya çıkmasından kaynaklanmaktadır. Yapıların "iş benzeri" hale gelmesi ise ideolojilerden, dini ve kültürel bazı anlayışlardan soyutlanmaları da beraberinde getirmiş, örgütlerin rasyonelleşmesine sebep olmuştur (Kramer, 1990). Söz konusu değişikliklerin uygulanabilir olabilmesi ise yeni ve dinamik nüfusun gönüllü olurken sıkı bürokratik anlayıştan ziyade esnek, demokratik ve profesyonel yönetim anlayışına geçmeleri ile mümkündür. Yönetimlerin bürokratik anlayışlarında esnemeler olduğunda devletin eksik kaldığı noktalarda daha verimli olabilecek ve var olan düzenin iyileştirilmesinde, eleştirilmesinde aktif hale gelebilecektir. Ayrıca ikinci anlayışa göre, STK'ler etkilerini artırırken çağdaş uygulamalarla yönetimsel ve işlevsel olarak etkinliğini artırarak topluma daha yakın olmalı ve hızla icraata geçebilmelidir. Tüm bu anlayışların temelinde ise yeni sosyal devlet anlayışının yattığını söylemekte yarar vardır. Yeni sosyal devlet anlayışı, devletlerin

üzerindeki sorumlulukların STK'ler ile paylaşılıp daha verimli ve ulaşılabilir hizmetler üretip, maliyetleri düşürmek üzerine kurulmuştur. Bu anlayışların her ikisi de STK'ler ve gönüllülerine yüklenen sorumlulukların arttığını ve beklentilerin yükseldiğini gözler önüne sermektedir.

Eğitim sistemlerinde gönüllüğün teşvik edici ve öğretici faaliyetlerle ilkokul düzeyinden itibaren yaygınlaştırılması hedeflenen insan kaynağının ortaya çıkmasında kilit rol oynamaktadır. Halka açık oturumlarda, TV kanallarındaki tartışma programlarında, demokratik ülkelerin meclislerinde ve en üst düzeyde karar alma mekanizmalarında toplumda belli düzeyde kabul görmüş STK'lere daha fazla yer verilmesi yönetimsel açıdan hem devletlerin hem de toplumların temel sorunlarının çözümünde ivme kazandıracaktır. Karakaya (2020 :58)'ya göre böylelikle STK'ler gönüllü birer kuruluşun ötesinde ayrıca "yönetilmesi gereken bir şey" haline gelecektir.

2.2.2. Gönüllülük ve Gelişim

Toplumsal kalkınma olarak da değerlendirilebilecek olan gelişmenin, gönüllülerin ve kuruluşlarının yardımı ile daha hızlı ve organize biçimde olabileceği özellikle ABD, İngiltere ve Almanya'da 1980 sonrası iyiden iyiye tartışılmıştır. Bu politikayla ekonomik kalkınmanın sağlanması, küreselleşmenin yönetilerek daha verimli hale getirilmesi gönüllülerin katkılarıyla olacaktır. Bazı ulusal hükümet programlarıyla desteklenerek toplumsal kalkınma sağlanacak ve küreselleşmenin etkileri hızlı biçimde yerleşecektir. Bölgesel farklılıklar ve ihtiyaçların giderilmesi stratejik olarak organize biçimde iyileştirilecektir. Bu görüşe eleştiri olarak ise söz konusu faaliyetlerin büyük ekonomiye sahip ülkelerin ideolojik ekonomik hegemonyasına katkı sunacağı ve arkasında siyasi çıkarların gizlenerek işlenmek istediği vurgulanmaktadır. Tartışılan yapı "katılımcı, küçük ölçekli, toplumsal temelde kalkınmaya uygun olarak STK ve diğer yapıların" var olduğu bir yaklaşımdır. Bu bağlamdaki bir yapının odağında ise kuşkusuz STK'ler bulunmaktadır. Hükümetlerin dışında işlevsel olarak en uygun yapılar gönüllülerin olduğu organizasyonlardır (Lewis, 1998).

Almanya'da BMZ (Alman Federal Ekonomik İş Birliği Bakanlığı) tarafından uygulanmak istenen benzer bir program olan "Weltwärts", ülke çapında 3500'ü aşkın 18-26 yaş aralığındaki kişilerin yurtdışına çıkarak gönüllülük hizmeti sunmasını sağlamıştır. Programın genel amacı kültürler arası öğrenmeyi artırarak "dünyayı birbirine daha çok yakınlaştırmayı" başarmaktır. Altında yatan fikir gençlerin ülkelerine döndüklerinde tecrübeleri ve öğrendikleri ile daha güçlü bir dünyanın kurulmasına katkı sağlamak olarak değerlendirilmektedir. Ancak buna karşın ülkedeki örgütler bu yaklaşımın daha çok *"eşitler arasındaki karşılaşmalar yerine*

küresel ölçekte toplumsal, politik ve ekonomik eşitsizliğe katkıda bulunan neo-kolonyal güç yapılarını pekiştirme eğiliminde" olduğunu iddia ederek, hükümetlerin neo-sömürgecilik anlayışlarının gizlendiği bir yapının varlığına işaret etmektedir (Glokal, 2020).

2.2.3. Yeni Bir İstihdam Biçimi Olarak Gönüllülük

Gönüllülerin ve kuruluşların amacı toplumsal olarak temel bazı problemlere devletin yeterli olmadığı noktalarda hem destek sağlamak hem de toplum içinde yaşamanın gereği olarak bireylerin sorumluluk bilincini geliştirerek spesifik çözümler üretmek olarak açıklanabilir. Amaçların icraata dönüşmesinde 1980'lerden sonra bazı değişimler meydana gelmiş ve neoliberal anlayış gönüllülerin çalışmasında ekonomik bir değer oluşturma ve toplumların modern zamanlardan beri sürekli sorunu haline gelen istihdam için de çözüm olmasını beklemişlerdir. Gönüllü çalışma kavramı, gönüllülüğün esaslarına uymamakla birlikte sonuçları açısından ihmal edilmiş ve istihdama benzetilebilir bir olgu olarak karşımıza çıkmaktadır. Bazı bilim insanları gönüllülüğün hangi yönleriyle "çalışmaya" benzediğini ortaya koymaya çalışmıştır. Çalışma sürecinde gönüllülüğün çalışma ile arasındaki benzerliğini araştırırken "resmi gönüllülük" ile "ücretli işin" değerlendirmesi yapılmıştır. Bir başka araştırma ise istihdam edilebilirlik ve gönüllülük arasındaki ilişkinin sorgulanması üzerine yapılmıştır (Moore, 2010). Bakıldığında son yıllarda özellikle genç nüfusun gönüllülük projelerinde yer almasının istihdam edilebilirliğini artırabileceği yönünde iş dünyasından söylemler yükselmiş, birçok seminer ve toplantıda gençlerin gönüllülük projelerinde yer almalarının teşvik edildiği, öz geçmişlerinde dikkat edilen bir kriter olarak karşımıza çıkmaktadır. Gönüllülüğün temel doğasının dışında bazı çıkar ilişkilerinin ortaya çıkmasına sebep olabilecek bu durum günümüzde somut şekilde ortaya çıkmaktadır.

"Yaşam boyu öğrenme", "kalifiye insan kaynağı", "istihdam edilebilirliğin yükseltilmesi" gibi kavramlar gönüllülük kavramının metalaşmasına sebebiyet verebilecektir. Söz konusu kavramlar toplumda gelişimi sağlayabileceği gibi "gönüllülük" gibi bir kavramı da bağlamından koparabilecektir. Ancak gönüllülük, hükümetlerce özellikle genç nüfus açısından istihdam etme ya da istihdam edilebilirliğin koşulu olarak düşünülmüştür (Lindsay, 2016). Gençlerin istihdam edilmesi ya da kısa süreli de olsa istihdam edilebilirliklerini yükseltmeye yönelik çaba göstermişlerdir. Gönüllülük ve çalışma hakkında uluslararası anlamda geçerliliği olan ILO (Uluslararası Çalışma Örgütü) tarafından bir tanım yapılmıştır; *"yakın akraba dışındaki kişilerin yararına ücret olmadan yapılan hizmet veya faaliyettir."* ILO'ya göre gönüllü çalışma için ise temel de iki farklı kriter mevcuttur; "iş içeriyor olması" ve "bedeli ödenmemiş emek" olmalıdır. Yani kendi başına kitap okuma değil, başkalarının faydasına

olacak şekilde direkt onlara kitabın okunması ve bunun karşılığında maddi bir bedel alınmamış olması "gönüllü çalışmaya" örnek olabilir. Tabi bu durum akla ucuz işçilik, maliyetlerin azaltılması ve işsizlik ödenekleri ile toplumun genel sendromuna alternatif geçici çözümler olarak da nitelendirilebilir. John Hopkins Karşılaştırmalı Kâr Amacı Gütmeyen Sektör projesi kapsamında yaptığı bir araştırmaya göre, Kanada'da GSYİH (Gayri Safi Yurt içi Hâsıla)'e gönüllülerin yaptığı katkı yılda motorlu taşıt üretimi ve tarım sektörlerinin katkısından daha fazladır. Yine aynı araştırmaya göre gönüllülerin küresel ekonomiye katkıları yılda 400 milyar dolar seviyelerini bulmaktadır (Salamon, Sokolowski ve Haddock, 2011). Bu yönleriyle katkısı tartışılamaz olan gönüllülüğün istihdam etme biçimine dönüşmesi ya da istihdam edilebilirliğin ön koşulu olması uzun vadede toplumlar üzerinden ciddi ekonomik ve psikolojik hasarlar oluşturabileceği de göz ardı edilmemelidir.

2.3. Gönüllülüğün Çeşitleri

Dünyadaki teknolojik çalışmaların gelişmesi ve küreselleşmenin artmasıyla beraber gönüllülük kavramı da farklı çeşitlere ayrılmıştır. Bu gelişimler sonucunda ortaya altı farklı gönüllülük kavramı ortaya çıkmıştır. Aşağıda bu kavramlara yer verilmiştir.

2.3.1. Resmî ve Gayri Resmî Gönüllülük

Gönüllülük faaliyetlerini gerçekleştirmek yöntemine göre resmi ve gayri resmi gönüllülük olarak isimlendirilir. Resmi veya özel kurum ve kuruluşlarla beraber gerçekleştirilen gönüllüğe resmi gönüllülük olarak ifade edilmektedir. Bireysel aktiviteler ve çabalar sonucunda gerçekleştirilen gönüllülüğe ise gayri resmi gönüllülük denir.

Resmi gönüllülük, kamu kurum ve kuruluşları ve özel sektörler tarafından Sivil Toplum Kuruluşlarıyla birlikte maddi bir gelir beklemeksizin aktivitelerin gerçekleştirildiği birliktelik sonucunda ortaya çıkan gönüllülüktür. Sosyal sorumluluk projelerin oluşturulması özel sektör tarafından desteklenmesi sonucunda toplumsal problemlerin çözümlenmesinde katkı sağlamakta ve bu uygulamalar teknolojinin gelişmesiyle beraber her geçen gün yaygınlaşmaktadır.

Gayri resmi gönüllülük ise yapılan gönüllülük araştırmaları sonucunda gelişmekte olan ülkelerde yaşanan kurumsallaşma sorunundan dolayı gönüllülük kavramına da yansıdığı saptanmıştır. Bu tür gelişmekte olan ülkelerde gayri resmi gönüllülük daha fazla ön plana çıkmaktadır. Bu gönüllülükte herhangi bir planlama olmaksızın bireylerin kendi emek ve çabaları sonucunda ortaya çıkmış olan gönüllülüktür (Özçağdaş, 2013).

2.3.2. Kısa ve Uzun Dönemli Gönüllülük

Gönüllülük faaliyetlerine katılan gönüllüler tarafından hareketlere ve organizasyonlara ayrılan süreye bağlı olarak kısa ve uzun dönemli gönüllülük olarak ikiye ayrılmıştır.

Sürekli desteklemeye bağlı gönüllülük programında, daha önceden planlanmış tarihlerde, sürekli olarak katılım gerektiren gönüllülerin oluşturduğu uzun dönemli gönüllülük olarak tanımlanır (Genç, 2011). Bu gönüllülük çeşidinde gönüllülerin düzenli ve sürekli olarak katkıda bulunması ve almış oldukları görevlerin sonuçlandırmalıdır. Bu gönüllülük çeşidinde belirli tarihler arasında olabileceği gibi sürdürebilirliği ve sürekli olan bir projede olabilmektedir. Sürdürebilir ve sürekli gerçekleşen projelerde uzun dönemli gönüllülerin bulunması projelerin olumlu çıktı vermesi için önemli bir gerekliliktir. Sürekli gönüllülükte katılımların artması ve devamlılığın sağlanması için gönüllülerin sürekli olarak motivasyon yüklenmesi yapılması ve gönüllü sevk ve idare yönetim stratejilerini öğrenilmesi gerekmektedir.

Gerçekleştirilen aktivitelerin içeriği ve amacı doğrultusunda ihtiyaç halinde gönüllülerin bulunması gerekliliği biçimine ise kısa dönemli gönüllülük olarak ifade edilmektedir. Bu gönüllülük çeşidinde gönüllülerin yaptıkları faaliyet ve çalışmalar etkinliğinin ve proje süresinin bitmesiyle gönüllüklerinin bitmektedir. İnsanların günlük hayatlarına idame ettirmek ve çalışma faaliyetlerinin fazlaca olmasından dolayı kısa dönemli gönüllülük uzun dönemli gönüllülük programına göre daha esnek olmasından dolayı daha fazla tercih edildiği yapılan araştırmalar sonucundan saptanmıştır. Bunun neticesi sonucunda süreksiz gönüllülüğün sürekli gönüllüğe nispeten daha fazla tercih edildiği iddia edilmektedir (Yurttagüler ve Akyüz, 2006).

2.3.3. Ulusal ve Uluslararası Gönüllülük

Birleşmiş Milletler Gönüllüleri yurtdışında aktivite düzenleyen gönüllüleri kalkınmaya sistematik ve örgütlü bir şekilde katılması olarak ifade edilmektedir. Bu kavram ilk olarak Birinci Dünya Savaşında sonra gerçekleşen tahribatı ortadan kaldırmak olarak kendilerine göreve seçmiş gönüllüler oluşturmaktadır. İlk olarak Avrupa'da görülen bu gönüllülük çeşidi kurumsallaşmaya bağlı olarak bütün dünyaya yayıldığı tespit edilmiştir. Bu gönüllülerin temel olarak kendilerine genç kesimleri hedef almaktadır. Bulundukları inanca göre, kamu kurum ve kuruluşları çalışanları, STK'lar, Üniversiteler ve projelerle bu kitleleri gönül olarak aktivitelere katılmaya teşvik etmektedirler. Bilgi ve iletişim teknolojilerinin gelişmesiyle beraber geleneksel gönüllülükten devam etmek ve yeni gönüllülük fikirleri projeleri ortaya çıkarmak teknolojiyle beraber potansiyel gönüllü sayısında artış göstermiş ve daha fazla gönüllülük kitlesi oluşturmayı kolaylaştırmıştır. Bu gönüllülük çeşidiyle birlikte gençler, dünya bazında

gerçekleşen olaylara karşı sorumluluk ve duyarlılık beslerken, farklı etnik unsur ve kültürlerle etkileşim içinde bulunarak bireysel gelişimine katkı sağlamaktadır. Bu gönüllülük çeşidi gönüllülüğün çok yönlü olduğunu gösteren en önemli kısımlardan biridir.

2.3.4. Kurumsal Gönüllülük

Gönüllülük birden fazla uygulama alanına sahip ve bu doğrultuda ilerleyen bir kavramdır. Resmi gönüllülüğün içerisinde bulunduğu dernekler, STK'lar, üniversiteler, resmi kurum ve kuruluşlar gerçekleştirmiş oldukları proje ve organizasyonların gerçekleştirmeleri dışında aynı faaliyetleri özel sektörde kendi ücretlerini alarak ve kâr amacı ile kurulmuş olan gönüllülük faaliyetleri de bulunmaktadır. Bu gönüllülük çeşidinde şirketler kendi bünyesinde çalışanlarıyla beraber gönüllülük faaliyetleri organize etme ve bu faaliyetlerde bulunma ve kurumsal sorumluluklarını yerine getirme olarak nitelendirilmektedir.

Birleşmiş Milletler Gönüllüleri kurumsal sosyal sorumluluk çalışan gönüllülüğü programlarının şirketlerin altyapı ve işletme planlarına resmi olarak entegrasyonu olarak tanımlamaktadır. Böylece kâr amacı güden organizasyonlar kurumsal sosyal sorumluluk projeleriyle kazanç elde ettikleri hedef kitlelerinin içinde yaşadığı topluma olumlu katkıda bulunarak ahlaki bir sorumluluğu da yerine getirmiş olmaktadır.

2.3.5. Sanal Gönüllülük

Teknoloji ve bilişimin günümüzde gelişmesi ve aktif bir şekilde kullanılması sonucu ortaya çıkan gönüllülük kavramıdır. Bu gönüllülük farklı şekiller olarak ifade edilmektedir; siber hizmet, çevrimiçi gönüllülük, e-akıl hocalığı, internet aracılı gönüllülük olarak da ifade edilir.

Sanal gönüllülük; gönüllülük hareketlerinin belirli bir kısmını veya tamamını günümüz teknolojileri olan bilgisayar, telefon, tablet gibi cihazların kullanımı ile uygulamaya geçirilen gönüllülük kavramıdır. Bu gönüllülük kavramında gönüllü genel olarak kaynak oluşturma, danışmanlık yapma, teknolojik olarak diğer kullanıcılara yardım etmek, pazarlama ve iletişim olarak nitelendirilebilir. Bu gönüllülük kavramına örnek olarak; ürünlere ve hizmetlere yönelik fikirlerini beyan etmek, gönüllülük faaliyetinin gerçekleştiren kurum ve kuruluşların kampanyalarına katılmak ve destek vermek bu kuruluşlarının gelir elde etmek için beğenmek ve izlemek gibi pek çok örnek verilebilir (Cravens & Ellis, 2014).

Sanal gönüllülük kavramının geleneksel gönüllülük kavramına göre farkları bulunmaktadır. Bu farklar şu şekilde ifade edilebilir;

- Geleneksel gönüllülüğe göre esnek bir zaman anlayışı bulunmaktadır,

- Geleneksel gönüllülüğe göre çalışma süresi bağımsızdır,
- Hareket alanı geleneksel gönüllüğe göre daha esnektir,
- Herhangi bir insan etkileşimine gerek duyulmaz,
- Geleneksel gönüllülük gibi seyahat etme gerekliliği bulunamamaktadır,
- Sanal gönüllülük geleneksel gönüllüğe göre daha düşük maliyet, daha az efor ve daha az süre gerekmektedir (Cravens ve Ellis, 2014).

Sonuç olarak sanal gönüllülük yöntem olarak geleneksel gönüllülükten ayrılsa da amaç ve yaklaşım olarak gönüllüğün genel kriterlerini taşımaktadır.

Sanal gönüllülerin genel olarak gerçekleştirdikleri aktiviteler aşağıda sıralanmıştır;

- Ankete doldurmak,
- Bilgi paylaşımında bulunmak,
- Çeviri faaliyetlerini gerçekleştirmek,
- Tasarım ve dizayn yapmak,
- İçerik oluşturmak,
- Araştırma,
- Kaynak taraması gerçekleştirme,
- Projelere destek ve bağış toplamak,
- Sanal gruplar ve toplulukları oluşturmak ve katılmak,
- Belirli gönüllü kuruluşlarına gelir sağlamak ve destek olmak,
- Videolara alt yazı eklemek şeklinde sıralanabilir (Amichai ve Hamburger, 2020).

2.4. Gönüllü Kavramı ve Sivil Toplum Kuruluşları

Gönüllü kavramı, kelimenin tam anlamıyla günlük yaşamda kullanılan biçimiyle özdeştir. Çünkü kelime içinde barındırdığı anlam ile bütünleşerek direkt kavramlaşmış ve kalıplaşmıştır. Gönüllü kavramı, sivil toplum ya da amatör olarak herhangi bir organizasyon içerisinde maddi beklenti içinde olmadan, baskı altında kalmadan sadece bilinçli sorumluluk güdüsüyle yardım ederek başkalarının ihtiyaçlarının giderilmesi olarak tanımlanabilir. Ayrıca (Kesgin, 2020)'ye göre ise, *"bilgi, beceri ve yeteneğini, her türlü ortak çalışma, imkânını ve zamanını ortaya koyarak çalışma alanı konusunda maddi bir kazanç beklemeksizin yönetime katılan gerçek ve tüzel kişileri ifade etmek için kullanılmaktadır."* Gönüllülüğe ilişkin yapılan tanımlara bakıldığında temelinde, maddi kazanç beklentisi olmaması, çalışmada aktif rol almak,

sahip olunan imkânların kullanılması yer almaktadır. Sorumluluklarının bilincinde olan her birey ait olduğu topluma katkı sağlamak gayreti içinde olmalıdır.

Gönüllülerin, gönüllü oldukları alanı neden seçtikleri konusu ise daha çok kişilerin hayatlarındaki tecrübeleri, ilgi alanları ve sosyal çevrelerinden kaynaklanmaktadır. Gönüllü olunacak organizasyondaki kişiler faaliyete katılmak için öncelikle güvenilir olmasına baktıkları gibi sonrasında da kendi kişisel ve ideolojik özellikleriyle uyumuna dikkat ederler. Bu üç kriter sağlandığında kişinin gönüllü faaliyette bulunma ihtimali artacaktır.

Gelişmiş ülkelerde gönüllülük bilincinin daha yüksek olduğu yapılan saha araştırmalarından anlaşılmaktadır. Çağdaşlık ve sosyal sorumluluk bilinci paralel olarak ivmelenmektedir. Her bireyin özgür iradesi sonucunda şekillenen gönüllülük faaliyetleri günümüzde modern, çağdaş ve yardımsever olmanın temellerinde yer almaktadır (Fazlioğlu, 2013 :69).

Sivil toplum kuruluşları faaliyetlerini yürütürken en önemli desteği insan kaynağından almakta ve bu insan kaynağı niteliği ve sayısı ölçeğinde başarılı olabilmektedir. Sivil toplum kuruluşlarının örgütleşebilmesi, kurumsal yapıya kavuşması insan kaynağının niteliği ile ilgili iken, demokratik ve etkili olabilmesi ise sayısal açıdan güçlü olmasına bağlıdır. Bu iki kriter birlikte sağlandığında sivil toplum kuruluşları toplumun ihtiyaçlarına cevap verir hale gelmekte ve ülkelerdeki siyasal partiler ile hükümetlerin yanında etkin üçüncü güç olmaktadır. Sosyal alanda işlevsel olmak için nitelik ve nicelik dışında insan kaynağının "özverili olması", "gönüllülük esasına uygun olması" ve "samimi olması" gibi özellikler de STK'ler için vazgeçilmez diğer unsurlardır. STK'ler gönüllü bireylerden oluşan toplum içindeki kişilerin katkıları ile etkin kılınabilir. Aksi takdirde çıkar ve amaç yönünden sapmalar meydana gelir ve toplumsal "güven" zedelenebilir. Şengöz (2016: 14)'e göre STK'ler içinde gönüllüler iki gruba ayrılabilir. Bunlar, sürekli ve süreksiz gönüllülerdir. Sürekli gönüllüler, STK içinde sürekli gönüllü olarak çalışan kişiler olarak tanımlanabilir ki, bu tür gönüllüler STK'de devamlılığın sağlanması, kurumsallaşmanın yerleşmesi ve yeni projelerin hayata geçirilmesi bağlamında önemli bir yer edinmektedirler. İkinci olarak süreksiz gönüllüler ise, proje bazlı çalışan STK'nin hali hazırdaki projesinin yararı için gönüllü çalışan kişileri temsil eder ki, bu gruptakiler hem ileriki dönemde sürekli gönüllü olma adayı olan kişilerdir hem de toplumda farkındalık oluşturma bağlamında ve etkinliğin güvenilirliğin sağlanmasında kilit rol üstlenmektedirler. Süreksiz gönüllüler, herhangi bireyin dikkatini ve güvenini kazanma noktasında sürekli gönüllüden bazı dönemlerde daha etkin olabilmektedir. Ayrıca süreksiz gönüllülerin sayısının fazla olması organizasyonun işlemesi yaygınlaştırabilir, demokratik

altyapının oluşmasına katkı sağlayabilir, toplumun ihtiyaçlarının fark edilmesinde yardımcı olabilir ve toplumsal desteğin sağlanarak siyasal alanda baskı unsuru olmanın önünü açacaktır. Özçağdaş (2013 :86)'a göre de, STK'ler toplumdaki temel sağlık, istihdam, çevre, yoksulluk gibi alanlarda ön planda olup, söz konusu problemlerin çözümüne katkı sağlayabilirse örgütlenme ve kaynak oluşturma bağlamında avantaj elde edebilecek, projelerini ilerletebilecektir. Son olarak bakıldığında STK'ler toplum ihtiyaçlarını karşılama yönünden resmî kurumlar ile aynı payda da buluşmakta, desteklemektedir.

2.5. Genç Nüfusta Gönüllülük

TÜİK (Türkiye İstatistik Kurumu)'e göre genç nüfus 15-24 yaş aralığı olarak nitelendirilmektedir. 15-24 yaş aralığı genel olarak lise ve üniversite öğrencilerinin yoğunlukta olduğu kümeyi oluşturmaktadır. Genç nüfusun dinamizmi, aldığı eğitim ve kazandığı tecrübeler göz önüne alındığında yaşadığı çevreye uyum sağladığı, çevreden etkilenen-etkileyen ve sorgulayan bir yapıya sahip olduğu dönemler olarak tanımlanabilir.

Genç nüfusun gönüllü olarak STK'lerde yer edinmesi ülke nüfusunun eğitimli kaynaklarının birlikte yaşamanın gerekliliklerine odaklanmasını sağlarken, geleceğe yönelik daha demokratik ve duyarlı bireylerin yetiştirilmesine katkı sağlayacaktır. Genç nüfus, gönüllü bireylerin topluma katkı sağlamada en verimli olduğu grup olarak görülebilir. Çünkü bu grupta bulunan bireyler topluma uyum sağlamaya çalışır, toplumun yeni yüzü olma yolunda daha ön planda durarak sağlık ve dinamizmleriyle saha çalışmalarında daha işlevsellerdir. Ayrıca genç nüfustaki bireyler topluma katkı sağladıklarına inandıklarında toplumla bütünleşme ve özgüvenlerinde artışta gözlenecektir. Toplumla bütünleşen ve özgüveni yüksek olan bireyler ülkelerin ve kendilerinin geleceklerini kurarken daha doğru adımlar atacaklardır. BM'nin bir araştırmasına göre gönüllü faaliyetlerde yer alan bireyler iş bulma konusunda daha şanslı olabilmektedir (Şengöz, 2016 :39). Dünya'da gönüllülük alanında kabul gören Dünya Değerler Araştırması projesinin 2014 yılı verilerine göre Türkiye'de 18-30 yaş aralığında herhangi bir gönüllülük projesinde yer alma oranı %7,7 olarak saptanmıştır. Nüfus açısından bakıldığında bu oran %1,7'ye kadar düşmektedir. Dünya Değerler Araştırması'nın Türkiye verileri incelendiğinde oranların çok düşük kaldığı görülmekle birlikte dünya çağında Türkiye'nin Küresel İnsani Yardım 2018 raporunda dünyada milli gelire oranla en cömert ülke olduğu da gözden kaçmamalıdır. Genel olarak Türkiye, Dünya'da en cömert ülkeler sıralamasında ABD'den sonra ikinci sırada yer almaktadır (Genç Gönüllüler, 2019). 2011 yılından bu yana yaklaşık 4 milyon Suriyeli mülteciyi barındıran Türkiye, söz konusu kişilere devlet eliyle 30 milyar doları aşmıştır. Bunun yanında STK'lerin yardımları da ayrıca bulunmaktadır. Önemli

olan nokta STK'lerin ve devletin yaptığı yardımları şeffaf bir şekilde kayıt altında tutması ve verileri paylaşımında açık olmasıdır.

2.6. Sosyal Girişimcilik ve STK Gönüllülüğünün Karşılaştırılması

Sosyal girişimcilik kavramı, bireysel yapılabildiği kadar kurumsal girişimlerin altında faaliyetler yürütülerek de yapılabilmektedir. Kurumsal kimlikler altında sosyal girişimcilik kavramının en önemli unsuru olan sürdürülebilirlik daha kalıcı ve anlamlı hale gelebilmektedir. Aynı zamanda gönüllü faaliyetleri de içermesi bakımından önemli olan sosyal girişimcilik faaliyetlerinin daha baskın olan özelliği çok yönlü kazanç sağlamak olarak değerlendirilebilmektedir. Nitekim gönüllülük faaliyetleri kâr amacı gütmezken sosyal girişimcilik faaliyetlerinin sürdürülebilirliğini sadece gönüllü emeğe dayandırmamaktadır. Bağışlar ve sponsorluklar kadar önemli olan kendi yaptıklarını halka ve diğer kurumsal kişilere kabul ettirerek ortaya çıkardığı hizmet ya da üründeki kârlılığı artırmaktır. Bu yolla sürdürülebilir ve çok yönlü kazancı sağlayabileceğini düşünmektedir.

Gönüllülük kavramının icracısı olan kişilerin amacı topluma faydalı işlerde gerekli hassasiyeti gösterip çıkar ilişkisi olmadan sonuçtan ziyade süreç odaklı çalışmalar yürüterek katıldığı organizasyonun direktifleriyle çalışmalar yürüttüğü düşünülmektedir. Bu kişiler STK'lerin gönüllü çalışanı olarak toplumsal fayda açısından çok değerli görülmektedir. Temel amaçsal yönden sosyal girişimci ile gönüllü aynı doğrultuda aynı saiklerle hareket ettiği anlaşılabilmektedir. Ayrıldıkları noktalar ise, faaliyetleri sırasında kullandıkları araçlar ve bu araçlara bağlı olarak çeşitli alt amaçlar olarak değerlendirilebilir. Yani her ikisi de toplumsal ihtiyaçların karşılanması noktasından hareket etseler de sosyal girişimlerin doğası gereği kâr etmeleri gerektiği için alt amaç olarak kâr güdüsüyle de hareket etmekte, girişimciliğin getirdiği özelliklerle faaliyet yürütmektedir.

Gönüllülük kavramının hareket noktası temelde insanların vicdani sorumluluklarının bilincinde olup olmamaları durumuyla ilintilendirilebilir. Buna göre gönüllülük faaliyetleri sonuçları açısından öncelikle sadece gönüllü kişileri ilgilendirdiği görülebilmektedir. Herhangi bir sosyal girişimin içinde olmayan gönüllülük faaliyetlerinde sonuçlar ikincil olarak faaliyetin ya da içinde bulundukları kuruluşları ilgilendirebilmektedir. Çünkü gönüllü kişi sıradan bir STK'de "sadece gönüllü" olarak yaptığı faaliyetlerden kendini sorumlu hissederken, sosyal girişimlerde ortak amaçla çalışan kişilerde kurumsal altyapıların oluşması ve kâr güdülenmesinin de etkisiyle çok çeşitli sorumluluklar meydana gelebilmektedir. Örneğin sosyal girişimlerde işletmelere benzer şekilde iç işleyişin profesyonel araçlarla sağlanması gerektiği

düşünülürken, kurumsal altyapının modern ihtiyaçlara uygun şekilde oluşturulması gerekliliği öngörülmektedir. Gönüllülüğün ise daha çok bireysel çaba ve kısıtlı fayda çerçevesinde ilerlemesi verimli olmayan ve sürdürülebilirliği açısından daha kısa vadeli başarıları hedeflediği anlaşılmaktadır. Karıştırılmaması gereken noktalardan biri de sosyal girişimciler veya girişimlerin de geleneksel gönüllülük faaliyetleri gibi gönüllüler çerçevesinde ilerleyip ilerlemediği noktasıdır. Bu noktada her sosyal girişim ontolojik anlamda gönüllü yani zorlama olmaksızın var olan bir grup ya da oluşturulan bir grubun eliyle faaliyetlerini yürüttüğü değerlendirilmektedir. Ancak sosyal girişimci, standart bir gönüllü gibi hareket etmez ve ait olduğu grubun ihtiyaçlarını da çıkış noktası olan toplumsal fayda kadar önemsediği anlaşılmaktadır. Bu anlamda bünyesinde yer alan gönüllü sayısı kadar profesyonel sayısı ve niteliği de sosyal girişimin önem verdiği konular arasında gösterilebilir.

Toplumsal fayda sağlamak amacıyla ortaya çıkan bir fikrin bireysel ve toplumsal faydaları karşılaştırıldığında söz konusu fikrin sosyal girişimcilik bağlamında ve STK'ler bağlamında farklı sonuçları olması muhtemeldir. Gönüllüler, STK'lerde çok kısıtlı bir merkezi yapılanmadan çıkan kararlara uyum sağlaması sonucunda ortaya çıkacak olası faydayı artırma eğilimindedirler. Bu eğilimler genelde kuruluşun temel ideolojik yaklaşımıyla uyumlu ise verimli ve katılımcı sayısı açısından fazla olabileceği gibi tersi durumda da işlerliği zayıflayabilecek hale getirebilmektedir. Sosyal girişimler ise dünya ve Türkiye örneklerinde de görüleceği üzere çekirdek yapılanmalar bağlamında daha profesyonel, kalıcı ve niteliklerin öne çıktığı yapılanmaları temsil ettiği düşünülmektedir. Sosyal girişimlerde gönüllü sayısının önemi fikrin yayılmasına ciddi katkılar sunmasında yatarken, STK'lerde fikrin yayılması ile birlikte amacın gerçekleştirilmesine de direkt katkı sunmada kritik önemde olduğu görülebilmektedir.

Sosyal girişimlerde herhangi bir toplumsal ihtiyacın giderilmesinde yapısal olarak kâr amacı da güdüldüğü için süreci başlatmak, ilerletmek ve karar kılmak zor olabilmekte iken, STK'lerde toplum tarafından kabul görüldüğü anda harekete geçmek daha hızlı ve organize olabilmektedir. Burada önemli olan nokta STK'ler gönüllülerin yardımıyla hızla organize olup faaliyetlerini yürütebiliyor olması iken, sosyal girişimlerin başlatılması çok farklı ve çeşitli faktörlerde optimum noktanın oluşmasıyla ile gerçekleşebilmektedir. Bu bağlamda merkezi, kısıtlı kurullar ve nispeten daha az faktörün etkisinde olan STK'ler, sosyal girişimlerden daha avantajlı olduğu düşünülmektedir. Sosyal girişimlerin kâr amacıyla faaliyetlerini sürdürmesi ve temel düşünme eksenlerinde girişimciliğin olması, hali hazırda var olan bir faaliyette normal işletmeler gibi finansal açıdan sürdürülemez noktaya geldiğinde toplumsal faydayı ikinci plana

atabilme katsayısı daha yüksek görülmektedir. Bunların yanı sıra sosyal girişimler ideolojik temellerden daha az etkilendikleri düşünülmekte, kâr elde etmek için ürettikleri hizmet ya da ürünün kanıtlanan verimliliği ile yatırım alma ve daha fazla kişiye toplumsal fayda sağlama açısından daha avantajlı olduğu anlaşılmaktadır. Ayrıca sosyal girişimler pazarlama, AR-GE, insan kaynakları, finans, yönetim ve üretim ya da hizmet alanlarında ortak iyiye yöneldikleri için kalıcı faaliyetler üretmede de avantajlı sayılabilmektedir. STK'ler genel olarak toplumdaki farklı kesimdeki duyarlı gönüllülerin ortak amaçlar ile birleşmesi bakımından toplumsal faydaya daha yatkın olabilmekte ve çıkar ilişkisi olmaması sebebiyle de çoğu zaman amaçsal istikrarı sağlamada daha etkin olabilmektedir. Ancak söz konusu gönüllüler amaca uygun araçların tespit edilmesi, eklenecek gönüllülerin seçimi, kurumsal ve oluşturdukları fikrin yaygınlaştırılması noktasında niteliklerin farklı olması ve kendiliğinden olması nedeniyle daha uzun zaman alabilmektedir. Bu geçen zaman dolayısıyla bazen kişilerde fikre olan bağlılıkların zayıflamasına sebep olabilmektedir. Sosyal girişimlerde ise, fikir oluştuktan sonra disiplinli ve planlı biçimde oluşturulan ekiplerin etkisiyle fikre uygun araçların tespiti, fikrin yaygınlaştırılması ve kâr beklentisinin de etkisiyle motive olma güdüleri daha güçlü olabilmektedir.

STK'de gönüllülük faaliyetleri kısıtlı kaynaklar ve nitelikten çok niceliksel çoğunluğun çabasıyla ortaya çıkarılmaya çalışılan iş birlikleri normal seyrinde teknolojik gelişmelerde ve öğün çalışmalardan daha seyrek faydalanabilmekteyken, kurumsal açıdan ve amaçsal olarak farklı güdülere sahip olan sosyal girişimler inovasyona, esnekliğe ve disiplinli finansal tablolara sahip olma konusunda daha avantajlı oldukları anlaşılmaktadır. Zaten inovatif fikirler çerçevesinde birden fazla toplumsal ihtiyaca uygun cevaplar verebilecek potansiyelde girişimlerin sosyal girişimcilikte ele alınıyor olması açısından da gelişime eğilimlidirler. Bu bağlamda STK'lerdeki gönüllülerden beklentiler ile sosyal girişim paydaş ya da gönüllüsünden beklentiler farklılaşmakta, STK'lerde daha pasif ve kısıtlı çerçevede etkisi olan gönüllülerin sosyal girişimlerde daha aktif ve sürece katkılarında daha paylaşımcı olmaları gerektiği düşünülmektedir.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

3. ARAŞTIRMANIN METODOLOJİSİ

Bu bölümde sırasıyla; araştırmanın önemi, araştırmanın amacı ve kapsamı, araştırmanın sınırlılıkları, araştırmanın türü, araştırma yöntemi, evren ve örneklemi ile verilerin analiz yöntemlerinden bahsedilecektir.

3.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi

Araştırmanın temel amacı Türkiye'de gönüllülük faaliyetlerinde aktif rol alan bireylerin sosyal girişimcilik alanındaki niyetleri ve farkındalıklarının ölçümüdür. Bu amaç doğrultusunda hazırlanan 32 anket sorusu iki farklı STK'nin toplam 408 gönüllüsüne yöneltilmiş, alınan cevaplar üzerine de analizler gerçekleştirilmiştir. Dünya'da ve Türkiye'de toplumu birçok yönden olumlu etkileme gücüne sahip "gönüllüler" ve "sosyal girişimcilik" faaliyetleri öncelikle bilinçli bir aktivitedir. Bu bilinçli aktivitenin farkına varıp, gerekli organizasyonu sağlayarak projeler geliştirilmesi beklenen gruplardan biri de gönüllülerdir. Çünkü sosyal girişimcilik faaliyetleri de bir tür gönüllülük organizasyonu olmakla birlikte daha aktif katılım beklenmesi ile diğer gönüllülük çeşitlerinden ayrılmaktadır. Sosyal girişimcilikte geleneksel gönüllülük topluluklarının görev ve sorumluluklarının yanında girişimci ve özgün stratejiler ile daha çok profesyonellik görülmektedir. Alanyazınlarda daha sosyal girişimciliğin STK gönüllülerinden ziyade ya var olan sosyal girişimcilik faaliyetlerinin değerlendirilmesi ya kurumsal fayda-katkı analizleri ile sosyal girişimcilik beklentileri kıyaslanmış ya da genel olarak sosyal girişimci bireylerde olması gereken özellikler üzerinden gençlerdeki uyumu değerlendirilmiştir. Bu çalışmalar incelenmiş ve alanyazına katkı sağlayacağı düşünülerek sosyal girişimcilik faaliyetinin temellerini oluşturan ve toplumu yakından tanıma noktasında öne çıkan gruplar (STK) üzerinden söz konusu grupların gönüllülerine Türkiye'de gelişmekte olan sosyal girişimcilik farkındalık ölçeği uygulanmaya çalışılmıştır.

Anket yoluyla ulaşılan bireyler üzerinden çalışmanın amacı; Türkiye'de etkin olan iki farklı STK'nin gönüllülerinin sosyal girişimcilik faaliyetleri hakkındaki niyetlerinin ölçülmesidir. Bu çaba çerçevesinde bireylerden sosyodemografik bilgiler edinilmiş ve 32 farklı soru yöneltilmiştir. Alınan cevaplar analiz edilerek STK gönüllülerinin niyetleri ile iki STK gönüllülerinin arasındaki etmen ve niyet farklılıklarının test edilecektir.

Ayrıca çalışmanın önemi, alanyazında hedeflenen amaç doğrultusunda uygulamada görülmemiş olması ile gönüllülerin sosyal girişimcilik niyetlerinin analiz sonuçlarına göre

etmenler değerlendirilerek daha fazla gönüllünün sosyal girişimcilik faaliyetlerine dâhil olabilmesinin sağlanmasıdır.

3.2. Araştırmanın Sınırlılıkları

Yapılan araştırmanın sınırlılıkları arasında öncelikle araştırma esnasında dünyada ve Türkiye'de yaşanan Corona Virüs (Covid-19) salgının olmasıdır. Bu olağanüstü kısıt nedeniyle çalışılan STK'ler ile istenen verimlilikte toplantılar gerçekleştirilememiş, gönüllülerine anketin uygulanası noktasında iletişime geçilmesinde zorlanılmıştır. Ayrıca yapılan çalışmanın Eskişehir ilindeki B STK'sının mevcut gönüllü sayısının toplamını paylaşmamış olması da sınırlılıklardan bir diğeridir. Uygulamanın yapıldığı imkânlar dâhilinde sadece Eskişehir ili şubelerindeki gönüllülere ulaşılabilmiştir. Buna rağmen elde edilen anket sayısı hedeflenen şubelerdeki gönüllü sayısına oranla güvenilirliği kanıtlanabilir düzeydedir.

3.3. Araştırma Soruları

Bu çalışma pozitivist bir çalışmadır. Bu çalışmada öznel yorumlardan kaçınılmış, değişkenler arasında objektif bir değerlendirme yapılmıştır. Bu sebepten ötürü araştırma kapsamında nicel veriler kullanılmış, araştırmacı tarafından daha önce hazırlanan anket ile ölçülmektedir. Ankete katılan kişiler aracılığıyla sağlanan veriler standartlaştırılarak analiz yapılmıştır. Süresi bakımından anlık bir çalışmadır.

Sosyal Girişimcilik Niyet Ölçeği envanteri ilk olarak McEwin ve Jacobsen-D'Arcy (2002) tarafından gerçekleştirilmiştir. Esmond ve Dunlop (2004) tarafından geliştirilmiş olan GME Doğu Avustralya'da gönüllü olan bireylerin gönüllü olma motivasyonlarını araştırmak amacı ile geliştirilmiştir. Ölçeğin geliştirilme aşamaları ve gerekçeleri aşağıda verilmiştir. Orijinal envanterin geliştirilme aşaması, üç çalışma ve beş aşamadan oluşmaktadır. Aşamalı olarak yapılan bu araştırma sonunda, 18 yaş üstüne uygulanabilen GME 44 maddeden oluşan, "kesinlikle katılıyorum, katılıyorum, kararsızım, katılmıyorum, kesinlikle katılmıyorum" ifadelerini içeren 5'li Likert tipi, 10 alt ölçekten oluşan bir envanterdir. Bu alt ölçeklerin altısı Clary ve ark. (1992) tarafından geliştirilen envanterden alınmıştır, 4 alt ölçekte ilk defa çalışılan alt ölçeklerdir. Geliştirilen bu envanter gönüllülerin;

- İşe alımlarında ilgi çekmek için gönüllü motivasyonunu bilmek,

- Yeni gönüllülerin motivasyonel ihtiyaçlarını belirleyerek etkili yerleştirme yapmak,

- Gönüllülüklerinin devamlılığının sağlanması için motivasyonlarını anlamak amacıyla kullanılmaktadır.

Bu ölçeği daha sonradan Türkçe uyarlanmasını Çevik (2012) tarafından yapılmış, Tiftikçi (2020) aynı ölçeği tekrar kullanmıştır.

Sosyal Girişimcilik Niyet Ölçeği gönüllülerin katılımını artırmak için gönüllülerin sosyal girişimciliklerini belirlemek, gönüllülerin sosyal girişimcilik ihtiyaçlarını belirlemek gönüllülerin sosyal girişimlerini sürdürülebilir bir hal alarak devamlı olmasını sağlamak için niyetlerini öğrenmek üzere yapılmıştır.

44 maddeden oluşan Sosyal Girişimcilik Niyet Ölçeği 5'li Likert tipi bir envanterdir. Sosyal Girişimcilik Niyet Ölçeğinin ilk kaynağında 10 alt ölçeği bulunmaktadır. Bunlar;

1. Values (Değerler),
2. Reciprocity (Karşılıklılık),
3. Recogition (Takdir Etme),
4. Self-Esteem (Benlik Saygısı),
5. Reactivity (Tepkisellik),
6. Social (Sosyal),
7. Protective (Koruyucu),
8. Social Interation (Sosyal Etkileşim),
9. Understanding (Anlama),
10. Career Development (Kariyer Geliştirme) olarak tespit edilmiştir.

Sosyal Girişimcilik Niyet Ölçeğinin Türkçe uygulamasını yapan Tiftikçi (2020) uygulamada Sosyal Girişimcilik Niyet Ölçeği olarak kişisel verilerden oluşan bir ölçek, Gönülülük Motivasyon Envanteri olarak 44 sorudan oluşturulan 5'li likert soruları sormuş, diğer kısımda ise Gönüllü Motivasyonu Yönetici Anketi uygulamış bu ankette 9 adet açık uçlu soru sormuştur. Elde edilen bulgular neticesinde Tiftikçi ölçeğinde 7 adet alt ölçek oluşturmuştur. Bu alt ölçekler şu şekildedir;

1. Gelişim ve Katkı Sunma,
2. Kariyer ve Fırsat,
3. Problem Çözme ve Kaçınma,
4. Merhamet ve İyi Hissetme,
5. Toplumsal İlgi,
6. Takdir Edilme,
7. Empati ve Acıma olarak tespit edilmiştir.

Orijinal envanterin alt ölçeklerinin iç tutarlılığı Cronbach Alpha ile hesaplanmıştır. Alt ölçeklerin güvenirlik kat sayısı 0,62 ile 0,80 arasında değişmektedir.

3.4. Araştırmanın Hipotezleri

Gönüllülük niyetleri sivil toplum kuruluşlarına göre farklılıklar göstermektedir.

H_1: Gönüllülerin sosyal girişimcilikteki niyetleri gönüllülerin gönüllüsü olduğu kuruluşa göre farklılık göstermektedir.

H_2: Gönüllülerin sosyal girişimcilikteki niyetleri gönüllülerin cinsiyetine göre farklılık göstermektedir.

H_3: Gönüllülerin sosyal girişimcilikteki niyetleri gönüllülerin yaşlarına göre farklılık göstermektedir.

H_4: Gönüllülerin sosyal girişimcilikteki niyetleri gönüllülerin eğitim durumuna göre farklılık göstermektedir.

H_5: Gönüllülerin sosyal girişimcilikteki niyetleri gönüllülerin medeni durumuna göre farklılık göstermektedir.

H_6: Gönüllülerin sosyal girişimcilikteki niyetleri gönüllülerin gelir durumuna göre farklılık göstermektedir.

3.5. Araştırmanın Evren ve Örneklemi

Bu araştırmanın evreni sosyal politikalara destek olmak amacıyla kurulan Sivil Toplum Kuruluşlarıdır. Örneklem olarak ise dünyada ve Türkiye'de birçok faaliyet gösteren Türkiye'nin en büyük iki Sivil Toplum Kuruluşunun Eskişehir Şubesinde bulunan üniversite öğrencileri olan gönüllülerden oluşturmaktadır. (A) STK'sının Eskişehir toplam gönüllü sayısı 880, üniversite öğrencisi gönüllü sayısı 460 iken; (B) STK'sının toplam gönüllü sayısı kuruluş tarafından paylaşılmamış ancak üniversite öğrencisi gönüllü sayısı 442 olarak tespit edilmiştir. Bu örneklem göz önünde bulundurulduğunda toplamda ankete katılanların yeterli sayıda olduğu belirlenmiştir.

Araştırmanın örnekleminde Eskişehir'de bulunun (A) ve (B) Sivil Toplum Örgütlerinden 408 gönüllünün katılmasıyla oluşturulmuştur.

3.6. Verilerin Toplanması

Çalışmada verilerin elde edilmesi için anket tekniği kullanılmıştır. Bu durumda, iki kısımdan oluşan anket formu hazırlanmıştır. Birinci bölümde katılımcıların kişisel özelliklerini belirlemeye yönelik 8 adet soru yöneltilmiştir. Araştırmanın ikinci bölümünde Sivil Toplum Kuruluşlarındaki gönüllü kişilerin sosyal girişimciliklerini incelemek adına katılımcılara 32 adet soru yönlendirilmiştir. Bu bölümde yer alan sorular 5'li likert ölçeği ile hazırlanmış, bu doğrultuda katılımcılara "1- Tamamen Katılıyorum" ile "5- Tamamen Katılmıyorum" arası seçim yapmaları istenmiştir.

32 maddeden oluşan Sosyal Girişimcilik Niyet Ölçeği (SGNÖ) 5'li likert ölçeği olarak hazırlanmıştır. SGNÖ'nün 7 alt boyutları bulunmaktadır. SGNÖ'nün alt boyutları şu şekildedir;

- **Gelişime Katkı Sağlama:** Yapılan çalışmada gönüllülerin sosyal girişimcilik niyetleri tespit edilirken yeni arkadaşlık bağları kurmak, dünya hakkında yeni fikirler üretmek ve farklı fikirleri dinlemek ve buna karşı bireysel gelişime katkı sağlama niyetlerini belirlemek. **(F1)**
- **Kariyer Planlaması:** Gönüllülerin daha fazla sosyal bağlantı kurarak sosyal girişimlerini artırmak, bu sosyal girişimlerin kariyer planlamasında niyetlerini belirlemek. **(F2)**
- **Problemler Karşısındaki Tutumu:** Gönüllülerin mevcut ortamlarındaki sosyal girişmelerini tespit etmek ve problemler karşısındaki çözüm becerilerini tespit etmek. **(F3)**
- **Merhametli Olma Niyeti:** Gönüllülerin sosyal girişimcilik faaliyetlerinin katılımı ve başkalarını yapmış oldukları yardımlardan dolayı girişimlerini tespit etmek. **(F4)**
- **Toplumsal ilgi:** Sosyal girişimcilik faaliyetlerinde bulunan gönüllülerin kendilerinden daha zor durumda bulunan kişilere karşı veya toplumsal olaylar karşısında daha fazla bilgilendirme ve olayların içinde bulunma niyetleri. **(F5)**
- **Takdir Edilmek:** Sosyal girişimcilik faaliyetlerinde bulunan gönüllülerin toplum tarafından sahiplenme, saygı duyulan birisi olma, başkaları tarafından takdir edilme niyetleri. **(F6)**
- **Empati Kurma:** Sosyal girişimcilik faaliyetlerinde bulunan gönüllülerin insanları yapmış oldukları yardımlardan dolayı karşısındaki kişileri anlama ve onların yerine kendilerini bırakma niyetlerinin belirlenmesi. **(F7)**

3.7. Verilerin Analizi

Anket formu vasıtasıyla toplanan veriler, IBM SPSS 22.0 istatistik programı kullanılarak analiz edilmiştir. Bu program ile katılımcıların sosyo-demografik özelliklerini tespit etmek üzere frekans tabloları, anket maddeleri ile ilgili ortalamalar ve standart sapma değerleri saptanmıştır. İlişkiyi tespit etmek için korelasyon analizi ve doğrusal regresyon analizi yapılmıştır. Verilen cevapların kişisel özelliklere göre farklılaşma durumunu belirlemek için ise Bağımsız Örneklem T Testi ve Tek Yönlü ANOVA Testi yapılmıştır.

Sosyal Girişimcilik Niyet Ölçeği 408 kişiye uygulandıktan sonra Yapı Geçerliliği için Doğrulayıcı Faktör Analizi kullanılmıştır. Madde sayısı X 10 kişiye uygulandıktan sonra Yapı Geçerliliği için Doğrulayıcı Faktör Analizi kullanılmıştır. En büyük olabilirlik kestirimi olan LISREL 8.7 kullanılarak Doğrulayıcı Faktör Analizi (SDA) yapılmıştır. Doğrulayıcı Faktör Analizi X^2 istatistiği, ne kadar yakın dolaylı ve gözlenen kovaryans matrisleri açısından örneklem büyüklüğüne karşı hassas olması ve belirsizliğinden dolayı eleştirilmiş olmasına rağmen model verilerinin uygun olduğunu belirtmek için gereklidir (Brown, 2006). Bu sınırlama nedeni ile Doğrulayıcı Faktör Analizi (Confirmatory Factor Analysis) (CFA) ve Uyum İyiliği İndeksi (Goodness-of Fit Index (GFI) kullanılmıştır (Klein, 2005).

Ki-Kare (X^2) İyilik Uyumu (Chi-Square Goodness of Fit): Değerlendirmeye alınan uyum indeksi X^2'dir. Bu test iki kovaryans arasındaki uyum değerinin, kullanılan örneklemdeki denek sayısı eksi bir ile çarpılmasından elde edilir. Bu elde edilen sonuç X^2 dağılımı olarak hesaplanır. Bu hesaplamalarda örneklem sayısı çok önemlidir. Dolayısıyla örneklemlerde varsayımlar, X^2 test istatistikleri temelinde ele alındığında yanlış yorumlanabilir. Bundan dolayı X^2 tek başına değerlendirilmez. Doğrulayıcı faktör analizinin kuramsal temeline göre X^2, serbestlik derecesi (sd) ile oranlanarak değerlendirmeye alınır (Kline, 2005).

Yaklaşık Hataların Ortalama Karekökü (Root Mean Square Error Of Approximation, RMSEA): RMSEA Steiger ve Lind tarafından geliştirilmiştir. RMSEA, merkezi olmayan (noncentral) X^2 dağılımında, popülasyon kovarsyanslarını kestirmek amacıyla kullanılan bir indekstir. Bu indeks 0 ile 1 arasında değer almaktadır (Çokluk, Şekercioğlu, ve Büyüköztürk, 2010). RMSEA %90 güven aralığı ile birlikte rapor edilmelidir (Kline, 2005).

İncelenmesi gereken ilk değer anlamlılık değeri (p değeri) olacaktır. Bu değer beklenen korvaryans matrisi ile gözlenen korvaryans matrisleri arasındaki farkın (X^2 değerinin) anlamlılığı hakkında bilgi vermektedir. Doğal olarak p değerinin anlamlı olmaması arzu edilen bir durumdur (Çokluk, Şekercioğlu, ve Büyüköztürk, 2010).

İyilik Uyum İndeksi (Goodness of Fit İndex, GFI): Jöreskog ve Sörbog tarafından geliştirilmiştir. GFI, modelin örneklemdeki kovaryans matrisini ne oranda ölçtüğünü gösterir ve modelin açıklandığı örneklem varyansı olarak kabul edilir (Çokluk, Şekercioğlu, ve Büyüköztürk, 2010).

Artık Ortalamaların Karekökü (Root Mean Square Residuals-RMR) ve Standardize Edilmiş Artık Ortalamaların Karekökü (Standardized Root Mean Square Residuals-SRMR): RMR ve SRMR, evrene ait kestirimsel kovaryans matrisi ile örnekleme ait kovaryans matrisleri arasındaki artık kovaryans ortalamalarıdır (Çokluk, Şekercioğlu, ve Büyüköztürk, 2010).

Normlaştırılmış Uyum İndeksi (Normed Fit Index, NFI) ve Normlaştırılmamış Uyum İndeksi (Non-normed Fit Index-NNFI): Artmalı uyum indeksleri içerisinde ele alınır ve Bentler-Bonett tarafından geliştirilmiştir. NFI, karşılaştırdığı modeller bakımından özünde CFI' ya benzer ancak X^2 dağılımın gerektiği sayıtlılara uyma zorunluluğu olmaksızın karşılaştırma yapar. Küçük örneklemlerde ise NFI model için var olandan daha az uyum verebilir. Bu durumda NFI, serbestlik derecesi de hesaba dâhil edilerek yeniden hesaplanır ve NNFI olarak adlandırılır (Çokluk, Şekercioğlu, ve Büyüköztürk, 2010).

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

4. VERİLERİN ANALİZİ VE BULGULAR

4.1. Demografik Özelliklere Ait Tanımlayıcı İstatistikler

Bu anket için kullanılan tanımlayıcı istatistikler yaş aralığı, cinsiyet, medeni durumu, gelir durumu, eğitim durumu, üyesi olduğu STK, kaç tane Sivil Toplum Kuruluşu üyesi olunduğu ve kaç yıldır gönüllük faaliyetine katıldığı olmuştur. Tablo 2'de katılımcıların demografik özelliklerine ilişkin veriler ayrıntılı olarak yer almaktadır.

Tablo 2: Demografik değişkenlere İlişkin İstatistiki Veriler

Demografik Değişkenler		**N**	**%**
Cinsiyet	Erkek	147	36,0
	Kadın	261	64,0
	TOPLAM	408	100,0
Medeni Durum	Bekâr	384	94,1
	Evli	24	5,9
	TOPLAM	408	100,0
Yaş Aralığı	18 ve Altı	4	1,0
	19-23	214	52,5
	24-28	164	40,2
	29-35	26	6,4
	TOPLAM	408	100,0
Eğitim Durumu	Ön Lisans	49	12,0
	Lisans	313	76,7
	Yüksek Lisans	40	9,8
	Doktora	6	1,5
	TOPLAM	408	100,0
Aylık Gelir (TL)	Asgari Ücret Altı	211	51,7
	Asgari Ücret-3000	79	19,4
	3001-4000	52	12,7
	4001-5000	33	8,1
	5001 ve üzeri	33	8,1

	TOPLAM	408	100,0
STK Üyeliği	1	233	57,1
	2	91	22,3
	3	50	12,3
	4	12	2,9
	5 ve üzeri	22	5,4
	TOPLAM	408	100,0

- Araştırmaya katılan 408 kişiden 147 kişi erkek 261 kişi kadın gönüller tarafından katılım sağlanmıştır.
- Araştırmaya katılan 408 kişiden 384 kişi bekâr kişilerden oluşurken 24 kişi evli olduklarını belirtmişlerdir.
- Katılımcılardan 4 kişi 18 yaşının altında iken 214 kişi 19 ile 23 yaş grubunda, 164 kişi 24 ile 28 yaş grubu arasında 26 kişi ise 29 yaşından büyük kişilerden oluşmaktadır.
- Araştırmaya katılan 408 kişiden en büyük oran 313 kişi lisans mezunların olduğu saptanmıştır.
- Araştırmaya katılan gönüllerin yarısından fazlası asgari ücretin altında aylık gelir durumuna sahip gönüller oluştururken 79 kişi asgari ücret ile 3000 TL arasında aylık gelire sahip, 52 kişi 3001 TL ile 4000 TL arasında gelire sahip, 4001 TL ile 5000 TL arasındaki kişi sayısı ile 5001 TL üzeri gelire sahip kişilerin oranı aynı olup yüzde 8,1 olarak belirlenmiştir.
- Araştırmaya katılan katılımcıların genel tek bir STK kuruluşa üye olduğu belirlenmiştir. 91 kişi 2 tane Sivil Toplum kuruluşuna üye iken 50 kişi 3, 12 kişi 4 ve 22 kişi 5 ve daha fazla STK üyeliği bulunmaktadır.

4.1.1. STK'ler ile İlgili İstatistikler

Araştırmaya katılan 408 kişiden 210 kişi A STK gönüllüsü ise 198 kişi B STK'sının gönüllüsü olduğu belirlenmiştir.

Tablo 3: STK'ye İlişkin Veriler

		N	%
Katılımcı	A	210	51,5
	B	198	48,5
	Toplam	408	100,0

4.1.2. Gönüllülük Faaliyetinin Yıllara Göre Dağılımı

Katılımcılara yönlendirilen kaç yıldır gönüllülük faaliyetlerinde bulunuyorsunuz sorusuna verilen yanıtların büyük çoğunluğu yüzde 72,5 ile 1 yıl ile 3 yıl arasında gönüllü olduğunu belirtmiş, yüzde 17,6 sı 4 ile 5 yıldır gönüllü olduğunu ifade etmiş, yüzde 9,8 ise 6 yıl ve daha fazla yıldır gönüllülük faaliyetlerine katıldığını ifade etmiştir.

Tablo 4: Gönüllülük Faaliyetinin Yıllara Göre Dağılımı

		N	%
Katılımcı	1-3 Yıl	296	72,5
	4-5 yıl	72	17,6
	6 Yıl ve üzeri	40	9,8
	Toplam	408	100,0

4.2. Değişkenlere İlişkin Tanımlayıcı Değerler

Çalışmanın bu bölümünde katılımcılara yönlendirilen 32 soruluk ankette yer alan boyutlara ve verilen cevaplara yer verilmiştir. Tabloda görüldüğü üzere soruların boyut ortalaması X= 1,814 şeklinde ortaya çıkmıştır.

Tablo 5: Sosyal Girişimcilik Niyet Ölçeği Değişken Boyutlarına İlişkin Tanımlayıcı Veriler

		N	Ortalama	Standart Sapma
S1	Yaşamın zorluklarının üstesinden gelebilecek güce sahibim	408	1,64	,759
S2	Sosyal sorunlar üzerine odaklanırım	408	1,59	,587
S3	Benden daha az şanslı olan insanlara karşı şefkatli ve kaygılı duygular beslerim	408	1,44	,628
S4	Birisinin istismar edildiğini gördüğüm zaman, o kişiyi savunma ihtiyacı hissederim	408	1,25	,452
S5	İnsanlar kendilerinden daha az şanslı olan insanlara yardım etmede istekli olmalıdırlar	408	1,36	,570
S6	Kişisel olarak, zor durumda olan insanlara yardım etmek benim için oldukça önemlidir	408	1,36	,570
S7	Bir sonraki nesle dünyayı daha iyi bir yer olarak teslim etmemiz gerek	408	1,18	,461
S8	Dünyanın sorumlu vatandaşlara ihtiyacı var	408	1,14	,404
S9	İyi bir fırsatı diğerlerine göre çok daha önceden görebilirim	408	2,29	,782
S10	Diğer insanların şanssızlıkları beni fazla rahatsız etmez	408	3,69	1,093
S11	Günümüzde insanlar, diğerleri için endişelenmek yerine kendi kendilerini idare etme ihtiyacı içindedirler	408	1,80	,821
S12	Manevi duyguları olan bir insanım	408	1,46	,696
S13	Yardıma muhtaç olan kişiler, başkalarına bel bağlamayıp kendilerine bakmayı öğrenmelidirler	408	2,78	1,130
S14	Toplumda insanların birbirleriyle olan ilişkileri zayıflamaktadır	408	1,68	,764
S15	Toplumun gönüllülere değer verdiğini düşünüyorum	408	2,31	,892
S16	Benim için yüksek gelir elde edebilme fırsatı veren bir işte çalışmak önemlidir	408	2,20	,986
S17	Prestijli ve başarılı bir şirket ya da örgütte çalışıyor olmak benim için önemlidir	408	1,87	,920
S18	Bana ilerleme fırsatı sunan bir işte çalışmak benim için önemlidir	408	1,44	,628
S19	Sosyal ihtiyaçları savunmak için güçlü bir motivasyona sahibim	408	1,72	,723
S20	Sosyal değişimin temsilcisi olma noktasında kararlıyım	408	1,91	,756
S21	Sosyal ihtiyaçları belirleme yeteneğine sahibim	408	1,86	,676
S22	Sosyal bir ihtiyacı karşılamakta kararlıyım	408	1,78	,644
S23	Sosyal vizyon yaratma yeteneğine sahibim	408	1,95	,758
S24	Sosyal değerler yaratmak için riskleri fırsat olarak görürüm	408	2,18	,775
S25	Sosyal fayda bireysel faydadan önemlidir	408	1,93	,888
S26	Sosyal girişimlere oranla daha fazla sosyal değer yaratacağıma inanıyorum	408	2,19	,803
S27	Yeniliklere açık ve öncülük eden biriyimdir.	408	1,71	,647
S28	Yenilikçi mal ve hizmetler aracılığıyla sürdürülebilir avantajlar sağlayabilirim	408	1,93	,667
S29	Ekonomik, sosyal ve çevresel konular arasında denge kurabilirim	408	1,80	,629
S30	İçinde bulunduğum kurumun güvenilirliğini yükseltirim	408	1,54	,559
S31	Bulunduğum kurumda sorunlara etik çözümler sunarım	408	1,59	,583

S32	İçinde bulunduğum kurumda güven oluştururum	408	1,43	,525
	TOPLAM	408	1,814	

4.3. Anketin Faktör Analizi

Çalışmanın bu bölümünde, değişkenlere yönelik faktör analizi sonuçları gösterilmektedir. Boyutlarda meydana gelen faktörlerle ilgili faktör analizi sonuçları gösterilmiştir.

Tablo 6: Anketin Faktör Analizi

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		,858
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	4458,077
	sd	496
	Sig.	,000

KMO örneklem yeterliliği testinin sonucu (p=0,858), Ki Kare değeri (4458,0777) ve Bartlett Küresellik testi sonucu (p=0,000) anlamlı olarak saptanmıştır. Bunun sonucunda üzerinde çalışılan örneklem büyüklüğü yeterli olup ve ölçeğin faktör analizi uygun olduğu görülmüştür.

KMO analizleri sonucunda elde edilen değerlerin faktör analizi yapmaya yeterli olduğu tespit edilmiş ve yapılan faktör analizi sonucu elde edilen varyanslar şu şekildedir.

Tablo 7: Toplam Varyans Verileri

Faktörler	İlk Öz Değerler			Kare Yüklerinin Toplamları			
	Toplam	% Varyans	Kümülatif %	Toplam	% Varyans	Kümülatif %	Toplam
Gelişime Katkı Sağlama	7,426	23,205	23,205	7,426	23,205	23,205	5,899
Kariyer Planlaması	2,763	8,635	31,840	2,763	8,635	31,840	4,034
Problemler Karşı Tutum	2,110	6,594	38,434	2,110	6,594	38,434	2,345
Merhametli Olma	1,606	5,018	43,452	1,606	5,018	43,452	4,096
Toplumsal İlgi	1,396	4,363	47,815	1,396	4,363	47,815	1,519
Takdir Edilme	1,325	4,140	51,954	1,325	4,140	51,954	1,871
Empati Kurma	1,117	3,491	55,445	1,117	3,491	55,445	1,884

Yapılan faktör analizi sonucunda ölçeğin 7 faktörlü olduğu tespit edilmiştir ve toplam değişimin %55,445'ini açıklamaktadır. Ölçeğin faktör yapılarının sorulara üzerinde dağılımı şu şekildedir.

Tablo 8: Dönüştürülmüş Bileşen Matriks Verileri

	Bileşenler						
	1	2	3	4	5	6	7
s22	,697						
s23	,692						
s20	,681						
s21	,659						
s27	,638						
s28	,624						
s19	,612						
s29	,603						
s24		,349					
s4		,353					
s9		,317					
s6		,540					
s5		,531					
s8		,528					
s10		,492					
s12		,399					
s3		,395					
s17			,740				
s16			,707				
s18			,527				
s30				,608			
s32				,537			
s31				,537			
s26				,310			
s14					,460		
s11					,437		
s13					,433		
s1						,320	
s15						,569	
s7						,419	
s2							,301
s25							,558

Tablo 8'de görüldüğü gibi yapılan faktör analizi sonucunda ölçeğin 7 tane alt ölçeği olduğu tespit edilmiştir. Alt faktörlerle ilgili olarak 1. faktör "Gelişime Katkı Sağlama", 2. faktör "Kariyer Planlaması", 3. faktör "Problemler Karşı Tutum", 4. faktör "Merhametli Olma", 5. faktör "Toplumsal İlgi", 6. faktör "Takdir Edilme" ve 7. faktör "Empati Kurma" olarak belirlenmiştir.

4.4. Değişkenler Arası Korelasyon Analizi

Değişkenler arasındaki ilişkiyi saptamak için korelasyon analizi yapılmıştır. Tablo 9'da görüldüğü gibi, değişkenlerin çoğunun arasında %99 anlamlılık düzeyinde anlamlı ilişkilere rastlanmıştır.

Korelasyon katsayıları (0) ile (1) arasında değişmektedir. Tablo 9 incelendiği zaman araştırma çerçevesinde elde edilmiş korelasyon katsayıları (0,048) ile (0,609) arasında değişim göstermektedir. Bu doğrultuda, katsayılar arasında zayıf ve orta düzeyli ilişkilerin olduğu görülebilir.

Tablo 9: Korelasyon Analizi Sonuçları

		F1	F2	F3	F4	F5	F6	F7
F1	Korelasyon	1	,503**	,240**	,609**	,048	,377**	,440**
	Anlamlı		,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	408	408	408	408	408	408	408
F2	Korelasyon	,503**	1	,175**	,480**	,212**	,342**	,389**
	Anlamlı	,000		,000	,000	,000	,000	,000
	N	408	408	408	408	408	408	408
F3	Korelasyon	,240**	,175**	1	,196**	,237**	,101*	-,004
	Anlamlı	,000	,000		,000	,000	,041	,940
	N	408	408	408	408	408	408	408
F4	Korelasyon	,609**	,480**	,196**	1	,105*	,389**	,424**
	Anlamlı	,000	,000	,000		,000	,000	,000
	N	408	408	408	408	408	408	408
F5	Korelasyon	,048	,212**	,237**	,105*	1	,063	,109*
	Anlamlı	,329	,000	,000	,033		,206	,028
	N	408	408	408	408	408	408	408
F6	Korelasyon	,377**	,342**	,101*	,389**	,063	1	,293**

	Anlamlı	,000	,000	,000	,000	,000		,000
	N	408	408	408	408	408	408	408
F7	Korelasyon	,440**	,389**	-,004	,424**	,109*	,293**	1
	Anlamlı	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	408	408	408	408	408	408	408
**. Ortalama fark 0.01 düzeyinde anlamlıdır.								
*. Ortalama fark 0.05 düzeyinde anlamlıdır.								

Tablo 9 da görüldüğü üzere en güçlü korelasyon (0,609) ile F1 ile F4 arasındadır. En zayıf korelasyon ise (0,048) ile F1 ile F5 arasındadır. Yapılan korelasyon analizi sonucunda bir tek F3 ile F7 faktörleri arasında negatif yönlü bir ilişki olduğu belirlenmiş geriye kalan diğer faktörlerin birbirleriyle olan ilişkileri pozitif ve anlamlı ilişkileri olduğu belirlenmiştir.

4.5. Faktörler Arası Doğrusal Regresyon Analizi

Araştırmanın F1, F2, F3, F4, F5, F6 ve F7 faktörlerini test etmek için doğrusal regresyon analizleri gerçekleştirilmiştir. Sosyal girişimcilik niyet ölçeği faktörlerinin STK'ler üzerinde etkisi olup olmadığı incelenmiştir.

Tablo 10: Faktörler Arası Doğrusal Regresyon Analizi

Model	R	Beta	t-değeri	R2 %	F	Anlamlılık
F1	0,694	0,057	0,48	0,482	62,146	0,00
F2	0,597	0,819	11,274	0,357	37,048	0,00
F3	0,369	0,702	3,378	0,14	10,528	0,00
F4	0,669	0,093	0,83	0,45	54,186	0,00
F5	0,324	1,152	6,465	0,10	7,815	0,00
F6	0,453	0,573	4,058	0,21	17,301	0,00
F7	0,532	0,229	1,41	0,28	26,38	0,00

Gerçekleştirilen doğrusal regresyon analizin sonucunda elde edilen bulgulara göre F1, F2, F3, F4, F5, F6 ve F7 faktörlerini için sosyal girişimcilik niyetleri doğrusal olmuş ve hepsi kabul edilmiştir.

4.6. Anketin Güvenirlilik Analizi

Güvenirlilik, bir ölçme aracıyla aynı koşullarda tekrarlanan ölçümlerde elde edilen ölçüm değerlerinin kararlılığının bir göstergesidir (Öncü, 1994)

Çalışmanın bu bölümünde, bağımsız ve bağımlı değişkenlere yönelik güvenilirlik analizi sonuçları gösterilmektedir. Boyutlarda meydana gelen faktörlerle ilgili güvenirlik analizi sonuçları gösterilmiştir.

Tablo 11: Güvenilirlik Testi Sonuçları

Cronbach's Alpha (R)	Standardize Edilmiş Cronbach's Alpha Değeri	Faktör
,678	,724	7

Cronbach alfa likert tipli ölçeklerde sıklıkla kullanılmaktadır. Cronbach alfa aşağıdaki gibi ifade edilmektedir: $0 < R < 0.40$ ise güvenilir değil, $0.40 < R < 0.60$ ise düşük güvenilirlikte, $0.60 < R < 0.80$ ise oldukça güvenilir, $0.80 < R < 1.00$ ise yüksek güvenilirlikte olduğu belirlenir. Yapılan çalışmada R değeri; 0,678 olduğu tespit edilmiş ve bunun sonucunda yapılan çalışmanın güvenli olduğu belirlenmiştir.

4.7. Bulgular

Ölçekte yapılan açımlayıcı faktör analizine göre ölçek geneli ve alt faktörlerinin eğiklik ve basıklık değerleri ile merkezi dağılım ölçülerine ilişkin bulgular Tablo 12'de yer almaktadır.

Tablo 12: Hipotezlere İlişkin Tanımlayıcı İstatistikler

	N	En Az	En Fazla	Ortal.	Std. Sapma	Skewness		Kurtosis	
	İstati.	İstati.	İstati.	İstati.	İstati.	İstati.	Std. Hata	İstati	Std. Hata
Gelişime Katkı Sağlama	408	1,00	3,25	1,8327	,49790	,042	,121	-,461	,241
Kariyer Planlaması	408	1,00	2,78	1,7985	,31359	,029	,121	,073	,241
Problemler Karşı Tutum	408	1,00	4,33	1,8366	,68404	,936	,121	,975	,241
Merhametli Olma	408	1,00	3,00	1,6875	,45303	,140	,121	-,789	,241
Toplumsal İlgi	408	1,00	4,33	2,0882	,59652	,404	,121	,451	,241
Takdir Edilme	408	1,00	5,00	1,7132	,48764	1,166	,121	4,699	,241
Empati Kurma	408	1,00	3,50	1,7684	,57989	,513	,121	,098	,241

Skewness ve Kurtosis değerleri incelendiğinde "+", "-" 1,5 değerler aralığının dışında olmamasından dolayı normal dağılım özelliği gösterdiğinden T-Testi ve ANOVA analizi yapılmıştır.

H1:"Gönüllülerin Sosyal Girişimcilikteki niyetleri gönüllülerin gönüllüsü olduğu kuruma göre farklılık göstermektedir" hipotezine ait bulgular.

Katılımcıların vermiş oldukları yanıtlar ışığında A ve B STK'sının gönüllülerinin sosyal girişimcilik niyetlerini ölçmek için yapılan T-testi sonuçları şu şekildedir.

Tablo 13: Gönüllü Olarak Bulunan Kuruma Göre Faktör Ortalamaları

	Kurum	N	Ort.	Std. Sapma	Std. HataOrt.
F1	A	210	1,8387	0,48291	0,03332
	B	198	1,8264	0,51447	0,03656
F2	A	210	1,809	0,33061	0,02281
	B	198	1,7873	0,29488	0,02096
F3	A	210	1,827	0,67318	0,04645
	B	198	1,8468	0,69693	0,04953
F4	A	210	1,6881	0,44799	0,03091
	B	198	1,6869	0,45945	0,03265
F5	A	210	2,0365	0,55071	0,038
	B	198	2,1431	0,63836	0,04537
F6	A	210	1,7222	0,50472	0,03483
	B	198	1,7037	0,46994	0,0334
F7	A	210	1,8024	0,58714	0,04052
	B	198	1,7323	0,57137	0,04061

Tablo 13 incelendiğinde bütün faktörler için Anlamlılık değeri 0,05'ten küçük (0,000) olduğu tespit edilmiştir. Buna göre A ve B STK'larının gönüllüleri F1, F3, F4, F5 ve F7 faktörleri için B STK'sının A STK'sına göre daha fazla sosyal girişimcilik niyeti sergilediği, bundan dolayı iki kurumunun sosyal girişimcilik niyetlerinin farklılaştığı tespit edilmiştir.

Tablo 14: Gönüllü Olarak Bulunan Kuruma Göre Levene ve T-Testi

		Levene's Eşit Vary. Testi		T-Testi Eşit Varyns. Testi						
		F	Anlamlılık	t	sd	Anlamlı (2-tailed)	Ort. Fark	Std. Hata Farkı	%95 Güv. Ar. Fark	
									Alt	Üst
F1	Ev	1,871	,172	,249	406	,803	,01230	,04938	-,08477	,10937
	Evd			,249	400,039	,804	,01230	,04947	-,08495	,10955
F2	Ev	3,690	,055	,697	406	,486	,02168	,03108	-,03943	,08278
	Evd			,700	404,766	,484	,02168	,03098	-,03922	,08258
F3	Ev	,978	,323	-,292	406	,770	-,01982	,06784	-,15317	,11354
	Evd			-,292	402,474	,771	-,01982	,06791	-,15331	,11368
F4	Ev	,029	,864	,027	406	,978	,00123	,04493	-,08710	,08955
	Evd			,027	403,140	,978	,00123	,04496	-,08717	,08962
F5	Ev	3,758	,053	-1,809	406	,071	-,10659	,05893	-,22243	,00925
	Evd			-1,801	389,637	,072	-,10659	,05918	-,22294	,00976
F6	Ev	,047	,829	,383	406	,702	,01852	,04836	-,07654	,11358
	Evd			,384	405,938	,701	,01852	,04825	-,07634	,11338
F7	Ev	,266	,606	1,220	406	,223	,07006	,05741	-,04280	,18291
	Evd			1,221	405,591	,223	,07006	,05736	-,04271	,18282

Tablo 14 incelendiğinde F1, F2, F3, F4, F5, F6 ve F7 p değer 0,05'ten büyük olduğu tespit edilmiş elde edilen sonuca göre faktörlerin A ve B STK'sı için anlamlı bir farklılığı olmadığı tespit edilmiştir.

H2: "Gönüllülerin Sosyal Girişimcilikteki niyetleri gönüllülerin cinsiyetine göre farklılık göstermektedir" hipotezine ait bulgular**.**

Katılımcıların vermiş oldukları yanıtlar ışığında cinsiyetin gönüllülerinin sosyal girişimcilik niyetlerini ölçmek için yapılan T-testi sonuçları şu şekildedir.

Tablo 15: Cinsiyet Değişkenine Göre Faktör Ortalamaları

		N	Ort.	Std. Sapma	Std. Sapma Hata
F1	Erkek	147	1,8835	,54362	,04484
	Kadın	261	1,8041	,46887	,02902
F2	Erkek	147	1,8435	,34937	,02882
	Kadın	261	1,7731	,28913	,01790
F3	Erkek	147	1,8345	,74267	,06125
	Kadın	261	1,8378	,65018	,04025
F4	Erkek	147	1,7347	,46378	,03825
	Kadın	261	1,6609	,44556	,02758
F5	Erkek	147	2,0408	,60427	,04984
	Kadın	261	2,1149	,59160	,03662
F6	Erkek	147	1,7551	,57778	,04765
	Kadın	261	1,6897	,42805	,02650
F7	Erkek	147	1,7993	,61002	,05031
	Kadın	261	1,7510	,56266	,03483

Tablo 15 incelendiğinde anlamlılık değeri 0,05'ten küçük (0,000) olduğu tespit edilmiştir. F1, F2, F3, F4, F5, F6 ve F7 faktörlerinin her biri için "Erkeklerin" "Kadınlara" göre daha fazla sosyal girişimcilik sergilendiği bundan dolayı cinsiyetin sosyal girişimcilik niyetlerinin farklılaştığı tespit edilmiştir.

Tablo 16: Cinsiyet Değişkenine Göre Levene ve T-Testi

		Levene's Test İstatistiği		T-Testi Eşit Varyns. Testi						
		F	Anlamlılık	t	sd	Anlamlık (2-tailed)	Ort. Fark	Std. Hata Farkı	%95 Güv. Ar. Fark	
									Alt	Üst
F1	Ev	2,520	,113	1,549	406	,122	,07938	,05126	-,02138	,18015
	Evd			1,486	267,593	,138	,07938	,05341	-,02577	,18454
F2	Ev	4,705	,031	2,188	406	,029	,07044	,03219	,00717	,13372
	Evd			2,077	258,738	,039	,07044	,03392	,00365	,13724
F3	Ev	2,830	,093	-,047	406	,962	-,00334	,07063	-,14217	,13550
	Evd			-,046	270,907	,964	-,00334	,07329	-,14763	,14096
F4	Ev	,095	,758	1,582	406	,114	,07377	,04663	-,01789	,16544
	Evd			1,564	292,815	,119	,07377	,04716	-,01904	,16658
F5	Ev	,013	,909	-1,206	406	,229	-,07413	,06148	-,19498	,04673
	Evd			-1,199	297,497	,232	-,07413	,06185	-,19584	,04758
F6	Ev	7,646	,006	1,303	406	,193	,06545	,05024	-,03332	,16422
	Evd			1,200	237,476	,231	,06545	,05453	-,04197	,17286
F7	Ev	,525	,469	,808	406	,419	,04836	,05982	-,06924	,16597
	Evd			,790	282,956	,430	,04836	,06119	-,07209	,16881

Tablo 16 incelendiğinde sadece F2 alt faktörü p değer 0,05'ten küçük elde edilmiş, bu sonuca göre de F2 faktöründe cinsiyete göre anlamlı bir farklılığı bulunmaktadır. Ayrıca diğer tüm alt faktörlerde p değeri 0,05'ten büyük olmuş ve cinsiyet değişkeninde anlamlı bir farklılık göstermemiştir.

H3:"Gönüllülerin Sosyal Girişimcilikteki niyetleri gönüllülerin yaşlarına göre farklılık göstermektedir" hipotezine ait bulgular**.**

Katılımcıların vermiş oldukları yanıtlar ışığında cinsiyetin gönüllülerinin yaşlarına göre farklılık niyetlerini ölçmek için yapılan ANOVA testi sonuçları şu şekildedir.

Tablo 17:Gönüllülerin Yaş Gruplarına Göre Varyans Homojenlik Testi

	Levene İstatistik	sd1	sd2	Sig.
F1	2,138	3	404	,095
F2	1,037	3	404	,376
F3	,900	3	404	,441
F4	,189	3	404	,904
F5	1,281	3	404	,280
F6	,616	3	404	,605
F7	3,483	3	404	,016

Tablo 17 incelendiğinde gönüllülerin yaş gruplarına göre F1, F2, F3, F4, F5 ve F6 faktörlerine ilişkin p değeri 0,05'ten büyük olduğu için varyansların homojenlik varsayımı sağladığı tespit edilmiştir, F7 faktörünün ise homojen dağılmadığını bunun için bu faktör hipotez için ret edilmiştir. Yani empati kurmanın gönüllüler üzerindeki yaş grubuna göre sosyal girişimcilik niyetinde herhangi bir etkisi olmadığı tespit edilmiştir. Yapılacak ANOVA testin F7 faktörü çıkarılmıştır.

Tablo 18:Gönüllülerin Yaş Gruplarına Göre ANOVA Testi

		Karelerin Toplamı	sd	Ort. Meydan	F	Anlamlılık
F1	Gruplar Arasında	,730	3	,243	,981	,402
	Gruplar Dışında	100,166	404	,248		
	Toplam	100,896	407			
F2	Gruplar Arasında	,209	3	,070	,705	,549
	Gruplar Dışında	39,814	404	,099		
	Toplam	40,023	407			
F3	Gruplar Arasında	3,285	3	1,095	2,364	,071
	Gruplar Dışında	187,155	404	,463		
	Toplam	190,440	407			
F4	Gruplar Arasında	1,805	3	,602	2,974	,032
	Gruplar Dışında	81,727	404	,202		
	Toplam	83,531	407			
F5	Gruplar Arasında	,588	3	,196	,549	,649
	Gruplar Dışında	144,236	404	,357		
	Toplam	144,824	407			
F6	Gruplar Arasında	2,300	3	,767	3,278	,021
	Gruplar Dışında	94,482	404	,234		
	Toplam	96,782	407			

Tablo 18 incelendiğinde F1, F2, F3 ve F5 değerleri için p değeri 0,05'ten büyük olduğu için Gönüllerin Sosyal girişimlerindeki niyetlerinde bu faktörler için anlamlı bir farklılıkları bulunmamaktadır. F4 ve F6 faktörü için p değeri 0,05'ten küçük olduğundan dolayı Gönüllerin Sosyal girişimlerindeki niyetlerinde bu faktörler için anlamlı bir farklılıkları bulunmaktadır. Bu farklılıkları belirlemek için F4 ve F6 faktörleri için ANOVA testine bağlı olarak Post Hoc Tukey Testi yapılmıştır.

Tablo 19: Yaş Grubunun Sosyal Girişimcilik Niyetini Belirlemek İçin F4 ve F6 Faktörleri için yapılan Post Hoc Tukey Testi Sonuçları

			Ortalama sd. (I-J)	Std. Sapma	Anlamlılık	%95 Güven Aralığı	
						Alt Sınır	Üst Sınır
F4	18 ve Altı	19-23	,53972	,22698	,083	-,0458	1,1253
		24-28	,58841*	,22761	,049	,0012	1,1756
		29-35	,67308*	,24157	,028	,0499	1,2963
	19-23	18 ve Altı	-,53972	,22698	,083	-1,1253	,0458
		24-28	,04870	,04668	,724	-,0717	,1691
		29-35	,13336	,09341	,483	-,1076	,3743
	24-28	18 ve Altı	-,58841*	,22761	,049	-1,1756	-,0012
		19-23	-,04870	,04668	,724	-,1691	,0717
		29-35	,08466	,09494	,809	-,1603	,3296
	29-35	18 ve Altı	-,67308*	,24157	,028	-1,2963	-,0499
		19-23	-,13336	,09341	,483	-,3743	,1076
		24-28	-,08466	,09494	,809	-,3296	,1603
F6	18 ve Altı	19-23	,23988	,24405	,759	-,3897	,8695
		24-28	,31911	,24473	,561	-,3122	,9504
		29-35	,51282	,25973	,199	-,1572	1,1829
	19-23	18 ve Altı	-,23988	,24405	,759	-,8695	,3897
		24-28	,07923	,05019	,392	-,0502	,2087
		29-35	,27295*	,10044	,034	,0138	,5320
	24-28	18 ve Altı	-,31911	,24473	,561	-,9504	,3122
		19-23	-,07923	,05019	,392	-,2087	,0502
		29-35	,19371	,10208	,231	-,0696	,4571

	29-35	18 ve Altı	-,51282	,25973	,199	-1,1829	,1572
		19-23	-,27295*	,10044	,034	-,5320	-,0138
		24-28	-,19371	,10208	,231	-,4571	,0696
*. Ortalama fark 0.05 düzeyinde anlamlıdır.							

Tablo 19 incelendiğinde F4 için; 18 ve altı yaş grubuna sahip gönüllülerin 24 ile 28 yaş grupları ve 29 ile 35 yaş aralığında bulunan kişiler ile sosyal girişimcilik niyetlerinin değiştiği belirlenmiştir. F6 için ise 19 ile 23 yaşları arasında bulunan gönüllüler ile 29 ile 35 yaş aralığında bulunan gönüllüler arasında anlamlı bir farklılık olduğu belirlenmiştir.

F7 faktörü varyanslarının homojen dağılmamasından dolayı F7 faktörü için ANOVA testine bağlı olarak Post Hoc Games-Howell testi yapılmıştır, test sonuçları şu şekildedir.

Tablo 20: F7 Faktörü İçin Yapılan Games-Howell Test Sonuçları

		Ortalama sd. (I-J)	Std. Sapma	Anlamlılık	%95 Güven Aralığı	
					Alt Sınır	Üst Sınır
18 ve Altı	19-23	,26752	,24297	,713	-,8587	1,3938
	24-28	,43902	,24305	,409	-,6867	1,5647
	29-35	,62500	,25188	,213	-,4471	1,6971
19-23	18 ve Altı	-,26752	,24297	,713	-1,3938	,8587
	24-28	,17150*	,05934	,021	,0183	,3247
	29-35	,35748*	,08886	,001	,1195	,5955
24-28	18 ve Altı	-,43902	,24305	,409	-1,5647	,6867
	19-23	-,17150*	,05934	,021	-,3247	-,0183
	29-35	,18598	,08907	,174	-,0525	,4245
29-35	18 ve Altı	-,62500	,25188	,213	-1,6971	,4471
	19-23	-,35748*	,08886	,001	-,5955	-,1195
	24-28	-,18598	,08907	,174	-,4245	,0525
*. Ortalama fark 0.05 düzeyinde anlamlıdır.						

Tablo 20 incelendiğinde F7 için yapılan Games-Howell Testine göre araştırmaya katılan gönüllerden yaş grubu 19 ve 23 aralığında olan kişiler ile 24 ile 28 ve 29 ile 35 yaş aralığında bulunan kişilerin sosyal girişimcilik niyetleri anlamlı farklılık göstermektedir.

H4:"Gönüllülerin Sosyal Girişimcilikteki niyetleri gönüllülerin eğitim durumuna göre farklılık göstermektedir" hipotezine ait bulgular.

Katılımcıların vermiş oldukları yanıtlar ışığında gönüllülerinin eğitim durumuna göre farklılık niyetlerini ölçmek için yapılan ANOVA testi sonuçları şu şekildedir.

Tablo 21:Gönüllülerin Eğitim Durumlarına Göre Varyans Homojenlik Testi

	Levene İstatistik	sd1	sd2	Sig.
F1	,896	3	404	,443
F2	,018	3	404	,997
F3	,090	3	404	,966
F4	,206	3	404	,893
F5	,653	3	404	,581
F6	,198	3	404	,898
F7	,716	3	404	,543

Tablo 21 incelendiğinde bütün faktörlere ilişkin p değeri F2 alt faktörü haricinde 0,05'ten büyük olduğu için varyansların homojenlik varsayımı sağladığı tespit edilmiştir ve bunun sonucunda F2 alt faktörü haricindeki alt değişkenlere ANOVA Testi yapılmıştır.

Tablo 22:Gönüllülerin Eğitim Durumlarına Göre ANOVA Testi

		Karelerin Toplamı	sd	Ort. Meydan	F	Anlamlılık
F1	Gruplar Arasında	,026	3	,009	,034	,992
	Gruplar Dışında	100,870	404	,250		
	Toplam	100,896	407			
F3	Gruplar Arasında	1,648	3	,549	1,175	,319
	Gruplar Dışında	188,792	404	,467		
	Toplam	190,440	407			
F4	Gruplar Arasında	,571	3	,190	,927	,428
	Gruplar Dışında	82,960	404	,205		
	Toplam	83,531	407			
F5	Gruplar Arasında	1,220	3	,407	1,144	,331
	Gruplar Dışında	143,604	404	,355		
	Toplam	144,824	407			
F6	Gruplar Arasında	,987	3	,329	1,387	,246
	Gruplar Dışında	95,795	404	,237		
	Toplam	96,782	407			
F7	Gruplar Arasında	,935	3	,312	,926	,428
	Gruplar Dışında	135,927	404	,336		

	Toplam	136,862	407			

Tablo 22 incelendiğinde Eğitim Durumunun sosyal girişimde yer alan 6 faktör içinde p değer 0,05'ten yüksek çıkmış ve bunun sonucunda anlamlı bir farklılık sağlamamıştır. Bu hipotezler reddedilememiştir.

H5:"Gönüllülerin Sosyal Girişimcilikteki niyetleri gönüllülerin medeni durumuna göre farklılık göstermektedir" hipotezine ait bulgular.

Katılımcıların vermiş oldukları yanıtlar ışığında medeni durumunun gönüllülerinin sosyal girişimcilik niyetlerini ölçmek için yapılan T-testi sonuçları şu şekildedir.

Tablo 23:Gönüllülerin Medeni Durumlarına Göre Faktör Ortalamaları

		N	Ort.	Std. Sapma	Std. Sapma Ort.
F1	Bekâr	384	1,8405	,49519	,02527
	Evli	24	1,7083	,53501	,10921
F2	Bekâr	384	1,8044	,31763	,01621
	Evli	24	1,7037	,22383	,04569
F3	Bekâr	384	1,8290	,67659	,03453
	Evli	24	1,9583	,80044	,16339
F4	Bekâr	384	1,7005	,44855	,02289
	Evli	24	1,4792	,48295	,09858
F5	Bekâr	384	2,0990	,59642	,03044
	Evli	24	1,9167	,58359	,11913
F6	Bekâr	384	1,7248	,49050	,02503
	Evli	24	1,5278	,40428	,08252
F7	Bekâr	384	1,7865	,57921	,02956
	Evli	24	1,4792	,52085	,10632

Tablo 23 incelendiğinde Anlamlılık değeri 0,05'ten küçük (0,000) olduğu tespit edilmiştir. F1, F2,F3, F4, F5, F6 ve F7 faktörlerinin her biri için "Bekârların" "Evlilere" göre

daha fazla sosyal girişimcilik sergilediği, bundan dolayı medeni durumun sosyal girişimcilik niyetlerinde farklılaştığı tespit edilmiştir. Bunun sonucunda Levene Testi yapılmıştır.

Tablo 24:Gönüllülerin Medeni Durumlarına Göre Levene ve T-Testi

		Levene Testi		T-Testi Eşit Varyans. Testi						
		F	Anlamlılık	t	sd	Anlamlılık 2	Ort. Farl	Stp. Sapma Fark	%95 Güven Ara. Farkı	
									Alt	Üst
F1	Ev	,954	,329	1,262	406	,208	,13216	,10468	-,07363	,33795
	Evd			1,179	25,525	,249	,13216	,11209	-,09846	,36278
F2	Ev	3,934	,048	1,529	406	,127	,10069	,06587	-,02880	,23019
	Evd			2,077	29,127	,047	,10069	,04848	,00156	,19983
F3	Ev	,632	,427	-,898	406	,369	-,12934	,14396	-,41234	,15366
	Evd			-,775	25,097	,446	-,12934	,16700	-,47321	,21453
F4	Ev	,040	,842	2,335	406	,020	,22135	,09480	,03499	,40772
	Evd			2,187	25,542	,038	,22135	,10120	,01314	,42957
F5	Ev	,108	,742	1,454	406	,147	,18229	,12534	-,06410	,42869
	Evd			1,483	26,094	,150	,18229	,12295	-,07040	,43498
F6	Ev	,578	,447	1,927	406	,055	,19705	,10226	-,00398	,39808
	Evd			2,285	27,413	,030	,19705	,08624	,02023	,37387
F7	Ev	1,267	,261	2,535	406	,012	,30729	,12121	,06902	,54556
	Evd			2,785	26,683	,010	,30729	,11035	,08075	,53384

Tablo 24 incelendiğinde F1, F3 ve F5 faktörleri için homojenlik değeri 0,05'ten yüksek olduğu için Gönüllülerin Sosyal Girişimcilik Niyetlerinin medeni durumlarına göre farklılık

göstermemektedir. Ayrıca F2, F4, F6 ve F7 alt faktörleri için yapılan Levene Testi sonucunda homojenlik değeri 0,05'ten düşük çıktığı tespit edilmiş ve bunun sonucunda bakılan sig2 değerlerine göre medeni durumun Gönüllerin Sosyal Girişimcilik Niyetlerine göre farklılık göstermiştir.

H6:"Gönüllülerin Sosyal Girişimcilikteki niyetleri gönüllülerin gelir durumuna göre farklılık göstermektedir" hipotezine ait bulgular.

Katılımcıların vermiş oldukları yanıtlar ışığında gönüllülerinin gelir durumlarına göre farklılık niyetlerini ölçmek için yapılan ANOVA testi sonuçları şu şekildedir.

Tablo 25:Gönüllülerin Gelir Durumlarına Göre Varyans Homojenlik Testi

	Levene Değeri	sd1	sd2	Anlamlılık
F1	1,315	4	403	,264
F2	,543	4	403	,704
F3	,501	4	403	,735
F4	2,475	4	403	,044
F5	1,254	4	403	,287
F6	2,522	4	403	,041
F7	,679	4	403	,607

Tablo 25 incelendiğinde yapılan homojenlik testi neticesinde F1, F2, F3, F5 ve F7 faktörleri için homojenlik değeri 0,05'ten büyük çıktığı için ANOVA Testi uygulanabilir. F4 ve F6 faktörleri için varyansların homojen dağılmadığı tespit edilmiştir bunun sonucunda F4 ve F6 faktörü için Games-Howell testi yapılmıştır.

Tablo 26:Gönüllülerin Gelir Durumlarına Göre ANOVA Testi

		Karelerin Toplamı	sd	Ort. Meydan	F	Anlamlılık
F1	Gruplar Arasında	1,595	4	,399	1,618	,169
	Gruplar Dışında	99,301	403	,246		
	Toplam	100,896	407			

F2	Gruplar Arasında	,074	4	,019	,187	,945
	Gruplar Dışında	39,948	403	,099		
	Toplam	40,023	407			
F3	Gruplar Arasında	3,441	4	,860	1,854	,118
	Gruplar Dışında	186,999	403	,464		
	Toplam	190,440	407			
F5	Gruplar Arasında	1,330	4	,333	,934	,444
	Gruplar Dışında	143,493	403	,356		
	Toplam	144,824	407			
F7	Gruplar Arasında	1,626	4	,407	1,211	,305
	Gruplar Dışında	135,236	403	,336		
	Toplam	136,862	407			

Tablo 26 incelendiğinde Gelir Durumunun sosyal girişimde yer alan F1, F2, F3, F5 ve F7 faktörleri için p değer 0,05'ten yüksek çıkmış ve bunun sonucunda anlamlı bir farklılık sağlamamıştır. Bu hipotezler reddedilememiştir.

Tablo 27:Gönüllülerin Gelir Durumlarına Göre F4 ve F6 Games-Howell Testi

			Ortalama sd. (I-J)	Std. Sapma	Anlamlılık	%95 Güven Aralığı	
						Alt Sınır	Üst Sınır
F4	Asgari Ücret Altı	Asgari Ücret-3000	,12343	,05335	,146	-,0237	,2705
		3001-4000	,10110	,07587	,672	-,1110	,3132
		4001-5000	,20264	,07752	,084	-,0174	,4227
		5001 ve üzeri	-,00190	,08848	1,000	-,2540	,2502
	Asgari Ücret-3000	Asgari Ücret Altı	-,12343	,05335	,146	-,2705	,0237
		3001-4000	-,02233	,08096	,999	-,2478	,2031
		4001-5000	,07921	,08251	,872	-,1533	,3117
		5001 ve üzeri	-,12534	,09288	,662	-,3882	,1375
	3001-4000	Asgari Ücret Altı	-,10110	,07587	,672	-,3132	,1110
		Asgari Ücret-3000	,02233	,08096	,999	-,2031	,2478
		4001-5000	,10154	,09858	,841	-,1738	,3769
		5001 ve üzeri	-,10300	,10741	,872	-,4037	,1977

	4001-5000	Asgari Ücret Altı	-,20264	,07752	,084	-,4227	,0174
		Asgari Ücret-3000	-,07921	,08251	,872	-,3117	,1533
		3001-4000	-,10154	,09858	,841	-,3769	,1738
		5001 ve üzeri	-,20455	,10858	,337	-,5096	,1005
	5001 ve üzeri	Asgari Ücret Altı	,00190	,08848	1,000	-,2502	,2540
		Asgari Ücret-3000	,12534	,09288	,662	-,1375	,3882
		3001-4000	,10300	,10741	,872	-,1977	,4037
		4001-5000	,20455	,10858	,337	-,1005	,5096
F6	Asgari Ücret Altı	Asgari Ücret-3000	,16014	,06031	,065	-,0062	,3264
		3001-4000	,19690*	,06404	,022	,0191	,3747
		4001-5000	,13648	,10431	,688	-,1610	,4340
		5001 ve üzeri	,15669	,07192	,203	-,0460	,3594
	Asgari Ücret-3000	Asgari Ücret Altı	-,16014	,06031	,065	-,3264	,0062

		3001-4000	,03676	,07157	,986	-,1615	,2351
		4001-5000	-,02365	,10909	,999	-,3328	,2855
		5001 ve üzeri	-,00345	,07870	1,000	-,2237	,2168
	3001-4000	Asgari Ücret Altı	-,19690*	,06404	,022	-,3747	-,0191
		Asgari Ücret-3000	-,03676	,07157	,986	-,2351	,1615
		4001-5000	-,06041	,11120	,982	-,3749	,2541
		5001 ve üzeri	-,04021	,08160	,988	-,2686	,1881
	4001-5000	Asgari Ücret Altı	-,13648	,10431	,688	-,4340	,1610
		Asgari Ücret-3000	,02365	,10909	,999	-,2855	,3328
		3001-4000	,06041	,11120	,982	-,2541	,3749
		5001 ve üzeri	,02020	,11591	1,000	-,3069	,3473
	5001 ve üzeri	Asgari Ücret Altı	-,15669	,07192	,203	-,3594	,0460
		Asgari Ücret-3000	,00345	,07870	1,000	-,2168	,2237

		3001-4000	,04021	,08160	,988	-,1881	,2686
		4001-5000	-,02020	,11591	1,000	-,3473	,3069
*. Ortalama fark 0.05 düzeyinde anlamlıdır.							

Tablo 27 incelendiğinde F4 ve F6 faktörleri için yapılan Games Howell testine göre F4 faktörü içinde yer alan gruplar içinde 5001 ve üzeri ücret ile asgari ücret altı gelir grupları arasında anlamlı bir farklılık varken, geri kalan tüm gruplar arasında p değeri 0,05'ten büyük olduğundan dolayı anlamlı bir farklılık yoktur. Bundan dolayı bu hipotezler reddedilememiştir. F6 faktörü için yer alan gelir grupları arasında asgari ücretin altında gelire sahip olanların aylık geliri 3001 ile 4000 Türk lirası gelire sahip olanlar arasında anlamlı bir şekilde farklılaşmıştır.

Tablo 28: Hipotezler Özet Tablosu

Hipotez	A STK'sı İçin	B STK'sı İçin
H1	Kabul Edilmiştir.	Kabul Edilmiştir.
H2	Kabul Edilmiştir.	Kabul Edilmiştir.
H3	Kabul Edilmiştir.	Kabul Edilmiştir.
H4	Reddedilmiştir.	Reddedilmiştir.
H5	Kabul Edilmiştir.	Kabul Edilmiştir.
H6	Reddedilmiştir.	Reddedilmiştir.

Hipotez tablosu incelendiğinde örneklemi oluşturan (A) ve (B) Sivil Toplum Kuruluşları için yapılan Sosyal Girişimcilik Niyet Ölçeği uygulamasında elde edilen sonuçlar neticesinde oluşturulan hipotezler için incelendiğinde şu sonuçlar ortaya çıkmıştır;

H_1: (A) ve (B) STK'leri için "Gönüllülerin sosyal girişimcilikteki niyetleri gönüllülerin gönüllüsü olduğu kuruluşa göre farklılık göstermektedir" hipotezi iki kuruluş içinde kabul edilmiştir. Gönüllülerin bağlı oldukları kuruma göre sosyal girişimcilik niyetleri değişmektedir.

H_2: (A) ve (B) STK'leri için "Gönüllülerin sosyal girişimcilikteki niyetleri gönüllülerin cinsiyetine göre farklılık göstermektedir" hipotezi için verilen yanıtların analiz edilmesi sonuncunda iki STK içinde cinsiyete göre farklılık göstermiştir ve bu farklılıkta erkeklerin

kadınlara göre sosyal girişimcilik niyetleri daha fazla oldukları yapılan T-Testi sonucunda belirlenmiştir.

H_3: (A) ve (B) STK'leri için "Gönüllülerin sosyal girişimcilikteki niyetleri gönüllülerin yaşlarına göre farklılık göstermektedir" hipotezi için verilen yanıtlar incelendiğinde iki STK içinde cinsiyete göre farklılık göstermiştir. Analizine göre 18 ve altı yaş grubuna sahip gönüllülerin 24 ile 28 yaş grupları ve 29 ile 35 yaş aralığında bulunan kişiler ile sosyal girişimcilik niyetlerinin değiştiği belirlenmiştir.

H_4: (A) ve (B) STK'leri için "Gönüllülerin sosyal girişimcilikteki niyetleri gönüllülerin eğitim durumuna göre farklılık göstermektedir" hipotezi iki STK için de reddedilmiştir. Eğitim durumunun sosyal girişimcilik niyetinde bir farklılık göstermemiştir.

H_5: (A) ve (B) STK'leri için "Gönüllülerin sosyal girişimcilikteki niyetleri gönüllülerin medeni durumuna göre farklılık göstermektedir" hipotezi için verilen yanıtlar incelendiğinde iki STK içinde medeni duruma göre sosyal girişimcilik niyeti farklılık göstermiştir. Bekârların evlilere göre daha fazla sosyal girişimcilik niyetine sahip oldukları belirlenmiştir.

H_6: (A) ve (B) STK'leri için "Gönüllülerin sosyal girişimcilikteki niyetleri gönüllülerin gelir durumuna göre farklılık göstermektedir" hipotezi iki STK için de reddedilmiştir. Gönüllülerin gelir durumlarının sosyal girişimcilik niyetinde bir farklılık göstermemiştir.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Gönüllülük, toplumsal ve bireysel olarak insanlığın gelişimi açısından önemli faktörlerden biridir. Demokratik toplumlarda devletin müdahale edemediği ya da yetersiz kaldığı konularda gönüllüler vasıtasıyla belli grupların ihtiyaçları giderilmeye çalışılmakta, vicdani ve toplumsal sorumluluklar yerine getirilmektedir. Ancak günümüz toplumlarının geleneksel tek düze ve amatör ruhlu organizasyonları işlevsellik açısından yetersiz olmakta, ortaya konan iyi niyetli çabalar toplumun ihtiyaçlarını gidermede etkin olmaktan uzak kalmaktadır. Bunun sebeplerinden biri olan siyasallaşma ve ideolojik yaklaşımlar olmakla birlikte organizasyonların verimsiz çalışma prensipleri de bir başka sebeptir. Sosyal girişimcilik adıyla ortaya konulan ve 1980'lerden sonra Batı'da gelişme gösteren organizasyonlar sadece belli vicdanlı gruplarının çabalarından ziyade daha kitlesel ve organize toplulukların profesyonelleri tarafından yürütülmeye başlanmıştır. Söz konusu organizasyonların dünyadaki en önemli örneklerinden olan Ashoka Vakfı Bill Drayton tarafından 1980'de kurulduğunda küreselleşmenin etkin gücünden yararlanma fikrini bünyesinde barındırmıştır. Buna benzer girişimlerin sonrasında hem dünyada hem de Türkiye'de artarak faaliyetler yürüttüğüne şahit olunmuştur. Küresel bir girişimcilik gücü olarak karşımıza çıkan sosyal girişimcilik aktiviteleri ekonomik güç oluşturma ve bu gücü toplumsal kalkına hedefleri için en az bölgesel hedefler doğrultusunda harcama niyetindedir. Sosyal girişimcilik faaliyetleri girişimci, işletmeci bakış açısı kadar sosyal yönüyle STK'ye benzer amaçları vardır. Bu anlamda gönüllülük sosyal girişimciler açısından da önemli bir değer olarak görülmektedir. Gönüllülüğün gelişmesi, profesyonelleşmesi, inovatif hale gelmesiyle sosyal girişim hüviyetini aldığı alanyazınlarda görülen çıkarımlardandır. Bu bağlamda yapılan araştırmalarda da görülmüştür ki kurum ve kuruluşların üyelerine davranışları, örgütsel yapıları, kişilerin özellikleri ve bakış açıları ile aldıkları eğitimler sosyal girişimciliğin algılanmasında önemli ön kabullerdendir.

Çalışmanın araştırma kısmında dikkat çekilmek istenen konuların başında gönüllük ve sosyal girişimcilik kavramları, birbirleriyle olan etkileşimleri ve Türkiye'de hali hazırda etkin iki farklı STK'nin gönüllülerinin sosyal girişimcilik algıları ve niyetlerinin ölçümlenmesi gelmektedir. Buna istinaden 32 sorudan oluşan sosyal girişimcilik niyet / farkındalık ölçümü iki farklı STK mensubu toplam 408 kişi üzerinde uygulanmıştır. Çalışmada ortaya konan temel sorun STK'lerde gönüllülük faaliyetleri yürüten kişilerin dünyada ve Türkiye'de yükselen toplumsal sorumluluk ve girişimciliği birleştiren "sosyal girişimcilik" kavramına olan

yakınlığı, niyeti ve farkındalığının hangi düzeyde seyrettiğidir. Çünkü toplumsal sorunların çözümünde anahtar rol alan gönüllüler daha verimli ve güncel bir yaklaşım olan sosyal girişimcilik faaliyetlerinde de bulunmalı, kendini gerçekleştirme ve toplumsal ihtiyaçların çözümünde organizasyonel olarak daha akılcı ve çok yönlü sürdürülebilir çözümler üretebilmelidir. Bu anlamda yapılan saha araştırmasının hem alanyazına katkı sağlaması hem de özne faktör olan gönüllülerin durumunun tartışılabilmesi düşünülmektedir. Yapılan araştırma 408 gönüllü üzerinden uygulamış ve gönüllülerinde 147'si erkek ve 261'i kadınlardan oluşmaktadır. Ayrıca ankette uygulanan 5'li likertte ölçek 7 alt başlıkta toplanmış, bunlar sırasıyla; "*gelişime katkı sağlama*", "*kariyer planlaması*", "*problemler karşısındaki tutum*", "*merhametli olma niyeti*", "*toplumsal ilgi*", "*takdir edilme*" ve "*empati kurma*" olarak değerlendirilmiştir. Ankette öncelikle katılımcıların demografik özelliklerine değinilmiş olup, sonrasında ortaya konan 6 hipotez ile 7 alt ölçek analiz edilmiştir. Ayrıca yapılan Cronbach Alfa R değerine (,678) göre anket oldukça güvenilir çıkmıştır (0.60 < R< 0.80 "oldukça güvenilir"). Hipotezlerin analiz edilmesi sonucunda ise basıklık ve çarpıklık değerleri "-1,5 ile +1,5" arasında değer almış ve normal dağılım göstermiştir. Alınan bu sonuç sonrasında sırasıyla test edilen hipotezlerden H1, H2, H3 ve H5 kabul edilmiş, H4 ve H6 hipotezleri reddedilmiştir. Bu sonuçlar sırasıyla değerlendirildiğinde denilebilmektedir ki; H1 analiz sonuçlarına göre, gönüllülerin bağlı bulundukları örgüte bağlı olarak sosyal girişimcilik niyetleri farklılaşmaktadır. Bu da kişilerin örgütsel işleyişe bağlı olarak sosyal girişimcilik faaliyetlerinde bulunacağı sonucunu doğurmaktadır. H2 analizine göre, gönüllülerin sosyal girişimcilik niyetleri cinsiyetlerdeki farklılığa göre de anlamlı farklılıkların oluşmasına neden olmaktadır. Sosyal girişimcilik faaliyetleri küresel anlamda cinsiyet farklılıklarından etkilenmemesi gerekirken yapılan araştırmaya göre erkeklerin kadınlara göre pozitif ayrıştığı gözlemlenmektedir. Bunun alandaki istenilen gelişimin sağlanamaması ile de ilgili olduğu görülmektedir. H3 analiz sonuçları incelendiğinde, 19-23, 24-28 ve 29-35 yaş aralıklarında anlamlı farklılık olduğu tespit edilmiştir. Bu sonuçlar ışığında F4 alt faktöründe 18 ve altı yaş aralıklarında 24-28 ile 29-35 yaş aralığında göre anlamlı olduğu, buna göre de daha küçük yaş gruplarının merhamet sahibi olan niyetle duruma yaklaştığı anlaşılmaktadır. Son olarak kabul edilen H5 hipotezi sonuçlarına göre medeni duruma göre gönüllülerin sosyal girişimcilik niyetleri anlamlı farklılaşmaktadır. Aynı analize göre, bekârların evlilere göre F3 hariç tüm alt faktörlerde baskın olduğu görülmektedir. Bu sonuçların yanı sıra H4 ve H6 hipotezleri reddedilmiştir. H4 hipotezi değerlendirildiğinde p değeri 0,05'ten büyük çıkması nedeniyle katılımcıların eğitim düzeyleri arasındaki farklılıkların sosyal girişimcilik niyetleri arasında

herhangi bir anlamlılık kurulamamıştır. Bununla birlikte katılımcıların 313 frekans sayısı ile "lisans" mezuniyetine" sahip olmakta, diğer eğitim çeşitliliği temsil bakımından ağırlık olarak %23,3 olarak tespit edilmiştir. Bu da farklılığın bulunamamasındaki bir diğer sebep olarak gösterilebilir. Reddedilen diğer hipotez olan H6 ise gönüllülerin gelir düzeylerine ilişkin farklılığın sosyal girişimcilik alanında anlamlı farklılığa sebep olup olması ile ilgilidir. Sonuçlar değerlendirildiğinde, F1,F2, F3, F5 ve F7 boyutlarında anlamlı farklılık bulunmamış ve hipotez reddedilmiştir. Bu da gelirin katılımcılar açısından sosyal girişimcilik niyetlerinde anlamlı farklılık olmadığını tespit etmiştir.

Bu sonuçlar ışığında genel değerlendirme yapılacak olursa; belirlenen toplam 6 hipotezin 4'ü kabul edilmiş, 2'si reddedilmiştir. Kabul edilen hipotezlere bakıldığında genel olarak sosyodemografik verilerin sosyal girişimcilik bağlamında farklı niyet göstergelerinde etkin role sahiptirler. Bu da sosyal girişimcilik alanında çalışma yapacak kişilerin kişisel durumlarına bakarak bu alanda ilerleme kaydedip kaydedilemeyeceği düşünülmektedir. Çalışmada gelir farklılığının ise sosyal girişimcilik alanında önemli bir değişken olmadığı gözlemlenmiştir. Bunun ise girişimcilik gerekliliklerinden olan ve sermaye faktörlerinin temelini oluşturan gelirin bu noktada katılımcılar açısından diğer sosyo demogramfik özelliklere göre anlamlı olmadığı görülmektedir. Ayrıca eğitim farklılığı da gelir farklılığı değişkeni gibi anlamlı farklılık oluşturmamış olması, katılımcılar açısından sosyal girişimcilik faaliyetinde niyet bağlamında anlamlı olmadığı, bunlara rağmen sosyal girişimcilik faaliyetlerinin yürütülebileceği gözlemlenmiştir. Son olarak yapılan korelasyon analizi değerlendirildiğinde F3 ve F7 boyutları haricinde tüm boyutlarda pozitif – anlamlı ilişki tespit edilmiştir. Boyutlardan F1 ve F4 arasında en güçlü korelasyon ilişkisi olduğu belirlenmiş, en zayıf korelasyon ilişkisi ise F1 ve F5 arasında görülmüştür. Yapılan regresyon analizleri ise, tüm boyutlarda sosyal girişimcilik niyetleri doğrusal olduğu anlaşılmış ve tüm boyutlar kabul edilmiştir.

Sonuçlar değerlendirilmesi ışığında konuya ilişkin bazı öneriler geliştirilerek Türkiye'de sosyal girişimcilik niyeti ya da farkındalığının gelişimine katkı sunulmaya çalışılacaktır. Buna göre;

- Sosyal girişimcilik faaliyetlerine en yatkın gruplardan olan gönüllülerin bu alana ilgisi bulunulan kurum tarafından teşvik edilmeli, eğitimler ve projeler geliştirilmesi için destek verilmelidir

- Sosyal girişimcilik faaliyetlerinin sadece erkek ya da kadınlar tarafından değil her iki cinsiyet grubu içinde eşit şekilde önemli olduğu anlatılmalı, verimlilik ve özgünlük sağlanabilmesi için gerekli bilgilendirmeler yapılmalı, fırsat eşitliği sağlanmalıdır
- Sosyal girişimciliğin yükselen değerlerden biri olması ve gelişen teknoloji ile birlikte ivmelenerek genelde daha fazla kişinin yararlanması için projelerin hem fiziksel ortamlarda hem çevrimiçi platformlarda eş güdüm yürütülmesi gerekmektedir
- Son yıllarda gelişen iletişim teknolojileri ile ortaya çıkan toplumsal gerçeklikler ışığında sosyal medya platformları ya da kurumsal web siteleri ile ortaklıklar kurularak projelerin yaygın ve çeşitli hale gelmesi sağlanmalıdır
- Kurumsal firmalar ve STK'ler sosyal girişimcilik alanında daha etkin olabilmek için aktivitelerini ve işleyişlerini gözden geçirmeli, daha esnek ve inovasyona açık hale getirmelidirler
- Sosyal girişimciliğin, girişimcilik ve ekonomik yönü de düşünülerek ortaya konan projelerde dev sosyal girişimci STK'lerle uluslararası ortak projeler yürütülmeli, küreselleşmeyle ortaya çıkan bu kavramın çıkış noktasına daha fazla önem verilmelidir
- Uluslararası alanda çatı örgütlerle iletişimde bulunularak ortaya konacak projelerin küresel güncel sorunlara çözüm üretecek kapasitede ve ölçüde olması sağlanmalıdır
- Eğitim çağında bulunan gençlere yönelik alanyazında da bulunan şekilde seçmeli dersler ve staj imkânları devlet ya da özel eğitim kurumlarınca sağlanmalıdır
- Oluşturulacak eğitimlere uluslararası nitelikte fiziksel ya da çevrimiçi seminerler vasıtasıyla destek verilmeli, kişisel sosyal ağ (networking) çalışmalarının önemi genç bireylerde oluşturulmalıdır
- Eğitim kurumları arasında düzenlenen yarışmalarda teknoloji ve verimliliğin öneminin sosyal alana yansıtılması konusundaki fikirlerin hayata geçirilmesi için devlet-üniversite-özel sektör iş birlikleri sağlanmalıdır
- Devlet ve üniversite iş birliğince ülkenin önemli ve destek gereken konularına öncelik verilerek belirlenmeli ve bu konu başlıkları üzerinden yapılacak sosyal girişimcilik projeleri teşvik edilerek, söz konusu alanlarda hızlı iyileşmeler sağlanmalıdır
- Gönüllülerin sosyal girişimcilik faaliyetleri noktasında daha aktif olmaları sağlanmaya çalışılmalı, örgütte merkezi değil, âdemi merkezi çerçevede projelerin geliştirilmesi ve son raddede planların kabulü örgüt yönetimlerince yapılmalıdır

- STK mensubu bireylerin özel firmalar tarafından yapılacak sosyal girişimcilik projelerinde yer verilebilmesi için özel alan başvuruları oluşturulmalı, uzmanlaşma sağlanmalıdır
- Gönüllüler faaliyet yürütürken ideolojik kaygılardan çok proje bazlı katılım ve ortaklıklara önem vermeli, çalışmalarını ideolojik bağlamda aidiyete dönüştürmemelidir.

Araştırma örneklemimizin ana öznesi olan üniversite öğrencilerinin Türkiye'deki sosyal girişimcilik faaliyetleri değerlendirildiğinde, genel olarak STK'lerin ve özel firmaların üniversitelerle olan iş birliği ile projeler, hecathlonların[1] genel olarak hedef kitlesinin dezavantajlı grupların olduğu yarışmaların düzenlendiğine rastlanmıştır. Söz konusu projelerin teşvik, hibe ve maddi yönü olan ödüllerle desteklendiği ancak uygulama aşamasında sürdürülebilirlik noktasında eksiklerin olduğu gözlemlenmiştir. Proje üreticileri olan üniversite öğrencileri ile yarışmayı düzenleyen kurum ya da kuruluşların beklentileri ile sosyal girişimcilik olgusunun dünyada ve Türkiye'deki somut örnekleri arasında sürdürülebilirlik ve uygulanabilirlik anlamında uyuşmazlıkların bulunduğu anlaşılmıştır. Bu bağlamda projeler hibe, nakdi destek ve reklam beklentileri ile yola çıkmakta iken, sosyal girişimcilik faaliyetleri alanyazında da belirtildiği üzere sürdürülebilirliğini kendi öz kaynaklarını değerlendirmek, girişimci güdülerini kullanmak yoluyla ekonomik çıkar sağlamayı da hesaba katmayı önemsemektedir. Buna göre Türkiye'de proje bazlı yarışmaların düzenlendiği görülmekle birlikte bunların hayata geçmesi noktasında yeterli koşulların sağlanamadığı gözlenmiştir. Projelerin konuları incelendiğinde ise, sosyal girişimciliğin temellerine uygun inovatif fikirlerin ön plana çıkması için teknolojik yönü olan projelere yarışmalarda müspet yaklaşımların olduğu tespit edilmiştir.

Tüm bu öneriler ve yapılan araştırmayla alanyazına sağlanmaya çalışılan katkılara rağmen sosyal girişimcilik konusunda çalışılması gereken birçok alt başlık bulunmakta, ayrıntılı analizler ile konunun yaygınlaşması için nokta atışı çözüm önerileri geliştirilmelidir. Bundan sonra yapılacak tüm çalışmalara ışık tutması ve geliştirilmesi için ortaya konan çalışmaya örneklem artırılarak, farklı modeller ve sorular eklenerek geliştirmeler yapılabilir. Ayrıca gönüllülerin, sosyal girişim faaliyeti yürüten firma ya da STK'lerin profesyonelleri ile sosyal

[1] Hecathlon: Genellikle 3-5 kişilik grupların daha çok yazılım, ara yüz geliştiriciliği gibi teknolojik ve bilgisayar programcılığı alanında proje üretme veya var olan projeleri geliştirme şeklinde yapılan yarışmalara verilen ad. Donanım geliştirme uygulamaları da bu anlamda yarışma konularındandır.

girişimcilik ve proje çalışmaları analizleri yapılmalı grupların güçlü ve zayıf yönleri araştırılması çalışmaların geliştirilmesi noktasında önem kazanmaktadır.

KAYNAKÇA

Adım, A. (2020, Nisan 4). *Adimadim.org*. http://www.adimadim.org/adim-adim-nedir/Adim-Adim-Nedir.aspx adresinden alındı.

Akkaş, H. (2009). VI. Uluslararası STK'lar Kongresi Bildirgeler. *VI. Uluslararası STK'lar Kongresi Bildirgeler,*. Çanakkale: Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi.

AKUT. (2020, Nisan 9). *AKUT*. https://www.akut.org.tr/tarihce adresinden alındı.

Amichai, Y., ve Hamburger, Y. (2020, Mart 11). *Potential and promise of online volunteering Computers in Human Behavior*. www.elsevier.com/locate/comphumbeh adresinden alındı.

Ashoka. (2020, 03 09). Türkiye Sosyal Sorunlara Etkin Çözümler.

Austin, J., Stevenson, H., ve WEİ-SKİLLERN, J. (2006). Social and Commercial Entrepreneurship: Same, Different, or Both? *Entrepreneurship Theory and Practice*, 1-22.

Aydınlıgil, S. (2013). *Sosyal politika geliştirmede yeni bir alan: gönüllülük.* Ankara: Tasarımhane Tanıtım Ltd. Şti.

Bağcı, G. (2013). *Genç gönüllüğü: kişisel ve sosyal kalkınmaya giden çift yönlü yol.* Ankara: Tasarımhane Tanıtım Ltd. Şti.

Balaban, A., ve İnce, İ. (2015). Gençllerin Sivil Toplum Kuruluşlarındaki Gönüllülük Faaliyetleri ve Gönüllülük Algısı: Türkiye Eğitim Gönüllüleri Vakfı (TEGV) Örneği. *Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 149-169.

Bornstein, D., ve Davis, S. (2010). *Social Entrepreneurship: What Everyone Needs to Know.* Oxford: Oxford University Press.

Brock, D. D., ve Steiner, S. D. (2008). Social Entrepreneurship Education: Is It Achieving The Desired Aims. *USASBE*, 1133-1152.

BROWN, T. A. (2006). *Confirmatory Factor Analysis for Applied Research.* New York: The Guilford Press.

Callon, M., Courtial, J., ve Laville, F. (1991). Co-Word Analysis As A Tool For Describing The Network of Interactions Between Basic And Technological Research: The Case of Polymer Chemistry. *Scientometrics*, 155-205.

Canbal, A. (2016). Sosyal Girişimcilik Ve Türkiye'de Ödül Almış Genç Sosyal Girişimcilerin Profilleri Üzerine Bir Araştırma. *Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi*. İstanbul: Yıldız Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Cingöz, A., ve Özdevecioğlu, M. (2009). Sosyal Girişimcilik ve Sosyal Girişimciler: Teorik Çerçeve. *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*(32), 82-93.

Council, B. (2019). Türkiye'de Sosyal Girişimlerin Durumu. *British Council*, 1-112.

Cravens, J., ve Ellis, S. (2014). *The last virtual volunteering guidebook: fully integrating online service into volunteer involvement.* Philadelphia: Energize.

Çetindamar, D., Tutal, E., Titiz, S., ve Taluk, Ş. (2010). Sosyal Dönüşüm Ajanları: Sosyal Girişimciler. *Uluslararası Sosyal Giirişimcilik Konferansı.* İstanbul: Sabancı Üniversitesi.

ÇEVİK, A. (2012). Gönüllü Motivasyon Envanteri: Türk Popülasyonuna Uyarlanması. *Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi*. Ankara: T.C. Ankara Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü Beden Eğitimi ve Spor Ana Bilim Dalı .

Çiftçi, F. (2017). Turizm Sektöründeki Sosyal Girişim Çalışanlarının Sosyal Girişimcilik Davranışı, İş Ve Yaşam Tatmini: Tatuta Projesi Narköy Örneği. *Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi*. Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Çokluk, Ö., Şekerioğlu, G., ve Büyüköztürk, Ş. (2010). *Sosyal Bilimler İçin Çok Değişkenli İstatistik SPSS ve LISREL Uygulamaları.* Ankara: PEGEM Akademi Ayrıntı Matbaası.

Çöp(m)adam. (2020, Nisan 4). *copmadam.com*. copmadam.com: http://www.copmadam.com/tr/about-us/ adresinden alındı.

Dayar, H., ve vd. (2009). Devlet Girişimlerinin Özelleştirilmesi, Türkiye Ve Dünya Deneyimleri. *VI. Uluslararası Sivil Toplum Kuruluşları Kongresi.* Çanakkale: Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi.

Dess, G., ve Anderson, B. (2006). *The Meaning of "Social Entrepreneurship.* Stanford University.

Efeoğlu, A. (2019). Dünya'da ve Türkiye'de Sosyal Girişimcilik. *Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi*. Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Einolf, C., ve Chambre, S. (2011). Who Volunteers? Constructing a Hybrid Theory. *International Journal of Nonprofit and Voluntary Sector Marketing*, 298-310.

ESMOND, J., ve DUNLOP, E. (2004). *Developing the Volunteer Motivation Inventory to Assess the Underlying Motivational Drives of Volunteers in Western Australia.* Motivation Final Report: CLAN WA Inc.

Fazlioğlu, A. (2013). Kaybolmamış Duyarlılıkların Ortaya Çıkarılmasında Gönüllülük Anlayışının Önemi. U. Grounlund, M. Memişoğlu, ve Ö. Bağcı içinde, *Türkiye'de Gönüllülük: Gönüllülüğün Rolünün ve Katkılarının Keşfedilmesi* (s. 69-75). Ankara: Tasarımhane Tanıtım Ltd. Şti.

Fazlıoğlu, A. (2013). *Kaybolmamış duyarlılıkların ortaya çıkarılmasında gönüllülük anlayışının önemi.* Ankara: Tasarımhane Tanıtım Ltd. Şti.

Genç Gönüllüler. (2019). *2019 Gönüllülük Yılı.* Ankara: gencgonulluler.gov.tr.

Genç, A. (2011). Sivil Toplum Kuruluşlarında Gönüllü Olma Güdüleri: Türk Kızılay'ı Eskişehir Şubesi Gönüllüleri Üzerine Bir Uygulama. *Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi*.

Glokal. (2020, Nisan 11). *Darkmatter.org.* Darkmatter.org: http://www.darkmatter101.org/site/2016/04/02/sustaining-inequality-%E2%80%93-the-neocolonial-politics-of-development-education-north-south-volunteering-and-fair-trade-in-germany/ adresinden alındı

Gözek, S. (2006). Girişimci Adayların Özellikleri, Girişimcilik Eğilimleri ve Girişimci Adaylarına Sağlanan Destek. *Sütçü İmam Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi*. Sütçü İmam Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü.

Gül, M. (2019). Kişilik Ve Girişimci Kişilik Özelliklerinin Sosyal Girişimcilik Yönelimine Etkisi Üzerine Tr63 Bölgesinde Bir Araştırma: Üniversite Öğrencileri Örneği. *Yayınlanmış Doktara Tezi*. Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Güler, B. K. (2008). Sosyal Girişimciliği Etkileyen Faktörlerin Analizi. *Yayımlanmamış Doktora Tezi*. İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

HweeNga, J. K., ve Shamuganathan, G. (2010). The Influence of Personality Traits and Demographic Factors on Social Entrepreneurship Start Up ntentions. *Journal of Business Ethics*, 259-282.

Impact2030. (2020, Mart 10). *Retrieved from Impact2030*. http://impact2030.com/ adresinden alındı.

K. Newton. (2001). Trust, Social Capital, Civil Society, and Democracy. *International Political Science Review, Vol 22, No. 2*, 201-204.

Karakaya, B. (2020). Changıng Notıons Of Volunteerıng: Unıted Natıons Volunteerıng Programme. *Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi*. Ankara: Ortadoğu ve Teknik Üniversitesi.

Kesgin, B. (2020, 4 10). *Academia, Gençlik, Gönüllü Kuruluşlar ve Katılım İlişkisi*. http://www.academia.edu/download/45548287/Genclik__Gonullu_Kuruluslar_v adresinden alındı.

Kırılmaz, S. (2014). Sosyal Girişimcilik Boyutlarına Kurumsal Bir Bakış. *Ekonomi ve Yönetim Araştırmaları Dergisi, 2*(3), 55-74.

Kırılmaz, S. K. (2014). SOSYAL GİRİŞİMCİLİK BOYUTLARINA KURAMSAL BİR BAKIŞ. *Ekonomi ve Yönetim Araştırmaları Dergisi* , 55-74.

Kırmızı, C. (2016). Sosyal Girişimcilik Odaklı Örgüt İklimi Oluşturma: Dumlupınar Üniversitesi'nde Bir Uygulama. *Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi*. Kütahya Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

KLINE, R. (2005). *Principles and practice of structural equation modeling. Second Edition.* New York: Guilford.

Kramer, R. M. (1990). Change and Continuity in British Voluntary Organisations, 1976 to 1988. *Voluntas: International Journal of Voluntary and Nonprofit Organizations*, 33-60.

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

Lewis, D. (1998). Bridging the gap?: the parallel universes of the non-profit and non-governmental organisation research traditions and the changing context of voluntary action. London: London School of Economics.

Lindsay, S. (2016). A scoping review of the experiences, benefits, and challenges involved in volunteer work among youth and young adults with a disability. *Disability and Rehabilitation*, 1533-1546.

Lough, B. J. (2015). *The Evolution of International Volunteering.* United Nations Volunteers (UNV) programme.

Mair, J., ve Marti, I. (2006). Social entrepreneurship research: A source of explanation, prediction, and delight. *Journal Of World Busıness*, 36.

Martin, R. L., ve Osberg, S. (2007). Social Entrepreneurship': The Case for Definition. *Stanford Social Innovation Review Spring*, 1-17.

McEwin, M., ve Jacobsen-D'Arcy, L. (2002). *Developing a scale to understand and assess theunderlying motivational drives of volunteers in Western Australia.* Perth: Lotterywest: CLAN WA Inc.

Moore, P. (2010). The International Political Economy of Work and Employability. New York: Palgrave Macmillan.

Mort, G. S., ve Weerawardena, J. (2006). Investigating Social Entrepreneurship: A Multidimensional Model. *Journal of World Business*, 21-35.

Mwatsika, C., Kambewa, ve Chiwaula. (2018). Untangling the Concept of Entrepreneurship Towards a Common Perspective. *African Journal of Business Management*, 451-470.

Öncü, H. (1994). *Eğitimde Ölçme ve Değerlendirme.* Ankara: Matser Basım San. Ve Tic. Ltd. Şti.

Özçağdaş. (2013). Gönüllülük ve Sosyal İnovasyonla Fark Yaratmak. U. Grounlund, M. Memişoğlu, ve Ö. Bağcı içinde, *Türkiye'de Gönüllülük: Gönüllülüğün Rolünün ve Katkılarının Keşfedilmesi* (s. 86-96). Ankara: Tasarımhane Tanıtım Ltd. Şti.

Özçağdaş, S. (2013). *Gönüllülük ve sosyal inovasyonla fark oluşturmak.* Ankara: Tasarımhane Tanıtım Ltd. Şti.

Peredo, A. M., ve Murdith Mclean. (2006). Social Entrepreneurship: A Critical Review of The Concept. *Journal of World Business*, 56-65.

Quarter, Ryan, ve Chan. (2014). *Social Purpose Enterprises: Case Studies for Social Change.* Toronto: University of Toronto Press.

Reyhanoğlu, M., ve Akın, Ö. (2010). Ticari Girişimciler Ne Kadar Sosyal Girişimcidir? *Mustafa Kemal Üiversitesi,İktisadi İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 1-31.

Robinson, J. (2006). *Navigating Social and Institutional Barriers to Markets': How Social Entrepreneurs Identify and Evaluate Opportunities.* New York: Palgrave MACmillan.

Salamon, M., Sokolowski, S. W., ve Haddock, M. A. (2011). Measuring the economic value of volunteer work globally: Concepts, estimates, and a roadmap to the future. *Annals of Public and Cooperative Economics*, 217-252.

Short, J. C., Moss, ve Lumpink. (2009). Research In Social Entrepreneurship': Past Contributions and Future Opportunities. *Strategic Entrepreneurship Journal, 3*(2), 162-194.

Sözer, S. (2019). Sosyal Girişimcilik Bağlamında Oyak Hizmet Kalitesinin Değerlendirilmesi: Konya İli Örneği. *Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi*. İnönü Üniiversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Şemşek, İ., ve Taş, H. Y. (2017). "Türkiye ve Dünya"dan Sosyal Girişimcilik Örnekleri ve İstihdama Katkıları". *HAK-İş Uluslararası Emek ve Toplum Dergisi*, 485.

Şengöz, N. (2016). Gönüllülüğün Değişen Boyutu "Sanal Gönüllülük" Ve Üniversite Gençliğinin Sanal Gönüllülük Farkındalığı. *Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi*. Eskişehir: Eskişehir Anadolu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Thompson, L. (2002). The world of the social entrepreneur . *The ınternational journal of public sector of management*, 412-431.

TİFTİKÇİ, M. (2020). Kamu Yararına Faaliyet Gösteren Sivil Toplum Kuruluşu Çalışanlarının Gönüllülük Motivasyon Eğilimleri: TDV ve Türk Kızılay Örneği. *Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi*. Ankara: T. C. Ankara Yıldırım Beyazıt Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Toktamış, S. G. (2019). Sosyal Girişimciliğe Ve Sosyal Girişimcilere Yönelik Bilinirlik Ve Farkındalık. *Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi*. Bolu: Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi.

TÜSEV, T. Ü. (2013). *Sivil toplum izleme raporu.* İstanbul: TÜSEV Yayınları.

Ulusal Gönüllülük Komitesi. (2020, Mart 10). *Retrieved from Ulusal Gönüllülük Komitesi*. http://www.ulusalgonullulukkomitesi.org/ adresinden alındı.

UNV. (2011). *Dünya'da Gönüllülüğün Durumu Raporu 2011.* Türkiye: Birleşmiş Milletler Gönüllüleri.

Yurttagüler, L., ve Akyüz, A. (2006). *Gönüllülerle İşbirliği.* İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.

EKLER

Ek 1: Anket (Sosyal Girişimcilik Niyet Ölçeği- Demografik Bilgiler)

A- Kişisel ve Kurumsal Bilgiler

Bu çalışma STK gönüllülerinin sosyal girişimcilik niyetlerinin belirlenmesi amacıyla hazırlanmıştır.

Anket iki gruptan oluşmaktadır;

A- Grubunda Kişisel ve Kurumsal bilgiler olmak üzere 8 soru,

B- Grubunda ise Sosyal Girişimcilik Niyet Ölçeği ile ilgili 32 soru bulunmaktadır.

Bu ankette yöneltilen sorulara verilecek cevapların STK'larının sosyal girişimlerinin artırılması konusunda yapılacak çalışmalara önemli veri sağlayacağı öngörülmektedir.

Her bir soru için tek bir seçenek işaretlenmelidir.

Katılım ve desteğiniz için teşekkür ederim.

Cinsiyetiniz	(…) Bay
	(…) Bayan
Medeni Durumunuz	(…) Bekar
	(…) Evli
Yaş Aralığınız	(…) 18 ve altı
	(…) 19-23
	(…) 24-28
	(…) 29-35
Eğitim Seviyeniz	(…) Ön Lisans
	(…) Lisans
	(…) Yüksek Lisans
	(…) Doktora
Aylık Geliriniz	(…) Asgari Ücretin Altı
	(…) Asgari Ücret- 3000
	(…) 3001 – 4000
	(…) 4001 – 5000
	(…) 5001 ve üzeri

Kaç tane STK Üyesisiniz	(…) 1
	(…) 2
	(…) 3
	(…) 4
	(…) 5 ve üzeri
Gönüllü Oluğunuz Kurum	(…) A
	(…) B
Kaç Senedir Gönüllülük Faaliyetine Aktif Katılıyorsunuz	(…) 1-3 yıl
	(…)4-5 yıl
	(…) 6 yıl ve daha fazla

B- Sosyal Girişimcilik Niyet Ölçeği

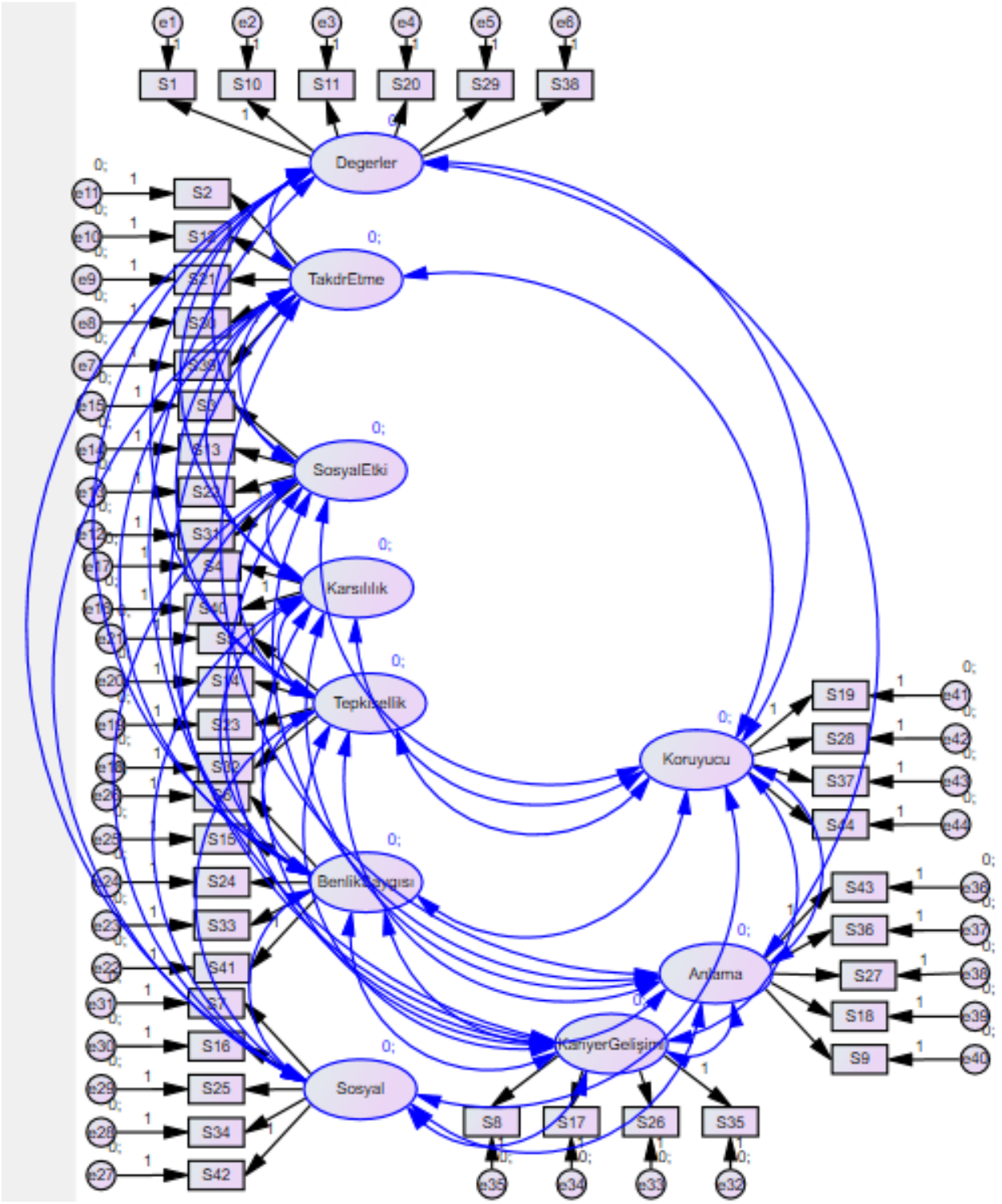
Araştırmanın bu bölümü, gönüllü olarak gerçekleştirdiğiniz deneyimleriniz hakkındaki ifadelerin bir listesini içeriyor. Lütfen aşağıdaki tabloyu kullanarak 1'den 5'e kadar olan seçeneklerden size en yakın olanının rakamını listede verilen ifadelerin altına yazınız.

Doğru ya da yanlış cevap yoktur. Her ifade için 1'den 5'e kadar olan rakamlardan yalnız birini kullanınız. Eğer cevabınızı değiştirmek isterseniz yanlış olanın üstüne X işareti koyup doğru seçeneği yuvarlak içine alınız.

	Kesinlikle Katılıyorum	Katılıyorum	Karasızım	Katılmıyorum	Kesinlikle Katılmıyorum
1. Yaşamın zorluklarının üstesinden gelebilecek güce sahibim					
2. Sosyal sorunlar üzerine odaklanırım					
3. Benden daha az şanslı olan insanlara karşı şefkatli ve kaygılı duygular beslerim					
4. Birisinin istismar edildiğini gördüğüm zaman, o kişiyi savunma ihtiyacı hissederim					
5. İnsanlar kendilerinden daha az şanslı olan insanlara yardım etmede istekli olmalıdırlar					
6. Kişisel olarak, zor durumda olan insanlara yardım etmek benim için oldukça önemlidir					
7. Bir sonraki nesle dünyayı daha iyi bir yer olarak teslim etmemiz gerek					
8. Dünyanın sorumlu vatandaşlara ihtiyacı var					
9. İyi bir fırsatı diğerlerine göre çok daha önceden görebilirim					
10. Diğer insanların şanssızlıkları beni fazla rahatsız etmez					
11. Günümüzde insanlar, diğerleri için endişelenmek yerine kendi kendilerini idare etme ihtiyacı içindedirler					
12. Manevi duyguları olan bir insanım					
13. Yardıma muhtaç olan kişiler, başkalarına bel bağlamayıp kendilerine bakmayı öğrenmelidirler					
14. Toplumda insanların birbirleriyle olan ilişkileri zayıflamaktadır					
15. Toplumun gönüllülere değer verdiğini düşünüyorum					
16. Benim için yüksek gelir elde edebilme fırsatı veren bir işte çalışmak önemlidir					
17. Prestijli ve başarılı bir şirket ya da örgütte çalışıyor olmak benim için önemlidir					
18. Bana ilerleme fırsatı sunan bir işte çalışmak benim için önemlidir					
19. Sosyal ihtiyaçları savunmak için güçlü bir motivasyona sahibim					
20. Sosyal değişimin temsilcisi olma noktasında kararlıyım					
21. Sosyal ihtiyaçları belirleme yeteneğine sahibim					
22. Sosyal bir ihtiyacı karşılamakta kararlıyım					
23. Sosyal vizyon yaratma yeteneğine sahibim					
24. Sosyal değerler yaratmak için riskleri fırsat olarak görürüm					

25. Sosyal fayda bireysel faydadan önemlidir					
26. Sosyal girişimlere oranla daha fazla sosyal değer yaratacağıma inanıyorum					
27. Yeniliklere açık ve öncülük eden biriyimdir.					
28. Yenilikçi mal ve hizmetler aracılığıyla sürdürülebilir avantajlar sağlayabilirim					
29. Ekonomik, sosyal ve çevresel konular arasında denge kurabilirim					
30. İçinde bulunduğum kurumun güvenilirliğini yükseltirim					
31. Bulunduğum kurumda sorunlara etik çözümler sunarım					
32. İçinde bulunduğum kurumda güven oluştururum					

Ek- 2 Ölçeğin Orijinal Faktör Yapısı



Ek- 3 Ölçeğin Orijinal Faktör Yapısı Model Uyum Tabloları

Model Fit Summary

CMIN

Model	NPAR	CMIN	DF	P	CMIN/DF
Default model	177	2249,229	857	,000	2,625
Saturated model	1034	,000	0		
Independence model	44	5123,955	990	,000	5,176

Baseline Comparisons

Model	NFI Delta1	RFI rho1	IFI Delta2	TLI rho2	CFI
Default model	,561	,493	,674	,611	,663
Saturated model	1,000		1,000		1,000
Independence model	,000	,000	,000	,000	,000

Parsimony-Adjusted Measures

Model	PRATIO	PNFI	PCFI
Default model	,866	,486	,574
Saturated model	,000	,000	,000
Independence model	1,000	,000	,000

NCP

Model	NCP	LO 90	HI 90
Default model	1392,229	1255,623	1536,453
Saturated model	,000	,000	,000
Independence model	4133,955	3913,505	4361,119

FMIN

Model	FMIN	F0	LO 90	HI 90
Default model	8,651	5,355	4,829	5,909
Saturated model	,000	,000	,000	,000
Independence model	19,708	15,900	15,052	16,774

RMSEA

Model	RMSEA	LO 90	HI 90	PCLOSE
Default model	,079	,075	,083	,000
Independence model	,127	,123	,130	,000

AIC

Model	AIC	BCC	BIC	CAIC
Default model	2603,229	2677,322		
Saturated model	2068,000	2500,837		
Independence model	5211,955	5230,374		

ÖZGEÇMİŞ

Cemre KELLECİ

Doğum yeri ve yılı: Adana, 1994

Eğitim:

2018-2020 Sosyal Bilimler Enstitüsü, Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri Anabilim Dalı, Anadolu Üniversitesi, Eskişehir (Türkiye)

2013-2017 – Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri, Anadolu Üniversitesi, Eskişehir (Türkiye)

2008-2012 – Özel Akdeniz Anadolu Lisesi, Adana (Türkiye)

Uzun yıllar sivil toplum kuruluşlarında ve üniversite kulüplerinde yer alarak pek çok sosyal sorumluluk projesi yürütmüştür. Birçok ülkedeki gençlik değişimi programlarına katılarak gönüllülük üzerine çalışmalarda lider olarak bulunmuştur. Yaklaşık 11 ay boyunca European Solidarity Corps-ESC (Avrupa Dayanışma Programı-ADP) programına dâhil olarak Avrupa Birliği tarafından uygulanan gönüllülük hizmetinde bulunmuştur. Bu kapsamda hem yurt içinde hem yurt dışında dezavantajlı gruplar, gönüllülük, cinsiyet eşitliği, kültürler arası etkileşim gibi konularda projelere dâhil olmuştur. Avrupa Birliği Eğitim ve Gençlik Programları Merkez Başkanlığı-Türkiye Ulusal Ajansı tarafından verilen eğitim ve seminerlere yer aldığı sivil toplum kuruluşlarını temsilen katılarak gençlik çalışmaları üzerine yoğunlaşmıştır. Farklı dönemlerde katıldığı proje yarışmalarında dereceleri bulunmaktadır. Genel olarak sosyal girişimcilik üzerine ürettiği projelerde, desteklenerek derecelere sahip olduğu bazı proje yarışmalarını belirtmek gerekirse; Zekânı Konuştur Fikrini Geliştir mottolu Türkiye geneli düzenlenen Ideathon'19 proje yarışması, Türkiye geneli 13.sü düzenlenen Üniversitelerde Kan Bağışı Farkındalık Çalıştayı Hedef25 projesi, Ticaret Bakanlığı bünyesinde hazırlanan Sosyal Kooperatif Eğitim ve Tanıtım Treni-Eskişehir Sosyal Kooperatif Hackathonu, University4Socienty Hackathonu, Tübitak-Bideb tarafından düzenlenen proje yarışması, Okyanus Kolejleri Bilimsel Araştırma ve Geliştirme Merkezi tarafından Türkiye geneli 3.'sü düzenlenen fen bilimleri proje yarışmasına katılmıştır. Bu sebeple pek çok strateji geliştirme ve proje hazırlama alanlarında belgelere sahiptir. İletişim yönetimi ve proje döngüsü yönetimi konusunda sahada çalışmaları mevcuttur. Sosyal girişimcilik üzerine yoğunlaşarak bu alanda da projeler ortaya koymakta ve çalışmalar yürütmektedir.