

Türkiye'deki Sosyal Girişimlerin Ekonomi Politikası*

Güneş KURTULUŞ¹, Mustafa İNCİ²

¹ Dr., ODTÜ-GÜNAM, guneskurtulus93@gmail.com, ORCID: 0000-0002-6675-330X

² Dr. Öğr. Üyesi, Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, İİBF, minci@mu.edu.tr, ORCID: 0000-0002-9551-9213

Öz: Batı toplumları tarafından 19. yüzyılda çağdaş türlerinin ortaya çıkarıldığı iddia edilen sosyal girişimler, günümüzde kooperatifler, dernekler, vakıflar ve diğer organizasyon türleri olarak tüm sosyal ekonomi aktörlerini kapsayan bir küme kavram olarak kullanılmaktadır. Buna rağmen, sosyal girişim kavramı tartışılmaya devam etmekte ve henüz tanımı ve kapsamı konusunda bir uzlaşmaya varılamamaktadır. Bu çalışmanın amacı, Türkiye'de ticari şirket statüsüne sahip ancak kâr dağıtımını yapmayan (ya da kısıtlayan) sosyal girişimleri ekonomi politik çerçevede analiz etmektir. Bu amaçla, sosyal girişimcilerle yapılan görüşmelerden elde edilen bulgular, sosyal girişimlerin temel bileşenleri altında değerlendirilmiştir. Bu bileşenler, sosyal girişimlerle ilgili literatürde evrensel olarak kabul edilen tanımlardan türetilmiş olup kâr amacı gütmeme/kâr dağıtımını kısıtlama, ticari faaliyet zorunluluğu, sosyal etki/fayda, yenilikçilik, gönüllülük ve yönetim olarak sıralanmaktadır. Sonuç olarak, bu bileşenler, elde edilen bulgulara dayalı olarak Türkiye'deki sosyal girişim kimliğini tanımlamaya yardımcı olmakta, sosyal girişimlerin görünmeyen yönlerini ortaya çıkarmaya katkı sağlamakta ve sosyal girişim kimliğini benimseyen ticari şirketlere dair bir çözümleme sunmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Kâr, sosyal ekonomi, sosyal girişim, yönetim

Jel Kodları: B55, P10, P12

The Political Economy of Social Enterprises in Türkiye

Abstract: Social enterprises, which are claimed to have been created in their modern forms by Western societies in the 19th century, are now used as an umbrella term encompassing all social economy actors (such as cooperatives, associations, foundations, and others). Despite this, the concept of social enterprise continues to be debated, with no consensus yet reached regarding its definition and scope. The aim of this study is to analyze non-profit social enterprises (those that do not distribute profits to shareholders) with commercial company status in Türkiye within a political economy framework. Findings from social enterprise interviews have been evaluated under the core components of social enterprises. These components are derived from universally accepted definitions in the literature on social enterprises and include non-profit orientation/restriction on profit distribution, the requirement of commercial activity, social impact/benefit, innovation, voluntarism, and governance. Consequently, these components help describe the social enterprise identity in Türkiye based on the findings obtained, contribute to uncovering the unseen aspects of social enterprises, and provide an analytical framework for examining the future of commercial companies adopting a social enterprise identity.

Keywords: Profit, social economy, social enterprise, governance

Jel Codes: B55, P10, P12

Atıf: Kurtuluş, G.; İnci, M. (2024). Türkiye'deki Sosyal Girişimlerin Ekonomi Politikası. *Politik Ekonomik Kuram*, 8(4), 1152-1171.

<https://doi.org/10.30586/pek.1552538>

Geliş Tarihi: 18.09.2024

Kabul Tarihi: 12.11.2024



Telif Hakkı: © 2024. (CC BY)
(<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

* Bu makale, Dr. Öğr. Üyesi Mustafa İnci danışmanlığında tamamlanan "Sosyal Girişimlerin Ekonomi Politikasına Foucaultcu Bir Yaklaşım" başlıklı doktora tezinden türetilmiştir (Doktora Tezi, Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Muğla, Türkiye, 2024). Bu çalışma için etik onay, Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler Araştırmaları Etik Kurulu'ndan 28.5.2022 tarih ve 2022/78 sayılı olarak alınmıştır.

1. Giriş

Sosyal girişimlerin tarihçesi, sosyal ekonominin kökenlerine kadar izlenmelidir. Bunun nedeni, sosyal girişim kavramının artık kooperatifler, dernekler, vakıflar ve diğer organizasyon türleri dahil olmak üzere neredeyse tüm sosyal ekonomi aktörlerini tanımlamada küme kavram işlevi görmesindedir. 19. yüzyılın başlarında, Avrupa toplumunda, ne kalıtsal ilişkilerle (aile, akrabalık) ne de sözleşmeye dayalı ilişkilerle açıklanamayacak bir toplumsal bağın ortaya çıktığı gözlemlenmiştir. Laville'in (2015, s. 42) "modern dayanışma" olarak adlandırdığı bu tür karşılıklılık temelli bağlar, sosyal ekonomi çatısı altındaki dernek türü organizasyonlarda özellikle belirgin hale gelmiştir. O dönemde, itibarları zedelenen ve sömürüye maruz kalan azınlıklar, daha eşitlikçi bir ekonomi talebiyle dernekler altında birleşmişlerdir. Bu sivil toplumun amacı, ortak iyiliği sağlamak ve ekonomik demokrasi yoluyla siyasi demokrasiyi güçlendirmektir. Ancak, beklentilerin aksine, bu sivil toplum zamanla toplumsal amacından uzaklaşmaya başlamıştır. 19. yüzyıl, genellikle sivil toplumun Avrupa genelinde kökleştiği ve aynı zamanda çağdaş sosyal ekonomi aktörlerinin yükselişe geçtiği bir dönem olarak nitelendirilebilir. Yine de sosyal ekonomi, kapitalist çerçevenin gerçeklikleri ve temel kurumlarıyla uyumlu olan yerleşik normları benimsemektedir.

Salamon ve Anheier'e (1992) göre, sosyal ekonomi alanında, literatürdeki sivil toplum kuruluşlarının çoğu tanımı, yasal, ekonomik veya işlevsel oldukları için farklı kavramlarla ifade edilebilir. Ancak, hepsinde ortak olan tanımlayıcı bir özellik, kolektif eğilimdir. Bu organizasyonlar hükümetlerden belirli bir ölçüde destek alsalar da kurumsal olarak onlardan ayrı bir konumdadırlar. Sosyal ekonomi aktörlerinin temel bileşenlerinden biri, kâr dağıtımını yapmama modelidir. Bu aktörler, kendi kendini yöneten organizasyonlar olarak gönüllü katılım ilkesine göre de faaliyet göstermektedirler. Kalkınma odaklı bir yaklaşımla, sosyal ekonomi aktörlerinin, sosyal, politik veya ekonomik değişimi teşvik etmeye odaklanmış ya da ihtiyaç sahiplerine destek sağlama gündemi etrafında yapılandırılmış organizasyonlar olduğu ileri sürülmektedir. Daha spesifik bir tanım ise, bu aktörlerin kendi kendini yöneten, kâr amacı gütmeyen ve dezavantajlı kişilerin yaşam kalitesini artırmayı hedefleyen organizasyonlar olduğunu vurgulamaktadır (Vakil, 1997, s. 2060). Farklı sektörlerden çeşitli özellikleri birleştiren yeni eğilimlerle, kâr odaklı olsa da bu kârı sosyal bir amaç için kullanan "sosyal girişimler" gibi hibrit organizasyonların, sosyal ekonomi dünyasında giderek daha önemli hale geldiği iddia edilmektedir (Lewis et al., 2021, s. 12).

Sosyal girişim, 19. yüzyılda Batı Avrupa'daki sosyal ekonomi hareketinden doğan geniş bir yelpazedeki organizasyonları kapsamaktadır. Sosyal girişimlerle ilgili literatürde, sosyal ekonomi organizasyonlarının dahil edilmesinden ve çeşitli tanımların sunulmasından kaynaklanan bir çeşitlilik vardır (Westlund, 2003; Moulaert ve Ailenei, 2005; Şemşit ve Gürsoy, 2020; Gutberlet, 2009; Defourny ve Nyssens, 2008; Borzaga et al., 2020; TÜSEV, 2018; Petrella ve Richez-Battesti, 2016; Fraisse et al., 2016). Ayrıca, birçok farklı türün bu kategoriye dahil edilmesi nedeniyle, sosyal girişim kavramının bir küme kavram olduğu varsayılmaktadır (Abeysekera, 2019, s. 29).

Sosyal girişimler, kâr amacı gütmeyen organizasyonların (kooperatifler, dernekler ve vakıflar gibi) temel özellikleri ile kâr amaçlı şirketlerin (geleneksel ticari şirketler) kesiştiği çapraşık şirketler olarak tanımlanabilir. Sosyal girişimler, genellikle geleneksel kapitalist şirketlerin kâr odaklı amaçlarına bir alternatif olarak düşünülmektedir. Sosyal girişimlerin asıl amacının sosyal değer yaratmak olduğu, finansal ölçütlerin ise yalnızca sosyal hedeflere ulaşmanın bir aracı olarak görüldüğü ileri sürülmektedir (Ebrahim ve Rangan, 2014). Teorideki bakış açısıyla, sosyal girişimlerde kâr güdüsü ortadan kaldırılmış olup, bireyin yararından ziyade toplumun yararının önceliklendirildiği savunulmaktadır.

Çalışmanın sonraki bölümünde, sosyal ekonomi aktörleri (sivil toplum örgütleri) ile şirketler arasındaki farkları netleştirmek amacıyla bir literatür taraması yer almaktadır.

Başka bir deyişle, bu çalışmada sosyal girişimler, kooperatifler, dernekler ve vakıflardan ayrı konumlandırılarak ele alınmaktadır. Üçüncü bölümde, Türkiye'deki sosyal girişimlerle yapılan derinlemesine görüşmelerden elde edilen bulgular da dahil olmak üzere, çalışmanın metodolojisi sunulmaktadır. Üçüncü bölüm özellikle, son yıllarda Türkiye'de sosyal girişimlerin mevcut durumuna ilişkin yapılan çalışmaların aksine temel bileşenler aracılığıyla Türkiye'de sosyal girişimlere karşı ekonomi politik bir yaklaşım sunarak alana özgün bir katkı yapmaktadır. Sonuçlar, literatürdeki genel tanımlara dayalı olarak belirlenmiş bileşenler altında analiz edilmektedir. Çalışmada, temel amaç doğrultusunda, sosyal girişimlere yönelik ekonomi politik bir yaklaşım geliştirilmekte ve sonuç olarak değerlendirmeler yer almaktadır.

2. Sosyal Girişimin Öteki Tarafı: Kapitalizmin Gölgesi

Kamu ve özel sektör arasında konumlanan ve kâr amacı gütmeyen pek çok organizasyonu tanımlamak için çeşitli kavramlar kullanılmaktadır. Bu kavram çeşitliliği bir yana, bunların ortak amacı temelde üyelerine ve/veya daha geniş bir topluluğa fayda sağlamaktır. Aynı zamanda bu organizasyonlar demokratik bir karar alma sürecinin varlığına dikkat çekmektedirler. Bunlar arasında sosyal girişim kavramı ve Borzaga'ya (2009, s. 213) göre, temelde ancak iki yaklaşımla tanımlanabilir. İlk yaklaşım, kooperatiflerin toplumla ilgili endişelerinin güçlenmesiyle birlikte, kâr amacı gütmeyen kuruluşların (derneklerin) yeniden keşfedilmesi ile ilişkilidir. Ancak, Avrupa sosyal girişim geleneğinde, sosyal girişimin mevcut kavramların yerini almak gibi bir amacının olmadığı özellikle vurgulanmaktadır. Buna göre, sosyal girişimler, kâr amacı gütmeyen kuruluşlara kıyasla "çıkara" boyutuna daha fazla önem vermekte iken, toplumun en kırılgan kesimlerinin ihtiyaçlarını karşılamaya eğilimlidirler. Literatürde (Borzaga, vd., 2020; Defourny ve Nyssens, 2008; British Council, 2019) sosyal girişimlerin bir küme kavram olarak kullanıldığı açıktır. Bu durumda Avrupa sosyal girişim geleneğinin kendi içinde çelişkiye düştüğü söylenebilir. İkinci yaklaşımda ise, sosyal girişim kavramının kökenleri ABD'de sorgulanmaktadır. Bu yaklaşıma göre, sosyal girişimler, ABD'de hükümetin sosyal hizmetlerde bütçe kısıtlamasına gitmesi ve geleneksel kâr amacı gütmeyen kuruluşların hizmetlerindeki memnuniyetsizlik nedeniyle yenilikçi alternatifler olarak boşluğu doldurmaya başlamışlardır (Barendsen ve Gardner, 2004, s. 44). Avrupa ve ABD merkezli iki sosyal girişim anlayışındaki temel vurgular Tablo 1.2.'de özetlenmektedir.

Tablo 1. Avrupa ve ABD Sosyal Girişimlerinin Karşılaştırılması

	ABD	Avrupa
Vurgu	Gelir Yaratma	Sosyal Fayda
Yaygın Organizasyon Türü	Kâr Amacı Gütmeyen	Kooperatif
Odak noktası	Tüm kâr amacı gütmeyen faaliyetler	İnsan kaynakları
Şirket Türü	Limited	Müşterek
Stratejik Gelişme	Vakıflar	Hükümet/AB
Kapsam	Piyasa Ekonomisi	Sosyal Ekonomi
Yasal Çerçeve	Yok	Gelişmiş

Kaynak: Kerlin, 2006

Sosyal girişim kapsamının çeşitlilik göstermesi gerektiğini ve bunun sosyal girişimin gelişimi konusunda faydalı olduğunu savunan çalışmalar (Roper ve Cheney, 2005; Bidet, vd., 2018; Johnson, 2000; Mair ve Marti, 2006) literatürde geniş bir yer tutmaktadır. Bununla birlikte ortak yaygın görüş, üçüncü sektörü kavramada, bu çeşitliliğin iki temel problemi beraberinde getirmesidir. Üçüncü sektör organizasyonları arasında, kooperatifler birer işletme olarak ürettikleri ürünü piyasada satışa sunabileceği devamlı bir gelir modeli yaratabilirken, derneklerin piyasa dışı faaliyetleri (hibeler, gönüllülük temelli çalışmalar vb.) nedeniyle mevcut gelir modeli zayıf ve çoğunlukla sürdürülebilir değildir. Bunların her birinin kuruluş motivasyonlarının ve iç işleyişlerindeki farklılıkların göz ardı edilmemesi gerekmektedir. İkincisi ise, ilke olarak üyelerine hizmet

etmeyi amaçlayan karşılıklı çıkar organizasyonları (örneğin kooperatifler) ile toplumun geniş bir kesimindeki sorunlara çözüm olmaya hizmet eden organizasyonların (yoksulluk, çevre sorunları gibi sorunlarla mücadele eden vakıflar gibi) temel motivasyonlarının iç içe geçmesi durumundaki karmaşa ve başarısızlık ihtimalidir. Bunlar dikkate alındığında, temel çelişkinin, sosyal girişime birleştirici bir rol atfedildiğini söylemek mümkündür. Diğer bir ifadeyle, sosyal girişimler kooperatifler ve kâr amacı gütmeyen organizasyonlar arasında karşılıklı bir çekim yaratmaktadır. Sosyal ekonominin kamu ve özel sektör arasında gördüğü köprü görevi, adeta burada kooperatif benzeri organizasyonlar ve kâr amacı gütmeyen kuruluşlar için sosyal girişime verilmektedir (Defourny ve Nyssens, 2006). Ancak böyle bir durumda, ne kooperatif ve benzeri organizasyonlar tamamen özel sektöre ne de kâr amacı gütmeyen organizasyonlar sadece kamuya atfedilebilir. Bu durumda, sosyal girişim gibi ayrı bir türe de ihtiyaç olup olmadığı sorusu akla gelmektedir.

Dünyada sosyal girişimler için farklı yasal biçimleri tasarlayan ülke örnekleri de mevcuttur. Örneğin, Birleşik Krallık'taki "Toplum Çıkarı Güden Şirket" (Community Interest Company) adıyla düzenlenen yasada, sosyal girişim, gelirlerini ve varlıklarını kamu yararına kullanmak isteyen bir şirket türü olarak tanımlanmaktadır. Bunun dışında daha yaygın olarak, kâr kooperatifçilik yasasının temel özellikleri ile kâr dağıtımını üzerine bir sınırlama getirilmesini birleştiren yeni yasal çerçevelerdir. Bunun örnekleri arasında Fransa'da "Ortak Çıkar Kooperatif Toplumu" (SCIC), Belçika'da "Sosyal Amaçlı Şirket" (Société à Finalité Sociale) ve İtalya'da "Sosyal Kooperatifçilik" düzenlemeleri yer almaktadır (Defourny ve Nyssens, 2006, s. 9). Çeşitli yasal düzenlemeler olsa da tıpkı Türkiye'de olduğu gibi, Avrupa'daki çoğu kurulan sosyal girişim için uzun süre kooperatif ve dernek gibi yasal biçimler tercih edilmiştir. Üstelik bu sosyal girişimlerin çoğu zaman geleneksel girişimler için var olan yasal biçimleri benimsediği öne sürülmektedir (Defourny ve Nyssens, 2008, s. 207). Böyle bir durumda, sosyal girişimlerin spesifik rollerini öne çıkarmak daha da zorlaşmaktadır.

Sosyal girişimlerde elde edilen kârın öncelikle toplumsal bir soruna çözüm üretmek amacıyla kullanıldığı iddiası, şirket tarafını baskılayan çarpıcı bir olgudur. Bileşenleri arasında ilk varsayımlardan biri olan kâr amacı gütmemek/kâr dağıtımını kısıtı, sosyal girişimlerin çoğu zaman kâr amacı gütmeyen sektör olarak da adlandırılmalarına (Dart, 2014) neden olmaktadır. Ancak bu iddia, geleneksel şirket türünde kurulan sosyal girişimler için geçerli olmayabilir. Sosyal girişimler özelinde düşünülürse; bunlar toplumsal bir amaca hizmet etmek önceliğinde yola çıksalar da nihai olarak bu amacı gerçekleştirmek için kâr elde etme güdüsü olan şirketlerdir.

Sosyal girişimleri tanımlayan bir diğer ayırt edici özellik ise, yenilikçi olmalarıdır. Özellikle Amerika Birleşik Devletleri (ABD) merkezli sosyal girişimler için yapılan tanımlarda, yenilikçi olmaları sosyal girişimlerin kilit faktörü olarak gösterilmektedir (Zhang ve Li, 2017; Chell, vd., 2010; Light, 2006; Byerly, 2014). Bu çalışmalarda ortak vurgu, ticari girişimlerin bu zamana kadar geleneksel işleyişlerde takılı kaldıkları için toplumsal sorunları çözmede yetersiz olmalarıdır. Sosyal girişimlerin ise, başlangıçtan itibaren özellikle finansman sorunlarına yenilikçi çözümlerle ortaya çıktığı savunulmaktadır. Bununla birlikte, literatürde, sosyal girişimlerin finansman fırsatlarına erişemediği yönünde iddialar yer almakta (Tirumalsety ve Gurtoo, 2019; Bugg-Levine, vd., 2012); bireylerden ve kurumlardan kredi veya yatırım olarak finansman sağlamanın sosyal girişimler için bir zorluk olmaya devam ettiği ileri sürülmektedir. Mendell ve Barbosa'a (2013, s. 113) göre, toplumsal faydaya odaklanan bir faaliyetin ticari şirket statüsü kapsamında olmasından kaynaklı şüpheli bir bakış açısı ortaya çıkmaktadır. Bu, "sosyal" ve "girişim" in bir aradalığına dair bir sorgulamayı ortaya çıkarmaktadır. Yanı sıra, yatırım sermayesi talebi ile arzı arasında gerekli bağlantıyı kurmak için uygun yasal çerçevelerin, bilginin, araçların ve mekanizmaların eksikliğinden kaynaklanmaktadır. Son olarak, yazarlar, ölçme ve değerlendirmedeki zorluklara dikkat çekmektedirler. Nitekim, henüz birçok ülkede yasal statüleri olmadığı düşünüldüğünde her bir madde sosyal girişimlerin finansman kaynağında yaşayabileceği muhtemel sorunlara karşılık

gelebilir. Bu durumda, finansman sorunlarına ticari girişimlere göre daha yenilikçi yaklaşımları mümkün olmayacaktır.

Bir organizasyonu sosyal girişim olarak tanımlamak için gerekli görülen koşullardan biri yönetişimdir. Sosyal girişimlerin katılımcı ve/veya demokratik karar alma süreçlerini kapsayan bir yönetişime sahip olması gerektiği öne sürülmektedir (EC, 2013). Bir sosyal girişimde yönetişim yapısı, sosyal amaçların gerçekleştirilmesini sağlayan itici bir örgütsel araç olarak görülebilir. Ancak bu yönüyle kastedilen sosyal girişimler, çoğunlukla üçüncü sektör organizasyonlarını kapsamaktadır. Bununla birlikte, yönetişimin, şirket temelli sosyal girişimlerin amaçlarını gerçekleştirmede nasıl bir etki yarattığına ilişkin çalışmalara henüz rastlanmamaktadır. Nitekim, sosyal girişim de olsalar şirketler doğaları gereği, nihai karar verme gücünün, sahip oldukları hisse oranına göre hissedarların elinde olduğu kapitalist yönetim türünün örneğidirler.

3. Yöntem

3.1. Araştırmanın Amacı ve Kapsamı

Araştırmanın temel amacı, Türkiye'de geleneksel şirketler olarak kurulan sosyal girişimlerin, genel geçer tanımlardan yola çıkarak belirlenen temel bileşenler altında çözümlenmesidir. Bu bileşenler; kâr amacı gütmemek/kâr dağıtım kısıtı, ticari faaliyet zorunluluğu, sosyal etki/fayda, yenilikçilik, gönüllülük ve yönetişimdir. Nitekim, bu bileşenler, elde edilen bulgular doğrultusunda Türkiye'deki sosyal girişim kimliğini betimlemeye yardımcı olurken, aynı zamanda sosyal girişimlere dair görünmeyi keşfetmeye etki etmektedir. Bu şirketlerin, kâr güdüsü yerine toplumsal etki ve faydaya öncelik verme becerilerinin yanında, bu süreçte karşılaştıkları içsel çelişkileri ortaya koymak çalışmanın bir alt amacıdır. Son yıllarda Türkiye'de sosyal girişimlerin mevcut durumuna ilişkin yapılan çalışmalar sıklıkla sosyal girişim bileşenleri etrafında varılan yargılar sonucu sayıca artırılmasını ve/veya kalkınma kavramı kapsamında önemli bir rol üstlendiğini savunarak devamlılığının sağlanması gerektiğini savunmaktadır (TÜSEV, 2018; Yahyasev, 2021; Polat, 2020; Aslan, 2018; Işık, 2018). Bu çalışmada ise, bileşenler aracılığıyla Türkiye'de sosyal girişimlere karşı ekonomi politik bir çerçeveye çizilmesinin alana özgün bir katkı yapacağı düşünülmektedir.

3.2. Araştırmanın Örnekleme ve Yöntemi

Çalışmanın temel bulguları, nitel araştırma kapsamında yarı yapılandırılmış görüşmeyi içeren Türkiye'de iki yıllık saha araştırmasına dayanmaktadır. Yarı yapılandırılmış görüşme, araştırmacının, başka türlü toplanması mümkün olmayan bir dizi veriyi toplayarak, katılımcıların düşündüklerine ve hissettiklerine doğrudan erişmesine olanak tanımaktadır (Bandinelli, 2017, s. 93). Aynı zamanda, araştırmacı görüşmecinin yanıtlarına bağlı olarak devamında eş anlı sorular kurgulayabilir. Bu, genellikle görüşmecinin daha açık ve ayrıntılı yanıt vermesine olanak tanımaktadır. Yine de yarı yapılandırılmış görüşme tekniğinde, görüşmeciler (kurumlar) hakkında öncesinde belli düzeyde bilgiler toplanmaktadır. Görüşme sorularına araştırma kapsamında bir çerçeve çizilmesi için bu bilgiler gereklidir (Kallio, vd., 2016, s. 2955).

Türkiye'de henüz bir yasal düzenleme olmaması nedeniyle, sosyal girişimler geleneksel (ticari) şirketlerden ayrılan yönlerini yazılı veya sözlü olarak beyan etmektedirler. Bu farklılıkların en belirgin olanı, sosyal girişimlerin büyük bir kısmının kendilerini kâr amacı gütmeyen/kâr payı dağıtmayan bir organizasyon olarak tanımlamasıdır. Ancak bunun yasal olarak bir kesinliği veya geçerliliği bulunmamaktadır. Nitekim, araştırmanın evrenine ilişkin tam ve eksiksiz bir bilgiye ulaşmak mümkün olmadığından, örneklem çerçevesi net bir şekilde belirlenememiş ve olasılıklı bir örnekleme yöntemine gidilememiştir. Sosyal girişimlerin temel motivasyonlarının ve ticari şirketlerden ayrılan en temel özelliklerinin kâr amacı gütmemeleri olduğu yönündeki vurgular nedeniyle bu araştırmanın örnekleme, Türkiye'de anonim, limited ve şahıs şirketi olarak kurulan ama amaçlarının kâr elde etmekten ziyade toplumsal fayda yaratmak olduğunu savunan sosyal girişimler olarak

sınırlandırılmıştır. Bu bağlamda yargısal örnekleme yöntemine başvurulmuştur. Görüşmelerin yapılacağı kâr payı dağıtmayan/kâr kısıtı olan sosyal girişimlere, ilk olarak, bu alanda aktif çalışmaları olan STÖ'ler; Ashoka (Türkiye temsilciliği), Türkiye Sosyal Girişimcilik Ağı (TSGA) ve Türkiye Üçüncü Sektör Vakfı (TÜSEV) tarafından herkese açık olan çevrimiçi kaynaklar aracılığıyla ulaşılmıştır. Alan araştırması sürecinde görüşülen sosyal girişimler aracılığıyla diğer sosyal girişimlere ulaşılarak görüşmeler devam etmiştir. Toplamda 17 sosyal girişimden kurucu ortaklar veya kurucu ortakların yönlendirdiği şirket içindeki en yetkili çalışanlar ile görüşülmüş olup, görüşmeciler (SG) kodlanarak veriler analiz edilmiştir.

4. Bulgular: Sosyal Girişim Bileşenleri

Kâr amacı gütmemek/Kâr dağıtımını kısıtı

Kapitalizm gelişip ilerledikçe mal ve hizmetlerin aksine kaybolup gitmeyen, zaman içinde diğer nesillere aktarılan, biriktirilen ve dolayısıyla zenginleştiren bazı deneyimler ortaya çıkmıştır. Ekonomik aktörler bir yandan kâr etme mecburiyeti içindeyken; diğer taraftan rekabet baskısı altında kendinden önceki girişimci kuşakların birikmiş deneyimlerini takip etmişlerdir. Çünkü bu ekonomik aktörler sahip oldukları şirketi/girişimi olabildiğince rasyonel bir şekilde yönetmek zorundadırlar (Sombart, 2011, s. 346). Araştırmanın örnekleme seçiminde en temel belirleyici unsurun, kârla ilişkili olmasının kökeni buradan anlaşılabilir. Sosyal girişimlerde özellikle kâr ediliyorsa bunun nasıl kullanıldığı, neden bunun tercih edildiği sorgulanmıştır. Öncelikle bir sosyal girişim hariç (SG1) diğer tüm sosyal girişimlerin kâr elde ettikleri bilgisine ulaşılmıştır. Kâr elde eden sosyal girişimlerin hiçbiri elde edilen kârı ortaklara dağıtmadıklarını, dolayısıyla kârların toplumsal faydaya yönelik gerek şirket bünyesinde gerekse diğer projeler kapsamında yaratılması hedeflenen sosyal faydaya yatırıldığını ifade etmişlerdir. Ancak SG3 ilerleyen yıllarda kârın bir bölümünü şirket içinde dağıtmaya karar verdiklerini şu şekilde gerekçelendirmiştir:

“Türkiye gibi bir ülkede, -ekonomik şartların bu kadar zorlayıcı olduğu, geleceği öngöremediğiniz- gerçekten sosyal girişimi ayakta tutmak iyice zorlaşmaya başladı. Ekibinizde yer alan insanların ülkede barınabilmesi için minimum standartlarını koruyabilmeleri lazım. En azından düzgün bir maaş kazanabiliyor olmaları gerekiyor. En azından işe bağlılığın sürdürülebilirliğinin sağlanması, kârdan onların da eşit bir şekilde faydalanabilmesinin önemli olduğunu düşünüyoruz.” SG3

SG7, ise kâr payı dağıtılıp dağıtılmamasının tamamen kurucu ya da ortakları ilgilendirdiğini; çalışanı etkileyen bir faktör olmadığını belirtmiştir. Çünkü çalışan maaşları halihazırda şirketin maliyetleri kapsamındadır. Ancak SG3'ün ifadelerinden kârın, şirket içine aktarımının çalışan maaşlarına yansıtılacağı (maaş artışı olacağı), kâr oranından sosyal etkiye gidecek olan payın da azalacağı anlamı çıkmaktadır. Eğer, çalışan maaşları yerine ortaklara yapılacak bir paylaşımından bahsediliyorsa bu yine sosyal etki için kullanılacak olan payın azalması anlamına gelmektedir. Her iki durumda da kârın kullanım amacı ana akım sosyal girişim tanımlamalarının aksine karşılık gelmektedir. Maaşlar hakkında benzer bir görüş SG9 tarafından açıklanmıştır:

“Kâr dağıtımına ihtiyacımız olmuyor. Olabildiğince zaten o payı alıyoruz. Kurucumuz çok sık zam yapar. Kazandıklarımızı zaten herkes biliyor. Şirket içinde kazanılan miktarlar şeffaf bir şekilde görünüyor. Mesela pandemi bizim için çok ciddi bir öğrenme süreciydi. O süreçte bizde kimse işten çıkmadı. Herkesin maaşı da sigortası da yattı” SG9

Analiz edilen sosyal girişimler arasında en fazla gönüllüye sahip SG9'da zaman zaman gönüllü eğitimleri düzenlenmektedir. Bu eğitimler farklı şehirlerde olmakta, ortaya çıkan masraflar (yol, konaklama vs.) yine şirket içi faaliyetler kapsamında karşılanmaktadır. SG9, elde edilen kârın yarısının sosyal etki, diğer yarısının ise şirket içi

faaliyetler için kullanıldığını belirtirken aslında gönüllü eğitimleri için harcanan miktar dışında bir sosyal etki yatırımı da yaptıklarını vurgulamıştır. Diğer bir ifadeyle, SG9 sosyal etkinin, şirket içi giderler kapsamında değerlendirilemeyeceğini düşünmektedir.

Sosyal girişimler yasal tanınırlık sürecini, amaçlarına en uygun modeli seçme dürtüsüyle tamamlamışlardır. Dolayısıyla başlangıçtan itibaren limited, anonim veya şahıs şirketi olarak piyasanın içine doğmuşlardır. Asıl mücadelenin yasal süreç aşıldıktan sonra başladığı düşüncesiyle, görüşmelerde bu sürecin nasıl başladığı ve devam ettiği sorgulanmıştır. Görüşmelerden elde edilen ortak bulgu, sosyal girişimlerin kuruluş esnasında herhangi bir zorluk yaşamadığını göstermektedir. Çünkü mevcut şirket türleri (limited, anonim veya şahıs) onların faaliyet alanlarında engelleyici birer unsur olmamaktadır. Bu durumda, Türkiye’de sosyal girişim bir inisiyatif almaktan öteye gidememektedir:

“(Kuruluş aşamasında) hiçbir zorlukla karşılaşmadık. Limited şirket olarak kurduk. Şirket senedimizde açık bir şekilde de söylüyor. Kâr dağıtmaz. Elde ettiği kârı tekrar işletmenin faydası için de geri yatırır.” SG1

“Kâr dağıtmamak aslında Türk Ticaret Kanunu’nda yapamayacağınız bir şey. Bir şirket varsa kâr dağıtılabılır. Ama biz sisteme şöyle sızdık. Bunun için bir yönetim kurulu kararı aldık. Kendi aramızda ortaklar olarak bir pay sahipliği sözleşmesi yaptık. Burada hiçbir şekilde payların ortaklara dağıtılmayacağını beyan ettik. Ama kanun üzerinde baktığımızda anonim şirket ve kâr elde edecek.” SG6

Görüşme yapılan sosyal girişimlerde kâr payı dağıtılmamasına karşılık, SG6, SG7, SG14 hariç, kârın dağıtılabılır olmasıyla ilgili pozitif yaklaşımlar gözlenmiştir. Özellikle SG4, sosyal girişimlerdeki kâr dağıtım/kısıtı mantığının yeterince anlamadığını, temel argümanın tamamen o sosyal girişimin yarattığı ürün veya hizmetin sosyal fayda üretip üretmediğiyle ilişkili olduğunu öne sürmektedir. Bu yaklaşıma göre, bir şirket olarak sosyal girişim kâr elde etse de o girişimin kurucu ortakları elde ettikleri kârı kendi lüks tüketimine dahi harcayabilir:

“Ben kazandığım parayı istiyorsam gidip istediğim yerde harcarım. Ama benim yaptığım hizmet sosyal fayda üretiyor mu? İnsanların hayatını değiştiriyor mu? Sosyal etkisi var mı? Yani, amaç elde edilen kârın topluma fayda yaratması amacıyla kullanılması değil. Bu yanlış. (Şirketin) yöneticisi çok büyük kâr elde edebilir. Bence o kârı kendine gidip (lüks marka bir araba) da alabilir. Ama o günün sonunda bir sosyal girişimdir.” SG4

SG4’e göre, sosyal girişimin amacı elde edilen kârın topluma fayda yaratmak üzere kullanılması değil; bizzat topluma faydalı bir ürün yaratması ve sunmasıdır. SG12 de sosyal girişimlerin yapılan işin çıktısına göre sosyal etki yaratıp yaratmadığının tartışılabileceğini, para odaklı olmanın gerekli olmadığını savunmuştur. Diğer taraftan, SG12 görüşülen zaman aralığında faaliyetlerini sürdürse ve kâr elde etse dahi henüz sosyal etkiye dair bir çıktıya sahip değildir. İronik olarak, yürütülen faaliyetlerle ilişkilendirdikleri sosyal etkinin yaratılamaması ise, kâr oranının düşüklüğü ile gerekçelendirilmektedir. Dolayısıyla, SG12’de sosyal etkiye dair çelişkiler olduğu gözlenmiştir:

“Henüz gerçekleştiremedik kâr oranımız düşük olduğu için. O kârın içinde bir sonraki senenin birçok gideri yer alıyor. Ama bir şekilde kârımız elimize kalabildiği zaman bunu faydaya yatıracağız.” SG12

Ancak bu çelişkili durum sadece SG12’ye özgü değildir. Sosyal girişimlerin kârın kullanımı ile ilgili ortak bir yol haritası belirleyemedikleri söylenebilir:

"Bence bu bir tercih meselesi. Bu faaliyet alanına göre değişiyor. Kâr dağıtmayı tercih edenler de olabilir." SG5

"Ben sosyal girişimcilik dünyasında kâr odaklı olmanın ya da kârlılığın tartışılmasının diğer çoğu şeyi gölgede bıraktığını düşünüyorum. Biz almıyoruz ama yani alabiliriz de. Bu bence sosyal girişimde öncelik değil. Tabii kâr dağıtıp, hiç etki yaratmamasından da bahsetmiyorum" SG10

Buna karşılık, SG7 ve SG16, kârın sosyal etki amacıyla kullanılmasına ilişkin sosyal girişimlerin katı bir sınır çizmeleri gerektiğine inanmaktadırlar. SG7'ye göre, "Sosyal girişim elde ettiği kârı yaratmak istediği faydaya yatırır, işin bütün esprisi buradadır". SG16'nın da paralel bir yorumu olmuştur:

"Sosyal girişimin en temel değişmezlerinden biri bu kârı yeniden yatırım aracı olarak kullanmak. Yoksa sosyal girişim olamaz. Çünkü paranın dolaşımını etkiliyoruz. Oraya müdahalede bulunuyoruz. Asıl amacımız bence bu." SG16

Kâra ilişkin farklı yaklaşımlar, yeni kurulan sosyal girişimlerin bu alana dair güven kaybı yaşamalarında kritik bir faktördür. Bu güvensizliğe sahip olan bireylerin, diğer sektörlerden ziyade, sosyal girişimcilik sektöründe yer alması muhtemelen sosyal girişimin bir ironisidir. SG13'ün ifadeleri üzerinden, sektörün kendine bakış açısı şöyle özetlenebilir:

"Sosyal girişimler kazançlarının bir kısmını bağış olarak veriyorlar. Ben henüz o aşamaya geçmedim. Çünkü henüz kâr elde etme aşamasında değilim. Ama kesinlikle amacım tamamen kâr değil; birkaç kişiye o kârı yayabilmek. Yine de bunu yüzde yüz gerçekleştirebilen bir sosyal girişim var mıdır Türkiye'de (?), emin olamıyorum. Muhtemelen çok büyük gelirler elde edilemiyor. 'Ben sosyal girişimim, sürdürülebilir iş yapıyorum' söylemi altında çok fazla greenwashing iş yürütülüyor." SG13

Sosyal girişim kavramı, özellikle Avrupa'da ve çoğunlukla Türkiye'de de sosyal ekonomi çatısı altında yer alan tüm organizasyonları temsil etmek amacıyla kullanılsa da gerçekte sosyal girişimler kâr elde etme yöntemleriyle diğerlerinden (kooperatif, dernek, vakıf) ayrılmaktadırlar. Sosyal girişimler, sosyal etki yaratmada kullanacakları kârı, ticari bir faaliyet modeli kurgulayarak elde etmektedirler. Ticari faaliyet yönüyle, kooperatifler ile vakıf ve derneklerin iktisadi işletmeleri de sosyal girişim olarak düşünülse de görüşmelerden elde edilen değerlendirmeler, kooperatiflerin sosyal etki odaklarının zayıf oldukları, iktisadi işletmelerin ise bağlı oldukları dernek ve vakıf işleyişinden bağımsız kalamadıkları yönünde olmuştur. Dolayısıyla, Türkiye'de şirket türündeki sosyal girişimler tarafından, ticari faaliyet yürütme zorunluluğuna önemle vurgu yapılmaktadır.

Ticari faaliyet zorunluluğu

Sosyal girişimlerin her biri aslında tüketiciye ürün ve hizmet sunan tipik birer ticari şirkettir. Bununla birlikte, sosyal girişimlerin, faaliyetlerinde temel olarak sosyal etkiye/faydaya odaklanmaları nedeniyle uygulamada girişimci taraflarının geri planda kaldığı ön plana çıkarılmaktadır. Örneğin; eğitim alanında faaliyet gösteren sosyal girişimler (SG4, SG5, SG9), pazarladıkları ürün ve hizmetlerin tasarlanması aşamasında, bunları talep eden bireylerin sonrasında nasıl bir toplumsal kazanımının olacağını gözeterek yola çıktıklarından diğer girişimlerden ayrıldıklarını öne sürmüşlerdir:

"Eğer yüksek bir girişimci ruhun olduğu ortaya çıkıyorsa, konuşalım fikirlerini. Bunu yapamayan girişimci olabilir mi? Ancak çalışan olabilir. Bu kişilikle alakalı kendini nereye konumlandığımla alakalı. Bir girişimcinin utanma duygusunun olmaması lazım. Sahnede korkusunun olmaması gerekiyor." SG4

SG11 ve SG16 ise, sosyal girişimlerdeki ticari boyutun önemini kâr ve temelde kendi kazancının devamlılığı kaygısı üzerinden formüle ederek açıklamaktadır:

“Benim ticarileşme ile anlatmaya çalıştığım şey şu: Benim kâr etmem şart ki ben kendi işimi sürdürebileyim. O zaman, mevcut insanlarla iş yapmaya devam edebilirim. O insanlar da buradan iş geliyor diye bakacak. Benim kâr ederek onlara güven vermem lazım.” SG11

“Bence Türkiye’deki en büyük handikap sosyal girişimlerde çoğunluğun sivil toplum tarafından geliyor oluşu. Ama sosyal girişim yapısını dernek yapısından ayıran şey ya da herhangi STÖ’den ayıran şey kendi kendini finanse edebilmesi. Aynı zamanda kurumsal sosyal sorumluluktan da uzak bir yerde yorumluyorum.” SG16

Sosyal girişimlerde sosyal etkinin ticari kazanç olmadan yaratılamayacağı iddiası kabul görse de bu aşamada SG11 gibi bazı sosyal girişimlerin henüz kâr elde edemedikleri dikkate alınmalıdır. Bu, görüşülen sosyal girişimler kapsamında, sosyal amaçların ticari kaygıların gerisinde bırakıldığı izlenimine neden olmuştur.

Sosyal girişim kavramı için Türkiye’de geniş bir ağa atıf yapılmaktadır. Kooperatifler, dernekler, vakıflar ve diğerleri (inisiyatifler, platformlar, topluluklar vb.) çoğunlukla sosyal girişim olarak kabul görmektedir. Bu yapıların hem bir aradalığını, birbirleriyle olan etkileşimlerini sağlamak hem de ekosistemi tanıtmaya çalışmak amacıyla bazı çatı oluşumlar mevcuttur. Yekpare Sosyal Girişim Birliği, Ashoka Türkiye, Türkiye Sosyal Girişimcilik Ağı, TÜSEV, Açık Açık bunlardan en bilinenleridir. Görüşmecilere bu geniş kapsamı değerlendirmeleri istendiğinde görüşlerde iki uç durum ortaya çıkmıştır. Sivil toplum kuruluşları ile sosyal girişim arasında bir ayırım olması gerektiğini düşünenlere göre (SG3, SG4, SG5, SG11, SG12, SG16), özellikle ticari faaliyet boyutu sosyal girişimleri farklı ve daha sürdürülebilir kılmaktadır:

“Sosyal girişimcilik kendine uygun bir iş modeli yaratmalı. Her kooperatif bir sosyal girişim değil. Her dernek bir sosyal girişim değil.” SG3

“Hepsine sosyal girişim diyemeyiz. Dernek kesinlikle olmaz. STK’lar iktisadi işletme kursa bile bence sosyal girişimcilik yapamaz. Orada bir iş dönmez.” SG4

“Ben çok pozitif bakmıyorum buna ve bunun için çok eleştiriliyorum. Hibe bazlı yapılan projelerin sosyal girişim olarak adlandırılması çok yaygınlaştı. Dernek, kooperatif, sosyal kooperatif vs. o kadar çok kavram çıkıyor ki. Biraz suistimal edilmeye başladı.” SG5

Görüşmecilerin bir kısmı (SG1, SG11 ve SG13) sosyal girişimlerin ticari faaliyetleri nedeniyle kooperatiflerin de sosyal girişim olarak değerlendirilebileceğini düşünmekte iken, sosyal girişimlerde mecburi olan ticari faaliyet boyutu ile sivil toplum kuruluşlarının temelde sahip olduğu savunuculuk mekanizmaları arasındaki ayırma dikkat çekilmiştir. Sosyal girişimlerle ilgili genellikle gelir modelleri üzerinden daha sürdürülebilir olmalarıyla ilişkili bir bakış açısı hakimken, aynı zamanda çözmeye çalışılan sistem sorunlarına karşı mutlaka ticari bir model geliştirilmesi ve sosyal girişimi ayrı bir yerde konumlandırmak gerektiğine dair görüşler ifade edilmiştir. Diğer bir ifadeyle, derneklerin ve kooperatiflerin sürdürülebilir bir gelir modeli yaratamadığı için sosyal girişim olarak adlandırılmayacağı vurgulanmaktadır.

“Kooperatif yapısı ve kooperatif yönetmek çok daha karmaşık. Halbuki bir limited şirketi tek ortaklı işletip sistemleri kurabiliyorsunuz. Bunun bir kuralı yok. Amaçlar için stratejik, hızlı ve işe yarar sistemleri kurmak.” SG1

“Bir derneğe bir sosyal girişim demek! Bir kere zaten derneğin varlığı sivil savunuculuk. Bu bir sosyal girişimin de yapabileceği bir şey ama sosyal girişimde o ticari model, misyon mutlaka olmak zorunda. Gördüğümüz birçok kooperatif bu misyon ve etki hedefi ile çalışmıyorlar. Asıl amaç olan etki perspektifi için sistemli bir çalışma göremiyoruz pek çok kooperatifte.” SG6

Buna karşılık bazı sosyal girişimler hibrit bir gelir modeli yaratmayı tercih etmişlerdir. Bu amaçla önce şirket kurup, şirket bünyesinde daha sonra dernek kurmuş olanlar ile öncesinde dernek olarak kurulup aynı zamanda şirket kuranlar (derneğin iktisadi işletmesi olarak değil) olarak iki ayrı grup vardır. Sosyal girişimler, kuruluş aşamasından itibaren çok zaman geçmiş olsa da yasal statüleri olmamasından dolayı kimlikle ilgili kabul edilebilirlik noktasında hâlâ belirsizlik yaşamaktadırlar (SG5, S7 ve SG8). SG8'e göre bunun anlaşılabilir veya kabul edilebilmesi için sosyal girişimlere mutlaka yasal bir statü verilmelidir. Özellikle sosyal girişimin kurulduğu ilk zamanlar sivil toplum kuruluşlarının dahi "bu yapıyla bir yere varılmaz" bakış açısının hâkim olduğu yıllar olduğu ifade edilmiştir:

"Her kuruma gittiğimizde önce bir SG5 nedir diye anlatıldı. Hem şirket hem de dernek deniliyor. Sonra zaten bir gözbebekleri büyüyor. Hani 'ne anlatıyor bu' diye. Orada biz sosyal girişim nedir diye anlatmaya başlıyoruz. Kimliğimizi anlatmaktan yaptığımız işi anlatmaya zaman kalmıyor artık." SG5

Ticari faaliyet gerekliliği, sosyal girişimlerin sosyal amaçlarını gerçekleştirmede finansal kesinti yaşamamaları için önemlidir. Kendi gelirlerini yaratmak için kurguladıkları ticari model, onları bağış veya hibelere dayalı sivil toplum kuruluşlarından ayıran temel bir özelliktir. Bununla birlikte, sosyal girişimlerin neredeyse tümü, finansal bağımsızlık elde edebilmek için ticari faaliyetlerin önemini vurgulasa da iş birliği konusunda genellikle piyasa aktörlerine olan bağımlılıkları sosyal girişimin kendi içinde var olan bir çelişkisidir.

Sosyal etki/fayda

Sosyal etki; organizasyon içi kararlardan ve faaliyetlerden ortaya çıkan, bireyler ve toplumlar için amaçlanan ilişkisel sonuçlardır (Hurst, vd., 2023). Genel olarak, sosyal etki, olumlu değişim yaratarak bir topluma katkıda bulunmayı amaçlayan organizasyonlar için kritik öneme sahiptir. Yanı sıra, organizasyonların sosyal etkiyi kendi sınırları dışından geniş bir perspektifte dikkate almaları gerektiği fikri giderek yaygınlaşmaktadır (Martí, 2018; Wry ve Haugh, 2018). Bu, sosyal etkinin sınırının ne olduğu ve dolayısıyla nasıl ölçüleceği sorusuna işaret etmektedir.

Öncelikli amacı kâr elde etmek olan organizasyonlar; hissedarlarının kârını şirketin misyonu olarak gördükleri için ekonomik performanslarını finansal tablolarda özetleyebilmektedirler. Buna karşılık, sosyal girişimler, hedefledikleri başarı ölçütünün doğrudan finansal performans ile ilişkili olmadığını öne sürmektedirler (Moore, 2003, s. 3). Dolayısıyla sosyal girişimlerin başarı ölçütünün neleri kapsadığı tartışmalıdır. Sosyal girişimler, doğaları gereği sosyal olanı ekonomik olandan ayıran bir yapıya sahip olduklarından, bu ikili durumu yansıtmak ve ayrı bir başarı ölçütü belirleyebilmek için, ekonomik göstergelerin yanı sıra "sosyal etki" ölçümü denemelerine (Bagnoli ve Megali, 2011; Manetti, 2012) yönelmişlerdir.

Çalışma kapsamında görüşülen sosyal girişimlerin etki ölçümleme konusunda birtakım faaliyetler yürüttükleri gözlenmiştir. Birbirinden farklı yöntemlerle yapılan ölçümler olmakla birlikte, eğitim alanında faaliyet gösteren SG5 ve SG14'te sosyal etki ölçümü konusunda sosyal girişimlerin hedefledikleri kitlelerin önemine dikkat çekilmiştir. Bazı sosyal girişimler ise, sosyal yönlerinin topluma yansıyan etkilerini sıklıkla faydalanıcıları üzerinden takip etmektedirler. Özellikle e-ticaret (SG1 ve SG10) sektöründeki sosyal girişimler buna örnektir.

"Biz hedef kitlenin değişimini ölçümlemeye çalışıyoruz. Verdiğimiz eğitim bireylere bir başarı artışı getiriyor mu? Kendi hayatlarında nasıl bir değişim oluyor? En büyük etkiyi, değişimi orada görüyoruz." SG5

"Güzel geri dönüşler alıyoruz ürünlerimiz üzerinden. Ama bunu veriye dökmek çok kolay bir iş değil tabii. Etki çok büyük ama bu etkinin adını koyamıyorsun çünkü nasıl ölçeceğini de bilmiyorsun. Tek imkân web sitesinden indirme, ulaşma sayılarıydı." SG14

Sosyal etki yaratmaya yönelik bir eğilim, sosyal girişimlerin gelir yaratma stratejilerini önemsemedikleri anlamına gelmez. Sosyal girişimler, piyasada yer alan diğer şirketler gibi hayatta kalabilmek için sürekli ekonomik değer yaratmak zorundadırlar (Costa ve Andreus, 2020, s. 292). Görüşmeciler arasında sosyal etkiyi doğrudan maddi kazançla ilişkilendiren bir yaklaşıma da rastlanmaktadır:

“Bizim tarafta etkinin çok basit bir görünür tarafı var. Ekonomik güçlendirme kısmı. Burada aylık ve yıllık olarak kazanılan parayı takip edebiliyoruz. Ama öte taraftan sistematik etki ölçme anlamında hiçbir zaman vakit bulamadık.” SG6

Sosyal etkinin maddi kazançla ilişkisi, ölçümlemenin gerçekleştirilip gerçekleştirilmemesini etkileyen bir durum olarak da düşünülebilir. Görüşmelerden elde edilen bulgulara göre SG8, zaman zaman etki ölçülmesi yapılsa da maliyetler nedeniyle bunun sosyal girişim açısından sürekliliğinin olmadığını ifade etmiştir. SG3 ve SG12 ise, görüşmeler devam ederken bir etki ölçümleme analizinin yapıldığı ve sürecin devam ettiği; ilerleyen zamanlarda sonuçların alınacağı bilgisi verilmiş ancak takip edilen süreçte bir çıktıya erişilememiştir.

Birleşik Krallık merkezli sosyal girişimler için hazırlanan bir Sosyal Etki Raporu'nda (Clifford vd., 2013, s. 10) doğru bir sosyal etki ölçülmesinin dört koşulu olduğu öne sürülmektedir. Bunlardan ilki, sosyal girişimin faaliyetlerinden faydalanan tüm bireylerin gelişmelerini ölçmektir. İkinci olarak, bu ölçümlemenin bir organizasyon yapısındaki süreçlere nasıl uyumlaştırıldığını ortaya koymak zorunluluğudur. Ölçümleme sonuçlarının faydalanıcılarla paylaşılması bir diğer koşul iken; son olarak sosyal girişimden faydalananların (müşteriler de denilebilir) dışında yereldeki istihdam, ekonomi gibi daha geniş topluluklar üzerindeki etkilerinin de gösterilmesi önem taşımaktadır. Bu yaklaşıma benzer olarak, SG2'de belirli aralıklarla saha araştırmaları yapıldığı, ancak bu ölçümlemenin sadece faydalanıcılarla sınırlı kaldığı ve daha fazla kitleye ulaşmak hedefleri olduğu bilgisine ulaşılmıştır:

“Burada sosyal saha araştırmalarımız oluyor. Aslında ölçemediğimiz nokta domino taşı etkisi yarattığımız kısım. Biz bir kişiye fayda sağlamışız o kişi köye fayda sağlamış. Burada ölçümleme mekanizmasını şimdilik belirleyemiyoruz.” SG2

Sosyal girişimlerin, girişimden ayrılan yönüyle topluma nasıl etki ettikleri ve bu etkinin genişletilmesi için nasıl bir yöntem geliştirdikleri önemli iken, diğer tarafta belirsizliğini korumaktadır. Bununla birlikte, sosyal etki sosyal girişim faaliyetlerine ilişkin önemli bir ölçüt olsa da bu alanda kesin bir gösterge olarak düşünülmemelidir. Ebrahim ve Rangan'a (2014, s. 123), göre, yapılan faaliyetler ve çıktılar üzerinden yapılan sosyal etki ölçümünün, bu faaliyet ve çıktıların insanların yaşamlarında sürekli iyileştirmelere yol açıp açmadığına ilişkin bir sonuca ulaştırması daha önemlidir. Ancak sosyal girişimler faaliyetleri ve çıktıları üzerinde doğrudan kontrole sahip olduklarından genellikle bu zordur. Diğer taraftan, varılan sonuçlar, aynı zamanda kurumsal sınırlılıkların ötesinde durum ve olaylar tarafından şekillenebilmektedir. Daha geniş siyasi, sosyal, kültürel ve ekonomik sistemleri içeren ek faktörlerin sayısı nedeniyle, sonuçları sosyal etki ile ilişkilendirmek karmaşıktır. Dolayısıyla, çıktılar mutlaka sonuçlara dönüşmediği gibi, sonuçlar da mutlaka etkiye dönüşemeyebilir.

Yenilikçilik

Sosyal girişimleri geleneksel şirketlerden ayırmak amacıyla öne çıkarılan bileşenlerden biri de yenilikçilik kavramıdır. Akinyemi'ye (2013, s. 1) göre, sosyal girişimler, yalnızca finansal hedeflere ulaşmaya odaklanmak yerine sosyal yeniliği yönlendiren bir girişimi yönetmek anlamına gelmektedir. Aynı çalışmada, sosyal girişimlerin, önemli sosyal sorunları çözmeye yardımcı olabilecek yenilikçi süreçler yaratma becerilerinden ve sürekli olarak dünyayı daha iyiye doğru dönüştürebilecek pratik sonuçlar üretmeye odaklandıkları iddia edilmektedir. Sosyal girişimlerde

kaynakları yeni çözümlerle birleştirmek, diğer bir ifadeyle yeni çözümler yaratmak, sosyal değer yaratmanın temeli olarak görülmektedir (Bradac Hojnik ve Crnogaj, 2020, s. 1). Sosyal değer yaratmak, toplumun ihtiyaçlarını öncelemek ve bu ihtiyaçları karşılayabilmek olarak düşünülebilir. Öncelikli amaç sosyal değer yaratmak ve yenilikler yoluyla gelir elde etmek olsa da sosyal girişimlerin temel dayanak noktası, piyasa faaliyetlerine başvurmadır.

Sosyal girişimler, şirketlerine finansman desteği ya da kaynaklara erişim sağlamada yenilikçi yollar aramaktadırlar (Bradac Hojnik ve Crnogaj, 2020, s. 6). Bu, geleneksel şirketlerin yenilikçi olmadıklarını savunan bir bakış açısıdır. Aynı zamanda, sosyal girişimlerde bu yenilik yapma isteğinin, çalışma şeklinin bir parçası olduğu ve sadece bir defalık bir “yaratıcılık patlaması” değil; sürekli bir keşif, öğrenme ve iyileştirme süreci olduğu ifade edilmektedir. Bu bakış açısından hareketle, yenilikçi olmayanların sosyal girişim kuramayacağı veya sosyal girişimlerde çalışan herkesin sosyal girişim ruhuna sahip olmadığı sonucu da çıkarılabilir. Sosyal girişim alanına herkesin dahil olamayacağını ileri süren SG4’ün, bireyin mücadeleci ruhuna olan vurgusu aynı zamanda problemlere karşı farklı bir duruşun gerekliliğini temsil etmektedir:

“Bizim için işin kendisinden öte kişi önemli. Çünkü aslında gayet kötü işleri de gayet hızlı ve becerikli insanlar kotarabiliyor. Hiç olmayacak start-uplar bile ona girişen insanların inatçı ruhu ve mücadele ruhu sayesinde çalışıyor. Önce insanı seçelim.” SG4

Sosyal girişimlerdeki yenilik kültürünün tipik olmayan bir biçimde “radikal” olduğu savunulmaktadır. Bu radikal yenilik kültürü, kamusal hizmetlerde daha az yaygındır (Osborne, 1998, s. 65). Belki de bu nedenle görüşmeciler tarafından, sosyal girişimlerin kamu sektörüne göre daha dinamik yapılar olduğu kamu ile iş yapma kültürü üzerinden değerlendirilmiştir:

“ÖSYM tarafından çağırıldık. O dönem başkanı olan hoca ile aynı branştayız. Benim de bu branş üzerinden sosyal girişim kimliğimi kullandığım bir röportajı görüp ‘ne yapıyor bunlar’ deyip çağırdı bizi. Çok güzel konuştuk, tartıştık, fikir paylaşımı yaptık. Savunuculuğumuzu yaptık. Ha devlet işi hemen olmuyor, uzun yıllara böldük süreci. Ama o hocayı aldılar görevden. Yine geçmiş bir dönemlerden bir MEB bakanı mesela inanılmaz açık görüşlü idi ama ulaşamadık bile. Şimdi gelenin niye ben kapısını çalmak için zamanımdan harcayayım?” SG5

Sosyal girişim literatüründe, yenilikçi bileşeni ile ilişkili olarak, sosyal inovasyon kavramı hızla artan bir ilgi görmüştür. Sosyal inovasyon, en öz haliyle, “sosyal ihtiyaçlara cevap veren inovasyon/yenilik” olarak tanımlanmaktadır (Defourny, 2013, s. 40). Genişletilmiş haliyle; sosyal inovasyon/yenilik, yenilikçi faaliyetler ve hizmetlerin, özellikle sosyal bir ihtiyacı karşılama hedefiyle güdülenmesi ve öncelikli amaçları “toplum” olan organizasyonlar aracılığıyla geliştirilip yayılmasıdır (Mulgan, 2012). Sosyal yeniliğin, ekonomik kaygılardan ziyade sosyal kaygılar tarafından yönlendirildiği ve doğası gereği sosyal girişimler yoluyla elde edilebilecek sosyal faydanın da o kadar fazla olduğu öne sürülmektedir (Tardivo, vd., 2017). Bu nedenle, toplumsal koşulları iyileştirmek amacıyla yenilikçi fikirler geliştirmek, çoğunlukla sosyal girişimlerin içsel bir bileşeni olarak görülmektedir. Oysa bu, toplumsal olanın ekonomik olandan ayrılması yönündeki çelişkili tavrın yenilikçiliğe yansımış bir görüntüsünden ibarettir.

Sosyal girişimlerin yenilikçilik anlayışı, genellikle kamu ve özel sektörün kayıtsız kaldığı sorunlara yenilikçi çözümler buldukları yönündedir. Dolayısıyla, sosyal girişimlerin, çözüm gerektiren karmaşık sosyal veya çevresel zorluklarla mücadelede geleneksel yöntemlere göre daha etkili yaklaşımlar geliştirmeleri beklenmektedir. Diğer bir ifadeyle, iş modelleri ve elde ettikleri gelirin tekrar topluma yatırılması konusunda toplumu ve çevreyi gözetmeleri onların yenilikçi olduklarının kanıtı olabilir. Ancak literatürde ayırt edici olarak sunulan bu özelliğin, görüşülen sosyal girişimlerin neredeyse

hiçbirinde çevrede veya toplumda fark yaratan bir uygulamasına rastlanmamıştır. Yenilik veya bir farklılık olarak varsayılabilecek bazı uygulamalar (SG4’de olduğu gibi) ise, etik açıdan tartışmalıdır.

Gönüllülük

Sosyal ekonomi kavramının literatürde diğer bir karşılığı “gönüllü sektör”dür (Baines, vd., 2013, s. 337). Bu kavramlar birbirleri yerine sıklıkla kullanılmaktadır. Genellikle çok çeşitli faaliyet türlerini ve organizasyonları kapsadığından, gönüllülük kavramının tek başına bir sektör olarak adlandırılması veya ilişkili bir sektörün yerine adlandırılması şaşırtıcı değildir. Gönüllülük hakkında yapılan çalışmalarda genel olarak kavram hem açıkça tanımlanamayan karmaşık bir olgu (Hustinx, vd., 2010, s. 1) hem de birden fazla tanımı olan kültürel bir yapı olarak nitelendirilmektedir (Meijs, vd., 2003). En geniş haliyle, gönüllülük; dayanışma, sosyal uyum ve demokrasi gibi temel toplumsal ilkelerin bir ifadesi olarak görülmektedir (Putnam, 2000). Wilson (2000, s. 215) gönüllülüğü, kişi veya kuruluşlara fayda sağlamak amacıyla zamanın serbestçe verildiği herhangi bir faaliyet olarak tanımlamıştır. Başka bir bakış açısı, gönüllülüğün, topluma faydalı işler yaparken, bunun aynı zamanda uzun vadeli ve planlı olduğunu vurgulamaktadır (Penner, 2002, s. 448).

Gönüllülüğün, üzerinde en çok anlaşmaya varılan yönlerinden biri, daha yüksek sosyal ve ekonomik statüye sahip kişilerin daha fazla gönüllü olma eğiliminde olduğu yönündedir (Wilson, 2000; Wilson ve Musick, 1997). Yüksek sosyoekonomik statüye sahip bireyler daha yüksek gönüllülük ve organizasyon içinde daha seçkin pozisyonlarda bulunma eğilimindedirler. Görüşmeciler arasında en fazla gönüllü sayısına sahip olan SG9’un gönüllü profiline dair elde edilen bilgiler bu konuda fikir verebilecek niteliktedir. SG9’da herhangi bir kurumda ücretli çalışanlar olduğu gibi lisansüstü öğrencilerden, henüz ilkokul çağındaki çocuklara kadar uzanan geniş bir gönüllü ağı betimlenmiştir:

“Gönüllülerimizin en küçüğü 9, en büyüğü 57 yaşında. Müthiş öğrenmeye inançlı insanlar. Bizim etkimizi en çok hissettiğimiz alan gönüllülerimiz oluyor, o yüzden bizim için çok önemliler.” SG9

Yanı sıra, SG9 diğer sosyal girişimlerden farklı olarak, daha sistematik bir şekilde ilerlemiş; kendi gönüllü gelişim programını oluşturmuş bir sosyal girişimdir. Başlangıçta yaklaşık 500 gönüllüyle yola çıktıklarını belirten SG9, ilerleyen yıllarda bu sayının büyük bir kısmının pasif olmalarından dolayı sosyal girişimde olmalarını anlamlı bulmadıklarını ifade etmiştir:

“Her yıl Eylül ayında bir başvuru süreci başlatıyoruz. Yaklaşık 1 ay sürüyor ve sonrasında mülakatlar oluyor. Başvurular alınıyor. Küçük bir değerlendirme ve ön elememiz var. Ön elemeden sonra herkes 1 aylık bir deneme sürecine alınıyor. Bir konu veriliyor mesela. Bu konu üzerine bir kitap öneriliyor ve bu kitabın okunması isteniyor. Bir film öneriliyor ve bu filmin izlenmesi isteniyor. Bunun gibi toplamda 6 farklı görevleri oluyor. Tabii ki hiçbiri zorunlu değil. Hepsi gönüllülük esasıyla. Yaptıkça tohum kazanıyorlar. Bir oyunlaştırma sistemimiz var. Örneğin kitaptan 5 filmde 3 gibi. Ay sonunda belli bir tohumu tutturmaları gerekiyor; o sayıyı tutturursa mülakat sürecine hak kazanıyorlar.” SG9

SG9’da, sosyal girişimden elde edilen kârın yarısı sosyal faydaya ayrılırken, yarısı da gönüllü eğitimlerine ayrılmaktadır. SG9’un gönüllülük konusuna bu kadar kapsamlı eğilmesi sosyal girişimler için gönüllülerin ne kadar önemli olduğunun en somut örneğidir. Bununla birlikte, gönüllülük, üretken bir iştir, kolektif olarak yapılır ve "etik" tarafından yönlendirilmektedir (Wilson ve Musick, 1997). Sosyal girişimlerde, özellikle gençlerin gönüllülüğü dikkate alındığında; genç işgücüne güvenceli istihdam olanağı yaratma potansiyeli olan sosyal girişimlerde, gönüllülüğün neden daha ön planda tutulduğu etik açıdan sorgulanmalıdır. Gönüllülerin herhangi bir güvenceleri olmasa da

SG9 gönüllülere belirli bir ücret politikası uygulayan bir sosyal girişimdir. Ancak SG9 dışında diğer sosyal girişimlerde böyle bir uygulamaya rastlanmamıştır.

Sosyal girişime, ilan aracılığıyla gönüllü almayı tercih eden SG4, gençlerin, özellikle de üniversiteden mezun olmak üzere olanların, sosyal girişimleri istihdam öncesi bir basamak olarak gördükleri ve bir ağ yaratma imkanını sosyal girişimlerde aradığını belirtmiştir. Görüşmecinin ifadelerinden, gönüllülük ile ilgili karşılıklı çıkar vurgusu dikkat çekmektedir:

“İyi bir markanın içerisinde olmak için geliyor gençler. Özgeçmiş açısından yaptıklarını düşünüyorum. Onların temel motivasyonu 'burası bir sosyal girişim ben buraya gireyim gönüllü olayım' düşüncesinden çok kendi kişisel gelişimlerinin peşinden koşmaları. Gönüllü bloggerlarımız, içerik üreten üniversite öğrencilerimiz var, ücretsiz çalışıyorlar. Eğitmek ve etkilemek amacıyla oluyoruz. Bu kadar insanı da tabii ki istihdam edemezsin. Daha öğrenciler zaten. Burada ortada bir kazan-kazan durumu var.” SG4

Türkiye’de son zamanlarda özellikle üniversite öğrencilerinin sosyal ekonomi alanına ilgisinin arttığı gözlenmektedir. Öğrenciler lisans eğitimi sonrasında kamu ve piyasa sektörüne alternatif bir istihdam alanı olduğunu fark edip, bunu deneyimlemek için öncesinde sosyal girişimlerde gönüllü olarak yer almayı tercih edebilirler. Sosyal girişimler açısından bakıldığında, bireylerin zamanlarını veya kaynaklarını bir sosyal girişim için gönüllü olarak kullanmaları, o girişimin inanılabilirliğinin artırılmasında etkili olabilir. Bununla birlikte, görüşmelerden elde edilen bulgularda SG1, SG4, SG5, SG6, SG9, SG12, SG14, SG16 ve SG17 dışındaki sosyal girişimlerin, gönüllü çalıştırmadıkları sonucuna ulaşılmıştır. Özellikle AB temelli yaklaşımın sosyal ekonomi aktörleri için ön planda tuttuğu gönüllülük eğiliminin görüşülen şirketlerin çoğunda uygulanmaya çalışıldığı ve çoğunluğun gönüllü çalışma sistemini benimsediği gözlenmiştir.

Yönetişim

Yönetişim, organizasyonların yönünü ve faaliyetlerini belirlemede çeşitli katılımcılar arasındaki ilişkisellik durumudur. Yönetişim, Avrupa Birliği tarafından yapılan evrensel tanıtımda, sosyal girişimlerin üç temel bileşeninden biri olarak gösterilmektedir. Bir sosyal girişimde yönetim yapısı, sosyal amaçların gerçekleştirilmesini sağlayan itici bir örgütsel araçtır. Sosyal girişimler, sosyal amaçları gerçekleştirme peşinde koşarken, kapsayıcı bir yönetimi benimseyen türler olarak öne çıkmaktadırlar (Borzaga, 2020). Ancak burada bahsedilen sosyal girişimlerin çoğunlukla üçüncü sektör organizasyonlarını (kooperatif, dernek, vakıf) kapsadığı unutulmamalıdır.

Yönetişimin, sosyal girişimlerin verimliliğine nasıl bir etki yarattığına ilişkin çalışmalara henüz rastlanmamaktadır. Borzaga ve Depedri’ye (2015, s. 112) göre, toplumsal fayda yaratmada yönetişimin çeşitli avantajlarını ve sınırlılıklarını belirlemenin yolu, üç farklı teorik yaklaşıma dayanmaktadır: Neo-kurumsal, davranışsal ve evrimsel iktisat. Bilgi asimetrisinin çalışanlar ve organizasyon arasındaki ilişkileri etkilediğini varsayan Neo-kurumsal yaklaşım, sosyal girişimlerde toplumsal faydaya yönelik faaliyetlerin merkeziliğinden ve çeşitliliğinden dolayı çalışanların performansının izlenmesinin zor olduğunu varsaymaktadır. Bununla birlikte, bu yaklaşımda, çalışanların performansının, ekonomik teşviklerden ziyade kurumsal motivasyona dayandırılmasının daha güçlü olduğu öne sürülmektedir. Dolayısıyla, çalışanların karar alma sürecine dahil edilmesi, verimsizliği ve işlem maliyetlerini azaltarak karşılıklı kontrolü sağlayabilmektedir. Yapılan görüşmeler sonucunda, böyle bir karşılıklı sürecin faydalı olduğunu ileri süren sosyal girişimler, tipik şirket yapılarına rağmen, patron/işçi algısının yok edildiğini ileri sürmüşlerdir:

“Her departmanın bir sorumlusu var. Ama bu hiyerarşik bir şey değil. Aslında takip sürecini kolaylaştırabilmek, zaman yönetimi ve verimi arttırmak için yaptığımız bir şey. Her gün ne için masa başına oturduğumuz konusunda hedef koymak gerekiyor. Bu hedeflere ulaşmak için

şunları planlamalıyız. Ama bu plan daha sonra liderlerden çıkıyor ve ekiple birlikte tartışılıyor. Birlikte bir karar veriliyor.” SG10

“Bizde konular tartışılıyor genellikle. Bir karar veriliyor ve çoğunluk kararı oluyor genellikle. Onun da problemleri var. Kararlar zor çıkıyor. Anonim şirketiz ama o kadar legal gitmiyoruz kararlar anlamında. Yönetim kurulunu toplayıp karar alalım falan demiyoruz, nihayetinde herkes zaten karşımızda.” SG14

Davranışsal yaklaşımda ise, yönetim iş birliği ve değer paylaşımı gibi kişisel çıkarların ötesindeki davranışların ortaya çıkması ve sürekliliği ile ilişkilendirilmektedir. Sosyal girişimde yer alan her bir aktör kendisini karar alma sürecinin bir parçası olarak algıladığında, bir öz-saygı ve öz-eylem duygusu geliştirerek, faaliyetlere katılmaya daha istekli olmaktadır. Bu katılım nedeniyle, üyeler bireysel amaçların peşinden gitmek yerine ortak hedeflere ulaşmak için kendi kendini koordine etmektedir. Sonuç olarak, daha yüksek düzeyde sosyal refah üreten bir mekanizma ortaya çıkmaktadır (Borzaga ve Depedri, 2015, s. 112-113). Ancak tipik bir şirket statüsünde kurulan sosyal girişimlerde, bireyler “çalışan” statülerinde olduğu sürece yönetişimden bahsetmenin gerçekçi olmadığı düşünülmektedir. Davranışsal yönetişime yakın bir yerde duran, SG1’deki yönetişimden bahsedilirken dahi belirli bir sistem içinde olduğu ifade edilmekte; bu, aslında girişimcilik mekanizması üzerinden bireylerin kendilerini gerçekleştirmesi için bir fırsat olarak değerlendirilmektedir:

“Yönetişim insanların içerisinde potansiyeli, yapmak istediklerini hayata geçirme konusunda onlara inisiyatif veriyor. Dolayısıyla insanlar burada kendilerini gerçekleştirebiliyorlar. Bu açıdan baktığımızda çalışanlar belirli bir sistemin içerisinde bir şeyler yapıyorlar. Kimse onlara “sen onu yap, bunu yap” demiyor. Onlar kendi girişimlerini, fikirlerini ortaya atıp sonra onların hayata geçmesi için bütün ekiple birlikte çalışıyorlar.” SG1

Evrimci yaklaşım ise, sosyal girişimin, bilginin tüm aktörler tarafından paylaşılması ve yayılmasıyla, gelişmesinin mümkün olacağına vurgu yapmaktadır. Çünkü sosyal girişimde yer alan her birey farklı yeteneklere ve bilgilere sahiptir. Bu bireyler arasındaki fikir ve değerlerin paylaşımı, sosyal girişimin performansını çözmeyi geliştirmeye yardımcı olmaktadır. İnsanların farklı ihtiyaçları ve aynı zamanda farklı sorun algıları olduğundan (Borzaga ve Depedri, 2015, s. 113), bu yaklaşımda sosyal girişimin yenilikçi yönüne de işaret edilmektedir. Evrimci yaklaşımda betimlenen yönetim yapısı ise, açık bir şekilde SG3’ün iç işleyişinde görülebilmektedir:

“Farklı uzmanlıkta, karakterlerdeki çalışanların farklı bakış açılarını dahil edebilmek. Bazen mesela hiç alakası olmayan bir projeye o çalışanımızı dahil edebilmek bambaşka bir yerden çok güzel bir katkı yapabiliyor. Bu biraz geniş açıyı bakmayı sağlıyor. Çünkü sürekli aynı insanlarla aynı çerçevede içinde oldunuz mu o zaman yaratıcılığınız daralıyor. Ama farklı deneyimleri olan arkadaşlarımızı da dahil ettiğimiz zaman daha yaratıcı fikirler oluşabiliyor.” SG3

Low’ a (2006) göre, geleneksel bir şirket türü olarak kurulan sosyal girişimlerdeki yönetim dinamikleri, kooperatif ve diğer karşılıklılık esasına dayalı örgüt türlerinden oldukça farklı olma potansiyeline sahiptir. Sosyal girişimlerin, başlı başına ayrı bir sektör oluşturduğu kabul edilse de hem kâr amacı güden hem de kâr amacı gütmeyen hibrit faaliyetler yürütmeleri nedeniyle, sosyal girişimlerdeki yönetişimin kâr amacı güden yönetim ve kâr amacı gütmeyen demokratik modellerin bir karışımı olabileceği öne sürülmektedir (Low, 2006, s. 379). Bu argümanın temelinde, ayrı bir sektör olarak değerlendirilen sosyal girişimin bu iki kutup arasındaki keskin sınırı bulanıklaştırma potansiyeli olduğu iddiası yer almaktadır. SG12 bu argümanı destekleyen bir örnek

olmakla birlikte, çalışanlardan gelen taleplerle yönetişimin kırıldığı noktaya işaret etmiştir:

“Aslında patron algımız yok. Bir yönetim kurulumuz var. Ben ve iki kurucudan oluşan. Onun dışında CEO ve yönetim kurulu başkanı olarak ben görevliyim. Bir sürü yetkiye sahibim. Mümkün olduğu kadar herkesin birbirine destek olduğu bir şey kurmaya çalışıyoruz. Karar alınırken çoğunlukla herkese soruluyor. Ama genelde kendilerine o kararın sorulmasını istemiyor insanlar. Çok şaşırtıcı bir şekilde zaman içerisinde onu gördüm ben.” SG12

Görüşülen sosyal girişimlerin bazılarında ise, bu keskin sınırın net bir şekilde devam ettiği, organizasyon içi işleyişte yönetişim olup olmadığının sorulması üzerine verilen yanıtlardan açıkça anlaşılmaktadır:

“Yok hayır. Bildiğin ‘one man show’ olabilir yani sosyal girişim. Hatta tek bir kişi bile sosyal girişim kurabilir. İstedikini yapar. Ya da işte tek kişidir CEO’sudur ve binlerce çalışanı vardır çok da otokratik bir yöneticidir. Sosyokrasi çalışmaz. Aynı iş dünyası gibi” SG4

“Yönetişim mümkün değil. Sermaye ve emek çok tarihsel bir karşılık. Sosyal girişim bunu yıkacak sihirli bir değnek değil. Çünkü doğasına ters. Bunun için olabildiğince samimi bir caba gösterir. Ama en nihayetinde patron patrondur, işçi işçidir.” SG7

Literatürde sosyal girişimin olmazsa olmazlarından biri olarak öne sürülen yönetişimin aslında şirket yapılarına çok uygun olmadığı bir gerçektir. Bu, görüşülen kişilerin sosyal girişimlerdeki statüsünden ayrı tutulmalıdır. Örneğin SG2 ve SG9’da görüşülen kişiler sosyal girişimin çalışanları olmalarına rağmen kesinlikle organizasyon içinde yönetişimin olduğunu belirtmişlerdir. Oysa SG7 ve SG4’ü temsilen görüşülen kişiler de sosyal girişimin çalışanlarıdır. Geri kalan sosyal girişimlerden; SG5’de hem patron statüsünün devreye girdiği hem de tamamen gönüllülerle işleyen zamanlar olduğundan söz edilirken, SG6 ve SG8 için yönetişimle ilgili kesinlik içeren ifadeler elde edilememiştir. Özetle, yapılan görüşmeler sonucunda Türkiye’de sosyal girişimlerin bu konuda iki ayrı ucu temsil ettiği gözlenmiştir.

5. Sonuç

Özel sektöre daha yakın ama uluslararası kamu aktörlerinin de çoğunlukla arka planda takip ettikleri sosyal girişim, çağdaş söylemde ayrı bir yerde konumlandırılma eğiliminde ve sıklıkla refah devleti uygulamalarının yetersiz kaldığı alanlardaki sorunları çözmeyi amaçlayan yenilikçi yönüyle bilinen bir aktör olarak tanımlanmaktadır. Yenilik faktörü, daha çok ABD merkezli görüşü temsil etmektedir. Bununla birlikte, Avrupa merkezli görüş sosyal girişimin işleyişini kolektif yönü ile ön planda tutmaya çalışmaktadır. Dolayısıyla, sosyal girişim, sosyal ekonomi sektöründe iki ayrı görüş etrafında şekillenen ve henüz sınırları çizilemeyen belirsiz bir alana işaret etmektedir. Bu haliyle, sosyal girişim, yalnızca neoliberalizmin yükselişinin değil, aynı zamanda alternatiflere yönelik eleştirel bakış açılarının uzun süredir ihmal edildiği gerçeğinin de bir sonucudur.

Ana akım iktisat, sosyal girişimi, kavram ve uygulamadaki birçok kritik meseleyi göz ardı edecek şekilde yansıtmaktadır. Böyle bir yaklaşım, sosyal girişimi tanımlamak için sıklıkla kullanılan kahramanca söylemleri toplumun merkezine yerleştirmektedir. Bununla birlikte, “sosyal” girişim, hem kavram olarak kendi içinde bir tezatlığa neden olmakta hem de sosyalin gerçekte ötelendiğini göstermektedir. Neoliberalizmin yücelttiği kavramlardan olan girişim, kâr ve kişisel çıkar arayışıyla yakından ilişkilidir ve doğası gereği çoğu zaman sosyal kaygılardan bağımsız hareket etmektedir. Bununla birlikte, girişimler diğer her şey gibi toplumsal olandan ayrı düşünülemez. Çünkü toplumu ilgilendiren ve olumlu/olumsuz etki eden her şey zaten sosyaldır. Sosyal girişim kavramı, temel ekonomik problemlere bir alternatif olmaktan ziyade, kamu ve özel sektör arasındaki sınırların bulanıklaşması şeklinde kendini gerçekleştirilmektedir. Dolayısıyla, sosyal girişimin temsil ettiği türler tek başına ideolojik bir eylem olarak

düşünülmemelidir. Nitekim, sosyal girişim, çoğunlukla piyasanın önderliğinde ve ideolojileri doğrultusunda dönemin koşullarına göre çeşitli aktörlere dönüştürülerek işlemeye devam etmektedir.

Kapitalizmin neden olduğu sosyal ve çevresel etkilere ilişkin kaygılar haklı olsa da asıl odaklanılması gereken, kapitalist şirketlerin aksine yaratılmak istenen alternatiflerin temelinde de piyasa odaklı bir işleyişin devamlılığıdır. Türkiye’de sosyal girişimlerin, mevcut şirketlerin neden olduğu sosyal ve çevresel kaygıları gidermeye yönelik olumlu yaklaşımları, ne yazık ki piyasa odağının gölgesinde kalmaktadır. Ancak bu, bir yandan doğaldır. Çünkü, ilk bakışta “sosyal” aracılığıyla üstü örtülen sosyal girişim, gerçekte girişim faaliyetlerinin sahip olduğu tarihsel ve ideolojik güçlere dayanmaktadır. Türkiye’de sosyal girişimler, ideolojik temellerini reddeden ya da tarihselliği yok sayan herhangi bir hareket olarak düşünülebilir. Diğer taraftan, tarihsel temelleri düşünüldüğünde piyasa odaklı olmaları kendi ideolojilerini yaratmalarını imkânsız kıldığı gibi, o ideolojinin dayandırılması gereken kolektif bilinci daha en başından yok sayma eğilimi göstermektedir.

Görüşmeler kapsamında, Türkiye’de sosyal girişim kimliğini tercih eden şirketlerin tümünde, kârın sosyal etki yaratılması amacıyla yeniden topluma kazandırıldığı söylemleri baskındır. Diğer bir ifadeyle, kâr eden sosyal girişimlerin hepsi elde ettikleri kârı hissedarlara dağıtmadığını belirtmiştir. Ancak ironik olarak, Türkiye’de sosyal girişimlerin elde ettikleri kârın sosyal etkiye nasıl dönüştürüldüğüne dair somut çıktılara ulaşamamıştır. Sosyal etki ölçümü Türkiye’de yıllardır üzerine tartışılan, çalışılan bir konu olmakla birlikte, sosyal girişimlerin bununla ilgili yeterince kaygılanmadıkları sonucuna varılmıştır. Nitekim, sosyal girişimlerde kârın sosyal etkiye dönüşümü sürecinin nasıl gerçekleştirildiği veya gerçekleşmesi gerektiği, bunun hangi aralıklarla takip edildiği, sosyal etkiyi genişletmek için gelecekte kârı hangi alanlarda kullanacakları çoğunlukla belirsizliğini korumaktadır.

Literatürde sıklıkla idealize edilen sosyal girişimler; belirli bir sosyal hedef doğrultusunda kurulduklarından, organizasyon içinde alınacak tüm kararların temel değer ve hedeflerle uyumlu olmasını sağlayan güçlü bir yönetime sahip olmalıdırlar. Çalışma kapsamında yapılan görüşmelerde ise, yönetişimin Türkiye’deki sosyal girişimlerde pür haliyle uygulanmadığı sonucuna varılmıştır. Çalışanlar arasında sosyal girişimlerde yönetim olduğunu düşünenler olsa da emek ve sermayenin aynı odada bulunma (çalışma) hali dışında farklı bir vurguya rastlanmamıştır. Sosyal girişimlerin kurucuları ise, yönetişimi arzuladıklarını ancak çalışanların böyle bir talepleri olmamaları nedeniyle bunun çoğu zaman gerçekleşemediğini ifade etmişlerdir. Dolayısıyla, Türkiye’de sosyal girişimler sermayenin/piyasanın bir alternatifi olmaktan bir adım daha uzaklaşmaktadırlar.

Sosyal girişimlerin geleceğine dair gözlemlenen temel bulgu, sosyal amaçları gerçekleştirilmede bir şirketin devamlılığı için gereken koşulların yaratılmasına bağlı olduğudur. Diğer bir ifadeyle, o şirketin devamlılığı için gereken maddi ve manevi kazanımların “nasıl” elde edildiği önemini kaybetmektedir. Türkiye’de sosyal girişimlerin, sosyal etki söylemleri üzerinden giderek bu anlatıyı meşrulaştırdıkları düşünülmektedir. Sosyal girişimler topluma hizmet etmek amacıyla çekici ve şimdilik söylemsel açıdan özel sektöre kıyasla daha az tartışmalı olsa da sosyal girişim kimliğini benimseyen şirketler, temelde piyasanın kusurlarını gizleme işlevini üstlenmişlerdir. Mevcut süreç dikkate alındığında, Türkiye’de kısa vadede karşılanmayan sosyal ve ekonomik ihtiyaçların uzun vadede bu şirketler tarafından karşılanamayacağı düşünülmektedir. Dolayısıyla, Türkiye’de sosyal girişimler, özel sektör/kapitalist piyasa aktörleriyle hemen hemen aynı yöntemlerle üretim ve kazanç elde etmeye doğru evrilmekte ve ideolojik bir eylem başlatamadıkları için uzun vadede dönemin koşullarına uygun başka türlere dönüşme eğilimindedirler.

Kaynakça

- Abeyssekera, R. (2019). Social entrepreneurship: Concepts and research areas. *Sri Lanka Journal of Management Studies*, 1(2), 29-42.
- Akinyemi, J. O., Dilyard, J., Anderson, D. and Schroeder, K. (2011). Innovation and technology for social enterprises. *United Nations*, 17, 1-11.
- Aslan, T. (2018). *Conceptual Model for Sustainable Development: An Explorative Study on Social Entrepreneurship in Turkey* (Yayımlanmamış doktora tezi). Bahçeşehir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Baines, S., Hardill, I. and Wilson, R. (2013). Introduction: Remixing the economy of welfare? changing roles and relationships between the state and the voluntary and community sector. *Social Policy and Society*, 10, 337-339. doi: 10.1017/S1474746411000066
- Bagnoli, L. and Megali, C. (2011). Measuring performance in social enterprises. *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*, 40(1), 149-165.
- Bandinelli, C. (2017). *Social Entrepreneurship: Sociality, Ethics and Politics* (Yayımlanmamış doktora tezi). Goldsmiths, University of London, Centre for Cultural Studies, London.
- Barendsen, L. & Gardner, H. (2004). Is the social entrepreneur a newtype of leader? <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/epdf/10.1002/Itl.100>, Erişim adresi: 20.10.2022.
- Bidet, E., Eum, H. and Ryu, J. (2018). Diversity of social enterprise models in South Korea. *Voluntas*, 29, 1261–1273. doi:10.1007/s11266-018-9951-8
- Borzaga, C. (2020). *Social enterprises and their ecosystems in Europe: Italy*. Luxembourg: Publications Office of the European Union.
- Borzaga, C. and Depedri, S. (2015). Multi-stakeholder Governance in Civil Society Organizations. J. L. Laville, D. R. Young ve P. Eynaud (Ed.), *Civil Society, the Third Sector and Social Enterprise*, pp. 109-121. Londra ve New York: Routledge.
- Borzaga, C., Galere, G., Franchini, B., Chiomento, S., Nogales, R. and Carini, C. (2020). Social enterprises and their ecosystems in Europe. https://www.bollettinoadapt.it/wp-content/uploads/2020/04/KE0220042ENN.en_.pdf, Erişim tarihi: 12.03.2022.
- Bradac Hojnik, B. and Crnogaj, K. (2020). Social impact, innovations, and market activity of social enterprises: Comparison of European countries. *Sustainability*, 12, 1-15. doi:10.3390/su12051915
- British Council (2019). Türkiye’de Sosyal Girişimlerin Durumu. https://www.britishcouncil.org.tr/sites/default/files/20190702_se_research_report_the_state_of_social_enterprise_in_turkey_tr_double_page.pdf, Erişim tarihi: 02.02.2022.
- Bugg-Levine, A., Kogut, B. and Kulatilaka, N. (2012). A new approach to funding social enterprises. *Harvard Business Review*, <https://hbr.org/2012/01/a-new-approach-to-funding-social-enterprises>, Erişim tarihi: 05.04.2023.
- Byerly, R. T. (2014). The social contract, social enterprise, and business model innovation. *Social Business*, 4(4), 325-343. doi.org/10.1362/204440814X14185703122883
- Chell, E., Nicolopoulou, K. ve Karataş-Özkan, M. (2010). Social entrepreneurship and enterprise: International and innovation perspectives. *Entrepreneurship and Regional Development*, 22(6), 485–493. doi.org/10.1080/08985626.2010.488396
- Clifford, J., Markey, K. and Malpani, N. (2013). Measuring social impact in social enterprise: The state of thought and practice in the UK. <https://e3m.org.uk/wp-content/uploads/2015/02/E3M-Social-Impact-Report-2013.pdf>, erişim tarihi: 15.03.2023.
- Costa, E. and Andreass, M. (2020). Social impact and performance measurement systems in an Italian social enterprise: a participatory action research project. *Journal of Public Budgeting, Accounting & Financial Management*, 33(3), 289-313. doi: 10.1108/JPBAFM-02-2020-0012
- Dart, R. (2014). The legitimacy of social enterprise. *Nonprofit Management and Leadership*, 14(4), 411-424.
- Defourny, J. (2013). From third sector to social enterprise. In C. Borzaga, & J. Defourny (Eds.) *The Emergence of Social Enterprise*, pp. 1-18. Londra: Routledge.
- Defourny, J. and Nyssens, M. (2006). Defining social enterprise. içinde M. Nyssens (Ed.), *Social Enterprise* (3-26). Londra: Routledge.
- Defourny, J. and Nyssens, M. (2008). Social enterprise in Europe: Recent trends and developments. *Social Enterprise Journal*, 4, 202-228.
- Ebrahim, A. and Rangan, V. K. (2014). What impact? A framework for measuring the scale and scope of social performance. *University of California*, 56(3), 118-141.

- EC (2013). Social economy and social entrepreneurship. https://www.ess-europe.eu/sites/default/files/publications/files/dgempl_social_europe_guide_vol.4_en_accessible_new.pdf, Erişim tarihi: 11.01.2022.
- Fraisse, L., Gardin, L., Lavielle, J. L., Petrella, F. and Richez-Battesti, N. (2016). *Social enterprise in France: at the crossroads of the social economy, solidarity economy and social entrepreneurship?* https://base.socioeco.org/docs/france_-_fraise_et_al.pdf, Erişim tarihi: 15.03.2022.
- Galera, G. and Borzaga, C. (2009). Social enterprise an international overview of its conceptual evolution and legal implementation. *Social Enterprise Journal*, 5(3), 210-228. doi:10.1108/17508610911004313
- Gutberlet, J. (2009). Solidarity economy and recycling co-ops in São Paulo: microcredit to alleviate poverty. *Development in Practice*, 19, 737-751.
- Hurst, B., Johnston, K. A. and Lane, A. B. (2023). A relational approach to social impact: Moving beyond instrumental and consumer approaches. *Public Relations Review*, 49, 1-9.
- Hustinx, L., Handy, F. ve Cnaan, R. (2010). Volunteering. içinde Taylor R. (Ed.), *Third Sector Research*, ss. 73-89. New York: Springer.
- Işık, V. (2018). Değişen Çalışma Anlayışı ve Sosyal Girişimler: Ashoka Türkiye Üyeleri Üzerine Bir Alan Araştırması. *Üçüncü Sektör Sosyal Ekonomi*, 53(1), 229-258. doi: 10.15659/3
- Johnson, S. (2000). Literature review of social entrepreneurship. https://www.researchgate.net/publication/246704544_Literature_Review_Of_Social_Entrepreneurship. Erişim tarihi: 15.04.2022
- Kallio, H., Pietila, A. M., Johnson, M. and Kangasniemi, M. (2016). Systematic methodological review: developing a framework for a qualitative semi-structured interview guide. doi: 10.1111/jan.13031
- Kerlin, J. A. (2006). Social enterprise in the United States and Europe: Understanding and learning from the differences. *Voluntas*, 17, 247-263. doi: 10.1007/s11266-006-9016-2
- Lavielle, J. L. (2015). Social and Solidarity Economy in Historical Perspective, in Utting, P. (ed.) *Social and Solidarity Economy Beyond the Fringe* pp. 41-56. London: Zed Books.
- Lewis, D., Kanji, N. and Themudo, N. S. (2021). *Non-Governmental Organizations and Development*. Londra: Routledge.
- Light, P. C. (2006). Reshaping social entrepreneurship. *Stanford Social Innovation Review*, 4(3), 47-51.
- Low, C. (2006). A framework for the governance of social enterprise. *International Journal of Social Economics*, 33(5/6), 376-385. doi: 10.1108/03068290610660652
- Mair, J. and Marti, I. (2006). Social entrepreneurship research: A source of explanation, prediction, and delight. *Journal of World Business*, 41, 36-44. doi: 10.1016/j.jwb.2005.09.002
- Manetti, G. (2012). The role of blended value accounting in the evaluation of socio-economic impact of social enterprises. *Voluntas*, doi: 10.1007/s11266-012-9346-1
- Martí, I. (2018). Transformational business models, grand challenges, and social impact. *Journal of Business Ethics*, doi: 10.1007/s10551-018-3824-3
- Meijs, J. C. P. M., Handy, F., Cnaan, R. A., Brudney, J. L., Ascoli, U., Ranade, S., Hustinx, L., Weber, S. & Weiss, I. (2003). All in the eyes of the beholder? Perceptions of volunteering across eight countries. In P. Dekker & L. Halman (Eds.), *The Values of Volunteering Cross-Cultural Perspectives*, pp. 19-36. New York: Springer.
- Mendell, M. and Barbosa, E. (2013). Impact investing: a preliminary analysis of emergent primary and secondary exchange platforms, *Journal of Sustainable Finance & Investment*, 3(2), 111-123.
- Moore, M. H. (2003). The public value scorecard: a rejoinder and an alternative to strategic performance measurement and management in non-profit organizations by Robert Kaplan. Hauser Center for Nonprofit Organizations Working Paper No. 18 https://papers.ssrn.com/sol3/Delivery.cfm/SSRN_ID402880_code030502590.pdf?abstractid=402880&mirid=1, erişim tarihi: 20.04.2023.
- Moulaert, F. and Ailenei, O. (2005). Social economy, third sector and solidarity relations: A conceptual synthesis from history to present. *Urban Studies*, 42, 2037-2053.
- Mulgan, G. (2012). The theoretical foundations of social innovation. https://siridi-csi.com/wp-content/uploads/2022/04/Social-Innovation-Blurring-Boundaries-to-Reconfigure-Markets-by-Alex-Nicholls-Alex-Murdock-eds.-z-lib.org_.pdf#page=51, Erişim tarihi: 25.04.2023.
- Osborne, S. P. (1998). *Voluntary Organizations and Innovation in Public Services*. Londra: Routledge.

- Petrella, F. and Richez-Battesti, N. (2016). Patterns of evolutions of social enterprises in France: a focus on work integration social enterprises. *International Review of Sociology*, 26, 234-246. doi.org/10.1080/03906701.2016.1181390
- Polat, O., (2020). *Etkinlik Teorisi Bağlamında Yerel Kalkınma Amaçlı Sivil Toplum Kuruluşlarında Sosyal Girişimciliğin İncelenmesi: Türkiye Örneği* (Yayımlanmamış doktora tezi). İnönü Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Malatya.
- Putnam, R. D. (2000). *Bowling Alone*. New York: Simon & Schuster.
- Roper, J. and Cheney, G. (2005). Leadership, learning and human resource management the meanings of social entrepreneurship today. *Corporate Governance International Journal of Business in Society*, 5(3), 95-104. doi:10.1108/14720700510604733
- Salamon, S. M. and Anheier, H. K. (1992). In search of the non-profit sector. I: The question of definitions. *Voluntas*, 3(2), 125-151.
- Sombart, W. (2011). *Burjuva* (çev. O. Adanır). Ankara: Doğubatı.
- Şemşit, S. ve Gürsoy, T. (2020). Avrupa Birliği'nde Sosyal Girişimcilik. *Paradoks Ekonomi, Sosyoloji ve Politika Dergisi*, 16, 103-118.
- Tardivo, G., Santoro, G. and Ferraris, A. (2017). The role of public-private partnerships in developing open social innovation: the case of GoogleGlass4LIS. *World Review of Entrepreneurship, Management and Sustainable Development*, 13(5/6), 580-592.
- Tirumalsety, R. and Gurtoo, A. (2019). Financial sources, capital structure and performance of social enterprises: empirical evidence from India. *Journal of Sustainable Finance & Investment*. doi: 10.1080/20430795.2019.1619337
- TÜSEV (2018). Sosyal kooperatifçilik: yasal mevzuat açısından Avrupa Birliği örnekleri ve Türkiye'deki gelişmeler. https://tusev.org.tr/usrfiles/images/TUSEV_SosyalKooperatifBilgiNotuTR.08.11.18.pdf, erişim tarihi: 10.03.2022.
- Vakil, A. C. (1997). Confronting the Classification Problem: Toward a Taxonomy of NGO. *World Development Journal*, 25(12), 2057-2070.
- Westlund, H. (2003). Social economy and employment-the case of Sweden. *Review of Social Economy*, 61(2), 163-182.
- Wilson, J. (2000). Volunteering. *Annual Review of Sociology*. 26, 215-240.
- Wilson, J. and Musick, M. (1997). Who cares? Toward an integrated theory of volunteer work. *American Sociological Review*, 62(5), 694-713.
- Wry, T. and Haugh, H. (2018). Brace for impact: Uniting our diverse voices through a social impact frame. *Journal of Business Venturing*, <https://ideas.repec.org/a/eee/jbvent/v33y2018i5p566-574.html#download>, erişim tarihi: 19.04.2023.
- Yahyasev, O., (2021). *Hibrit Örgütler Olarak Sosyal Girişimlerin Analizi: Türkiye'den Bir Sosyal Girişim Örneği* (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Uludağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Bursa.
- Zhang, Y. and Li, Y. (2017). A literature review on social enterprise. *Research on Modern Higher Education*, 3, doi: 10.24104/rmhe/2017.03.01006

Çıkar Çatışması: Yoktur.

Finansal Destek: Yoktur.

Etik Onay: Bu çalışma için etik onay, Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler Araştırmaları Etik Kurulu'ndan 28.5.2022 tarih ve 2022/78 sayılı olarak alınmıştır.

Yazar Katkısı: Güneş KURTULUŞ (%80), Mustafa İNCİ (%20)

Conflict of Interest: None.

Funding: None.

Ethical Approval: The approval of the Muğla Sıtkı Kocman University Social and Humanities Research Ethical Committee no 2022/78 dated 28.5.2022 was obtained for this study.

Author Contributions: Güneş KURTULUŞ (80%), Mustafa İNCİ (20%)
