



KONFERANS RAPORU

SOSYAL GİRİŞİMCİLİK: SOSYAL İÇERME VE SÜRDÜRÜLEBİLİR TOPLUMSAL GELİŞME OLANAKLARI

26 Haziran 2014 - SALT Galata, İstanbul | TÜSEV

Giriş

TACSO-Sivil Toplum Kuruluşları İçin Teknik Destek Programı'nın Türkiye Üçüncü Sektör Vakfı (TÜSEV) işbirliğiyle düzenlediği “Sosyal Girişimcilik: Sosyal İçerme ve Sürdürülebilir Toplumsal Gelişme Olanakları Konferansı” Türkiye’den 50’ye yakın sivil toplum kurumu ve sosyal girişimci ile 10 AB ve IPA ülkesi temsilcilerinin katılımıyla, 26 Haziran 2014’te SALT Galata’da gerçekleştirilmiştir. Türkiye’de sosyal girişimciliği tanıtmaya ve teşvik etmenin amaçlandığı konferansta; sosyal girişimciliğin sosyal içerilme, sürdürülebilir toplumsal gelişme ve sosyal değişim için önemi tartışılmıştır. Batı Balkanlar, AB ve Türkiye’de hassas gruplar ve toplumsal gelişim üzerine çalışan başarılı sosyal girişim modelleri üzerinde durulmuştur.

Avrupa Birliği Türkiye Delegasyonu temsilcisi Marcin Brauhoff, Türkiye Üçüncü Sektör Vakfı Genel Sekreteri Başak Ersen ve TACSO Türkiye Koordinatörü Ayça Bulut Bican tarafından yapılan açılış konuşmalarında, istihdam yaratma ve farklı hassas grupların sosyal içerilmesi konusunda konvansiyonel yöntem ve yapılardan verim alınamadığı bir ortamda sosyal girişimlerin potansiyeli ele alınmıştır.

Konferansın çıktıları şu şekilde özetlenebilir:

Sosyal girişimler

- Bir hayalden veya toplumdaki somut ve karşılanmayan bir ihtiyaçtan ortaya çıkabilmektedir.
- Yerel sorunlara yerel çözümler üretilmesine dayanmaktadır.
- Eksikliklere odaklanmak yerine eldeki kaynaklar ve becerileri esas alır ve bunlar üzerinde yükselmeye çalışır.
- Sosyal etki kadar ekonomik etkiye de önem verir. Her iki tarafta da oluşan değişimleri ölçer, rapor eder ve paydaşlarına aktarır.

Yerel toplumsal gelişim

- Tepeden aşağıya planlanamaz ve yönetilemez.
- Süreçlere paydaşların katılımı sahiplenme ve sürdürülebilirlik için olduğu kadar sosyal içerilmeyi sağlamak için de önemlidir.

Ürün ve hizmetler

- Toplum dışına itilmiş gruplarla bile çalışırken sosyal girişim ürünleri ve hizmetleri piyasadaki diğer oyuncularla rekabet edebilir kalitede olmalıdır.
- Sosyal girişimcilerin sunduğu ürün ve hizmetler gerçek ihtiyaçlar ve piyasa şartları ile uyumlu olmalıdır. Bu da piyasanın ve risklerin iyi analiz edilmesi, sosyal girişimin kendi kitlesini iyi tanımasını ve kendi kapasitesinin farkında olmasını gerektirir.

Paneller

Panel I: Sürdürülebilir Toplumsal Gelişim için Başarılı Sosyal Girişim Deneyimleri



TACSO Bölgesel Ofis Sorumlusu Neslihan Özgüneş moderatörlüğünde gerçekleşen ilk oturumda, Hırvatistan, İtalya ve Bosna Hersek'te faaliyet gösteren sosyal girişimler, toplumsal gelişimdeki rollerini anlatırken, Nebahat Akkoç Türkiye'deki sosyal girişimciliğin ilk örneklerinden olan KAMER deneyiminden yola çıkarak sosyal girişimciliğin kadınların güçlendirilmesinde nasıl kullanılabileceğinden bahsetti.

L'apebianca, İtalya: L'apebianca, İtalya'nın Forli bölgesinde faaliyet gösteren, yenilikçi bir perakende satış ve sosyal etkinlik yeridir. 2009 yılında sosyal işletme fikri geliştirilmeye başlanmış, 2011 yılında finansman bulunmuş, 2012 yılında ise 20 üye tarafından sosyal kooperatif olarak kurulmuştur. Kentliler tarafından kurulan bu sosyal girişim, sürdürülebilir ekonomiye katkı sağlamakta, kültür ile ticareti bir araya getirmektedir. İki katlı bir binanın perakende alanında, cilt bakım ve tekstil ürünlerinin yanı sıra organik gıdalar, çevreye verilen zararın azaltılması amacıyla, ambalajsız olarak satılmaktadır.

L'apebianca, kendilerine yer bulamayan, organik ve yerel tarım yapan küçük üreticilere haftada iki gün kurulan pazaryerinde satış alanı sunmaktadır. Sosyal amaçlı bir kuruluş olup sürdürülebilir ekonomik gelir yaratmanın yanı sıra engelli yurttaşlara da istihdam sağladığı için "sosyal kooperatif" olarak adlandırılmaktadır. Çalışanların üçte biri engellidir. Ayrıca kentlilerin bir araya gelebileceği sosyal etkinlikler düzenlemekte ve yasal danışmanlık hizmeti de sunmaktadır. Etkisini ölçmeyi öncelik haline getiren kuruluş, her sene "sosyal rapor" yayınlamakta ve yarattığı sonuçları takip etmektedir.



Green Osijek, Hırvatistan: Yeşil Osijek (Doğa ve Çevre Koruma Derneği) 1995 yılında Hırvatistan'ın Osijek bölgesinde kurulmuştur. Hırvatistan'da oldukça bilinen bir sosyal girişim olan Yeşil Osijek'in amacı, çevre koruması üzerine farkındalık oluşturmak, çevreye yararlı teknolojiler geliştirmek ve sürdürülebilir kalkınmaya katkıda bulunmaktır.



Yeşik Osijek'in çalıştığı alanlardan olan Kopacki yasa ile korunma altına alınan bir bölge olmasına rağmen, atık sular nehre boşaltılmaya ve şehir havzası zarar görmeye devam etmektedir. Savaş sonrasında sosyal sorunların ve yoksulluğun hüküm sürdüğü bu bölgelerde Yeşil Osijek, halkın bir yandan kırsal alanı genişletip gelir elde ederken diğer yandan çevreyi koruma bilinci edinmesi için projeler hayata geçirmiştir. Bunlardan biri olan "Eco Centre Zlatna Greda" projesiyle, Kopacki nehrinin kenarında terk edilmiş bir bölgede yer alan bir ev on beş yılına kiralayıp restore edilmiş, kırsal turizm canlandırılmış ve sürdürülebilir kalkınmaya katkı yapılmıştır.

Bu faaliyetler 2007'de Centre Zlatna Greda Turizm Acentası'nın kurulmasının yolunu açmıştır. Ülkedeki ilk ekoturizm acentasını açan Yeşil Osijek, elde edilen karı yine çevre için kullanmaktadır. Kendi yarattıkları gelirlerle yürüttükleri sosyal çalışmaların arasında çevre koruma ile ilgili eğitimler, hayvan gözlemciliği, yerel mutfakların tanıtılmasına yönelik faaliyetler ve festivaller yer almaktadır.

Mozaik Vakfı, Bosna Hersek: Orta ve Doğu Avrupa'da kendisinden sıkça bahsettiren bir sosyal girişim olan Mozaik Vakfı, bir toplumsal kalkınma vakfı olarak yola çıkmıştır. Sosyal birlikteliğin zarar gördüğü savaş sonrası yıllarda insanlar arasındaki güvensizliğe bir çare bulmak isteyen Vakıf, bütün etnik grupların bir araya gelebileceği bir ortam yaratmıştır. EkoMozaik ve MaSta Ajansı olmak üzere iki kuruma sahip olan Vakfın amacı girişimci liderler bulmak ve gelişimlerine katkıda bulunmaktır. Vakıf, bünyesinde bulunan Genç Bank projesiyle son 5 yıl içerisinde 965 projeye fon sağlamış, 12,902 gönüllüyle çalışmış, 1.8 milyon Euro fon kullanmış ve 31 şehirde etkinlik gerçekleştirmiştir. Daha fazla bilgi için [burayı](#) ziyaret edebilirsiniz.



Kamer Vakfı, Türkiye: KAMER şirket olarak 1997 yılında Nebahat Akkoç tarafından kurulmuştur. Kamer Vakfı ise 2005 yılında faaliyetlerine başlamıştır. KAMER, 23 ilde faal olmak üzere, şiddet gören kadın ve çocuklar için eğitimler ve atölyeler düzenlemekte, lokal, çocuk yuvası gibi farklı sosyal mekanlar açmaktadır. Kaybolmaya yüz tutmuş yerel gelenekleri canlandırmayı hedefleyen Vakfın 3 tane işletmesi bulunmaktadır. KAMER bugüne kadar 350 bin kadına hizmet sunabilmiştir.



KAMER'in başlattığı sosyal girişimler ihtiyaçtan doğmuştur. Şiddete maruz kalan kadınlarla yapılan çalışmaların sakin bir yerde yürütülmesi, diğer yandan kadınların sosyalleşebilmesi ve çocuklarını bırakabilmeleri için gerekli alan, birer sosyal işletme olan lokal ve çocuk yuvasının kurulmasına sebep olmuştur. Farkındalık gruplarına katılan kadınlar eğitimler sonrasında somut adımlar atmak için vakfı zorlamış, sosyal ve ekonomik yaşama katılmak için çeşitli girişimler başlatmak istemişlerdir. Vakıf başlangıçta

lokantalar kurmuş ve kadınları istihdam etmiştir. Kadınların işi sahiplenmesi ve böylece yapılan işin daha verimli hale gelmesi için bu işletmeler kadın gruplarına devredilmiştir. Lokantaların yanı sıra üretim atölyeleri kurulmuştur. Vakfın öncü olduğu işletmelerin temel mantığı şöyledir: “Ne yaparsan yap, en iyi kaliteli olanı yap, insanlar destek olmak için değil başka yerde daha iyisi olmadığı için ürünleri alsın.” KAMER sosyal girişimlerde standardı tutturmak, piyasadaki kar amaçlı kuruluşlarla rekabet edebilecek ürün ve hizmet sunmanın önemine inanmaktadır. Ayrıca yerel kaynakların ve kaybolmaya yüz tutmuş üretim biçimlerinin kullanılmasına da öncelik vererek feminist kadınlar ağıları üzerinden dünya pazarına ulaşmaktadır.

Daha fazla bilgi için [burayı](#) ziyaret edebilirsiniz.

Panel II: Sosyal Girişimcilik Yoluyla Uygulanan Başarılı Sosyal İçerme Modelleri



TÜSEV Sosyal Yatırım Program Direktörü S.Sevda Kılıçalp Laconantonio moderatörlüğünde gerçekleşen ikinci oturumda sosyal girişimciler Romanya, İspanya ve Türkiye’de risk altındaki gençler, etnik azınlıklar, engelliler ve diğer toplum dışına itilmiş gruplara sundukları eğitim veya istihdam olanakları ile sosyal ve ekonomik içermeyi nasıl sağladıklarından bahsettiler.

NESst, Romanya: 1997 yılında kurulan NESst, diğer panelistlerden farklı olarak kaynaklarını sosyal girişimleri desteklemek için kullanmaktadır. Gelişmekte olan ekonomilerde farklı sosyal sorunlara çözüm üretmeyi amaçlayan sosyal girişimlere NESst şu destekleri sunar: sosyal girişimlerin becerilerini artırmak için *kapasite desteği*, başlangıç sermayesi oluşturmaları için *yatırım* ve farklı ağlara erişimlerini sağlayabilmek için *sosyal sermaye*. Daha fazla bilgi için [burayı](#) ziyaret edebilirsiniz.



Romanya’da engellilerin istihdam oranının oldukça düşük olmasından yola çıkan NESst, uzun dönemli istihdam sağlayan veya işgücü piyasasına geçişi kolaylaştıracak kısa dönemli iş imkanı sunan sosyal girişimleri desteklemektedir. Örneğin sosyal girişim niteliğindeki cafe ve restoranlarda engelli bireyler bir süre çalışarak işi öğrenip daha sonra başka işletmelerde çalışmaya başlayabilmekteler. Cafe ve restoranların kar marjı yüksek olmasına rağmen fazla yatırım, iyi lokasyon ve rakipler arasında farklılaşma gereği gibi zorlukları beraberinde getirmektedir. NESst’in Macaristan’da desteklediği ve engellilerin istihdam edildiği sosyal girişimlerden biri olan Fruit of Care’de engelli bireyler el yapımı meyve ürünlerini yapmaktadırlar. Macaristan hukuku 50’den fazla çalışanı olan şirketlerin engelli istihdam etmesini ya da korumalı iş yerinde üretilen ürünleri almasını zorunlu kılmaktadır.

NESs’in başarılı bir sosyal girişim kurmak için verdiği tavsiyeler şunlardır: Piyasa potansiyeli olan bir iş fikriniz olmalı. Bu fikir becerileriniz ve kaynaklarınız ile örtüşmeli. Aynı zamanda gerçek ihtiyaçlara odaklanmalı. Bu yüzden paydaşları dinlemek ve onları planlama sürecine başından itibaren katmak önemli. Müşteriyi iyi tanımalı, dışarıya çıkıp ürün ve hizmetlerinizin hedef tüketiciler tarafından nasıl karşılandığını görmeli, riskleri iyi tespit etmelisiniz. Özellikle kilit noktadaki pozisyonlar için yetenekli, iyi yetişmiş profesyoneller gerekiyor. İş planının uygulamada nasıl ilerlediğini takip etmeli, sosyal ve mali hedefleri tutturup tutturmadığınızı süreç içerisinde kontrol etmelisiniz. Sosyal amaçlı bir şey yaparsanız bile sunduğunuz hizmet veya ürünün kalitesinden feragat etmemelisiniz.



Roba Amiga, Formacio i Treball, İspanya: 1992’de kurulan Formacio i Treball Vakfı sosyal dışlanmaya maruz kalmış insanlara saygın işler edinmelerini sağlamakta; yoksul ailelere yiyecek ve giyecek desteği sunmaktadır. Roba Amiga ise tekstil atıklarıyla ilgili çalışmalar yapan ve farklı sektörlerden destek alan bir sosyal girişimdir. Şu anda 250 çalışanı bulunan Roba Amiga’nın başlıca faaliyetleri arasında giysi bağışları, dağıtım, pazarlama ve yeniden kullanıma sokma yer

almaktadır. Bu faaliyetler sonucunda atık sayısı oldukça azalırken, dönüştürülen giysiler ise 25 ülkeye ihraç edilmektedir. Asıl amacı sosyal fayda sağlamak olan kuruluşun gelirlerinin %95’i bu faaliyetlerden gelmektedir. Elektronik araç, oyuncak ve mobilyaların toplanması diğer atık ve geri dönüşüm faaliyetleri arasındadır. Kullanılmayan eşyalar gelir düzeyi düşük kişilere dağıtılmaktadır.

Çalışanların %50’si sosyal dışlanmışlığa maruz kalmış gruplardan oluşmaktadır. Sosyal yardımların verildiği kişiler de bu gruplardan gelmektedir. En az altı en fazla üç yıllığına risk altındaki bireyler vakıf çatısı altında istihdam edilmekte, daha sonra başka yerlerde işe yerleşmelerine yardımcı olunmaktadır. Örneğin riskli gruplardan gelen çalışanlar vakfın restoranında deneyimli çalışanlarla birlikte çalışarak mesleği öğrenmekte, daha sonra bu kişiler başka restoranlara yerleştirilmektedir.

Vakıf, kriz döneminde 11 milyon euroluk yatırım yaparak yeni aktiviteler ve şirketler kurmak için bir ekip oluşturmuştur. Sunduğu 50 kurs ile kriz döneminde Katalonya’da farklı iş kollarının doğmasını sağlamıştır. Katalonya yasalarına göre sosyal hizmetler belediyelerin sorumluluk alanındadır. Vakıf belediyeden ve Caritas’tan aldığı mali destek ile sosyal hizmetlerin önemli bir bölümünü sağlamaktadır. Şirketler ise defolu ürünlerini hibe ederek vakfa destekte bulunmaktadır.

Romano Butiq, Romanya: Sosyal ve ekonomik içerilmeyi sağlama ve ayrımcılıkla mücadele amacıyla 2011’de kurulan Romano Butiq, hassas grupların ve Romanya’da yaşayan Roman topluluklarının kültürel ve sanatsal miraslarını geliştirmeye çalışmakta ve farklı gruplar arasında diyalogu teşvik etmektedir.



Romanya’daki Romanlar sosyal dışlanmanın yanı sıra yoksulluk ile de yüz yüzedirler. 14. Yüzyılda elitler tarafından mesleklerine göre gruplara ayrılan Romanlar, bugün hala geldikleri ailelerin geçmişteki meslekleri ile anılmaktadırlar. Romanların dededen kalan zanaatlarının artık çok fazla kullanım alanı kalmamıştır. Yeni kuşaklar iyi eğitim alamadıkları için atık toplayıcısı haline gelmektedirler. Romano Butiq bir yandan Romanlara yapılan ayrımcılığı durdurmak adına farkındalık artırıcı faaliyetler gerçekleştirirken, diğer yandan da Romanların çok iyi bildikleri zanaatlarının piyasanın ihtiyaçlarına ve günün şartlarına uygun ürünler şeklinde tasarlanmaları ve satışa sunulmalarını sağlamaktadır. Romano Butiq, toplum dışına itilmiş gruplarla çalışırken mevcut kültürü ve toplumsal yapıyı çok iyi anlamak gerektiği ve ona uygun iş planları üretmek gerektiğini savunmaktadır. Romana Butiq, üreticileri biraraya getirerek ve birlikte kullanabilecekleri, işleri hızlandıran makineler temin ederek geleneksel el işleri yapan üreticilerin verimliliklerini de arttırmıştır.

Romano Butiq, bu güne kadar 300 üyesi olan 30 kooperatif kurmuştur. Kooperatifler kendi ürünlerini üretip satmaktadırlar. Romano Butiq'e ait binada atölyeler gerçekleştirilmektedir. Küçük bir köyde sepet örücüler günde bir sepet yapabilirken Romano Butiq sayesinde küçük bir bütçeyle makineler almışlar ve bu sayede artık daha fazla sepet üretebilmektedirler.



Dialogue in the Dark – Karanlıkta Diyalog, Türkiye:

Andreas Heinecke tarafından Almanya'da başlatılan Karanlıkta Diyalog projesi, görme engelli kişiler ve görme engeli olmayan kişiler arasında empati ve farkındalık yaratmayı amaçlamaktadır. Andreas çalıştığı radyonun direktörünün görme engelli biriyle görüşmesini söylemesi üzerine Mathias'ın evine gider ve orada onun hayatını nasıl başarıyla idame ettirdiğine tanık olur.

Martin Buber'ın "Öğrenmenin yolu karşılaşmaktan geçer" sözünü matra olarak benimseyen Andreas karanlık bir ortamda "kimsenin kusuru görünmez ve herkes eşit olarak algılanır" diye düşünür ve Karanlıkta Diyalog projesini başlatır. Bunun için Andreas görme engelli rehberler yetiştirmiş ve sergiler açmıştır.

Proje şu ana kadar 30 ülkede sergilenmiş, 8 milyondan fazla kişi Karanlıkta Diyalog'u deneyimlemiş, 6 binden fazla görme engelliye istihdam yaratılmıştır. 2013 yılında Türkiye'de sergisi açılan Karanlıkta Diyalog'ta 35 kişi istihdam edilmektedir. Bunların 25'i görme engellidir. Şu anda İstanbul Gayrettepe Metrosunda bulunan sergi, HEProjects, S360 ve VAGABOND şirketlerinin bir araya gelerek oluşturdukları İstanbul Social Enterprise tarafından düzenlenmektedir. Çalışmayı hayata geçirebilmek için %70'i sponsorlukla karşılanmış olmak üzere, bir milyon lira yatırım yapılmıştır. Başka ülkelerde çalışanların maaşları bakanlık veya belediyeler tarafından karşılanıyorken, çalışmanın İstanbul ayağına kamu desteği yapılmamıştır. Daha fazla bilgi için [burayı](#) ziyaret edebilirsiniz.

Çalıştay I: Hassas Gruplara Erişmek ve Katılımcı Tasarım

Paydaşların katılımını sağlamak, sosyal girişimin faaliyetlerinden doğrudan veya dolaylı olarak etkilenen bireyler, gruplar ve kuruluşları onlar için yaratılan değer ile ilgili tartışmalara katmak



demektir. Sosyal girişimin hedefleri ile paydaşların en fazla neye değer verdikleri arasında ortak bir payda bulunmasıyla sosyal fayda en üst düzeye çıkarılabilir. Sosyal girişimcilik ayrıca dışlanmış/hassas kesimlerin sosyal ve ekonomik içerilmesini teşvik edecek bir mekanizma olarak da düşünülebilir. Bu çalıştayda kaynak kişiler paydaş katılımı ve yönetimine ilişkin temel unsurları anlatmışlardır.

Kaynak kişiler aşağıdaki sorulara yanıt vermişlerdir:

- Paydaşların planlama, karar alma ve uygulama süreçlerine dahil edilmesi neden önemlidir?
- Paydaşların dahil edilmesinin zorlukları ve faydaları nelerdir?
- Sosyal girişimler, hassas grupların sosyal ve ekonomik içerilmesini artırmaları için ne tür fırsatlara sahiptir?

Daha sonra katılımcılar, kaynak kişilerin yardımıyla, “paydaş haritalandırması” yapmışlardır.

Katılımcılar büyük bir kağıdın ortasına gelecekteki veya mevcut sosyal girişimlerini koyarak, etrafına en önemli olduğunu düşündükleri paydaşları yerleştirmişler ve paydaşlar üzerinde yaratmayı düşündükleri etkiyi, paydaşları sürece ne şekilde dahil edeceklerini belirterek bu ilişkileri görsel olarak “haritalandırmışlardır.”

Katılımcılar bu alıştırmayı yaparken şu soruları temel almışlardır:

- Müşterileriniz kimler?
- Faydalanıcılarınız kimler?
- Diğer paydaşlar kimler?
- Girişimin sahibi kim olacak?
- Girişimi kim yönetecek?
- Girişim kime karşı sorumlu/hesap verebilir olacak?
- Tüm bu grupların sizinle ve birbiriyle ilişkisi nedir?

Katılımcılar, özellikle problem tanımlaması ve çözüm geliştirilmesi süreçlerinde katılımcı yöntemlerin kullanılmasının önemine odaklanmışlardır. Katılım, yapılan çalışmaların paydaşlar tarafından sahiplenilmesi sonucunu doğuracaktır. Bu da sosyal girişimlerin başarısı için kilit konumdadır. Paydaşlarla uzun vadeli bir güven ilişkisi geliştirmek için sosyal girişimcilerin sabırlı davranması gerekmektedir. Model kendini kanıtladığında, güven ve katılım pekişecektir. [Çalıştay II: Sosyal Etki için Tasarım](#)

Etkiyi ölçmek için pek çok yöntem vardır. Yöntemin uygunluğu, ölçümün amacına göre belirlenir. Hangi ölçüm yöntemi kullanılırsa kullanılsın, her ölçümün merkezinde “değişim teorisi” bulunmaktadır.

Bu çalıştayda katılımcılara değişim teorisi ve etki ölçümünün temel şartları hakkında kısa bir



bilgilendirme yapılmıştır. Kaynak kişiler, verilen örnek üzerinden etkinin nasıl ölçüleceğini ve hangi göstergelerin kullanıldığını açıklamışlardır.

Kaynak kişiler, çalıştay öncesinde şu soruları kısaca yanıtlamışlardır:

- Sosyal etki nedir?
- Sosyal etki sosyal girişim için neden

önemlidir?

- Sosyal etki merkezinde yapılacak bir planlamanın ana adımları nelerdir?

Daha sonra katılımcılar kendi girişimleri için değişim teorisi geliştirmişler ve başarı göstergeleri belirlemişlerdir. Kaynak kişiler sırasıyla tüm katılımcılarla birebir çalışarak geliştirdikleri değişim teorisi ve göstergelere ilişkin geribildirim vermişlerdir.

Katılımcılar şu soruları yanıtlamaya çalışmışlardır:

- Ulaşmak istediğiniz nihai sonuç nedir?
- Sonuca ulaşmak için atılması gereken adımlar nelerdir?
- Ölçmek istediğiniz değişimler nelerdir?
- Bu değişimin gerçekleştiğini nasıl anlayacaksınız?

Sosyal girişimcilere etki ölçümü ile ilgili verilebilecek bazı tavsiyeler şöyle:

- Etki ölçümünün amacı elimizdeki kaynaklar ile yaratılması mümkün olan en fazla farkı yaratıp yaratamadığımızı tespit etmektir.
- Etki ölçümü üzerine çalışan her kuruluş yeni bir araç ile ortaya çıkıyor. Yarattığı etkiyi ölçmek isteyen kuruluşlar ve sosyal yatırımcıların kafası ise karışık; hangi aracın ve yöntemin en iyisi olduğuna karar veremiyorlar.
- SROI, IRIS, SAA veya GIIRS; bunların hepsi bize ölçümleme ile ilgili farklı setler sunuyor. Bu setlerin herbirinin farklı bir fonksiyonu var. Dolayısıyla ölçüme başlamadan önce yapmak gereken şey hangi aracın kullanılacağını seçmek değil neyin ölçüleceğine karar vermektir.
- Neyi ölçmek istediğinizi anladıktan sonra sonuçlarla ne yapmak istediğinizi belirlemelisiniz. Kullanmayacağınız bir şeyi ölçmek kaynaklarınızı boşa harcamanıza neden olur. Kaynak optimizasyonu için gerçekten ihtiyacınız olan göstergeleri ölçün.

Çalıştay III: Farklı Sosyal Girişim Modellerini Keşfetmek

Kar amacı gütmeyen pek çok kuruluş çeşitli şekillerde gelir getirici faaliyetler yürütmektedir, ancak pek azı gerekli araçlara, bilgiye, uzmanlığa veya bu çalışmaları girişimlere dönüştürecek isteğe sahiptir. Bu çalıştayda kaynak kişiler gelir getirici bir faaliyetin ne zaman sosyal girişim sayılabileceği üzerinde durmuş, ardından kullandıkları iş modellerinin özelliklerini, aşağıdaki sorulara kısaca yanıt vererek anlatmışlardır:

- Üzerinde çalıştığınız toplumsal sorun nedir?
- Bu toplumsal soruna ilişkin çözümünüz nedir?
- İş modeliniz nedir?

İş modelleri şu şekilde sınıflandırılabilir:



Model I – Kar yaratan model: Doğrudan sosyal etkisi olmayan ticari faaliyetlerle kar sağlamak, daha sonra elde edilen karın tümünü veya bir kısmını doğrudan sosyal etki yaratabilecek başka bir faaliyete aktarmak. Serbest piyasa koşullarında mal ve hizmet üreterek ticari bir girişim işlevi gören sosyal girişimler, bu faaliyetlerinden elde ettikleri gelirleri yine sosyal amaçlara yönlendirirler. Bu yöntemde söz konusu ticari faaliyet sosyal sorunla

doğrudan ilişkili olabileceği gibi, aralarında hiçbir doğrudan bağlantı bulunmaması da mümkündür. Örneğin Oxfam ikinci el dükkanları gibi modeller.

Model II – Ödün modeli: Doğrudan sosyal etkisi olan ticari faaliyetlerde bulunmak, ancak finansal getiri ile toplumsal etki arasında ödün vermek. Örneğin mikrokredi kuruluşları, engelli bireyleri istihdam eden işletmeler.

Model Üç – Baştan kararlaştırılmış model: Hem doğrudan sosyal etki sağlayan hem de yaratılan toplumsal etkiyle ilintili şekilde finansal getiri sağlayan bir ticari faaliyette bulunmak. Örneğin kooperatifler, FareShare ya da justgiving.com gibi inisiyatifler.

Kısa sunumları takiben katılımcılar iş modellerine ilişkin tartışma imkanı bulmuşlardır. Sosyal faydaya mı mali sürdürülebilirliğe mi daha fazla önem verilmesi gerektiği üzerinde durulmuştur. İş modellerinin yaratabileceği sosyal faydaların yanı sıra olumsuz sosyal-ekonomik ve çevresel etkilerinin de olabileceği üzerinde durulmuştur. İş modelinin temelinde doğru iş planının yer aldığı, bunun da problem analizi, piyasa analizi, stratejik yönelim, değer ve ilkelere dayandırılması gerektiği üzerinde fikir birliğine varılmıştır.

Çalıştay IV: Hikayemi Nasıl Anlatırım? Kaynaklara Nasıl Ulaşıyorum?



Hikaye anlatma oldukça önemli bir liderlik becerisidir. Hikaye anlatımı, dünyanın en acil sorunlarını canlı hale getirerek, geniş çaplı etkileri olacak soruna özel çözümlerin doğru ifade edilmesini sağlar.

Bu çalıştayda kaynak kişiler toplumsal değişim yaratmak için hikaye anlatımı becerisine ilişkin yöntem ve araçları paylaşmışlardır.

Daha sonra katılımcılar verilen yöntem ve araçları kullanarak kendi hikayelerini anlatmak için hazırlık yapmışlardır. Kaynak kişilerden aşağıdaki sorulardan birini kısaca cevaplandırmaları istenmiştir.

- Hikaye anlatmak sosyal girişimciler için neden önemlidir?
- Sosyal değişim için bir hikaye geliştirirken dikkate alınması gereken 5 önemli unsur nedir?
- Hikaye oluşturulduktan sonra, sosyal girişimcilerin hikayelerinin etkisini artırmak için atmaları gereken adımlar nelerdir?

Atölye çalışmasından çıkan tavsiyeler şunlardır:

- Hikaye anlatıcılığı için her şeyden önce sosyal girişimlerin bir hikayelerinin olması gerekir. İşlerin nasıl yapıldığı ile ilgili bir anlatı ilgi çekici olmayacaktır.
- Etkili anlatıcılık teknikleri, temsil edilen kurumu, mücadele alanını veya düşünceyi temsil edecek bir kişilik, üslup ve ses tonunu yansıtmalıdır.
- Daha çok kişiyi davet ve dahil etmek ise, daha çok insanın anlayabilmesi için sade, jargondan arınmış ve insanların empati kurabileceği bir anlatı üslubu benimsenmelidir.
- Hikayenizi yaymak için kullanılacak mecra, o düşünce, mücadele alanı için uygun olan ve hitap edilecek kitleyi barındıran bir alan olmalıdır.
- Hikayeler farklı bağlamlarda, o bağlamın şartlarına göre anlatılmalıdır.
- Aynı hikayenin destekçiler, yatırımcılar ve yararlanıcılar için farklı versiyonları oluşturulmalıdır.
- Samimi ve sade bir dil kullanılmalıdır.
- İnsanlar hikayeyi duyduklarında onların da katılmasını, yorum yapmasını, destek vermesini sağlayacak alan yaratılmalıdır.
- Gerçekçi ve ilgili örnekler verilmelidir.