

SOSYAL GİRİŞİMCİLİK VE AHİLİK TEŞKİLATI: TEORİK ÇERÇEVE

İbrahim DURAK*

ÖZ

Devletin dışında toplumdaki yoksulluk, işsizlik, eğitim, sağlık vb. problemlerin çözümüne yardımcı olmaya yönelik faaliyet gösteren bir takım farklı kurumlar vardır. Sosyal girişimcilik faaliyetleri devlet veya özel sektörün ilgi gösteremediği ya da yetersiz kaldığı durumlarda önemli bir boşluğu doldurmaktadır. Sosyal girişimcilik, sosyal fayda yaratmayı hedefleyen ve genellikle kâr amacı gütmeyen sosyal girişimcilerin bir eylemidir.

13. yüzyılda Ahi Evran döneminde gelişen Ahilik teşkilatında da toplumun bazı sosyo-ekonomik ve kültürel çeşitli problemlerine çözüm üretmek ve sosyal değer yaratmak vardır. Bu kapsamda diğerkâmlık, yardımseverlik, iyilikseverlik gibi duygular Ahiliğin temel özelliklerindedir. Çalışmanın amacı sosyal girişimcilik ile Ahilik Teşkilatı arasındaki benzerlikleri ortaya koymaktır.

Anahtar Kavramlar: Sosyal Girişimcilik, Ahilik, Sosyal Değer.

SOCIAL ENTREPRENEURSHIP AND AKHI ORGANIZATION: THEORETICAL FRAMEWORK

ABSTRACT

There are also some institutions other than governance whose purpose is to solve the social-economical problems (such as poverty, unemployment, education, health). Social entrepreneurship working activities fill the needs gap in situations where governments and private sectors have inefficient or inattentive services. Social entrepreneurship is an act of non-profit organizations and aims to create social benefits.

Akhism philosophy which was developed in the era of Akhi Evran in the thirteenth century, there is solving some socio-economic and cultural problems of society and creating social value. In this context such as altruism, charity and philanthropy emotions is the basic characteristics of Akhism. The aim of this paper is to determine similarities between social entrepreneurship and Akhi Organization.

Keywords: Social Entrepreneurship, Akhism, Social Value.

* Doç. Dr., Pamukkale Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü.
Makalenin kabul tarihi: Şubat 2016

GİRİŞ

Sosyal girişimcilik günümüzde önemi artan ve pek çok sosyo-ekonomik problemlerin çözümüne önemli katkılarda bulunabilecek bir kavramdır. Zira günümüzde kamu sektörü toplumun ihtiyaçlarını karşılayacak mal ve hizmetleri yeterince üretme ve sunma konusunda yetersiz kalmaktadır. Geleneksel toplum yapısından modern toplum yapısına geçişle birlikte çeşitli sivil toplum kuruluşları, toplumların sosyo-ekonomik ve demokratik işleyişinde etkin bir yere sahip olurken, sürdürülebilir kalkınma anlayışının da vazgeçilmez ögesi haline gelmiştir (Demir, 2014: 348). Çevreden gelen talepler, kamu sektörünün mal ve hizmet üretiminde yetersiz kalması, işsizliğin artması, sivil toplum kuruluşlarının çeşitli problemlerin çözümünde öneminin artması vb. nedenler sosyal girişimciliğin önemini gerek ülkemizde gerekse dünyada gittikçe ön plana çıkarmaktadır (Marangoz, 2013: 83). Söz konusu toplumsal eğilimler sosyal girişimcilerin köklü ve karmaşık sosyal ihtiyaç ve konularla ilgili uzun dönemli yenilikçi ve sürdürülebilir çözüm üretebilmelerine imkân sağlayan bir alan oluşturmaktadır (Nandan, Scott, 2012: 259). Ülkemizde sosyal girişimcilik faaliyetlerinin artması ve girişimcilerin bu konuda duyarlı olması başta işsizlik, yoksulluk, çevre, eğitim, kültür ve sağlık gibi pek çok problemin çözümüne önemli katkılar sağlayacaktır. Bütün girişimler değer yaratmaya çalışırlar. Bunlardan bir kısmı ekonomik amaçlı olurken diğer bir kısmı da sosyal amaçlı olabilir. Sosyal girişimcilik faaliyetleri sosyal değer yaratmaya yönelik faaliyetlerdir ve çeşitli açılardan Ahilik Teşkilatı ile benzerlik göstermektedir. Bu kapsamda Ahilik teşkilatı ele alındığında sadece ekonomik yönü olan bir teşkilat olmayıp aynı zamanda toplumun çeşitli sosyo-kültürel ihtiyaçlarını da karşılayan böylece sosyal değer yaratıcı bir teşkilat olduğu görülmektedir. Ahilik teşkilatı kapsamında, toplumda yaşlı ve yoksullara yardım, çeşitli eğitim faaliyetleri, sanatkâr yetiştirilmesi, hatta savaş zamanında ihtiyaç duyulduğunda orduda aktif olarak görev alınması gibi sosyal faaliyetler ilk akla gelen örneklerdendir.

I. SOSYAL GİRİŞİMCİLİK

İnsanlık tarihinde yüzyıllardır toplumsal fayda ya da sosyal fayda amaçlı pek çok sayıda organizasyon kurulmuş ve faaliyetler gerçekleştirilmiştir. Teorik olarak “sosyal girişimcilik” olarak ifade edilememiş olsa da aslında insanların sosyal ve psikolojik ihtiyaçlarını karşılamaya yönelik bu faaliyetler veya organizasyonlar geniş anlamda birer sosyal girişimcilik örneğidir (Özdevecioğlu, Cingöz, 2009: 92). Bu tür kuruluşları isimlendirme konusunda literatürde çok farklı kavramlar kullanılmaktadır. Bu kavramlardan en yaygın olarak kullanılanları şu şekildedir: “Kâr amacı gütmeyen kuruluşlar” (non-profit organizations), “kâr gütmeyen sektör” (non-profit sector), “gönüllü kuruluşlar” (voluntary organizations), “kâr için olmayan kuruluşlar” (not-for-profit organizations), “sivil toplum kuruluşları” (civil society organizations), “hükümet-dışı kuruluşlar” (non-governmental organizations-NGO) vb. biçimindedir. Bu çalışmada Kâr Amacı Gütmeyen Kuruluşlar (Nonprofit Organization) kavramı tercih edilmiştir (Uslu, 1999: 24). Sosyal fayda temin etmek için kâr amacı gütmeyen çeşitli organizasyonlara okulları, çeşmeleri, vakıfları, sivil toplum kuruluşlarını, öğrenci kulüplerini ve çeşitli dernekleri örnek olarak verebiliriz. Bu tür organizasyonlar özellik-

le toplumun gelir düzeyi düşük kesiminin çeşitli sosyo-ekonomik ihtiyaçlarını karşılamaya yönelik faaliyetlerdir. Bu girişimlerin temel özellikleri, geniş bir sosyal vizyona sahip olmaları, finansal açıdan yeterli olmaları, ihtiyaç odaklı düşünmeleri ve sosyal değişimi destekliyor olmalarıdır (Özdevcioğlu, Cingöz, 2009: 92).

Bugünkü anlamda sosyal girişimcilik tanımlarının ilk örneklerine 1980'li yılların sonlarına doğru rastlamaktayız (Kümbül Güler, 2012: 82). Bu konuda çalışma yapan çeşitli bilim adamları sosyal girişimciliğin farklı yönlerini dikkate alarak çok sayıda farklı tanım ortaya koymuşlardır. Bir tanıma göre sosyal girişimcilik, kâr amacı gütmeyen örgütlerde, ticari işletmelerde ya da kamu sektörünün içinde ya da bunların dışında oluşan yenilikçi ve sosyal değer yaratıcı faaliyetlerdir (Austin vd., 2006: 2). Fowler ise sosyal girişimciliği, kazanç sağlayan ve sürdürülebilir uygun sosyo-ekonomik yapıların, ilişkilerin, kurumların, örgütlerin ve faaliyetlerin yaratılması olarak tanımlamaktadır (2000: 649). Sosyal girişimcilik, özel sektörün toplumsal sorunlara duyarlılığı ve bu kapsamda toplumsal sorunların çözümüne yardımcı olmak ya da sivil toplum kuruluşlarında özel sektör mantığıyla fakat kâr öncelikli olmaksızın toplumsal fayda sağlamak amaçlı girişimci olma şeklinde ortaya çıkabilmektedir (Kayalar ve Arslan, 2009: 58). Bir başka yaklaşıma göre ise, sosyal girişimcilik üçüncü sektör kuruluşlarına özgü bir kavram olarak algılanmakta ve vurgulanmaktadır. Bu anlamda sosyal girişimcilik kavramı, üçüncü sektör kuruluşlarının gelir kazanmak üzere yenilikçi yaklaşımlar geliştirmesi olarak tanımlanmaktadır. Sosyal girişimcilik, fırsatların değerlendirilmesi, sistemin iyileştirilmesi, çözüm üretilmesi ve yeni yaklaşımların geliştirilmesi açısından işletme girişimciliğine benzemektedir (Williams, K'nife, 2012: 66). Ancak farklılık sosyal girişimcilik faaliyetlerinin sosyal değer yaratmaya yönelik ve ekonomik öncelikli olmamasıdır. Sosyal girişimcilik, hakkında yapılan çeşitli tanımların ortak noktasından hareketle sosyal sorunları fark edebilme, sosyal ihtiyaçlara dikkat çekebilme, sosyal fayda yaratma misyonu olan, ekonomik, sosyal ve/veya çevresel odaklı örgüt yaratma, sorunların çözümü için yenilikçi yaklaşımlar benimseme, sorunların çözümü doğrultusunda eldeki kaynaklarda sınırlama kabul etmeme" biçimindeki girişimcilik türü olarak tanımlanabilir (Kümbül Güler, 2011: 84). Sosyal girişimcilikle ilgili tanımların ortak teması sosyal dünyayı değiştirmeye ve sosyal değer üretmeye yönelik olmasıdır (Kury, 2012: 66). Kâr amacı güden ve kâr amacı gütmeyen işletmelerle sosyal girişimcilik arasında bir takım farklılıklar bulunmaktadır. Bu durumu aşağıdaki tabloda gösterebiliriz:

Tablo 1: Kâr Amacı Gütmeyen, Sosyal ve Kâr Amacı Güden Örgütlerin Çıktı ve Vizyon Açısından Karşılaştırılması

“Tamamen Sosyal” Çıktı	Sosyo-Ekonomik Çıktı	“Tamamen Ekonomik Çıktı”
Sürdürülebilir Sosyal Çözümler (Bağış, hibe, sübvansiyon)	Sürdürülebilir sosyal çözümler (Kendi kendine yeterlilik)	Sürdürülebilir ekonomik çözümler (Piyasa ekonomisi)

Geleneksel kâr amacı gütmeyen örgüt

Belirli sosyal vizyon

Sosyal girişim

Sosyo-ekonomik vizyon

Geleneksel kâr amaçlı işletme

Belirli ekonomik vizyon

Kaynak: Popoviciu and Popoviciu, 2011: 49.

Yukarıdaki tabloda da görülebileceği üzere kâr amacı güden işletmelerle kâr amacı gütmeyen işletmeler arasında iki temel fark bulunmaktadır. Bunlardan ilki, kâr amacı güden işletmelerin çeşitli boyutlarda sosyal sorumluluğa sahip olabilmekte ve kâr amacı gütmeyen örgütlere çeşitli bağışta bulunabilmektedir (Mair, Marti, 2006: 38). Diğer bir ifadeyle, sosyal problemlere dolaylı katkıda bulunma söz konusudur. İkinci fark ise, kâr amacı güden işletmelerin başarısında kârlılık gibi sadece finansal ölçütler dikkate alınmaktadır. Sosyal girişimcilik, kâr amacı gütmeyen örgütler ile kâr amacı güden örgütler arasında yer almaktadır ve girişimciliğin başarısı-öncelikli olmamasına karşın- finansal ve sosyal getiri ile birlikte değerlendirilmektedir. Sosyal girişimciler çok az miktarda kâr edebilirler ya da kişisel kâr etmeksizin faaliyet gösterirler (Abu-Saifan, 2012: 22). Fakat burada elde edilen kâr hissedarlara dağıtılmayıp sosyal misyon doğrultusunda yeniden yatırıma dönüştürülmektedir. Bu konuda en bilinen örneklerden biri, 2006 Nobel Barış ödüllü Muhammed Yunus’un kurucusu olduğu Grameen Bank’ın (Yoksullar Bankası) Mikro-Kredi Programıdır. Bu programda kâr elde edilse bile bu kâr yeniden sosyal amaçlı olarak toplum yararına sunulmaktadır. Grameen Bank dünyanın pek çok ülkesinde kredilerini teminatsız olarak yoksul insanlara vermekte, kredilerin geri ödemeleri ise haftalık olarak yapılmaktadır. Tutar olarak çok küçüktür, ama yoksul insanları kendi yaratıcılıkları ve becerileri ile açlık sınırından çekip, bu sınırın üstünde tutmaya çalışması bakımından bu krediler önemlidir. Hedef kitleleri daha çok yoksul kadınlar olan Grameen Bank’ın kredilerin geri ödeme oranının %97’nin üzerinde olduğu ifade edilmektedir (Çetindamar vd., 2010: 3). Sosyal girişimcilikle kâr amacı gütmeyen kuruluşlar arasında da farklılık vardır. Şöyle ki, kâr amacı gütmeyen sektör olarak sivil toplum kuruluşları hayırseverlik, gönüllülük ve devlet sübvansiyonlarına dayanarak varlıklarını sürdürmektedir. Oysa sosyal girişimcilikte farklı bir biçimde sürdürülebilirlik ve kendi kendine yeterlik ile varlığı devam ettirmek söz konusudur (Boschee, McClurg, 2003: 4-5).

Kâr amaçlı ve sosyal girişimcilerin kendilerine özgü birtakım ortak özellikleri de mevcuttur. Bu özellikleri aşağıda Tablo 2’deki gibi ifade edebiliriz.

Tablo:2: Kâr Amaçlı ve Sosyal Girişimcilerin Kendilerine Özgü ve Ortak Özellikleri

Kâr Amaçlı	Ortak özellikler	Sosyal Girişimci
Yüksek başarı güdüsü	Yenilikçi	Misyon önderi
Risk taşıma	Özverili	Duygu odaklılık
Organize edici olma	Öncü	Değişim ajanı
Stratejik düşünmesi	Lider	Kanaat önderi
Değer yaratma	Fırsat odaklı	Sosyal değer yaratma
Bütüncül	Süreklilik	Yöneticilik
Hakemlik özelliği	Adanmışlık	Vizyoner ve sorumluluk sahibi

Kaynak: Abu-Saifan, 2012: 25.

Sosyal girişimcilik, kâr amacı gütmeyen örgütler ve özel sektörü temsil eden ticari girişimler/şirketler (kâr amacı güden) arasında faaliyet gösteren girişimlerdir. Sınırları oldukça esnektir, bu yüzden de kâr amaçlı ve kâr amaçlı olmayan faaliyetleri melez bir şekilde gerçekleştirir (Çetindamar vd., 2010: 2). Bir sosyal girişim kendi kendine yeterlilik yönünde sosyal ve ticari amaçlı karma faaliyetlerde bulunabilir. Bu yaklaşım biçiminde sosyal girişimci sosyal ve ticari amaçla işletmeyi yönetir, elde edilen gelir ve kârlar sadece sosyal değer oluşumunu ve paylaşımını geliştirmek için kullanılır (Abu-Saifan, 2012: 26). Sosyal girişimcilik sosyal dışlanmışlığın potansiyel çözümü ve toplulukların sürdürülebilir kalkınmalarının aracı olarak görülmektedir (Howorth, 2012: 371). Bu durumun önemi gelir dağılımının daha az adil olduğu gelişmemiş ve gelişmekte olan ülkeler açısından çok daha fazladır. Sosyal girişimcilikte de kâr amaçlı girişimcilikte olduğu gibi fon akışı sağlama, yeniden yatırıma dönüştürmek için kâr elde etme, etkin yönetim, fikir üretme, fırsatları takip ve bundan yararlanma, iş modeli ve piyasanın gidişatını anlama vb. bir takım yönetim ve girişimci yetenekleri gerekmektedir (Howorth, 2012: 372-373). Sosyal girişimcilerin amaçları ve motivasyonları ticari girişimcilerden farklı olsa da, fırsatların görülmesinde, girişim fikrinin oluşmasında, planlanmasında, kurulmasında, çalışmasında ve kurumsallaştırılmasında karşılaştıkları problemler, işletme girişimcilerinin karşılaştıkları problemler ve fırsatlarla benzerlik göstermektedir (Özdevecioğlu, 2009: 92).

Sosyal girişimler pazar mekanizmasını kullanmakta ve bunu sağlam değişiklikler yapabilmek için sosyal yönelim misyonu ile birleştirmektedir. Bu durum kendi kendine yeterli örgütlerle sürdürülebilir sosyal çözümlerin sağlanması anlamına gelir. Sürdürülebilir sosyal çözümler bağış, hibe ve/veya devlet sübvansiyonları gibi araçlar kullanılarak da başarılabılır. Fakat örgütün kendi kendine yeterliliği yalnızca kendi gelirini kendisinin elde etmesine dayalı olarak gerçekleştirilebilir.

Yeni sosyal girişimler geliştirmek sosyal girişimciliğin birinci yönü iken temel misyonu göz ardı etmeksizin, kâr amaçlı bir işletmenin temel ilkelerini faaliyetlerine uygulayarak gelir elde etmeye çalışmakta ikinci yönüdür (Pomerantz, 2003: 26). Yani tamamen özel sektörler gibi etkinlik ve verimlilik ilkele-

rine göre çalışan sosyal girişimcilik faaliyetlerine rastlamak mümkündür. Ancak bunların amacı öncelikli olarak sosyal hem fayda sağlamak hem de kâr elde etmektir (Özdevecioğlu, 2009: 85). Örneğin, bazı belediyelerin halk ekmeği üretmesi ve gelir seviyesi düşük gruplara sunması, öncelikle sosyal fayda amaçlıdır. Bir başka görüşe göre ise sosyal girişimciliğin rolü iki temel kavramla ilgilidir. Özellikle geçmişte birçok üçüncü sektör kuruluşu bağışlara bağımlı, kendine yeterli olamayan bir örgüt yapısı ve girişimci olmayan kişileri istihdam etme eğiliminde olmuşlardır. Bu özellikler ise girişimin riskini artırmakta ve sosyal değerini düşürmektedir. Ancak sosyal girişimler çalışmalarını büsbütün misyon ve amaçlar farklı olsa da özel sektör girişimcileri biçimde gerçekleştirmektedirler (Sarıkaya, 2010: 90). Literatürdeki genel kanı sosyal ve ticari girişimcilik faaliyetlerinin birbirlerinden net ve derin çizgilerle ayrıldığı yönünde olmasına karşın uygulamada aralarındaki belirgin farklılıklar olmasına rağmen bu iki alanı kesin çizgilerle ayırmak pek mümkün görülmemektedir (Koçak, Kavi, 2014: 29). Sosyal girişimcilik tıpkı ticari girişimcilik özellikleri içinde yer alan risk alma, yaratıcılık, önderlik, rekabetçilik, başarı odaklılık gibi kavramlara ilaveten sosyal algı, diğerkâmlık ve toplumsal sorunlara ve başkalarına duyarlılık gibi güdülerle ortaya çıkmaktadır (Yıldırım Saatçi, Arıkan, 2014: 105). Sosyal girişimcilik sosyal değişim ve sürdürülebilir ekonomik gelişme sistemine hizmet eden, sosyal amaçlarla ticari faaliyetleri başarılı bir biçimde birleştiren yeni bir işletme biçimidir. Sosyal girişimcilik işsizlik, yoksulluk, toplumsal ayrışma vb. gibi kronik sosyal problemlere çözüm üretebilmek için ortaya çıkmıştır. Sosyal girişimcilik kamunun kaynak eksikliği nedeniyle faaliyet göstermediği ya da kâr amaçlı işletmelerin kârını düşüreceği gerekçesiyle yapmak istemedikleri faaliyetleri yapar (Kostetska, Berezyak, 2014: 570-571). Sosyal girişimcilikte kâr, çeşitli sosyal amaç ve faaliyetleri yerine getirebilmenin ve bunda sürekliliğin sağlayabilmenin bir aracıdır. Sosyal girişimciliğin kültür ve etiği gönüllülük, etik davranış ve sosyal bir nedene dayanmaktadır. Diğer bir ifadeyle sosyal girişimcilikte toplumun belirli bir kesiminin çeşitli sosyo-kültürel problemlerinin çözümünde gönüllü olarak rol almak ve bunların çözümüne katkıda bulunmak ahlaki bir sorumluluk olarak algılanmaktadır. Bu boyutuyla sosyal girişimcilik bir tür diğerkâmlık faaliyeti olarak da değerlendirilebilir. Sosyal girişimcilik sosyal sorunlara yenilikçi bir bakış açısıyla çözümler üretilmesini kapsamaktadır.

II. SOSYAL GİRİŞİMCİLERİN ÖZELLİKLERİ

Sosyal girişimci ise, öncelikli olarak kâr amacı gözetmeksizin toplumsal ihtiyaçları karşılamak üzere girişimsel özellikleri kullanarak yaratıcı fikirler belirleyen, yeni yapılar ve süreçler oluşturan ve faaliyete geçiren kişi olarak tanımlanabilir (Reyhanoğlu, Özden, 2011: 10). Sosyal girişimciler kamunun, ticari işletmelerin ve kâr amacı gütmeyen örgütlerin tek başına çözüme yetersiz kalabilecekleri ekonomik ve sosyal problemlerle mücadele eden kişiler olarak görülmektedir (Ayob, 2013: 249). Sosyal girişimci kendi toplumlarındaki önemli sosyal problemleri tespit eden ve bunlara yönelen bireyler ya da özel sektörler olarak da tanımlanabilir. Burada özel sektör terimi kâr amaçlı ve kâr amaçlı olmayan sektörlerin ikisini de kapsamaktadır. Bu tanımlama yeni programlar geliştirme ile toplumsal sorunlara karşı duyarlılığı artırma, kullanılacak gerekli

kaynakların tespiti ve elde edilmesi, diğer kurumlarla koordinasyon faaliyetleri ile modern yönetim stratejilerine uygun programlar belirleme gibi özel faaliyetlere vurgu yapmaktadır (Korosec, 2006: 448-449). Sosyal amaçlarla hareket ettiğinden bu girişimciler diğer insanların yaşamlarının iyileşmeye yönelik için çaba sarf ederler (Yunus, 2006: 40). Sosyal girişimcinin bir taraftan girişimci dili ve terimleri kullanan, öte yandan proaktif, risk yönetici, yenilikçi, fırsatları değerlendiren, süreci başlatan ve geliştiren kişi olması beklenmektedir (Parkinson, Howorth, 2008: 292). Sosyal girişimcilerin öncelikli özellikleri sosyal amaçlara odaklanmış olmalarıdır. Sosyal girişimciler toplumdaki engelliler, kadınlar, yaşlılar, yoksullar vb. dezavantajlı gruplar için sosyal değer ve fayda yaratacak projeler ürettikleri için sosyal sorunların çözümünde önemli bir yere sahiptirler (Kılıç Kırılmaz, 2014: 57). Sosyal girişimciler yatırımlarında uzun dönem sosyal getiriye dikkate alırlar. Diğer bir ifadeyle kısa dönemli düşünmeyip kalıcı bir iyileştirmeyi tercih ederler ve sürdürülebilir bir etkiyi dikkate alırlar (Dees, 1998: 3-5). Sosyal girişimcilerin ve örgütte yer alan takım uygulayıcılarının entelektüel kapasite ve hayal gücüne sahip olması ve sürdürülebilir sosyal çözümlere dayalı değer yaratıcı uygun davranış tarzlarını belirlemek için sosyal ve kişisel ağlarını harekete geçirmesi gerekmektedir (Popoviciu, Popoviciu, 2011: 49-50). Sosyal girişimci kapsamındaki “sosyal” kavramına çeşitli anlamlar yüklenabilir. Bu anlamları aşağıdaki gibi ifade edebiliriz:

- Çıktıları sosyaldır. Sağlık hizmetleri, yoksullara yardım ve refah katkıda bulunurlar.
- Fiziki ve finansal sermayeye ulaşımını sağlayan sosyal sermaye biçimleri (ilişkiler, şebekeler, güven ve işbirliği gibi) temel varlıklarıdır.
- Sosyal olarak değerlendirilen örgütlere ortaklar sahip değildir ve temel amaçları kâr peşinde koşmak değildir. Bu örgütler kamudan ziyade sivil toplumun parçası olduklarından dolayı sosyaldirler. Merkezi ve yerel hükümete mesafeli olduklarından dolayı da yenilikçidirler.
- Sosyal girişimciler genellikle yereli iyileştirmeye yönelik topluluk girişimcileridir. Fakat bazı durumlarda daha geniş bir tabana hizmet verebilirler (Leadbeater, 2001: 11).

Sosyal girişimci geniş bir biçimde Say'ın değer yaratma, Schumpeter'in yenilik ve değişim ajanı (aracısı), Drucker'ın fırsatları takip etme ve Stevenson'un beceriklilik vurgusundan hareketle bir değişim ajanı olarak aşağıdaki özelliklere sahip girişimci olarak tanımlanmıştır:

- Kâr gibi özel bir değerden çok sosyal bir değer yaratılması ve bunu sürdürülmesi yönünde bir misyon benimsemeleri,
- Bu misyona hizmet etmek için yeni fırsatları görebilmeleri ve bu fırsatların peşini kesinlikle bırakmamaları,
- Sürekli bir yenilik, değişime uyum sağlama ve öğrenme süreciyle ilgilenmeleri,

- Eldeki mevcut kaynaklarla kendilerini sınırlamaksızın cesur bir biçimde hareket etmeleri ve
- Hizmet edilen insanlar ve gerçekleştirilen sonuçlar için yüksek bir sorumluluk duygusu göstermeleri gerekmektedir (Dees, 2001: 4).

Sosyal girişimcilerin sosyal sorunların çözümünde geleneksel çözümlerden çok, içinde sosyal pazarlamayı da barındıracak şekilde sosyal ve yenilikçi bakış açılarına sahip olduklarını görmekteyiz. Örneğin, bir sivil toplum örgütü evsizlik sorununa geleneksel olarak kıyafet bağıışı, geçici barınak, gönüllülerle sağlanan yiyecek yardımı gibi faaliyetlerde bulunurken; aynı soruna sosyal yenilikçi bir çözüm, mesleki eğitim, işe yerleştirme gibi, kendi kendine yetmeyi sağlayan programlar sunmayı içermektedir (Kümbül Güler, 2011: 85). Sosyal girişimciler farklılık yaratmayı benimseyen, sosyal ihtiyaçları karşılamak için sosyal amaçlı girişimlere kâr motivasyonunu da ekleyen kişilerdir. Sosyal girişimcilerin oluşturdukları girişimler, elbette ki gelir yaratabilir ve kâr amacı güden ve kâr amacı gütmeyen işletmeler gibi örgütlenebilir (Martin, Osberg, 2007: 35).

Sosyal girişimcinin, sosyal değer yaratmada kullandığı kaynakların yeterli ölçüde sosyal değer yaratıp yaratmadığını tespit etmek oldukça güçtür (Dees, 2001: 3). Sosyal girişimlerin başarılı olması, ticari işletmelerin sosyal sorumluluk göstererek ve bu alana yatırım yaparak bu yöndeki gelişmelere katkıda bulunmasına bağlıdır. Sosyal girişimciler destek ağı, harekete geçme, finansal destek, bilgi, kültürel ve kurumsal kaynaklar gibi maddi ve maddi olmayan geniş donanımlı kaynaklarına ihtiyaç duyarlar (Montgomery vd., 2012: 377).

III. BİR SOSYAL GİRİŞİMCİLİK ÖRNEĞİ OLARAK AHİLİK TEŞKİLATI

Özellikle 1071 Malazgirt zaferiyle Anadolu'nun kapısının Türklere açılmasıyla birlikte, Türkler yoğun olarak Orta Asya'daki anayurtlarından Anadolu'ya göç etmeye başlamışlardır. Türkler'in Anadolu'ya göçü daha sonra ünlü Moğol hükümdarı Cengiz Han'ın (1155-1227), Uygur Türkleri'ni ve Çin'i istilaya başlamasıyla birlikte hız kazanmıştır. XIII. yüzyılda başlayan bu göç hareketinde daha önceki göçlerde pek rastlanmayan o dönemdeki Türk uygarlığının önemli merkezlerinde (Buhara, Semerkant, Belh ve Merv gibi) faaliyet gösteren ciddi sayıda esnaf, sanatkâr ve tüccar kesimi de yer almıştır. Dolayısıyla ikinci göç dalgasıyla Anadolu'ya gelen Türkler daha zengin, daha donanımlı ve daha kültürlü insanlardan oluşmaktaydı. Bu insanlar Anadolu'da yeni oluşan Türk toplumunun ekonomik, siyasi ve kültürel hayatına yön verecek kişilerdi. Diğer bir ifadeyle birinci göç dalgasında kendini savunma ve kırsalda hayatlarını devam ettirebilme ön planda iken, ikinci göç dalgasında kurulacak medeniyetin tamamlayıcı unsurları olarak o zaman kadar gayri müslümlerin elinde bulunan özellikle iktisadi faaliyetler başta olmak üzere siyasi ve sanatsal faaliyetlerin hayat bulacağı şehirlerin ve medeniyetin oluşturulması ön plana çıkmaktadır (Erdem, 2008: 3-4). Ahilik teşkilatı böyle bir ortamda XIII. yüzyılda Ahi Evran-ı Veli (1171-1261) tarafından Kırşehir'de kurulmuştur (Ersoy, 2012: 172).

Ahi kelimesi etimolojik olarak Arapça "kardeşim" manasına gelmektedir. Ayrıca, yiğitlik, kahramanlık ve cömertlik gibi anlamları olan Türkçe "Akı"

kelimesinden geldiği de belirtilmektedir (Bayram, 1991: 131). Ahiliğin İslam'ın ilk asırlarında ortaya çıkan genç sanatkâr ve zanaatkârların bir araya gelmesiyle oluşmuş olan “fütüvvet” anlayışının bir devamı olduğuna dair görüşler de vardır. Feta Arapça 'da tekil olarak genç, delikanlı, yiğit eli açık, iyi huylu kişi anlamındadır (Ekinci, 1989: 19). Fetanın anlamlarından birinin genç demek olması, bu kavramla ahilikteki eğitim sisteminin küçük yaştan itibaren başladığını göstermektedir. Fütüvvet ise, İslamiyet'in etkisiyle aşiret hayatından yerleşik hayata geçiş sürecinde Arap toplumunda misafirperverlik, cömertlik, yiğitlik gibi anlamlara karşılık gelmektedir (Demirpolat vd., 2004: 356). Fütüvvetnâmeler günlük iş hayatında uyulması gereken ilkelerin yer aldığı eserler olup, Ahiliğin bir çeşit ahlak nizamnâmelerinden oluşmaktadır. Türklerin yerleşik hayata geçmelerinde özellikle esnaf arasında bir örgütlenme biçimi olarak fütüvvet benimsenmiş ve “ahilik” olarak ortaya çıkmıştır (Göktürk ve Yılmaz, 2004:429). Hatta bazı kaynaklar ahiliği fütüvvet teşkilatının Anadolu'da geliştirilen milli bir versiyonu olarak kabul etmişlerdir. Bu noktadan hareketle Ahi birliklerini Fütüvvet Birlikleri olarak adlandırmışlardır (Erdem, 2008: 2). Dolayısıyla Ahilik teşkilatının İslam inancı ile Türk örfünün bir sentezi olduğu söylenebilir. Ahilik bir tarikat olmamakla birlikte kuruluşu, yapısı ve çalışma sistemi bakımından tasavvufi bir yapılanmayla çeşitli benzerlikler göstermektedir (Erdem, 2008: 14). Ebû Abdurrahman Muhammed b. Hüseyin Sülemî (ö.1021) fütüvvet konusunda eser veren ilk mutasavvuf olup Kitâbü'l-fütüvve adlı eserinde fütüvvetle tasavvuf arasında güçlü bir bağın olduğunu dile getirerek, fütüvvetle dair âdâb, ahlâk ve niteliklerin aynı zamanda bir dervişte de bulunduğunu söylemiştir (Kılıç: 2014: 160). Fütüvvet ahlakında sahip olunan güç ve imkanların kötüye kullanılmaması, haksızlığa ve adaletsizliğe alet edilmemesi, başkalarının kandırılmaması, haksız kazanç elde edilmemesi, insanların ve tabiatın sömürülmemesi, emredildiği biçimde doğru ve dürüst olunması gerekmektedir (Yurtgezen, 2015: 15). Ahilikte, zengin ile fakir, üretici ile tüketici, işgücü ile sermaye ve millet ile devlet arasında iyi ilişkiler ve denge söz konusudur (Durak ve Yücel,2010:151). Ahilikte insan-insan, insan-eşya, insan-tabiat ilişkilerinin ana eksenini, insanın dünya ve ahiret mutluluğuna göre düzenlenmiştir. Hiçbir şeye eşref-i mahlûkat (yaratılmışların en şerefli) kabul edilen insandan daha fazla değer verilmez. Tasavvufi anlamda insan kâinatın özü (zübde-i âlem)dür. Zaten kâinatın varlık sebebi de insandır. Ahiliğin maddeye bakış açısı “geminin içindeki su geminin helaki, ama dışındaki su ise geminin yüzmesi için şarttır” düşüncesi doğrultusundadır (Ersoy, 2012:176). Diğer bir ifadeyle madde ahilikte amaç değil insanların mutlu ve huzurlu yaşayabilmeleri için sadece bir araçtır. Bu yaklaşım, ahiliğin bütün faaliyetlerine hâkim olan bir unsurdur (Ekinci, 1989: 22). Ahilikte insan insanın kurdu değil, insan insanın dostu, seveni, yardımcısı ve destekleyicisidir. Ahiliğin fonksiyonları daha çok kanaatkâr olma, helal kazanç, yardımlaşma, dayanışma gibi dini ve ahlaki temellere dayanmasına rağmen sosyal yaşamdaki gelişmeler sayesinde, yukarıda belirtildiği gibi ekonomik faktörler de ağırlık kazanmaya başlamıştır (Gündüz, 2012: 41).

İslam inancıyla Türk örfünün sentezinden oluşan ahilik felsefesine göre bütün insanlar, eşya, tabiat ve dünya, Allah'ın bütün insanlığa bahsettiği emanet konumundadır (Durak, Yücel, 2010: 152). Dolayısıyla emeğin, tüketicinin kısaca

ca insanın ve tabiatın sömürülmemesi, aralarında adalet ve denge ilkeleri korunarak bireysel ve toplumsal refah ve huzurun sağlanması esastır. Ahilik, “gönül” ile “akıl”, “madde” ile “mânâ”yı, adlarına tevazu, merhamet, hoşgörü, sevgi, saygı, kardeşlik, cömertlik, yardımlaşma, dayanışma, paylaşma, adalet ve erdem denilen kavramların birleştirdiği ahlaki, dinî, sosyal ve kültürel değerler bütünüdür (Bakır, 2014: 406).

Ahilikte insan, dayanışmacı bir ruh yapısına sahiptir. Birlik ve beraberlik içinde büyük hedeflere birlikte yürümek mantığına dayanır (Durak, Yücel, 2010: 152).

Ahilik sadece ekonomik amaçlı bir örgüt olmayıp sosyo-kültürel boyutları da olan ve toplumun gelişmesini ve kalkınmasını bir bütün olarak değerlendiren bir kurum olma özelliğine sahiptir. Ahilik aynı zamanda tarihî süreç içerisinde Türk iktisadî zihniyetini en iyi yansıtan kurumdur. Temelde iktisadî bir kurum olmakla birlikte toplumun din, eğitim ve ahlak gibi diğer kurumları ile iç içedir. Bu bakımdan ahi, dinî ve ahlâkî esaslar çerçevesinde iktisadî faaliyetlerini ifa eder (Tatar, Dönmez, 2008: 194). Zaman içerisinde farklı ideolojilere sahip değişik yönetim sistemlerinin toplum ve ferde yönelik abartılı farklı bakış açıları söz konusudur. Sadece ferdin ön planda tutulduğu sistemlerde (kapitalizm gibi) toplumun büyük bir kısmının hakları, az sayıdaki belirli grup ve kişilere feda edilmiştir. Buna karşın sadece toplumun ön planda tutulduğu sistemlerde ise (sosyalizm gibi) toplum için bireyler feda edilmiştir. Burada bireysel hürriyet söz konusu olmayıp, birey sistemin ideolojisinin kalıpları dâhilindedir. Böylece, ideolojide mevcut olan kaideler vasıtasıyla belirli bir “toplum tipi” tasarlanmıştır. Ahilik düşüncesinin çerçevesini çizmiş olduğu toplum anlayışı ise bu her iki durumun dışındadır. Evvelâ adalet prensibi gereği ne bireyin topluma ne de toplumun bireye edilmesi söz konusudur (Tatar ve Sönmez, 2008:195). Yardımlaşma, dayanışma, ihtiyaç sahibi kişilere karşı duyarlı olma gibi davranışların ahiliğin özünü oluşturduğu görülür. Bu yönleri ile Türk tarihinde ahilik özgün bir yere sahiptir. Ahilik teşkilatı başlangıçta debbağ (dericilik), saraç ve kunduracıları kapsayan bir teşkilat olarak ortaya çıkmış ve daha sonra gelişerek bütün esnaf ve üye olmak isteyenleri bünyesinde toplamış bir sosyo-ekonomik bir kuruluştur. Bu nedenle ahilik bir mesleği olan ve fütüvvetnâmelerde yazılı ilkelerini kabul eden herkesi bünyesinde toplamıştır (Ekinci, 1989: 22-23).

Ahiliğin amaçlarından birisi, anayurtlarından Anadolu’ya gelen Türklerin Bizans karşısında kendi sanat ve ticaretlerine yeni bir yaşama ve çalışma kültürü oluşturma çabalarıdır. Dolayısıyla önce bütün esnaf ve sanatkârlar tek bir örgüt altında toplanmış ve bunlar ahlaki, mesleki ve askeri bir eğitimden geçirilmişlerdir. Böylece, Ahi Birlikleri aynı zamanda kent hayatının benimsenmesinde de önemli rol oynamıştır (Şanal, 2007: 388).

Aynı dönemlerde batıda da çalışma hayatına dair Lonca Teşkilatı gibi örgütlenmeler mevcuttur. Fakat lonca teşkilatı ile ahilik teşkilatı arasında bir takım farklılıklar mevcuttur. Batıdaki Bizans loncaları, devlet tarafından kurulmuş, devlet tarafından sıkı bir devlet denetimi olan sadece tüccar ve sanatkârların kabul edildiği, sınıflı bir toplum yapısına müsait ve siyasi otoritenin belirlediği kurallara uyulması gereken bir örgütlenmeyi ifade etmektedir. Buna karşın Ahi-

lik teşkilatında ise, devlet otoritesinin dışında kurulmuş olma, doğrudan bir devlet denetiminin olmaması, herhangi bir mesleği olmak kaydıyla üyeliğin herkese (sanatçı ve hükümdarlar dâhil) serbest olması, sınıflı toplum yapısına müsaade etmeme, ahilik kurallarına uyulması gibi bir takım özellikler söz konusudur (Ekinci, 1989: 17-18). Ahilik Teşkilatı, neredeyse günümüz dünyasının tüm ülkelerinin sağlamaya çalıştığı hem üreticinin hem de tüketicinin kazançlı ve mutlu olduğu, kardeşlik, yardımseverlik ve ahlâk üzerine kurulu olan bir iktisadi sistemin, yaklaşık sekiz yüz yıl önceden uygulamaya konmuş ve yıllar başarıyla uygulamış bir teşkilatlanmadır (Öcal, Darıcı, 2013: 141).

Ahilik ilk başta ekonomik bir teşkilat olarak algılansa da Türklerin hayatında birlik, sosyal yardımlaşma ve dayanışma, ekonomik düzen, refah ve sosyal güvenlik gibi pek çok ihtiyacı karşılamak gayesiyle ortaya çıkmış bir teşkilattır. Çünkü ahilik teşkilatında toplumun bir bütün olarak sosyal, ekonomik, kültürel vb. açılardan birlikte gelişmesi ve kalkınması önemlidir. Dolayısıyla ahilik de bütün bunları kapsayıcı bir fonksiyon üstlenmiştir.

Ahilik teşkilatı incelendiğinde günümüzde kâr amacı gütmeyen kuruluşların yerine getirdikleri bir takım fonksiyonlarla benzer faaliyetler gerçekleştirdikleri görülmektedir. Ahiliğin ahlak kurallarını ve temel felsefesini içeren fütüvvetnâmelerde İslam inancı ile Türk töresi esas alınmıştır. Kuran’da ihtiyaç sahiplerine yardım etme, iyilik yapma, başkalarını gözetme ve cömert olma gibi erdemlerle ilgili pek çok ayet bulunmaktadır. Kuran’da bu konuyla ilgili olarak “Kendileri son derece ihtiyaç içinde bulunsalar bile onları kendilerine tercih ederler. Kim nefsinin cimriliğinden, hırsından korunursa, işte onlar kurtuluşa erenlerin ta kendileridir (Haşr-9) ve “O hâlde, gücünüz yettiği kadar Allah’a karşı gelmekten sakının. Dinleyin, itaat edin, kendi iyiliğiniz için harcayın. Kim nefsinin cimriliğinden korunursa, iş onlar kurtuluşa erenlerin ta kendileridir (Teğâbun, 16), “İyilik ederseniz kendinize iyilik etmiş olursunuz, kötülük yaparsanız yine kendinize yapmış olursunuz” (İsrâ, 7), “Şüphesiz Allah, adaleti, iyilik yapmayı, yakınlarla yardım etmeyi emreder; hayâsızlığı, fenalık ve azgınlığı da yasaklar. O, düşünüp tutasınız diye size öğüt veriyor (Nahl, 90), “Ana babaya, akrabaya, yetimlere, yoksullara, yakın komşuya, uzak komşuya, yanınızdaki arkadaşına, yolcuya, elinizin altındakilere iyilik edin. Şüphesiz Allah, kibirlenen ve övünen kimseleri sevmez (Nisâ, 36) vb. ayetleri örnek gösterebiliriz. Benzer biçimde “ Komşusu açken kendisi tok yatan bizden değildir” ve “Veren el alan elden üstündür” vb. hadisler de başkalarının ihtiyaçlarına karşı duyarlı olmayı ve yardım etmeyi ve tavsiye etmektedir. Eski Türklerin genelde konar-göçer olmaları nedeniyle kişilerin servet biriktirmeleri sınırlı olmuştur. Eğer toplumda halktan aşırı fazlalaşacak biçimde servet biriktirenler olursa, onların ihtiyaçtan fazla bu mal ve servetlerini belirli bir şölen çerçevesinde halka dağıtmaları söz konusudur. Han ve beylerin statülerinin yükseklikleri sahip oldukları mal ve servete sahip olmakla değil, bunun ne kadarını halka dağıttıkları ile ölçülürdü. Bu geleneğe “dağıtımcı (yağmalı) toy” geleneği adı verilmektedir. Eski Türklerde varlıklı hale gelmiş her aileden de böyle bir davranış beklenirdi. Ayrıca toplumun varlıklı hale gelmiş bireylerinden de böyle bir paylaşımcı davranış beklenirdi. Ülüş sistemi denilen bu anlayışta sahip olunan çeşitli imkânların eş-dost, komşu-

lar, kardeşler, yakınlar, yolcular ve bilhassa yoksullarla paylaşılması günümüze kadar etkisini sürdüren bir dayanışma geleneğidir. Buna benzer biçimde “Başakçılık” geleneği denilen ve tarımla uğraşların tarla, bağ ve bahçelerinde yetişen ürünlerin bir kısmını fakirlerin toplamaları için bağ ve tarlalarda bırakmaları gibi geleneler söz konudur (Eroğlu, 2015: 311).

“Yiğitlik vura vura (hak ve hakikat adına) ağalık vere vere olunur” atasözümüz de bu duruma güzel bir örnektir. Berat Demirci ise kültürümüzdeki yiğit kişiyi, “Yiğit alınının terinin karşılığını yiyen, az olduğunda paylaşan çok olduğunda dağıtandır. Yiğit, el için değil hak için eyleyendir” biçiminde tanımlamaktadır (Demirci, 2010: 99). Ahilik kurumu toplumda devletin eldeki imkânlar dâhilinde sahip çıkamadığı birey ve gruplara ulaşma, sahip çıkma, hiç kimsesizin kimsesi olma üzerine kuruludur. Bu bakımdan, Ahilikte sosyal yardımlaşma ve dayanışma, kardeşlik anlayışının zorunlu bir gereğidir. Ahinin üç şeyi açık üç şeyi de kapalı olmalıdır. Eli açık olmalıdır, yani cömert olmalıdır. İhtiyaç sahiplerine yardım etmeli onlara destek olmalıdır. İkincisi, kapısı açık yani misafirperver olmalıdır. Üçüncüsü ise, sofrası açık olmalıdır. Aç geleni tok göndermelidir. Buna karşın, eli, dili ve beli de kapalı olmalıdır.

IV. AHİLİK TEŞLİLATINDA YARDIMLAŞMA VE DAYANIŞMA ARACI OLARAK ORTA SANDIĞI VE FONKSİYONLARI

Eskiden beri Anadolu’da Türklerin yaşadığı yerlerde her esnafın “Esnaf vakfı”, “Esnaf sandığı” ve “Esnaf kesesi” adıyla bilinen karşılıklı yardımlaşma ve sosyal güvenlik sandığı mevcuttu. Bu bağlamda Ahilik teşkilatı yardımlaşma sandığı da denilen orta sandık oluşturmuştu. Orta Sandık, bir şehirde ve kasabada her ana meslek kolu için ayrı ayrı kurulurdu. Ahilik teşkilatında karşılıklı bir sosyal yardımlaşma ve güvenlik sandığıdır. Bu sandık üyelerini tefecilerden korur ve onlara hammadde temin ederdi. Esnaf mal satışından elde edilen gelirin belirli bir yüzdesini sandığa bağışlardı. Diğer taraftan yamak, çırak ve kalfaların terfiinde de belirli bir yüzde ödenirdi. Ayrıca sandığın mülk gelirleri ve çeşitli bağışlarda sandığın diğer gelirlerini oluşturmaktaydı. Yeni ustaya dükkân açabilmesi için esnaf arasında yardımlaşma ve dayanışma amacıyla kurulan orta sandığından yardım yapılır ve sermayeye ayrıca kendi ustası da katkıda bulunurdu. Bireylere çıraklık ve kalfalık dönemlerinde geleceğe yönelik umut verilir ve hedef gösterilirdi. Böylece bireylerin gelecek endişeleri ortadan kaldırılarak boşlukta kalmaları engellenir ve gerçekleştirilebilir bir amaç doğrultusunda çalışmalarını sağlanırdı (İrmiş, 1998: 37-40). Orta sandığın giderleri arasında ise, sosyal amaçlı esnaf toplantılarının masrafı, esnaf mensuplarına dağıtılmak üzere hammadde alımına sarf edilen para, vakıf mülklerinin tamiri, vergiler, aidatlar, maaşlar, hayır işlerine harcanan paralar, fakirlere, hastalara, cenaze defin işlerine, ekonomik durumu kötü olan esnafa ve işini büyütme isteyen esnafa yapılan yardımlar oluşturuyordu. Orta sandık sayesinde Ahi birliklerine mensup meslek erbabının çalışanı ve emeklisi ile çalışırken sakatlanıp iş göremez hale gelenlerin yaşamlarını onurlu bir şekilde sürdürebilmeleri için her türlü ekonomik ve sosyal güvenliği sağlanmıştı (Bozkurt, 2014: 174).

Ahilik teşkilatında “dâhililer” ve “hariciler” olmak üzere iki çeşit üye bulunmaktaydı. Bil fiil çalışanlar, üretim yapanlar, yamak çırak, kalfa ve ustalar dâhili üyeleri oluşturlardı. Bunlar fiili olarak üretim yapan işgücünü oluşturmaktadır. Ahi teşkilatında iken herhangi bir nedenden dolayı çalışmayacak duruma gelenlere ise harici üye denirdi. Bunlar üç gruptan oluşmaktadır (Ekinci, 1989: 26-27):

- i. Emekliler: Çalışmayacak kadar yaşlanmış maddi durumu iyi olan ustalardır. Dükkânı kalfalar çalıştırır fakat sermaye ustaya aittir.
- ii. Güçsüzler: Bunlar hem çalışmayacak kadar yaşlı hem de maddi durumu iyi olmayan eski ustalardır. Gençliğinde çalışmış artık çalışmayan bu insanları teşkilat yalnız bırakmamıştır. Bunlara orta sandığından belirli miktarlarda yardım yapılırdı.
- iii. Engelliler ve hastalar: teşkilatın daimi üyesi iken herhangi bir kaza geçiren ya da ciddi derecede hasta olan kişilerden oluşmaktadır. Bunlar da yalnız bırakılmaz esnaf sandığından belirli miktarlarda yardım yapılırdı.

Ahi birlikleri Ortaçağ Avrupa’sındaki benzerlerinden farklı olarak, daha fazla kazanmak, vurgunculuk ve daha fazla üreterek rekabet yoktur. Ahilikte rekabet daha çok üretmek anlayışına değil müşteriye daha kaliteli mal ve hizmet sunmak anlayışına dayanır (Ülger, Ülger, 2005: 53). Ahilik teşkilatı karşılıklı yardım ve sosyal dayanışma esaslarına bağlı kalmıştır. Ahi birliklerinde “can ve mal beraberliği” olarak ifade edilen dayanışma duygusu o kadar ileriye götürülmüştür ki, ahinin kazancının, geçiminden arda kalanını bütünüyle fakirlere ve işsizlere yardım için kullanmaları ahlak kuralı haline gelmiştir. Ahi birliklerinde dayanışmanın en güzel örneği Orta Sandıkları’nda görülür. Teşkilatta “kazancın şahsiliği” prensibine bile pek rastlanmaz. Teşkilat üyesi olan esnaf ve sanatkârın kazancı bütünüyle kendine ait değildir. Bu kazanç şahsi olmaktan çok teşkilata ait genel sermayeyi meydana getirmektedir (Öztürk, 2002: 7). Orta sandığı aracılığı ile esnaf kendini güvende hisseder, moral ve motivasyonlarını artırarak daha verimli çalışmalarını sağlar.

13. yüzyılda kurumsallaşmaya başlayan ve Türk iktisadi hayatında önemli bir rol oynayan. Ahi Teşkilatı 16. yüzyıldan itibaren çeşitli nedenlerle yavaş yavaş çözülmeye başlamıştır (Ekinci, 1989: 49). Bununla birlikte bazı yansımaları günümüzde de görmek mümkündür. Örneğin, 13. yüzyıl sonlarında Denizli’de Ahiliğin kurucularından biri olarak bilinen Ahi Sinan’a atfen “Ahi Sinan Sofrası” adı altında esnafın her yıl bahar ayında on binlerce kişiye yemek vermesi, demirci kalfasının ustalığa terfisini canlandıran sembolik peştamal bağlama törenlerinin yapılması, halk pazarlarının sabahları dua ile açılması gibi (Duraç, Yücel, 2010: 164).

Ahilik teşkilatının gerileme ve çözülmeme nedenlerini birkaç başlık altında toplamak mümkündür:

Birinci neden, genel olarak toplumsal ahlakın, özel olarak da iş ahlakının bozulmasıdır. Osmanlı İmparatorluğu’nun etkinliğini kaybetmeye başlaması ve iş ahlakının bozulmasıyla birlikte esnaf, halkın gözünde itibar kaybetmeye baş-

lamıştır (Durak, Yücel, 2010: 162). Osmanlı İmparatorluğu'nda genel olarak devletin, özel olarak da dış siyasetin zayıflamasıyla birlikte Ahi Birlikleri de zayıflamaya başlamıştır.

İkinci neden, İmparatorluğu'nun Kanuni'den sonra duraklama ve gerileme sürecine girmesiyle birlikte savaşımlardan elde edilen ganimet gelirleri kesilmiş ve savaşların çok yüksek olan maliyetleri esnafa konan vergilerle karşılanmaya çalışılmıştır (Erdem, 2008: 92). Ayrıca gerileme süreciyle birlikte savaşımlardan ve taşra ülkelerinden elde edilen rant gelirleri kesilenlerin de esnaflığa başlaması Ahiliğin itibarını ve ticarete kâr marjını düşürmüştür.

Üçüncü neden, Kanuni döneminden itibaren başlayan kapitülasyonlar ile yerli üreticilerin ve bunların ürettiği malların yerine yavaş yavaş yabancı malların ikame olmaya başlamasıdır. Özellikle Ahiliğin sanayi devrimine ayak uyduramaması ve makineli üretime geçememesi en önemli gerileme nedenlerinden birisini oluşturmaktadır. Batının makineli üretimle sağladığı sermaye yoğun ve daha ucuz üretim karşısında Ahilik, emek yoğun ve daha pahalı ürünlerle rekabet edemez konuma gelmiştir (Durak, Yücel,2010: 162).

Dördüncü neden, sermaye birikiminin yetersiz oluşudur. Belirli bir sanat dalında faaliyet gösterenlerin zaman içerisinde hizmet alanlarını ve üretim kapasitelerini kendi iradeleri ile genişletmeleri örneğin, bir tezgâhı olanın dilediği takdirde bunun yanına üç beş tezgâh daha eklemesi ve daha fazla mal üretmesi mümkün değildi. Dolayısıyla esnafın üretim yoluyla zenginleşmesi, diğer bir deyişle sermaye birikimi de söz konusu olmuyordu. Bu anlamda esnaf, batıdaki üretim düzeyine ulaşabilmek için gerekli sermaye birikimine sahip olamadığından gerilemeye başlamıştır.

Beşinci neden, köyden şehre göçün artmasıdır. Hükümetin göçerlerden 'çift bozan akçesi' adında bir ceza almasına karşın bu göçlere engel olunamamıştır. Bu durum gerekli niteliklere sahip olmayan kimselerin esnaflar arasına katılımı, esnafın ürettiği malların kalitesini düşürerek ve standartlarını bozarak esnafa olan güveni ve iş ahlakını olumsuz etkilemiştir (Erdem, 2008: 89-90). Özellikle 18. ve 19. yüzyıllarda devletin bütün kurumlarının gerilemesiyle beraber bazı yeniçerilerin esnaflığın gerektirdiği donanımlara sahip olmaksızın esnaflığa, bazı esnafların da yeniçeriliğe geçmeye başlaması Ahi teşkilatını olumsuz etkilemiştir.

Altıncı neden, Mustafa Reşit Paşa tarafından 1838'de imzalanan Osmanlı-İngiliz Serbest Ticaret Antlaşması'dır. Bu antlaşma ile ülkemiz Avrupa'nın açık pazarı haline gelmiş, Türk esnaf ve sanatkarları çok zor durumda kalmış ve Ahilik teşkilatının çöküşü hızlanmıştır. 1861'de 25 milyon altın borç varken bu borç 1876'da yani 15 yıl sonra 200 milyon altına çıkmıştır (Çalışkan, İkiz, 1993: 98).

V. SOSYAL GİRİŞİMCİLİK VE AHİLİK İLİŞKİSİ

İlk başta sosyal girişimcilikle ahiliğin temel ortak noktasını diğerkâmlık ve gönüllülük oluşturmaktadır. Başkalarının üzüntüleri ile üzülme, sevinçleri ile sevinme söz konusudur. Toplumun yoksulluk, sağlık, eğitim, işsizlik vb. gibi çeşitli problemlerine karşı duyarlı olmak, bu tür problemlerin çözülmesine yöne-

lik gönüllü faaliyetlerde bulunmak temel hareket noktasıdır. Bu kapsamda toplumun belirli kesiminin hangi dönemlerde ne tür yardım ve desteğe ihtiyacı varsa bunun tespit edilip bu yönde katkı yapmak esastır.

Sosyal girişimcilikle ahiliğin bir diğer ortak noktası hibe, yardım, bağış, devlet sübvansiyonu gibi, dışarıdan gelecek kaynaklardan çok kendi kaynaklarını kendilerinin yaratmasına yönelik faaliyetlerde bulunmalarıdır.

Kâr amaçlı olmayan girişimcilik ile sosyal girişimciliğin en temel farklarından birisi sosyal girişimcilikte belirli hizmetlerin yerine getirebilmesi için ihtiyaç duyulan kaynağı kendilerinin yaratması vardır.

Sosyal girişimcilikte faaliyetler kâr amaçlı işletmelerden farklı olarak sosyal amaçlıdır. Kâr ise, ikinci plandadır ve sosyal amaçlara ulaşmada bir araçtır. Diğer bir ifadeyle kârı değil sosyal faydayı maksimize etmek söz konusudur. Ahilikte de rekabet daha fazla üretmek, daha fazla kâr etmek üzerine değil, daha kaliteliyi üretme ve müşteri memnuniyeti üzerinedir. Elde edilen kârın bir kısmının ise sosyal amaçlı çeşitli faaliyetlerde kullanılması söz konudur.

Sosyal girişimcilik ve ahilikte toplumun gelişmesi ve değişmesi sonucu ortaya çıkan problemlerin çözümüne katkıda bulunmak söz konusudur. Örneğin, sosyal girişimcilik değişen zamanla birlikte toplumda işsizlik, yoksulluk vb. gibi hangi alanlarda sorunlar ortaya çıkıyor ve ihtiyaç varsa o sorunların çözümüne katkıda bulunmak için faaliyet göstermektedir. Benzer biçimde ahilikte de devlet hangi alanda ihtiyaç duyuyorsa askerlik hizmeti de dâhil toplumun benzer sorunlarının çözümüne katkıda bulunmak söz konusudur. Bir diğer ortak nokta ise her ikisinin de sivil bir örgütlenme modeli olmalarıdır.

Sosyal girişimcilik faaliyetleri gönüllülük esasına dayanan sivil bir örgütlenme modeli örneği iken, benzer biçimde ahilik teşkilatı da devletin müdahalesinin olmadığı bir sivil teşkilatlanmadır. Her ikisinde de resmi otoritenin dışında sivil inisiyatif söz konusudur. Ahilik ile aynı dönemde batıda faaliyet gösteren Lonca Teşkilatında ise devletin şekillendirdiği resmi bir örgütlenme ve dışsal denetim söz konusudur. Oysa ahilikte dışsal kontrolden ziyade içsel kontrol vardır.

Sosyal girişimcilikte ve Ahilikte öncelikli amaç kar olmamasına karşın elde edilen kârın belirli kişilerin servet biriktirmesi olarak kullanılmaması söz konusu değildir. Diğer bir ifadeyle kişisel bir servet biriktirme olmayıp kârın sosyal amaç öncelikli olarak tekrar üretim sürecine katılması söz konusudur. Yapılan karşılaştırmalarda bunun gibi çeşitli benzerliklerin olması dikkat çekmektedir.

SONUÇ

Toplumların refahı bireylerin mal ve hizmetlerin tüketimi, eğitim, sağlık ve sosyal hizmetlere erişimi vb. ile ilgili memnuniyetlerine bağlı olmaktadır. Başta yoksulluk, işsizlik, eğitim, sağlık vb. sorunlar, ülkelerin gelişmişlik düzeyine göre farklılıklar gösterse de tüm dünya ülkelerinin başta gelen sorunlarını oluşturmaktadır. Pek çok ülkede devlet bu ve benzeri sorunları kamu kaynakları ile çözmede yetersiz kalmaktadır. Bu kapsamda bu ve benzeri sorunların çözümüne yardımcı olmak amacıyla çeşitli kâr amacı gütmeyen örgütlere ve sosyal giri-

şimcilik faaliyetlerine olan ihtiyaç artmaktadır. Elbette devletten sosyal koruma misyonunu sivil toplum örgütlerine devretmesi beklenemez. Ancak devletin adı geçen temel sorunlarla ilgili bu tür örgütlerden destek alması devletin yükünü belirli ölçüde hafifletecektir. Bu kapsamda merkezi, yerel yönetimler ile kâr amacı gütmeyen kuruluşların ve sosyal girişimcilerin bir arada, uyum içinde hareket etmesi büyük bir öneme sahiptir. Sosyal girişimciliğin en önemli boyutlardan birisi de sosyal değer yaratmadır. Sosyal değer yaratma, topluma ihtiyacı olan alanlarda katkı sunma, faydalı olma, sosyal sorunlara çözümler üretme anlamına gelmektedir. Bu anlamda tüm sosyal girişimcilik tanımlarının ortak noktasını sosyal değer yaratma oluşturmaktadır. Sosyal değer yaratan her girişimin sosyal girişimci olduğu söylenebilir. Kapitalist ekonomik şartlarda yetişen bireylerin bireyci olmaları kaçınılmazdır. Bu şartlar altında sosyal girişimciliğin kaybolmasına müsaade etmemek gerekir. Kültürümüzde “insan insanın kurdu” değil, ihtiyacı olduğunda yardımcısı, destekçisi, tamamlayıcısı olup birbirleri için vardır. Bu kapsamda toplumdaki dayanışma, yardımlaşma, başkalarına duyarlı olma, başkalarının üzüntüsüyle üzülmeye ve sevinciyle sevinme ve kardeşlik duygularının zamanla yıpranması ve yok olması sosyal girişimciliğin önündeki en büyük engeldir. Belki de en önemli sosyal girişimcilik örneği “sosyal girişimciliği teşvik edecek organizasyonlar” oluşturmaktır (Özdevecioğlu, 2009: 93).

Sosyal girişimciliğin teorik çerçevede yeni bir kavram olmasına karşın fiili olarak çok eski bir geçmişe sahip olduğu söylenebilir. Toplumumuzda Selçuklu ve Osmanlı İmparatorluğu başta olmak üzere çeşitli dönemlerde toplumun belirli ihtiyaçlarını karşılamaya yönelik hayır faaliyetlerine sıklıkla rastlamak mümkündür. Aşevleri, han, hamam, kervansaraylar, okul vb. çeşitli sosyal değer yaratmaya yönelik faaliyetler hemen her fırsatta söz konusudur.

Sosyal girişimcilikle Ahilik teşkilatı arasında çeşitli benzerlikleri görmek mümkündür. Özellikle kamunun toplumun çeşitli problemlerinin çözmede yetersiz kaldığı durumlarda geçmişte Ahilik Teşkilatı bu boşluğu doldurmada önemli bir görev üstlenmiştir. Günümüzde de çeşitli sosyal girişimcilik faaliyetleri bu boşluğu doldurmada önemli katkılarda bulunmaktadır. Sosyal girişimcilikle ahiliğin temeli başkalarının çeşitli sosyo- ekonomik ihtiyaçların çözümüne duyarlılık ve bu alanda gönüllülük faaliyetlerine dayanmaktadır. Her ikisi de sosyal değer yaratma önceliklidir. Kâr ise bu alanda amaçlara ulaşmada sadece bir araçtır. Benzer biçimde faaliyetlerini yerine getirmede çeşitli bağış, hibe, sübvansiyon gibi dışsal yardım ve destek yerine kendi kaynağını kendisinin yaratması söz konusudur. Diğer bir ortak nokta ise her ikisinin de sivil toplum kuruluşu olması ve sivil inisiyatif kullanmalarıdır.

Sonuç olarak ülkelerin gelişmişlik düzeyleri farklı olsa da kamu toplumun bütün ihtiyaçlarını karşılamada yetersiz kalmaktadır. Bu durumunun özellikle az gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerde daha fazla olduğu açıktır. Bu kapsamda bireylerin çeşitli ihtiyaçlarının karşılanması noktasında sosyal girişimcilere ve sosyal girişimcilik faaliyetlerine önemli görevler düşmektedir. Sosyal girişimciliğin girişimciler açısından taşıdığı önemin belirtilmesi ve bu yönde girişimciliğin teşvik edilmesi gerekmektedir.

KAYNAKÇA

- ABU-SAIFAN, Samer; (2012), “Social Entrepreneurship: Definition and Boundaries”, **Technology Innovation Management Review**, February, pp. 22-27.
- ALTUNTAŐ, Halil ve Muzaffer ŐAHİN; (2011), **Kur’an-ı Kerim Meâli**, Diyanet İşleri Başkanlığı: 542, Kaynak Eserler: 30, Ankara: Yenigün Matbaası.
- AUSTIN, James; Howard STEVENSON and Jane Wei-SKILLERN; (2006) “Social and Commercial Entrepreneurship: Same, Different, or Both?”, **Entrepreneurship Theory and Practice**, 30 (1), pp.1-19.
- AYOB, Noorseha; Ching Seng YAP; Dewi Amat SAPUAN and Md Zabid ABDUL RASHIDD; (2013), “Social Entrepreneurial Intention among Business Undergraduates: An Emerging Economy Perspective”, **Gadajah Mada International Journal of Business**, 15 (3), pp.249-267.
- AZNAVUR, Demirpolat ve Akça GÜRSOY; (2004), “Ahilik ve Türk Sosyo-Kültürel Hayatına Katkıları”, **Selçuk Üniversitesi Türkiyat Araştırma Dergisi**, 15, ss. 355-376.
- BAYRAM, Mikail; (1991), **Ahi Evran ve Ahi Teşkilatı’nın Kuruluđu**, Konya: Damla Matbaacılık.
- BOSCHEE, Jerr and Jim MCCLURG; (2003), “Toward a Better Understanding of Social Entrepreneurship: Some Important Distinctions”, pp.1-7, Internet Address: <http://www.pdfpedia.com/download/8961/towards-a-better-understanding-of-social-entrepreneurship-pdf.html>, Date of Access: 29.10.2015.
- BOZKURT, Tolga; (2014), “Orta Sandık”, **Ahilik Ansiklopedisi**, Ankara: T.C. Gümrük ve Ticaret Bakanlığı Yayınları, ss.174-175.
- ÇALISKAN, Yařar ve M. Lütfi İKİZ; (1993) , **Kültür ve Sanat Medeniyetimizde Ahilik**, Gelenek-Görenek ve İnançlar Dizisi:15, Ankara: Kültür Bakanlığı Halk Kültürlerini Araştırma ve Geliştirme Genel Müdürlüğü Yayınları.
- ÇETİNDAMAR, Dilek; Ercan TUTAL; Serra TİTİZ ve Őeyda TALUK; (2010), “Sosyal Dönüřümün Ajanları: Sosyal Girişimciler”, **Social Entrepreneurship Conference**, 4 Haziran, Ankara: Sabancı Üniversitesi, ss.1-7.
- DEES, Gregory J.; (2001), “The Meaning of Social Entrepreneurship”, Internet Address:http://www.fuqua.duke.edu/centers/case/documents/dees_sedef.pdf, Date of Access: 21.11.2015.
- DEMİR, Özlem; (2014), “Sivil Toplum Kuruluşları, Sosyal Girişimcilik, Kurumsal Sosyal Sorumluluk ve Sosyal İşletme”, **Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi**, 6 (2), ss.347-356.
- DEMİRCİ, Berat; (2010), **Beethoven’ın Gözleri**, İstanbul: Ferfir Yayınları.

- DURAK, İbrahim ve Atilla YÜCEL; (2010), “Ahiliğin Sosyo-Ekonomik Etkileri ve Günümüze Yansımaları”, **Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi**, 15 (2), ss.151-168.
- EKİNCİ, Yusuf; (1989), **Ahilik ve Meslek Eğitimi**, Ankara: Milli Eğitim Bakanlığı Yayınları.
- ERDEM, Ekrem; (2008), **Ahilik, Ahlakla Kalitenin Buluştuğu Bir Esnaf Teşkilatlanma Modeli**, Üçüncü Baskı, Ankara: Detay Yayıncılık.
- EROĞLU, Feyzullah; (2015), **Davranış Bilimleri**, Ondördüncü Baskı, İstanbul: Beta Yayınları.
- ERSOY, Ersan; (2012), “Geçmişten Günümüze Türk Toplumunun Yaşayan Mimarları: Ahiler”, **Türk Dünyası Araştırmaları**, 201, ss.171-184.
- FOWLER, Alan; (2000), “NGDOs as a Moment in History: Beyond Aid to Social Entrepreneurship or Civic Innovation?”, **Third World Quarterly**, 21(4), pp. 637–654.
- GÜNDÜZ, Ali Yılmaz; Mehmet KAYA ve Cahit AYDEMİR; (2012), “Ahilik Teşkilatında Ve Günümüzde Tüketicilerin Korunmasına Yönelik Çalışmalar Üzerine Bir Değerlendirme”, **Afyon Kocatepe Üniversitesi İİBF Dergisi**, 14(2), ss.37-54.
- HOWORTH, Carole; Susan M. SMITH and Caroline PARKINSON; (2012), “Social Learning and Social Entrepreneurship Education”, **Academy of Management Learning & Education**, 11(3), pp.371-389.
- İRMIŞ, Ayşe; (1998), “Bir Örgüt Kültürü Örneği Olarak Türk Milli Kültüründe Ahilik”, **Türk Yurdu**, 18 (126), ss.35-42.
- KAYALAR, Murat ve Elif Türkan ARSLAN; (2009); Ashoka’ya Üye Sosyal Girişimcilerin Türkiye ve Dünyadaki Faaliyet Alanlarının Karşılaştırılması, **Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi**, 1(1), ss.56-76.
- KILIÇ KIRILMAZ, Selma; (2014), “Sosyal Girişimcilik Boyutlarına Kuramsal Bir Bakış”, **Ekonomi ve Yönetim Araştırmaları Dergisi**, 3, ss.55-74.
- KILIÇ, Mahmut Erol; (2014), “Nîşâbur Mektebi”, **Ahilik Ansiklopedisi**, Ankara: T.C. Gümrü ve Ticaret Bakanlığı Yayınları, ss.159-161.
- KOÇAK, Orhan ve Ersin KAVİ; (2014), “Sosyal Politika Aktörü Olarak Sosyal Girişimci Belediyecilik”, **HAK-İŞ Uluslararası Emek ve Toplum Dergisi**, 3 (6), ss.26-49.
- KOROSEK, Ronnie L. and Evan M. BERMAN; (2006), “Municipal Support for Social Entrepreneurship”, **Public Administration Review**, May / June, pp.447-462.
- KOSTETSKA, Irina and Ivanna BEREZYAK; (2014), “Social Entrepreneurship As An Innovative Solution Mechanism Of Social Problems Of Society”, **Management Theory and Studies for Rural Business and Infrastructure Development**, 36 (3), pp.569-578.

- KURY, Kenneth Wm; (2012), “Sustainability Meets Social Entrepreneurship: A Path to Social Change through Institutional Entrepreneurship”, **IJBIT**, 4(3), pp.64-71.
- KÜMBÜL GÜLER, Burcu; (2011), “Yoksullukla Mücadelede Sosyal Girişimcilik: Ashoka Üyelerinden Sosyal Yenilikçi Örnek Uygulamalar”, **Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**, 13(3), ss. 79-111.
- LEADBEATER, Charles; (2001), **The Rise Of The Social Entrepreneur**, London: Demos.
- MAIR, Johanna and Ignasi MARTI; (2006), “Social Entrepreneurship Research: A Source of Explanation, Prediction and Delight”, **Journal of World Business**, 41, pp.36–44.
- MARANGOZ, Mehmet; (2013), **Girişimcilik**, İkinci Baskı, İstanbul: Beta Yayınları.
- MARTIN, Roger L. and Sally OSBERG; (2007), “Social Entrepreneurship: The Case for Definition”, **Stanford Social Innovation Review**, Spring, pp.27-39.
- MONTGOMERY, A. Wren; Peter A. DACIN and M. Tina DACIN; (2012), “Collective Social Entrepreneurship: Collaboratively Shaping Social Good”, **Journal of Business Ethics**, 111, pp.375–388.
- NANDAN, Monica and Patricia A. SCOTT; (2013), “Social Entrepreneurship and Social Work: The Need for a Transdisciplinary Educational Model”, **Administration in Social Work**, 37, pp.257–271.
- ÖCAL, Fatih Mehmet ve Bülent DARICI; (2013), “Ahilik Teşkilatı ile Değişen Dünyayı Yorumlamak”, **Konya Ticaret Odası Dergisi: Ahilik, Ahilik Teşkilatı ve Konya’daki İzleri, Yeni İpek Yolu, Konya Kitabı 14**, Özel Sayı, Aralık, ss.139-165.
- ÖZDEMİR, Süleyman; (2004), “Kâr Gütmeyen Kuruluşlar (KGK) ve Sosyal Refah’ın Sağlanmasında Artan Rolü”, **Sosyal Siyaset Konferansları Dergisi**, 48, ss.130-161.
- ÖZDEVECİOĞLU, Mahmut ve Ayşe CİNGÖZ; (2009), “Sosyal Girişimcilik ve Sosyal Girişimciler: Teorik Çerçeve”, **Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi**, 32, ss.81-95.
- ÖZTÜRK, Nurettin; (2002), “Ahilik Teşkilatı ve Günümüz Ekonomisi, Çalışma Hayatı ve İş Ahlakı Açısından Değerlendirilmesi”, **Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi**, 7, ss.43-56.
- PARKINSON, Caroline and Carole HOWORTH; (2008), “The Language Of Social Entrepreneurs”, **Entrepreneurship & Regional Development**, 20, pp. 285–309.
- POMERANTZ, Mark; (2003), “The Business of Social Entrepreneurship in A Down Economy”, **In Business**, 25 (2), pp.25-28.
- POPOVICIU, Ioan and Salomea A. POPOVICIU; (2011), “Social Entrepreneurship, Social Enterprise and The Principles of a Community of Practice”, **Review of Research and Social Intervention**, 33, pp.44-55.

- REYHANOĞLU, Metin ve Özden AKIN; (2012), “ Ticari Girişimciler Ne Kadar Sosyal Girişimcidir? ”, **Yönetim**, 23 (71), ss.8-23.
- SARIKAYA, Muammer; (2010), “Üçüncü Sektörde Yönetmel ve Kavramsal Dönüşüm: Sosyal Kâr Amaçlı Örgütler”, **C.Ü. İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi**, 11(1), ss.87-100.
- ŞANAL, Mustafa ve Mustafa GÜÇLÜ; (2007), “Bir Toplumsallaştırma Aracı Olarak Ahilik”, **Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**, 23(2), ss. 379-390.
- TATAR, Taner ve Mehmet DÖNMEZ; (2008), “Zihniyet ve İktisat İlişkisi Çerçevesinde Ahilik Kurumu”, **Doğu Anadolu Bölgesi Araştırmaları**, ss.294-202.
- USLU, İbrahim; (1999), “Bir Sosyal Siyaset Vasıtası Olarak Kâr Amacı Gütmeyen Kuruluşlar: A.B. D. Örneği”, Yayınlanmamış Doktora Tezi, İstanbul: İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- ÜLGER, Billur ve Gürdal ÜLGER; (2005), “Akhism as a Non-Governmental Association Model in the History of the Turkish Nation and Assessment of Today’s Business Ethics: A Relationship or a Contradiction?”, **Journal of Human Values**, 11(1), pp.49-61.
- WILLIAMS, Densil A. and Kadamawe A.K. K’NIFE; (2012), “The Dark Side of Social Entrepreneurship”, **International Journal of Entrepreneurship**, 16, pp.63-75.
- YILDIRIM SAATÇİ, Ezgi ve Selma ARIKAN; (2014), “Girişimcilikle Diğergamlık Harmanından Sosyal Girişimci Mi Çıkar? Kar veya Değer Maksimizasyon Vizyonunun Belirleyicisi Olarak Diğergamlık”, **Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi**, 5, ss. 103-114.
- YUNUS, Muhammed; (2006), “Social Business Entrepreneurs Are The Solution”, **Social Entrepreneurship**, in Nicholls ALEX (Ed.), **New Models of Sustainable Social Change**, UK: Oxford University Press, pp.39-44.
- YURTGEZEN, Ali; (2015), “Fütüvvet Ahlakına Ne Oldu?”, **Semerkand Dergisi**, Ağustos, ss.14-17.