

GASTRONOMİDEKİ UMUT: BİR SOSYAL GİRİŞİMCİLİK ÖRNEĞİ OLARAK HAYATA SARIL LOKANTASI*

HOPE IN GASTRONOMY: AS AN EXAMPLE OF SOCIAL
ENTREPRENEURSHIP ‘‘HAYATA SARIL LOKANTASI’’

Onur ÖZDEN

Çanakkale Onsekiz Mart Universtiy, Enstitute of SocialScience
Tourism Management Graduate Program OrcidId: 0000-0001-5132-4548

E-mail: on.ozden@gmail.com

Dr. Öğr. Üyesi Serdar SÜNNETÇİOĞLU

Çanakkale Onsekiz Mart University, Faculty of Tourism,
Department of GastronomyandCulinaryArts OrcidId: 0000-0003-0244-5874

E-mail: serdarsunnetcioglu@comu.edu.tr

Prof. Dr. Ferah ÖZKÖK

Çanakkale Onsekiz Mart University, Faculty of Tourism,
Department of GastronomyandCulinaryArts OrcidId: 0000-0002-7085-6117

E-mail: fozkok@comu.edu.tr

MAKALE BİLGİSİ	ÖZET
Anahtar Kelimeler: Gastronomi, Sosyal Girişimcilik, Hayata Sarıl Lokantası	Sosyal girişimcilik kâr amacı gütmeyen sivil toplum kuruluşlarıve kâr amacı güden özel sektör arasında kalan melez kuruluşların sosyal fayda sağlama esaslı faaliyetlerini açıklar. Turizm işletmelerinde son yıllarda kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinin arttığı görülmekte ancak sosyal girişim adı altında incelenebilecek bir uygulamaya çok sık rastlanmamaktadır. Bu çalışmada bir sosyal girişimcilik örneği olarak Hayata Sarıl Lokantası incelenmiştir. Kendi kendini finanse edebilen bu girişim, lokantacılık faaliyetleriyle elde ettiği gelir ile toplumdaki dezavantajlı bireylere ücretsiz beslenme, meslek edindirme ve psikolojik destekler vermektedir. Bununla birlikte paydaşlara ve çevreye saygılı bir politika sergilemektedir. Bu kapsamda lokanta faaliyetlerini derinlemesine irdelemek için nitel araştırma yöntemlerinden görüşme, gözlem ve katılımcı gözlem teknikleri kullanılarak veri toplanmıştır. Toplanan veriler betimsel analize tabi tutulmuştur. İncelenen sosyal girişimin sağladığı desteklerin fizyolojik ihtiyaçlardan sosyal ihtiyaçlara kadar geniş bir çerçevede olduğu görülmüştür. Yapılan bu örnek olay çalışması ile turizm sektörü başta olmak üzere diğer sektörlerdeki girişimlere örnek olması beklenmektedir.
DOI: 10.26809/joa.2018548597	

*Bu çalışma, 19-21 Nisan 2018 tarihlerinde Çanakkale/TÜRKİYE’de gerçekleşen 2. Uluslararası Rating Academy Kongresi: Umut temalı kongrede sunulmuş aynı isimli bildirinin gözden geçirilmiş halidir.

ARTICLE INFO	ABSTRACT
<p>Keywords: Gastronomy, Social Entrepreneurship, Hayata Sarıl Lokantası</p>	<p><i>Social entrepreneurship explains the social benefits supply-based activities of hybrid organisations that remain in between nonprofit non-governmental organisations and profit-oriented sectors. It has been seen that corporate social responsibility activities have increased in recent years in tourism establishments but an application that could be examined under the name of social enterprise haven't often been encountered. In this study "Hayata Sarıl Lokantası" examined as an example of social entrepreneurship. This self-financing enterprise provides disadvantaged individuals in the community free meal, providing job, and psychological support by means of earning income through restaurant activities. However, this follows a policy that is respectful to the partners and the environment. In this context, data was collected by using interviews, observations and participant observation techniques of qualitative research methods in order to investigate restaurant activities in depth. The collected data were subjected to descriptive analysis. It has been seen that the supports provided by the social enterprise are in a wide range from physiological needs to social needs. With this case study, it is expected that it will be an example for the enterprises in other sectors, especially tourism sector.</i></p>
<p>DOI: 10.26809/joa.2018548597</p>	

1. GİRİŞ

Turizm işletmelerinde son yıllarda kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinin arttığı görülmektedir. Ateşoğlu ve Türker (2010:219) Muğla ilinde yer alan konaklama işletmelerinin sosyal sorumluluk faaliyetlerini incelemiş ve uygulanan sosyal sorumluluk türlerini çevreye, eğitime, çalışanlara, tüketiciye, sağlığa, toplumsal olaylara, sportif ve kültürel faaliyetlere, ekonomik ve diğer işletmelere yönelik sosyal sorumluluk faaliyetleri olarak tespit etmiş bu faaliyetlerin genellikle çevreye ve eğitime yönelik gerçekleştiği tespit etmişlerdir. Türker ve Uçar (2013), Safranbolu'da faaliyet gösteren konaklama işletmelerinin sosyal sorumluluklarını araştırdıkları çalışmalarında otellerin sosyal sorumluluk ilkesi ile hareket ettiklerisaptamıştır. Buna göre otellerin müşterilere, topluma ve çevreye karşı sosyal sorumluluklar konusunda daha hassas davrandıkları, en az sorumluluk gösterdikleri paydaşın ise tedarikçiler olduğu belirlenmiştir. Yorulmazer ve Doğan (2017), Antalya'daki otel işletmeleri üzerinde yaptığı çalışmada kurumsal sosyal sorumluluğun çalışanlar ve toplum, müşteriler ve çevre, otel deneyimi ve müşteri memnuniyeti boyutlarının müşterilerin satın alma niyetine etkisi olduğu sonucuna ulaşmıştır. Görüldüğü üzere turizm sektöründe kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri özel sektör tarafından yürütülmekte ve sosyal fayda sağlamayı hedeflemektedir. Sosyal girişimler ise sosyal faydayı gözetme hizmetini kar maksimizasyonu yapmadan gerçekleştirmektedirler. Bu kapsamda sosyal girişim adı altında incelenebilecek bir uygulamaya çok sık rastlanmamaktadır. Hayata Sarıl Derneği bir sosyal sorumluluk projesi olarak başlayan ve 2017 yılında dernek statüsü kazanan bir sosyal girişimdir. Hayata Sarıl Derneği'nin, iktisadi girişimi olan Hayata Sarıl Lokantası finansmanını lokanta faaliyetleri ile bağışlar üzerinden sağlamaktadır. Mevcut personellerine ek olarak gönüllüler aracılığıyla da iş gücü desteği sağlayan lokanta; sağladığı kazancını dernek tüzüğü doğrultusunda dezavantajlı toplumsal gruplara beslenme, mesleki eğitim ve psikolojik destek sağlamak amacı ile kullanmaktadır.

On yıl öncesine kadar sosyal ve girişim kelimelerinin birlikte düşünülmesinin mümkün olmayan iki kavram olarak değerlendirildiği belirtilmektedir (Arthur, Keenoy ve Scott-Cato, 2006:1). Etimolojik olarak ise "sosyal" kavramının tabanı ve ekonomik olmayı çağrıştırdığını, "girişimci" kavramının ise bireysel, ekonomik ve finansal odaklı bir yapıya işaret ettiğini söylenmektedir (Aslan, Araza ve Bulut, 2012:71). Sosyal girişimler, sosyal nitelikler söz konusu olduğunda üçüncü sektör özelliklerini; iktisadi girişim söz konusu

olduğunda ise özel sektör özelliklerini barındıran kuruluşlardır. Bu nedenle karma yapıya sahip oldukları değerlendirilmektedir (Işık, 2018:239). Gastronomi alanında faaliyet gösteren ve bir sosyal girişim örneği olarak değerlendirilen “Hayata Sarıl Lokantası”nın fizyolojik ihtiyaçlardan sosyal ihtiyaçlara kadar tüm noktalarda etkin olduğu görülmektedir. Bu girişim ile insanların temel yeme-içme ihtiyaçlarının karşılanması yanı sıra dezavantajlı grupların her anlamda sosyal ve psikolojik ihtiyaçları sağlanmaktadır. Tüketicilerin de sosyal maksatlı iktisadi girişimlere ilgi gösterdiği anlaşılmaktadır. Bu ilgi özgecilik (alturizm) kapsamında açıklanabilmektedir. Dini, ahlâkive iyilikseverlik gibi duygular, kişinin toplumdaki diğer bireyleri göz önüne alarak onlara gönüllü yardım edebilme konusunda motivasyon oluşturabilmektedir (Palaz ve Boz, 2008: 98). Bu kapsamda bu çalışma ile girişimin yarattığı etkilerin derinlemesine incelenmesi önemli görülmüştür.

2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

2. 1. SOSYAL GİRİŞİMCİLİK

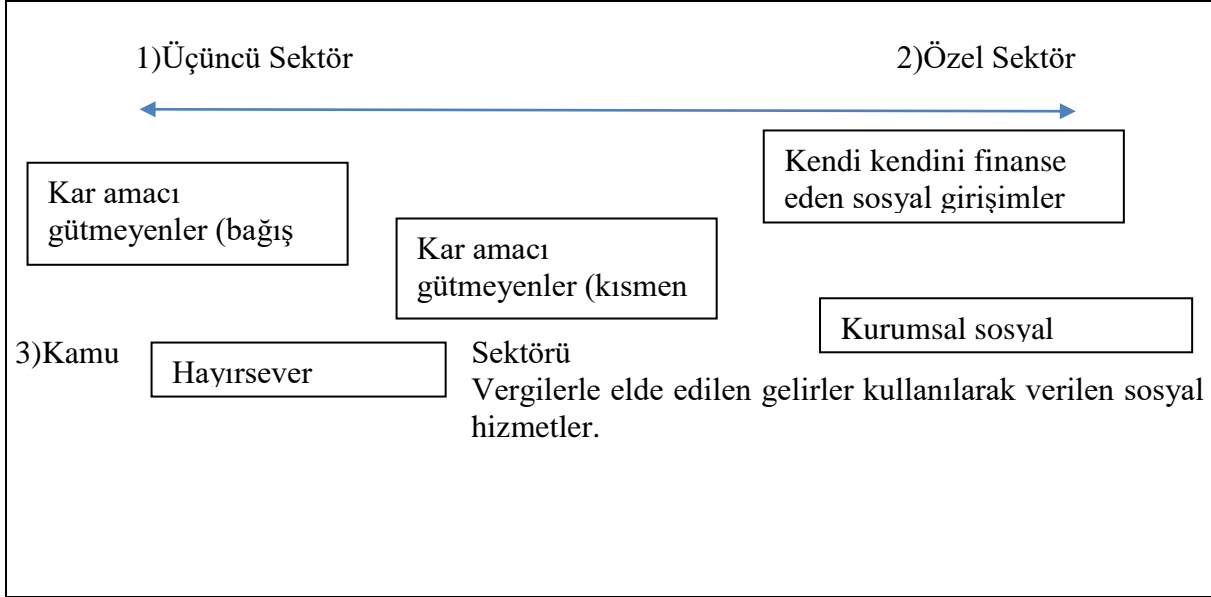
Girişimcilik içeriğinden bağımsız olarak vizyon, gerekli planlamaları yaparak vizyonu işlevsel hale getirebilecek bir lider ve gelişime açık bir yapı inşa edebilme becerisi olmak üzere 3 temel unsur içeren; fırsatların keşfedilip değerlendirilmesiyle birlikte yeniliğin ortaya konulması sürecin kapsayan bir yetidir (Thompson, Alvy, Less, 2000:329; Bozkurt ve Erdurur, 2013:59). Sosyal girişim ise temelde girişimcilik ile aynı prensipler üzerinden hareket etmekle birlikte sahip olduğu sosyal olma niteliği dolayısıyla kar maksimizasyonu yerine toplumsal problemlere odaklanan bir girişim türüdür (Ersen, Kaya ve Meydanoğlu, 2010:7). Saifan (2012:25), kar amaçlı girişimcinin ve sosyal girişimcinin farklı ve benzer özelliklerini sıralamıştır. Misyon odaklı olma, girişimci davranma, finansal olarak bağımsız, kendi kendine yetebilen ya da sürdürülebilir finansal yapıya sahip olma sosyal girişimcileri kar amaçlı girişimciden ayıran temel özelliklerdir. Kar amaçlı girişimciler yüksek başarılı, risk alan, örgütleyici, stratejik düşünen, değer yaratan, bütüncül yaklaşan ve arbitraj yapabilen kişilerken; sosyal girişimciler misyon lideri, duygusal, değişim katalizörü, sosyal değer ortaya üreten, sosyal uyarıcı, yönetici, vizyoner ve sorumlu kişilerdir. Yenilikçi, adanmış, inisiyatif alan, fırsat arayan, ısrarcı ve taahhüt eden olmak ise kar amaçlı girişimcilerin ve sosyal girişimcilerin ortak özellikleridir. Thompson, (2002:415) ise sosyal girişimcilerin özelliklerini şöyle sıralamıştır:

- İhtiyaç boşluğunu tespit etme ve fırsatla ilişkilendirme,
- Cevaplara hayal gücünü ve vizyonunu yerleştirme,
- Güvenli ve ihtiyaç duyulan kaynakları bulma,
- Girişimi kontrol etmek için uygun sistemi sunma,
- Engelleri ve riskleri ele alır, içsel risklerin üstesinden gelme,
- İhtiyaç duyulan ağları kurmak için gerekli kişileri bulmak ve motive etme

Kamu, özel ve üçüncü sektör dünya üzerindeki değişimlerden doğrudan etkilenmekle birlikte ülkelere sosyo-ekonomik anlamda temel teşkil etmektedirler. (Işık, 2013:115). Sosyal faaliyetlerin ağırlıklı olarak kamu tarafından finanse edildiği sosyal devlete karşı 1970’li yıllarda yükselen eleştiriler sözkonusu faaliyetlerin bu üç sektör üzerinde dağılımını değiştirmiştir. Kurumsal sosyal sorumluluk ile özel sektör ön plana çıkmaktayken üçüncü sektörün yükselişi ile kar amacı gütmeyen kuruluşların faaliyetleri belirginlik kazanmıştır (Işık, 2013: 119; Özyayın, 2013: 82). Sosyal girişimciliği oluşturan boyutlar, kültür ve araştırmacı bakımından farklı derinliklerde ele alınmakta, bu durum sınıflandırmayı zorlaştırmaktadır. (Aslan vd. 2012: 85). Sosyal girişimciler, Tablo 1 üzerinde yer alan kurumlarda faaliyet gösterebilmektedirler. Sosyal girişim, üçüncü sektör diye tanımlanan kar amacı gütmeyen kuruluşlar ile kar amacı güden özel girişimler arasında faaliyet göstermektedir. Esnek sınırlara sahiptir, bu nedenle kar amacı güden ve gütmeyen faaliyetleri birlikte yürütebilmektedir (Çetindamar, Tatal, Titiz ve Taluk, 2010). Kurumsal sosyal sorumluluk ise

özel sektör örgütleri tarafından gerçekleştirilmektedir. Çetindamar vd., (2010) dediği üzere yalnızca sosyal misyon odaklı olmaları, sosyal girişimleri diğer tüm örgüt formlarından ayırmaktadır.

Tablo 1. Sosyal Girişimcilerin Görev Yaptığı Örgüt Formları



Kaynak: Çetindamar, Tatal, Titiz ve Taluk'un(2010), Nicholls'dan (2006) faydalanarak geliştirdikleri model.

Cuiker, Trenholm, Carl ve Gekas (2011:107-109), 1987 – 2008 yılları arasında yayınlanan 567 makaleyi incelemiştir. 123 makalede gösterilen 274 örnek olay çalışması ya da örneği özelliklerine göre analiz etmiş tanımlamalarda tutarlılık olmadığını ve ampirik çalışmalara karşın teorik çalışmaların baskın olduğunu bildirmişlerdir. Ek olarak atıf verilen sosyal girişimcilik vakalarında temel hedefleri sırasıyla ekonomik gelişim, eğitim, sağlık, eşitlik arayışı, hizmet sunumu, çevre, şiddeti önleme olarak saptamışlardır. Aslan vd. (2012:85), Weerawardena ve Mort'un 2006 yılına kadar hazırladıkları sosyal girişimcilik özet tablosunu geliştirerek 1987 – 2012 yılları arasında yayınlanan çalışmalarını amaç, alan, anahtar boyutları ve tanımları çerçevesinde sınıflandırmış, sosyal girişimcilik ile ilgili yeterince ampirik çalışma yapılamadığını belirterek literatürün vaka analizleri üzerinde yapılan karşılaştırmalar ile teori oluşturma şeklinde ilerlediğini bildirmişlerdir.

Santos (2012:350), sosyal girişimciliği “ekonomide farklı bağlamlarda gerçekleşebilen, kendi kuralları ve mantığı ile çalışan değer yaratma odaklı bir inovasyon süreci” olarak tanımlamıştır. Yazar, sosyal girişimciliği modern toplumun getirdiği acil sorunların bazılarında değinmek ve kapitalizmi geliştirmek için uygun bir yaklaşım olarak değerlendirmiştir. Predo ve McLean (2006:64) sosyal değer yaratmak için öngörülü olmak ve bunlardan yararlanma, bir fikirden yararlanmak ya da yeni bir buluş yapma, ortalamanın üzerinde bir riski almak noktasında istekli olma, kaynak yaratma ve kıt kaynakları sürdürme noktasında ısrarlı olma başlıkları altında sosyal girişimciliğin çerçevesini çizmişlerdir.

Saifan(2012:27), yılında yaptığı çalışmasında kar amacı güden ve kar amacı gütmeyen sosyal girişimciliği tanımlayan literatürü gözden geçirmiştir. Sosyal girişimciliğin pratik anlamda geliştiğini fakat teorik anlamda bu düzeyde bir gelişme olmadığını aktarmıştır. Gelecek çalışmaların odak noktasının, sosyal girişimciliği yeni bir disiplin ve araştırma alanı olarak girişimcilik teorisine bağlamak olması gerektiğini söylemiştir. Araştırmacıların dikkatlerini sosyal girişimcilikle kesişen farklı alanlara, sosyal inovasyon ve kar amacı

gütmeyen kuruluşların yönetimi de dahil olmak üzere yeni araştırma soruları getirmek üzerine odaklamaları gerektiğini belirtmiştir. Işık (2018:255) Türkiye’de sosyal girişim istihdamını Ashoka Türkiye örneğinde analiz eden çalışmasında bireyleri sosyal girişimlerde çalışmaya teşvik eden faktörleri incelemiş; sosyal girişimlerin istihdam yarattıklarına, ekonomik büyümeye katkıda bulduklarına ve sosyal sorunlarla mücadele konusunda kamunun yükünü azalttıkları sonucuna ulaşmıştır.

Cuikervd. (2011) ve Aslan vd. (2012) ulaştığı sonuçlara uygun olarak literatürde yer alan çalışmaların genellikle teorik olduğu görülmüştür. Ampirik çalışmaların özellikle de yiyecek-içecek sektörüne yönelik çalışmaların durumu göz önüne alındığında çalışmanın literatüre katkı sağlayacağı değerlendirilmektedir.

3. YÖNTEM

Araştırma, nitel araştırma yöntemleri kullanılarak gerçekleştirilen durum çalışmasıdır. Durum çalışmalarında bir ya da birkaç durumun derinlemesine araştırılarak olabildiğince fazla sayıda bileşen hakkında bilgiye ulaşılması hedeflenir (Yıldırım ve Şimşek, 2016:73). Çalışmadayarı – yapılandırılmış soru formu aracılığı ile görüşme, gözlem ve katılımcı gözlem yöntemleri kullanılarak veri toplanmıştır. Gözlem bir ortam ya da kurumda gerçekleşen davranışı detayları ile birlikte tanımlamak için kullanılan bir veri toplama yöntemidir (Yıldırım ve Şimşek, 2016: 173). Görüşme katılımcının fikir ve gözlemlerinin öğrenilmesini sağlayan, katılımcı gözlem ise ekibin bire bir üyesi olarak gerçekleştirilen ve her gelişmeyi kayıt altına alabilme avantajı sağlayan veri toplama yöntemleridir (Kozak, 2015: 89-96). Araştırmada kullanılan iki veri toplama yönteminin yanında nitel araştırmalarda inandırıcılığı sağlamak için kullanılan veri çeşitlemesi yönteminin tesisini sağlamak maksadıyla katılımcı gözlem sırasında edinilen fotoğraflardan da faydalanılmıştır (Yıldırım ve Şimşek, 2016:279). Etik değerlere bağlı kalınması adına görüşme ve katılımcı gözlem öncesinde gerekli bilgilendirmeler yapılmıştır (Sönmez ve Alacapınar, 2017:183). Araştırma evreninde yer alan Hayata Sarıl Lokantası 7 Nisan 2018 tarihinde ziyaret edilmiştir. Ziyaret sırasında önce gözlem ardından girişimin fikir annesi aynı zamanda yönetim kurulu üyesi olan Ayşe Tükrükçü ile görüşme gerçekleştirilmiştir. Görüşme yaklaşık iki saat sürmüştür. Katılımcı gözlem yöntemi ise ücretsiz yemek servisi süresince işletmede gönüllü çalışılarak uygulanmıştır.

4. BULGULAR

4. 1. Sosyal Girişimde Bulunma Motivasyonu

Katılımcı, sosyal girişimde bulunma motivasyonunu çocukluk döneminde yaşadığı cinsel istismar ardından yurttan büyümesi, genelevde çalışması, toplumda yaşadığı kabullenilme sorunları, evsiz kalma süreci sonucunda yaşadığı deneyimler ve gerçekleştirdiği aktivist faaliyetler ile açıklamaktadır. Bu bulgulara ilişkin veriler aşağıda sıralanmıştır.

‘‘1996 yılında beni hiçbir şekilde bir kadın sığınma evine alınmadığımda... televizyonlara çıktığımda Hayrettin Bulan Şevkat-Der’de ilk defa bir genelev kadınına abla dediğinde ...’’.

‘‘O dönem 96 yılında Şevkat-Der’e gönüllü olarak hem mağdur hem gönüllüsüydim o süreçte hep aktivist olarak kaldım. Basına çıktım, televizyona çıktım, gazetelere çıktım’’.

‘‘Şu anda senin gibi oturup konuştuğumda, akşam gittiğimde ev sahibi beni kapıda bekliyordu. Kapıyı kilitlemiş, anahtarı değiştirmiş, eşyama kapıya koymuş, haydi sil baştan yapıyordum. Her defasında sil baştan, pes etme olayım çoktu’’.

‘‘2007’de bağımsız milletvekilliğine adaylığımızı koyduk. Toplumda yok sayılan tecavüz mağduru kadınlardan özellikle de vesikalı genelev kadınlarını ben olarak ben adaydım...bir

tanede biz trans istedik.O da 3. bölgede olsun dedik.Her yerde değişiklik olsun, insanlara topluma var olduğumuzu göstermekti''.

''2014 yılında da bir çorba vasıtası ile insanlara toplumda görmek istediğiniz değil de görmek istemediğinizi yüzünüze vurmaya çalıştık. 1,5 sen boyunca çorba yapıp dağıtım. İstanbul genelinde ve Türkiye genelinde belli oluşumlar oluştu ... ''

''Ben her gün aynı adama götürüp çorba veriyorum değişmesi lazım. Her gün ben bu adamı besliyorum aralarında ... her çeşit insanı var ve sokakta çocuk var yani bu çocuğa çorba verdiğimde yarın bu çocuk iki kişiyi daha getirecek. O iki kişi daha getirecek bu bir çare değil dedim''.

4. 2. Hayata Sarıl Lokantasının Amaçları

Katılımcı, Hayata Sarıl Lokantasının amaçlarını anlamak maksadı ile sorulan soruya **dezavantajlı gruplardan gelen bireylerin hayata entegre olabilmelerini sağlamak** cevabını vermiştir. Bu amaca ulaşabilmek amacıyla **konaklama, meslek edinme, psikolojik destek ve gıda desteği** sağladıklarını belirtmiştir. Entegre olma sürecini; 6 ay lokanta bünyesinde çalışma ve desteklerden faydalanma, lokantaya destek sağlayan şeflerin mutfaklarında staj ve iş hayatında tutunabilir bireylerin ortaya çıkması olarak üç basamakta planladıklarını söylemiştir.

''Burada çalışma süreci 6 ay ben dahilindeydi. 6 ay boyunca bizde çalışıp profesyonel mutfaklara yönlendirmemiz lazım''.

''Burayı geçiş olarak ve topluma yeniden kazandırmanın en ağır sürecini bizden alsın.Bizden geçirsın ondan sonra gittiği çalışacağı işyerlerinde daha profesyonel olsun daha yatkın olsun çünkü mutfağa girmemiş ile girmiş arasında farkı çözmek lazım''.

''... Burada 6 ay ondan sonra düzene sarılıyoruz.Burada 6 ay hayatın düzenine sarılıyoruz, buradaki 6 aydan sonra kendisine özellikle kendisine bireysel hayatına sarılmasına öncülük etmiş oluyoruz''.

''...Sokakta yaşayan evsizede ne yapıyorsun dersin örneğin akşamları buraya gelen her gün 100 – 120 en rekor sayımız 183 kişi buraya gelen evsiz 24 saat değil aylarca sokakta yaşıyor''.

''Kapasitesi 25 kişi şu vaziyette 25 kişi ama ben buraya 28 kişi oturturdum akşamları 25 kişi alıyorum gündüzleri şu anda 6 masamız var''.

4. 3. Girişimin Kamu ve Özel Sektör Sosyal Sorumluluk Faaliyetlerinden Farkı

Katılımcı mevcut girişimin kamunun ve özel sektörün gerçekleştirdiği sosyal faaliyetlerden ayrıldığı yönü anlamaya yönelik soruyu; evsizlerin kayıtsız olması, yardımların gerekli yerlere gitmemesi, yardım mantığı ile yapılan faaliyetlerin kişileri hantallaştırması ve bunların birleşiminden doğan problemlerin farklı bir çözüme ihtiyaç duyması başlıkları altında açıklamıştır.

''... Bir yılda 26.000 litre çorba dağıtmışım ve ben bunu belediyelere gittiğimde belediye şunu söyledi. ''Bende kayıtlı evsiz yok'' dedi. Evsizin kaydı olsa zaten evsiz olmaz dedim. Yani bir yılda 26.000 litre çorbayı dağıttığım çorbayı ikimiz karşılıklı mı içtik acaba hocam?''.

''Toplumda yok sayılmak sadece bize mahsus değil. Devlete de mahsus devlette kayıtlı evsiz yokmuş''.

''Biz burada bir yerde yasalar, hukuksal olarak bir yerlerin eksikliğini kapatmaya çalışan bir mekan olmuş olduk''.

“Bizim bu insanları hantal yaşamaktan çıkarmamız lazım topluma kazandırmak için ne yapabiliriz dedik”.

4. 4. Hayata Sarıl Derneğinin ve Lokantasının Finansal Yapısı

Hayata Sarıl Derneğinin ve lokantasının yapısını, başlangıç noktasından günümüze kadar süreci anlatarak açıklayan katılımcı finansman kısmında; **Yedi platformunun** etkinliğinde gerçekleştirdiği konuşmanın ardından bir **beyaz eşya firmasının 10.000 Türk Lirası kaynak aktarmasıyla derneğin kurulduğunu**, diğer firmaların da destekleri ile sürecin geliştiğini anlatmıştır. **Fazla Gıda** girişiminin marketler aracılığı ile atık olmaktan kurtararak sağladığı gıda maddesi desteğine değinmiştir. Bunların yanında lokanta faaliyetlerinden elde edilen kazancın da finansman amacı ile kullanıldığını eklemiştir.

“Finansı burası tamamıyla bağışlarla yürüyen ve sponsorlarla yürüyen bir lokanta ... Yedi diye Mehmet Gürs’ün programı bilirsin. Oraya gittik orada konuşmacıydım ... Grundig gastronomi olaylarında bizi dinledi”.

“...Ne yapabiliriz sizin için dediler bizde böyle bir yer açmak istiyoruz dedik. Örneğin ilk bize 10.000 Lira verip derneğimizi kurmamıza vesile olan Grundig’i”.

“Fazla gıda diye bir oluşumumuz var. Sağ olsunlar bunlar Migros, Carrefour’la iş birliği yapıyorlar. Örneğin ... sen alışverişte gittiğinde bunu beğenmediğin de şunu beğendin...”.

“...Müşteri almadıktan sonra Pazartesi, Çarşamba ve Cuma günleri bu gıda bana geliyor. Sebze gıda olan bize geliyor ve biz bunu akşam evsizlerin yemeğine kullanıyoruz burada...”.

4. 5. Hayata Sarıl Lokantasının Sağladığı Faydalar ve Gelecek Projeksiyonu

Katılımcı, 01/11/2017 – 22/02/2018 tarihleri arasında personellerinin 38 saat **psikolojik destek**, 24 saat aşçılığa giriş **eğitimi**, 3 saat ise endüstriyel **hijyen eğitimi** aldıklarını açıklamış; 760 kilo **gıdayı atık olmaktan** kurtardıklarını, 192 gönüllünün kendilerine desteğe geldiğini söylemiştir.

Katılımcı, Hayata Sarıl Derneğinin gelecekte projeksiyonuna yönelik soruya; lokanta ile birlikte **rehabilitasyon merkezi, çamaşır ve duş hizmetlerinin sunulduğu bir alan** tesis edilmesi ve bu alanın dernek politikaları doğrultusunda kullanılması cevabını vermiştir.

“Bir lokantamız olsun. Yanında küçük bir çamaşırhane olsun, duş alanı olsun ondan sonra bir de dedik yukarıda bir merkez olsun bunları topluma yeniden kazandırmak için...”.

“Bağımlılara bir merkezlere yatırıp tedavi amaçlı geleceğini o sokaktan alıp da yeniden kendi ayaklarının üzerinde durabilecek yer olsun dedik”.

“Lokanta evet hem çalışılsın hem yemek yenilsin yanda ... çamaşırhane ve duş alanı bir tane de bunların küçük küçük süreçli de olsa yukarıda hem tedavi merkezi...”.

Araştırmacılar, araştırma evreninde bizzat bulunmalarının avantajından yararlanarak Hayata Sarıl Lokantasında gönüllü çalışarak gözlem ve katılımcı gözlem gerçekleştirmişlerdir. Gerçekleştirilen gözlem sonucunda işletmenin piyasa faaliyetlerini gerçekleştirme noktasında emsali herhangi bir yiyecek-içecek işletmesinden bir farkının olmadığı, müşterilerinin geniş bir sosyo-ekonomik durum grafiğine sahip oldukları, beş personelinin olduğu ve işletmenin dernek politikalarını destekleyecek şekilde düzenlendiği gözlemlenmiştir. Gerçekleştirilen katılımcı gözlem sonucunda gönüllülerin geniş bir sosyo-ekonomik durum grafiğine sahip oldukları, gönüllülerin sosyo-ekonomik durumlarından bağımsız olarak tüm işleri yaptıkları, altısı

gönüllü dokuz personel ile iki saatlik zaman dilimi içerisinde seksen dört kişiye ücretsiz yemek verilebildiği, işletmede sağlanan uyumun dezavantajlı gruplardan gelen personellerin hayata sarılmalarını kolaylaştırdığı ve sağlanan hizmetlerin bir sosyal fayda sağladığı gözlemlenmiştir.

5. SONUÇ

Hayata Sarıl Lokantası'nın bağışlar ile kar amaçlı faaliyetleri bir arada yürüten bir sosyal girişim olduğu görülmüştür. İçerisinde toplumda dezavantajlı gruplardan gelen kişilerin de olduğu personelleri ile lokanta faaliyetlerinde profesyonel bir hizmet sağlamaları girişimin hem piyasa bazlı hem de sosyal bazlı amaçlarını tesis etme noktasında başarılı olduğunu göstermektedir. Motivasyonunu, bizzat toplumda var olma mücadelesi vermiş insanların yaratmak istediği sosyal değişimden aldığı değerlendirilen girişimin kamunun sosyal devlet, özel sektörün sosyal sorumluluk faaliyetlerinden farklı olarak destek olduğu kişilerin temel fizyolojik ihtiyaçlarından, sosyal adaptasyonuna kadar birçok noktada etkin olduğu gözlenmiştir. Söz konusu etkinlik, dezavantajlı bireylerin iş gücüne katılımı bakımından DownCafeler ile benzerlik taşımaktadır (DownCafe, 2018).

Girişimin, salt yardım yaklaşımından farklı olarak yemek desteği, psikolojik destek, iş desteği ve meslek kursları vererek süreç içerisinde hayata sarılan bireyler oluşturma yaklaşımının bir sosyal değer yarattığı değerlendirilmektedir. Bu durum Saifan'ın (2012:25) bildirdiği sosyal girişimci özellikleri ve Predo ve McLean'ın (2006:64) çizdiği sosyal girişimcilik çerçevesi örtüşmektedir. Girişim istihdam yaratmakta, sosyal problemlerin çözümünde kamuya yardımcı olmakta bu sayede sahip olduğu kalıcı çözüm mantığı ile bir değişim yaratmaktadır (Işık, 2018:255). Gözlem sonucunda gönüllülere dair elde edilen bulgular bu değişimin sadece dezavantajlı bireyler tarafında gerçekleşmediğini, gönüllüler ve müşteriler tarafında da etkili olduğunu göstermektedir. Bu doğrultuda özgeci tutumlarda bulunan bireylerin bu tarz sosyal girişimlere destek vermeye eğilimli oldukları ve yalnızca karşı tarafa faydalı olma güdüsünde hareket ettikleri anlaşılmıştır. TÜSEV Sosyal Girişimler ve Türkiye İhtiyaç Analizi Raporu'nda belirtildiği üzere sosyal girişimciliğin odak noktasında üniversiteli gençlerin yanı sıra sosyal piramidin altında yer alan diğer kişiler de bulunmalıdır. Piramidin her kesiminin sosyal girişimlerin, bir istihdam ve sosyaldeğişim aracı olabileceğini içselleştirmesi gerekmektedir (Ersen vd. 2010:23). Hayata Sarıl Lokantası örneğinde görüldüğü üzere girişimcisinden gönüllüsüne kadar her bireyin bu gerekliliği sağladığı görülmektedir.

Literatürde sosyal girişimcilik konusunda teorik çalışmaların yanı sıra uygulamalı çalışmaların da yapılması gerekliliğine vurgu yapılmıştır. Bu çalışma ile literatüre uyum olarak ampirik bir çalışma gerçekleştirilmiştir. İlerideki çalışmalarda lokantaya gelen müşteri motivasyonları ve deneyimleri araştırılması gereken unsurlar olduğu düşünülmektedir. Ayrıca sosyal girişimler üzerine yapılan çalışmaların artmasıyla tüm paydaşlar açısından farkındalığın artacağı ve sosyal girişimlerin daha nitelikli destek bulacakları düşünülmektedir.

KAYNAKÇA

- ARTHUR, L., KEENOY, T., SCOTT-CATO, M. (2006). "Where is the 'social' in socialenterprise?". *3rd Annual Social Enterprise Conference*, 22-23 June, London South Bank University, London.
- ASLAN, G., ARAZA, A., BULUT, Ç. (2012). Sosyal Girişimciliğin Kavramsal Çerçevesi. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 7(2), 69 – 88.
- ATEŞOĞLU, İ., TÜRKER, A. (2010). Konaklama İşletmelerinin Sosyal Sorumluluk Faaliyetlerine Yaklaşımı: Muğla İli Örneği. *Süleyman Demirel Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi*, 15(3):207-226.
- BOZKURT, Ö., ERDURUR, K. (2013). Girişimci Kişilik Özelliklerinin Girişimci Kişilik Eğilimindeki Etkisi: Girişimciler Üzerinde Bir Araştırma. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 8(2), 57 – 78.
- CUİKER, W., TRENHOLM, S., CARL, D., GEKAS, G. (2011). SocialEntrepreneurship: A Content Analysis. *Journal of strategic Innovation and Sustainability*, 7(1), 99-119.
- ÇETİNDAMAR, D., TUTAL, E., TİTİZ, S., TALUK, Ş. (2010). "Sosyal Dönüşümün Ajanları: Sosyal Girişimciler", *Social Entrepreneurship Conference*, Temmuz, SakıpSabancıMuseum, İstanbul.
- DOWN CAFE. (2018). <http://www.downcafe.org/basinda-biz/> (Erişim Tarihi: 14.06.2018).
- ERSEN, B. T., KAYA, D., MEYDANOĞLU, Z. (2010). Sosyal Girişimler ve Türkiye İhtiyaç Analizi Raporu. İstanbul: TÜSEV Yayınları.
- İŞİK, V. (2013). Kurumsal sosyal Sorumluluğun Değiştirdiği Çalışma Kavramı ve Yeni Bir Çalışma Alanı Olarak Sosyal Girişimler. *Sosyal Güvenlik Dergisi*, 3(1), 101 – 131.
- İŞİK, V. (2018). Değişen Çalışma Anlayışı ve sosyal Girişimler: Ashoka Türkiye Üyeleri Üzerine Bir Alan Araştırması. *Üçüncü Sektör sosyal Ekonomi*, 53(1), 229-258.
- KOZAK, M. (2015). *Bilimsel Araştırma: Tasarım, Yazım ve Yayım Teknikleri*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- ÖZAYDIN, M. M. (2013). Refah Devletinin Krizi, Sosyal Politikanın Dönüşümü ve Yükselen Sivil Toplum. *Hak – İş Uluslararası Emek ve Toplum Dergisi*, 2(3), 75 – 91.
- Palaz, S. Boz, İ. (2008). Üniversite Mezunu Yetişkinlerin Farklı Organizasyonlarda Gönüllü Hizmet Vermesini Etkileyen Faktörler. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*. 11(19), 95-106.
- PREDO, A. M., MCLEAN, M. (2006). SocialEntrepreneurship: A Critical Review of theConcept. *Journal of Word Business*, 41, 56 – 65.
- SAİFAN, S. A. (2012). SocialEntrepreneurship: Definition andBoundaries. *TechnologyInnovation Management Review*, February 2012, 22-27.
- SANTOS, F. M. (2012). A positiveTheory of SocialEntrepreneurship. *Journal of Business Ethics*, 111(3), 335 – 351.
- SÖNMEZ, V., ALACAPINAR, G. (2017). *Örneklendirilmiş Bilimsel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Anı Yayıncılık.
- THOMPSON, J., ALVY, G., LESS, A. (2000). SocialEntrepreneurship - A New Look at the People andthePotential. *Management Decision*, 38(5), 328 – 338.

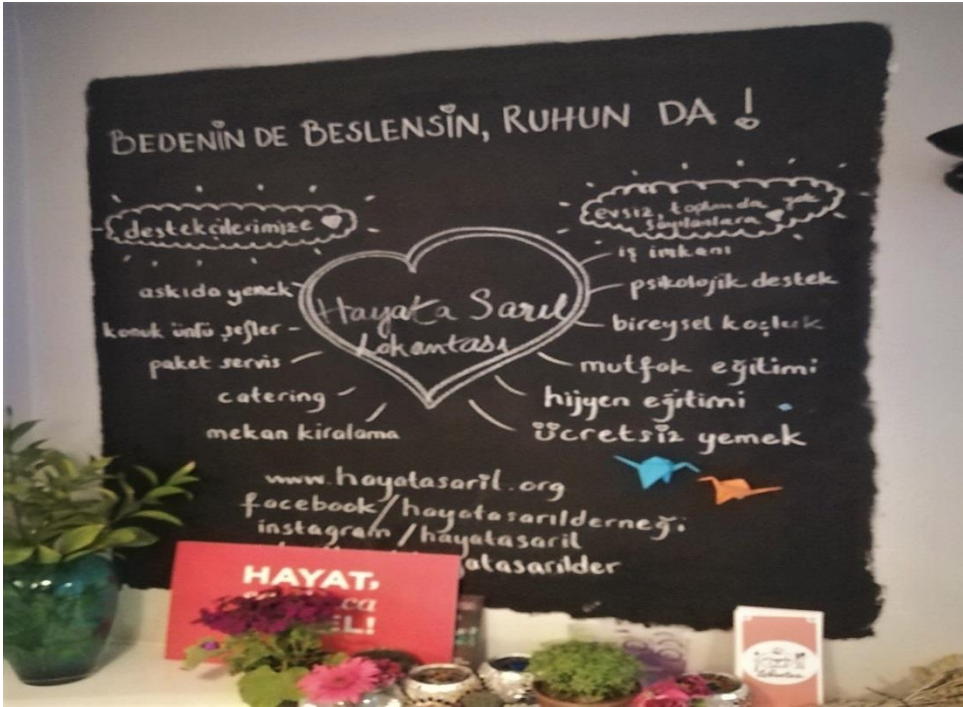
- THOMPSON, J. L. (2002). The World of the Social Entrepreneur. *International Journal of Public Sector Management*, 15(5), 412-431.
- TÜRKER, N. UÇAR, M. (2013). Konaklama İşletmelerinin Sosyal Sorumlulukları *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 5/3, 155-183.
- YILDIRIM, A. ve ŞİMŞEK, H. (2016). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- YORULMAZER, G., DOĞAN, O. (2017) Turizm İşletmelerindeki Kurumsal Sosyal Sorumluluk Uygulamalarının Satın Alma Niyeti Üzerindeki Etkileri: Turistlere Yönelik Bir Araştırma. *Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Elektronik Dergisi*, 8 (21), 49-75.

EKLER

EK-1. Hayata Sarıl Lokantası



EK-2. Hayata Sarıl Lokantası Faaliyetleri



EK-3. Hayata Sarıl Lokantası Sponsorları

