

ÜNİVERSİTELERDE SOSYAL GİRİŞİMCİLİK ÖĞRENCİ KILAVUZU 2015



İÇİNDEKİLER

■ Proje Hakkında	2
TOG Hakkında	2
Ashoka Hakkında	2
■ Sosyal Girişimci Kimdir?	3
■ Neden "Sosyal Girişimci"?	3
■ Bazı Tanınmış Sosyal Girişimciler	3
■ Bazı Türkiyeli Sosyal Girişimciler	4
■ Ashoka'nın Sosyal Girişimcilik Kriterleri	4
■ Vaka Çalışması 1: Bart Weetjens - Kahraman Sıçanlar	5
■ Vaka Çalışması 2: Tülin Akın - Tarımsal Pazarlama	6
■ Vaka Çalışması 3: Howard Warman - Güneş Enerjili Kulak	8
■ Sosyal Girişimcilik Siteleri	10
■ Üniversitelerin Rolü	11
■ SEN Ne Yapabilirsin?	11
■ Toplumsal Organizasyonlarla Birlikte Çalışma	12
■ Kampüslerde katılım sağla!	12
■ Vaka Çalışma: Tulane Üniversitesi'nde Değişim Yaratıcılar	12
■ Örnek Olay Arizona Devlet Üniversitesi	13
■ Sosyal Yenilik Yarışmasına Katıl	13
■ Neden kendi girişimini başlatmayasın?	14
■ Sosyal Girişimcilik İşleri Kurarken	14
Akılda Tutulacak Bazı İp Uçları	
■ Tüm Kampüsün Kültürünü Değiştirme	15

INDEX

■ Project	17
About TOG	17
About Ashoka	17
■ What is a Social Entrepreneur?	18
■ Why "Social" Entrepreneur?	18
■ Some well-known Social Entrepreneurs	18
■ Some Turkish Social Entrepreneurs	19
■ Ashoka's Criteria for Social Entrepreneurship	19
■ Case Study 1: Bart Weetjens - Hero Rats	20
■ Case Study 2: Tülin Akın - Agricultural Marketing	21
■ Case Study 3: Howard Warman - Solar Ear	23
■ Social Entrepreneurship in Web Pages	25
■ The Role of Universities	26
■ What can YOU do?	26
■ Team Up with Community Organizations	27
■ Get your campus engaged!	27
■ Case Study: TUchangemakers at Tulane University	27
■ Case Study Arizona State University	28
■ Get Involved in a Social Innovation Competition	28
■ Why not start your own venture..?	29
■ Some tips for Social Start ups to bear in mind	29
■ Changing the Culture of a Whole Campus	30

Toplum Gönüllüleri Vakfı
Üniversitelerde Sosyal Girişimcilik Projesi

Gençlik Araştırmaları ve Politikalar Departmanı
İstanbul, Eylül 2015

@Toplum Gönüllüleri Vakfı
Yazışma Adresi:
Hobyar Mh Aşirefendi Cad Ankara-Konya Han
No.20 K.4 34112 Eminönü - İstanbul
Telefon: 0212 522 10 30
Web: www.tog.org.tr
E-posta: info@tog.org.tr

İçerik ve Yayın Ekibi:
Nick McGirl, Başak Tuğsavul, Ekin İlke Keleşoğlu
Görsel Tasarım:
Deniz Ergüner
Baskı & Cilt:
Alkan Matbaa Berkay Pasajı No: 7/1
Mecidiyeköy - İstanbul

Üniversitelerde Sosyal Girişimcilik: Öğrenci Kılavuzu

On yılı aşkın bir süredir, sosyal girişimcilik alanı çok hızlı bir şekilde büyüyor. Dünyanın dört bir yanında olduğu gibi, Türkiye'deki üniversitelerde de pek çok ders ve eğitim olanakları daha önce hiç olmadığı kadar erişilebilir bir hale geliyor. Ayrıca, toplumsal sorunlarla mücadele ederken 'toplumsal sorumlululuğun' ötesinde düşünüp sistemi değiştirebilecek çözümler üretme ihtiyacı da acil bir biçimde karşımıza çıkıyor.

Bununla birlikte, pek çok öğrenci bu yeni ve gelişmekte olan alan hakkında nasıl ve nereden bilgi edinmeye başlayabileceklerini ve bu alan içinde nasıl yer alacaklarını bilmiyor. Bu kılavuzun amacı bu ihtiyacı karşılamaktır.

Bu kılavuz aracılığıyla sizlere;

- Sosyal girişimciliğe, bireylerin vaka çalışmalarını da içeren **kapsamlı bir giriş**
- Toplumsal değişime dair daha detaylı bilgi edinmeniz için **kaynaklar**
- Üniversite kampüslerinde çalışırken benzerlerini gerçekleştirebileceğiniz sosyal girişimcilik **modelleri**
- Bir sosyal girişimcilik kulübü kurmak, bir girişim başlatmak ya da mevcut bir kulübe sosyal girişimcilik temelli bir bakış açısı kazandırmak ile ilgili **fikirler**

önermeyi hedefliyoruz.



Bu yayında yer alan organizasyonlar

TOG Hakkında

2002 yılında kurulan **Toplum Gönüllüleri Vakfı (TOG)**, gençlerin gönüllü olarak sosyal sorumluluk çalışmalarına katılmasını sağlayarak kişisel gelişimlerine katkıda bulunuyor. Böylece gençlerin gönüllülük temelinde toplumsal katılımlarını arttırarak daha bağımsız, kendine güvenen bireyler olmaları yolunda onlara destek oluyor. Türkiye'nin 77 ilinde gençlik grubu veya üniversite topluluğu/kulübü olarak faaliyet gösteren ve 123 örgütlenme ile aktif olan Toplum Gönüllüsü gençler, ortak ilke ve değerlerle, toplumsal barışı sağlamak için TOG çatısı altında biraraya geliyor. **TOG 2012 yılından beri ABD Büyükelçiliği'nin desteğiyle Üniversitelerde Sosyal Sorumluluk ve Sosyal Girişimcilik Projelerini** hayata geçiriyor.

Ashoka Hakkında

Ashoka: Toplum Yenilikçileri, 1980 yılında dünyanın dört bir yanındaki sosyal girişimleri desteklemek amacıyla oluşturulmuş bir organizasyondur. Günümüzde bu ağ, 80' i aşkın ülkede, 3000 Ashoka üyesiyle faaliyet göstermektedir. Ashoka değişim yaratan bireylerden oluşan bir dünyayı gerçekleştirmeyi hedefliyor. Bu dünyada toplumsal sorunlara hızlı ve etkili bir şekilde çözümler üretiliyor. Bu dünyanın parçası olan özgür, kendine güvenen ve dayanışma ağları içinde hareket eden bireyler sorunlarla yüzleşebiliyor ve değişimi tetikleyebiliyorlar. Ashoka herkesin değişim yaratan bir birey olduğu bir dünyaya uzanan yolda yüksekokulları ve üniversiteleri temel stratejik ortakları olarak görmektedir.

Sosyal Girişimci Kimdir?¹

Sosyal girişimciler toplumun önde gelen sorunlarına yenilikçi çözümler getiren bireylerdir. Tıpkı ticari girişimciler gibi yaklaşımlarında sorunları ve fırsatları fark etme, doğru değerlendirme, risk alma ve yenilikçi yollarla çözümleme yollarına gider; kendilerini söz konusu sosyal sorunun çözümüne adanmışlar.

Sosyal girişimcilerin bir diğer ortak yaklaşımı, ele aldıkları alanlarda benzer vakaları tek tek düzeltmektense toptan değişim yaratmaları, çözümlerini yaygınlaştırarak sorunun

uzun vadede ortadan kaldırılmasını hedeflemeleridir.

Her sosyal girişimcinin yeni fikri uygulanabilir, kolay anlaşılır, etik ve o bölgede yaşayanların geniş desteğini mobilize eder olmalıdır. Böylelikle bireyler, kendi hakları için ayağa kalkarak bu yeni fikri uygulamak için harekete geçerler.

Bir anlamda sosyal girişimciler, harekete geçirse her şeyin mümkün olduğunu kanıtlayan örnek kişiler ve yerelde değişim yaratıcılara liderlik edenlerdir.

Neden "Sosyal Girişimci"?

İş dünyasının yüzünü değiştiren girişimciler gibi, sosyal girişimciler de toplumsal dönüşümün önemli araçlarıdır. Başkalarının göremediklerini görerek yeni fırsatlar yaratırlar, sistemleri değiştirirler ve yeni yaklaşımlar inşa ederek toplumun önemli sorunlarına çözüm üretirler.

Ticari bir girişimcinin yeni sanayiler kurması gibi, sosyal

girişimciler de toplumsal sorunlara yenilikçi çözümlerle yaklaşırlar ve bu çözümleri geniş ölçekte uygularlar.

Sosyal girişimciler, en beklenilmeyen bağlamlarda bile, yüzlerce ve binlerce kişiyi etkileyerek bir araya gelmelerini sağlamak ve toplumsal değişimi gerçekleştirecek değişim yaratıcılara dönüşmelerine destek olmaktadır.

Bazı Tanınmış Sosyal Girişimciler

Muhammad Yunus - Mikro-finans ve Grameen Bank'ın kurucusu; 2006 Nobel Barış Ödülü Sahibi.

Kailash Satyarthi - Çocuk istihdamıyla mücadelede küresel bir lider ve öncü; 2014 Nobel Barış Ödülü Sahibi.

Mary Gordon - Sınıflara bebekler getirerek okullardaki zorbalık ve saldırganlıkla mücadele eden bir program olan Empatinin Kökleri'nin kurucusu.

Jimmy Wales - İşbirliği esasına dayanan ve kullanıcıların birlikte oluşturduğu, bugün dünyanın en geniş kapsamlı ansiklopedisi olan Wikipedia'nın kurucusu.

Casey Fenton - Güven ve kültürlerarası anlayışa dayalı küresel bir topluluk olan Couchsurfing'in kurucusu.

Sosyal girişimcilik kelime dağarcığımızı giren yeni bir kavram olmasına rağmen, sosyal girişimci yeni bir kategori değildir. Örneğin kendi zamanlarında sistemleri değiştiren aşağıdaki iki kadını düşünün.

Maria Montessori - Çocuk eğitiminin erken evresine Montessori yaklaşımını getirerek sayısız anaokulunun açılmasına ve eğitime olan bakış açımızın değişmesine neden olmuştur.

Florence Nightingale - En eski hemşirelik okulunun kurucusudur. Hemşireliği güvenilen ve daha fazla gelir getiren bir mesleğe dönüştürmüş ve dünya genelinde hasta tedavisini radikal olarak geliştirmiştir.

Bazı Türkiyeli Sosyal Girişimciler

Victor Ananias - Buğday Derneği'nin kurucusu ve Türkiye'deki organik hareketin hızlandırıcısıdır.

Bedriye Hulya - B-fit sadece kadınlara yönelik spor salonu ve kapasite geliştirme üzerine kurduğu bayilik sistemi yoluyla kadın girişimcileri güçlendirmektedir.

Ercan Tatal - Düşler Akademisi ve Alternatif Yaşam Derneği'nin kurucusudur. Engelli bireylerin aktif vatandaşlar olarak toplumsal yaşamın her alanına katılımlarının sağlanmasını hedeflemektedir.

Ashoka'nın Sosyal Girişimcilik Kriterleri

1. Sistem değişikliği mi? Peki çözüm yapısal mı? Çözüm toplumla ya da çevreyle ilgili ve geniş ölçekli bir sorunu ele alıyor mu? Sadece belirtilere odaklanmak yerine sorunun kökenine iniyor mu?

2. Yenilikçi mi? Belirtilen fikir diğer önerilen çözümlerin arasında öne çıkıyor mu?

3. Ölçeklendirilebilir mi? Çözüm pek çok insana ulaşıp ulusal ve uluslararası bir etki yaratacak potansiyele sahip mi?

4. Yinelenebilir mi? Çözüm diğer alanlara da uygulanabilir mi? Bu daha önce gerçekleşti mi?

5. Ölçülebilir mi? Sosyal girişimcinin çözümünün etkisi nasıl ölçülebilir?

6. Sürdürülebilir mi? Sosyal girişimcinin çözümü finansal olarak sürdürülebilir mi?

Ele aldıkları toplumsal sorun ne kadar öncelikli?

Vaka Çalışması 1: Bart Weetjens – Kahraman Sıçanlar



Kara mayınları dünya genelinde savaşlardan yıllar sonra bile milyonlarca insanın ölümüne neden oluyor. Bart Weetjens tüberkülozun yanı sıra patlayıcıları etkin bir şekilde tespit edebilen dev keseli sıçanları eğitti.

SORUN

Kara Mayınlarının Yasaklanması için Uluslararası Kampanya'nın verilerine göre, 84'ün üzerinde ülkede her yıl ortalama 55 milyon kara mayını ve patlamamış mühimmat, 10,000 ile 20,000 arasında insanın ölümüne neden olmaktadır.

Her gün yaklaşık 40 ile 50 kişi kara mayınları yüzünden ölmekte ya da sakat kalmaktadır ve her yıl çatışma bölgelerine 40,000 yeni kara mayını yerleştirilmektedir.

Kara mayınları insan hayatını pek çok farklı şekilde etkilemektedir. Hâlihazırda dünya genelinde yaklaşık 526.091 hektar kara alanı mayınlarla kaplıdır. İç savaşlar, genellikle, insanların geçimlerini tarımla sağladıkları şehir merkezlerinden uzak bölgelerde gerçekleşmektedir. Bu alanlardaki tarım faaliyetleri topluca durmuştur ve geçmişte bu alanlarda yaşayan milyonlarca insan şu an ya kamplarda yaşıyorlar ya da mülteci statüsündeler. Kara mayınları ayrıca



sağlık hizmetlerinin, insani yardımların ve yol inşaatlarının yapılmasını aksatmış ve bu durum kıtlıklara, yetersiz beslenmeye, kötü sağlık koşullarına ve mayın patlamasında hayatta kalan kişilerde psikolojik travmalara neden olmuştur.

Bir alanın mayından arındırılması pek çok teknolojiye dayanmaktadır. Günümüzde başvurulan mayından arındırma yöntemleri özellikle bu sorundan fazlasıyla etkilenen Afrika ülkelerinde oldukça pahalıdır. En çok kullanılan mayından arındırma yöntemi metal bulucular aracılığıyla elle yapılan temizlemedir. Bu aşırı yavaş bir yöntemdir. Bir insan günde ancak 50 metre tarama yapabilir. Etkin olmayan bu yöntem fon sağlayıcıların ilgilerini kaybetmelerine neden olmaktadır. Elle mayın temizleme tekniklerini kullanarak dünyayı tüm kara mayınlarından arındırmak beş yüz yıl sürecektir.

STRATEJİ

Bart'ın daha ucuz, daha hızlı ve ölçeklendirilebilir fikri Sahra Altı Afrika endemik türlerinden olan Afrika dev keseli sıçanının koku alma duygusuna dayanmaktadır.

Bart üç eğitimli mayın temizleme uzmanı ve mayınları tespit etmek için eğitilmiş bir sıçandan oluşan ekipler kurmuştur. Yerel halkın mayın temizleyicisi olarak çalışmasına dayanan bu girişim, sadece ekonomik açıdan dezavantajlı gruplara iş imkanı sağlamakla kalmamakta, ayrıca ölüm riskini ve mayın temizleme maliyetini de düşürmektedir. Bu iş, önemli bir değişim imkânı yaratmakta ve yerel topluluklara, yabancı desteklere muhtaç olmadan kendi güçlerini geri kazandırmaktadır.

Fareler, insan rakiplerine göre daha ucuz ve hızlılar: Apopo sıçanlarının her biri 200 m2 alanı sadece 20 dakikada tarayabilirken, metal bulucu kullanan insanların aynı alanı taraması 5 gün sürebiliyor.

Sıçanlar patlayıcıların kokusuyla diğer kokular arasındaki

farkı, buldukları her doğru numune için ödüllendirilerek öğreniyorlar. Eğitimi tamamlayan resmi Kahraman Sıçanlar, proje için yaratıcı pazarlama ve kaynak sağlama kampanyalarının merkezinde yer alıyorlar.

Bağımsızlık mücadelesi ve sonrasında 15 yıllık iç savaş esnasında yoğun bir şekilde mayınlandırılan Mozambik, Apopo' nun KAHRAMAN sıçanları sayesinde mayınlarından temizleniyor ve resmi olarak mayınsız bölge ilan edilmeyi bekliyor.

Bart şimdi bu sıçanları, tüberkülozun teşhisi gibi başka alanlarda da kullanıyor. Apopo sıçanları insanlar tarafından teşhis edilememiş 7.000'den daha fazla tüberküloz hastasına, 24.000 den fazla ek enfeksiyon vakasına erken tanı koyarak teşhis oranlarını %45 oranından daha fazla yükseltmiştir. (Kaynak: The Guardian, Sam Jones, 5 Mart 2015)

Vaka Çalışması 2: Tülin Akın – Tarımsal Pazarlama



Tülin Akın, Türkiye'deki üç milyon çiftçi ailenin, topluma ve ekonomiye bütünlüklü ve etkin katılımını gerçekleştirmek için altyapı işlevi görecek bir bilgi teknolojileri platformu inşa etmektedir.



SORUN

Tarımsal faaliyetler, Türkiye'nin ekonomik ve sosyal yapısında önemli bir role sahiptir. Nüfusun üçte biri geçimini tarımsal faaliyetlerden sağlamaktadır ve tarım kırsal alanlardaki en büyük istihdam alanıdır (yüzde 70' in üzerinde). Bu kilit rolüne

rağmen, Türkiye’de tarım sektörü, finansal yatırım, bilgi ve teknolojilere ulaşım açısından ciddi sorunlarla karşılaşılacak bir alandır. Bu sorunlar, çiftçilerin eğitim seviyelerini, verimliliği ve pazarlama imkânlarını olumsuz etkilemekte ve tarım sektörünü yatırımcılarla daha genç nesiller için daha az çekici bir hale getirmektedir.

Sonuç olarak, tarımsal istihdam yüzdeleri düşmektedir. Pek çok çiftçi önemli teknik bilgiye sahip değildir. Bu nedenle verimlilik ve ürün kalitesi belirgin biçimde düşmektedir. Ayrıca alternatif piyasalarla ilişki kuramamakta ve yıllardan beri aynı eski aracı mekanizmaları kullanarak ürünlerini satmaktadırlar. Bilgi teknolojileri bu sorunlara çeşitli çözümler önerse de çiftçi nüfusunun çok büyük bir kısmının bu teknolojilere erişimi hâlâ çok kısıtlıdır. Sonuç olarak, pek çok çiftçi hava tahminleri, hastalıklar, piyasa fiyat çizelgeleri, yeni yönetmelikler ve finansal destek fırsatları gibi güncel teknik bilgilere ulaşmadan çalışmaktadırlar.

STRATEJİ

Tülin bu iki alışılmadık arkadaşı - *Türk çiftçiler ve bilgi teknolojileri* - çiftçilere güncel bilgiler, teknik bilgiler, beceriler kazandırmak ve mesleki gelişimlerini desteklemek için bir araya getirmektedir. Böylelikle, çiftçilerin ürünlerini adil biçimde fiyatlandırmaları ve alternatif piyasalara erişimleri için fırsatlar yaratmaktadır.

Tülin, 2004 yılında Tarımsal Pazarlama’yı kurmuş ve www.tarımsalpazarlama.com web-portalını açmıştır. Türkiye’de bir ilk olan bu internet sitesi, şu anda, temel bir iletişim, online eğitim ve e-ticaret mecrası olarak bir çiftçinin tüm ihtiyaçlarını karşılamaktadır. Çiftçiler tarafından basit bir SMS mesajıyla ya da çiftçilerin çocukları tarafından internet kafelerden erişilebilen portal, daha iyi tarım için internet kullanımı teşvik etmekte kalmıyor, aynı zamanda nesiller arasında diyalog kanalları kuruyor. Açıldığı günden bu yana, 1.4 milyon çiftçiye hizmet sunmuş olan site, sanal bir eğitim kaynağı merkezi ve pazar olarak çiftçilerin diğer çiftçilerle, tarım mühendisleriyle, veterinerlerle, tarım firmalarıyla ve ihracatçılarla buluşmalarını imkân tanıyor.

Tülin, çiftçilerin ihtiyaçlarına göre düzenlenmiş ve üretilmiş hizmetler ve ürünler sunuyor. Çiftçilerin, hayatlarını ve işlerini geliştirmek için ihtiyaç duyabilecekleri her türlü bilgiye erişmelerini sağlıyor. Bunu yaparken çiftçilerin birbirleriyle bilgi paylaşımı ve deneyim aktarımı yapabilecekleri bir ortam oluşturmaya çalışıyor. Tülin ayrıca, Türkiye’deki tarım sektöründe gerçekleşen sistematik değişiklikleri şirketler ve kamu kuruluşları ile görüşerek ele alıyor. Tülin’in gelecek planları arasında portala bir e-ticaret bölümü eklemek ve böylelikle Türkiyeli çiftçilerin yurtdışına satış yapmalarına imkân sağlamak, teknolojilerin kırsal alanda etkili bir biçimde nasıl kullanılabileceğini gösteren “*teknolojik köyler*” kurmak ve kadın çiftçilere yerel tarım ürünlerini ve el işlerini satabilecekleri bir internet sitesi tasarlamak yer alıyor.

Tülin’in uyguladığı stratejinin ikinci ayrılmaz parçası da, tarım sektörünün profilini bilgi teknolojileri şirketleri için hedef piyasa haline getirmek. Tülin bu stratejiyi şirketlerin yeni müşteriler kazanacakları ve çiftçilerin yeni hizmetlere ekstra ücret ödemededen ulaşabilecekleri herkesin kazandığı bir durum olan “*plazalarda tarımın sunumu*” olarak adlandırmaktadır.

Bu strateji Tülin’in iş modelinin merkezini oluşturmaktadır. Tülin şirketlere verdiği danışmanlık hizmetlerinden elde ettiği geliri yeni fikirler üretmek ve geliştirmek ya da farklı yenilikleri denemek için kullanmaktadır. Ülkenin en büyük telefon operatörlerinden biriyle kurduğu ortaklık sayesinde Tülin, Çiftçiler Kulübü adındaki cep telefonu paketini tasarlamıştır. Bu pakete üye olan çiftçiler kendi aralarında ücretsiz telefon görüşmeleri yapabiliyor. Ayrıca, ücretsiz SMS’ler aracılığıyla çiftçiler hükümetin yeni düzenlemelerini, finansal desteği, hava tahminlerini ve kendi bölgelerinde ve ürettikleri ürün özelinde piyasa ücret çizelgelerini takip edebiliyor. Çiftçilere ayrıca düşük ücretli telefonlar, ve tarım makinelerinde indirimler ve ürünlerini tanıtmaya fırsatı sunuluyor ve böylelikle gelirlerini yükseltip, daha verimli ve sürdürülebilir bir biçimde tarım yapabiliyorlar.

Bu ortaklıktan sağlanan gelir Çiftçinin Bilgisayarı isimli çiftçiler arasında teknoloji kullanımını teşvik eden diğer girişimlere hayat veriyor.

Vaka Çalışması 3: Howard Warman – Güneş Enerjili Kulak



Howard Weinstein'in iş modeli, düşük maliyet ile ulaşılabilen, yüksek kalitede işitmeye olanak tanıyan teknolojinin, en çok ihtiyacı olan düşük gelir düzeyine sahip gelişmekte olan ülkelere erişimini sağlamaktadır. İşitme engelli çalışanlar, işitme engelli insanların tam olarak topluma dahil olması için liderler ve avukatlar olarak eğitime başlanmıştır.

SORUN

Dünya Sağlık Örgütü'ne (WHO) göre, işitme sorunu, yüzde 80'i gelişmekte olan ülkelerde bulunmak üzere dünyada neredeyse 300 milyon kişiyi etkilemektedir. Sadece Brezilya, işitme sorunu olan yaklaşık 5 milyon vatandaşa sahiptir. Birçok durumda, işitme cihazı kullanan işitme engelli insanların topluma katılmada ve sağlıklı vatandaşlar gibi iş görmede oldukça yüksek şansı bulunmaktadır. Henüz işitme cihazı üretimi küresel talebin sadece yüzde 10'unu karşılamakta olup; gelişmekte olan ülkelerde kırk kişiye sadece bir işitme cihazı düşmektedir.

Bunun nedeni, işitme cihazı üretiminin sadece beş büyük çokuluslu şirket tarafından gerçekleştirilmesidir. Bu şirketler, sanayileşmiş ülkelerdeki yüksek gelirli pazarı hedeflemektedirler.



Bu nedenle işitme cihazlarının fiyatları ve bakımı pahalıdır. WHO'ya göre, işitme cihazlarının maliyeti 200 ile 500 Amerikan Doları arasında değişmektedir ve birçok insanın iki tane cihaza ihtiyacı olmaktadır. Brezilya'da her işitme cihazının ortalama fiyatı 300 Amerikan Dolarıdır. İşitme cihazları aynı zamanda, işitme cihazı kullanım maliyetini önemli bir biçimde arttıran ve düşük gelirli insanlara bağışlandıkları zaman genellikle işitme cihazının kullanımının bırakılmasına neden olan çinko pillerle çalışmaktadır.

İşitme cihazlarının eksikliği, özellikle konuşmanın ve bilişsel yeteneklerin geliştirilmesi için duymanın temel gereksinim olduğu bebekler ve çocuklar için ciddi sonuçlar doğurmaktadır.

İşitme engelli Brezilyalıları, okullarda destek eksikliği ve düşük akademik başarıdan, emek piyasasında daha düşük ücretler ve daha az imkânlar varana kadar sosyal katılım süreçlerinde birçok düzeyde engellerle karşılaşır. Bu zorluklar, işitme engellilerin ihtiyaçları, yetkinlikleri ve yetenekleri hakkındaki önyargı ve bilgisizliğe dair daha kapsamlı kültürel kalıpları yansıtmaktadır.

STRATEJİ

Howard'ın iş modeli, üretim zincirinin her aşamasındaki paydaşları, temel amacı kamuya iyi bir şekilde hizmet etmek olan tıbbi bir ürünü üretmek ve kullanıma sunmak için teşvik etmektedir.

En temel seviyede, Howard geliştirdiği yeni bir teknoloji vasıtasıyla işitme cihazlarının erişimini genişletmektedir: şarj edilebilir güneş enerjili pillerle çalışan bir işitme cihazı üretmiştir. Güneş enerjisiyle tekrar tekrar şarj edilebilir işitme cihazı pilleri, bu cihazlara erişimde düşük gelirli insanlar için en büyük engeli ortadan kaldırmaktadır. Pil ömrünü bir haftadan iki ila üç yıla uzatmak işitme cihazlarının fiyatını makul hale getirmektedir. Howard'ın yeni teknolojisi, işitme maliyetlerini düşürmenin yanı sıra, işitme cihazlarının satın alma maliyetlerini de yaklaşık 75 Amerikan Doları ile 90 Amerikan Dolarına düşürmektedir. Tedarikçi zincirini ilk oluşturmaya başladığında, Howard'ın dünya çapında elliden fazla işitme cihazı parçası tedarikçi ortağına, sosyal sorumluluğu ticaretlerinin merkezine yerleştirme olanağı verilmiştir.

Howard, Brezilya'daki önemli bir hastane olan Hospital das Clinicas kanalıyla Sao Paulo şehrinde bir üretim hattı oluşturmuştur. Genç işitme engelli insanları işe almakta ve onlara rekabete dayalı bir ücret ödemektedir. Howard çalışan gelişimini vurgulamaktadır ve çeşitli konularda beceriler geliştirdiği 18 aylık bir eğitim programı oluşturmuştur. Buna ek olarak, kadrolu işitme engelli bir eğitmen çalışanlara, kendilerini nasıl daha iyi ifade edeceklerinden nasıl banka hesabı açacaklarına kadar uzanan bir dizi konuda eğitim vermektedir. Böylelikle çalışanların toplumsal hayata daha etkin bir şekilde katılmaları teşvik edilmektedir. Howard'ın bir diğer amacı da, çalışanlarının birbirlerine eğitim verebilecek kadar yetkinleşmelerini sağlamaktır. Çalışanlar, bir şirketten daha çok bir organizasyon için çalıştıklarının, gelecekte diğerlerine eğitim vermek için çağrılacaklarının ve işitme engelli insanların toplumsal hayata katılmalarını yönlendirmek için çabalayacaklarının farkındadırlar.

Howard, yüksek beceri ve göz-el koordinasyonu gerektiren işitme cihazı üretiminde çalışmak üzere sadece işitme engelli insanları eğitmektedir. Böylelikle, Brezilya'da egemen olan kurumsal kültürün engellilere bakışını değiştirmektedir. Buna paralel bir çabayla, bölgedeki şirketlere işitme engelli insanları işe alma konusunda öneride bulunmakta ve bu şirketlerle görüşmeler yapmaktadır.

Teknolojisinin dağıtımında, Howard, işitme cihazlarına erişimin üzerlerinde en büyük etkiyi yaratacağı bebekleri ve çocukları hedef almaktadır. Bu cihazlar sayesinde çocukların eğitime ve sosyal hayata katılım koşulları iyileştirilebilir ve ileri meslek edinmeleri sağlanabilir. Howard Brezilya sağlık sistemiyle bir ortaklık kurmuştur. Böylelikle dağıtımda ölçek ekonomisi oluşturmayı amaçlamıştır: ilk kez, hükümetin ücretsiz sağlık klinikleri aracılığıyla daha çok insana dağıtılacağı düşük maliyetli işitme cihazlarına erişimi bulunmaktadır.

Howard ayrıca yoksul, kırsal ve tecrit edilmiş bölgelerdeki çocukların klinik testlerden geçirilmesi için bir mobil laboratuvar sistemi oluşturmuştur.

Howard kendi organizasyonu üzerinden çalışmak yerine, çeşitli kamu ortaklıkları ve sosyal sektör vasıtasıyla çalışmaktadır. İşitme cihazlarının satışından elde edilen tüm kâr, Sao Paulo Üniversitesi ortaklığı ile işitme engelli bireyler için eğitim ve liderlik dersleri de dahil olmak üzere çeşitli toplumsal programları finanse etmeye yönlendirilmektedir.

Sonuç olarak Howard, kopyalanmasını ve yayılmasını istediği için, teknolojisi için patent almamaya karar vermiştir, fakat, çalışmasının kopyasını yapmak isteyen organizasyonlar için birkaç kriter belirlemiştir: *1) Bunlar, kâr amacı gütmeyen organizasyonlar olmalıdır; 2) İşitme engelli insanları işe almalıdırlar; ve 3) Faaliyete geçiş sermayelerinin en az yüzde 20'si yerel kaynaklardan sağlanmalıdır.* Organizasyonlar bu kriterleri yerine getirdiklerinde, onlara teknolojiyi nasıl üretecekleri öğretilenektir. Teknolojinin kalitesi garantilidir çünkü piyasaya sürülmek için endüstri kalite standartlarını karşılamalıdır.

Vaka çalışmalarında insanlar ve girişimleri ile ilgili ortak olarak neyi görüyorsunuz?

Ashoka'nın bir sosyal girişimcide aradığı kriterlere nasıl uyduklarını ve bu kriterleri ne şekilde yerine getirdiklerini görmeyi dene.

Yukarıdaki örneklerin tamamı bir fikre tutkuyla bağlanan, ulusal ve uluslararası düzeyde bir etkiye neden olan ve içinde buldukları sistemi değiştirene kadar dinlenmeden çalışan bireylerdir.

Bunlar elbette dünya çapında yer alan sosyal girişimcilik örnekleridir. Herkesten küresel sistemleri bu şekilde değiştirmesi beklenemez - onlar milyonda bir bulunur. Yine de pek çok öğrenci ve genç 'değişim yaratıcılar' şu an kendi 'sosyal girişimlerini' toplumsal bir sorunu ele almak için kurmaktadır.

Aşağıdaki üniversite öğrencileri tarafından yaratılan birtakım sosyal girişim örneklerini görebilirsin:

Ustamdan, Müge Ulusoy ve Gökçe Gülcüler tarafından geliştirilmiş bir internet platformudur. Bu platform, esnafın

geleneksel el işi ürünlerini satmaları için piyasa oluşturmayı hedeflemektedir. Böylelikle kaynak sıkıntısı çekilen alanlara gelir yardımı sağlanmakta ve Anadolu gelenekleri canlandırılmaktadır.

Cansu Akarsu, tasarım üzerine eğitim görürken, **Happy Baby** markasını kurmuştur. Happy Baby, ebeveynlerle bebekleri arasındaki bağı güçlendirmek ve ten teması sağlamak amacıyla yerel malzemelerden ergonomik bebek taşıyıcıları üreten bir markadır. Akarsu bu projeyi Uganda'da başlatmıştır ve küresel ölçekte büyütmeyi hedeflemektedir.

Deepak Ashwani, odunda pişirme sonucu meydana gelen zararlı duman ve karbon emisyonları neticesinde gerçekleşen ölümlerle mücadele etmektedir. Dumansız fırınlarda kullanılmak üzere yemek pişirme kapları üretmektedir ve kırsal kesimde yaşayan aileleri bu daha verimli ve çevre dostu modele geçmeleri için teşvik eden bir iş modeli oluşturmuştur.

Kendi sosyal girişimini başlatmana ön ayak olabilecek ipuçları için 14. sayfaya bak.

Sosyal girişimcilikle ilgili aradıklarını bu internet sitelerinde bulabilirsin:

Konuyla ilgili Türkçe bilgi konusunda ciddi ciddi eksiklikler olduğuna dikkat et (*aynı zamanda oluşturmak isteyen kişi için piyasada büyük bir platform eksikliği olduğunu da gözden kaçıрма!*)

"Sosyal girişimci" terimini literatüre kazandıran ve bu alanda göze çarpan başarılarla imza atan bir örnek: Ashoka

Ashoka, dünyanın en önde gelen sosyal girişimcilik kuruluşudur. Ashoka'da kadınlar ve erkekler dünyanın en acil sorunlarına sistem değiştirici çözümler getiriyorlar. turkey.ashoka.org ve ashoka.org sitelerine göz at.

Çeşitli alanlardaki başarılı sosyal girişimcilerin - videolarının da bulunduğu - profilleri: Skoll Derneği

Skoll Derneği, girişimcilere yatırım yaparak, onları birbirleriyle ilişkilendirerek ve dünyanın en önemli sorunlarına çözüm üreten girişimci ve yenilikçileri destekleyerek geniş kapsamlı bir değişime ön ayak olmayı misyonu edinmiştir. www.skollfoundation.org

Sosyal yenilik hakkında bir dizi akademik makale, haber, kitap eleştirisi ve faydalı araçlar için bak: www.ssir.org

Kâr amacı gütmeyen, sosyal sorumluluk temelli, sosyal girişimcilik alanlarında bilgi edinmek için bak:

www.facebook.com/social.innovation?fref=ts ve
www.ssireview.org

ProjePanosu.com adresini Türkiye'deki sosyal girişimcilik ve sivil toplumla ilgili güncel bilgiler için incele. Ayrıca internet ve

Facebook üzerinden SOGLA (www.sogla.org) ve Sosyal Girişimci Gençler gibi organizasyonları genç sosyal girişimcilik hakkında bilgiler almak, Ashoka Türkiye'yi alandan genel güncel bilgi edinmek ve Things! Projesi'ni (www.yourthings.org) teknoloji destekli sosyal inovasyon hakkında bilgi almak için takip et.

Üniversitelerin Rolü

Üniversiteler her zaman toplumda önemli bir rol oynamıştır ve çoğunlukla yeniliğin ve girişimlerin ön saflarında yer almıştır. Sosyal girişimciliğin üniversitelerde görülmeye başlaması ve gelişmesi şaşırtıcı bir durum değildir.

Yüksekokulların ve üniversitelerin; sosyal değişim yaratacak olan 'değişim yaratanlar'ın gelecek neslinin, hangi alanda çalışırlarsa çalışsınlar - *sosyal girişimciler olarak medya, politika, ticaret alanlarında aktif olabilirler* - eğitilmesi ve geliştirilmesinde oynayacakları rol önemlidir.

Değişimin merkezi olarak yüksekokullar ve üniversiteler, dünyanın en acil meselelerini ele alarak sistemi değiştirecek fikirleri üretmek amacıyla insan sermayesini geliştirebilirler.

Değişimin aktörleri olarak, yüksekokullar ve üniversiteler faaliyetlerini ve kaynaklarını tanımlanmış toplumsal ihtiyaçlara yöneltebilirler. *Üniversiteler Türkiye'de sosyal girişimcilik ekosisteminde önemli bir oyuncudur ve hareketi ileriye taşıyacak etkili seslerdir.*

SEN Ne Yapabilirsin?

Eğer sosyal girişimcilikle ilgileniyorsan, sosyal girişimciliğin Türkiye'de henüz emekleme aşamasında olması nedeniyle, kampüsündeki mevcut 'parlak ışıklar' aramak zorunda kalacaksın.

Bekleme - kendi başına yap!

Toplumsal değişime / sosyal girişime gönül verecek kendi öğrenci gurubunu oluştur, belki bürokrasiyi atlatman için seninle işbirliği yaparak seni destekleyecek öğretim üyeleri bile bulabilirsin.

Toplumsal Organizasyonlarla Birlikte Çalışma

Sosyal girişimcilik fikrini toplumda hâlihazırda işleyen yurttas temelli bir organizasyonla ilişkilendir.

Gittiğin yüksek okul ya da üniversitenin bulunduğu şehirde bağlantılar kurabilmen için birtakım ipuçları:

Kamu Hizmetleri, Staj ya Hizmet Öğrenme ofislerine git. Üniversite kampüsünde gönüllü ofisi var mı? Bunlarla hangi organizasyonların iyi ilişkiler içinde olduğunu araştır ve hizmet öğrenme ya da diğer katılım olanaklarını değerlendir. Büyük bir ihtimalle, bu organizasyonlar daha derin işbirliğine en açık olanlardır.

Kampüs ve toplum arasındaki mevcut bağlantıları araştır. Gönüllü öğrencilerden ya da üniversitenin kaynaklarından faydalanan organizasyonlar var mı?

Odaklan. Yaşadığın toplumda neler olup bittiğini takip et! Yerel toplum organizasyonlarının Twitter ya da Facebook gruplarını takip et, onların sosyal yardım etkinliklerine katıl ve **toplum içinde aktif bir rol oyna!** *Eğer yaşadığın şehirde neler olup bittiğini bilirsen, sürekliliği olan ortaklıklar ve işbirliği için gerçek olanaklar bulabilirsin.*

Kampüslerde katılım sağla!

Kampüste değişim yaratmak amacıyla fırsat yaratmak için bilgini, becerini ve iletişim yeteneklerini kullan. Öğrencilerin kullandığı en yaygın yaklaşım; ya sosyal girişimcilik hakkında bir öğrenci kulübü kurmak ya da kendi girişimlerini - *yaparak öğrenme ruhuyla* - başlatmaktır!

Hangi yaklaşımı benimsersen benimse, amaç kampüste sosyal girişimciliğe katılımı sağlamaktır.

Aşağıdaki vaka çalışmaları, sağladıkları ipuçları ve örnekler aracılığıyla sana ilham verebilir.

Vaka Çalışması

Aşağıdaki Kaynak AshokaU Changemakinge 101—Marina Kim ve Brittany Tobelles—alınmıştır. (Kasım 2012)

Vaka Çalışma: Tulane Üniversitesi'nde Değişim Yaratanlar

'TUChangemakers', kampüste sosyal yenilik için bir platform olarak faaliyet gösteren bir öğrenci grubudur. Bu grup, Tulane topluluğuna, sosyal girişimciliği tüm yönleriyle anlamaları için

yardımcı olmaya çalışmaktadır - değişim yaratma kavramını tanıtmaktan tutun da tam donanımlı sosyal girişimleri desteklemeye kadar. Grup mezun olmuş ve olmamış aşağıdakileri gerçekleştiren liderlerden oluşmaktadır:

Kampüs içinde ve dışında sosyal yeniliği **keşfeden**

Pozitif toplumsal değişime **katılan**

Toplumsal çözümler ve sürdürülebilirlik konularına odaklanmış öğrenci girişimciler ağını **yetkilendiren** kişiler (tulane.edu/socialentrepreneurship/)

Tulane Üniversitesinin 'TUchangemakers' programından örnekler:

Atölyeler düzenlemek. Başlıklar Sosyal Girişimcilik 101, Fikir Üretimi, Sürdürülebilirlik ve Hikaye Anlatıcılığı gibi konuları kapsayabilir.

TEDx'i kampüse getirmek. TEDxTU Tulane üniversitesinde görev yapan toplumsal değişim vizyonuna sahip akademisyenler, yerel sosyal girişimciler ve Tulane

öğrencilerinden oluşmaktadır.

Bir girişim geliştirme enstitüsü oluşturmak. Tulane'nin 'Changemaker Enstitüsü' sosyal girişim fikirlerine sahip öğrencileri, kendi girişimlerini kurmak yönünde eylem planları oluşturmaları için bir araya getiren, öğrenciler tarafından organize edilen ve yönetilen bir örgütlenmedir.

Haftalık haber bülteni yayımlamak. Bu haber bültenin amacı, farklı ilgisi olan insanlara yenilik fırsatlarını yaymaktır.

Kampüsteki diğer girişimlerle bağlantı kurmak. 'TUchangemaker' kulübü, çevreyle ilişkili tüm aktiviteler arasında bağlantı kurmak için 'Yeşil Takım'ı kurmuştur.

Alandaki rol modelleri vurgulamak. 'TUchangemaker' Yenilikçi Kadınlar toplumsal yenilikte kadınların eşsiz rolünü vurgular ve öğrencilere alanda çalışan kadınları tanıtır.

Örnek Olay Arizona Devlet Üniversitesi

Arizona Devlet Üniversitesi (ASU)'nde yakınlarda başlatılan 'Changemaker Center' (*Değişim Yaratma Merkezi*) (CC), akademik dersler, ve girişimcilik, kentsel katılım, hizmet öğrenme ve öğrenciye dayalı değişim gibi müfredat dışı aktiviteler düzenlemek amacıyla kurulmuş, öğrenciler tarafından yönetilen bir merkezdir.

'Changemaker Center', 2011 sonbaharında ASU'nun dört kampüsünde birden açılmıştır ve öğrenciler için temel toplantı alanı olarak hizmet vermektedir. 'Changemaker Center', öğrenciler tarafından yönetilir ve ASU'nun kurumsal

taahhütlerinin yerel ve küresel boyutlarda temellendirilmesini ve girişimcilik değerlerinin yayılmasını hedefler.

11 kişilik bir 'Değişim Temsilcisi' personelinde oluşan, saat başına ücretlendirilen bir ekip, merkezi ve öğrencileri yönetmekle sorumludur. Bu ekip, diğer öğrencileri toplum hizmetine, hizmet öğrenmeye, toplumsal açıdan etkisi yüksek kariyerlere ve girişimciliğe katılım için teşvik ederler ve eğitirler. 'Değişim Temsilcileri' saat başına ücretlendirilirler ve 'Changemaker Center'da öğrencileri her daim güler yüzle karşılayacak ve onların kaynaklara erişimini sağlayacak birilerinin bulunduğundan emin olurlar.

Sosyal Yenilik Yarışmasına Katıl

Ülkede birçok sosyal girişim yarışması gerçekleşiyor. Katılmak kendi girişim fikrinle ilgili geri bildirim almaya, diğer sosyal girişimcilerle bağlantı kurmaya ve başlangıç desteği için yarışmaya olanak tanıyacaktır!

Alternatif olarak, bir yarışmaya ev sahipliği yaparak üniversite kampüsünü değişim için bir merkez haline getirebilirsin.

Kendi sosyal yenilik yarışmanı başlatmak için **bağış topla ve kurumsal destek talep et**. Eğer varsa, bir iş planlaması yarışmasından, sosyal girişim ödülü vermek için yedek **fon talep et**.

Türkiye'deki yarışmalar:

Bilgi Genç Sosyal Girişimciler Ödülleri
www.bilgiggo.org

Koç Küresel Sosyal Girişimcilik Yarışması
www.gsvc.ku.edu.tr

Things! - Yarışma ve etkinliklerin olduğu teknoloji güdümlü Sosyal Girişimcilik platformu
www.yourthings.org

SOGLA - Bir dizi Akademi ve Yarışma
www.sogla.org

Çözüm Kumbarası
www.cozumkumbarasi.com

Neden kendi girişimini başlatmayasın?

Her geçen gün daha fazla genç kendi girişimlerini başlatmak için önem verdikleri sosyal konularla tutkularını, hobilerini ya da deneyim alanlarını bütünleştirmektedirler.

Sosyal Girişimcilik İşleri Kurarken Akılda Tutulacak Bazı İp Uçları

1) *İnsan Merkezli TASARIM: Proje tasarımının merkezinde bu işten faydalanacak bireyler yer almalıdır.* Örneğin, görme engellilerle ilgili bir uygulama tasarlıyorsan, bu uygulama görme engelli insanlar tarafından ya da onlarla birlikte geliştirilmelidir. Girişimin, tasarlama sürecinin en başından itibaren bu işten faydalanacak bireyleri nasıl güçlendiriyor?

2) *Soruna aşkla bağlan sunduğun çözüme değil.* Tekrarlamaya / örnek üretmeye devam et!

3) *Organizasyon ya da kurumunun nasıl değerler yaratacağını ve farklı çıkar grupları için nasıl kazan-kazan seçenekleri sunacağını düşün.*

Yaptığın iş nasıl "paraya çevrilebilir"? İşinin farklı ortaklara ve fon sağlayıcılara çekici gelen yanları neler? Finansal süreklilik için seçenekler neler? *(Bu konu sosyal girişimcilerin gündemine genellikle ilerleyen dönemlerde girer. Girişimler ilk etapta sıklıkla bağışlar ya da bir grup insanın bir projeyi maddi açıdan desteklemesi anlamına gelen 'crowdfunding' yöntemiyle işe başlar.)*

4) *Değişim teorin ne?* İşinin doğrudan etkileri üzerine düşünmenin yanı sıra *(ne kadar insana ulaşırsın, vb.)*, girişimin aracılığıyla dünyada, sistemde ve insanların davranışlarında ne değişecek, bırakmak istediğin en önemli etki nedir? Bunları da düşün.

Tüm Kampüsün Kültürünü Değiştirme

Günümüzde pek çok üniversite sosyal girişimciliği sadece müfredatın parçası bir ders olarak değil yaptıkları her işin temellendirildiği bir felsefe ve ilkeler dizisi olarak görmektedir.

Northampton Üniversitesi'nde sosyal girişimcilik konusunda çok sayıda ders ve modül bulunmaktadır. Bu üniversitenin kapsayıcı amacı yapılan her işi sosyal girişimcilik temeline dayandırmaktır. 'Değişim yaratma becerileri' müfredatta yer alan her ders için geliştirilmektedir.

ÖRNEK

Değişim yaratmayı hedefleyen fotoğrafçılık, toplumu bilinçli görsel müdahale ve toplumsal katılım yöntemleriyle dönüştürmek için, sosyal yenilik ve güncel imaj üretimine dair fikirleri birlikte düşünmektedir.

Güzel Sanatlar Fakültesi lisans programında öğrenciler, profesyonel gelişimlerinin bir parçası olarak kampüs dışında faaliyetlere katılmak ve iş deneyimi kazanmak konularında teşvik edilmektedir. Hem personel hem de öğrenciler, ticari işler üstlenmenin yanı sıra, kitleler ve topluluklar üzerinde olumlu bir etki yaratmak amacıyla otizm, kanser araştırmaları ve sürdürülebilir ulaşım çözümleri gibi konularda çalışan çok sayıda toplum temelli projede ve yerel sivil toplum örgütlerinde uzun süredir kapsamlı bir biçimde yer almaktadır.

Öğrenciler, imajları doğrudan kullanarak toplumsal etki yaratmaya teşvik edilirken, aynı zamanda diğerlerini de kendi pratikleri ve uygulamalarına dahil etmek için cesaretlendirilmektedir.

Örneğin, dezavantajlı çevreden çocuklara fotoğrafçılık öğretmek gibi. Fotoğrafçılık alanındaki personel ve öğrenciler toplumun daha geniş bir kısmında olumlu değişiklikler yapmak için sürekli yeni deneyimler ve fırsatlar peşinde koşmaktadırlar.

SONUÇ

Her gün hızlanarak değişen bir dünyada, öğrenciler başarılı olmak için disiplinlerarası, girişimciliğe yönelik ve çözüm odaklı becerilere ihtiyaç duymaktadır.

Bunlar günümüzün büyük kuruluşlarının da aradığı becerilerdir. Bu kuruluşların pek çoğu, kârın ötesine bakmakta ve 'toplumsal değeri' yaptıkları işin merkezine yerleştirmeyi amaçlamaktadır.

Bu tarz bir sosyal girişimcilik felsefesi ve 'sosyal girişimci' becerileri, dünyanın dört bir yanında kampüslerin dönüştürülmesi ve olumlu değişiklikler yapabilecek bir neslin yaratılmasında çok yüksek bir potansiyele sahiptir.

Bugünün mezunları olan SİZLER, çalışacağınız alan ne olursa olsun - ister sosyal girişimci olun, ister gazeteci, politikacı, öğretmen, mimar ya da mühendis olun - ayağa kalkmalı ve dünyanın dört bir yanındaki toplumsal sorunların çözümünde temel bir rol oynamalısınız.

SOCIAL ENTREPRENEURSHIP AT UNIVERSITIES

A GUIDE FOR STUDENTS
2015



Social Entrepreneurship at Universities : A Guide For students

Over the past ten years, the field of social entrepreneurship has been growing at an incredible speed. In Turkey and globally, more courses and service learning opportunities are available on campuses than ever before, and the need to move beyond social responsibility towards system-changing solutions to social problems is more pressing than ever.

However, many students don't know how or where to start on their pathway towards learning about this new and emerging field, or how to get involved. This guide was developed to meet this need.

With this guide our aim is to give you:

- **A comprehensive introduction** to social entrepreneurship, including case studies of individuals
- **Resources** to learn more deeply about this approach to social change
- **Models** of social entrepreneurship at work on college campuses that you can replicate
- **Ideas** for starting a social entrepreneurship club, launching a venture, or adding a social entrepreneurship-oriented perspective to an existing club.



The organisations involved in this publication

About TOG

The Community Volunteers Foundation, which was established in order to create opportunities and possibilities to mobilize the energy of the youth in a manner that will benefit the society, was founded in December, 2002. The Foundation enables young people to participate voluntarily in social responsibility projects and helps them become independent, self-reliant while increasing their confidence. Common principles and values gathers TOG volunteers in 77 different cities with 123 youth groups/clubs under the TOG umbrella in order to ensure peace.

Since 2012, TOG has partnered with the US Embassy to raise awareness and strengthen the ecosystem for social entrepreneurship in Turkish universities

About Ashoka

Ashoka: Innovators for the Public, is an organization founded in 1980 to support a global network of leading social entrepreneurs. Today, this network includes 3000 Ashoka Fellows in over 80 countries.

Ashoka envisions an Everyone a Changemaker world. A world that responds quickly and effectively to social challenges, and where each individual has the freedom, confidence and societal support to address any social problem and drive change. Ashoka sees colleges and universities as key strategic partners in reaching an Everyone a Changemaker world.

What is a Social Entrepreneur?¹

Social entrepreneurs are individuals with innovative solutions to society's most pressing social problems. They are ambitious and persistent, tackling major social issues and offering new ideas for wide-scale change.

Rather than leaving societal needs to the government or business sectors, social entrepreneurs find what is not working and solve the problem by changing the system, spreading the solution, and persuading entire societies to take new leaps.

Social entrepreneurs often seem to be possessed by their ideas, committing their lives to changing the direction of their

field. They are both visionaries and ultimate realists, concerned with the practical implementation of their vision above all else.

Each social entrepreneur presents ideas that are user-friendly, understandable, ethical, and engage widespread support in order to maximize the number of local people that will stand up, seize their idea, and implement with it.

In other words, every leading social entrepreneur is a mass recruiter of local changemakers - a role model proving that citizens who channel their passion into action can do almost anything.

Why "Social" Entrepreneur?

Just as entrepreneurs change the face of business, social entrepreneurs act as the change agents for society, seizing opportunities others miss and improving systems, inventing new approaches, and creating solutions to change society for the better.

While a business entrepreneur might create entirely new industries, a social entrepreneur comes up with new solutions

to social problems and then implements them on a large scale.

Even in the most unlikely contexts, social entrepreneurs inspire hundreds of thousands of other individuals to stand up and act together for social change, to become Changemakers.

Some well-known Social Entrepreneurs

Mohammad Yunus - Founder of microfinance and the Grameen Bank; recipient of the 2006 Nobel Peace Prize.

Kailash Satyarthi - 2014 Nobel Peace Prize Winner and global leader and pioneer in the struggle against child labour.

Mary Gordon - the founder of Roots of Empathy- a program which tackles bullying and aggression in schools through bringing babies into classrooms.

Jimmy Wales - the founder of Wikipedia - the first

¹ Resource: Ashoka Türkiye <http://turkey.ashoka.org/node/1697> Access: 01.06.2015

collaborative, peer- edited encyclopedia, and now the biggest encyclopedia in the world.

Casey Fenton - The founder of Couchsurfing, a global community based on trust and cross-cultural understanding. Although the word and concept of social entrepreneurship is relatively new, there have always been social entrepreneurs – think about the two women below transforming systems in their times.

Maria Montessori - Developed the Montessori approach to early childhood education, paving the way for countless kindergartens to open and transforming the way we look at education.

Florence Nightingale - founded the very first school for nurses and transformed it into a respected profession, radically improving treatment for patients all over the world. There are now more than 20 million nurses in the world.

Some Turkish Social Entrepreneurs

Victor Ananias - founder of Bugday Association and the catalyst for the organic movement in Turkey.

Bedriye Hulya - B-fit empowering female entrepreneurs through a franchise system of women only gyms, founded by women and alongside exercise, exploring women's issues and running capacity building workshops.

Ercan Tatal - founder of Dusler Akademisi and Alternatif Yasam Dernegi, working towards a world in which disabled individuals can be active citizens and fully integrated into society.

Ashoka's Criteria for Social Entrepreneurship

1. Systems-changing? Is the solution systemic? Is it addressing a relevant and large scale problem in society or the environment. Does it go to the root of the problem rather than just the symptoms?

2. Innovative? Does the idea stand out among other proposed solutions?

3. Scalable? Does the solution have the potential to reach many people and have national and international impact?

4. Replicable? Can it be spread in other places? Has that happened yet?

5. Measurable? How can you measure the impact of the social entrepreneur's solution?

6. Sustainable? Does the social entrepreneur have a financially sustainable solution?

How relevant is the problem they are addressing?

Case Study 1: Bart Weetjens - Hero Rats



Landmines continue to destroy millions of lives years after wars all over the globe. Bart Weetjens has trained Giant African Rats to effectively detect explosives as well as tuberculosis.

THE PROBLEM

According to the International Campaign to Ban Landmines approximately 55 million landmines in over 84 countries cause between 10,000 and 20,000 deaths each year. Every day about 40 to 50 people are killed or maimed by a landmine and every year 40,000 new landmines are being planted in conflict areas.

Landmines also affect human life in many other ways. Currently about 1.3 million acres of land around the world are mine infested. Very often civil wars have been fought in remote areas where indigenous populations depend on subsistence farming. Agricultural activities in these areas have been brought to a total stop, and the millions of people who previously occupied the areas are currently living in camps or are refugees.



Landmines have also stopped the delivery of health services, humanitarian aid and road construction, the direct result being food shortages, malnutrition, poor health, and psychological trauma in survivors of landmines.

The demining field relies on very few technologies. Current methods of demining are too expensive, especially for African countries where this problem has the greatest impact. The most used demining method is manual with metal detectors. However, the method is extremely slow a human deminer will scan about 50 meters a day, which is ineffective and funders are no longer interested in it.

With these manual techniques, it will take five hundred years to clear the world of all landmines.

THE STRATEGY

Bart's cheaper, quicker, more scalable, yet efficient idea relies on the highly developed sense of smell of the African Giant rat.

Bart forms teams of three trained human deminers and one trained rat to detect mines. Relying on local populations to work as the deminers, the venture not only provides jobs for an economically disadvantaged group, it also reduces the risk of death and the costs of demining. His work represents a significant shift and gives power back to the local communities rather than relying on foreign aid.

They are far cheaper and quicker than their human rivals: Apopo says its rats can each search 200 square metres of land in just 20 minutes; people using metal detectors would take five days to search the same area.

The rats are trained to differentiate between the smell of explosives and other smells by rewarding them every time the

correct sample is identified.. The rats who pass the training become official HeroRATS, which is the basis of a creative marketing and fundraising campaign for the project.

In Mozambique – which was heavily mined during the independence struggle and the country's subsequent 15-year civil war is now expected to be officially declared as mine free., thanks to Apopo's HERO rats!

Bart is now using these rats and applying this to other fields, including the vital area of tuberculosis detection. They have detected more than 7,000 tuberculosis patients who were missed by human technicians, potentially halting more than 24,000 further infections and increasing detection rates by more than 45%. (Source: *The Guardian Sam Jones, March 5th 2015*)

Case Study 2: Tülin Akin - Agricultural Marketing



Tülin Akin is building a platform of information technologies to act as an infrastructure for Turkey's three million farmer families to fully and actively participate in the economy and society.



THE PROBLEM

Agriculture has an important role in Turkey's economic and social fabric, it provides the livelihoods for one-third of the population and is the major source of employment in rural areas (*over 70 percent*). Despite this key role, the agriculture sector in Turkey faces structural problems like access to

investment, information, and technology. The immediate results are an agriculture sector with low levels of education among farmers, low efficiency and limited marketing, making it less and less attractive for investors and younger generations.

As a result, agricultural employment rates are decreasing and many farmers are operating without critical agricultural information and know-how, significantly decreasing their efficiency and product quality. They also remain isolated from alternative markets, relying on the same platforms to sell their crops year after year.

Information technologies offer many solutions to these problems, yet remain inaccessible for the large majority of the farmer population. As a result, most farmers are operating without up-to-date information and know-how on issues such as weather forecasts, diseases, market price quotes, new regulations and financial support opportunities,

THE STRATEGY

Tülin is bringing together these two unlikely friends - *Turkish farmers and information technologies* - to provide farmers up-to-date information, know-how, skills and professional development, while also creating opportunities for them to reach alternative markets and get a fair price for their products.

Tülin established Tarımsal Pazarlama (*Agricultural Marketing*) and its web-portal www.tarımsalpazarlama.com in 2004. It is now Turkey's first and main communication, e-learning and e-commerce media that meets a farmer's every possible need. Accessed by farmers through a simple SMS message or by their children through Internet cafes, the portal is not only encouraging Internet usage for better farming, but also creating opportunities for dialogue between generations. Since its launch, it has served over 1.4 million farmers as a one-stop virtual resource center and marketplace to meet

with other farmers, agricultural engineers, veterinarians, agricultural firms and exporters.

Tülin is continuously creating services and products that are tailored to farmers' needs to ensure they have full access to any type of information needed to improve their work and lives while also sharing their knowledge with the farmer community. Tülin is also addressing systematic challenges of Turkey's agriculture sector by lobbying with the companies and public institutions. Tülin's future plans include opening up the e-commerce part of her portal to the international markets to allow Turkish farmers to sell abroad, to establish "*technology villages*" which demonstrate how technology can be used in rural life to the maximum and to give women farmers a portal through which they can sell local agricultural products and handcrafts.

The second integral part of Tülin's strategy is raising the agriculture sector's profile as a target market for information technology companies, She calls this "presenting agriculture in plazas," where she aims to create win-win situations where companies gain new customers and farmers gain access to new services without any extra costs,

This strategy also makes up the core of her business model, where Tülin charges companies consultancy fees that she then re-invests in research and development of her ideas or in piloting new innovations. Through her partnership with one of the country's major phone operators, Tülin established the Farmers' Club, a mobile subscription plan that offers free phone calls between farmers as well as SMS alerts with government information on new regulations and financial support, weather forecasts and market price quotes linked to their location and what they produce. Farmers are also offered lower priced handsets, discounts on farm machinery and opportunities to advertise their produce, significantly increasing their income, efficiency and sustainability. Income generated from this partnership gave birth to the Farmer's Computer, another initiative to bring farmers closer to using technology.

Case Study 3: Howard Warman - Solar Ear



Howard Weinstein's business model gives access to low-cost, high quality hearing aid technology to the low-income people in developing countries that need it most. His deaf employees are taught to become leaders and advocates for the full inclusion of hearing-impaired people in society.

THE PROBLEM

According to the World Health Organization (WHO), hearing impairment affects almost 300 million people around the world, 80 percent of whom are in developing countries. Brazil alone has approximately 5 million citizens with some type of hearing impairment. In most cases, hearing-impaired people with hearing aids have a much greater chance of integrating into society and functioning as full citizens. Yet hearing aid production globally meets only 10 percent of global demand; only one hearing aid in forty reaches people in developing countries.

This is partly due to the fact that hearing aid production is concentrated in only five large multinational companies. These companies target a high-income market in developed countries, so hearing aids are expensive to buy and maintain.



According to the WHO, hearing aids cost between US\$200 to US\$500, and most people need two. In Brazil, the average price of each hearing aid is US\$300.. Hearing aids also run on the zinc batteries, are also expensive for the user, increasing the cost of use and often resulting in hearing aids not being used, even if they are donated to low-income users. Lack of hearing aids has serious results for babies and children, for whom hearing is essential to develop speech and cognitive abilities.

Hearing impaired Brazilians face barriers to social integration on many levels, ranging from a lack of support and low grades in schools, and then lower salary and fewer opportunities in the labor market. These difficulties reflect society's prejudices and lack of knowledge about the needs, competencies, and abilities of the hearing-impaired.

THE STRATEGY

Howard's business model changes incentives for relevant stakeholders all along the productive chain to manufacture and makes available a medical product whose ultimate purpose is to serve the public good.

At the most basic level, Howard expands access to hearing aids through a new technology: A hearing aid run on rechargeable solar-powered batteries.

Rechargeable hearing aid batteries remove the largest barrier for low-income people in accessing hearing aids; extending battery life from one week to two to three years makes hearing aids affordable for the first time.. As well as lowering the operating cost, Howard's new technology lowers the purchase cost of hearing aids to around US\$75 to US\$90. At the beginning of the chain, Howard's more than fifty partner suppliers of hearing aid parts worldwide are given an opportunity to put social responsibility at the core of their businesses.

Through the Hospital das Clinicas, an important hospital in Brazil, Howard has created a production line in the city of Sao Paulo. He employs young, hearing impaired people and pays them competitive wages.. Howard emphasizes employee development, and has created an 18-month training program in which employees develop different skills. In addition, a deaf educator teaches employees social integration techniques—how to better express themselves, how to open a bank account etc Howard's goal is that they are empowered to the point where they can teach others. Employees understand that they are working for an organization, rather than a company, and will be called on to train others in the future and lead efforts to push for the social integration of deaf people.

Howard trains only deaf people in the highly-skilled, difficult task of manufacturing the hearing aids because of their highly developed hand-eye coordination. In doing so, he shifts the paradigm of Brazilian corporate disability culture, In a parallel effort, he advises and negotiates with companies in the region to hire hearing-impaired persons.

In distributing his technology, Howard targets babies and children, for whom access to hearing aids can have the greatest impact, giving them access to education, social life, and eventually, jobs that they would not have had otherwise. Howard has created a partnership with the Brazilian health care system to create an economy of scale in distribution: For the first time, the government has access to lower cost hearing aids that can be distributed to a greater number of people through free health clinics.

Howard has also created a system of mobile laboratories for clinical hearing tests of children in impoverished, rural, and isolated regions.

Rather than work through an organization of his own, Howard works through a variety of partnerships in the public and social sectors. All profits from sales of the hearing aids go towards funding social programs for the deaf and hearing impaired, including education and leadership courses for deaf individuals in partnership with Sao Paulo university.

Finally, he has decided not to patent the technology because he wants it to be copied and spread, but he has established several criteria for organizations who want to replicate his work: *1) they must be nonprofit organizations; 2) they must hire deaf people; and 3) at least 20 percent of their start-up capital must be locally raised.* Once organizations meet these criteria, he will teach them to manufacture the technology. The quality of the technology is guaranteed because it must meet industry quality standards to be put on the market.

What do you see in common about the people and ventures in the case studies?

Try to see how they fit the criteria that Ashoka looks for social entrepreneurship, in which ways do they fulfill them?

All of the above examples are individuals who have been possessed by an idea and do not rest until they have an impact on a national and international level and change the system in which they work in.

These are of course, high – level examples of world class social entrepreneurs- and not everyone can influence global systems like this – they are one in a million. However many students and young ‘Changemakers’ are now founding their own ‘social start-ups’ with the sole aim of addressing a social problem.

See below some examples of social ventures created by university students:

Ustamdan was developed by Muge Ulusoy and Gulce Gulculer it's is a web platform which provides a market for artisans to

sell their traditional handicrafts – giving much needed income to under resourced areas and reviving Anatolian traditions
Cansu Akarsu | Whilst studying design, Cansu founded Happy Baby – an ergonomic baby carrier created from local materials and designed to boost attachment and skin contact between parents and their babies. She piloted this project in Uganda and aims to scale globally.

Deepak Ashwani- Deepak is tackling the problems of deaths through smoke and also carbon emissions of wood fired cooking. He creates ‘cookies’ which are used with smoke free stoves and has developed a business model which encourages rural families to convert to this more efficient and environmentally friendly model.

See page 29 for tips for starting your own social venture.

You can find what you search about social entrepreneurship in these web pages:

Note there is currently a real lack of information available in Turkish *(and a gap in the market for a great platform if you might be the person to create one!)*

Introduce the “Social entrepreneurship” term and have remarkable examples on this area: Ashoka

Ashoka is the largest association of social entrepreneurs in the world – men and women with system changing solutions for the world’s most urgent problems. Check out turkey.ashoka.org and ashoka.org

Profiles of successful Social Entrepreneurs in different fields – including videos- : Skoll Foundation

Skoll Foundation mission is to drive large-scale change by investing in, connecting, and celebrating social entrepreneurs and the innovators who help them solve the world’s most pressing problems. www.skollfoundation.org

A series of articles, news, book critics and useful tools about social innovation: Stanford Social Innovation Review

Information on areas about non profit, social responsibility based social entrepreneurship

www.facebook.com/social.innovation?fref=ts and www.ssireview.org

Check out ProjePanosu.com for up to date news on social entrepreneurship and civil society in Turkey and on web and facebook follow organisations like SOGLA (www.sogla.org), and Young Social Entrepreneurs for information about young social entrepreneurship, Ashoka Turkiye for general updates from the field, Things! Project (www.yourthings.org) for tech powered social innovation.

The Role of Universities

Universities have always played an important role in their communities and have frequently been at the forefront of innovation and enterprise, so it's no wonder that social entrepreneurship is starting to emerge and thrive at them.

Colleges and universities have an essential role to play in growing the next generation of Changemakers who are going to contribute to social change in whatever field they go on to work in (whether that be as social entrepreneurs / in the media / politics/ business)

As engines of change, colleges and universities can effectively develop human capital to implement system changing ideas to address the world's most pressing challenges.

As agents of change, colleges and universities have the opportunity to focus activities and resources towards defined social needs. *Universities are a major player in the Turkish social entrepreneurship ecosystem and important voices in driving the movement forward.*

What can YOU do?

If you're interested in social entrepreneurship, chances are you will have to seek out the "bright spots" that exist on your campus since social entrepreneurship education is still in a nascent stage in Turkey.

Don't wait - do it yourself!

Start your own student group devoted to social change / social entrepreneurship, maybe you could even develop into a collaborative, informal class - find faculty who would support this and try to find ways of dodging the bureaucracy -

Team Up with Community Organizations

Connect your social entrepreneurship idea with a citizen sector organization already working in the community.

Here are tips for making connections in your college or university's city:

Go to the Public Service, Internship, or Service Learning Office. Does your campus have a volunteer office? Find out what organizations have a good relationship with them and get involved in service learning or other engagement opportunities. Most likely, these organizations will be the most open to deeper collaboration.

Find existing links between your campus and the community. Are there organizations that are already benefitting from student volunteers or the university's resources?

Tune in. Know what's going on in your community! Follow local community organizations' Twitter feeds or Facebook groups, go to their outreach events, and be active in your community! *If you know what's going on in your city, you can find real opportunities for partnership and collaboration that will last.*

Get your campus engaged!

Apply your knowledge, skills, and communication savvy to harness opportunities to create social change in your campus community. The most common approaches that students take are either to start a student organization about social entrepreneurship or to launch their own venture - in the spirit of learning by doing!

Whatever approach you take, the goal is to get your campus community engaged with social entrepreneurship.

The following case studies provide inspiration through profiles, tips, and examples.

Case Study

Below Source is from AshokaU Changemaking 101 – Marina Kim and Brittany Tobelles – November 2012

Case Study: TUchangemakers at Tulane University

TUchangemakers is a student group that acts as a platform for social innovation on campus. It works to help the Tulane community understand social entrepreneurship at all

different levels – from introducing the concept of changemaking to supporting full-fledged social ventures. The team consists of graduate and undergraduate leaders that:

Explore social innovation on campus and beyond

Engage in creating positive social change

Empower a network of student entrepreneurs focused on community solutions and sustainability, tulane.edu/socialentrepreneurship

Examples from Tulane University's TUChangemakers program:

Run workshops. Topics can include Social Entrepreneurship 101, Idea Generation, Sustainability, and Storytelling. Bring TEDx to campus. TEDxTU featured Tulane faculty, local social entrepreneurs, and Tulane students with a vision for social change.

Organize a venture development institute. Tulane's Changemaker Institute, organized and led by students, brings students with social venture ideas together to develop action plans to launch their ventures.

Start a weekly newsletter. Spread innovation opportunities for people at all levels of interest. Connect with other campus initiatives. The TUChangemakers club created the Green Team to connect to all activities focused on Tulane's environmental efforts.

Highlight role models in the field. TUChangemakers' Women in Innovation highlights women's unique role in social innovation and introduces students to women working in the field.

Case Study Arizona State University

Recently launched at Arizona State University (ASU), Changemaker Central (CC) is a student-run centralized resource hub for academic courses and extracurricular activities involving entrepreneurship, civic engagement, service learning and student-driven change.

The Changemaker Central opened on all four of ASU's campuses in Fall 2011 and serves as a key gathering space for students. Changemaker Central is student-run and advances ASU's institutional commitments to being

embedded in our local and global communities and valuing entrepreneurship.

There is a team of 11 'Change Agent' staff, paid by the hour who run the center and students educate and empower other students to become involved in community service, service learning, high-impact careers, and entrepreneurship.

Change Agents are paid by the hour and ensure that there is always a friendly face in the Changemaker space to greet students and connect them to resources.

Get Involved in a Social Innovation Competition

There are a large number of social venture competitions across the country. Participating allows you to receive feedback on your own venture idea, connect with other social entrepreneurs, and compete for seed money!

Alternately, by hosting a competition, you can make your campus a hub for changemaking.

Raise money and seek institutional support to run your own social innovation competition. **Ask for reserved funds** from an existing business plan competition, if there is one, to give out a social venture award.

Existing competitions in Turkey:

Bilgi Young Social Entrepreneurs Awards
www.bilgiggo.org

Koc Global Social Venture Competition
www.gsvc.ku.edu.tr

Things - Tech driven Social Entrepreneurship platform with competitions and events

www.yourthings.org

SOGLA - a number of Academies and Competitions

www.sogla.org

Cozum Kumbarasi

www.cozumkumbarasi.com

Why not start your own venture..?

More and more youth are matching a passion, hobby or area of expertise to a social issue which they care about to found their own ventures.

Some tips for Social Start ups to bear in mind

1) *Human Centred DESIGN: The beneficiary should be at the heart of the project design* for example, if you are developing an app for blind people it should be developed by or in collaboration with blind people. How does your venture empower beneficiaries from the beginning of its concept?

2) *Fall in love with the problem not your solution.* Keep iterating / prototyping!

3) *Think about how your organization creates value what win-win situations are there for different stakeholders..?*

Which aspects of the work you do could be 'monetised' ,what is your appeal to different partners / funders and what are the options for financial sustainability? *(don't be too obsessed with this at the very beginning - this often comes later for social entrepreneurs :at the beginning stages of their ventures they often get 'kickstarted' by donations / crowdfunding)*

4) *What is your Theory of Change?* As well as thinking about the direct outputs of your work *(how many people you reach etc.)* Also think about what will change in the world, in the system and in people's behaviours because of your venture, what is the ultimate impact you want to achieve?

Changing the Culture of a Whole Campus

Many universities these days are seeing social entrepreneurship differently and rather than just a course or curriculum as a philosophy and a set of principles which can be embedded into everything they do.

At the University of Northampton although there are many courses and modules on social entrepreneurship the overarching philosophy is to embed the values of social entrepreneurship into everything they do. 'Changemaker Skills' are developed in every curricular and co-curricular course.

EXAMPLE

Changemaking photography combines the ideas around social innovation and contemporary image-making to improve society through conscious visual intervention and community engagement.

Within the BA (Hons) Photography programme in the School of the Arts, students are encouraged to engage in external activities and work experience opportunities as part of their Professional Development. In addition to undertaking commercial assignments both staff and students have a long-standing and extensive engagement in a series of community-based projects and local civil society organisations working on issues such as autism, cancer research and sustainable transport solutions to create a positive impact on audiences and communities;

In addition to the direct use of images to create social impact, photography students are encouraged to engage others through their practice; for example, teaching photography to children from disadvantaged backgrounds. Staff and students within Photography are constantly seeking new challenges and opportunities to make positive changes to the broader community.

CONCLUSION

In a world that is changing faster and faster, students need interdisciplinary, entrepreneurial, and solutions oriented skillsets to succeed.

These are also the skills that today's biggest organisations are looking for, many of such organisations are looking beyond just profits and aiming to put 'social value' at the heart of what they do.

These philosophy of social entrepreneurship and development of these 'socially entrepreneurial' skills has a great potential for transforming campuses everywhere and in creating a generation capable of driving positive change.

No matter what field today's graduates go on to work in, whether that be as social entrepreneurs, journalists, politicians, teachers, architects or engineers, you all have a key role to stand up and play a part in solving the world's social problems.



 www.tog.org.tr

 www.facebook.com/Toplum.Gonulluleri.Vakfi

 www.twitter.com/TOGVakfi

 www.instagram.com/TOGVakfi

 Facebook: Üniversitelerde Sosyal Girişimcilik Projesi