



Bu proje Avrupa Birliği ve Türkiye Cumhuriyeti tarafından finanse edilmektedir.
This project is co-funded by the European Union and the Republic of Turkey.

TÜRKİYE SOSYAL GİRİŞİMCİLİK EKOSİSTEMİ DURUM ANALİZİ



 **Vehbi Koç Vakfı**



ARAŞTIRMA EKİBİ



Berivan Eliő
Merve Kavas
Sinem Gravőar
Gökçe



TED ÜNİVERSİTESİ

Burze Yaőar
Iőil Sevilay Yılmaz



Genar Ersoy
Serra Titiz



KOÇ ÜNİVERSİTESİ

Cem Veziroğlu
Ezgi Arık
Iőık nay
Meltem Ece Oba
Zeynep Ayata
Zeynep Derya Tarman



Koç Üniversitesi Sosyal Etki Forumu
KUSIF

Agata Fortuna
Çiğdem Toparлак
Gonca Ongan
Tuğçe Aktepe

TASARIM MYRA

TÜRKİYE SOSYAL GİRİŞİMCİLİK AğI PROJESİ ORTAKLARI



TÜRKİYE SOSYAL GİRİŞİMCİLİK AğI PROJESİ İŐTİRAKÇI ORTAKLARI



TÜRKİYE SOSYAL GİRİŞİMCİLİK AĞI

Türkiye Sosyal Girişimcilik Ağı olarak sosyal girişimcilerin ihtiyaç duyduğu bilgi, bağlantı ve görünürlük ihtiyacını karşılamayı, Türkiye’de sosyal girişimciliği toplumsal ve çevresel sorunlara alternatif bir çözüm olarak yaygınlaştırmayı ve sosyal girişimciliğin bilinirliğini artırmayı hedefliyoruz.

Sivil Toplum Sektörü Ortaklıklar ve Ağlar Hibe programı kapsamında Avrupa Birliği ve Türkiye Cumhuriyeti tarafından finanse edilen, Vehbi Koç Vakfı liderliğinde; Koç Üniversitesi Sosyal Etki Forumu, Ashoka Türkiye, Sosyal İnovasyon İnisyatifi Derneği, Sürdürülebilir Kalkınma İçin Yenilikçi Çözümler Derneği, TED Üniversitesi, Mozaik Foundation (Bosna Hersek) ve Social Enterprise UK (İngiltere) ortaklığı ile yürütülen proje kapsamında Türkiye’de sosyal girişimcilik ekosisteminin geliştirilmesi hedefleniyor. Yerelde yürütülen çalışmalarda Abdullah Gül Üniversitesi, Ankara Kalkınma Ajansı, Doğu Anadolu Kalkınma Ajansı, İpekyolu Kalkınma Ajansı, Nilüfer Belediyesi, Orta Karadeniz Kalkınma Ajansı ve Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği iştirakçi ortaklar olarak projeye destek veriyor. Ekim 2018 tarihinde başlayan Türkiye Sosyal Girişimcilik Ağı Projesi Ekim 2020 tarihinde son bulacak.

Türkiye Sosyal Girişimcilik Ağı ne yapar?

- Türkiye’de sosyal girişimciliğin potansiyelini ölçen araştırmalar yürütür

- Yasal çerçeve araştırması ve savunuculuk yapar
- Sosyal girişimcilik eğitimleri verir
- #TSGA Açık Sahne etkinliklerini düzenler

- Türkiye Sosyal Girişimcilik Ağı Online Platformu’nu kurar
- Sosyal girişimcilik alanında ihtiyaç duyulan bilgi ve belge kaynağını sağlar

Türkiye Sosyal Girişimcilik Ekosistemi Durum Analizi Raporu

Şu an incelemekte olduğunuz Türkiye Sosyal Girişimcilik Ekosistemi Durum Analizi Raporu; Türkiye’de sosyal girişimcilik potansiyelini ve sosyal girişimlerin mevcut durumunu tespit etmek, bu alandaki engelleri ve ihtiyaçları belirlemek amacıyla hazırlandı. Bu raporun hazırlık sürecinde proje illeri olarak belirlenen Bursa, Van, Gaziantep, Samsun, Kayseri ve Muğla illerinde yüz yüze görüşmeler ve danışma atölyeleri düzenlendi, online ve offline anketler gerçekleştirildi. Masabaşı araştırmasıyla tamamlanan ve ekosisteme bütüncül olarak yaklaşan bir rapor haline gelen araştırma, sosyalgirisimcilikagi.org portalından ücretsiz olarak indirilebiliyor. Araştırma raporunun, önümüzdeki süreçte daha da geliştirilerek referans bir içerik haline getirilmesi amaçlanıyor.

Hukuk Araştırması

Türkiye’deki sosyal girişimlerin yasal statüleri nedir? Gelir modeli çerçevesinde hangi statüleri seçiyorlar?

Kurulum ve ilerleme aşamasında en çok karşılaştıkları engeller neler? Yurt dışında nasıl modeller geliştiriliyor? Bu ve bunun gibi yapısal soruların cevabını sorgulayan yasal alanda bir araştırma proje kapsamında gerçekleştirilen aktivitelerden. Masabaşı araştırması ve danışma atölyeleri ışığında şekillendirilecek ulusal aksiyon planı ise bu araştırmanın çıktısı. sosyalgirisimcilikagi.org internet sitesinden ücretsiz olarak ulaşılabilecek rapor çerçevesinde kamu kurumları ile düzenlenen bilgilendirme toplantıları ise projenin savunuculuk faaliyetleri arasında yer alıyor.

Sosyal Girişimcilik Eğitimi

Türkiye Sosyal Girişimcilik Ağı olarak amacımız sosyal girişimcilik alanında doğru bilgiyi yaygınlaştırmak, bu alanda bilgi birikimine sahip kişilerin sayısını artırmak. Bu amaçla proje kapsamında sosyal girişimcilik eğitmen eğitimleri kurgulandı ve proje illerimizden çağrılarımıza başvuran sosyal girişimcilik eğitmen adaylarıyla Temmuz 2019’da Koç Üniversitesi kampüsünde bu eğitimler

gerçekleştirildi. Sosyal girişimcilik alanındaki bilgi ve becerilerini geliştiren bu ekipler, kendi illerinde düzenledikleri sosyal girişimcilik eğitimleriyle bilgilerini ekosistemleriyle paylaştılar. Önümüzdeki günlerde Van, Gaziantep, Bursa, Kayseri ve Samsun’da; eğitmen eğitimine katılan yerel ekipler tarafından verilen sosyal girişimcilik eğitimlerinin tekrarlanması planlanıyor. Eğitimler hakkında duyurular ve haberler, TSGA e-bülteni ve sosyal medya hesaplarından takip edilebilir.

#Tsga Açık Sahne Etkinlikleri

Sosyal girişimcilerin ve bu alana yatırım yapacak kurumların en önemli ihtiyaçlarından biri görünürlüklerini sağlamak ve projelerini paylaşabilecekleri ortamlar bulmak. Türkiye Sosyal Girişimcilik Ağı projesi kapsamında kurguladığımız #TSGA Açık Sahne etkinliği tam da bu ihtiyacı karşılamak amacıyla yaratıldı. Ankara ve İstanbul’da gerçekleştirilen #TSGA Açık Sahne etkinliklerinde katılımcılar, 5 dakikalık sunumlarıyla ilham verici hikayelerini ve projelerini ekosistemden konuklara anlatma imkanı buluyorlar.

Yurt dışından iyi sosyal girişim örneklerinin de konuk edildiği #TSGA Açık Sahne etkinlikleri, projenin Türkiye genelinde yaygınlaştırılabilecek etkinlik modellerinden birisi olarak öne çıkıyor.

Türkiye Sosyal Girişimcilik Ağı Online Platformu

Türkiye Sosyal Girişimcilik Ağı projesinin en önemli ve sürdürülebilir çıktılarında birini oluşturan online platform, Türkiye'deki tüm sosyal girişimcileri, bu alanda çalışan sivil toplum kuruluşlarını, aracı kurumları, kamu kurumlarını, sosyal girişimcilik alanına ilgi duyan aktif vatandaşları bir araya getirecek; aralarında işbirlikleri kurmalarını sağlayacak sanal bir ortam olarak tasarlandı.

Haritalama yöntemiyle tüm Türkiye'nin sosyal girişimcilik ekosisteminin görünür olmasını sağlayan platform; bünyesinde yer alan bilgilendirici içerikler ve alana dair en güncel haberlerle sosyal girişimcilerin ve bu alanda çalışan kurumların başvuru kaynağı olmayı hedefliyor. **sosyalgirisimcilikagi.org** adresinde yer alan dijital portal tüm ekosistemin katılımına açık.

Türkiye Sosyal Girişimcilik Ağı Projesi Uluslararası Kapanış Konferansı

Türkiye Sosyal Girişimcilik Ağı projemizin ikinci yılının sonunda, uluslararası katılımcıların ve projemize dahil olan tüm ekosistem aktörlerinin katkılarıyla Ankara'da kapanış konferansımızı gerçekleştireceğiz. Türkiye'deki sosyal girişimcilik ekosisteminin geleceğinin konuşulacağı konferansımız Eylül 2020'de gerçekleştirilecek.

Türkiye Sosyal Girişimcilik Ağı'na Nasıl Dahil Olabilirim?

- Web sitemizden online portalımıza üye olabilirsiniz.
- E-bülten'imize üye olup ağıdaki gelişmelerden ve aktivitelerden haberdar olabilirsiniz.
- Sosyal medya hesaplarımızdan aktivitelerimizi takip edebilirsiniz.

sosyalgirisimcilikagi.org

@SosyalGirisimTR

info@sosyalgirisimcilikagi.org

ÖNSÖZ	7
1. GİRİŞ	9
2. METODOLOJİ	14
2.1. DANIŞMA TOPLANTILARI VE YÜZ YÜZE GÖRÜŞMELER	15
2.2. CANLI ANKET	16
2.3. ONLINE ANKET	16
3. ARAŞTIRMA BULGULARI	17
3.1. SAHA ZİYARETİ BULGULARI VE SOSYAL GİRİŞİMCİLİK ALGISI	18
3.2. ONLINE ANKET BULGULARI	20
3.2.1. DEMOGRAFİK BULGULAR	20
3.2.2. SOSYAL GİRİŞİMCİLİK KÜLTÜRÜ VE KURUMSAL ÇERÇEVE	21
3.2.3. YASAL ÇERÇEVE	23
3.2.4. FİNANSMANA ERİŞİM	24
3.2.5. PAZARA ERİŞİM	24
3.2.6. YETENEK VE İŞ GELİŞTİRME DESTEĞİ	26
3.2.7. ETKİ YÖNETİMİ, ÖLÇÜMÜ VE RAPORLAMASI	26
3.2.8. FIRSATLAR VE ENGELLER	27
4. DEĞERLENDİRME VE ÖNERİLER	28
4.1. EKOSİSTEM AKTÖRLERİ ARASINDA İLETİŞİM VE ETKİLEŞİMİN GELİŞTİRİLMESİ	29
4.2. SOSYAL GİRİŞİMCİLİK ALANINDA FARKINDALIK VE BİLGİ SEVİYESİNİN ARTIRILMASI	30
4.3. DESTEKLERİN VE DESTEKLERE ERİŞİMİN ARTIRILMASI	31
4.4. POLİTİKA VE HUKUKİ/MALİ DÜZENLEME EKSİKLİKLERİ	32
4.5. YAKIN ALANLARIN GÜÇLENDİRİLMESİ VE SİSTEM SEVİYESİNDE MÜDAHALELER	34
KAYNAKÇA	36
EK -1: NİTEL ARAŞTIRMADA YARARLANILAN OECD SOSYAL GİRİŞİMCİLİK EKOSİSTEMİ SORULARI	37
EK- 2: ONLINE ANKET SORULARI VE DETAYLI YANITLAR	39

ÖNSÖZ

Vehbi Koç Vakfı olarak her bireyin toplumda karşılaştığı sorunları üstüne vazife edinerek olumlu bir fark yaratabileceğine inanıyoruz. Sosyal girişimcilik; sorumlu ve aktif vatandaşlık adına, dünyada ve ülkemizde bireylere tespit ettikleri sorunlara sürdürülebilir çözümler üretme yolunda etkili bir araç sunuyor. Sosyal girişimciler; günümüzün iyice karmaşıklaşan ve derinleşen sosyal, kültürel, ekonomik ve ekolojik sorunlarına karşı; sivil toplumun ve kar amacı gütmeyen kurumların geliştirdikleri sosyal geri dönüşü olan ürün ve hizmetlerin yanı sıra finansal ve ölçülebilir geri dönüşleri de üretiyorlar. Böylelikle finansal açıdan sürdürülebilir,

farklı bölgelere yaygınlaştırılabilen ve tekrarlanabilen çözümler ortaya koyuyorlar. Günümüzde sosyal girişimcilik gelişmiş ekonomilerin önemli bir bileşeni olarak gayrisafi milli hasılaya ve istihdama belirgin katkılarda bulunuyor.

2016-2018 yılları arasında UniCredit Foundation ortaklığında, Koç Üniversitesi Sosyal Etki Forumu ile yürüttüğümüz *Change With Business* projesi ile sosyal girişimcilik kavramının ülkemizdeki sosyal ve finansal sisteme entegrasyonunun önündeki engelleri tespit etmeyi hedeflemiştik. 2018 -2020 yılları arasında Koç Üniversitesi Sosyal Etki Forumu, Ashoka Türkiye,

Sosyal İnovasyon İnisiyatifi Derneği, Sürdürülebilir Kalkınma için Yenilikçi Çözümler Derneği, TED Üniversitesi, Mozaik Foundation (Bosna Hersek) ve Social Enterprise UK (İngiltere) ortaklığı ile hayata geçirmekte olduğumuz Türkiye Sosyal Girişimcilik Ağı Projesi ile ise sorumlu ve aktif vatandaşların toplumda tespit ettikleri sorunlara yönelik çözüm geliştirmelerini teşvik etmeyi, fiziksel ve dijital olarak Türkiye çapında bir öğrenme ve işbirliği ağı kurmayı, yasal altyapıyı bu açıdan ele almayı ve böylece ülkemizde sosyal girişimcilik alanına ivme kazandırmayı hedefliyoruz.

Okumakta olduğunuz bu yayının hayata geemesine fırsat veren Türkiye Sosyal Girişimcilik Ağı Projesi, Avrupa Birliği ve Türkiye Cumhuriyeti tarafından Sivil Toplum Destek Programı erevesinde T.C. Hazine ve Maliye Bakanlığı Merkezi Finans ve İhale Birimi tarafından finanse edilen ve T.C. Dışışleri Bakanlığı Avrupa Birliği Başkanlığı tarafından yürütülen Sivil Toplum Sektörü “Ortaklıklar ve Ağlar Hibe Programı” kapsamında destekleniyor. Proje çerçevesinde elde edilecek kapsamlı veriler ışığında, ülkemizin ekonomisine sosyal girişimlerin sağladığı katkıyı artırıp istihdama olan etkisini de ortaya koyabileceğiz.

Bu yayının en temel bulgularından biri, sosyal girişimcilik ekosistemi içerisinde farklı seviye ve konularda kapasite geliştirme ihtiyacının olduğu ve bu alanlarda çalışmaların hız kazanması gerekliliğidir. Bu minvalde Ankara, İstanbul, Bursa, Van, Gaziantep, Kayseri, Muğla ve Samsun’dan başlayarak yukarıda belirttiğim ortaklarımız ve de iştirakçi ortaklarımız Nilüfer Belediyesi, Abdullah Gül Üniversitesi, Doğu Anadolu Kalkınma Ajansı, İpekyolu Kalkınma Ajansı, Orta Karadeniz Kalkınma Ajansı, Ankara Kalkınma Ajansı ve Türkiye Odalar Ve Borsalar Birliği ile tüm Türkiye’yi saracak çalışmaları sürdürüyor olmaktan büyük mutluluk duyuyoruz.

Toplumsal ve çevresel sorunlara alternatif bir çözüm olarak sosyal girişimciliğin altyapısını güçlendirecek araştırmalar ve eğitimler yapmayı, politika nerileri geliştirmeyi ve bu sayede sosyal girişimcilik ekosisteminin geliştirilmesini hedeflediğimiz bu yolculukta; ülkemizde bir yandan toplumsal ve ekonomik kalkınmayı güçlendirecek adımlar atacağımıza, diğer yandan sosyal etki yatırımcılığının da nn aacağımıza inanıyoruz.

Saygılarımla,

Seçil Kınay Yılmaz

Proje Direktörü
Vehbi Koç Vakfı

1. GİRİŞ

Türkiye Sosyal Girişimcilik Ağı Projesi ile Türkiye’de sosyal girişimciliğin gelişmesine katkı sunulması amaçlanmaktadır. Bu amaç doğrultusunda sosyal girişimcilik ekosisteminin mevcut durumunu değerlendirmek ve potansiyel/mevcut sosyal girişimlerin karşılaştıkları sorunların, gelişmeleri önündeki engellerin ve ihtiyaçlarının belirlenmesi için bir baz araştırması yapılması planlanmıştır. Baz araştırması kapsamında masabaşı araştırması, danışma toplantıları, yüz yüze görüşmeler ve anketlerle bilgi toplanmıştır. Araştırmanın en önemli ayırt edici özelliği, temel olarak ekosistem seviyesinde analize odaklanmış olması ve tek tek aktörlerin değerlendirilmesi yerine; tüm aktörler, yapılar ve bunlar arasındaki ilişkileri bütüncül bir şekilde değerlendirmeyi hedeflemiş olmasıdır. Bu doküman, yürütülen araştırmanın bulgularını aktarmak amacıyla oluşturulmuştur.

Sosyal Girişimcilik

Sosyal ve çevresel problemlerin artan karmaşıklığı ve ölçeği, çözüm geliştirmeye yönelik yeni yaklaşım ve yöntem arayışlarına hız kazandırmıştır. Küresel düzlemde paylaşım ekonomisi, armağan ekonomisi, dayanışma ekonomisi, ortak fayda ekonomisi, döngüsel ekonomi gibi birçok farklı kavram ekseninde önemli tartışma ve uygulama alanlarının doğuşu; sosyal girişim modelini ön plana çıkartmıştır. Birleşmiş Milletler gibi önemli kurumlar sosyal işletmeleri, sosyal ekonomi ve dayanışma ekonomisi aktörleri olarak sınıflandırmakta¹ ve sosyal işletme modelini sürdürülebilir kalkınma amaçlarına² ulaşmada bir alternatif olarak tanımlamaktadır. Bu trendin özel sektördeki yansımaları ise, ‘kapsayıcı işletme’, *B-Corp*³ ve

¹ Bakınız UN Inter-Agency Task Force on Social and Solidarity Economy, <http://unsse.org>

² UNDP, Sürdürülebilir Kalkınma Amaçları, <http://www.tr.undp.org/content/turkey/tr/home/sustainable-development-goals.html>

³ B Lab, <https://bcorporation.net/>

‘Ortak Fayda Ekonomisi Kuruluşu’⁴ benzeri topluma faydalı şirket modellerinin ortaya çıkması ve bilinirlik kazanması şeklinde görülür.

Teknolojik gelişmelerle bilginin daha önce mümkün olmayan şekillerde kullanılabilir ve erişilebilir hale gelmesi, tüm sektörlerin işleyişinde ve problem çözme yaklaşımlarında önemli değişim ve dönüşümleri tetiklemiştir. Dijital teknolojilerin yarattığı fırsatlar sayesinde ağ ve platform yapıları güçlenmekte, ortak tasarım ve üretim alanları ortaya çıkmaktadır. Tek bir aktörün yürüttüğü modeller, yerini sektörler ve aktörler arası işbirliğine dayalı ya da topluluk tabanlı, kolektif fikir ve çözüm üretimini kolaylaştıran açık platformlara bırakmaktadır. İşbirliğine dayalı bu modeller, sosyal etki odaklı olan ve elde ettiği kârı misyonuna yatıran sosyal girişim modellerinin işleyiş prensipleri ile uyum içerisindedir ve bu alanın gelişmesine önemli katkılar sunmaktadır.

⁴ Economy for the Common Good, <https://www.ecogood.org/en/>

Sosyal girişimler, problemlere çözüm geliştirerek sosyal etki ve değer yaratırken aynı zamanda iş modelleriyle ekonomik değer yaratırlar. Avrupa Birliği'nde tüm işletmelerin %10'unu oluşturan sosyal işletmeler 11 milyon insana istihdam olanağı sağlamaktadır⁷.

Sıralanan eğilimlerle paralel olarak, üniversite öğrencileri ve gençler üzerine yapılan araştırmalar; yeni kuşakların iş ile sosyal faydayı birleştirme önceliklerini ortaya çıkarmakta, sosyal girişimciliğe yönelik ilgi ve talebin artmakta olduğuna işaret etmektedir⁵.

Etki yatırımcılığı ve girişimcilik filantropisi⁶ gibi sürdürülebilir sosyal etki odaklı çalışmalara fon sağlayan

yenilikçi sosyal finansman modellerinin ortaya çıkışı, bahsi geçen küresel trendlere ivme kazandırmaktadır. Birçok farklı sektörden farklı tipte aktör (üniversiteler, kalkınma ajansları, sivil toplum kuruluşları, belediyeler, büyük şirketler vb.) sosyal girişimciliğe aracılık edecek yeni tip mekân ve programlar oluşturmaktadır. Yeni nesil sosyal laboratuvarların, ortak çalışma alanlarının, kuluçka merkezlerinin ve

ödül programlarının sayısı her geçen gün artmaktadır.

Sosyal girişimcilik kavramının tanımı konusunda farklı uçlarda yer alan görüşler olmakla beraber⁸, literatürde ağırlıklı olarak bir yelpaze üzerinde tanımlanmaktadır. Yelpazede yer alan farklı modellere bakarak, birkaç farklı form ve faaliyet bütününe sosyal girişim olarak adlandırılabilirliği görülebilmektedir.

TÜM SOSYAL GİRİŞİMLERDE ORTAK OLAN ÜÇ TEMEL ÖZELLİKTEN BAHSETMEK MÜMKÜNDÜR. BUNLARDAN İLKİ SOSYAL YA DA ÇEVRESEL BİR PROBLEME ÇÖZÜM GELİŞTİRMENİN GİRİŞİMİN VAR OLUŞUNUN ODAĞINDA OLMASIDIR. İKİNCİSİ SÜRDÜRÜLEBİLİR BİR İŞ MODELİ OLUŞTURARAK TİCARİ FAALİYET İLE GELİR ELDE ETME DAVRANIŞIDIR. ÜÇÜNCÜSÜ İŞE ELDE EDİLEN KÂRIN TEKRAR MİSYONA ULAŞMAYA YÖNELİK FAALİYETLERE YATIRILMASIDIR.⁹

⁵ Deloitte Millennial Survey - 2018, Millennials disappointed in business, unprepared for Industry 4.0. <https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/global/Documents/About-Deloitte/gx-2018-millennial-survey-report.pdf>

⁶ EVPA, Venture philanthropy and social impact investment - A practical guide, <https://evpa.eu.com/knowledge-centre/publications/venture-philanthropy-and-social-impact-investment-a-practical-guide>

Global Impact Investing Network (GIIN), <https://thegiin.org/impact-investing/>

Koç Üniversitesi Sosyal Etki Forumu (KUSIF), Sosyal Finansman Rehberi, <https://kusif.ku.edu.tr/wp-content/uploads/2018/02/SosyalFinansmanRehberi.pdf>

⁷ European Commission, Social Economy in the EU, https://ec.europa.eu/growth/sectors/social-economy_en

⁸ Sosyal sorumluluk gayesiyle yapılan her iş sosyal girişimciliktir ya da her türlü ekonomik faaliyet aynı zamanda sosyal değer yarattığı için sosyal girişimcilik olarak değerlendirilebilir gibi görüşleri savunulara da rastlamak mümkündür.

⁹ Sunulan ürün ya da hizmetin daha düşük ücretle ya da ücretsiz olarak sunulması ya da daha geniş kitlelere ulaşması için yapılan harcamalar; sosyal işletmenin kendi kurumsal kapasitesini geliştirmek, çalışanlarının kişisel kapasitesini ya da paydaşlarının kapasitesini geliştirmek için yaptığı harcamalar; bağış ve benzeri.

Bu son kriter ekseninde, sosyal girişimler gelir elde eden ancak kâr amacı gütmeyen kuruluşlar olarak sınıflandırılabilirler. Sosyal girişimler bağlamında kâr amacı gütmeme meselesinin doğru anlaşılması önemlidir. Sosyal girişimlerde elde edilen kâr her şeyden önce ana sosyal hedeflere ulaşmak için kullanıldığından, elde edilen kâr sosyal misyonun gerçekleştirilmesi için bir araçtır, amaç değildir.

Dünyada sosyal girişimciliği düzenleyen çerçeveler konusunda farklı alternatifler mevcuttur. Bazı ülkelerde sosyal girişimleri halihazırda bulunan yasal yapılar çerçevesine yerleştirecek düzenlemeler bulunurken (Almanya, Avusturya), bazı ülkelerde yasa ile sosyal girişimlere özel yapılar kurulmuştur (örneğin CIC- Community Interest Company, Birleşik Krallık; Social Purpose Company, Belgium).

Bazı ülkelerde ise mevzuat “melez” yapılara elverişli ve esnek şekilde düzenlenmiştir (Örneğin Amerika Birleşik Devletleri’nde)¹⁰.

Türkiye’de bu alan, dünyanın geri kalanı ile senkronizasyon içinde ivme kazanmaktadır. Bu ivme sosyal girişimlerin profilini ortaya koymayı hedefleyen Türkiye’de Sosyal Girişimlerin Durumu¹¹ raporunda da özellikle 2015 sonrası için açık şekilde gözlemlenebilmektedir. Türkiye’de sosyal girişimcilik alanında herhangi bir resmi düzenleme yoktur. Sosyal girişimler, dernek ve vakıfların iktisadi işletmeleri, kooperatif, şirket ve bunların farklı kombinasyonları şeklinde faaliyet göstermektedir.

¹⁰ Meydanoğlu, Zeynep, “Dünyada ve Türkiye’de Sosyal Girişim Nedir, Ne Değildir?” Harvard Business Review Türkiye, Nisan 2019, <https://hbrturkiye.com/dergi/dunyada-ve-turkiye-de-sosyal-girisim-nedir-ne-degildir>

Koç Üniversitesi Sosyal Etki Forumu (KUSIF), Sosyal Finansman Rehberi, <https://kusif.ku.edu.tr/wp-content/uploads/2018/02/SosyalFinansmanRehberi.pdf>

¹¹ British Council Türkiye, 2019, Türkiye’de Sosyal Girişimlerin Durumu, <https://www.britishcouncil.org.tr/programmes/education/social-enterprise-research>

Sosyal Girişimcilik Ekosistemi

Sosyal girişimciliğin gelişebilmesi için elverişli ortamın yaratılması, geliştirilmesi ve sürdürülebilmesi; bütüncül bir ekosistem yaklaşımını gerektirir. Ekosistem yaklaşımı; birçok aktör, kurum ve mekanizmanın birbirine etkisini ve sosyal girişimciliğin gelişimi için sosyal girişimciler haricindeki aktörlerin de yerine getirmesi gereken işlevleri vurgulaması açısından önemlidir. Bu yaklaşım, aktörlerin ötesinde onların yaşam döngülerini ve hareket kabiliyetlerini belirleyen birtakım önemli yapısal faktörler—örneğin hukuki ve finansal düzenlemeler, altyapı olanakları, genel ekonomik durum, toplumsal uyum, kültür—konusunda düşünme ve bu faktörlere müdahale araçları yaratma imkânı verir.

Elverişli ekosistemlerin taşınması gereken özelliklere dair farklı sınıflandırmalar mevcuttur¹².

¹² Örneğin 2016 yılında Thomson Reuters Vakfı ve Global Sosyal Girişimcilik Ağı işbirliği ile yapılan araştırmada, elverişlilik koşulları ekosistem seviyesinde altı ana kriter ekseninde

Bu araştırma çerçevesinde Türkiye’de sosyal girişimciliğe elverişlilik kriterleri oluşturulurken, Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Örgütü (OECD) ve Avrupa Komisyonu (EC) ortaklığıyla geliştirilen *Daha İyi Girişimcilik Politika Aracı’nın* (Better Entrepreneurship Policy Tool) sosyal girişimlere odaklanan modülü kullanılmıştır.

Bu araç, sosyal girişimcilik ekosisteminin gücünü ve gelişmişliğini yedi ana unsur etrafında değerlendirmektedir:

değerlendirilmiştir. Bu kriterler: hükümet desteği, toplum desteği, yetişmiş insan gücünü çekebilme kapasitesi, geçim yaratma kapasitesi, yatırıma erişim ve ivme kazanma potansiyelidir. Dünyanın en büyük 44 ekonomisinin sıralandığı bu araştırmada Türkiye 44. sırada, listenin sonunda yer almıştır.

Aynı araştırmanın 2019 sonuçlarına göre ise Türkiye 43 ülke arasında 42. sırada yer almıştır. Gençlerin ilgi ve etkisine yönelik değerlendirmede 11. sırada, kadın liderliği ve cinsiyete dayalı ücret eşitliğine yönelik değerlendirmede ise 28. sırada yer almıştır.

Türkiye sosyal girişimcilik ekosistemi üzerine yayınlanan güncel çalışmalardan biri için bakınız Duygu Uygur ve Barbara Franchini, “Social Enterprises and Their Ecosystems in Europe: Country Fiche Turkey”, September 2019.

1. Sosyal Girişimcilik Kültürü

Sosyal girişimcilik ekosistemini geliştiren aktif destek kuruluşlarının varlığı, eğitim ve farkındalık çalışmalarının düzeyi ve üniversitelerin alandaki etkinliği değerlendirilir.

2. Kurumsal Çerçeve

Sosyal girişimleri destekleyen/kolaylaştıran yapıların (hızlandırıcı, kuluçka, ortak çalışma alanı vb.) varlığı ve etkinliği değerlendirilir.

3. Yasal Çerçeve

Sosyal girişimlerin örgütlenmesinin ya da faaliyet göstermesinin önündeki mevzuattan kaynaklanan engeller ile ilgili bürokratik ve yasal işlemlerin anlaşılabilirliği değerlendirilir.

4. Finansal Erişim

Finansmana dair bilgiye erişim, finansmana erişim ve sosyal girişimlerin finansal gelişimlerini destekleyen kuruluşların varlığı değerlendirilir.

5. Pazara Erişim

Sosyal girişimlerin pazara ürün ve

hizmet satabilmesini destekleyen mekanizmaların, özel sektörün sunduğu desteklerin ve alandaki işbirliğinin düzeyi değerlendirilir.

6. Yetenek ve İş Geliştirme Destekleri

Sosyal girişimlere özel eğitim programlarının, mentorluk ya da koçluk desteklerinin, sosyal girişimlerin iş geliştirmesini destekleyen/kolaylaştıran yapıların varlığı değerlendirilir.

7. Etki Yönetimi, Ölçümü ve Raporlaması

Sosyal girişimlerin etkilerini ölçecek ve raporlayacak yöntemlere erişimin, etki ölçümü konusunda farkındalık artırma çalışmaları yapan kuruluşların ve kamunun sosyal etki ölçümüne verdiği önemin durumu değerlendirilir.

Okuduğunuz bu baz araştırma, temel olarak yukarıda sıralanan yedi unsur ve bu unsurları bütünleyen yan öğeler etrafında biçimlendirilmiştir. Dokümanın son kısmında da mevcut durumun iyileştirilmesi için müdahale alanları ve atılabilecek adımlara dair değerlendirmelere yer verilmiştir.

2. METODOLOJĪ

Araştırmada nitel ve nicel araştırma yöntemlerini birleştiren karma bir yöntem kullanılmıştır. Öncelikle danışma toplantıları ve birebir görüşmeler ile nitel veri toplanmış, daha sonra bu veriler kullanılarak tasarlanan online anket ile nicel veri toplanmıştır.

2.1. Danışma Toplantıları ve Yüz Yüze Görüşmeler

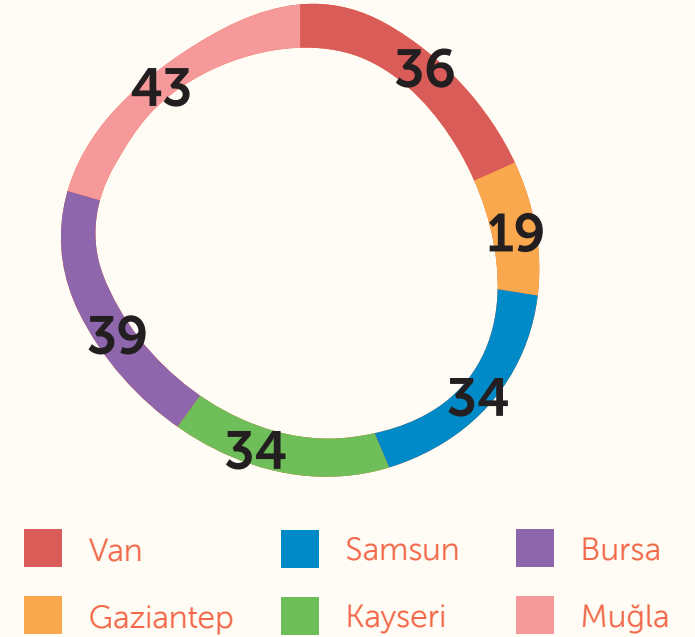
Baz araştırma kapsamındaki danışma toplantıları ve yüz yüze görüşmeler için 4 Aralık 2018-13 Şubat 2019 tarihleri arasında sırasıyla Van, Gaziantep, Samsun, Kayseri, Bursa ve Muğla illerine saha ziyaretleri gerçekleştirilmiştir. Saha çalışmasına dahil edilecek illerin seçiminde, coğrafi dağılım dengesi ve farklılaşan niteliklere sahip ekosistem özellikleri¹³ gözetilmiş; bilgiye erişimin görece kolay olduğu üç büyük şehir İstanbul, Ankara ve İzmir kapsam dışında tutulmuştur. Saha çalışmasında 46 ekosistem aktörüyle birebir görüşülmüştür.

¹³ Örneğin farklı modeller, formlar, işbirlikleri ve etkileşimler.

Danışma toplantılarında sosyal girişimcilerin yanı sıra kamu, sivil toplum ve özel sektör kurumlarından, üniversiteler ve fon kuruluşlarından sosyal girişimcilğe dair bilgi seviyeleri açısından heterojen yapıda bir katılımcı kitlesi yer almıştır. Toplantılara altı ilde toplam 205 kişi katılmıştır. Katılımcıların illere göre dağılımı Şekil 1'de verilmiştir.

Katılımcıların sektörel dağılımı ise Tablo 2'de yer almaktadır¹⁴.

Şekil 1: Katılımcıların illere göre dağılımı



Tablo 1: Danışma toplantılarına katılanların sektörel dağılımı

Sektör	Katılımcı Sayısı	Katılımcı Oranı
Sivil Toplum	76	%43,7
Üniversite	49	%28,2
Kamu	45	%25,9
Sosyal Girişim	33	%19,0
Özel	16	%9,2
Diğer	5	%2,9

¹⁴ Çoklu tercihin mümkün olması ve birden fazla sektörü temsil eden katılımcılar bulunması sebebiyle toplam katılımcı oranı %100 ün üzerinde çıkmaktadır.

Danışma toplantılarında ve yüz yüze görüşmelerde kullanılan sorular, yukarıda ayrıntıları verilen *Daha İyi Girişimcilik Politika Aracı*¹⁵ sosyal girişimcilik modülünün Türkiye'deki mevcut duruma uyarlanması¹⁶ ile oluşturulmuştur.

Katılımcılara yukarıda sıralanan yedi başlık altında 33 soru¹⁷ sorulmuştur. Sorular, kullanılan aracın tasarımcılarının da önerdiği şekilde; özdüşüncüsel (reflective) değerlendirmeyi tetikleme ve hem mevcut hem de eksik noktalara dair farkındalık geliştirme amacıyla kullanılmıştır. Danışma atölyeleri sırasında katılımcılar hem birbirlerinin yanıtlarından haberdar olmadıkları aktörleri ve mekanizmaları öğrenmiş, hem de ekosistemdeki boşluk ve eksiklerin ciddiyetine dair ortak

¹⁵ OECD, Better Entrepreneurship Tool, <https://www.betterentrepreneurship.eu/en/content/social-entrepreneurship>

¹⁶ Örneğin Türkiye'de sosyal girişimin yasal bir tanımı olmadığı bilindiğinden bu yasaların uygunluğu, geçerliliği veya erişimine yönelik sorular çıkarılmıştır.

¹⁷ Nitel araştırmada yararlanılan OECD Sosyal Girişimcilik Ekosistemi Soruları için bakınız Ek-1.

değerlendirmelerde bulunmuştur. Bu etkileşimli ortam araştırma ekibinin farklı farkındalık seviyelerine, yaklaşımlara ve boşluklara dair bilgi toplayabilmesine olanak sağlamıştır.

Toplantı ve görüşmelerde katılımcılarla ayrıca "sosyal girişim", "girişimci", "girişimcilik" kavramları ve sosyal girişimlerin ayırt edici özellikleri tartışılmıştır.

2.2. Canlı Anket

Danışma toplantılarında katılımcılardan daha fazla bilgi toplayabilmek ve geri bildirimlerini almak için Mentimeter¹⁸ uygulaması kullanılarak canlı anketler gerçekleştirilmiştir. Canlı ankete 6 ilde toplam 174 kişi katılmış, çoklu seçim olanağı olduğu için toplamda 224 oy kullanılmıştır. Canlı anket katılımcılarının çoğunluğu sivil toplum (%43) alanından gelmektedir. Onu sırasıyla üniversite, kamu, sosyal girişim ve özel sektör alanı takip eder.

¹⁸ <https://www.mentimeter.com>

2.3. Online Anket

Danışma toplantıları ve mülakatlar sonrasında, toplanan veriler baz alınarak demografik ve açık uçlu sorular da içeren 37 soruluk¹⁹ bir online anket oluşturulmuştur. Anket; proje ortakları ve iştirakçilerinin duyuru kanallarından faydalanılarak, Euromessage online anket platformu üzerinden, 25 Mart- 16 Nisan 2019 tarihleri arasında yaygınlaştırılmıştır. Online ankete Türkiye genelinde 26 farklı ilden 166 ekosistem aktörü katılmıştır.

¹⁹ Online anket soruları ve detaylı yanıtlar için bakınız Ek-2.

3. ARAŞTIRMA BULGULARI

3.1. Saha Ziyareti Bulguları ve Sosyal Girişimcilik Algısı

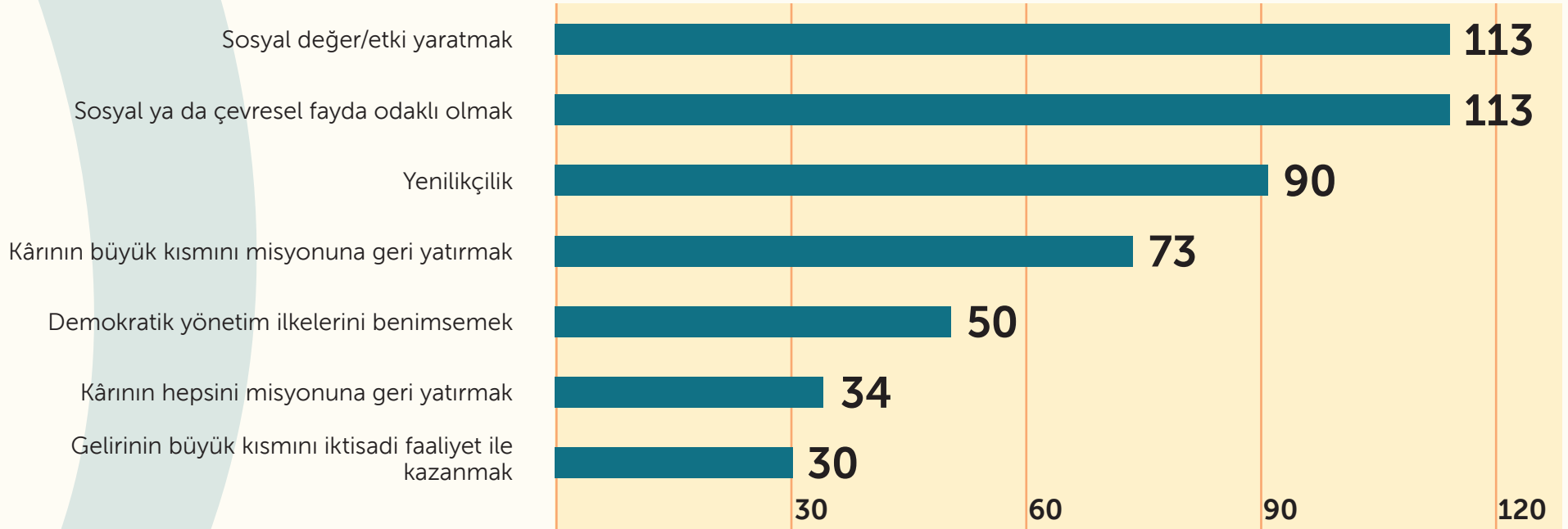
Altı ilde gerçekleştirilen toplantılar ve görüşmeler sırasında "sosyal girişim" ve "sosyal girişimci" kavramlarına dair akıllarda çok sayıda soru işareti olduğu, görüşme yapılanların büyük çoğunluğunun illerindeki sosyal girişimlerden haberdar olmadıkları ya da söz konusu girişimlerin sosyal girişim olarak sınıflandırılabilmesine

dair farkındalıklarının düşük olduğu gözlemlenmiştir.

Sosyal girişimciyi tanımlamak için kullanılan kriterler; görüşülen kişinin bulunduğu şehre, deneyimine, gönüllülük deneyimi ya da sivil toplum geçmişi olup olmamasına ve yaşına göre değişiklik göstermektedir.

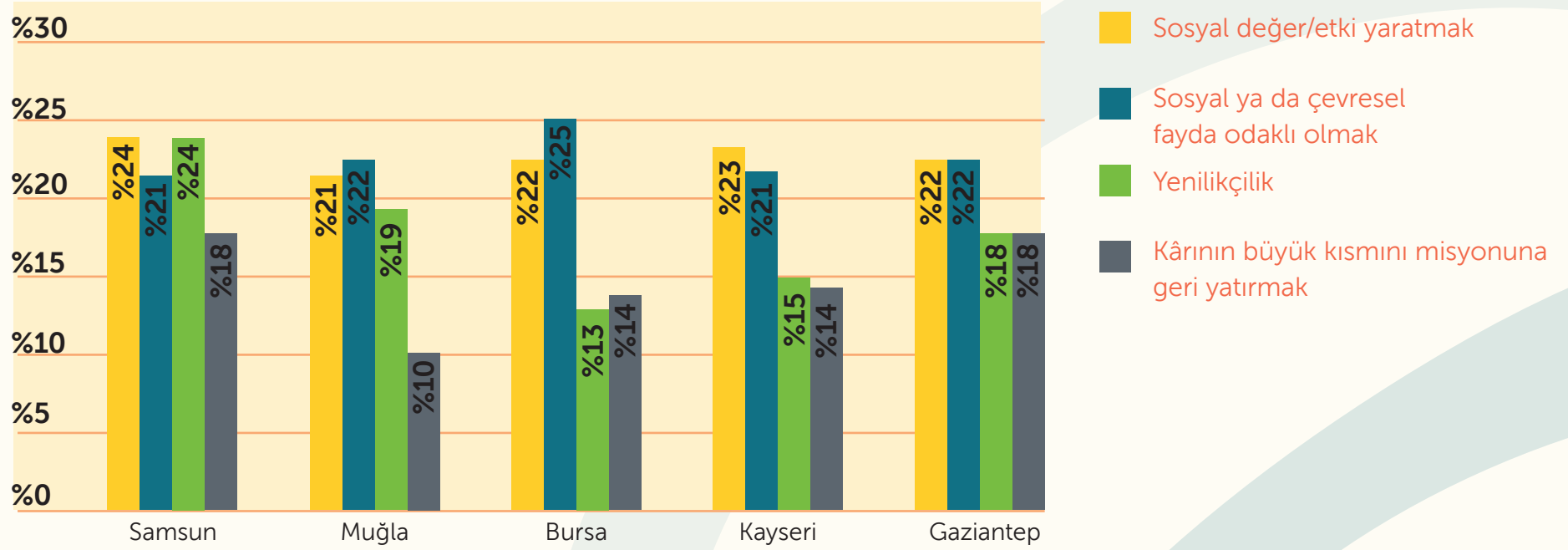
İllerde yapılan danışma toplantılarında uygulanan canlı

anket sonuçlarına göre, sosyal girişimlerin ayırt edici özellikleri ve Türkiye özelinde sosyal girişim tanımı konusunda, "sosyal değer/etki yaratmak", "sosyal ya da çevresel fayda odaklı olmak", "yenilikçilik" ve "kârının büyük kısmını misyonuna geri yatırmak" ifadeleri ön plana çıkmıştır. Literatürde sosyal girişimler için zorunlu bir özellik olup olmadığı tartışılan 'yenilikçilik' faktörünün, ön planda olması çarpıcı bir sonuçtur.



Çoklu tercihin mümkün olması sebebiyle ayırt edici özellikleri seçen kişi sayılarının toplamı, katılımcı sayısının üzerinde çıkmaktadır.

Şekil 3: İllere göre sosyal girişimlerin ayırt edici özelliklerine dair belirtilen ilk 4 seçeneğin oranları



"Demokratik yönetim ilkelerini benimseme"nin sosyal girişimlerin ayırt edici bir özelliği olduğunu düşünenlerin oranı da oldukça yüksektir. Anketlerde en düşük sayıda oyu ise uluslararası literatürde sosyal girişimlerin en önemli kriterlerinden biri olarak kabul edilen "gelirinin büyük bir kısmını iktisadi faaliyet ile kazanmak" özelliği almıştır.

Sosyal girişimcilerin en çok vurgulanan özellikleri, sosyal problemlere odaklanmaları ve farklı bir bakış açısıyla kaynakları etkin kullanarak, sürdürülebilir çözümler üretmeleridir. Karakter özellikleri olarak "duyarlı", "inatçı", "cesur", "fırsatları okuyabilme", "değişim yaratabileceğine inanma", "kendini bir amaca adanma" ve "dirençli olma" vurguları öne çıkmıştır.

İllerdeki danışma toplantılarında katılımcılara sosyal girişimcilik alanında bilgi almak veya etkinliklere katılım için hangi web sitelerini takip ettikleri sorulmuş, bu soruya 23 kişi (%13) öyle bir web sitesi olmadığını belirtmiş, diğer katılımcılar ise 76 farklı web sitesi adı vermiştir. Alanda aktif olan platformların bilinirliğinin düşüklüğü çarpıcıdır. Bu toplantılarda katılımcılar, en çok takip ettikleri web sitelerinin Koç Üniversitesi Sosyal Etki Forumu (KUSIF), Ashoka ve AB İlan'ın web siteleri olduğunu belirtmişlerdir. Sosyal medya alanında LinkedIn'in daha sıklıkla kullanıldığı söylenmiştir.

3.2. Online Anket Bulguları

3.2.1. Demografik Bulgular

Online ankete 97 (%58,4) kadın, 65 (%39,2) erkek katılmış, 4 katılımcı ise cinsiyetini belirtmek istememiştir.

Katılımcıların büyük çoğunluğu 25-34 (%39) ve 35-44 (%30) yaş aralığındadır. 18 yaş altı katılımcı yoktur. 55 yaş üstü katılımcı oranı %8'dir.

%69

**25-44 yaş
aralığındaki
online anket
katılımcı oranı.**

%88'i

**online anket
katılımcılarından
yükseköğretim/üniversite
ve üzeri eğitim almış
kişilerin oranı.**

Katılımcıların çoğunu %35'lik oranla yükseköğretim/üniversite mezunları oluşturmaktadır. Yüksek lisans/doktora mezunu oranı %32, yüksek lisans/doktora öğrencilerinin oranı ise %21'dir.

Online ankete 26 farklı ilden katılım sağlanmıştır. En çok katılım İstanbul (%44), Ankara (%11), İzmir (%9) ve Van (%9) illerinden olmuştur. Katılımcı sayısı açısından bu illeri Bursa ve Kayseri takip etmektedir. Belirtilen iller haricinde 20 ilden²⁰ toplam 32 kişi ankete katılmıştır.

Online ankette katılımcılara, kuruluşlarının sektörel konumu ve ekosistemdeki rolleri sorulmuştur. Buna göre anket katılımcılarının %38,6'sının sivil toplum/yurttaş sektöründen, %27,7'sinin özel sektörden ve %21,7'sinin kamu sektöründen olduğu görülmüştür.

²⁰ Adana, Balıkesir, Bitlis, Çorum, Denizli, Eskişehir, Gaziantep, Hatay, Kahramanmaraş, Kars, Kocaeli, Konya, Malatya, Manisa, Mersin, Muğla, Muş, Osmaniye, Rize, Samsun.

Bu görece dengeli dağılım, sosyal girişimcilik ekosistemine farklı sektörlerin bakış açılarını kıyaslayabilme olanağı sağlamaktadır.

Katılımcılara sosyal girişimcilik ekosistemindeki rolleri için birden fazla tanımlama belirtebilme seçeneği sunulmuştur. Katılımcıların %47'si kendilerini sosyal girişimci, %45'i ise aktif vatandaş olarak tanımlamıştır. 34 katılımcı (%20) kendini hem sosyal girişimci hem de aktif vatandaş olarak tanımlamıştır.

Kendini sosyal girişimci olarak tanımlayan kişilerin %58'inin genç (18-34 yaş aralığında) olduğu görülmektedir. Kendini sosyal girişimci olarak tanımlayanların %50'sinin erkeklerden, %46'sının kadınlardan ve %4'ünün cinsiyetini belirtmek istemeyen kişilerden oluştuğu görülmektedir. Kendini sosyal girişimci olarak tanımlayanların yüksek eğitimli kişilerden oluştuğu anlaşılmaktadır. Katılımcıların %88'i üniversite (lisans mezunu) ve üzeri seviyede eğitime sahiptir. Bu demografik bulgular Temmuz 2019'da yayınlanan *Türkiye'de Sosyal*

Girişimlerin Durumu Raporu'nun demografik bulgularıyla yüksek oranda örtüşmektedir.

Katılımcıların %24'ünün araştırmacı/akademisyen ve %19'unun aracı kuruluş (teknoloji transfer ofisi, hızlandırıcı, kuluçka, ödül veren ve yarışma düzenleyen kuruluşlar, mentor ağları vb.) temsilcisi olduğu görülmektedir. %16'sı yatırımcılardan ve fon sağlayıcılardan, %2'si hukuki düzenleme/politika yapıcılardan oluşmaktadır.

%12'lik kısım ise sunulan yanıt seçeneklerinin dışında, "diğer" kategorisini seçerek, kendisini danışman, mentor, medya mensubu, üniversite öğrencisi, kalkınma ajansı çalışanı, işbirliği kuruluşu (partner, etki alanı genişletici), kamu çalışanı, Sivil Toplum Kuruluşu (STK) gönüllüsü, psikolog, STK yöneticisi, kolaylaştırıcı kurum (özel sektör ve sosyal girişim ekosistemi arasındaki köprü fonksiyonu üstlenen), çalışan, tasarımcı, saha görevlisi, bilişim/teknoloji danışmanı olarak tanımlamıştır.

3.2.2. Sosyal Girişimcilik Kültürü ve Kurumsal Çerçeve

Online anket sonuçlarına göre katılımcıların %92'si sosyal girişimciliğin halk tarafından anlaşılan/bilinen bir kavram olmadığını, %74'ü sosyal girişimcilik alanında farkındalık artırma aktiviteleri yapıldığını düşünmektedir. Katılımcıların %84 gibi büyük bir çoğunluğu Türkiye'de sosyal girişimciliğin ivme kazandığını düşünmektedir.

Tablo 2: Sosyal girişimcilik kültürü ve kurumsal çerçeveye dair bulgular

Değerlendirmeler	Ortalama
Sosyal girişimcilik Türkiye’de ivme kazanmaktadır.	3,08
Sosyal girişimcilik alanında farkındalık artırma aktiviteleri yapılmaktadır.	2,88
Sosyal girişimcilik ekosistemini geliştiren aktif destek kuruluşları bulunuyor.	2,75
Sosyal girişimlerin iş geliştirmesini destekleyen/kolaylaştıran yapılar (hızlandırıcı, kuluçka, ortak çalışma alanı vb.) bulunmaktadır.	2,61
Sosyal girişimlerin örgütlenmesinin/faaliyet göstermesinin önünde mevzuattan kaynaklanan engeller mevcuttur.	2,92
İlgili bürokratik ve yasal işlemler erişilebilir ve anlaşılabilir durumdadır.	2,01
Sosyal girişimlerin finansal gelişmelerini destekleyen kuruluşlar mevcuttur.	2,25
Sosyal girişimcilerin kullanabileceği yeterli altyapı (telekomünikasyon, elektrik, ofis ve bina hizmetleri vb.) mevcuttur.	2,30
Sosyal girişimlerin pazara ürün ve hizmet satabilmesini destekleyen mekanizmalar bulunmaktadır.	2,13
Sosyal girişimlerin gelişimi, mevcut ağlar ya da gruplar (örneğin girişimciliği, ihracatı, ticarileşmeyi destekleyen ağ kuruluşları) tarafından desteklenmektedir.	2,27
Sosyal girişimler etkilerini ölçecek ya da raporlayacak yöntemlere erişebilmektedir.	2,22
Üniversiteler ya da akademik çevreler sosyal girişimcilik alanında aktif faaliyet göstermektedirler.	2,23
Sosyal girişimlerin gelişimi için yeterli ve kalifiye iş gücü mevcuttur.	2,30
Sosyal etki ölçümü ve raporlaması, izleme-değerlendirme ve benzeri çalışmalar kapsamında kamu nezdinde önem kazanmaktadır.	2,48
Sosyal etki ölçümü ve raporlaması konusunda farkındalık artırma çalışmaları yapan kuruluşlar mevcuttur.	2,58
Sosyal girişimler özel sektörün sunduğu desteklerden yararlanabilmektedir.	2,19
Alandaki aktörler, sosyal girişimlerle işbirliği yapmaktadır.	2,34
Sosyal girişimcilik halk tarafından anlaşılan/bilinen bir kavramdır.	1,66
Sosyal girişimler finansmana erişebilmektedir.	1,87
Sosyal girişimler başvurabilecekleri finansman kaynakları ile ilgili bilgiye erişebilmektedir.	2,11
Sosyal girişimler mentorluk ya da koçluk desteklerine erişebilmektedir.	2,33
Sosyal girişimlere özel eğitim programları mevcuttur.	2,38

Ölçek: 1- Hiç katılmıyorum, 4- Kesinlikle katılıyorum

Katılımcıların %65'i Türkiye'de sosyal girişimcilik ekosistemini geliştiren aktif destek kuruluşları bulunduğunu, %57,8'i ise sosyal girişimlerin iş geliştirmesini destekleyen/ kolaylaştıran yapılar bulunduğunu düşünmektedir.

Online anket sonuçlarına göre, katılımcıların %64'ü sosyal girişimlerin gelişiminin mevcut ağlar ya da gruplar (örneğin girişimciliği, ihracatı, ticarileşmeyi destekleyen ağ kuruluşları) tarafından desteklenmediğini düşünmektedir. Bu oran kadın katılımcılarda %58'dir.

Katılımcılara sosyal girişimcilikle ilgili üye oldukları ya da takip ettikleri kuruluş, ağ ya da platformlar sorulmuştur. Bu soruya yanıt veren 124 katılımcının %67'si sosyal girişimcilikle ilgili üye olduğu ya da takip ettiği bir çatı kuruluş, ağ ya da platform olduğunu belirtmiştir. Sosyal girişimcilikle ilgili en çok takip edilen ağ Ashoka'dır (%44).

Online anket katılımcılarının %58'i sosyal girişimcilikle ilgili takip ettikleri web siteleri ve dijital mecralar

olduğunu belirtmiştir. En çok takip edilen web sitesi ve dijital mecrası Ashoka'nındır (%31). Ashoka'yı takiben, KUSIF, imece, Sivil Alan, Sivil Sayfalar, Sivil Toplum Geliştirme Merkezi (STGM) ve Türkiye Üçüncü Sektör Vakfı (TÜSEV) en fazla takip edilen mecralara sahip kurum ve kuruluşlar arasındadır.

3.2.3. Yasal Çerçeve

Online anket katılımcılarının %70'i sosyal girişimlerin örgütlenmesinin/ faaliyet göstermesinin önünde mevzuattan kaynaklanan engeller olduğunu düşünmektedir.

Sosyal girişimlerle yapılan birebir görüşmelerde ortaya çıkan bir görüş, özellikle vergi avantajı ve tanınırlık sağlanması için mevzuatta sosyal girişimlerin tanınması ve sosyal girişimler için ayrı bir tüzel kişilik türü öngörülmesi gerektiği yönündedir.

Buna karşılık, görüşmelerde ortaya çıkan ikinci bir görüşe göre münferit sosyal girişimcilerin ihtiyaçlarını karşılayacak örgütlenme (organizasyon) türünün, mevcut

yapılar arasından seçilmesi mümkündür. Örneğin bazı sosyal girişimciler tarım sektörü bakımından kooperatifin en uygun yapı olduğunu düşünmektedirler. Ayrıca gerektiği takdirde melez yapıların (örneğin dernek ve şirket birlikte) tercih edilebileceği, bu tip yapıların esneklik sağlayacağı ifade edilmiştir.

Online anket sonuçlarına göre katılımcıların %77'si ilgili bürokratik ve yasal işlemlerin erişilebilir ve anlaşılabilir olmadığını düşünmektedir.

YAPILAN GÖRÜŞMELERDE SOSYAL GİRİŞİMCİLERİN BAZILARININ, GETİRECEĞİ BÜROKRATİK YÜKLER NEDENİYLE TÜZEL KİŞİLİK KURMAKTAN KAÇINDIKLARI GÖZLEMLENMİŞTİR. BUNUNLA BİRLİKTE TÜZEL KİŞİLİK OLUŞTURMAYAN SOSYAL GİRİŞİMCİLER BAZI DESTEK VE İMKÂNLARDAN FAYDALANAMADIKLARINI İFADE ETMEKTEDİRLER.

3.2.4. Finansmana Erişim

Online anket sonuçlarına göre katılımcıların %87'si sosyal girişimlerin finansmana erişemediğini, %76'sı sosyal girişimlerin başvurabilecekleri finansman kaynakları ile ilgili bilgiye dahi erişemediklerini düşünmektedir.

Katılımcıların %61'i sosyal girişimlerin finansal gelişimlerini destekleyen kuruluşların mevcut olmadığını düşünmektedir.

Araştırmanın tüm safhalarından toplanan veriler Türkiye'de sosyal girişimler için finansman olanaklarının çok sınırlı olduğuna işaret etmektedir²¹. Sosyal girişimlerin çoğu, finansman ihtiyaçlarını kişisel kaynaklar, aile ve arkadaş çevresinden sağlamaktadır.

²¹ Örneğin Türkiye Grameen Mikrofinans Programı 1000 TL ile 8000 TL arasında mikro kredi vermektedir. Bu program üretim yapan kadın girişimcilerin ihtiyacını karşılasa da çoğu sosyal girişim için kredi limiti genellikle yetersiz kalmaktadır. Ticari krediler, faizleri yüksek olduğu için çok tercih edilmemektedir. Az sayıda girişimci mevcut melek yatırımcı ağlarından yatırım almıştır. Sadece sosyal girişimlere yönelik olan tek bir kitle fonlaması platformu vardır (Buluşum) ancak diğer kitle fonlaması platformlarından bazıları da sosyal girişimlere açıktır.

Hibeler (AB fonları), bağışlar ve parasal ödüller (üniversitelerin, kamunun, bankaların girişimcilik yarışmaları) de fon kaynağı olarak kullanılmaktadır.

3.2.5. Pazara Erişim

Online anket sonuçlarına göre katılımcıların %71'i sosyal girişimlerin pazara ürün ve hizmet satabilmesini destekleyen mekanizmaların bulunmadığını düşünmektedir.

Sosyal girişimlerin satış yapmak için kullanabilecekleri sınırlı sayıda platform bulunmaktadır²². Sosyal medya, girişimler için önemli bir araçtır ve sosyal girişimcilerin de bu aracı etkin bir biçimde kullanmaya çalıştığı gözlemlenmiştir. Sosyal girişimler, sosyal medya kanallarını hedef kitlelerine ulaşabilmek ve ulusal/uluslararası piyasalara erişmek için kullanmaktadır.

Katılımcıların %60'ı alandaki aktörlerin sosyal girişimlerle işbirliği yapmadığını, %67'si ise sosyal girişimlerin özel

²² Ticaret Bakanlığı'nın kooperatifler için olan e-satış portalı, Good4Trust ve Armut.

sektörün sunduğu desteklerden yararlanamadığını düşünmektedir. Yüz yüze görüşmeler sırasında sosyal girişimciler, özel sektörle işbirliği fırsatlarının gelişiminde ağların önemini vurgulamıştır. Özel sektör sosyal girişimlere kurumsal sosyal sorumluluk aktiviteleri ve sponsorluk çerçevesinde destek olmaktadır. Sivil toplum kuruluşlarının özel sektörün desteğinden daha çok faydalanabildiği de belirtilmiştir.

Sosyal girişimcilerin kamuya satış yapabilmesi için ihale kanununda özel bir düzenleme bulunmamaktadır ancak kamuya ve ticaret odalarına sınırlı sayıda satış yaptığını belirten sosyal girişimciler mevcuttur.

Sosyal girişimlerin başarılı olmaları için; "yatırımcılar ya da diğer fon sağlayıcılar"ı önemli bulanların oranı %92, "hızlandırıcılar/kuluçka programları ya da destek kuruluşları ile ilişkiler"i önemli bulanların oranı ise yine %92 olmuştur. Buna ek olarak katılımcıların %89'u politika yapımcılar ya da kamu kuruluşları ile ilişkilerin önemli olduğunu düşünmektedir.

Tablo 3: Başarı için ekosistem aktörleriyle ilişki önem sıralaması

Değerlendirmeler	Genel ortalama	Kadın değişkeni için ortalama	35 yaş altı değişkeni için ortalama
Yatırımcılar ya da diğer fon sağlayıcılar	3,58	3,62	3,59
Politika yapıcılar ya da kamu kuruluşları	3,43	3,46	3,46
Hızlandırıcılar/kuluçka programları ya da destek kuruluşları	3,43	3,44	3,44
Mentorlar/danışmanlar	3,28	3,28	3,33
Diğer sosyal girişimler	3,13	3,24	3,16

Ölçek: 1- Hiç katılmıyorum, 4- Kesinlikle katılıyorum

Mentorlar/danışmanlar ile ilişkilerin önemli olduğunu düşünenlerin oranı %87, diğer sosyal girişimler ile ilişkilerin önemli olduğunu düşünenlerin oranı %83'tür.

Tablo 4'te sosyal girişimlerin başarılı olmaları için finansman kaynaklarının çok önemli olduğu, yatırımcıların ya da fon sağlayıcıların ekosistemde kilit rol oynadıkları gözlemlenmektedir.

Kadınların %90'ı, erkeklerin %74'ü başarılı olmalarında diğer sosyal girişimlerle ilişkilerin daha önemli olduğunu düşünmektedir.

Görüşme yapılan sosyal girişimler, çeşitli etkinliklerde birbirlerinden haberdar olmaya başladıklarını ve birbirlerine destek verdiklerini belirtmektedirler. İşbirliklerinin belli sektörlerde, özellikle tarım ve

gıda sektörlerinde, kooperatifler aracılığıyla arttığı gözlemlenmiştir.

Online anket sonuçlarına göre katılımcıların %62'si sosyal girişimcilerin kullanabileceği yeterli altyapının (telekomünikasyon, elektrik, ofis ve bina hizmetleri vb.) mevcut olmadığını düşünmektedir.

3.2.6. Yetenek ve İş Geliştirme Desteği

Online anket sonuçlarına göre katılımcıların %59,6'sı sosyal girişimlerin gelişimi için yeterli ve kalifiye iş gücünün mevcut olmadığını düşünmektedir. Büyük şehirler dışında uzman ve kalifiye iş gücü eksikliği, yüz yüze görüşmelerde de dile getirilen bir sorun olmuştur.

Katılımcıların %59,6'sı sosyal girişimlere özel eğitim programları olmadığını, %65'i sosyal girişimlerin mentorluk ve koçluk desteklerine erişemediklerini düşünmektedir. Benzer şekilde katılımcıların %66'sı üniversiteler ya da akademik çevrelerin sosyal girişimcilik alanında aktif faaliyet göstermediğini düşünmektedir.

Türkiye'deki yükseköğrenim kurumlarının sosyal girişimciliğin gelişmesi için önemli bir rol üstlenebileceği düşünülmektedir. Sosyal girişimcilikle ilgili araştırmalar yapılması, programlar geliştirilmesi, bu alana dair ders sayılarının artırılması, seminerler ve ödül programlarının

düzenlenmesi ile bu alanda çalışan öğrenci kulüplerinin desteklenmesi; üniversitelerin sosyal girişimciliğin gelişmesine katkı sunabileceği başlıca konular olarak ortaya çıkmıştır. Yine saha ziyaretleri bulgularına göre, büyük şehirlerde üniversiteler daha aktifken küçük şehirlerde yeterince faal gözükmemektedirler. Küçük şehirlerdeki üniversitelerde sosyal girişimcilik derslerinin olmadığı ve öğrencilerin kulüp faaliyetleri kapsamında davet ettikleri sosyal girişimciler vasıtasıyla bu kavramla tanıştığı gözlemlenmiştir. Bazı katılımcılar akademik alanda TÜBİTAK'tan destek aldıklarını belirtmişlerdir.

3.2.7. Etki Yönetimi, Ölçümü ve Raporlaması

Online anket sonuçlarına göre katılımcıların %64'ü sosyal girişimlerin etkilerini ölçecek ya da raporlayacak yöntemlere erişemediklerini düşünmektedir.

Ancak yine online anket sonuçlarına göre katılımcıların %60'ı sosyal etki ölçümü ve raporlaması konusunda

farkındalık artırma çalışmaları yapan kuruluşlar olduğunu düşünmekte; %50'si sosyal etki ölçümü ve raporlaması ile izleme-değerlendirme ve benzeri çalışmaların kamu nezdinde önem kazandığını düşünmektedir.

Saha araştırması sonuçlarına göre sosyal girişimciler, sosyal etkiyi ölçmenin önemini ve gereğinin farkındadır ancak sosyal etkilerini ölçen girişimci sayısı azdır. Sosyal etkilerini ölçmek için faaliyetlerinin başında, ortasında ve sonunda veri toplayıp karşılaştıran sosyal girişimciler bulunmaktadır; ancak yüz yüze görüşmeler sırasında kullandıkları metotlardan ve sonuçlardan emin olmadıklarını belirtmişlerdir.

SOSYAL ETKİ ÖLÇÜMÜ YAPILAMAMASININ BAŞLICA NEDENLERİ ARASINDA NEYİN ÖLÇÜLECEĞİNİ BİLEMEME, ETKİ ÖLÇÜMÜ YÖNTEMLERİNE HÂKİM OLMAMA, VERİ TOPLAMADA YAŞANILAN SIKINTILAR VE İNSAN KAYNAĞI EKSİKLİĞİ GÖSTERİLMİŞTİR.

3.2.8. Fırsatlar ve Engeller

Online anket katılımcılarının Türkiye’de sosyal girişimciliğin gelişmesi için fırsat olarak gördüğü unsurlar şu şekilde kategorize edilebilir:

- Sosyal girişimcilik ile ilgili bilinirliğin ve aynı zamanda sivil toplumun bu konudaki farkındalığının artmakta oluşu,
- Başarılı ve iyi sosyal girişimcilik örneklerinin artışı, görünürlük imkanlarının çoğalması,
- Başka açılardan olumsuz olsa da ekonomik kriz, işsizlik ve mülteci meselesine dair sorunların sosyal girişimciliğe yönelimi artırma ihtimali,
- Türkiye’nin genç bir nüfusa sahip olması,
- Genel olarak girişimcilik ruhunun güç kazanıyor olması,
- İnsanların işlerini yaparken sosyal fayda da üretmek istemeleri,
- Teknoloji ve mobil uygulamaların yaygınlaşmasının bilgiye erişimi kolaylaştırması.

Online anket katılımcılarının Türkiye’de sosyal girişimciliğin önünde engel olarak gördüğü unsurlar²³ şu şekilde sınıflandırılabilir:

- Sosyal girişimcilik ile ilgili hukuki bir zemin olmaması, bu konu ile ilgili devlet politikalarının bulunmaması,
- Kamu kurum ve kuruluşlarının sosyal girişim konusunda bilgi seviyesinin çok düşük oluşu, bu konuda desteğin olmayışı,
- Toplumda konu ile ilgili yeterli bilgi seviyesinin olmaması, sosyal girişimcilik kavramının bilinirliğinin düşük olması,
- Sosyal girişimciler için fon ve yatırım kaynaklarının çok kısıtlı olması, girişimcilerin bu fon kaynaklarına ve finansal desteğe erişimde zorluklar yaşaması,
- Sosyal girişimcilik konusunda bilgi, tecrübe ve insan kaynağı eksikliği,

- Büyük şehirler dışında sosyal girişimcilikle ilgili çalışmaların çok kısıtlı oluşu,
- Sosyal girişimlerin etkinliklerini takip etmekte zorlanması; sosyal girişimlerin çalışmaları ile ilgili bilgilerin yer alacağı ulaşılabilir platformlarla ilgili bilgi yetersizliği.

²³ Bakınız EK-2 soru no. 13.

4. DEĞERLENDİRME VE ÖNERİLER

Araştırmanın tüm bulgularının bütüncül bir şekilde değerlendirilmesi sonucunda ortaya çıkan en temel öneri, ekosistem seviyesinde farklı fonksiyonlara sahip tüm aktörleri hedefleyen kapasite geliştirme çalışmalarına hız verilmesi gerektiğidir.

Araştırmanın farklı aşamalarında katılımcılar tarafından dile getirilen ve bulgularla örtüşen değerlendirme ve öneriler, aşağıda beş başlık altında gruplandırılmıştır. Lakin değerlendirme ve önerilerden önce bu önerileri uygulamaya geçirecek aktörlerin hassasiyetini gerektiren iki kritik unsurdan bahsetmek gerekir.

Birincisi, geliştirilecek her türlü araç ve mekanizmanın dinamik ve esnek bir yapıda tasarlanması ve kullanılması gerekmektedir. Türkiye'deki sosyal girişimcilik ekosistemi erken oluşum aşamasındadır ve sürekli bir gelişim içindedir²⁴. Gelecek beş yıl içinde birçok yeni aktörün ve

ağırlık merkezinin ortaya çıkması; destek yapılarının, kaynakların sayısının ve işlevlerinin değişmesi; yeni gündemlerin oluşması beklenmektedir. Yasal çerçevede dinamik ve esnek düzenlemelerin kullanıldığı ülkeler, sosyal girişimler gibi melez/karma modeller kullanan aktörlerin varlığı ve gelişimi için daha elverişlidir.

İkinci unsur ise sosyal girişimciliğin belirli temalarla sınırlı olmadığı ve sosyal girişimciliğin geliştirilmesi için yapılacak çalışmaların birçok önemli alanı ilgilendiren yatay çalışmalar olduğunun hatırlanmasıdır. Sosyal girişimler tarım, sağlık, teknoloji, eğitim, gıda ve moda gibi birçok farklı alanda aktif faaliyet göstermektedir²⁵.

4.1. Ekosistem Aktörleri Arasında İletişim ve Etkileşimin Geliştirilmesi

Online anket katılımcılarına ekosistem aktörlerinden hangileriyle bağ kurmakta zorluk çektikleri sorulmuştur. %66'sı yatırımcılar, %64'ü fon sağlayıcılar ve %51'i kamu kuruluşları ile tanışmak ve bağ kurmak konusunda zorluk çektiklerini belirtmiştir. Erkek katılımcıların kadın katılımcılara oranla bu kişi ve kurumlarla bağ kurma konusunda daha çok zorlandığı görülmektedir.

Yatırımcılarla bağ kurma konusunda kadınların %62'si zorluk çekerken bu oran erkek katılımcılarda %71'dir. Kamu kuruluşlarıyla bağ kurma konusunda kadınların %46'sı zorluk çekerken, bu oran erkek katılımcılarda %62'dir.

²⁴ British Council Türkiye, 2019, Türkiye'de Sosyal Girişimlerin Durumu, <https://www.britishcouncil.org.tr/programmes/education/social-enterprise-research>

²⁵ British Council Türkiye, 2019, Türkiye'de Sosyal Girişimlerin Durumu Raporu.

35 yaş altı katılımcılar diğer katılımcılara oranla bağ kurma konusunda daha fazla zorluk çektiklerini belirtmişlerdir. Bu grupta katılımcıların %72'si yatırımcılarla bağ kurma konusunda sıkıntı çekerken, bu oran 35 yaş üstü katılımcılarda %60'a inmektedir.

Katılımcılar diğer sosyal girişimciler (%34), hukukçular (%34), mentorlar (%30) ve STK'lar (%17) ile bağ kurmak konusunda daha az sıkıntı çektiklerini belirtmektedirler.

Bulgular analiz edildiğinde, sosyal girişimcilik alanında çalışan ya da potansiyel taşıyan sektörler ve aktörler arasındaki izolasyonu giderecek şekilde, sürekli iletişim ve etkileşim fırsatları sağlayan aktif platform ve ağlara duyulan ihtiyaç ve bu ağların desteklenmesinin gerekliliği ortaya çıkmaktadır.

Sosyal girişimleri, kamu ve sivil toplum gibi farklı sektörlerle yan yana getiren ağ/platform ihtiyacının yanı sıra; sadece büyük kurumlarla sınırlı kalmayan ve daha çoğulcu ve geniş katılımlı ağ ve birliktelik yapılarının

kurulmasına yönelik ihtiyaçlar katılımcılar tarafından dile getirilmiştir.

Bu başlık altında gündeme getirilen bir başka ihtiyaç da halihazırda faaliyet gösteren ağ ve platformların tanıtımı ve bilinirliğinin artırılmasının gerekliliği olmuştur.

4.2. Sosyal Girişimcilik Alanında Farkındalık ve Bilgi Seviyesinin Artırılması

Sosyal girişimciliğe dair bilinirliğin artırılması, toplumun ve kamunun bu konuda farkındalığının artması ve sosyal girişimcilik kavramına dair daha net tanımların yapılması ihtiyaçları online anket katılımcıları tarafından ağırlıklı dile getirilmiştir.

Geleneksel medyada başarılı sosyal girişim hikayelerine daha fazla yer verilmesinin ve bu haberlerde sadece sosyal faydanın değil yaratılan ekonomik katkının da görünür kılınmasının, toplum nezdinde bilinirlik ve bilinci artırmada etkili olacağı vurgulanmıştır.

Araştırma sonucunda, farkındalık ve bilgi seviyesi artışının her türlü

Geleneksel medyada başarılı sosyal girişim hikayelerine daha fazla yer verilmesinin ve bu haberlerde sadece sosyal faydanın değil yaratılan ekonomik katkının da görünür kılınmasının, toplum nezdinde bilinirlik ve bilinci artırmada etkili olacağı vurgulanmıştır.

ekosistem aktörü için bir ihtiyaç olduğu ortaya çıkmıştır. Yatırımcıların sosyal girişimcilik alanı ve bu alanda oynayabilecekleri roller konusunda bilgilendirilebileceği, sosyal girişimcilerin mevzuat ve şirket çeşitleri hakkında video ve katalog içeriklerle bilinçlendirilebileceği, girişimcilik ve sivil toplum alanlarında çalışan uzmanlar nezdinde bilgi birikimi oluşturmaya yönelik olarak önemli kaynakların Türkçeleştirilebileceği ve Türkiye bağlamına uygun vaka çalışmaları

yapılmasının desteklenebileceği belirtilmiştir.

Online anket katılımcılarının %80'i mevcut sosyal girişimler, fon kaynakları, destek platformları gibi konularda bilgi eksikliğinin; ekosistemin bir sorun olduğunu belirtmektedir. Dolayısıyla sosyal girişimlerin de ekosistemin işleyişi ve mevcut fırsatlar konusunda bilgilendirilmesi ihtiyacı söz konusudur.

Sosyal girişimcilik eğitimleri konusunda; sosyal girişimcilik alanında bilgi ve eğitim sağlayıcıların hem nicelik hem nitelik yönünden güçlendirilebileceği, mevcut aktörlerin desteklenebileceği, örgün eğitim sistemi içinde, lise ve üniversite müfredatında yer alacak sosyal girişimcilikle ilgili derslerle bilgi ve farkındalık seviyesinin arttırılabileceği anket katılımcıları tarafından dile getirilmiştir.

4.3. Desteklerin ve Desteklere Erişimin Artırılması

Sosyal girişimcilik alanında finansal ve finansal olmayan destek programlarının geliştirilmesi ve sosyal girişimlerin yanı sıra, sosyal girişimleri destekleyen yapılar için de destek programları tasarlanması gerekmektedir. Bu gereklilik politika yapımcılar tarafından da gündeme alınmış ve 11. Kalkınma Planı²⁶ kapsamında Sosyal Destek Programı'nın sosyal girişimciliği ve sosyal sorumluluk faaliyetlerini de teşvik edecek şekilde yeniden yapılandırılması, politikalar ve tedbirler arasına alınmıştır.

Online anket sonuçlarına göre bilgi eksikliğinden sonra gelen en büyük sorunlar %65 ile sosyal girişimler arası deneyim aktarımı eksikliği; %60 ile hukuk, muhasebe, yatırım gibi alanlarda uzman desteklerine erişim zorluğu ve %50 ile insan kaynağı

eksikliğidir. Uzman desteklerine erişim sorunu 35 yaş altı katılımcıların %66'sı tarafından bir sorun olarak belirtilirken, bu oran diğer katılımcılarda %54 olarak izlenmektedir. Ayrıca katılımcıların %43'ü topluluk ve ağlara erişim zorluğu yaşandığını düşünmektedir.

Bu sorunları gidermek için tüm ekosistemi güçlendirme ve sosyal girişimleri destekleme konusunda kritik rol oynayan aracı yapıların (kuluçka merkezleri, hızlandırıcı programlar, ortak çalışma alanları vb.) güçlendirilmesi ve operasyonel faaliyetleri için onlara destek sağlanması elzemdir.

Finansal destekler yaratmak için ise, sosyal girişimciliği teşvik edecek ve sosyal girişimciliğin ihtiyaçlarına uygun şekilde tasarlanmış fon programlarının oluşturulması önemlidir.

Sosyal girişimcilerin halihazırda yararlanabileceği fonlar a) sivil toplum kuruluşlarına yönelik hibe temelli ve operasyonel esnekliği olmayan ve b) genel olarak girişimciliğe yönelik, kâr amacı gütmeyen yapılara uygun olmayan fonlardır.

²⁶ Türkiye Cumhuriyeti Cumhurbaşkanlığı Strateji ve Bütçe Başkanlığı, Onbirinci Kalkınma Planı, 2019-2023, <http://www.sbb.gov.tr/wp-content/uploads/2019/07/OnbirinciKalkinmaPlani.pdf>

Sahada, sosyal girişimler tarafından sıkça dile getirilen özelleştirilmiş birtakım destek talepleri de olmuştur, bunlar şöyle sıralanabilir:

- Özellikle kooperatiflerin hukuk, muhasebe, insan kaynakları, pazarlama, konularında eğitim ve destek ihtiyacı (Tarım kooperatiflerinin sayısı arttığı için tarım, orman, ziraat odalarının verebileceği teknik destekler de dile getirilmiştir),
- Online satış için altyapı, finansman, dijital pazarlama ve strateji geliştirme için destek ihtiyacı,
- Uluslararası ve dış kaynaklı desteklere başvurularda dil bariyerini aşmaya yönelik destek ihtiyacı,
- Sosyal etki ölçümü ve yönetimi alanındaki desteklerin artırılması ve mevcut desteklere erişimin artırılması ihtiyacı (Yüz yüze görüşmelerde sosyal etki ölçümü yapılamamasının başlıca nedenleri arasında neyin ölçüleceğini bilememe, etki ölçümü yöntemlerine hâkim olmama, veri toplamada yaşanan sıkıntılar ve insan kaynağı eksikliği gösterilmiştir).

Bu konuda verilecek destekler ve oluşturulacak yeni kaynaklar önem arz etmektedir. Sosyal etki yönetiminin finansmana erişim konusunda kolaylaştırıcı rol oynayacağı ve benzer şekilde finansmana erişim motivasyonun sosyal etki yönetimi ve ölçümü konusunu teşvik edeceği öngörülebilir).

Mevcut desteklerin daha esnek hale getirilmesi konusunda talepler de mevcuttur. Örneğin tüzel kişilik olmadan Kalkınma Ajansı, İŞGEM, KOSGEB gibi kurumların verdikleri desteklere bireysel başvuruların önünün açılması konusundaki talepler özellikle genç sosyal girişimciler tarafından dile getirilmiştir.

Mevcut teknopark desteklerine sosyal girişimciliğin de dahil edilmesi; KOSGEB eğitimlerine, TTO programlarına sosyal girişimcilik modülünün eklenmesi ve halihazırda önerilen destekler haricinde, özel olarak ve doğrudan sosyal girişimleri destekleyecek mekanizmalara olan ihtiyaç da katılımcılar tarafından dile getirilmiştir.

Bu başlık altında not düşülmesi gereken bir nokta, yapılan saha ziyaretleri ve toplantılar sırasında bazı kamu kurumlarının sosyal girişimcilik alanındaki destekleri artırmak üzere harekete geçtiklerinin gözlemlenmiş olmasıdır²⁷. Özellikle kalkınma ajansları üzerinden bu alanda destek mobilize etmeye yönelik faaliyetler mevcuttur.

4.4. Politika ve Hukuki/Mali Düzenleme Eksiklikleri

Proje illerinde gerçekleştirilen danışma atölyelerinde tartışmalar, Türkiye’de sosyal girişimcilik ekosisteminin henüz erken bir aşamada olduğuna ve genel bir referans çerçevesi belirlenmesi ihtiyacı nedeniyle politika düzeyinde atılması gereken önemli adımlar olduğuna işaret etmektedir.

²⁷ Örneğin Samsun’da Orta Karadeniz Kalkınma Ajansı’nın gerçekleştirdiği bilgilendirme seminerleri ve eğitimler mevcuttur. Bursa’da Nilüfer İnovasyon Merkezi sosyal girişimlere hizmet vermektedir ve yakın zamanda ‘Sosyal Girişimcilik Merkezi’ projesini hayata geçirecektir. Gaziantep Ticaret Odası, Gaziantep Büyükşehir Belediyesi ortaklığıyla sosyal girişim merkezi kurmayı planlamaktadır. Ankara Kalkınma Ajansı 9 Eylül 2019’da bu alanda bir Mali Destek Programı çağırısına çıkmıştır.

Yetenek ve İş Geliştirme Destekleri konusunda görece daha iyi gelişmeler olmasına karşın, diğer ekosistem kriterleri açısından önemli eksikliklerin bulunduğu söylenebilir. Bu alanda koordinasyon mekanizmaları tasarlanması ve halihazırda konu üzerine çalışan ilgili birimlerin (sivil toplum kuruluşları, uluslararası örgütler, özel sektör, kamudan uzmanlar) politika geliştirme alanında somut adımlar atmaları gerekmektedir.

Politika üretimini destekleyecek şekilde veri ve bilgi üretimine dayalı; özellikle tüm ekosistem nezdinde, katmanlı ve karmaşık fayda ve engel yapılarını görmeye olanak sağlayacak araştırmaların gerçekleştirilmesi de elzemdir.

Hukuki ve mali düzenlemeler kısmında; online ankete katılanlar tarafından dile getirilen iki önemli engelden ilki iş kurma süreçlerinin karmaşık ve bürokratik olması, ikincisi ise sosyal girişimlerin kâr amacı güden özel şirketlerle aynı vergilere tabi olması durumu olarak ifade edilmiştir.

Sosyal girişimciliğin gelişmesini tetikleyecek fırsatlar konusunda online anket katılımcılarının en fazla vurguladığı konu, kolaylaştırıcı hukuki düzenlemeler olmuştur. Vergi muafiyeti ya da imtiyazları gibi teşvik edici uygulamalara yönelik talep hem online ankette hem de saha ziyaretleri sırasında gerçekleştirilen yüz yüze görüşmelerde ifade edilmiştir. Temmuz 2019'da açıklanan 11. Kalkınma Planı'nın Maliye Politikası başlığı altında vergisel teşviklerin ve iktisadi etkilerin yanı sıra sosyal etkinin de değerlendirilip düzenleneceğinin; Girişimcilik ve KOBİ'ler başlığı altında ise sosyal girişimcilikle ilgili düzenlemelerin yapılacağı ve sosyal etki ölçümüne dayalı olarak iyi uygulamalara

destek verileceğinin belirtilmesi; bu ihtiyaçların giderilmesi için önemli adımların atılacağını göstermektedir.

Sosyal girişimcilerin, seçtikleri tüzel kişilik türüne özgü bazı sorunlara değindiği de görülmektedir. Örneğin şirket kurmayı tercih etmeyen sosyal girişimcilerden bazıları, yatırımlardan ve bazı kurumların verdiği desteklerden (örn. KOSGEB) mahrum kaldıklarını ifade etmişlerdir. Dernek ve vakıf statüsünde faaliyet gösteren sosyal girişimler ise, iktisadi işletmeleri üzerinden kredi alamadıklarını dile getirmişlerdir. Şirket kurmak suretiyle örgütlenen sosyal girişimciler ise büyük

Sosyal girişimciliğin gelişmesini tetikleyecek fırsatlar konusunda online anket katılımcılarının en fazla vurguladığı konu, kolaylaştırıcı hukuki düzenlemeler olmuştur. Vergi muafiyeti ya da imtiyazları gibi teşvik edici uygulamalara yönelik talep hem online ankette hem de saha ziyaretleri sırasında gerçekleştirilen yüz yüze görüşmelerde ifade edilmiştir.

ticari şirketlerle, küçük şirketlerin mevzuatta bir tutulmasından, örneğin basit bir sosyal girişimin büyük bir fabrikayla aynı kurallara ve yaptırımlara tabi olmasından mustarip olduklarını ifade etmişlerdir. Mevzuattan kaynaklanan bu tip engellerin tespiti için ilk aşamada mevzuattaki mevcut yapılar ve bunlara ilişkin süreçler hakkında sosyal girişimcilerle beraber çalışmalar yapılmasının uygun bir strateji olacağı düşünülebilir.

Online anket katılımcıları özel sektörün sosyal girişimlerle daha çok işbirliği içine girmesi için teşviklerin geliştirilmesini de önermişlerdir. Türkiye’de şirketlerin sosyal girişimlerden satın alım yapması ve benzeri işbirliklerinin geliştirilmesi için fırsatlar yaratılmalıdır.

4.5. Yakın Alanların Güçlendirilmesi ve Sistem Seviyesinde Müdahaleler

Karşılaştırmalı olarak bakıldığında sosyal girişimciliğin inovasyon ve girişimcilik ekosistemlerinin ve sivil toplumun kuvvetli olduğu

ülkelerde daha hızlı ve etkin bir şekilde güçlendiği gözlemlenmiştir²⁸. Dolayısıyla bu alanların geliştirilmesi için atılan adımların dolaylı olarak sosyal girişimcilik alanını geliştirmeye de katkıda bulunacağı söylenebilir.

Türkiye’de özellikle sosyal girişimcilere yönelik merkezler, kuluçka ve hızlandırıcı programlar kısıtlı sayıdadır. Öte yandan ticari girişimleri destekleyen çok sayıda program ve merkez vardır ve bu programlara sosyal girişimcilerin kabul edilmesi için gereken düzenlemelerin yapılması, teknokentlerdeki destek programlarına kabul edilme kriterlerinde gelir modeli ve kaynakların yanı sıra sosyal etkinin de hesaba katılması; teknoloji alanında çalışan sosyal girişimler için fırsatlar yaratabilir.

Benzer şekilde yaygın olarak gerçekleştirilen KOSGEB eğitimlerinden sosyal girişimcilerin de faydalanabilmeleri, bu eğitimlere sosyal girişimcilik modülü eklenmesi ve eğitim sonunda sosyal girişimlerin hibe programlarına başvurabilmeleri için basit düzenlemelerin yapılması mümkün görünmektedir.

Mevcut durumda KOSGEB destekleri için KOBİ statüsünde olma koşulu bulunmakta, bu nedenle STK’ların iktisadi işletmelerine ve tüzüğünde girişimcilik başlığı yazmayan kooperatiflere destek sağlanmamaktadır.

²⁸ The Economist Social Innovation Index 2016, Old problems, new solutions: Measuring the capacity for social innovation across the world, The Economist Intelligence Unit sponsored by The Nippon Foundation, <https://eiuperspectives.economist.com/technology-innovation/old-problemsnew-solutions-measuring-capacitysocial-innovation-across-world-0>



KAYNAKÇA VE EKLER

KAYNAKÇA

Deloitte Millennial Survey - 2018, Millennials disappointed in business, unprepared for Industry 4.0. <https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/global/Documents/About-Deloitte/gx-2018-millennial-survey-report.pdf>

British Council Türkiye, 2019, Türkiye'de Sosyal Girişimlerin Durumu, <https://www.britishcouncil.org.tr/programmes/education/social-enterprise-research>

European Commission, Social Economy in the EU, https://ec.europa.eu/growth/sectors/social-economy_en

European Venture Philanthropy Association (EVPA), Venture Philanthropy and Social Impact Investment - A practical guide, <https://evpa.eu.com/knowledge-centre/publications/venture-philanthropy-and-social-impact-investment-a-practical-guide>

Global Impact Investing Network (GIIN), <https://thegiin.org/impact-investing/>

Koç Üniversitesi Sosyal Etki Forumu (KUSIF), Sosyal Finansman Rehberi, <https://kusif.ku.edu.tr/wp-content/uploads/2018/02/SosyalFinansmanRehberi.pdf>

OECD, Better Entrepreneurship Tool, <https://www.betterentrepreneurship.eu/en/content/social-entrepreneurship>

The Economist, Social Innovation Index 2016, Old problems, new solutions: Measuring the capacity for social innovation across the world, The Economist Intelligence Unit sponsored by The Nippon Foundation, <https://eiuperspectives.economist.com/technology-innovation/old-problems-new-solutions-measuring-capacity-social-innovation-across-world-0>

Thomson Reuters Foundation, 2016, The Best Countries To Be A Social Entrepreneur, <http://poll2016.trust.org>

Türkiye Cumhuriyeti Cumhurbaşkanlığı Strateji ve Bütçe Başkanlığı, Onbirinci Kalkınma Planı, 2019-2023, <http://www.sbb.gov.tr/wp-content/uploads/2019/07/OnbirinciKalkinmaPlani.pdf>

UNDP, Sürdürülebilir Kalkınma Amaçları, <http://www.tr.undp.org/content/turkey/tr/home/sustainable-development-goals.html>

Zeynep Meydanoğlu, Dünyada ve Türkiye'de Sosyal Girişim Nedir, Ne Değildir?, Harvard Business Review, Nisan 2019. <https://hbrturkiye.com/dergi/dunyada-ve-turkiye-de-sosyal-girisim-nedir-ne-degildir>

EK -1: NİTEL ARAŞTIRMADA YARARLANILAN OECD SOSYAL GİRİŞİMCİLİK EKOSİSTEMİ SORULARI

Danışma Toplantılarında Kullanılan SOSYAL GİRİŞİMCİLİK EKOSİSTEMİ ÖZ-DEĞERLENDİRME ARACI²⁹

1. Sosyal Girişimcilik Kültürü

- 1.1 Bölgenizde sosyal girişimcilik ekosistemini geliştiren aktif sivil toplum ve sosyal ekonomi örgütleri bulunuyor.
- 1.2 Bölgenizde farkındalık arttırma aktiviteleri düzenleniyor.
- 1.3 Mevcut eğitim, sosyal girişimciliğe yönelik olumlu tutumların geliştirilmesine katkıda bulunuyor.
- 1.4 Üniversiteler ve/veya akademik çevreler sosyal girişimcilik alanında aktif.
- 1.5 Sosyal girişimler hakkında istatistiksel veri toplanıyor.

2. Kurumsal Çerçeve

- 2.1 Kurumsal yapılar sosyal girişimleri destekliyor ve onlarla etkin iletişim halinde.
- 2.2 Kamu kurumları ve hükümet kademelerinde sinerji yaratan etkin koordinasyon mekanizmaları var.
- 2.3 Sosyal girişimlerin gelişimini destekleyen politika yapım süreçleri kapsayıcı.
- 2.4 Sosyal girişimlerin gelişimi konusunda onaylanmış resmi bir strateji var.
- 2.5 Sosyal girişimlerin gelişimine dair stratejinin uygulama aşamaları iyi tasarlanmış.

3. Yasal Çerçeve

- 3.1 Sosyal girişimler yasalar nezdinde tanınırlığa sahip.
- 3.2 Sosyal girişimlere yönelik yasalar uygun ve ilgili paydaşların katılımıyla oluşturulmuş durumda.
- 3.3 Sosyal girişimlere yönelik idari prosedürler erişilebilir ve anlaşılabilir durumda.

4. Finansa Erişim

- 4.1 Finansmana dair haritalandırma yapılmış durumda.
- 4.2 Sosyal girişimlerin, gelişim dönemlerindeki farklı aşamalara uygun finansmana erişimleri var.
- 4.3 Sosyal girişimlerin finansal gelişimlerini destekleyen birkaç uzmanlaşmış hizmet sağlayıcısı var.

²⁹ Bu değerlendirme aracı, Avrupa Komisyonu ve OECD tarafından üretilen "Better Entrepreneurship Toolkit" in Türkçeleştirilmesiyle oluşturulmuştur. <https://www.betterentrepreneurship.eu/en/node/add/social-quiz>

4.4 Yeterli sayıda uzmanlaşmış özel yatırımcı, aktif şekilde sosyal girişimleri hedefleyen çalışmalar yürütüyor.

4.5 Politika yapıcılar aktif şekilde başlıca fon sağlayıcılara ulaşarak sosyal girişimlerle ilgili farkındalık artırma çalışmaları yürütüyor.

4.6 Kamu kaynakları sosyal girişimlere doğrudan ve aracılar yoluyla fon aktarılması için kullanılıyor.

5. Pazara Erişim

5.1 Sosyal girişimler pazara erişim için yeni teknolojilerin sağladığı fırsatları kullanıyor.

5.2 Sosyal girişimlerin kamu ihalelerine erişimi var.

5.3 Kamu otoriteleri satın alımlarında sosyal alım maddeleri uygulamaları için teşvik ediliyor.

5.4 Sosyal girişimlerin, ihale çağrılarına katılabilmek için destek mekanizmalarına erişimleri var.

5.5 Sosyal girişimler özel sektörün sunduğu olanaklardan/ fırsatlardan yararlanabiliyor.

5.6 Sosyal girişimlerin özel piyasalara erişimini destekleyecek önlemler mevcut.

6. Yetenek ve İş Geliştirme Desteği

6.1 Sosyal girişimlere özel eğitim programları var.

6.2 Sosyal girişimler mentorluk/ koçluk desteklerine erişebiliyor.

6.3 Sosyal girişimlerin iş geliştirmesini destekleyen/ kolaylaştıran yapılar var.

6.4 Sosyal girişimlerin gelişimi mevcut ağlar/platformlar tarafından destekleniyor.

7. Etki Yönetimi, Ölçümü ve Raporlaması

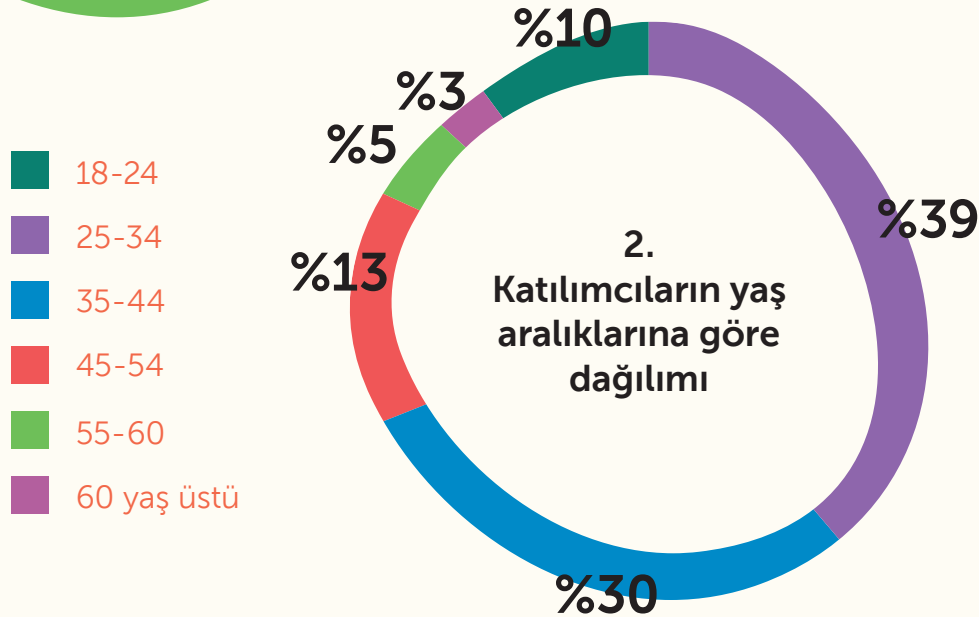
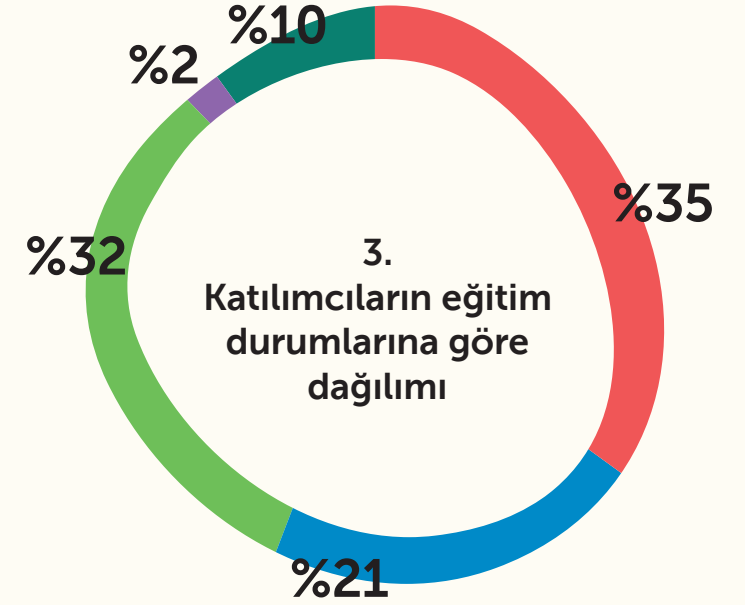
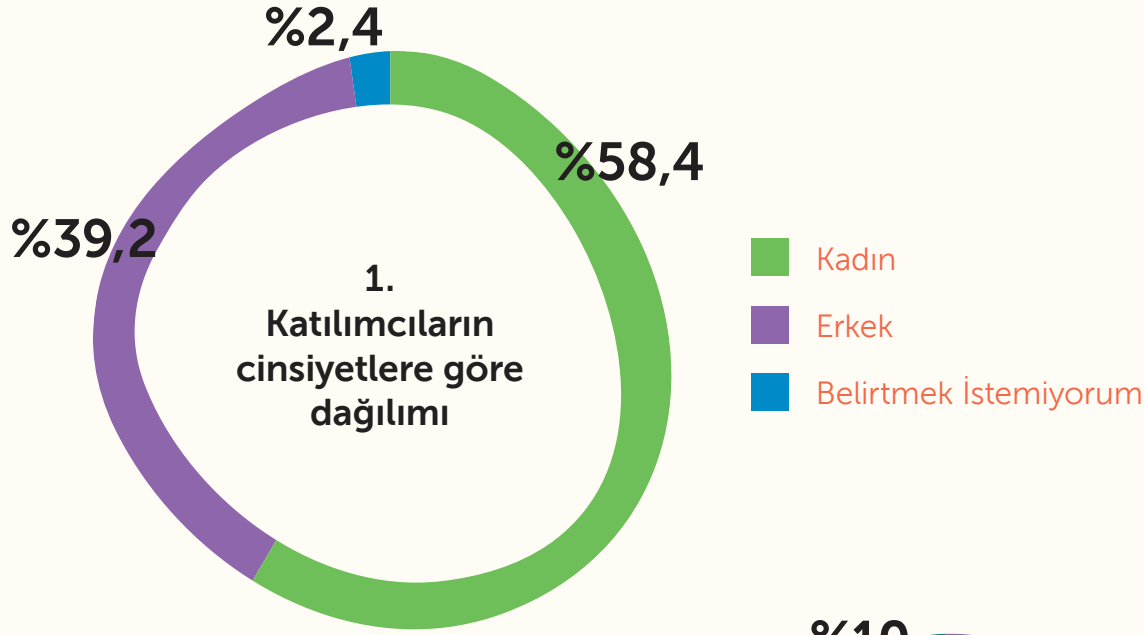
7.1 Sosyal girişimler etkilerini ölçecek/raporlayacak yöntemlere erişebiliyor.

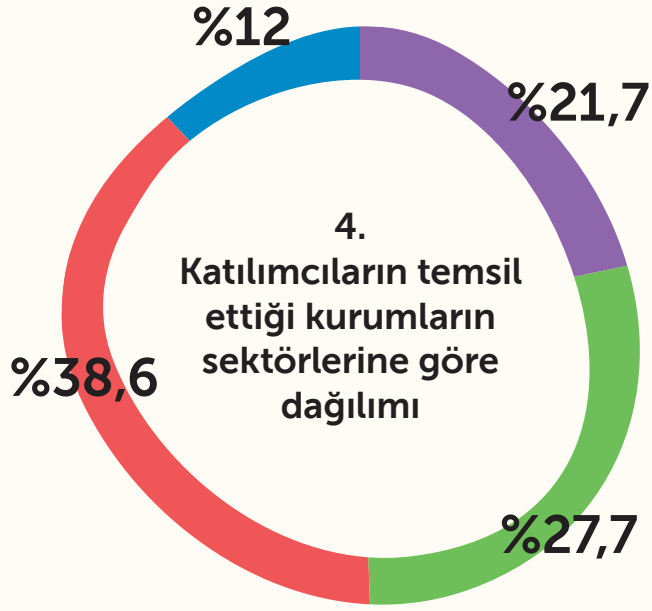
7.2 Sosyal girişimlerle birlikte yapılandırılmış etki ölçüm ve raporlama teknikleri var.

7.3 Etki ölçüm ve raporlama konusunda farkındalık artırma çalışmaları yapan inisiyatifler var.

7.4 Etki ölçümü ve raporlama meseleleri kamu nezdinde tartışılıyor ve politika yapım süreçlerini besliyor.

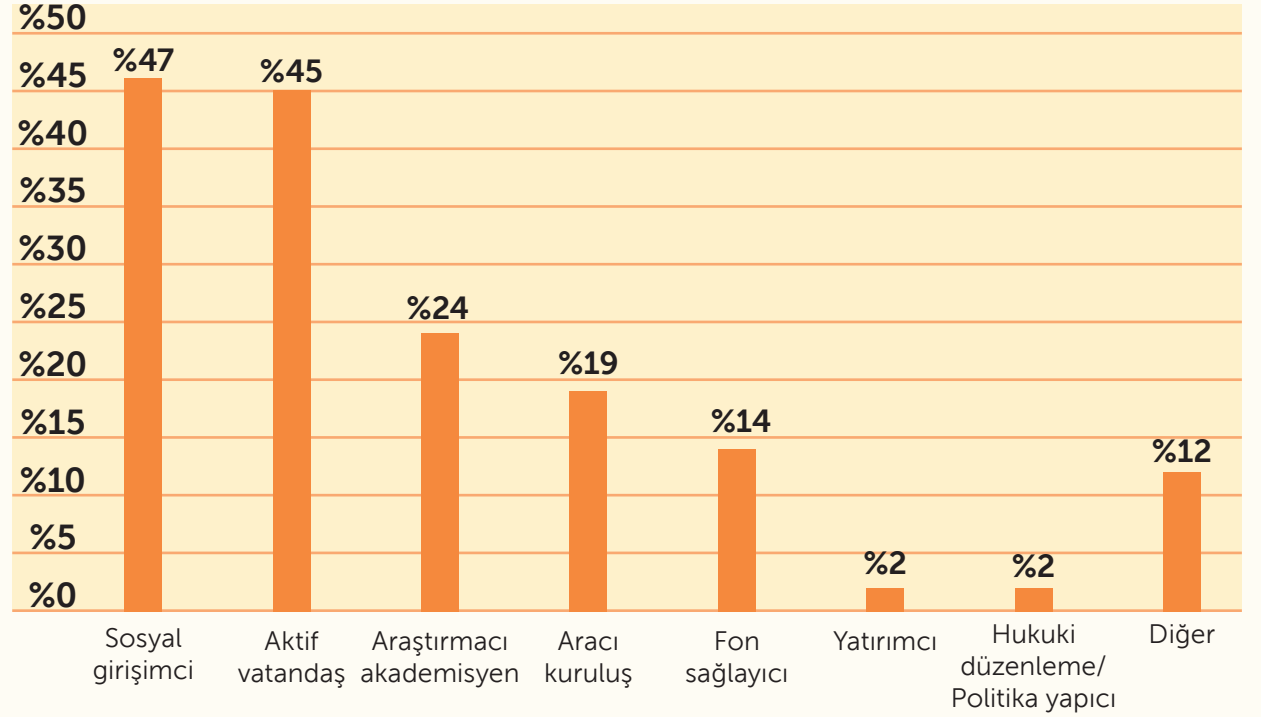
EK- 2: ONLINE ANKET SORULARI VE DETAYLI YANITLAR



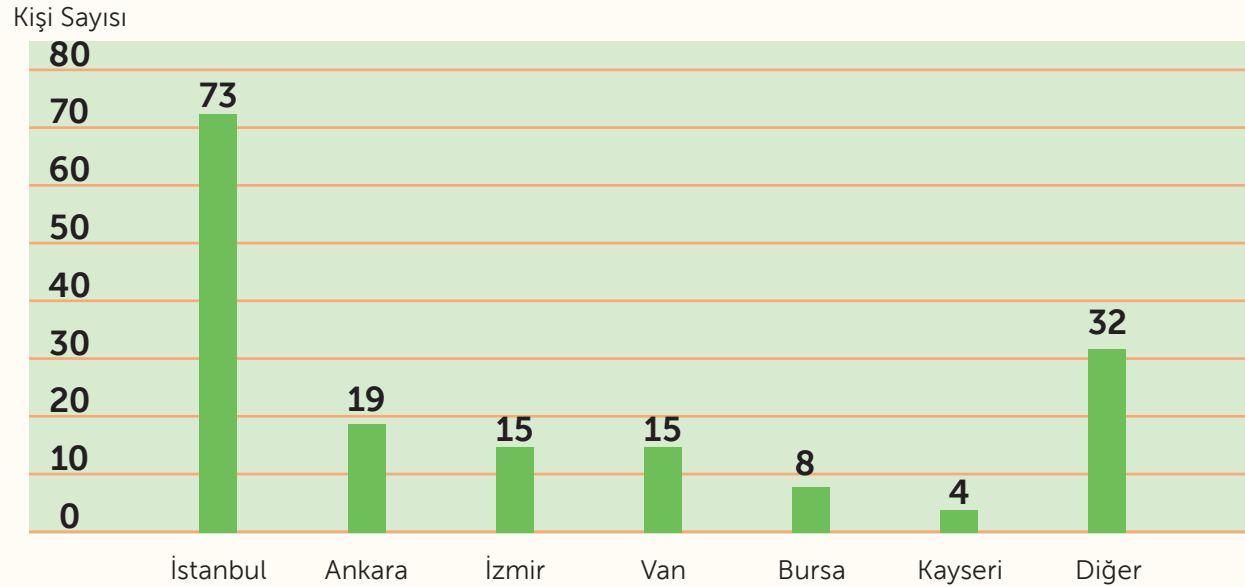


- Kamu Sektörü
- Özel Sektör
- Sivil toplum/yurttaş sektörü
- Diğer

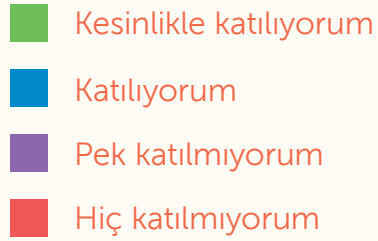
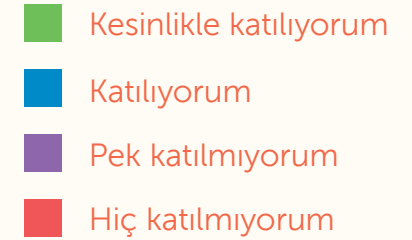
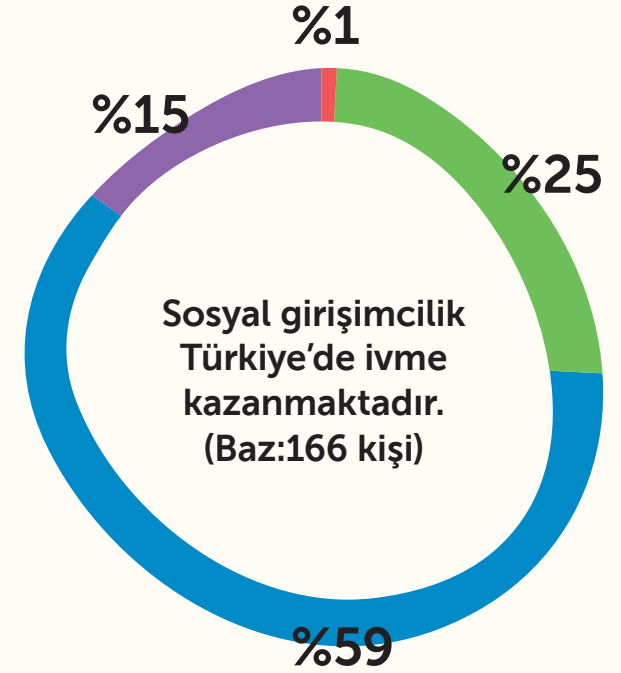
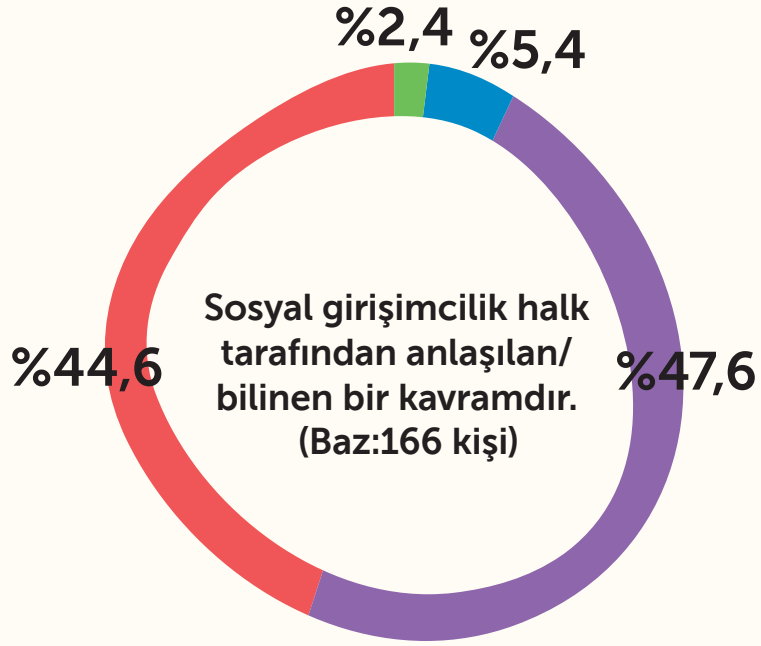
5. Katılımcıların sosyal girişimcilik ekosistemindeki rolleri

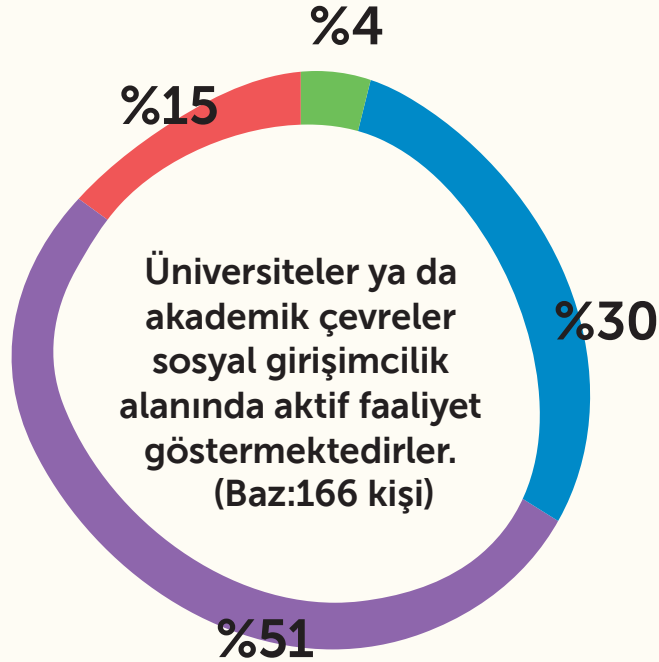
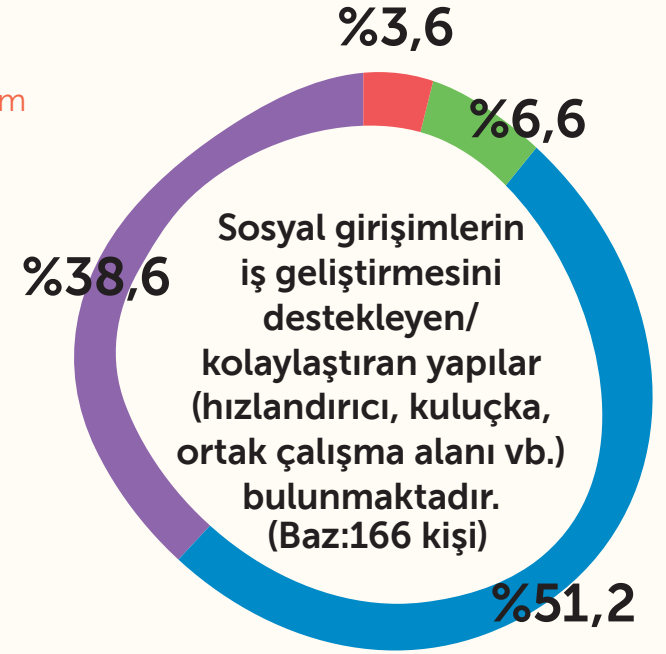
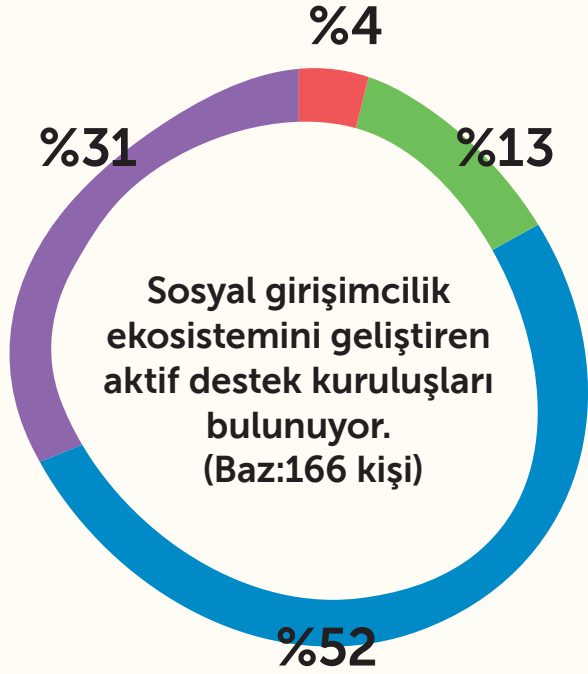


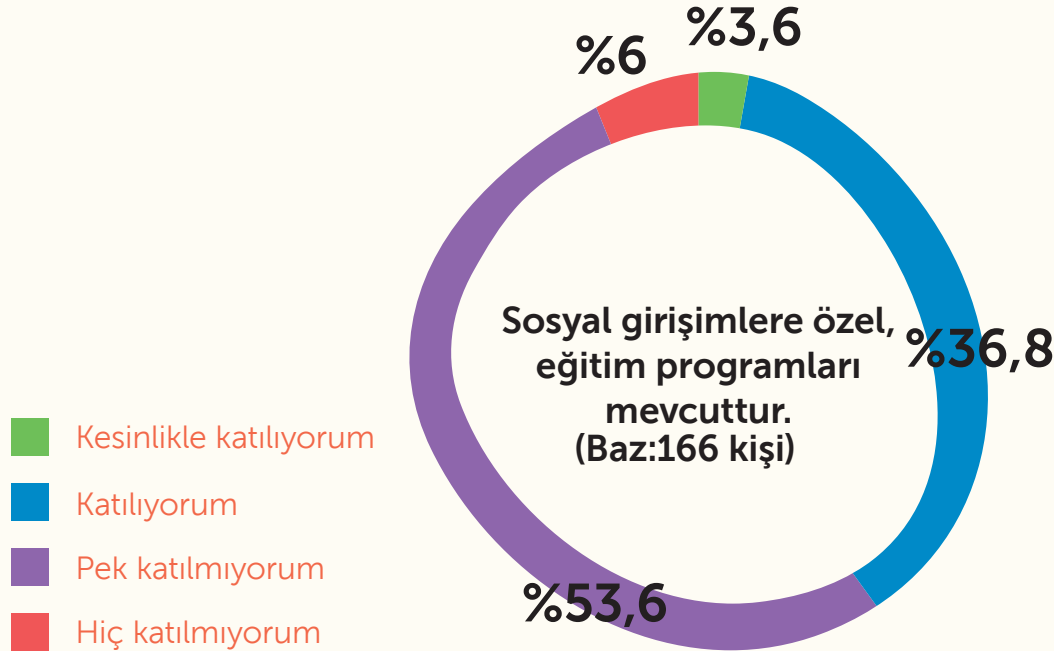
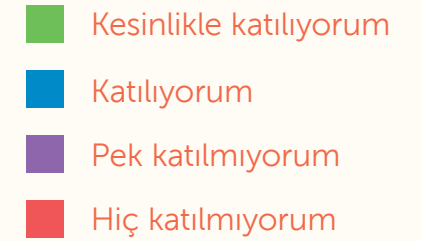
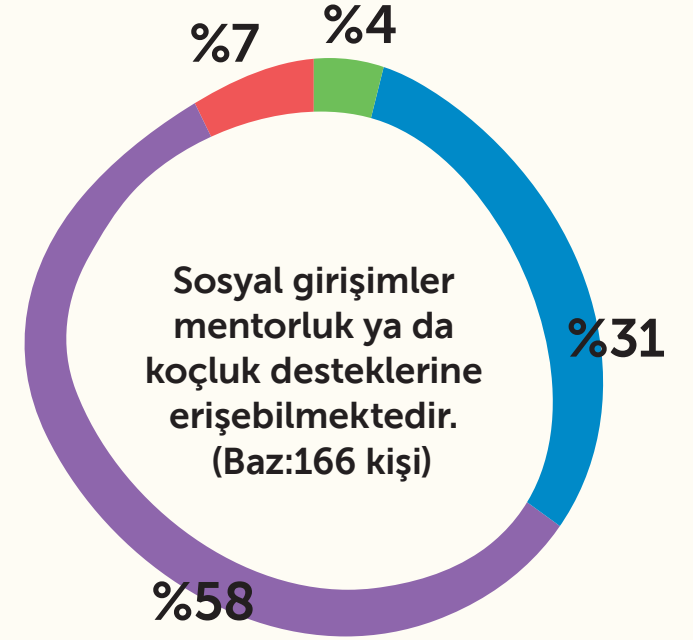
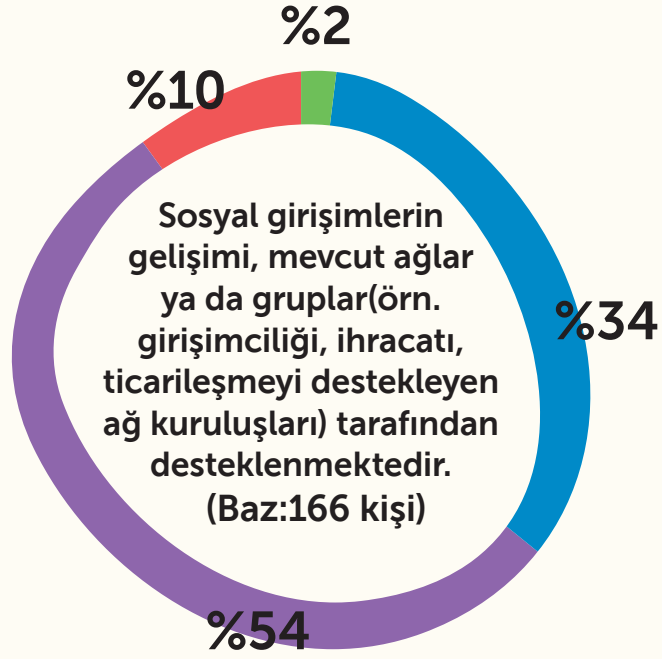
6. Katılımcıların illere göre dağılımı

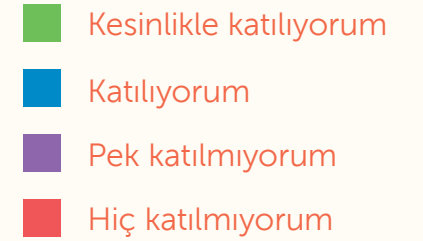
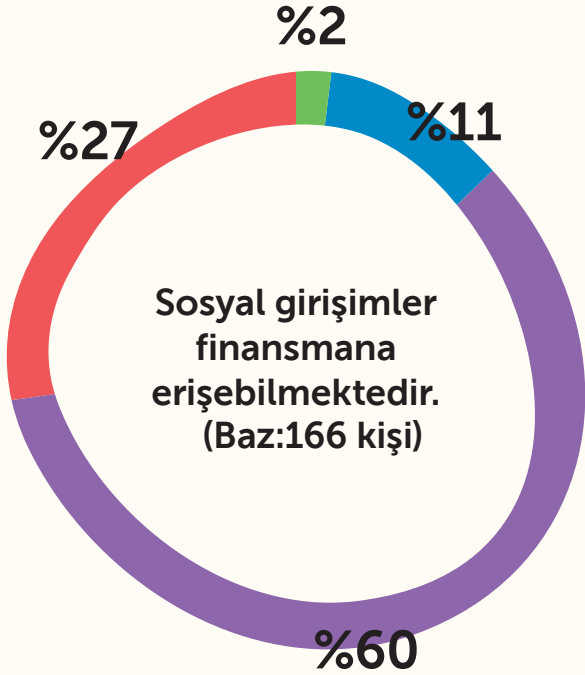
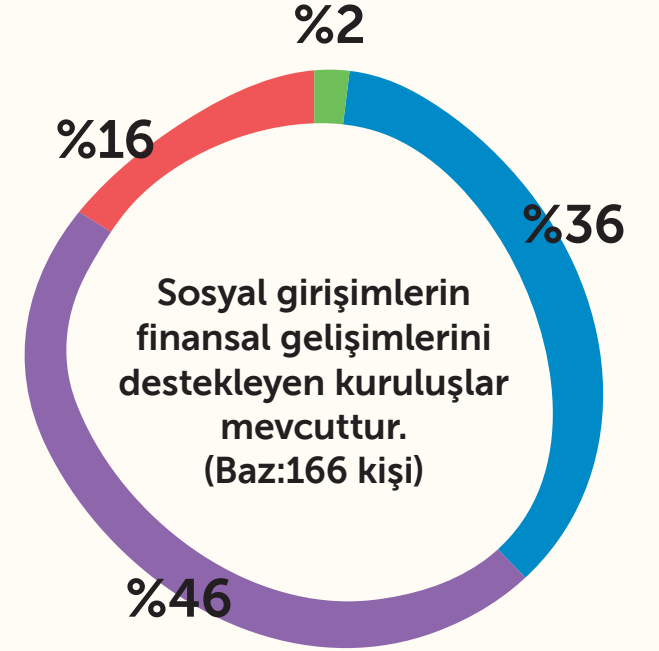
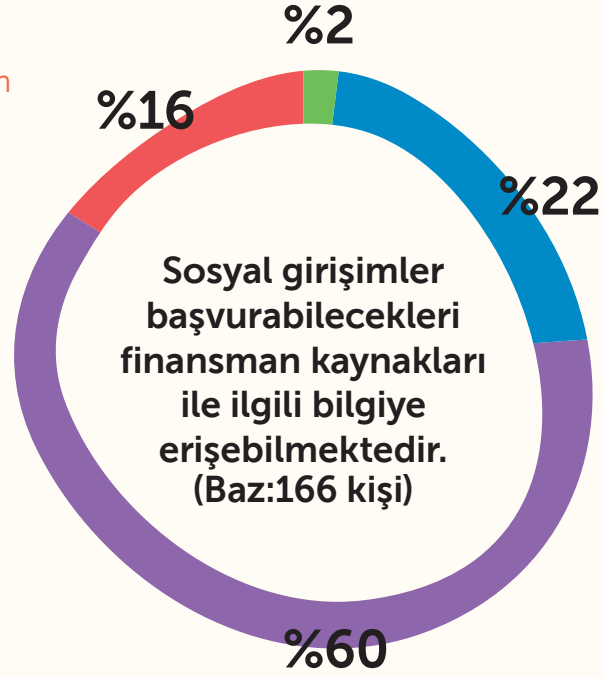


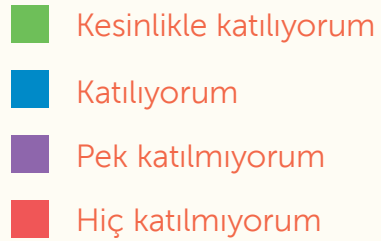
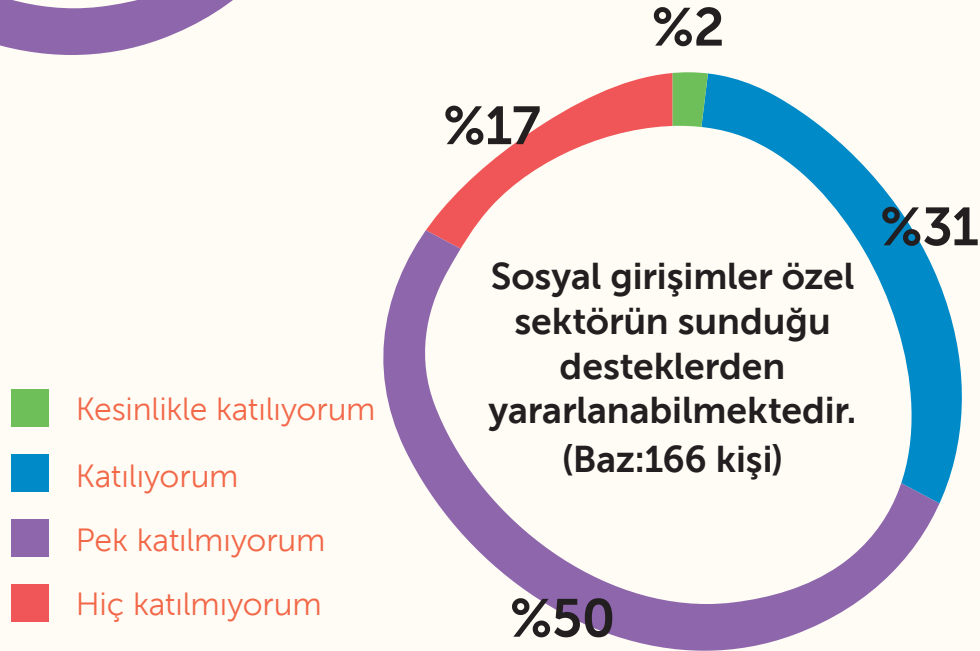
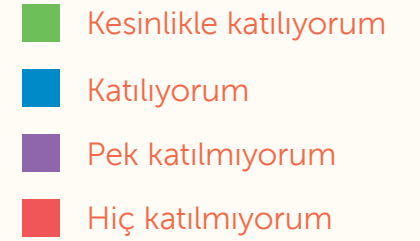
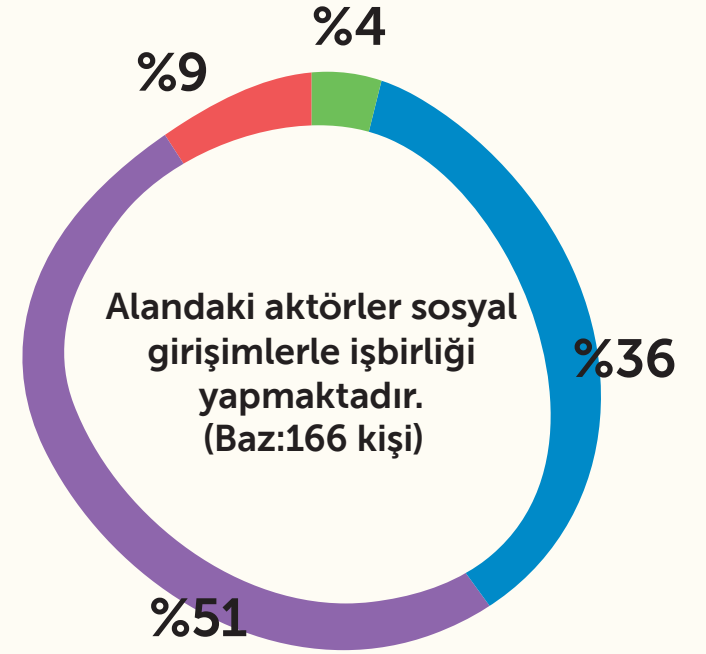
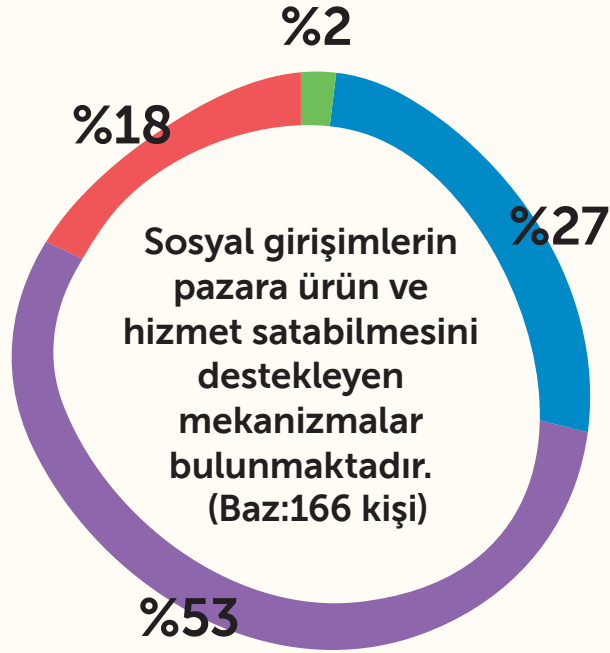
Aşağıdaki ifadeleri bulunduğunuz il ve bölgeyi göz önünde bulundurarak, belirtilen ölçekte değerlendiriniz.

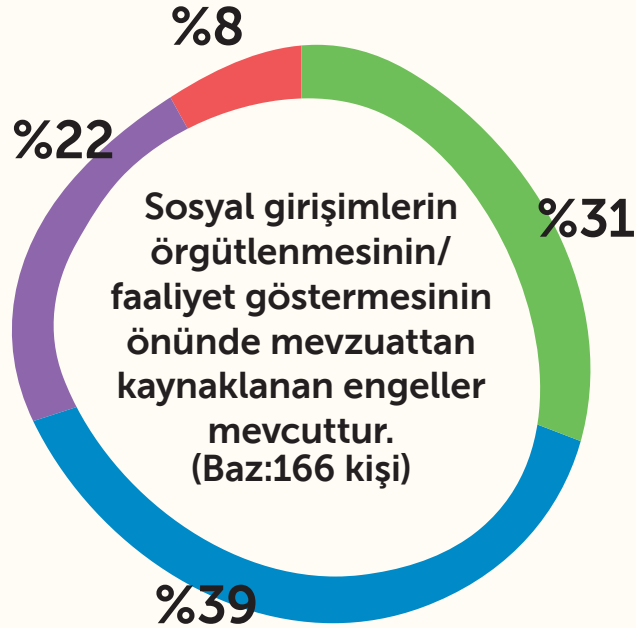
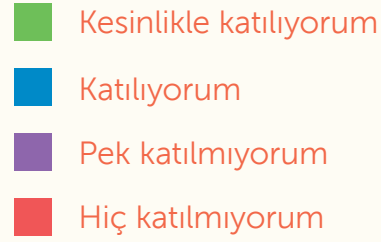
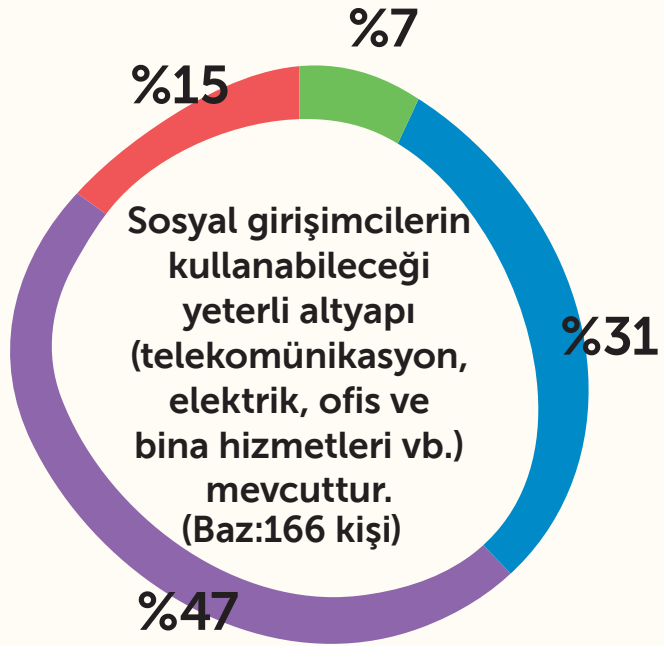


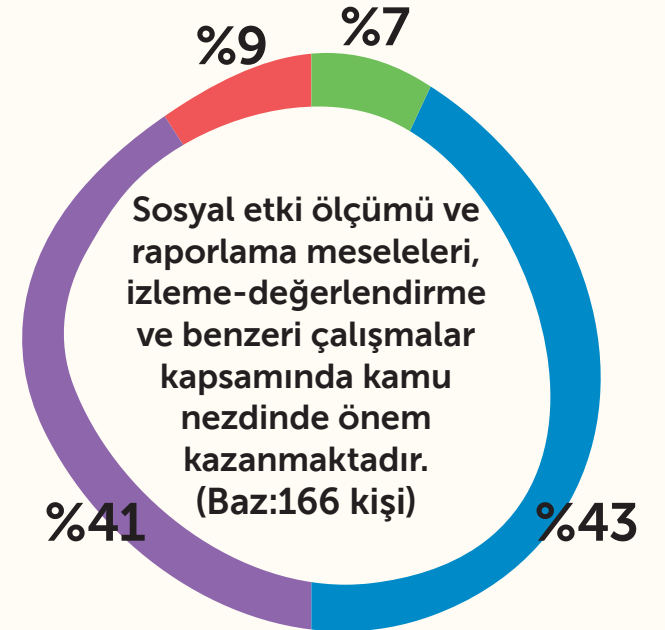
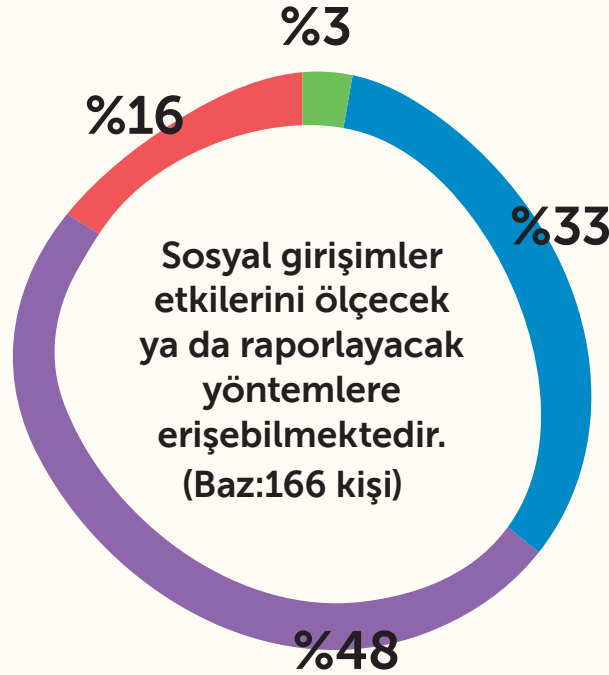
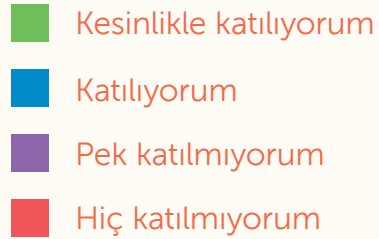
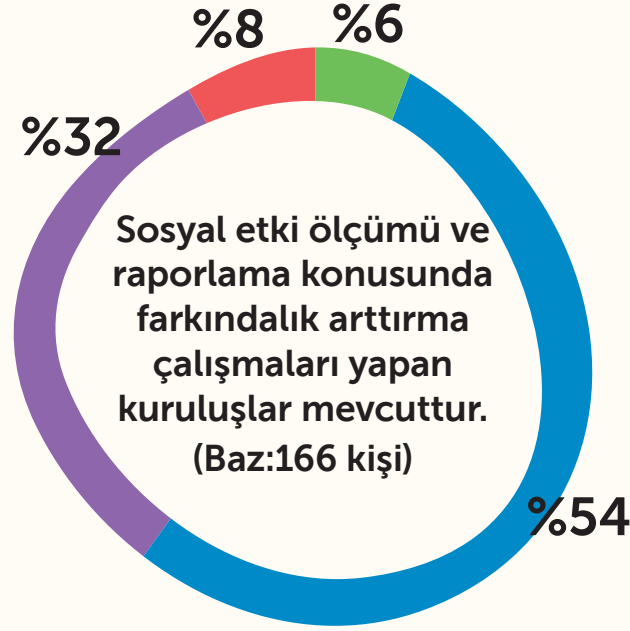




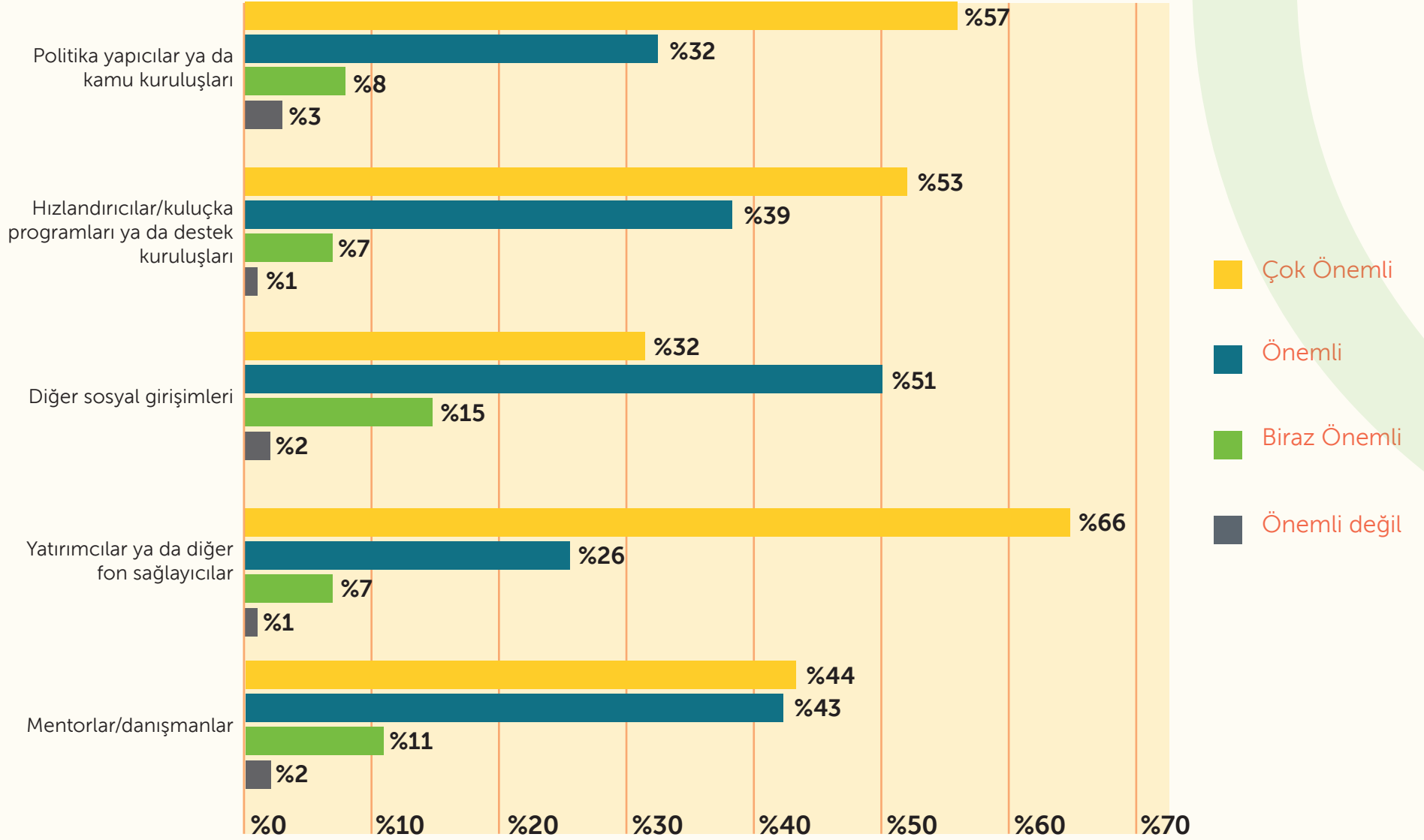




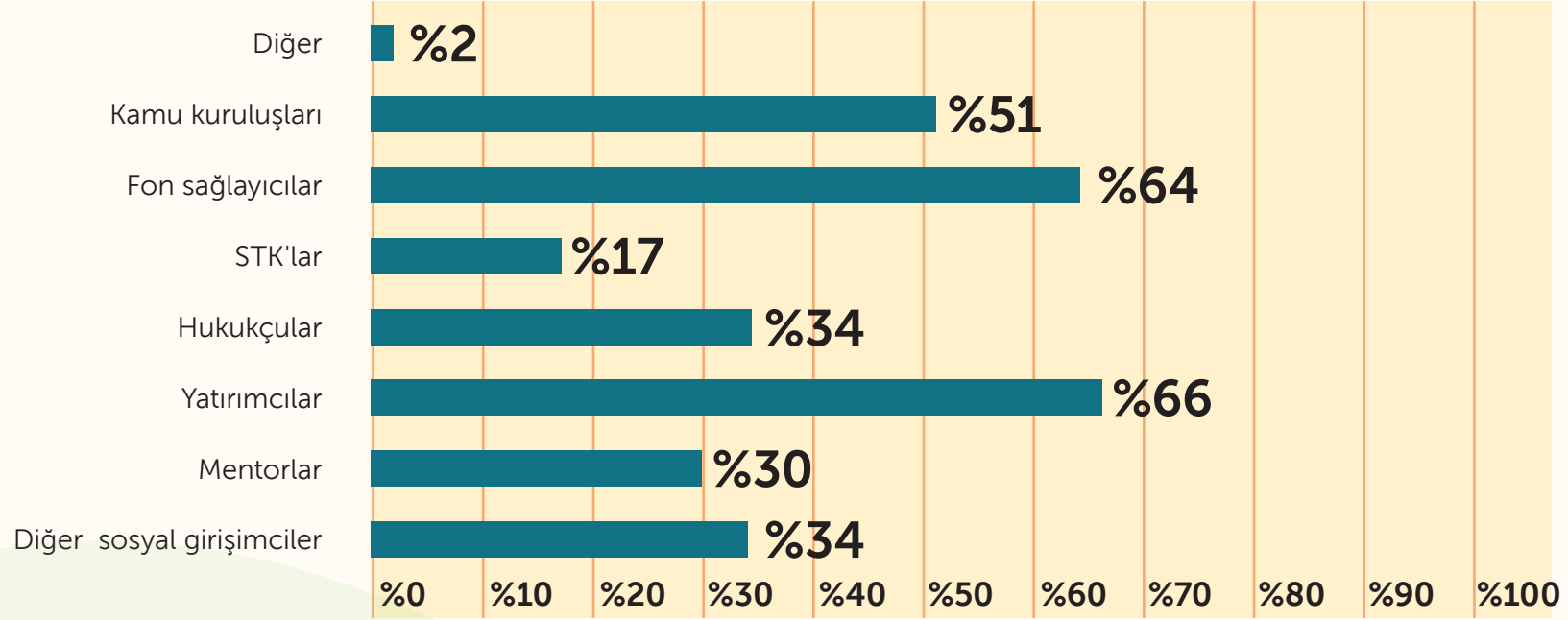




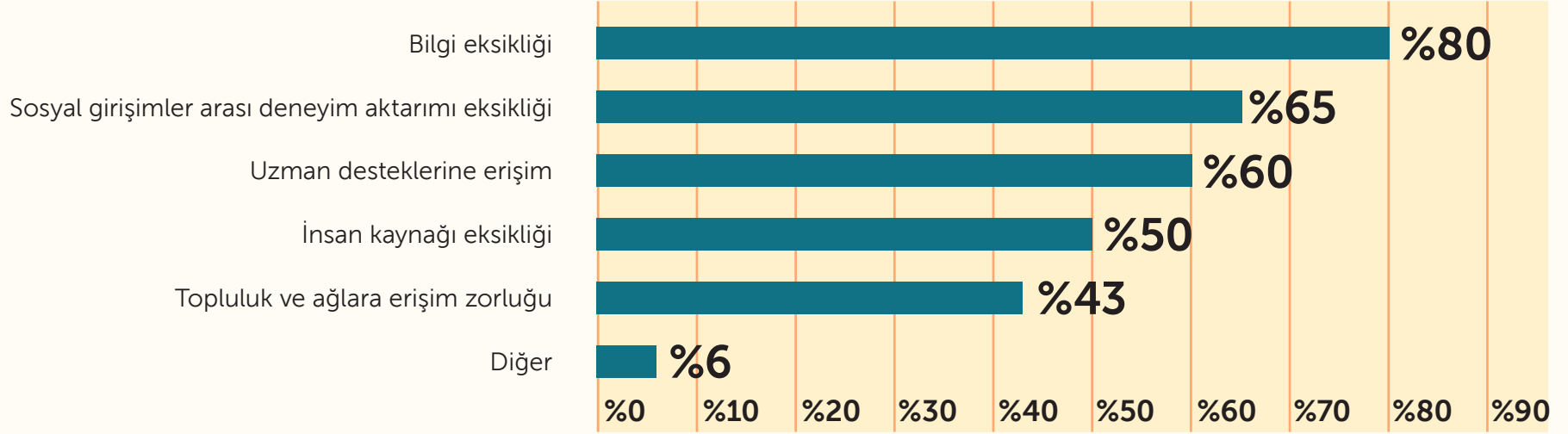
8. Sosyal girişimlerin başarılı olmaları için aşağıdaki ekosistem aktörleri ya da kurumları ile ilişkilerini önem derecesine göre değerlendiriniz. (Baz:166 kişi)



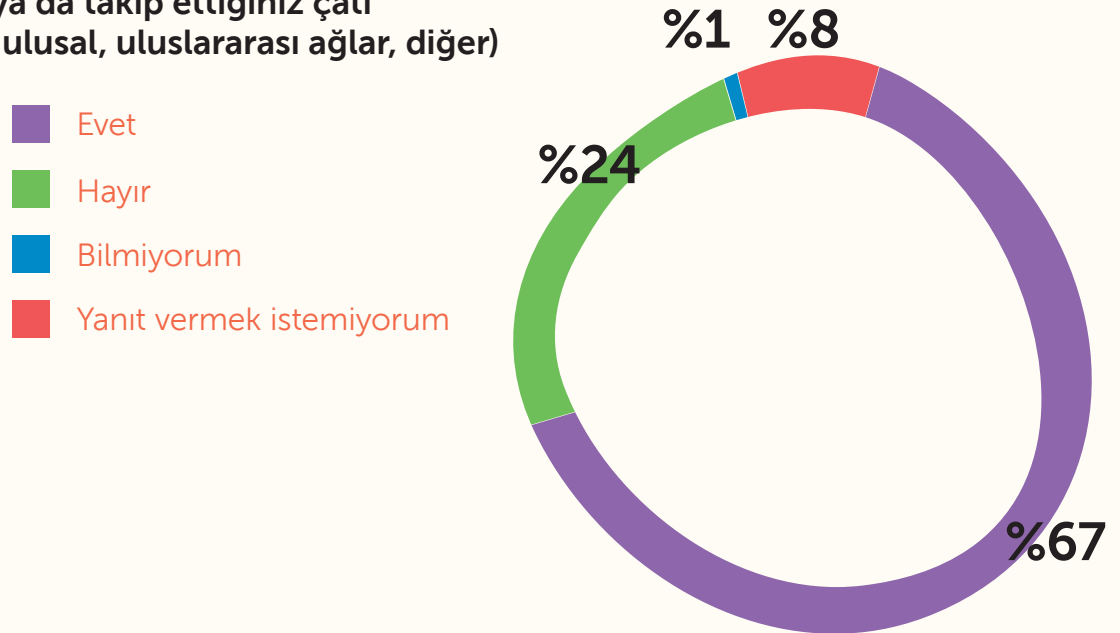
9. Ekosistemden kimlerle tanışmak, kimlerle bağ kurmak konusunda zorluk çekiyorsunuz?



10.
Ekosistemde eksikliğini gördüğünüz sorun/sorunlar nelerdir?



11.
Sosyal girişimcilikle ilgili üye olduğunuz ya da takip ettiğiniz çatı kuruluş, ağ ya da platform var mı? (yerel, ulusal, uluslararası ağlar, diğer)
(Baz:124 kişi)



12. Sosyal girişimciliğin gelişmesini tetikleyecek fırsatlar

	Yanıt Sayısı
Hukuki düzenlemelerin yapılması ve sosyal girişimlerin statülerinin belirlenmesi	19
Sosyal girişimciliğin bilinirliğinin ve sivil toplum kuruluşlarının sosyal girişimciliğe yönelik farkındalıklarının artması	11
Kamu kuruluşlarında farkındalığın artması ve sosyal girişimciliği teşvik edici uygulamaların başlaması	11
Sosyal girişimciliğin tanımlanması ve bu konuda farkındalığın artırılmasına yönelik çalışmaların yapılması	9
Bu konuda çalışma yapan kuruluşların iletişim ve koordinasyonunu geliştirilmesi, ulusal ve bölgesel sosyal girişim ağları oluşturularak deneyim ve bilgi paylaşımının sağlanması, işbirliği ve ortak paylaşım platformları oluşturulması	8
Başarılı sosyal girişimlerin artması ve iyi örnek olarak paylaşılması	7
Eğitimin düzenlenmesi ve sosyal girişimcilikle ilgili mentörlere kolay erişim	6

13. Sosyal girişimciliğin gelişmesinin önündeki engeller

	Yanıt Sayısı
Hukuki altyapının ve bir devlet politikasının olmaması	27
Toplumda sosyal girişimciliğin yeteri kadar bilinmiyor olması	27
Sürdürülebilir fon kaynaklarının olmaması ve finansal desteklere erişim zorlukları	25
Kamu kuruluşlarının sosyal girişimcilik hakkında yeteri kadar bilgi sahibi olmamaları ve bu alana destek vermemeleri	8
Bilgi ve tecrübe eksikliği	5

"Bu yayın Avrupa Birliğinin maddi desteği ile hazırlanmıştır. İçerik tamamıyla Vehbi Koç Vakfı ve proje eř faydalanıcısı kuruluşların sorumluluğu altındadır ve Avrupa Birliğinin görüşlerini yansıtmaq zorunda değildir."