



Sosyal Girişimcilik Projesi

Özel Sektör-Sosyal Girişim İşbirliğinin Geliştirilmesi için Politika Belgesi

Mart 2012

1. Proje hakkında

Türkiye Üçüncü Sektör Vakfı (TÜSEV), British Council desteği ve işbirliği ile Mart 2010'dan itibaren "**Sosyal Girişimcilik Projesi**"ni uyguluyor. Tüm dünyada sosyal girişimler istihdam, yoksulluğun azaltılması ve sivil toplumun gelişmesine yaptığı katkılarla gündeme geliyor, ancak ülkemizde sosyal girişimleri bütüncül olarak ele alan bir çalışma bulunmuyordu. Buradan hareketle sosyal girişimlerin ülkemizdeki durumunun ortaya konulması ve bu konuda farkındalık yaratılmasına yönelik faaliyetlerle başlayan proje, 2011 yılında kamu, özel ve sivil toplum sektörlerinde sosyal girişimlerle ilgili farkındalık yaratma ve savunuculuk faaliyetleri ile devam etti. Bu kapsamda bir websitesi hazırlanmış ve bir ihtiyaç analizi raporu yayınlanmıştır.

- www.sosyalgirisim.org: Sosyal girişimlerle ilgili kapsamlı bilgiler içeren, sosyal girişim kurmak isteyenlere ihtiyaçları olan bilgilere ulaşmalarını sağlamayı hedefleyen ve bilgi paylaşımını teşvik eden interaktif bir web sitesidir.
- **Sosyal Girişimler ve Türkiye İhtiyaç Analizi Raporu**: Türkiye'de sosyal girişim modelinde çalışan kuruluşların ihtiyaç analizini, ortamının sosyal girişimler açısından değerlendirilmesini ve kısa ve uzun vadede modelin gelişmesi için önerileri kapsamaktadır. Rapor hazırlanırken sosyal girişimciler, sosyal girişim çalışan ve kurucuları, sivil toplum, özel sektör ve kamudan çok sayıda paydaşa danışılmıştır.

2. Sosyal girişim nedir?

Sosyal girişimler,

- sosyal bir amaçla kurulur ve faaliyet gösterir,
- ekonomik faaliyetler yürütür,
- elde ettikleri karı sosyal amaçları için kullanır.

Sosyal girişimler, çoğunlukla ürün ve hizmetler yaratırken dezavantajlı grupları istihdam eder; sorun ve fırsatları fark etme, doğru değerlendirme, risk alma gibi girişimcilik odaklı bir yaklaşım izler.

3. Özel Sektör-Sosyal Girişim İlişkileri

a. Sosyal Girişimlerin Potansiyeli

Sosyal girişimler; bünyesinde girişimciliği, iş zekasını, güçlü değerleri ve sosyal adalet misyonunu barındırır. Diğer işletmeler gibi ürün ve hizmetler üretmek için rekabet ederken, sosyal amaçlarını işlerinin merkezine yerleştirir ve elde edilen kar bu sosyal amaca ulaşmak için yeniden kullanılır.¹

Sosyal bir amaçla kurulan ve bu amaca yönelik ekonomik faaliyetler yürüten sosyal girişimler kuruldukları yerlerde sosyal değişimin araçları olmanın yanı sıra; ekonominin büyümesine, istihdam imkânları yaratılmasına ve ülkelerin kalkınmasına katkıda bulunur. Dünyada sosyal girişimlerin en yaygın olduğu ülkelerden biri olarak kabul edilen Birleşik Krallık'ta; sayıları 62.000'i bulan sosyal girişimler (*social enterprises*) 800.000 kişiyi istihdam etmekte; yılda 24 milyar £ tutarında ciro oluşturmakta ve GSYH'ye %1 oranında katkı sağlamaktadır. Türkiye'de yeni gelişmekte olan sosyal girişimcilik alanının, toplumsal ve ekonomik katkı yaratabilmesi için kamu ve sivil toplum tarafından olduğu kadar özel sektör tarafından da tanınması ve desteklenmesi önem taşımaktadır.

Sosyal girişimler, işletmeler için iki önemli trendle yakından ilgilidir: kurumsal sosyal sorumluluk (KSS) ve etik tüketim.

Kurumsal sosyal sorumluluk şirketlerin sadece kar odaklı hareket etmemeleri, faaliyetlerinin çevresel ve sosyal etkilerini de göz önüne almalarını gündeme getirmiştir.

Etik tüketim ise insanlara, hayvanlara ve doğaya en az zarar verilerek üretilen malların ve hizmetlerin alımıdır.

Sosyal girişimler, klasik iş modellerine bir alternatif oluşturur ve etik işletmelerin sosyal sorumluluğu ek bir faaliyet olarak değil, işlerin merkezine yer alabileceğini gösterir.

¹ *How to engage with the private sector*. Social Enterprise UK, erişim tarihi: 5 Ocak 2012.
http://www.socialenterprise.org.uk/uploads/files/2011/12/qa_how_to_engage_with_the_private_sector.pdf

Şirketler Sosyal Girişimleri Neden Desteklemeli?

Sosyal Girişimler,

- Şirketlerin kurumsal sosyal sorumluluk yaklaşımlarını içselleştirmeleri, kültürel ve kurumsal düzeyde değişim yaratabilmelerinde önemli bir rol alabilir.
- Şirketlerin sosyal ve çevresel etkilerinin azaltılmasında önemli bir ortak olarak rol oynayabilir.
- Şirketler için karlı bir yatırım aracı olabilir.
- Şirketlerin müşterisi olabilir.
- Etik tüketime önem veren müşterileri kazanmalarını sağlayabilir.
- Marka değerini ve itibarını arttırmasına katkı sağlar.

Ekonomik ve sosyal alanın kesişiminde bulunan sosyal girişimler, hem sosyal, çevresel konularda farkındalığın artması, hem de girişimciliğin gelişmesine paralel olarak gelişecektir. Küresel Girişimcilik Raporu'na göre Türkiye'de nüfusun % 77'si girişimciliği iyi bir kariyer alanı olarak görmektedir. % 22.7 kendi şirketlerini kurmayı istemektedir.² Yine aynı raporun 2010 verilerine göre 18-64 yaş arası nüfus içinde girişimcilik oranı son iki sene içerisinde 2,6 puan yükselerek 8,6 olmuştur.³ Bir diğer yandan sivil toplum kuruluşlarına üyelik ve gönüllülük son yıllarda artmaktadır, 2000-2010 yılları arasında dernek sayısı yaklaşık %40 artarak 61,000'den 86,000'e çıkmıştır. Bununla birlikte sivil toplum kuruluşlarının (STK) % 79'u mali kaynaklarını yeterli bulmamaktadır.⁴ Bu ortamda sosyal girişimler ürün ve hizmet üreterek gelir kaynaklarını çeşitlendirmek ve misyonlarını ekonomik faaliyetler yürüterek geliştirecek STK'lar açısından olduğu kadar, işletmesi ile sosyal fayda da ortaya çıkarmak veya çevresel etkileri küçültmek isteyen girişimciler için ideal bir model olarak ortaya çıkmaktadır.

b. Mevcut Durum

Sosyal girişimler, ülkemizde vakıf veya dernek iktisadi işletmesi veya şirketi, kooperatif veya şirket olarak faaliyet göstermektedir.

Mevzuata göre ülkemizde vakıf ve dernekler ekonomik faaliyet yürütemezler, ekonomik faaliyet yürütmek için **iktisadi işletme veya şirket** kurmak durumundadırlar. Ticari faaliyetlerle elde edilen gelir ise dernek veya vakfın amaçları doğrultusunda kullanılmaktadır. Çok sayıda vakıf ve derneğin okul, hastane, dershane, misafirhane, sergi salonu, müze gibi çeşitli işletmeleri bulunmaktadır, ancak amacına yönelik bir ticari faaliyet yürüten iktisadi işletme veya şirketler sosyal girişim olarak kabul edilmektedir.

Kooperatifler, çoğunlukla sattıkları hizmet ve ürünlerin ortakları tarafından üretildiği, ortak ihtiyaçların giderilmesine yönelik ticari faaliyetler yürüten kuruluşlardır. Satılan

² Global Entrepreneurship Monitor (GEM), 2007.

³ Global Entrepreneurship Monitor (GEM), 2010.

⁴ Sivil Toplum Endeksi Projesi (STEP) STK Anketi, 2009.

hizmet ve ürünler ortaklar tarafından üretilir veya ortak ihtiyaçların giderilmesini sağlar. Ülkemizde sosyal amaçlı çalışan kooperatifler daha çok kadın ve engelliler alanında faaliyet göstermektedir.

Ülkemizde kar amacı gütmeyen **şirketler** ayrı bir tüzel kişilik olarak tanımlanmamıştır ve haklarında özel bir yasal düzenleme bulunmamaktadır. Ancak uygulamada sosyal girişim gibi faaliyet gösteren bazı şirketler bulunmaktadır.

Ekonomik faaliyetler yürütmesi ile özel sektörün bir parçası sayılabilecek sosyal girişimlerin birçoğunun sivil toplum kuruluşu çatısı altında iktisadi işletmeler olarak faaliyet göstermesi nedeniyle sivil toplum-özel sektör ilişkileri sosyal girişim-özel sektör ilişkilerini belirlemektedir.⁵ Oysa hem ekonomik, hem de sosyal bir aktör olan ve sosyal ve ekonomik alanın kesişiminde yer alan sosyal girişimlerin şirketlerle ilişkileri çok daha çeşitli şekillerde gerçekleşmekte ve buna her geçen gün yeni boyutlar eklenmektedir. Özel şirketler sosyal girişimlerin müşterisi, ortağı, tedarikçisi veya yatırımcısı olabilmektedir.

Günümüzde devletler krizin etkilerini azaltmak, ekonominin büyümesini sağlamak ve istihdamı arttırmak için girişimciliğin geliştirilmesine büyük fonlar ayırmakta ve yasal çerçeveyi daha uygun hale getirmeye yönelik adımlar atmaktadırlar. Bu politikalara paralel olarak çok sayıda büyük ölçekli şirket, kısa ve uzun dönemli stratejisine girişimciliğin geliştirilmesine destek verilmesini eklemiştir. Girişimciliğin geliştirilmesiyle hem inovasyonun teşvik edilmesi, hem KOBİ'lerin sayısının artırılması ve KOBİ'ler aracılığıyla bir kalkınma ve ekonomik büyüme sağlanması hedeflenmektedir. KOBİ'ler şirketler açısından da gittikçe önemi artan bir hedef grup haline gelmiştir. Birçok sosyal girişim de uygulamada küçük ve orta büyüklükte işletme (KOBİ) olarak faaliyet göstermektedir. Bu ortamda büyük ölçüde dezavantajlı grupları istihdam eden, ekonomik faydayla birlikte sosyal ve çevresel fayda da sağlayan sosyal girişimlerin teşvik edilmesi girişimciliğin desteklenmesinin vazgeçilmez bir ayağı olarak ortaya çıkmaktadır.

Yeni iş yapma modellerine olan ihtiyacın artması, sosyal girişimlerle geleneksel şirketlerin ilişkilerinin gelişmesi için önemli bir fırsat sunmaktadır. Bununla birlikte bu değişimi gerçekleştirebilmek için güçlendirilmesi gereken bazı noktalar ortaya çıkmıştır.

i. Farkındalığın Arttırılması ve Ortak Tanım İhtiyacı

Özel sektör ile sosyal girişimlerin ortaklık ve birlikte çalışma zeminlerinin çeşitlenebilmesinin önündeki bir engel **farkındalık** olarak belirlenmiştir (TÜSEV 2010). Şüphesiz ki farkındalığın düşük olmasının altında kültürel olarak sosyal alanda çalışan kuruluşların ekonomik faaliyetler yürütmesinin önündeki önyargılarla birlikte sosyal girişim, sosyal girişimcilik ve sivil toplum tanımları arasında ortaya çıkan kavram kargaşası da yatmaktadır.

Sosyal girişimlerin farklı tüzel kişiliklere sahip olması bu alanın şirketler tarafından daha iyi anlaşılmasını engellemektedir. Bu karmaşayı engellemek amacıyla, hem ulusal hem de uluslararası düzeyde sosyal girişim tanımı oluşturmaya yönelik çalışmalar yapılmaktadır.

⁵ Ersen, Tevfik Başak, Zeynep Meydanoğlu ve Derya Kaya. 2010. *Sosyal Girişimler ve Türkiye: İhtiyaç Analizi Raporu*. İstanbul: Türkiye Üçüncü Sektör Vakfı (TÜSEV).

TÜSEV sosyal girişimleri “sosyal bir hedefe yönelik olarak ticari faaliyetlerin bir araç olarak kullanıldığı ve elde edilen gelirin yine bu sosyal hedefe yönlendirildiği” bir iş modeli olarak tanımlanmaktadır (TÜSEV, 2010).

Sosyal girişimleri, Sosyal İşletmeler Girişimi (Social Business Initiative) kapsamında ele alan **Avrupa Birliği (AB)** ise “hissedarları adına kar elde etmek yerine sosyal fayda yaratmayı amaçlayan, sosyal amaca yönelik girişimci ve yenilikçi metotlarla ürün ve hizmet üreten, karı sosyal girişimci tarafından şeffaf ve hesapverebilir bir şekilde hesaplanan ve bu karı sosyal hedeflerine ulaşmak için kullanan”⁶ girişimler tanımını kullanmaktadır.

Sosyal girişimler için uluslararası bir tanım geliştirmeye çalışan bir kuruluş olan **Social Enterprise Europe** ise sosyal girişimleri “ana hedefleri sosyal fayda yaratmak olan, etik kurallara uygun olarak çalışan ve demokratik bir işleyişe sahip olan işletmeler”⁷ olarak tanımlamaktadır.

Sosyal Girişimleri Tanımlamak için En Çok Kullanılan Sözcükler Nelerdir?

<i>Sosyal Fayda</i>	<i>Şeffaf ve hesapverebilir iş</i>
<i>Sosyal Amaç</i>	<i>Etik kuruluşlar</i>
<i>Yenilikçi yöntemler</i>	<i>Sürdürülebilirlik</i>
<i>Girişimci Yaklaşım</i>	<i>Yönetişim</i>
<i>Karını dağıtmayan şirket</i>	<i>Ekonomik faaliyet</i>

ii. Diyalog ve İşbirliği

Diyalog ve işbirliği eksikliği bir diğer geliştirilmesi gereken alan olarak ortaya çıkmaktadır. Şirketlerin kurumsal sosyal sorumluluk ve sponsorluk çalışmaları kapsamında sivil toplumla ve sosyal girişimlerle etkileşime girdiği, ancak uzun süreli ve sürdürülebilir proje ve ortaklıklar yerine kısa süreli, maddi katkı veya sponsorluk temelli ortaklıklara yöneldiği TÜSEV tarafından Sosyal Girişimcilik Projesi kapsamında yapılan danışma toplantısında dile getirilmiştir.

Şirketler; gerek STK’lar, gerekse sosyal girişimlerle ilişkilerini karşılıklı öğrenme, deneyim ve bilgi paylaşımı temelinde kurmak istediklerini belirtmekteyken, STK’ların kendilerini öncelikli olarak bir mali kaynak olarak görmelerini diyalog ve işbirliği önünde bir engel olarak gördüklerini belirtmişlerdir.

⁶ Avrupa Birliği’nin sosyal girişimleri tanımlamak ve desteklemek için yaptığı çalışmaları içeren Sosyal İşletmeler Girişimi (Social Business Initiative) ile ilgili bilgiye http://ec.europa.eu/internal_market/social_business/index_en.htm adresinden erişebilirsiniz.

⁷ Social Enterprise Europe’un uluslararası sosyal girişim tanımı ile ilgili ayrıntılı bilgiye <http://www.socialenterpriseurope.co.uk/pages/what-is-social-enterprise.php> adresinden ulaşabilirsiniz.

4. Sosyal Girişimlerin Faydalanabileceği Özel Sektör Destekleri

Şirketlerin, şirketlerin üye olduğu sektörel derneklerin ve benzeri kuruluşların sosyal girişimler için yürüttükleri faaliyetler oldukça sınırlıdır. Ülkemizde şirketlerin doğrudan sosyal girişimlere yönelik bir destek ve faaliyeti bulunmamaktadır. Bununla birlikte küçük ve ortak büyüklükte işletmelerin (KOBİ), bireysel girişimcilerin ve özellikle de dezavantajlı gruplar arasında girişimciliğin teşvik edilmesi noktasında çeşitli düzeylerde, çeşitli sektörler tarafından faaliyetler yürütülmektedir. Özellikle istihdam, teknoloji, eğitim gibi konularda; kadın, gençlik, engelliler gibi dezavantajlı gruplara yönelik kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri yürüten şirketlerin sosyal girişimcilik konusunda çalışmaya daha eğilimli olduğu gözlemlenmiştir. Mevcut desteklerin daha çok sponsorluk, bireysel girişimcilere verilen tek seferlik destekler ve ödüller olduğu görülmüştür.

Şirketlerin sivil toplum kuruluşu çaltısı altında faaliyet gösteren iktisadi işletmelere, kooperatiflere ve sosyal girişim modelinde çalışan şirketlere verdiği ve sağlayabileceği destekler hibe, kredi, başlangıç sermayesi, eğitim&danışmanlık, inkübasyon ve diğer destekler olarak aşağıda detaylı olarak açıklanmıştır.

a. Hibe&Sponsorluk

Türkiye’de kurumsal sosyal sorumluluk uygulamaları büyük ölçüde vakıf geleneğinden etkilenmiştir. Bu nedenle kamuoyunun şirketlerden beklentisi daha çok bağışçılık faaliyetleri yürütmesidir. Bu nedenle Türkiye’de faaliyet gösteren uluslararası şirketler de Türk şirketlerine benzer bir yol izlemeyi tercih edebilmektedirler.⁸ Diğer yandan şirketlerin bağış veya hibe verirken hedef kitle belirlemede ve hangi projelere, nasıl destek verecekleri konusunda net bir stratejileri olmadığı göze çarpmaktadır.⁹ Ayrıca, kurumsal sosyal sorumluluk yalnızca sivil toplum kuruluşlarıyla gerçekleştirilen faaliyetler olarak algılanmaktadır. Bu durum, şirket-sosyal girişim ilişkilerinin gelişmesi açısından iki şekilde engel teşkil etmektedir:

- Sosyal girişimler, ekonomik faaliyet gösteren kuruluşlardır ve bir kısmı da şirket olarak faaliyet göstermektedir. Şirketlerin STK’ları desteklemesi yaygın bir uygulamadır ve şirketlerin diğer “şirketleri” -sosyal bir şirket olsa dahi- desteklemeleri alışlageldik bir uygulama değildir.
- Şirketler KSS faaliyetlerini STK projelerine sponsor olmak, bağış yapmak ve ortak projeler yürütmek gibi faaliyetlerle sınırlandırılmakta, sürdürülebilir KSS faaliyetlerine doğru eğilmeyi ihmal edebilmektedirler. Bu da klasik kar amaçlı şirketlerin sosyal sorumlu şirketlere ve hatta sosyal girişimlere evrilmesini sınırlandırmaktadır.

8 Visser, W. and N. Tolhurst (Ed.). 2010. *The World Guide to CSR: A Country-by-Country Analysis of Corporate Sustainability and Responsibility*, Sheffield: Greenleaf. Sf. 411.

9 Özdemir, Gülhan. 2006. *Sivil Toplum Endeksi Projesi Yan Raporları Kurumsal Sosyal Sorumluluk Çalışması Özel Sektörün Kurumsal Sosyal Sorumluluğu: Türkiye’deki 10 Şirketin İncelemesi* İstanbul: Türkiye Üçüncü Sektör Vakfı (TÜSEV).

Sosyal girişimciler¹⁰ tarafından kurulan STK'ların diğer STK'lar gibi şirketlerden hibe veya sponsorluk desteği aldığı gözlemlenmektedir. Bununla birlikte, sadece sosyal girişimcilere veya sosyal girişimlere destek verdiğini belirten şirket bulunmamaktadır. Küresel stratejilerinde sosyal inovasyon, sosyal girişimcilik yer alsa da uluslararası şirketler KSS uygulamalarında olduğu gibi bu alanda da yerleşik uygulamaları referans alarak hareket etmektedirler. Bunun bir nedeni ülkemizde sosyal girişimlerin ve sosyal girişimciliğin yeni yaygınlaşmaya başlayan bir kavram olmasıdır, bu alandaki faaliyetler yaygınlaştıkça ve sosyal girişimlerin sayısı arttıkça bu doğrultuda adımlar atılması da beklenmektedir.

Vodafone Almanya Vakfı, sosyal girişimciliği iki şekilde desteklemektedir. Birincisi eğitim alanında sosyal girişimcilere mali destekte bulunmasıdır. Bir diğeri de sosyal girişimcilikle ilgili farkındalığın artmasını sağlayacak çalışmaları ve yayınları destekleyerek insanları sosyal girişimciliğe teşvik etmektedir.¹¹

¹⁰ Ashoka'ya göre sosyal girişimciler toplumun önde gelen sorunlarına yenilikçi çözümler getiren kişilerdir. Tıpkı ticari girişimciler gibi yaklaşımlarında sorun ve fırsatları fark etme, doğru değerlendirme, risk almave yenilikçi yollarla çözümlene yollarına gider, kendilerini sözkonusu sosyal sorunun çözümüne adanlar.

¹¹ Vodafone Almanya Vakfı . Erişim tarihi:15 Aralık 2011 . http://en.vodafone-stiftung.de/content/social_entrepreneurship/index.html

Şirketlerin Çevresel Atıklarının Sosyal Girişimler Tarafından Değerlendirilmesi'ne 2 Örnek

	Birleşik Krallık	Türkiye
Sosyal Girişim Adı	Elvis and Kresse	Çöpmadam
Amaç	Atık malzemeleri değerlendirerek geri dönüşümünü sağlamak	Kadın istihdamına katkıda bulunmak, Atık malzemeleri değerlendirerek geri dönüşümünü sağlamak
Ürün	Aksesuarlar (çanta, cüzdan, kemer, bazı ev aksesuarları)	Çanta
Tüzel Kişilik	Şirket	Şirket
Hammadde	Kahve ve çay torbaları, ofis mobilyası malzemeleri, vb.	Ambalaj atıkları
Şirketlerle Ortaklık Biçimi	Özel bir ortaklık biçimi belirtilmemiş	Sponsorluk
Şirkete Katkısı	Çevresel etkiyi azaltıyor	Çevresel etkiyi azaltıyor
Sosyal Girişime Katkısı	Üretim için gereken hammaddenin sağlanması	Üretim için gereken hammaddenin sağlanması
Karın Kullanımı	Karın %50'si toplanan atıklarla ilgili STK'lara bağlanıyor.	Elde edilen kar üreticiler arasında paylaşılıyor.

Yukarıdaki tablodan da görülebileceği gibi Çöpmadam'a hammadde sağlayarak destek veren Unilever, hem çevresel etkisini atık ambalaj paketlerinin geri dönüşümünü sağlayarak azaltırken, Çöpmadam da çantaları üretmek için kullandığı asıl hammaddeyi ücretsiz temin ederek istihdam ettiği kadınlara piyasa koşullarından çok daha iyi ücret verebilmektedir. Böylece bir kazan-kazan ilişkisi ortaya çıkmaktadır.

b. Kredi

Finans sektöründe faaliyet gösteren şirketler de dahil olmak üzere sosyal girişimlere özel bir kredi ürünü veya destek programı bulunmamaktadır. Hem ekonomik, hem

sosyal alanda olumlu katkı yaratan sosyal girişimlere kredi ve girişim sermayesi desteği verilmesi ihtiyacı bulunmaktadır. Bununla birlikte, girişimciler ve kadın girişimciler için çeşitli özel bazı kredi paketleri bulunmaktadır. Şirketler ayrıca kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri kapsamında dezavantajlı kadınların faydalanabileceği mikrokredi programlarını desteklemektedirler.

Sosyal girişimlerin banka kredilerinden faydalanabilmesi mevcut kredi sistemi içinde oldukça zordur. Gerek en az üç yıl karlılık sağlanması zorunluluğu, gerek sosyal girişimlerin karlarının çoğu zaman çok yüksek marjlarda gerçekleşmiyor olması, gerekse elde edilen karın STK'ya aktarılmasının şirket tarafından taahhüt edildiği durumlarda (kar amacı gütmeyen şirketlerde olduğu gibi) kredi alınmasını zorlaştırmakta, hatta imkansız hale getirmektedir. Güvence koşullarıyla birlikte kefalet koşulları da kredi alınmasını zorlaştıran etmenler arasındadır.¹² Sosyal girişimler, diğer küçük işletmelere göre kredi başvurusu yapmak konusunda daha fazla çekinceye sahiptir, çünkü reddedileceklerini düşünmektedirler. Bu durum yalnızca bankaların girişimci kredileri için değil, maalesef kamunun sağladığı girişimci destekleri için de benzerdir.

Sosyal girişimler birçok ülkede yatırım çeken kuruluşlar olarak da dikkati çekmektedir. Yatırımcıların sadece karlılık değil, sosyal ve çevresel etkiyi de göz önüne alarak yaptığı yatırımlar **sosyal sorumlu yatırımlar** veya **etki yatırımı** (*impact investment*) olarak adlandırılmaktadır. Ülkemizde de ilk sosyal etki yatırım fonu Angel Wings Ventures tarafından oluşturulmaya başlanmıştır.

Sosyal girişimler için başarı kriterleri diğer işletmelerden daha farklı olmaktadır. Şirketlere uygulanan değerlendirme yöntemlerinin sosyal girişimlere uygulanmaması, ayrı bir yöntem geliştirilmesi gerekmektedir. Sosyal girişimlerin olanakları göz önüne alınara faiz oranları ve geri ödeme koşulları düzenlenmelidir.

***UnLtd**, Birleşik Krallık'ta sosyal girişimciler için kurulmuş bir vakıftır. Vakıf, sosyal girişimcilere işletmelerini kurmak için gereken destek ve fonu sağlamaktadır. **UnLtd Ventures** ayrıca sosyal girişimcilere işlerini büyütmeleri ve yaygınlaştırmaları için danışmanlık sağlamaktadır. Son bir sene içinde sosyal girişimlere Ernst&Young, Hogan Lovells ve Deutsche Bank gibi şirketlerden 770,000 £ değerinde pro bono destek ve mentorluk destek sağlanmıştır.¹³*

c. Başlangıç Sermayesi

Girişimciler için de erişimi zor olan başlangıç sermayesi ile pazar araştırması ve ürün geliştirme gibi öncelikli faaliyetler yürütülür. Kişisel birikimler, aile ve çevreden alınan fonlarla birlikte girişim sermayesi için bir diğer kaynak melek yatırımcıların sağladığı fonlar olabilmektedir. Başlangıç sermayesi daha küçük ölçekli bir miktar iken, girişim sermayesi yüksek miktarlar için ve kurumsal bir yapı içinde yapılan yatırımlar için

¹² Ecevit, Yıldız. 2007. *Türkiye'de Kadın Girişimciliğine Eleştirel Bir Yaklaşım*, Ankara: Uluslararası Çalışma Örgütü

¹³ Mollring Jason. *How I can improve – both myself and my social enterprise*. Erişim tarihi: 20 Kasım 2011.

http://www.guardian.co.uk/social-enterprise-network/2011/nov/18/mentoring-support-unltd-connect?CMP=tw_t_gu

kullanılan bir terimdir. Başlangıç sermayesinin riski girişim sermayesinden çok daha yüksektir, çünkü girişimin başarısını değerlendirebileceği veri çok daha azdır. Bu nedenle başlangıç sermayesi miktarları çok daha küçüktür.

Sosyal girişim kurmak isteyen birey ve kuruluşlar için en önemli sorunlardan biri ülkemizde sosyal girişim kurmak isteyenlere yönelik bir başlangıç sermayesi fonları olmamasıdır. Sosyal Girişimcilik Projesi kapsamında yapılan danışma toplantısında ürün veya hizmet satışı yapmak için iktisadi işletme kurmak istense de sermaye olmamasının buna engel olduğu belirtilmiştir.

Başlangıç sermayesi için bir diğer kaynak ise pek çok ülkede *crowdfunding* veya *peerfunding* olarak bilinen kitle finansıdır. Ülkemizde bazı örnekleri oluşmaya başlasa da sosyal veya ticari girişimcilerin faydalanabileceği bir uygulama bulunmamaktadır. Ancak, www.startsomegood.com gibi bazı uluslararası platformlar aracılığıyla ülkemizden girişimci ve kuruluşların da kaynak geliştirebilmesi mümkündür. Girişimcilik ve girişimci fonları ülkemizde yeni ivme kazanan bir alandır, yatırım ortamının gelişmesiyle birlikte yatırımların sosyal ve çevresel etkilerini göz önüne alan sosyal sorumlu yatırımcılığın da gelişmesi ve sosyal girişimlerin daha fazla fona ulaşabilmesi mümkün olacaktır.

d. Eğitim&Danışmanlık

Sosyal girişim kurmak isteyen birey ve kuruluşların finansman ile birlikte en önemli ihtiyacı yatırıma hazır hale gelmek, iş planı oluşturmak, uygun stratejileri bulmak ve kaynaklarını nasıl çeşitlendirebileceğini öğrenmektir. Kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri kapsamında KOBİ'leri destekleyen başta bilişim, finans gibi sektörlerde faaliyet gösteren şirketler tarafından verilen veya desteklenen eğitim ve danışmanlık programları olmasına rağmen bu programların hiçbiri sosyal girişimcilere yönelik tasarlanmıştır.

Sosyal girişim kurmak isteyen kişilere yönelik ilk sertifika programı British Council ve Kadir Has Üniversitesi işbirliğinde başlatılan Sosyal Girişimcilik Akademisi'dir.

Şirketlerin sosyal girişimciliği destekleyebilecekleri bir alan çalışanlarını gönüllülük programlarına yönlendirmek olacaktır. Finans, pazarlama gibi alanlarda özel sektörde istihdam edilen kalifiye personelin gönüllü olarak sosyal girişimcilere veya sosyal girişimlere destek vermesi büyük bir katkı sağlayacaktır. Araştırmalar özellikle uzun dönemli desteklerin klasik işletmelerden daha karmaşık bir yapıda çalışan sosyal girişimler için hayati olduğunu ortaya koymaktadır.¹⁴ Ayrıca, sosyal girişimlere hem fon aktarmadan önce, hem de fon kullanılmaya başlandıktan sonra bu desteğin devam etmesi gerektiği ortaya çıkmıştır.

HSBC Finansal Planlama Ekibi, HSBC Grubu'nda başlatılan pilot bir projeye önderlik yaparak Düşler Akademisi'ne finansal danışmanlık hizmeti vermektedir. Ana faaliyet alanı olarak yıllık planlama ve raporlama kapsamında destek veren HSBC Finansal Planlama Ekibi, Düşler Akademisi'nin şeffaf, hesapverebilir ve sürdürülebilir bir sistem oluşturmalarına yardımcı olmaktadır.¹⁵

¹⁴ Social Enterprise Overview: A UK and China Perspective, British Council. 2008.

¹⁵ http://www.hsbc.com.tr/tr/HSBC_hakkinda/sosyal_sorumluluk/toplumla.asp, Erişim tarihi: 14Kasım 2011.

*İskoçya merkezli **Sosyal Girişim Beceriler Değişimi** (Social Enterprise Skills Exchange–SESE) iş dünyası ile sosyal girişimler arasında bağlantılar kurarak sosyal girişim sektörünün gelişmesine katkıda bulunmayı hedeflemektedir. Ağ kurma aracılığıyla bilgi, tecrübe ve becerilerin paylaşılması için fırsatlar yaratır. Bağlantı Kurun adlı programıyla sosyal girişimlere özel sektörle pro bono işler, ağ kurma ve mentoring desteği almayı sağlarken, bireyler ve özel sektör kuruluşlarına sosyal girişimlere katılma fırsatları sağlamaktadır.*¹⁶

e. İnkübasyon

Bir iş inkübasyonu (kuluçkalama) bir dizi iş desteği ve hizmeti sağlayarak girişimci şirketlerin başarısını ve büyümesini hızlandırmak için tasarlanmış bir ekonomik kalkınma aracıdır. İnkübasyon merkezleri ile girişimcilerin ihtiyacı olan fon, eğitim ve çeşitli olanaklar sağlanmaktadır. Sosyal girişim kurmak isteyenler için ülkemizde henüz bir inkübasyon hizmeti bulunmamaktadır. Ancak, girişimcilere yönelik başta kamu kuruluşları, STK'lar ve üniversiteler tarafından sağlanan çeşitli inkübasyon hizmetleri bulunmaktadır. Ancak bu hizmetler daha çok teknoloji ve inovasyon konularındaki girişimcilere sağlanmaktadır, sosyal girişimlerin gelişmesi için sosyal girişimcilerin ihtiyaçlarını karşılayan inkübasyon merkezlerikurulmalı veya sosyal girişimcilik mevcut ticari girişimcilik inkübasyon merkezlerinin programlarına eklenmelidir.

f. Diğer

i. **Ödüller:** Ülkemizde sosyal girişimlere verilen destekler daha çok ödül programları aracılığıyla şirketler ve üniversiteler aracılığıyla verilmektedir. İstanbul Bilgi Üniversitesi, Koç Üniversitesi, Özyeğin Üniversitesi, Sabancı Üniversitesi gibi sosyal girişimciliği gençler arasında yaygınlaştırmak adına çeşitli ödül programları yürütmektedirler, ancak şirketler daha çok girişimcilik ödülleri kapsamında bir alt kategori olarak sosyal girişimcileri ödüllendirebildikleri görülmüştür. Garanti Bankası "Türkiye'nin Kadın Girişimcisi" kadın girişimciliği yarışması kapsamında, Citibank "Mikro Girişimci Ödülleri" kapsamında girişimcilik ödülleri verilmektedir.

ii. **Etkinlikler:** Şirketler çeşitli yayın ve etkinlikleri destekleyerek de sosyal girişimcilikle ilgili farkındalığın artırılmasına destek verebilmektedirler. Bu destekler daha çok kısa süreli sponsorluklar olarak ortaya çıkmaktadır.

iii. **Tedarikçi olarak sosyal girişimler:** Sosyal girişimler tüm dünyada olduğu gibi Türkiye'de de daha çok küçük ölçekli işletmelerdir ve ihalelere katılabilecek kapasiteleri bulunmamaktadır. Ancak, birçok ülkede sosyal girişimlerden hizmet ve ürünlerin temin edilmesi yaygınlaşan bir uygulamadır. Birleşik Krallık'ta Social Enterprise Mark ve BuySe gibi sosyal girişim veritabanları satın alma sorumlularına yardımcı olmaktadır, bu gibi veritabanlarının geliştirilmesi şirketlerin sosyal girişimlere erişimlerini kolaylaştırılacaktır.

iv. **Şirket içi girişimciler:** Şirketler, yeni fikirleri uygulamaya dönüştürebilen, sosyal konulara göre kendini motive eden şirket çalışanlarını veya yöneticilerini, bir diğer deyişle kurumsal sosyal girişimcileri veya iç girişimcileri

¹⁶ SESE hakkında detaylı bilgiye www.sese.org.uk adresinden ulaşabilirsiniz.

(*intrapreneur*)leri teşvik edebilirler. Kurumsal sosyal girişimci özel sektördeki sosyal girişimcidir ve kurum içinde sosyal odaklı davranan girişimcidir.¹⁷

¹⁷ Kümbül Güler, Burecu. 2010. *Sosyal Girişimcilik*, , Nisan 2010, Ankara: Eflatun

Öneriler

Sosyal girişimlerin gelişebilmesi için özel sektörle ilişkilerinin gelişmesi bir olmazsa olmaz olarak ortaya çıkmaktadır. Şirketler, kamu kuruluşları, STK'lar, medya gibi sosyal girişimlerin en önemli paydaşlarıdır. Kuşkusuz sosyal ve ekonomik alanın keşişiminde bulunan sosyal girişimciliğın gelişmesi hem ekonomik, hem sosyal alandaki gelişmeler ve düzenlemelerle mümkündür. Sosyal alanda STK'ların mali sürdürülebilirliklerini geliştirmek, kaynak çeşitliğı sağlamalarının teşvik edilmesi; ekonomik alanda ise girişimciliğın desteklenmesi önemlidir.

Bu doğrultuda bu politika belgesi kapsamında şirketlere şu önerilerde bulunmaktadır:

- Şirketlerde sosyal girişim ve sosyal girişimcilik kavramlarıyla ilgili farkındalık yaratılması çalışmaları yapılmalıdır. Sosyal girişimlerin avantajları ve yarattıkları etki tanıtılmalıdır. Özel sektör, kamu ve gönüllülerin bir araya gelebildiği platformlar geliştirilmelidir.
- Mevcut ticari girişimcilik programlarında sosyal girişimciliğın de ele alınması teşvik edilmelidir, destek ve eğitim programlarına sosyal girişimlerle ilgili bilgilendirme ve iş desteğı sağlanması da göz önüne alınmalıdır.
- Şirketlerle sosyal girişimler arasında karşılıklı fayda ilişkisi yaratacak işbirliklerinin daha kalıcı ve yüksek etkili olduğı görülmektedir. Şirketler çevresel ve sosyal olumsuz etkilerini azaltmanın bir yolu olarak sosyal girişimlerle ortaklık yapmayı da gözönüne almalıdırlar.
- Araştırmalara göre girişimciliğe yapılan yatırımlarda olduğı gibi sosyal girişimciliğe yapılan yatırımlarda da sürdürülebilirlik önemli bir başarı etkenidir. Sosyal girişimlere uzun süreli destek verilmelidir, çünkü kısa süreli desteklerin etkisinin de kısa süreli olduğı görülmektedir.
- Yatırımlar için karlılıkla birlikte sosyal ve çevresel etkiler de göz önüne alınmalıdır.
- Sosyal girişimlere yönelik mali destek mekanizmaları geliştirilmelidir. Sosyal girişimlere uygun kredi programları sosyal girişimlerin olanakları ve kısıtları ile mevcut kredi politikaları (faiz oranları, geri ödeme koşulları) göz önüne alınarak gözden geçirilmelidir. Bu noktada kamu ile sosyal girişim fonlarının geliştirilmesine yönelik bir işbirliğine gidilmelidir.
- Özel sektördeki insan kaynağı kapasitesinin gönüllülük yolu ile işletme, finans, pazarlama, hukuk gibi konularda sosyal girişimlere aktarılması sağlanmalıdır.
- Birleşik Krallık'ta olduğı gibi sosyal girişim veritabanları geliştirilmesi gerekmektedir ve şirketlerin satın alma politikalarını belirlerken sosyal girişimleri de göz önüne almaları gerekmektedir.
- Şirketler girişimcilere verdikleri destekleri daha objektif ve erişilebilir hale getirmelilerdir.

- Şirketler sosyal girişimlere yönelik çalışmalarında sosyal girişim destek kuruluşları ve ağları ile işbirliği yoluna gitmelidirler.

Kaynakça

- Ecevit, Yıldız. 2007. *Türkiye’de Kadın Girişimciliğine Eleştirel Bir Yaklaşım*, Ankara: Uluslararası Çalışma Örgütü
- Ersen, Tefik Başak; Meydanoğlu Zeynep; ve Kaya Derya. 2010. *Sosyal Girişimler ve Türkiye: İhtiyaç Analizi Raporu*. İstanbul: Türkiye Üçüncü Sektör Vakfı (TÜSEV).
- Global Entrepreneurship Monitor, 2007.
- Global Entrepreneurship Monitor, 2010.
- HSBC Sürdürülebilirlik Raporu, 2009, http://www.hsbc.com.tr/tr/HSBC_hakkinda/sosyal_sorumluluk/pdf/HSBC_2009_Surdurulebilirlik_Raporu.pdf
- Mollring Jason. *How I can improve – both myself and my social enterprise*. Erişim tarihi: 20 Kasım 2011. http://www.guardian.co.uk/social-enterprise-network/2011/nov/18/mentoring-support-unltd-connect?CMP=tw_t_gu
- Kümbül Güler, Burcu. 2010. *Sosyal Girişimcilik*, Nisan 2010, Ankara: Eflatun
- Özdemir, Gülhan. 2006. Sivil Toplum Endeksi Projesi Yan Raporları Kurumsal Sosyal Sorumluluk Çalışması Özel Sektörün Kurumsal Sosyal Sorumluluğu: Türkiye’deki 10 Şirketin İncelemesi İstanbul: Türkiye Üçüncü Sektör Vakfı (TÜSEV).
- Social Enterprise Overview: A UK and China Perspective, British Council. 2008.
- Social Enterprise UK *How to engage with the private sector.*, erişim tarihi: 5 Ocak 2012. http://www.socialenterprise.org.uk/uploads/files/2011/12/q_a_how_to_engage_with_the_private_sector.pdf
- Sivil Toplum Endeksi Projesi (STEP) STK Anketi, 2009.
- Visser, W. and N. Tolhurst (Ed.). 2010. *The World Guide to CSR: A Country-by-Country Analysis of Corporate Sustainability and Responsibility*, Sheffield: Greenleaf. Sf. 411.

Faydalanılan Websiteleri

- Almanya Vodafone Vakfı http://en.vodafone-stiftung.de/content/social_entrepreneurship/index.html
- Ashoka Türkiye www.turkey.ashoka.org
- Avrupa Birliği Sosyal İşletmeler http://ec.europa.eu/internal_market/social_business/index_en.htm
- Çöpmadam www.copmadam.com
- Elvis and Kresse www.fire-hose.co.uk/
- Social Enterprise Europe www.socialenterpriseenurope.co.uk/pages/what-is-social-enterprise.php
- Social Enterprise Skills Exchange www.sese.org.uk

Ek-1

Sosyal Girişimcilik Projesi Ortakları Hakkında

British Council

British Council, Birleşik Krallık'ın, başka ülkelerle daha güçlü kültürel ilişkiler kurmaya yönelik faaliyet gösteren temel kurumudur. 110 ülkede bulunan British Council'in amacı, Birleşik Krallık ve diğer ülkelerden kişi ve kurumlar arasında birlikte çalışma ve güven ortamı oluşturarak, karşılıklı fayda sağlayan, sürdürülebilir ilişkiler geliştirmektir. Ankara ve İstanbul'da ofisleri olan ve Türkiye'de 1940 yılından bu yana kesintisiz olarak bulunan British Council'in çalışmaları; İngilizce, sanat, eğitim ve toplum gibi geniş bir yelpazeyi kapsamaktadır.

www.britishcouncil.org.tr

British Council 2008 yılından bu yana, Sosyal Girişimcilik projesi kapsamında, Birleşik Krallık ve Doğu Asya, Çin ve Güneydoğu Avrupa'daki sosyal girişimcileri desteklemek amacıyla, 10.000 kişi, topluluk ve 100 kuruma erişim sağlayan uluslararası öğrenme, ortaklık ve ağ kurma programı sunmaktadır. Bu kapsamda kamu, özel ve üçüncü sektörler arasında işbirliğinin artırılması ve deneyimlerin paylaşılmasını amaçlayan bir platform oluşturmaktadır.

www.skillsforsocialentrepreneurs.co.uk

Türkiye Üçüncü Sektör Vakfı (TÜSEV)

TÜSEV 1993 yılında Türkiye'nin önde gelen sivil toplum kuruluşları tarafından kurulmuştur. Amacı, vakıf ve derneklerin oluşturduğu 'üçüncü sektörün' ortak sorunlarına çözüm bulmak için mali, yasal ve işlevsel altyapısını güçlendirmek, sosyal yatırım, araştırma ve uluslararası ilişkiler yoluyla sivil toplumun geliştirilmesini sağlamaktır. TÜSEV'in 100'den fazla vakıf ve dernek üyesi bulunmaktadır.

www.tusev.org.tr

TÜSEV, Mart 2010'da başladığı "Sosyal Girişimcilik Projesi"ne British Council desteği ve işbirliğiyle devam etmektedir. Proje kapsamında ülkemizde sosyal girişim modelinin gelişmesine yönelik bir dizi farkındalık yaratma, savunuculuk ve ağ kurma faaliyeti yürütülmektedir.

www.sosyalgirisim.org

Ek-2

İşletme Hedefleri ve Etik ¹⁸

	Klasik İşletme	Kurumsal Sosyal Sorumluluk (KSS)	Sosyal Girişim
Rekabet	Fiyat ve kalitede rekabet	Etikte rekabet	Fiyat, kalite ve etikte rekabet
Müşteri	Alımlarda müşteri memnuniyeti	Bilinçli müşterilerin memnuniyeti	Müşteriyi vatandaş olarak ele almak
Sonuç	Kar	Kar ve ayrı bir KSS raporu	Kar, sosyal ve çevresel fayda
Uzun vadeli amaçlar	İş büyütmek	İşin topluma katkı sağlaması	Sürdürülebilir bir iş modeliyle sosyal ve çevresel bir amaca ulaşmak
Başarı göstergeleri	Ortaklar için kar	Şirketin imajını geliştirmek	Önceden belirlenmiş sosyal/çevresel bir soruna care
Çevresel ve sosyal kaygı	İkincil	İşin belli aşamalarına entegre	Misyonun merkezinde
Paydaşlar	Hissedarlar	Hissedarlar, toplum	Hissedarlar, çalışanlar, yerel gruplar, toplum

¹⁸ Social Enterprise Overview: A UK and China Perspective, British Council. 2008.

Ek-3

Kime Sosyal Girişim Denir?¹⁹

	Sosyal Sektör	Ekonomik Sektör
Gelir üreten	Sosyal amacını desteklemek amacıyla bir işletme aracılığıyla gelir üreten STK	Bir veya daha fazla STK'yı desteklemek için gelir üreten işletme
Çözüm üreten	Sosyal sorunu çözebilmek için girişimci yaklaşım benimseyen STK	Sosyal sorunu çözebilmek için girişimci yaklaşım benimseyen işletme

¹⁹ Warwick, Mal. *Who are you calling a "social enterprise?!"* . Erişim tarihi: 7 Kasım 2011. <http://www.malwarwick.com/learning-resources/e-newsletters/may-2007.html>