

Sosyal Girişimler ve Türkiye

İhtiyaç Analizi Raporu

*Tevfik Başak Ersen
Derya Kaya
Zeynep Meydanoğlu*

Sosyal Girişimler ve Türkiye

İhtiyaç Analizi Raporu

*Tevfik Başak Ersen
Derya Kaya
Zeynep Meydanoğlu*

SOSYAL GİRİŞİMLER VE TÜRKİYE

İhtiyaç Analizi Raporu

TÜSEV Yayınları, Aralık 2010
No: 50

Proje Ekibi ve Yazarlar:

Tevfik Başak Ersen
Derya Kaya
Zeynep Meydanoglu

Grafik Tasarım:

Gülru Höyük

Tüm hakları saklıdır. Bu yayının hiçbir bölümü, *Türkiye Üçüncü Sektör Vakfı'nın (TÜSEV)* izni olmadan hiçbir elektronik veya mekanik formatta ve araçla (fotokopi, kayıt, bilgi depolama vb.) çoğaltılamaz.

TÜSEV

Bankalar Cad. No. 2
Minerva Han
Karaköy 34420
İstanbul / Türkiye
Tel. +90 212 243 83 07 PBX
Faks. +90 212 243 83 05
info@tusev.org.tr
www.tusev.org.tr

Bu kitapta yer alan görüşler yazarlara aittir ve bir kurum olarak TÜSEV ve *British Council*'in görüşleriyle birebir örtüşmeyebilir.

İçindekiler

Giriş	04
1. Sosyal Girişim nedir?	06
1.1. Yaklaşım	07
1.2. Kurumsal Yapı	08
1.3. Ortak Paydalar	09
1.3.1. Toplumsal Odak	09
1.3.2. Girişimci Yaklaşım	10
1.3.3. Gizli Kahraman: Sosyal Girişimci	10
1.4. Küresel Hareket	11
2. Türkiye’de Sosyal Girişimlerin SWOT Analizi	13
2.1. Zayıf Yönler ve Tehditler	14
2.1.1. Kavram Karmaşası	14
2.1.2. Yetersiz Kurumsal Yapılar	16
2.1.3. Kısıtlayıcı Mali Düzenlemeler	19
2.1.4. Kamuda Muhatap Eksikliği ve Aşırı Bürokrasi	20
2.2. Güçlü Yönler ve Fırsatlar	22
2.2.1. Destekleyici Altyapı ve İletişim Ağları	22
2.2.2. İyi Örneklerin Varlığı	23
2.2.3. Potansiyel Teknolojik, Mali ve İnsan Kaynakları	24
2.2.4. Özel Sektör İlişkileri	25
3. Türkiye’de Sosyal Girişimler İçin Bir Yol Haritası	27
3.1. Kısa Vade	28
3.2. Uzun Vade	29
Sonuç	31
Ek-1 Proje Ortakları Hakkında	33
Ek-2 Sosyal Girişimcilik Projesi Hakkında	34
Ek-3 SWOT Matrisi	36
Kaynakça	37

Giriş

Elinizdeki rapor, Türkiye’de sosyal girişim modelinde çalışan kuruluşların ihtiyaç analizi ve Türkiye ortamının sosyal girişimler açısından değerlendirilmesini kapsamaktadır. Rapor, Türkiye Üçüncü Sektör Vakfı (TÜSEV) ve British Council işbirliğinde yürütülen **Sosyal Girişimcilik Projesi**⁰¹ kapsamında yürütülen literatür taraması, ilgili paydaşlar arasında (kamu ve özel sektör, sivil toplum, akademi ve uluslararası uzmanlar) yapılan çeşitli toplantılar, SWOT⁰² analizi ile TÜSEV’in güncel araştırma verilerini⁰³ temel almaktadır.

TÜSEV 1993 yılında ülkemizin önde gelen vakıf ve dernekleri tarafında kurulmuş, kuruluşundan günümüze Türkiye’de sivil toplumun ortak sorunlarına çözümler bulmak için yasal, mali ve işlevsel altyapısının güçlendirilmesi, eğitim, savunuculuk, farkındalık yaratma, araştırma, ağ kurma ve uluslararası ilişkiler gibi çeşitli faaliyetlerde bulunmaktadır. TÜSEV bugüne kadar sivil toplum sektörüne⁰⁴ dair çok çeşitli araştırma projesi ve rapora imza atmış, sektörün ihtiyaçları ve geleceğine yönelik politika ve düşünce üretiminde önder olmuştur.

TÜSEV’in geçtiğimiz yıllarda yürüttüğü kapsamlı araştırma projeleri⁰⁵ Türkiye’de sivil toplumun son on yıl içinde hızlı bir değişim ve gelişim süreci içine girdiğini göstermektedir. Sivil toplum kuruluşları ülkenin demokratikleşme ve kalkınmasında önemli aktörler olarak ortaya çıkmakta, her geçen gün gerek nitelik gerekse sayıca artmakta ve çeşitlenmektedir. TÜSEV’in bilgi birikimi, son yıllardaki çalışmaları ve sektördeki deneyimi sivil toplumun genişleyen faaliyetleri için daha elverişli bir ortam ile işlevsel ve mali açılarından daha etkin ve sürdürülebilir yapılarla ihtiyaç duyulduğuna işaret etmektedir.



⁰¹ Detaylı bilgi için bakınız Ek 2.

⁰² SWOT analizi incelenen kurumun, tekniğin, sürecin, durumun veya kişinin güçlü (Strengths) ve zayıf (Weaknesses) yönlerini belirlemekte ve dış çevreden kaynaklanan fırsat (Opportunities) ve tehditleri (Threats) saptamakta kullanılan bir tekniktir.

⁰³ CIVICUS Sivil Toplum Endeksi Projesi (STEP) (2009).

⁰⁴ Raporda kullanılan “sivil toplum” ve “üçüncü sektör” ifadeleri ile kar-amacı gütmeyen, gönüllü kuruluşların oluşturduğu alan kastedilmektedir.

⁰⁵ CIVICUS Sivil Toplum Endeksi Projesi (STEP) (2005 ve 2009) ve Türkiye’de Hayırseverlik: Vatandaşlar, Vakıflar ve Sosyal Adalet (2005) Araştırmaları.

Diğer taraftan küresel bağlamda da benzer eğilimler görülmekte, pek çok sivil toplum kuruluşu (STK) ve/veya şirket faaliyetlerini özel sektör ve üçüncü sektörün sınırları gittikçe karmaşıklaşan kesişim alanlarında yürütmektedir. Sosyal girişimler son yıllarda bu kesişim alanının önde gelen aktörleri olmuş; pek çok ülkenin kendine has sosyal, ekonomik, kültürel ve siyasi koşullarına uygun olarak benimsenerek büyük toplumsal fayda üretmiştir.

Sosyal girişimler Türkiye için önemli potansiyeli bulunan yeni bir model olarak öne çıkmaktadır. Ülkemizde hâlihazırda pek çok sivil toplum kuruluşu ve şirket toplumsal bakış açılarını ticari girişimcilik ve işletme prensipleri ile harmanlayarak sosyal girişim çizgisinde faaliyet göstermektedir. Raporun amacı sosyal girişim modelini tanıtmak, Türkiye için bir ihtiyaç analizi yapmak ve sosyal girişimlerin gelişmesi için uygulanabilir çözüm önerilerinde bulunmaktır.

Bitirirken Sosyal Girişimcilik Projesinin hayata geçirilmesini sağlayan British Council'e ve proje etkinliklerine katılarak raporu görüşleriyle zenginleştiren tüm sivil toplum, özel ve kamu sektörü temsilcilerine teşekkürlerimizi sunar; raporun ülkemizde sosyal girişimler ve sosyal girişimciliğin gelişimine katkıda bulunmasını dileriz.

Saygılarımızla,

Proje Ekibi
Aralık 2010

Sosyal Girişim Nedir?



1.1. Yaklaşım

Dünyada sosyal girişimlere yönelen yetenek, para ve ilgi gün geçtikçe artmakta, modelin rağbet görmesi ile birlikte çeşitli ulusal ve uluslararası platformlarda sosyal girişimlerin ne olduğuna ve ne yaptığına ilişkin tartışmalar yaşanmaktadır.⁰⁶

“Sosyal girişim” terimi bünyesinde “sosyal” ve “girişim” olmak üzere iki farklı olguyu barındırmaktadır. Girişimcilik anlayışı beraberinde tıpkı ticari girişimlerde olduğu gibi sorun ve fırsatları fark etme, doğru değerlendirme, risk alma ve yenilikçi yollarla çözümleme olgularını getirmektedir. “Sosyallik” anlayışı ise girişimcilik prensiplerinin kar maksimizasyonu yerine toplumsal sorunlara uyarlanmasını kapsamaktadır.

Böylece sosyal girişimler, sosyal sorunların çözümünde girişimcilik esaslı veya serbest piyasa bazlı yöntemler benimseyen kuruluşlar olarak ortaya çıkmaktadır. Sosyal girişimlerin bir diğer ortak yaklaşımı sosyal sorunların çözümünde “sistemik değişimi” hedeflemeleridir. Sosyal girişimler ele aldıkları alanlarda benzer vakaları tek tek düzeltmektense sistemik değişim yaratmayı, çözümlerini yaygınlaştırmayı ve uzun vadede toplumun desteğini kazanarak sorunun ortadan kaldırılmasını hedefler.

Sosyal girişim yaklaşımının diğerlerinden farkını betimlemek için kullanılan yaygın bir benzetme sosyal girişimlerin yalnızca balık vermek veya balık tutmayı öğretmekle yetinmedikleri, bunun yerine balık endüstrisini kökten değiştirmeyi hedefledikleri yönündedir.



Şekil 1. Sosyal Girişim Yaklaşımı
(Denizalp, Hülya. Toplumsal Dönüşüm için Sosyal Girişimcilik Rehberi, STGM 2009)

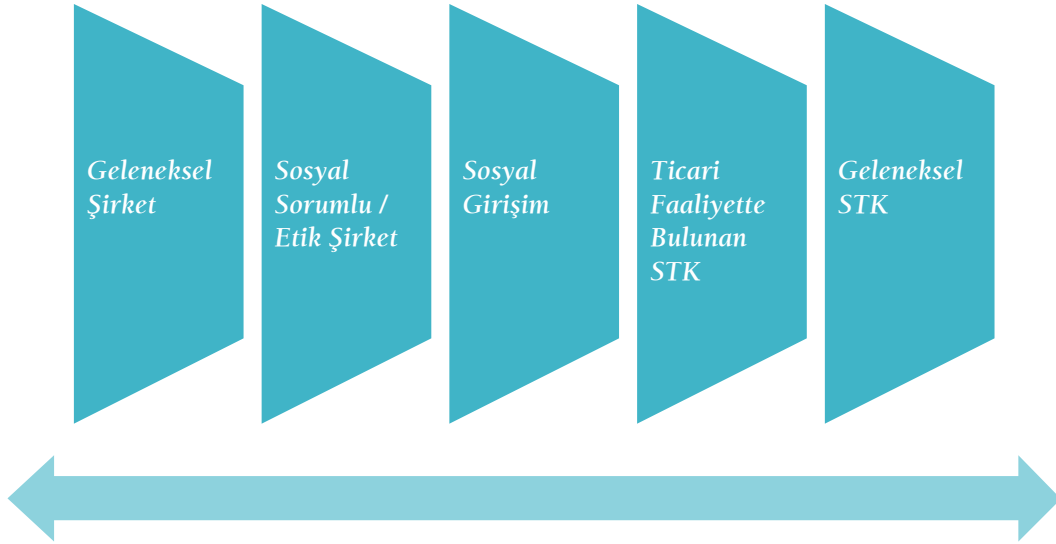


⁰⁶ Martin, Roger Osberg, Sally. “Social Entrepreneurship: The Case for Definition” in Stanford Social Innovation Review, Spring 2007.

1.2. Kurumsal Yapı

Yukarıda da belirtildiği üzere sosyal girişimler; özel sektör ve üçüncü sektörün kesişim noktasında bulunan ve sosyal sorunların çözümünde işletme esaslı ve serbest piyasa bazlı yöntemler benimseyen kuruluşlardır. Bu kuruluşlar kar amacı gütmeyen gönüllü sivil toplum kuruluşları olarak örgütlenebildikleri gibi, işlevlerini şirket olarak da yürütebilmektedir.

Sosyal girişimlerin isleyişindeki en büyük zorluk, ticari ve sosyal girişim prensiplerinin aynı kuruluşta bir araya gelmesidir.⁰⁷ Literatürdeki genel kamu sosyal ve ticari alanların birbirlerinden net ve derin çizgilerle ayrıldığı yönündedir. Ancak uygulamada aralarındaki belirgin sosyal ve kültürel farklılıklara rağmen bu iki alanın arasındaki çizgilerin düşünüldüğü kadar net olmadığı görülmektedir. Bu yaklaşımın sert ayrıştırması yerine sosyal ve ticari girişimleri devamlı ve aralıksız bir bütünün parçası olarak düşünmek daha doğru olacaktır.



Şekil 2. Ticari ve Sosyal Girişimler⁰⁸



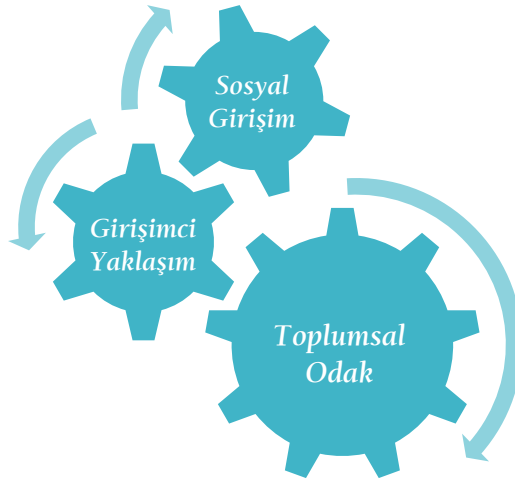
⁰⁷ J. Gregory Dees and Jaan Elias “The Challenges of Combining Social and Commercial Enterprise” in Business Ethics Quarterly, Vol. 8, No. 1 (Jan., 1998), pp. 165-178.

⁰⁸ Cliff Southcombe, Türkiye’de Sosyal Girişimcilik Konferansı, 31 Mart 2010, “Sosyal Girişimler ve Sosyal Girişimciliğe Başlangıç” sunumu.

Şekil 2’de de görüldüğü üzere yelpazenin bir ucunda tamamen gönüllülük esası ile yönetilen, gelirleri bağışlara dayanan ve sosyal hizmet sağlayan geleneksel bir STK yer alırken, diğer uçta temel amacı kar etmek olan ticari işletme bulunmaktadır. Sosyal girişimler, bu iki ucun ortasında, işleyişlerinde çeşitli derecelerde ticarileşmiş kurumlar olarak yer almaktadır. Örneğin pek çok sosyal girişim profesyonel personel istihdam etmekte, hizmetleri için danışmanlık hizmeti almakta, gelir getirici yatırımlar yapmaktadır. Ancak bunun yanında sosyal girişimler dezavantajlı gruplara istihdam ve sosyal hizmetler sağlamakta, savunuculuk yapmakta ve böylece çeşitli sosyal sorunlara müdahale etmektedir.

1.3. Ortak Paydalar

Hiçbir sosyal girişim (amacı, hedef kitlesi, yöntemleri, kurumsal yapıları gibi konularda) bir diğerinin aynısı değildir. Yine de ticarileşme dereceleri, yaklaşımları ve işlevlerini sürdürdükleri ortamlar ne kadar çeşitli olursa olsun, sosyal girişimler arasında amaç ve yöntemler açısından bazı ortak paydalar bulmak mümkündür.



Şekil 3. Sosyal Girişimlerin Ortak Paydaları

1.3.1. Toplumsal Odak

Sosyal girişimler, tek bir kuruluşun çatısı altında iki farklı hedefe ulaşmayı amaçlar: Toplumsal fayda sağlamak ve kar elde etmek. Yüzeysel olarak bakıldığında çoğu sosyal girişim geleneksel bir STK veya şirket olarak algılanabilir. Ancak daha yakından incelendiklerinde bu kuruluşların temel özelliğinin misyonlarını merkeze koyarken, ticari faaliyetlerini misyonları-

nı gerçekleştirmek için araç olarak kullanılmalarıdır.⁰⁹ Sosyal girişimler etik veya sosyal sorumlu şirketlerden tam da bu noktada ayrılmaktadır. Şirketlerin aksine sosyal girişimlerde başarı ölçütü elde edilen kar değil, toplum üzerinde yaratılan olumlu etkidir. Sosyal girişimleri bu şirketlerden ayıran bir diğer nokta, öncelikli olarak hissedarlarına değil, hizmet verdikleri topluluklara hesap vermek durumunda olmalarıdır.¹⁰

1.3.2. Girişimci Yaklaşım

Serbest piyasa koşullarında mal ve hizmet üreterek ticari bir girişim işlevi gören sosyal girişimler, bu faaliyetlerinden elde ettikleri gelirleri yine sosyal amaçlara yönlendirirler. Bu yöntemde söz konusu ticari faaliyet sosyal sorunla doğrudan ilişkili olabileceği gibi, aralarında hiçbir doğrudan bağlantı bulunmaması da mümkündür. Bu tür bir yaklaşımı benimseyen STK'lar, sosyal girişim faaliyetlerini bağış ve hibelere bağımlılıklarını azaltmak ve mali sürdürülebilirliklerini artırmak için bir alternatif olarak algılanmaktadır.

Sosyal girişimlerin izlediği bir diğer yöntem ise dezavantajlı gruplara (kadınlar, gençler, engelliler, azınlıklar, vb.) yönelik istihdam ve gelir getirici faaliyetler yaratarak birey ve toplulukların güçlendirilmesi ve kapasitelerinin artırılmasıdır. İlk yaklaşımın aksine bu yöntemde ticari faaliyetin kendisi bizzat sosyal değişim için etkin bir araç olarak görülmektedir.

Sosyal girişimlerde gözlenen bir diğer yaklaşım, ticari faaliyetlerinde yaratıcı, cesur ve girişimci bir ruhla hareket etmeleridir. Engellerin fırsata dönüştürüldüğü, çözüm odaklı ve deneysel faaliyetler ticari girişimlerin geleneksel yöntemlerinden çok daha karlı olabilmektedir.

1.3.3. Gizli Kahraman: Sosyal Girişimci "

Bir diğer ortak nokta, sosyal girişimlerin çoğunun sosyal girişimciler tarafından başlatılıp sürdürülmesidir. İş dünyasının yüzünü değiştiren girişimciler gibi, sosyal girişimciler de toplumsal dönüşümün önemli araçlarıdır.¹² Bu bireyler başkalarının göremediğini görerek yeni fırsatlar yaratır, sistemleri değiştirir ve yeni yaklaşımlar bularak toplumun önemli sorunlarına çözüm getirirler. Ekonomik bir girişimcinin yeni sanayiler veya iş alanları kurması gibi, sosyal girişimciler de toplumsal sorunlara yenilikçi çözümlerle yaklaşır ve bu çözümleri geniş ölçekte uygularlar.



⁰⁹ Canadian Center for Economic Development – Community Economic Development - www.cedworks.com

¹⁰ Pearce, John. *Social Enterprise in AnyTown*. UK: Gulbenkian Foundation, 2003.

¹¹ Detaylı bilgi için: www.turkey.ashoka.org

¹² http://turkey.ashoka.org/social_entrepreneur

1.4. Küresel Hareket

Toplumsal odak, girişimci yaklaşım ve sosyal girişimcilerin liderliğini temel alan bu kuruluşlar yerel düşünüp hareket etmelerine rağmen, geçtiğimiz on yıl içinde küresel bir hareket olarak da önem kazanmaktadır. Bugün sosyal girişim modelleri Kuzey Amerika'dan Rusya'ya, Birleşik Krallık'tan Hindistan'a pek çok ülkede kendi özel kültürel, sosyal, siyasal ve ekonomik şartlarına uyarlanarak benimsenmiştir.

Bugün **Birleşik Krallık**'ta sayıları 62.000'i bulan sosyal girişimler 800.000 kişiyi istihdam etmekte; yılda 24 milyar £ tutarında ciro oluşturmakta; GSYH'ye %1 destek vermekte ve katma değeri yüksek istihdam fırsatlarının yaratılmasını sağlamaktadır. En etkin oldukları sağlık (%33) ve eğitim (%15) sektörlerinin yanında enerji, geri-dönüşüm ve ulaşım gibi pek çok farklı alanda da aktif oldukları görülmektedir.¹³ Örneğin ülkenin yüksek tirajlı yaşam tarzı dergilerinden Big Issue, evsizlere düzenli istihdam ve gelir kaynağı sağlamakla kalmayıp toplumsal hayata entegre olmaları için bir köprü görevi de görmektedir.

Hindistan'ın sosyal girişim modeline en büyük katkısı iktisadi faaliyetleri ile dezavantajlı birey ve grupları güçlendiren, yerel kalkınmayı tetikleyen kooperatif tipi oluşumlar olmuştur. Hindistan'da görülen en belirleyici özellik, sosyal girişimlerin etki alanının büyüklüğüdür. Dünyanın en yaratıcı ve başarılı sosyal girişimcilerinden bazıları bu ülkeden çıkmakta ve toplumsal etkisi büyük sosyal girişimler yaratmaktadır. Örneğin Amul süt üreticileri kooperatifi 2,8 milyon süt üreticisine istihdam sağlamakla kalmamış, 1946'da başlattığı "Beyaz Devrim" hareketiyle Hindistan'ın bugün dünyanın en büyük süt ve süt ürünleri üreticisi olmasını sağlamıştır.¹⁴ Benzer şekilde sosyal girişimci Ela Bhatt'in kurduğu Serbest Çalışan Kadınlar Birliği (Self-Employed Womens Association of India-SEWA), bir milyon kadın üyesini örgütleyerek onları kayıt dışı ekonomiden kayıtlı ekonomiye taşımakta ve sağlık sigortasından finansal hizmetlere, bilişim teknolojilerinden barınmaya çok çeşitli ihtiyaçlarına cevap vermektedir.

Amerika Birleşik Devletleri'nde küçük sosyal devlet geleneği, güçlü ve etkili vakıfların varlığı ve üçüncü sektörün toplumsal hayattaki rolü sosyal girişimlerin gelişimi için elverişli bir ortam yaratmıştır. Kuzey Amerika'daki sosyal girişim hareketinin en dikkat çekici özelliği, ulusal ve uluslararası düzeylerde sosyal girişimler için elverişli bir ortam yaratılması ve altyapı oluşumuna öncülük etmiş olmasıdır. ABD merkezli onlarca vakıf, ağ ve merkez; hem ulusal hem uluslararası düzeylerde sosyal girişimlerin gelişmesi için geniş kaynaklar ayırmaktadır.



¹³ Birleşik Krallık Ticaret Bakanlığı İstatistikleri, 2007.

¹⁴ www.amul.com

Bir diğerk çarpıcı özellik, Amerikan modelindeki “birey” odaklılıktır. Bu modelde sosyal girişimcinin liderlik vasıflarına vurgu yapılmakta ve sosyal girişimin sosyal girişimci ile ilişkisine odaklanılmaktadır.

Afrika ülkelerinde sosyal girişimler kıtanın kritik kalkınma ve demokratikleşme hedeflerine ulaşması için önemli bir kaldıraç görevi görmektedir. HIV ve diğerk yıkıcı sağık sorunları, eğitim sistemlerinin dönüştürülmesi, doğanın ve doğal kaynakların korunması ve çatışma yönetimi gibi alanlarda faaliyet gösteren sosyal girişimler vatandaşların hayatında önemli değışime sebep olmaktadır.

Ülkeler özelindeki başarılarına ek olarak sosyal girişimleri teşvik eden **küresel altyapı ve ağılar** da oluşmaktadır. Bu bağlamda ASHOKA ağı 1980’lerden bugüne öncü rol üstlenmiş, sosyal girişimciliğı literatüre kazandırmış; bu alanda farkındalığı artırmış ve alanın bir sektör haline gelmesine katkıda bulunmuştur (Denizalp, 2009). Bugün Skoll Vakfı, Schwab Vakfı, Omidyar Network ve daha pek çokları sosyal girişimlere aynı ve nakdi destek vermekte, dünyanın en saygın yükseköğrenim kurumları sosyal girişimcilere yönelik programlar yürütmektedir.

Küresel bir hareket olarak sosyal girişimler ve onları destekleyen yapılar hakkında detaylı bilgi www.sosyalgirisim.org ve British Council’in uluslararası sosyal girişim web portalı www.skillsforsocialentrepreneurs.co.uk adreslerinde mevcuttur.

Türkiye’de Sosyal Girişimlerin SWOT Analizi

2



Bu bölüm, Türkiye'deki sosyal girişimlerin ve içinde buldukları ortamın bir değerlendirmesini içermektedir. TÜSEV ve British Council işbirliğindeki *Sosyal Girişimcilik Projesi* kapsamında yürütülen odak grup çalışması, açılış konferansı ve seminerler yoluyla elde edilen bilgilere dayanmaktadır. Bu çalışmalar sonucunda 200'e yakın sivil toplum, özel sektör, kamu temsilcisinden ortamı, sosyal girişim ve girişimciden ise kendi durumlarını değerlendirmeleri istenmiş, böylece sürece dâhil olmaları sağlanmıştır.

2.1. Zayıf Yönler ve Tehditler

2.1.1. Kavram Karmaşası

Ülkemizde sosyal girişimcilik nispeten daha yaygın olarak bilinen bir kavramken “sosyal girişim” kavramı yeni duyulmaya başlamıştır. Bu kavramın da çeşitli platformlarda son zamanlarda sıkça dile getirilmesiyle birlikte sosyal girişimciliğin ne olduğu ve kimin sosyal girişimci olduğu tartışmasına, sosyal girişimin sınırları ve kapsamı da eklenmiştir. Böylece sosyal girişimcilik, sosyal girişim, kar amacı gütmeyen kuruluş, sivil toplum kuruluşu gibi kavramlar arasında çok boyutlu bir kavram karmaşası oluşmuştur. Bu bölüm söz konusu kavramsal karmaşayı, söz konusu çeşitli modellerin arasındaki ilişkileri ve sosyal girişimcilikle bağlantıları Türkiye bağlamında ele alacaktır.

Sosyal Girişimcilik

Sosyal girişimcilik, yaşadığı çevredeki toplumsal bir sorunu veya ihtiyacı belirleyerek, bu sorunun ortadan kaldırılması veya ihtiyacın giderilmesi için kalıcı çözümler üretmek olarak tanımlanmaktadır. (Denizalp, 2009) Sosyal girişimciliği hem yarattığı sosyal etkinin büyüklüğü, hem de sürdürülebilir yapısı oldukça popüler hale getirmiş ve bu popülerlik beraberinde kavramın yanlış bir şekilde kullanılmasına ve farklı oluşumlar tarafından sahiplenilmesine neden olmuştur. Sosyal Girişimcilik Projesi kapsamında yürütülen odak grup ve atölye çalışmalarında özel sektörün kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerini sosyal girişimcilik olarak nitelediği, ticari girişimcilik ile sosyal girişimcilik arasındaki farkın yeteri kadar anlaşılmadığı sıkça vurgulanmıştır.

Sosyal Girişim

Sosyal girişim sosyal bir hedefe yönelik olarak ticari faaliyetlerin bir araç olarak kullanıldığı ve elde edilen gelirin yine bu sosyal hedefe yönlendirildiği bir işletme olarak tanımlanmaktadır. Ülkemizde kar amacı gütmeyen ve bugün vakıf, dernek, şirket, iktisadi işletme, kooperatif gibi çeşitli tüzel kişilik yapılarıyla faaliyet gösteren kuruluşlar Birleşik Krallık'taki “social

entreprise” (sosyal girişim) gibi belli bir isim altında toplanmamıştır. Sosyal girişimlerin ülkemizdeki bu yapısı sebebiyle sivil toplum kuruluşu ile sosyal girişim kavramları arasında bir kavram karışıklığı bulunmaktadır.

Sosyal Girişimci - Sosyal Girişim İlişkisi

Türkiye’de sosyal girişim kurmuş, bunu başarıyla yürütmüş sosyal girişimciler olduğu gibi, sosyal girişimi olmadan da önemli sosyal ve ekonomik etkiler yaratabilmiş girişimci örnekleri bulunmaktadır. Ayrıca sosyal girişimcilik ticari girişimciliğin aksine kopyalanabilir olması niteliğiyle sosyal girişimci olmayan kişiler tarafından da model olarak alınıp sosyal girişim olarak uygulanabilmektedir. Buna göre, her sosyal girişimci bireyin bir sosyal girişimi (kar amacı gütmeyen bir kurumsal yapı) olmak zorunda değildir ve sosyal girişim kuran her bireyi sosyal girişimci olarak adlandırmak yanlıştır.

Kar Amacı Gütmeyen Kuruluş

Türkçe’ye kar amacı gütmeyen kuruluş olarak çevrilen “*non-profit organization*” veya “*not-for-profit corporation*” kavramları ise bir başka kavramsal sorun ortaya çıkarmaktadır. İngilizcede “*non-profit organisation*” (kısa adıyla NPO) elde edilen karın ortaklar arasında paylaşılmadığı ve amacı gerçekleştirmek için kullanıldığı bir modeli ifade etmektedir. ABD, Birleşik Krallık gibi birçok ülkede “*non-profit organisation*” yasalarca tanınmış ayrı bir tüzel kişiliktir. Türkiye’de ise yasalara göre kar amacı gütmeyen kuruluş ayrı bir tüzel kişilik olarak kabul edilmemekte, bu kavram bilinmemekte veya yanlış anlaşılmaktadır. “Kar amacı gütmeyen” ifadesi bu yanlış anlamının temel sebebidir. Altı çizilmesi gereken nokta *non-profit organisation*’ın kar amacı güttüğü ancak bu karın ortaklar arasında dağıtılmadığıdır.

Sosyal girişimler birçok ülkede *non-profit organisation* statüsünde kurulmaktadır, çünkü bu girişimlerin amacı mali kazanç elde etmek değil, mali kazancı bir araç olarak kullanarak sosyal bir sorun ve ihtiyacı ortadan kaldırmaktır. Bu nedenle birçok sosyal girişim “kar amacı gütmeyen kuruluş” olarak da nitelendirilmektedir, ancak her kar amacı gütmeyen kuruluş sosyal girişim değildir. Yukarıda bahsedildiği gibi birçok ülkede hibe dağıtan vakıflar ve sivil toplum kuruluşları bu statüde faaliyet göstermektedir.

Sivil Toplum Kuruluşu - Sosyal Girişim İlişkisi

Ülkemizdeki bir diğer kavramsal sorun ise her sivil toplum kuruluşunun sosyal girişim, her sivil toplum önderi veya çalışanının sosyal girişimci olarak nitelendirilmesidir. Bu çalışma, yapılan sosyal girişimcilik tanımı göz önüne alınarak, her sivil toplumcuyu sosyal girişimci olarak kabul etmemektedir. Yine aynı şekilde her sivil toplum kuruluşu da sosyal girişim olarak nitelendirilmeyecektir.

Sosyal girişimci ile sivil toplumun ilişkisine bakarsak sosyal girişimcilikte vurgunun, bir sorunun çözümü için bireyin inisiyatif olarak yaratıcı bir düşüncenin hayata geçirilmesine yapıldığını görürüz. Bu modelde sivil toplum kuruluşunun aksine kolektif bir çabadan çok bireyin yaratıcılığı ve kapasitesine önem atfedilir. Sosyal girişimci ancak ürettiği çözümler toplumca benimsendikçe toplumsal destek görür ve vakıf, dernek, şirket gibi çeşitli modellerde örgütlenir.

İktisadi işletmesi bulunan her sivil toplum kuruluşunu sosyal girişim olarak niteleyenlerin yanı sıra, herhangi bir sosyal sorunu düzeltmek için bir müdahalede bulunulması faaliyetini de bir nevi sosyal girişim olarak görenler de bulunmaktadır. Hayırseverlik faaliyetlerinde bulunan ticari girişimcileri de sosyal girişimci olarak niteleyen veya şirketlerin kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerini sosyal girişim olarak görenler de bulunmaktadır.

Yukarıda belirtilen karışıklığa rağmen, ülkemizde çok sayıda sivil toplum kuruluşu ve bunların iktisadi işletmeleri sosyal girişim modelinde faaliyet göstermektedir. Dolayısıyla bunların hem sivil toplum kuruluşu, hem de sosyal girişim olarak sınıflandırılmaları yanlış olmayacaktır.

Kavramsal karmaşadan kaynaklanan yanlış anlaşılımlar sosyal girişimlerin kamuoyu ile ilişkilerini, kamu ve özel sektörlere kendilerini doğru ifade edebilmelerini ve yaygınlaşmalarını olumsuz yönde etkilemektedir. Mevcut kavramsal karmaşaların üstesinden gelinmesi ve sosyal girişimlerin yaygınlaşması için farkındalık artırma faaliyetlerine de ihtiyaç duyulmaktadır.

Alanda çalışan kuruluşlar arasında benimsenecek ortak bir sosyal girişim tanımı ve anlayışı, sosyal girişimlerin kamu, özel sektör ve kamuoyunca daha doğru anlaşılmasını sağlayacaktır. Bu ortak tanımda özellikle İngilizceden çevrilen “not-for-profit” yani “kar amacı gütmeyen” tanımlamasının kullanımının yeniden düşünülmesi gerekmekte, kamu yararına çalışan kuruluşların kar amacı gütmemesinin kötü bir şey olmadığı, ancak karlarını dağıtamayacakları vurgusu yapılmalıdır. Ayrıca kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri ile sosyal girişimlerin farkının da altı çizilmelidir.

Bir diğer çözüm önerisi olarak kurumsal sosyal sorumluluk alanında başarılı olduğu görülen festival veya pazaryeri etkinlikleri sayılabilir. Bu etkinlikler iyi örneklerin belirlenerek tanıtılmasına yardımcı olacaktır. Sayıları az da olsa sosyal girişimcilere görünürlük sağlayan radyoda Açık Radyo Kanalı, televizyonda Fark Yaratıcılar programları da bu alanda kullanılabilecek diğer araçlar arasındadır.

2.1.2. Yetersiz Kurumsal Yapılar

Raporun diğer bölümlerinde de değinildiği gibi sosyal girişimler ülkemizde farklı isimler altında faaliyet göstermekte ancak mevzuatta bu tanım altında özel düzenlemeler bulunmamaktadır. Mevcut sosyal girişimler incelendiği zaman bunların genel olarak vakıf ve dernek tüzel

kişilikleri altında faaliyet gösteren oluşumlar olduğu görülmekte birlikte çok sayıda kooperatif de bulunmaktadır. Yine ülkemiz için yeni bir yapılanma şekli olarak kar amacı gütmeyen şirketlerin sayısı da her geçen gün artmaktadır.

Vakıf ve Dernekler

Türk mevzuatında sivil toplum kuruluşu (STK) diye hukuki bir tanım bulunmamakta ve kar amacı gütmeyen tanımı kullanıldığında akıllara ilk olarak vakıf ve dernek gelmektedir. Vakıf ve dernekler ayrı kamu kuruluşları tarafından denetlenen ve ayrı mevzuatlara tabi olan tüzel yapılanmalar olmalarına rağmen uygulamada oldukça büyük benzerlikler gösteren kuruluşlardır.

Her dernek ve vakıf resmi belgelerinde tanımlanan faaliyetleri yerine getirmek için kurulur ve doğal olarak hepsi sosyal girişim olarak tanımlanamaz. Sosyal girişim şeklinde örgütlenen dernek ve vakıflar bu örgütlenmeyi iktisadi işletme(ler) kurmak yoluyla yerine getirmektedirler. Ayrıca dernek ve vakıflar şirketler kurabilmekte, kurulmuş olan şirketlere ortak olabilmektedirler.

Ülkemizdeki iktisadi işletmelerin tümü dernek veya vakfın faaliyet alanlarını desteklemek ve gelir sağlamak amaçlı kurulmaktadır. Bu faaliyetler dernek/vakfın bastığı kitapların satılmasından, restoran işletmeciliğine kadar geniş bir alanda gerçekleşmektedir. İktisadi işletmelerin büyük çoğunluğu vakfın/derneğin faaliyet alanında gelir getirici faaliyetler gerçekleştirmekle birlikte vakfın/derneğin çalışma alanları dışında faaliyet gösteren sayıları az da olsa örnekler mevcuttur.

Ülkemizde ayrıca dernekler için “kamu yaranı”, vakıflar için “vergi muafiyeti” statüsü olarak tanımlanmış özel statüler bulunmaktadır. Bu statüler Bakanlar Kurulu kararıyla oldukça zor bir denetim ve karar süreci sonunda az sayıda dernek ve vakfa verilmektedir. Bu statü uygulamada önemli ayrıcalıklar sağlamamakta, sadece bağışçılara belirli oranlarda vergi istisnası getirmektedir. Vakıf ve dernek dışındaki tüzel kişiliklere (kooperatif, şirket gibi) verilmeleri ise kanunen mümkün değildir.

Bunlara ek olarak, dernek/vakfın faaliyet amacı dışında sadece dernek/vakfa gelir getirici faaliyetler için kurulmuş veya ortak olunmuş ayrı bir tüzel kişiliğe haiz şirketler de bulunmaktadır. Bu şirketler, geleneksel şirketler gibi faaliyet göstermekte ancak karları dernek/vakfın faaliyet amaçlarının gerçekleştirilmesi için kullanılmaktadır. Tüm işletmeler önemli birer ekonomik aktör olmanın yanı sıra başta dezavantajlı (kadın, engelli v.b.) gruplar olmak üzere istihdam yaratma konusunda da önemli katkılar yapmaktadırlar.

Kooperatifler

Ülkemizde sosyal girişim modelinde faaliyet gösteren bir başka tüzel kişilik de kooperatiflerdir. Kooperatifler Kanunu kooperatifleri, “Tüzel kişiliği haiz olmak üzere ortaklarının belirli ekonomik menfaatlerini ve özellikle meslek ve geçimlerine ait ihtiyaçlarını karşılıklı yardım, dayanışma ve kefalet suretiyle sağlayıp korumak amacıyla gerçek ve kamu tüzel kişileri ile özel idareler, belediyeler, köyler, cemiyetler ve dernekler tarafından kurulan değişir ortaklı ve değişir sermayeli teşekküllere kooperatif denir” şeklinde tanımlamaktadır.

Kooperatifler üyelik temelli kuruluşlar olup esas amaçları üyelerine ekonomik fayda sağlamaktır. Ancak ülkemizde birçok sosyal girişim modeliyle çalışan kooperatif bulunmaktadır. Bunlar genellikle tek başına ekonomik değeri olmayan küçük malların biraraya getirilerek piyasaya sunulduğu veya tek başına piyasa koşullarında üretim yeteneği bulunmayan küçük üreticilerin biraraya gelerek oluşturduğu yapılardır. Kooperatiflerin, özellikle kalkınmakta olan bölgelerde etkili bir istihdam aracı ve verimli bir gelir kaynağı olarak önemli bir fonksiyonu bulunmaktadır.

Bununla birlikte sosyal alanda çalışan kooperatiflerin mevzuatta ayrı şekilde tanımlanmamış olması ve yapı, taşımacılık gibi çok çeşitli alanlarda çalışan tüm kooperatiflerin aynı mevzuata tabii olması uygulamada sorunlara neden olmaktadır. Kuruluş aşamasında sermaye payının yüksek olması, vergi konusunda sosyal kooperatiflere herhangi bir muafiyet veya indirim sağlanmıyor olması eleştirilen bazı noktalardır.

Kar Amacı Gütmeyen/Karını Dağıtmayan Şirket

Dünyada sosyal girişim modeli olarak en yaygın tüzel kişilik şirketler olmakla birlikte yukarıda da belirttiğimiz üzere bu ülkemiz için yeni bir kavramdır. Uygulamada sosyal girişim olarak kurulan az sayıda şirket bulunmaktadır.

Mevzuatımızda açık olarak bir şirket tanımı olmamakla birlikte; genel olarak iki veya daha çok kişinin bir araya gelerek, emek veya mallarını, müşterek bir gayeye erişmek üzere bir sözleşme ile birleştirmeleri şirket olarak tanımlanmaktadır. Bu tanımdan da görüleceği gibi şirket oluşumunda esas amaç müşterek bir gayeye erişim olmakla birlikte, bu müşterek amaç genel olarak “kar elde etme” olarak anlaşılmaktadır. Türk Ticaret Kanunu, Borçlar Kanunu ve ilgili tüm vergi kanunları şirketleri bu bakış açısıyla değerlendirmektedir.

Sonuç olarak mevzuatta “sosyal girişim” tanımı altında özel düzenlemeler bulunmamakta, mevcut kurumsal yapılar sosyal girişimlerin kurulup işletilmesini engellemese de oldukça kısıtlamaktadır. Zira pek çok sosyal girişim ne klasik anlamda bir vakıf/dernek, kooperatif ne

de şirket şeklinde işlemediğinden kendini çoğu zaman mevcut kurumsal yapıları esnetmeye ve amaçlarına uydurmaya çalışırken bulmaktadır. Bu durum, pek çok sosyal girişimi uygulamada sıkıntıya sokmaktadır.

Yasal çerçeveye ilişkin bir diğer sorun, yarattıkları sosyal etki ve değişime öncelik veren sosyal girişimci ve sosyal girişimlerin sorumluluk ve haklarını tanımlayan yasal mevzuatı iyi bilmesinden kaynaklanan sorunlardır. Uygulamada yapılan yanlışlar sosyal girişimlerin işleyişini olumsuz etkilemekte, zaman zaman maddi yaptırımlarla karşılaşmalarına sebep olmaktadır.

Mevcut durumda yetersiz kalan kurumsal yapıların sosyal girişimlerin kurulması ve işlevlerini teşvik eder hale getirilmesi gerekmektedir. Dernek ve vakıf mevzuatları sosyal girişimcilerin fikirlerini hayata geçirmelerinde sıkıntı yaratmakta, “kar amacı gütmeyen şirket” statüsünün bir an önce çıkması ve yeni Ticaret Kanunu’na girmesine yönelik çalışmalar yapılması gerekmektedir.

2.1.3. Kısıtlayıcı Mali Düzenlemeler

Sosyal girişimler konusunda özel hukuki düzenlemeler olmadığı gibi mali düzenlemeler de bulunmamaktadır. Mevcut durumda vakıf/derneklerin iktisadi işletmeleri ve şirketleri, kooperatifler ve kar amacı gütmeyen şirketler için herhangi bir vergi istisnası bulunmamaktadır. Vergi muafiyeti/kamu yararı statüsüne sahip vakıf/derneklere sağlanan mali destekler de yetersiz kalmaktadır. Bu statüye sahip kuruluşlar iktisadi faaliyetlerinden dolayı hiçbir istisnaya sahip olmayıp sadece yapılan bağışların teşviki için yapılan sınırlı düzenlemelerden yararlanmaktadırlar. Sosyal girişim alanında faaliyet gösteren tüm tüzel kişilikler adeta kar amacı güden bir şirket yaklaşımıyla normal bir şirketin tabi olduğu vergi mevzuatına tabidirler.

Bu olumsuz tablo sosyal girişimlerin kurulmasını ve gelişmesi açık bir şekilde engellemektedir. Amacı sosyal faaliyetleri desteklemek olan iktisadi işletmeler ve kar amacı gütmeyen şirketler, sosyal amaçları yok sayılarak vergilenmektedir. Vergilenme konusunda genel görüş haksız rekabetin engellenmesidir. Oysa bu yaklaşım sosyal girişimlerin sosyal alanda yaptığı faaliyetlerin yok sayılması anlamına gelmektedir. Ayrıca bu kuruluşların çok önemli bir istihdam aracı olduğu gerçeği de yok sayılmaktadır.

Vakıf, dernek, vakıf/dernek iktisadi işletmesi ve kooperatif yapılarında işleyen çok sayıdaki sosyal girişim önemli birer ekonomik aktör olmanın yanı sıra başta dezavantajlı (kadın, engelli vb.) gruplar ve bölgeler olmak üzere istihdam yaratma konusunda da önemli sonuçlar yaratmaktadır. Kar amacı gütmeyen şirketler şeklinde faaliyet gösteren az sayıda şirket olmasına rağmen bu alanda özel bir düzenleme olmaması hem sayının artmasını engellemekte, hem de kavram karmaşasına katkıda bulunmaktadır. Mevcut bakış açısı göreceli olarak yeni bir

kavram olan sosyal girişimleri algılamakta zorlanmakta ve kar amacı gütsün veya gütmesin tüm şirketleri aynı şekilde değerlendirmektedir.

Oysa iktisadi faaliyet gösteren kuruluşlar için çok sayıda ülkede farklı teşvik edici düzenlemeler bulunmaktadır. Özellikle kamu yararı statüsü çok geniş anlamda yorumlanmakta ve bu tanım bir kuruluştan ziyade faaliyet türü olarak algılanmaktadır. Bunun önemli sonucu, dernek ve vakıflarla sınırlı kalmadan kamuya yararlı faaliyetlere vergi istisnaları sağlanmıştır. Örnek vermek gerekirse Birleşik Krallık, İspanya, Almanya ve Macaristan gibi Avrupa Birliği üyesi birçok ülkede vakfın/derneğin öncelikle iktisadi faaliyetinin amacına bakılmakta, eğer iktisadi faaliyet vakfın/derneğin çalışma alanı kapsamında, kamuya yararlı bir faaliyet yürütüyorsa kurumlara vergi istisnası getirilmektedir. Eğer iktisadi faaliyetler karma işler yürütüyorsa bu istisna sadece kamuya yararlı faaliyetler için uygulanmaktadır. Böylece haksız rekabet önlenmekte, kamuya yararlı işler de teşvik edilmektedir. Benzer şekilde şirketler de dahil olmak üzere tüm tüzel kişilikler kamuya yararlı/sosyal içerikli faaliyetlerinden dolayı vergi istisnalarından yararlanmaktadır.

Yasal ve mali altyapının iyileştirilerek sosyal girişimlerin kurulması ve işlevlerini teşvik eder hale getirilmesi gerekmektedir. Bu bağlamda, dernek ve vakıf mevzuatları sosyal girişimcilerin fikirlerini hayata geçirmelerinde sıkıntı yaratmaktadır. Örneğin, dernek ve vakıfların iktisadi işletmelerinin tıpkı bir ticari şirket gibi değerlendirilerek vergilendirilmesi bu kuruluşların kamu yararına çalıştıkları gerçeğini göz ardı etmektedir. Bu kuruluşlar için rekabet kurallarını sarsmayacak yeni vergi düzenlemelerine ihtiyaç vardır. Ancak verilecek vergi teşviklerinin kötüye kullanılmaması için gerekli önlemler de alınmalıdır.

Ayrıca, kurumların faaliyetlerinin ayrıştırılarak amaçları ve sosyal katkıları hesaba katılarak vergilendirilmeleri ve/veya geçici bir dönem için sosyal girişimlere belirli muafiyetler (örn. KDV, istihdam ettiği kişi sayısı oranında prim indirimi gibi) sağlanması da vergilendirme konusunda düşünülebilecek diğer teşvik edici yöntemlerdir.

2.1.4. Kamuda Muhatap Eksikliği ve Aşırı Bürokrasi

Kurumsal yapılar ve mali düzenlemeler bölümlerinde de anlatılmaya çalışıldığı gibi Türkiye’de sosyal girişimler için hukuki ve mali teşvikler yok denecek kadar azdır. Devlet tarafından bu kuruluşlara normal bir şirket gibi yaklaşmakta, sosyal alanda yaptıkları önemli faaliyetler yok sayılmaktadır. STK olarak örgütlenenlerin ise ekonomik kalkınma ve istihdam yaratma fonksiyonları görülmemektedir.

Bu konuda genel bir devlet politikasının da olmadığı görülmektedir. Kamuda sivil toplum kuruluşlarının muhatapları kurumsal yapılarına göre Vakıflar Genel Müdürlüğü, Dernekler

Dairesi Başkanlığı, tarımsal amaçlı kooperatifler ve üst kuruluşları için Tarım Orman ve Köy İşleri Bakanlığı, diğer kooperatifler ve üst kuruluşlar için de Sanayi ve Ticaret Bakanlığı olmaktadır. Tüm bu örgüt yapılarında işleyen sosyal girişimlerin var olduğu düşünüldüğünde sosyal girişimlerin ortak talep ve sorunlarını iletebilecekleri bir kurumun bulunmadığı görülmektedir.

Bu durum sosyal girişimlerin mevcut yasal ve mali çerçevelerle ilgili yaşadığı sorunların farklı kurumlarca ve bireysel bazda değerlendirildiğini, kamu nezdinde sosyal girişim alanının yeterince görünür olmadığını göstermektedir. Olumsuz bir sonuç olarak ihtiyaç duyulan özel statü ve mevzuatın devlete bütüncül bir şekilde iletilmemesi alanda gerçekleştirilmesi gereken reformları ötelemektedir.

Sosyal girişimlerin sosyal alanda faaliyet gösteren diğer kuruluşlarla paylaştığı bir diğer engel, kamu kurum ve kuruluşlarında karşılaşılan bürokratik uygulamalardır. Sosyal girişim modelinde işleyen kurumlar kuruluş aşamasından denetime pek çok alanda karşılaştıkları bürokratik engellerden şikayet etmekte, bu yüzden uluslararası düzeydeki sosyal girişimlerle aynı dinamizmi yakalamakta zorlandıklarını bildirmektedirler.

Yukarıda söz edilen yasal ve mali reformların gerçekleşmesini zora sokan kamudaki muhatap eksikliğine yönelik olarak, ilgili tüm paydaşları bünyesinde bulunduracak bir çalışma grubu oluşturulmalıdır. Çalışma grubunda Maliye Bakanlığı, Devlet Planlama Teşkilatı (DPT), Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeleri Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı (KOSGEB) gibi kamu kurumlarının yanında TÜSEV, Sivil Toplum Geliştirme Merkezi Derneği (STGM) gibi sivil toplum kuruluşlarının, sosyal girişimlerin, girişimlerle çalışan STK'ların, iş ve meslek örgütlerinin de bulunması faydalı olacaktır. Söz konusu oluşum sosyal girişimlere ilişkin strateji belgesi ve eylem planları oluşturup ilgili karar makamlarına (bakan veya başbakan düzeyinde) sunabilir. Çalışma grubunun Dünya Bankası, IMF, Avrupa Birliği gibi kurumlarca desteklenmesi karar makamlarına erişimde yardımcı olabilir.

Kamudaki muhatap eksikliğine yönelik olarak getirilen bir diğer çözüm önerisi, İçişleri Bakanlığı Dernekler Dairesi Başkanlığı bünyesinde, yürütme kurulunda STK'ların da yer alacağı bir Sosyal Girişim Departmanı kurulması olmuştur.

2.2. Güçlü Yönler ve Fırsatlar

2.2.1. Destekleyici Altyapı ve İletişim Ağları

Gerek sosyal girişim olarak işleyen, gerekse modele ilgi duyan sivil toplum kuruluşları için en büyük fırsatlardan biri destekleyici bir altyapının varlığı olarak görülmektedir. Zira pek çok sosyal girişim, doğrudan kendilerini hedeflemese de sivil toplum kuruluşlarına yönelik destek faaliyetlerinden ve bilgi paylaşımlarından faydalandıklarını bildirmektedir.

Ayrıca sosyal girişimler uluslararası düzeyde aynı ve nakdi destek veren kurumlarla da irtibat- ta olduklarını bildirmektedirler. Örneğin bir küresel ağ olarak Ashoka'nın sosyal girişimcilere verdiği destek önemli görülmüş, oluşturduğu iletişim ağlarının kalıcı olduğu ve bugün hala kullanıldığı belirtilmiştir.

Üniversiteler de bu alanda bilgi üretimini teşvik etmeye başlamışlardır. Örneğin Çanakkale On Sekiz Mart Üniversitesi'nde 2009'da düzenlenen 6. Sivil Toplum Kuruluşları Kongresi'nin ana teması sosyal girişimcilik olarak belirlenmiş ve konu uluslararası uzmanların da katılımıyla tartışılmıştır.

Üniversiteler ayrıca sosyal sorumlu gençler yetiştirmek, gençlere gönüllülük ve katılım bilinci oluşturmak yolundaki çabalarını sosyal girişimci gençleri teşvik etme yönünde genişletme eğilimindedirler. Kadir Has Üniversitesi bünyesinde British Council ve Gençlik Servisi Merkezi iş birliği ile Sosyal Girişimcilik Akademisi kurulmuş, Özyeğin Üniversitesi Girişimcilik Merkezi'nde sosyal girişimcilik seminerleri verilmeye başlanmış, Boğaziçi Üniversitesi bünyesinde Sosyal Girişimci Genç Liderler Akademisi (SOGLA) faaliyet göstermeye başlamıştır. Yine İstanbul Bilgi Üniversitesi Genç Sosyal Girişimci Ödüllerinin ilkinin 2010'da düzenlemeye başlamıştır.

Bir diğer olumlu gelişme olarak, sosyal girişimcilik ile ilgili çeşitli yayınlar yapılmaya ve bu alandaki uluslararası yayınlar Türkçe'ye kazandırılmaya başlanmıştır.¹⁵

Böylece sosyal girişimlerin kendi yerel ağları ve uluslararası ağlar yoluyla iletişim ve işbirliği içinde oldukları; üniversitelerdeki bilgi üretimi ve gençlere yönelik faaliyetlerin ise uzun vadede kalifiye insan kaynağı ve sektörün genişlemesi yönünde fırsat yaratacağı görülmektedir.



¹⁵ Ülkemizde bu alandaki ilk yayın Hülya Denizalp tarafından kaleme alınan ve 2007'de basılan *Sosyal Girişimcilik Rehberi* olmuştur. David Borstein'in "*Dünya Nasıl Değişir?*" adlı kitabı Türkçe olarak 2009'da yayımlanmıştır. Yine Burcu Kümbül Güler'in *Sosyal Girişimcilik* adlı kitabı Mart 2010'da basılmıştır.

Üniversitelerde sosyal girişimcilere yönelik ödül töreni ve programlarla uyumlu şekilde yapılacak tanıtım faaliyetleri gençlerin sosyal girişim kurlmaları açısından çok verimli olacaktır. Ayrıca, üniversitelerde oldukça yaygınlaşan girişimciliğe yönelik programlara “sosyal girişimcilik modülü” eklenmesi modelin gelişmesi ve farkındalık yaratılması açısından faydalı olacaktır.

Üniversite öncesinde ilk ve orta öğretim düzeylerinde sosyal girişimlerin bir istihdam alanı ve sosyal değişim aracı olarak tanıtılması kavramın gençler tarafından içselleştirilmesini sağlayacaktır.

Üniversiteler yoluyla yüksek düzeyde eğitim gören gençler hedeflenirken toplumun alt kesimlerinden kişilerin de ihmal edilmemesi gerekmektedir. Zira sosyal girişimciliğin önemli bir boyutu olan sosyal sorunların tespiti, risk alma, kararlılık gibi beceriler sosyal piramidin en altındaki bireylerde de mevcuttur.

Son olarak sosyal girişimler için destekleyici altyapı görevi gören oluşum ve kurumların da kapasitesinin geliştirilmesi gerekmektedir. Zira, modele kavramsal bir netlik kazandırılmasından sosyal girişimlerin kurumsal yapılarındaki zayıflıkların giderilmesine kadar destekleyici kuruluşlara görev düşmektedir. Bu kuruluşların uluslararası ağlarla ilişkilerini geliştirerek kendi kapasitelerini artırması tüm sektörü olumlu etkileyecektir.

2.2.2. İyi Örneklerin Varlığı

Dünya çapında olmasa da ve tüm imkânsızlıklara rağmen, Türkiye’de hâlihazırda işleyen ve iyi örnek olabilecek bazı sosyal girişimlerin bulunması bir fırsat olarak görülmektedir.

Örneğin vakıf modelinde işleyen bir sosyal girişim örneği olarak Kadın Merkezi Vakfı (KAMER), 1997 yılında Nebahat Akkoç tarafından kurulmuş olup, kadınların acil ve kritik ihtiyaçlarına cevap verirken, aynı zamanda birer vatandaş, eş, anne olarak haklarıyla ilgili farkındalığının artmasını amaçlamaktadır. Bugüne kadar 40,000 kadına ulaşan KAMER, kadınlara psikolojik, ekonomik ve yasal destek vermesinin yanında ticari girişimci olabilmeleri için mesleki girişimlerine katkıda bulunmaktadır. Güneydoğu Anadolu’nun kendi sağladığı kaynaklarla faaliyetlerine devam eden kadın merkezini kuran KAMER, restoran, kreş, yasal ve psikolojik rehberlik, insan hakları eğitimi gibi hizmetler sunmakta, 23 ile yayılan faaliyetlerini vakıf tüzel kişiliği altında, iktisadi işletmeleri ve şubeleriyle yürütmektedir.¹⁶



¹⁶ www.kamer.org.tr

Dernek modelinde işleyen Buğday Ekolojik Yaşamı Destekleme Derneği, Victor Ananias tarafından kurulmuş ve Türkiye’de ilk defa iç pazara yönelik ekolojik tarım uygulamalarını, alternatif pazarlama ve tanıtım stratejileri ile ekolojik yaşam kültürü bilinçlenmesini sağlamaya çalışmıştır.¹⁷ Ülke genelinde dernek yapısını benimsemiş pek çok sosyal girişim bulunmaktadır.

Kooperatifler düzeyinde incelendiğinde, Kadın Emegini Değerlendirme Vakfı (KEDV) ve İstanbul, Marmara Deprem Bölgesi, Diyarbakır ve Mardin’de birlikte çalıştığı kadın grupları yoksul kadınların ihtiyaç odaklı örgütlenmesi için model geliştirmek üzere çalışma başlatmış ve bu çalışma sonucunda yerel kadın gruplarının örgütlenmesi için uygun yasal yapı olarak “kooperatif” belirlenmiştir. İlk kadın kooperatiflerinin kurulmaya başlanmasıyla Türkiye’de kadın kooperatifleri hareketi başlamış, ardından da bu hareket hızlı bir biçimde yayılarak Türkiye’de 2009 yılına kadar yerel kadınlar tarafından kurulan kooperatif sayısı 60’ı geçmiştir. Ülkemizde toplum temelli yerel örgütlenmenin ilk örnekleri olan kadın kooperatifleri; kadınların sosyal ve ekonomik olarak güçlenmeleri ve yerel düzeyde kendi öncelikleri için ortak girişimler başlatmaları, savunuculuk yapmaları ve dolayısıyla politik katılım pratikleri açısından da büyük önem taşımaktadır.¹⁸

Ayrıca Türkiye’de kar amacı gütmeyen şirket örnekleri de bulunmaktadır. Greenpeace Türkiye, Uçan Süpürge ve Gençlik Servisleri Merkezi sosyal misyonlarını şirket yoluyla hayata geçiren kurumlara örnek verilebilmektedir.

İyi örneklerin varlığı potansiyel sosyal girişimlere cesaret vermeleri, kopyalanarak model haline gelebilmeleri, kamudan talep edilecek reform ve teşvikler için zemin oluşturmaları gibi pek çok alanda fırsat olarak görülmüştür.

İyi örneklerin yasa yapıcılar, üniversiteli gençler, özel sektör ve sivil toplum kuruluşları nezdinde halkla ilişkiler malzemesi olarak kullanılması faydalı olacaktır. Zira soyut kavramlardan çok yarattığı toplumsal faydanın net olarak görülebildiği somut sosyal girişimler daha etkili olacaktır.

2.2.3. Potansiyel Teknolojik, Mali ve İnsan Kaynakları

Kaynakları açısından incelendiklerinde, sosyal girişimlerin birbiri ile yakından ilişkili bir mali ve insan kaynağı sıkıntısı içinde olduğu görülmektedir. Sosyal girişimler insan kaynaklarının yetersizliğinden dolayı yeterince gelir elde edemediklerini ve bu sebeple hibe ve ba-



¹⁷ www.bugday.org

¹⁸ www.kadinkooperatifleri.org

ğışlara bağımlılıklarının devam ettiğini bildirmektedir. Diğer taraftan mali kaynak sıkıntısı nitelikli ve uzman eleman almalarını engellemekte ve aktivitelerinin sürdürülebilirliğine olumsuz etki etmektedir.

Bu olumsuz şartlara rağmen, Türkiye'deki sivil toplum kuruluşlarının geneli ile karşılaştırıldıklarında, sosyal girişimlerin bazı avantajları olduğu da görülmektedir. Örneğin, mali kaynak sıkıntısının sosyal girişimleri de etkilemesine rağmen bu kuruluşlar potansiyel mali ve insan kaynakları bulunduğunu ve bu konudaki mevcut iyi örneklerin ümit verici olduğunu bildirmektedir.

Sosyal girişimlerin küresel bir hareket haline gelmesinde başta internet olmak üzere iletişim teknolojilerinin rolü büyük olmuştur. Türkiye'de de e-mail ve internetin sosyal girişimlerce yoğun olarak kullanıldığı ve iletişim ve işbirlikleri açısından fırsat teşkil ettiği belirtilmiştir.

Ücretsiz olarak erişilebilecek bir sosyal girişim destek hattı (444'lü numara) veya web portalı potansiyel ve yeni sosyal girişimlere yol göstermek açısından önemlidir.

2.2.4. Özel Sektör İlişkileri

Özel sektörün sosyal girişimlerle ilişkilerine baktığımızda birçok sosyal girişimin vakıf ve dernek iktisadi işletmesi olarak faaliyet göstermesi nedeniyle sivil toplum kuruluşu-özel sektör ilişkilerinin sosyal girişim-özel sektör ilişkilerini belirlediğini söylemek mümkündür.

Sosyal girişimler özel sektörü genel olarak çalışmalarına kaynak sağlayacak bağışçı olarak görmektedirler. Oysa ki dünyadaki eğilimlere baktığımızda geleneksel şirketler sosyal alana kaynak aktarmak dışında Şekil 2'den de görülebileceği gibi sosyal sorumlu şirkete ve hatta sosyal girişimlere doğru yeniden yapılanmaktadır. Özellikle kurulma aşamasındaki küçük ve orta ölçekli işletmeler sosyal girişimlerin gelişimi açısından büyük bir potansiyel sunmaktadır. Çalışmamız bu nedenle sosyal girişimler açısından özel sektörü iki açıdan değerlendirecektir: fon kaynağı ve potansiyel sosyal girişimler olarak.

Bir fon kaynağı ve sıkça gözlemlediğimiz şekliyle proje ortağı olarak özel sektör değerlendirildiğinde, özel sektörle sivil toplum kuruluşları ve dolayısıyla sosyal girişimler arasında diyalog ve işbirliği eksikliği en önemli sorun olarak ortaya çıkmaktadır. Sosyal Girişimcilik Projesi kapsamında düzenlenen "Özel Sektör-Sosyal Girişim Etkileşimi" başlıklı atölye çalışmasında özel sektör kuruluşlarının kurumsal sosyal sorumluluk ve sponsorluk çalışmaları kapsamında sivil toplumla etkileşime girdiği, ancak uzun süreli ve sürdürülebilir proje ve ortaklıklar yerine kısa süreli, maddi katkı veya sponsorluk temelli ortaklıklara yöneldiği dile getirilmiştir. Şirketler ve STK'lar birbirleriyle olan ilişkilerini karşılıklı öğrenme, deneyim ve bilgi paylaşımı temelinde kurmamaktadırlar. STK'lar, şirketlerin kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerini

bir pazarlama ve halkla ilişkiler aracı olarak görmelerinden ve kar amacı gütmeyen şirket yapısını tanımamalarından rahatsızlıklarını vurgularken; şirketler ise STK'ların kendilerini sadece bir bağışçı olarak görmesi ve özel sektörün bilgi birikimi ve insan gücünden faydalanma yoluna gitmemesini ilişkilerin gelişmesini engelleyen faktörler olarak belirtmişlerdir.

Özel sektörün sosyal alana kaynak aktarımıyla ilgili diğer görüşler ise şirketlerin özellikle hak temelli çalışan sivil toplum kuruluşlarına destek sağlamakta çekimser kaldığı, fonların erişilebilir ve şeffaf olmadığıdır.

Özel sektörün doğrudan sosyal girişimler ve sosyal girişimcileri hedefleyen bir destek veya faaliyetinin ise bulunmadığı gözlemlenmiştir. Ancak, bazı bankalar ve finans kuruluşları girişimcilere avantajlı kredi olanakları sunmakta ve hatta mikro-kredi programlarına destek vermektedirler. Böylece dolaylı olarak da olsa sosyal girişimler bu kredilerden faydalanabilmektedir. Bazı şirketler ise bir program kapsamında olmasa da bireysel girişimcilere destek sağlanabildiğini, ancak bu desteğin kurumsal bir altyapısının olmadığını ve kişiye bağlı olarak karar verildiğini belirtmişlerdir.

Sosyal girişim potansiyeli olarak özel sektöre bakıldığında ise, girişimcilik alanında yapılan çok çeşitli faaliyet ve desteklerin neredeyse tamamen ticari girişimciliğe odaklandığı gözlemlenmiştir. Girişimciliğin ülkemizdeki potansiyeline bakıldığında nüfusun % 77'sinin girişimciliği iyi bir kariyer alanı olarak gördüğünü ve % 22.7'sinin kendi şirketlerini kurmayı istediğini görmekteyiz.¹⁹ Bu yüksek potansiyel son yıllarda küçük ve orta işletmelere gerek uluslararası, gerek devlet ve özel sektör tarafından sağlanan destekler, gerekse melek yatırımcı²⁰ olarak tanımlanan bireysel ve kurumsal yatırımcıların sağladığı destekler ile harekete geçirilmeye başlanmıştır. Gerek girişimcilik konusundaki kapasite geliştirme faaliyetlerinde, gerekse girişimcilere maddi destek sağlanması noktasında sosyal girişimlerin de göz önüne alınması modelin gelişmesi açısından büyük önem taşımaktadır.

Özetlemek gerekirse, şirketlerin sosyal alanda çalışan kuruluşlarla sağlıklı ilişkiler kurarak sosyal sorumlu şirket modeline doğru yapılanması ve yeni kurulacak işletmelerin sosyal girişim modelinde kurulmasının teşvik edilmesi modelin gelişmesinin çok önemli koşulları olarak ortaya çıkmaktadır.



¹⁹ Global Entrepreneurship Monitor, 2007.

²⁰ Melek yatırımcı, başlangıç aşamasında olan riskli girişimlere veya gelecek vaad eden fikirlere yatırım yaparak danışmanlık, çevre edindirme gibi destekler sağlayan ve bu girişimlerin büyümelerine ve fikirlerin gerçekleşmelerine önayak olan kişidir.

Türkiye’de Sosyal Girişimler İçin Bir Yol Haritası

3

Tüm bu çalışmalar sonunda sosyal girişimler Türkiye için önemli potansiyeli bulunan yeni bir model olarak öne çıkmaktadır. Ancak gerçekleştirilen SWOT çalışması bu kuruluşların bazı destek ve teşviklere ihtiyaç duyduklarını göstermektedir. Aşağıdaki öneriler, sosyal girişimlerin gelişmesi için bütüncül, pratik ve yapılabilir bazı çözüm önerileri getirmektedir.

3.1. Kısa Vade

Sosyal girişimleri eğitimler, ödüller ve kapasite geliştirme faaliyetleri ile destekleyen pek çok oluşum ve üniversite bulunmaktadır. Ancak bu kuruluşların kapasite geliştirme faaliyetleri sosyal girişimlerin gelişmesi için tek başına yeterli olmamakta, mevcut kavram karmaşası ve düşük farkındalık düzeyleri her adımda engel olarak ortaya çıkmaktadır. Kapasite geliştirme üzerine çalışan kuruluşların, çalışmalarına farkındalık yaratmaya yönelik yeni bir boyut eklemeleri, sosyal girişimlerin gelişimi açısından son derece yararlı olacaktır. Örneğin, üniversite düzeyinde düzenlenen bir ödül yarışması veya koçluk programı, kendini tanıtırken kısaca sosyal girişimlerden de bahsedebilir, konuda gençler nezdinde farkındalık yaratabilir.

Türkiye’de son yıllarda ticari girişimcilik gerek kamu gerekse özel sektör tarafından çok yönlü olarak desteklenen bir alan olmuştur. Her iki sektörde de girişimcilere maddi ve manevi destek veren özel program ve araçlar oluşturulmuştur. Üniversitelerde girişimcilik merkezleri kurulmuş, bu yeni alan öğretim görevlileri ve öğrencilerden büyük ilgi görmüştür. Tüm bu gelişmelere ek bir kaynak ayırmadan da olsa sosyal girişimciliğin eklenmesi, bu fırsatlardan sosyal girişimlerin de faydalanması mümkündür. Ayrıca bu yöndeki faaliyetlerin maliyeti düşük, getirisi ise oldukça yüksek olacaktır.

Sağlanacak vergi istisnalarının sektöre getireceği katma değer çok yüksek olacaktır. Dernek ve vakıflara, özellikle iktisadi faaliyetlerine ve sahip oldukları şirketlere istisnalar getirilmesi sektörün hızla gelişmesine öncülük edecektir. Burada doğrudan teşvik verilmesinin yanı sıra kamu yararı/vergi muafiyeti statüsünün geliştirilmesi de düşünülebilir. Kamu yararı tanımının gözden geçirilerek kriterlerin genişletilmesi, statüyü almanın yaygınlaştırılması ve kolaylaştırılması zaten mevcut olan bir yapının sosyal girişimcilik açısından daha verimli kullanılmasını yardımcı olacaktır.

Kamu yararlı faaliyetlerin daha esnek bir tanımının yapılması, bunun bir statüden ziyade bir faaliyet türü olarak algılanması da sektöre devrim niteliğinde açılımlar kazandıracaktır. Bunun sağlanması durumunda raporda detaylı olarak bahsedildiği üzere “kamusal fayda sağlayan faaliyetlere” imtiyazlar sağlanarak, dernek ve vakıf dışındaki tüzel kişiliklerin de teşvik edilmeleri sağlanabilecektir.

Sosyal girişimlerin elde ettikleri karı kullanma şekli dışında çalışma yöntemlerinin şirketlere benzediği düşünülürse, özel sektörün sosyal girişim modelinin gelişmesindeki önemi ortaya çıkacaktır. Şirketlerin bilgi ve tecrübe paylaşımı yoluyla sosyal girişimlerin gelişimine destek olabilmeleri mümkün olduğu gibi doğrudan mali destek ve kredi sağlamaları da oldukça önemlidir. Sosyal girişim alanının yeni fon kaynaklarına ihtiyacı göz önüne alınırsa başta bankalar olmak üzere finans kuruluşlarının ve yatırımcıların sosyal fonlar yaratması gerekmektedir.

Tüm bunların hayata geçirilebilmesi için ilk adım diyalog ve işbirliği eksikliğini ortadan kaldırmaya yönelik çalışmalar olmalıdır. Sivil toplum, sosyal girişimler ve özel sektörü bir araya getirecek çeşitli etkinlikler ve farkındalık yaratma çalışmalarının bu alanda çalışan kuruluşların gündeminde ilk sıralarda olmasının büyük faydaları olacaktır. Bu bakımdan online ve yüz yüze iletişiminin çeşitli programlar, platformlar ve araçlar yoluyla artırılması önem taşımaktadır. Sosyal girişim portalı (www.sosyalgirisim.org) gibi araçların bu süreçte önemli bir rolü ve katkısı olacağını umuyor, mevcut araçların değerlendirilmesi, geliştirilmesi ve yaygınlaştırılmasına ağırlık verilmesi gerektiğine inanıyoruz. Bu konuda sivil toplumun geliştirilmesi konusunda çalışan kuruluşlara, sivil toplum örgütü şeklinde örgütlenmiş ve girişimcilik konusunda çalışan iş ve meslek örgütleri ile odalara da önemli görevler düşmekte, kurumlar ve sektörler arası işbirliği büyük önem kazanmaktadır.

3.2 Uzun Vade

Yukarıda söz edildiği gibi, ülkemizde hâlihazırda pek çok sivil toplum kuruluşu ve şirket sosyal girişim çizgisinde faaliyet göstermektedir. Ancak henüz bir sektör olma farkındalığını ve birlikte hareket edebilme becerilerini tam olarak geliştirememişlerdir. Bu sebeple, mevcut destekleyici altyapının daha da gelişmesi, sosyal girişimler arası iletişim ve bilgi akışını kurumlar üzerinden sağlayacak ağ(lar)ın oluşturulması gerekmektedir. Bu oluşumların, sosyal girişimler ile kamu ve özel sektör arasında köprü görevi görme, kamuoyu nezdinde farkındalık yaratma ve iyi örneklerin modele dönüştürülmesi gibi hiçbir sosyal girişimin tek başına başaramayacağı ve büyük çarpan etkisine sahip işlevleri olacaktır.

Kurumsal yapı eksikliği önemli bir sorun olarak görülmekte ve acil çözüm beklemektedir. “Kamuya Yararlı Şirket” veya “Kar Amacı Gütmeyen Şirket” yapılarının yokluğu farklı mekanizmalar ile doldurulmaktadır. Kısa vadeli önerilerde bahsedildiği gibi “kamuya yararlı faaliyet” tanımının değiştirilerek daha esnek bir yapıya kavuşturulması durumunda sektör önemli bir kazanım elde edecek ve kooperatifler hatta şirketler bile bundan yararlanabileceklerdir. Ancak hala ayrı bir tüzel kişilik tanımlanmasına ihtiyaç bulunmaktadır. Sosyal girişimcilik yapısına uygun yeni bir tüzel kişilik modeli tanımlanmalı ve ilgili mevzuatta yerini almalıdır.

Zayıf Yönler ve Tehditler bölümünde de bahsedildiği gibi sosyal girişimlerin mevcut yasal ve mali çerçeveye ilgili yaşadığı sorunlar farklı kurumlarca ve bireysel bazda değerlendirilmekte, bu durum ihtiyaç duyulan özel statü ve mevzuatın devlete bütüncül bir şekilde iletilememesi ve alanda gerçekleştirilmesi gereken reformların gecikmesine sebep olmaktadır. Kamudaki muhatap eksikliğine yönelik olarak, ilgili tüm paydaşları bünyesinde bulunduracak bir çalışma grubu oluşturulmalı ve bu oluşum sosyal girişimlere yönelik bir eylem planı oluşturarak uygulamasını takip etmelidir. Çalışma grubunda yukarıda sözü geçen sosyal girişim ağlarının, Maliye Bakanlığı, Devlet Planlama Teşkilatı (DPT), KOSGEB gibi kamu kurumlarının yanında TÜSEV, STGM gibi sivil toplum kuruluşlarının, sosyal girişimlerin, girişimlerle çalışan STK'ların, iş ve meslek örgütlerinin de bulunması faydalı olacaktır.

Bu süreçte özel sektörün de sosyal girişimlerin ticari girişimciliğin gelişimine paralel olarak güçleneceğini öngörerek uzun süreli programlar oluşturma yoluna gitmesi gerekmektedir. Şirketlerin sosyal alandaki kuruluşlara kaynak aktarmakta yaşadıkları altyapısal sorunların giderilmesine yönelik çalışmalar ve STK'lar, sosyal girişimler ve şirketler arasında bir etik kurallar belgesi oluşturulması da uzun vadede yapılabilecek çalışmalardır.

SONUÇ

Sosyal girişimler Türkiye için önemli potansiyeli bulunan yeni bir model olarak öne çıkmaktadır. Ülkemizde mevcut pek çok sivil toplum kuruluşu ve şirket toplumsal bakış açılarını ticari girişimcilik ve işletme prensipleri ile harmanlayarak sosyal girişim çizgisinde faaliyet göstermektedir. Türkiye’de sosyal girişimlerin güçlü ve zayıf yönlerine detaylı bir bakış, mevcut ortamın ne çok teşvik edici ne de çok engelleyici olduğunu ortaya koymaktadır.

Zayıf yönleri açısından ele alındığında, kavramsal karmaşadan kaynaklanan yanlış anlaşılımlar sosyal girişimlerin kamuoyu ile ilişkilerini, kamu ve özel sektörlerle kendilerini doğru ifade edebilmelerini ve yaygınlaşmalarını olumsuz yönde etkilemektedir.

Ayrıca, mevcut yasal düzenleme ve tüzel kişilikler sosyal girişimlerin sosyal odaklı ticari faaliyetleri için ideal yapılar değildir. Pek çok sosyal girişim ne klasik anlamda bir vakıf/dernek, kooperatif ne de şirket şeklinde işlemediğinden kendini çoğu zaman mevcut kurumsal yapıları esnetmeye ve amaçlarına uydurmaya çalışırken bulmaktadır. Bu durum, pek çok sosyal girişimi uygulamada sıkıntıya sokmaktadır.

Bu konuyla yakından ilişkili olarak, çeşitli tüzel kişilikler altında işleyen sosyal girişimlerin kamuda ortak talep ve sorunlarını iletebilecekleri bir muhatap kurum bulunmamaktadır. Ayrıca, kamu ile ilişkiler temelinde, bürokratik uygulamaların yarattığı sıkıntılar sosyal girişimler tarafından sık sık dile getirilmektedir.

Sosyal girişimlerin güçlü yönlerinin başında varlıklarını ve faaliyetlerini destekleyici bir altyapının varlığı gelmektedir. Pek çok sosyal girişim, doğrudan kendilerini hedeflemese de sivil toplum kuruluşlarına yönelik destek faaliyetlerinden ve bilgi paylaşımlarından faydalandıklarını bildirmekte, ulusal ve uluslararası düzeylerde sosyal girişimler ve onların destek ağları ile iletişim ve işbirliklerinde bulunmaktadır. Ayrıca, Türkiye’de hâlihazırda işleyen ve iyi örnek olabilecek bazı sosyal girişimlerin bulunması da potansiyel sosyal girişimlere cesaret ve ilham vermeleri, kopyalanarak model haline gelebilmeleri, kamudan talep edilecek reform ve teşvikler için zemin oluşturmaları gibi pek çok alanda fırsat görülmektedir. Her ne kadar mali ve insan kaynakları sıkıntılarını sivil toplum kuruluşları ile paylaşırsalar da, sosyal girişimlerin bu alanda daha şanslı oldukları görülmektedir. Son olarak özel sektör ile gittikçe gelişen ilişkiler önemli bir fırsat olarak değerlendirilmektedir.

Bu güçlü ve zayıf yönlerin en iyi şekilde değerlendirilmesi ve Türkiye’de sosyal girişimlerin teşvik edilmesi için bir dizi lobi, farkındalık yaratma ve kapasite geliştirme faaliyeti önerilmiş; tüm çalışmaların çok yönlü, çok paydaşlı ve uzun soluklu bir şekilde ele alınması gerektiği vurgulanmıştır.

EK-1

Proje Ortakları Hakkında

British Council



British Council, İngiltere'nin diğer ülkelerle kültürel ilişkileri geliştirmekle görevlendirilen en önemli kuruluştur. Türkiye'de 1940 yılından beri hizmet veren British Council, Ankara ve İstanbul'daki merkezlerinin yanı sıra ülkenin geri kalan bölgelerinde de aktif olarak faaliyetlerini sürdürmektedir.

www.britishcouncil.org.tr

Türkiye Üçüncü Sektör Vakfı (TÜSEV)



Türkiye Üçüncü Sektör Vakfı
Third Sector Foundation of Turkey

TÜSEV 1993 yılında Türkiye'nin önde gelen sivil toplum kuruluşları tarafından kurulmuştur. Amacı, vakıfların 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 sağlamak olarak özetlenebilir. TÜSEV'in 100'den fazla vakıf ve dernekten oluşan mütevelliisi bulunmaktadır.

www.tusev.org.tr

EK-2

Sosyal Girişimcilik Projesi Hakkında

British Council, 2009-2010'da sosyal girişimcilik alanında İngiltere ve Türkiye arasında ortaklıklar oluşturmak üzere bölgesel bir proje uygulamaya başlamıştır. Proje, sosyal bir misyonu bulunan STK'lara çevrelerinde fark yaratmalarını; girişim, yenilikçilik ve yaratıcılık yolu ile olumlu toplumsal değişime katkıda bulunmalarını sağlamak için bir platform sağlamayı amaçlamakta ve Türkiye'nin yanı sıra Ukrayna, Sırbistan, Gürcistan ve Hırvatistan'da gerçekleştirilmektedir.

Bu kapsamda TÜSEV, British Council desteği ve işbirliğiyle 2010 yılı boyunca ülkemizde sosyal girişim modelinin önündeki fırsat ve engellerin tespit edilmesi ve bu konuda ilgili paydaşlar nezdinde farkındalık yaratılması amacıyla "**Sosyal Girişimcilik Projesi**"ni yürütmektedir.

Proje kapsamında gerçekleştirilen faaliyetler şunlardır:

- **Odak Grup Toplantısı, 17 Mart 2010, İstanbul:** Önde gelen sosyal girişimci ve sosyal girişimlerin katılımıyla sosyal girişim modelinin önündeki fırsat ve engellerin değerlendirildiği bir toplantı düzenlenmiştir. Toplantıda sosyal girişimlerle ilgili bir SWOT (güçlü ve zayıf yönler, fırsatlar, tehditler) analizi yapılmıştır.
- **Saha Gezisi, 24-26 Mart 2010, Londra:** Birleşik Krallığa sivil toplum ve kamu temsilcilerinden oluşan bir heyetle çeşitli sosyal girişimlere ziyaretler düzenlenerek sosyal girişim çalışma modelleri ve faaliyetleri hakkında bilgi edinilmiş, görüş alışverişinde bulunulmuştur.
- **Açılış Konferansı, 31 Mart 2010, İstanbul:** Türkiye'de Sosyal Girişimcilik Konferansı" başlıklı açılış konferansı 31 Mart 2010 tarihinde düzenlenmiştir. Toplantı kamu, özel sektör ve sivil toplum kuruluşlarından 100 temsilciyi bir araya getirmiştir. Konferansta Türkiye ve Birleşik Krallık'ta Sosyal Girişimcilik ve Sosyal Girişimler ile Türkiye'den İyi Örnekler başlıklı iki panel ve iki adet paralel atölye çalışması yapılmıştır. Konferansa Social Enterprise Europe Direktörü Cliff Southcombe da katılarak Birleşik Krallık tecrübelerini paylaşmıştır. Detaylar için: <http://www.tusev.org.tr/content/detail.aspx?cn=530&c=77>
- **Seminerler:** Birleşik Krallık'tan uzmanların da katılımıyla kamu, özel sektör ve sivil toplum temsilcilerini sosyal girişimcilikle ilgili bilgilendirme amacını taşıyan üç adet seminer düzenlenmiştir.

- **www.sosyalgirisim.org web portalı:** Sosyal girişimlerle ilgili tanımlar ve modellerle birlikte çeşitli bilgi kaynakları, linkler ve araçlar içeren bir web portalı hazırlanmıştır.
- **İhtiyaç Analizi Raporu:** Türkiye’de sosyal girişimlerin durumu, sosyal girişim örnekleri ve iyi uygulamaları, yasal, mali ve operasyonel olarak sosyal girişimlerin önündeki fırsat ve tehditleri içeren bir rapor hazırlanmıştır.
- **Kapanış Toplantısı:** Bir kapanış toplantısıyla rapor ve web portalı tanıtılacaktır.

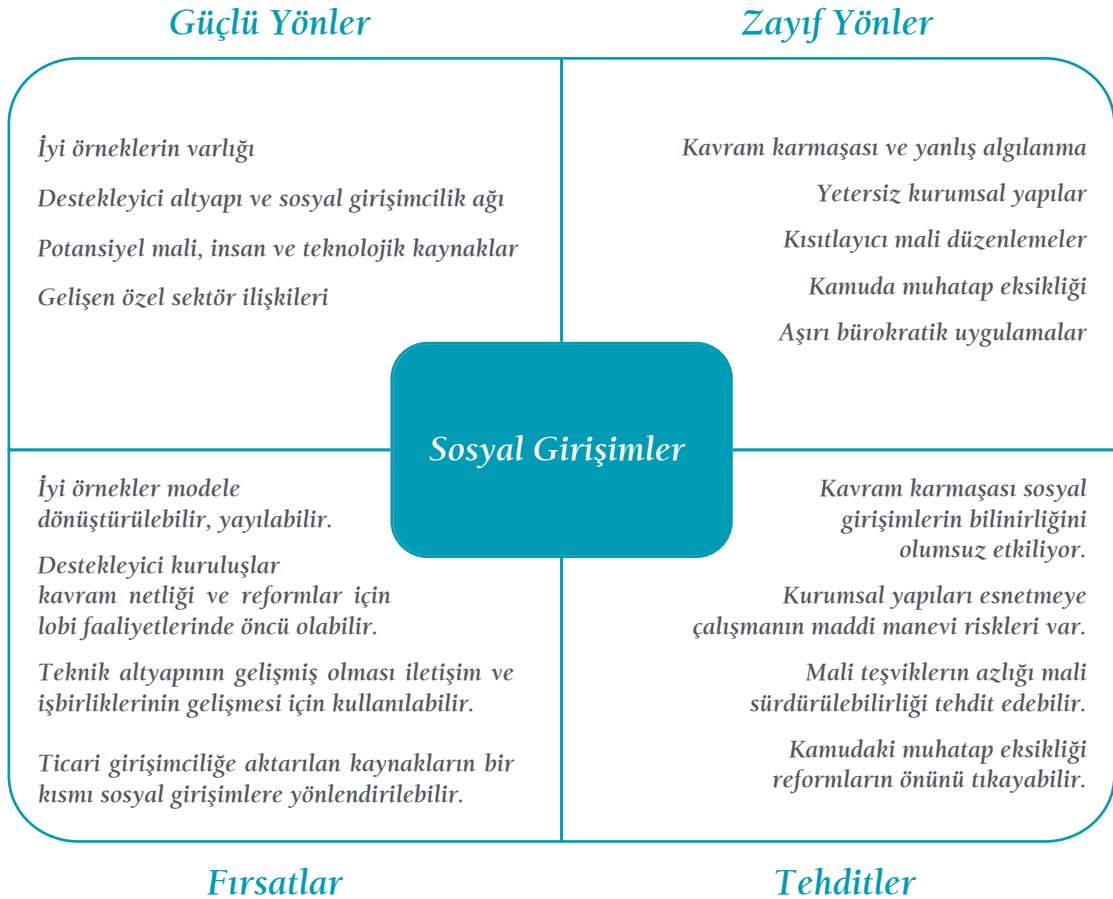
Proje Ekibi: Tefvik Başak Ersen, Derya Kaya, Zeynep Meydanoğlu

Proje hakkında detaylı bilgi için: www.tusev.org.tr ve www.sosyalgirisim.org

EK-3

SWOT Matrisi

SWOT Matrisi proje kapsamında yürütülen odak grup çalışması, açılış konferansı ve seminerler yoluyla elde edilen bilgileri özetlemektedir. Bu çalışmalar sonucunda 200'e yakın sivil toplum, özel sektör, kamu temsilcisinden Türkiye'deki ortam; sosyal girişim ve girişimciden ise kendi durumları hakkında bilgi alınmıştır.



Kaynakça

Ashoka Türkiye Web sitesi www.turkey.ashoka.org

Aydın, Davut; Çarkoğlu, Ali; Çizakça, Murat; Gökşen, Fatoş. "Philanthropy in Turkey: Citizens, Foundations and the Pursuit of Social Justice." İstanbul: TÜSEV Yayını, Aralık 2006.

Bikmen, Filiz; Meydanoğlu, Zeynep. "Türkiye'de Sivil Toplum: Bir Değişim Süreci - Uluslararası Sivil Toplum Endeksi Projesi Türkiye Ülke Raporu." İstanbul: TÜSEV Yayını, Aralık 2006.

Birleşik Krallık Ticaret Bakanlığı İstatistikleri, 2007.

Buğday Ekolojik Yaşam Derneği Web sitesi www.bugday.org.tr

Canadian Center for Economic Development – Community Economic Development – www.cedworks.com

Cliff Southcombe, Türkiye'de Sosyal Girişimcilik Konferansı, 31 Mart 2010, "Sosyal Girişimler ve Sosyal Girişimlere Başlangıç" sunumu.

Dees, J. Gregory and Elias, Jaan. "The Challenges of Combining Social and Commercial Enterprise" in *Business Ethics Quarterly*, Vol. 8, No. 1 (Jan., 1998), pp. 165-178.

Denizalp, Hülya. *Toplumsal Dönüşüm için Sosyal Girişimcilik Rehberi*, STGM 2009.

Global Entrepreneurship Monitor, 2007.

Kadın Koopeatifleri Web sitesi www.kadinkooperatifleri.org

KAMER Web sitesi www.kamer.org.tr

Martin, Roger Osberg, Sally. "Social Entrepreneurship: The Case for Definition" in *Stanford Social Innovation Review*, Spring 2007.

Pearce, John. *Social Enterprise in AnyTown*. UK: Gulbenkian Foundation, 2003.