

TÜRKİYE'DE SOSYAL GİRİŞİMLERİN DURUMU



TÜRKİYE'DE

SOSYAL GİRİŞİMLERİN DURUMU

ARAşTIRMA EKİBİ



TED ÜNİVERSİTESİ

Aslıhan Salih
Burze Yaşar
Işıl Sevilay Yılmaz
Kezban Çelik
Zuhal Yeşilyurt Gündüz



Berivan Eliş
Sinem Güravşar Gökçe



Agata Fortuna
Gonca Ongan
Işık Önay
Tuğçe Aktepe Dursun
Zeynep Ayata
Zeynep Derya Tarman



Çiğdem Selgur
İstem Akalp
Zeynep Meydanoğlu



Alper Akyüz
İtir Erhart



Hande Ayaydın Hacıömeroğlu
Nuray Güner
Seza Danişoğlu



Serra Titiz

DANIşMAN



Dan Gregory



SocialEnterpriseTurkey@
britishcouncil.org.tr



istasyon@tedu.edu.tr

ÖNSÖZ



Sosyal girişim kavramı Türkiye'de nispeten yeni bir kavramdır ve alan hızla büyümektedir. Sektöre sürekli yeni sosyal girişimler ve ekosistem aktörleri girmekte; bunlar, sosyal ve çevresel

sorunların çözümü için yeni yaklaşımlar geliştirmekte ve böylelikle, sosyal içermeye, ekonomik entegrasyon ve sürdürülebilir kalkınmayı teşvik etmektedir.

Sektörün görünürlüğü ve sektöre ilişkin toplumsal farkındalık, hâlen sınırlı bir düzeyde olduğundan, bu alanın dinamik potansiyelini ortaya koyan bu araştırma raporunu sunabildiğimiz için çok mutluyuz. Bu raporun, Türkiye'de sosyal girişimlere ilişkin farkındalığı arttırmasını ve Türkiye'nin bu alanda gelişmeye nasıl devam edebileceği konusundaki görüş paylaşımlarına katkı vermesini umuyoruz.

Bu araştırma, British Council'in Küresel Sosyal Girişim Programı kapsamında yürütülen bir araştırma dizisinin parçasıdır. Raporda, Türkiye'deki sosyal girişim alanının mevcut büyüklüğü, ölçeği ve kapsamı ile sektörün gelecek potansiyeli ortaya konmaktadır. Çalışmaya kamu kuruluşları, üniversiteler, kuluçka merkezleri, hızlandırıcılar, ortak çalışma alanları, belediyeler, fon kuruluşları, uluslararası kuruluşlar, sivil toplum kuruluşları ve sosyal girişimler olmak üzere ekosistemden çeşitli paydaş grupları dahil edilmiştir.

Araştırma, bu alanın ne kadar canlı olduğunu ve alandaki çeşitliliğin giderek arttığını göstermektedir. Sosyal girişimler, çeşitli sektörlerde, farklı tüzel kişilikler altında faaliyet göstermektedir. Türkiye'de sosyal girişimlerin en yaygın bulunduğu sektör, eğitim sektörü olup, bunu imalat ve yaratıcı endüstriler sektörleri takip etmektedir. Araştırma aynı zamanda, sosyal girişimlerin çeşitli gruplara fırsatlar sunma konusunda oynayabileceği önemli rolü de ortaya koymuştur.

Cherry Gough OBE

Türkiye Direktörü
British Council

Örneğin, sosyal girişim yöneticilerinin ya da liderlerinin %55'i kadındır; geleneksel işletmelerde ise bu oran sadece %18,9'dur. Sosyal girişim liderleri, aynı zamanda gençtir. Geleneksel işletmelerde liderlerin %21,4'ü 35 yaşın altındayken, bu oran, sosyal girişimlerde %47,28'dir.

Bu çalışmada istatistiklerin yanı sıra, politika çerçevesine, bu alanda aktif olan üniversitelere, yatırım ve finansman fırsatlarına, kuluçka merkezlerine, hızlandırma programlarına, ortak çalışma alanlarına ve diğer destek mekanizmalarına ilişkin bilgiler de bulunmakta; ve Türkiye'deki iyi uygulama örnekleri olarak on sosyal girişimin çalışmaları yer almaktadır.

Raporda, aynı zamanda, sosyal girişimlerin karşılaştığı temel güçlükler ve fırsatlarla birlikte, ekosistemin sosyal girişimleri nasıl daha iyi destekleyebileceği konusunda öneriler sunulmaktadır.

Bu kapsamda, raporda mevcut durum ortaya konmuş olup, böylelikle, geleceğe yönelik aktif ve dinamik bir sosyal girişim sektörü inşa etmek ve büyümeyi ölçebilmek için politika yapıcılara, sosyal yatırımcılara ve diğer kilit aktörlere ihtiyaç duyacakları bilgiler sağlanmıştır.

Araştırmayı TED Üniversitesi Sosyal İnovasyon Merkezi'nin liderliğinde yürüten başarılı konsorsiyuma teşekkür etmek istiyorum. Araştırma ekibi; kapsamlı yerel bilgiler, ağlar ve uzmanlık sağlayarak bu çalışmaya büyük katkıda bulunmuştur. İngiltere'deki ve diğer ülkelerdeki deneyim ve bilgileri aktararak çalışmaya danışmanlık sağlayan ortağımız Birleşik Krallık'tan Social Enterprise UK'ye de teşekkür ederim.

Türkiye'de daha kapsayıcı, daha güvenli, daha sürdürülebilir ve daha refah içinde bir toplum inşa etmeye yönelik sosyal girişimleri destekleyen ortaklarımızla ve diğer iletişim ağlarımızla çalışmalara devam etmeyi diliyoruz.



Türkiye'de Sosyal Girişimlerin Durumu Raporu, sosyoloji, felsefe, iktisat, işletme, hukuk, siyaset bilimi ve uluslararası ilişkiler bölümünde çalışan araştırmacı ve akademisyenlerin yanı sıra

sosyal girişimciler, uzmanlar ve aktivistlerden oluşan bir ekip tarafından yapılan araştırmaya dayanmaktadır.

Rapor, kamu kurumları ve iş geliştirme merkezleri, hızlandırıcılar (accelerators), coworking (ortak çalışma) alanları, üniversiteler, araştırma enstitüleri, yerel yönetimler, fon kuruluşları ve sosyal girişim liderleri gibi aracı kişi ve kurumlarla yapılan görüşmeler sonucunda elde edilen veriler doğrultusunda, Türkiye'de yeni yeni ortaya çıkmakta olan sosyal girişimcilik ekosistemine ilişkindir. Bu raporun kendisi de sosyal girişimler kadar kapsayıcı, işbirliğine açık ve yenilikçi olmayı amaçlamaktadır.

Rapor, sürdürülebilir iş modelleri kullanarak sosyal ve çevresel sorunları çözmeyi amaçlayan girişimlerin hikâyesini anlatmaktadır. Bazı sosyal girişimciler, şahsen karşılaştıkları ya da ailelerinde ve arkadaş çevrelerinde gördükleri sorunları çözmeye çalışmaktadır. Bazı sosyal girişimciler ise, iklim değişikliği ve gıda güvenliği gibi büyük sorunlarla baş etmek için yenilikçi çözümler geliştirmiştir.

Bazı girişimler, iş geliştirme alanında tecrübeli olan ve çok iyi eğitim almış gençler tarafından yönetilmektedir. Sosyal girişimlerin çoğu yeni ve küçük işletmelerdir ve bunların çoğunluğu kadınlar tarafından kurulmuştur ve yönetilmektedir. Bununla birlikte, tüm sosyal girişimler, ölçülebilir bir sosyal etki yaratmak istemekte ve işe ilişkin karar alırken bağımsız, esnek ve şeffaf olmayı amaçlamaktadır.

Prof. Dr. Aslıhan Salih

TED Üniversitesi
İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dekanı

Bu araştırmaya katılan sosyal girişimciler, karşılaştıkları sorunları açık bir şekilde ifade etmişlerdir. Araştırma kapsamında gerçekleştirilen yarı yapılandırılmış görüşmelerde, odak grup görüşmelerinde, danışma toplantılarında ve online ankette, sosyal girişimciler finans kaynaklarına erişim konusunda karşılaştıkları güçlükleri paylaşmışlar ve girişimlerinin başlangıç seviyesinde daha çok kişisel mali kaynaklarını kullandıklarını ya da ailelerinden ve arkadaşlarından destek aldıklarını ve topladıkları bağışları kullandıklarını belirtmişlerdir.

Mevcut mülteci akınlarının yanı sıra, artan bölgesel siyasi gerilimler ve ağırlaşan ekonomik güçlükler, Türkiye'deki sosyal girişimlerin karşılaştığı başlıca sorunlardır. Bununla birlikte, Türkiye'deki sosyal girişimciler, hem kendi girişimlerinin hem de bütün ekosistemin büyümesi konusunda aşırı derecede iyimserdir. Türkiye'deki girişimciler ulusal ve uluslararası platformlarla bağ kurma konusunda gayet başarılıdır.

Araştırma ekibi olarak, sosyal girişimlere ilişkin bu araştırmanın yeni yeni ortaya çıkan bu ekosistemin mevcut durumuna dair iyi bir referans olmasını umuyoruz. Ayrıca bu raporun, Türkiye'deki sosyal girişimlerin daha fazla gelişmesine katkıda bulunmasını hedefliyoruz. British Council Türkiye ve Social Enterprise UK'e bize destek verdikleri ve uluslararası tecrübelerini paylaştıkları için müteşekkirimiz.

Bu çalışmanın her bir anından büyük keyif aldık ve sizin de bu raporu okurken ve sosyal girişimlerin kendilerine has özellikleri ve muazzam potansiyeli hakkında bilgi sahibi olurken keyif alacağınızı umuyoruz.

İÇİNDEKİLER

British Council hakkında	12
Teşekkür	13
Yönetici özeti	15
1. Giriş	21
2. Araştırmanın yöntemi	25
2.1. Araştırmanın amacı	26
2.2. Genel bakış	26
2.3. Sosyal girişimin tanımı	26
2.4. Veri toplama ve analiz süreci	27
2.5. Tahmini sosyal girişim sayısı	29
3. Ülke durumuna genel bakış	31
3.1. Ülke durumu: Türkiye	32
3.2. Sosyal girişimlere ilişkin politikalara genel bakış	34
3.3. Türkiye’de sosyal girişimlere ilişkin mevcut araştırmalar	36
3.4. Türkiye’deki kilit sosyal girişim aktörleri	37
4. Araştırma bulguları	45
4.1. Sosyal girişim anketinin örnekleme	46
4.2. Kendini tanımlama	47
4.3. İnovasyon	48
4.4. Motivasyon	49
4.5. Sosyal girişim liderliği	50
4.5.1. Yaş	50
4.5.2. Cinsiyet	50
4.5.3. Eğitim düzeyi	51
4.6. Faaliyet süresi	52
4.7. Coğrafi kapsam	53
4.8. Yasal statü	54
4.9. Coğrafi ölçek	55
4.10. Sektörler	56
4.11. Sosyal etki	57
4.11.1. Öncelikli amaç	57
4.11.2. Faydalanıcılar	58
4.11.3. İstihdam	59
4.12. Kârın/gelir fazlasının kullanımı	61
4.13. Büyüme planları	62
4.14. Büyüme fırsatları	64
4.15. Büyümenin önündeki engeller	65
4.16. Finansman kaynakları ve kısıtlar	66
5. Sonuç ve öneriler	71
6. Referanslar	77

Ek 1 - Etkinliklere katılan kuruluşlar	81
Ek 2 - Anket soruları	86
Ek 3 - İşletmelerin yasal statülerine ilişkin genel özellikler	94
Ek 4 - Araştırmanın kısıtları	100
Ek 5 - Terimler sözlüğü	101
Ek 6 - Sosyal girişimler üzerine Türkiye’deki mevcut yayınlar	104

TABLolar

Tablo 1:	Sosyal girişimleri tanımlama kriterleri	27
Tablo 2:	Sosyal girişimler ile ilgili politikalar	35
Tablo 3:	Sosyal girişim alanında aktif yükseköğretim kurumları	38
Tablo 4:	Türkiye’deki kuluçkalar, hızlandırıcılar, ortak çalışma alanları, destek programları ve önemli aktörler	40
Tablo 5:	Türkiye’deki yatırım ve finansman fırsatları	43
Tablo 6:	Sosyal girişimler tarafından istihdam edilen kişi sayısı	60
Tablo 7:	Sosyal girişimlerdeki gönüllülerin sayısı	60
Tablo 8:	Sosyal girişimlerin kârlarını/gelir fazlalarını kullanma şekilleri	62
Tablo 9:	Sosyal girişimlerin büyüme hedeflerine ulaşma planları	63
Tablo 10:	Sosyal girişimlerin örgütlenme yapılarıyla ilgili olarak karşılaştıkları yasal sorunlar	66
Tablo 11:	Sosyal girişimler tarafından kullanılan finansman kaynakları	67

ŞEKİLLER

Şekil 1:	Veri toplama yöntemi	29
Şekil 2:	Online anket örnekleme	46
Şekil 3:	Ankete katılan girişimlere göre sosyal girişimleri tanımlayan nitelikler	47
Şekil 4:	Son 12 ay içinde piyasaya yeni bir ürün/hizmet/model süren sosyal girişimlerin sayısı	48
Şekil 5:	Katılımcılara sosyal bir girişim kurmaları/sosyal bir girişimde çalışmaları için ilham veren faktörler	49
Şekil 6:	Sosyal girişim liderlerinin yaşı	50
Şekil 7:	Sosyal girişim liderlerinin cinsiyeti	50
Şekil 8:	Sosyal girişim liderlerinin eğitim düzeyi	52
Şekil 9:	Sosyal girişimlerin faaliyete geçtiği/resmî olarak kurulduğu yıllar	52
Şekil 10:	Sosyal girişim merkezlerinin bulunduğu yerler	53
Şekil 11:	Sosyal girişimlerin yasal statüsü	54
Şekil 12:	Sosyal girişimlerin faaliyet ölçeği	55
Şekil 13:	Sosyal girişimlerin faaliyet gösterdiği temel sektörler	56
Şekil 14:	Sosyal ya da çevresel etkiyi ölçen sosyal girişimlerin oranı	57
Şekil 15:	Sosyal etki üzerine toplanan verilerin türü	58
Şekil 16:	Sosyal girişimlerin sosyal ya da çevresel etkiyi ölçmeme nedenleri	58
Şekil 17:	Geçtiğimiz 12 ay içinde sosyal girişimler tarafından erişilen faydalanıcı sayısı	59
Şekil 18:	Sosyal girişimlerin ticari faaliyetleri yoluyla elde ettiği toplam gelir	61
Şekil 19:	Kâr/gelir fazlası olan sosyal girişimlerin oranı	61
Şekil 20:	Önümüzdeki yılda büyüme beklentisi olan sosyal girişimlerin oranı	62
Şekil 21:	Sosyal girişimlerin önümüzdeki yılda çalışan sayılarına ilişkin değişiklik beklentileri	63
Şekil 22:	Sosyal girişimlerin önümüzdeki yıl içinde aramayı düşündükleri dış finansman tutarı	64
Şekil 23:	Sosyal girişimlerin büyüme fırsatlarına ilişkin değerlendirmeleri	64
Şekil 24:	Sosyal girişimlerin büyümenin önündeki engellere ilişkin değerlendirmeleri	65
Şekil 25:	Sosyal girişimlerin finansmana erişimin önündeki engellere ilişkin değerlendirmeleri	68

İYİ UYGULAMA ÖRNEKLERİ

Inogar	40
Good4Trust	47
Açık Açık	48
Anlatan Eller	51
BBOM Derneği	53
Teyit	55
SafiMera	56
TURMEPA	57
Joon	59
Harmoni Kadın Kooperatifi	60

KISALTMALAR

İŞKUR	Türkiye İş Kurumu
KOSGEB	Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeleri Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı
KUSIF	Koç Üniversitesi Sosyal Etki Forumu
MKOBİ	Mikro, Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeler
STK	Sivil Toplum Kuruluşu
OECD	Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Teşkilatı
SKH	Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri
TÜİK	Türkiye İstatistik Kurumu
TÜSEV	Türkiye Üçüncü Sektör Vakfı

BRITISH COUNCIL HAKKINDA

British Council, Birleşik Krallık'ın kültürel ilişkiler ve eğitim fırsatlarından sorumlu uluslararası kuruluşudur. Birleşik Krallık ve diğer ülkeler arasında bilgi paylaşımını ve anlayışı geliştirmek için çalışıyoruz. Bu amaç doğrultusunda, hayatları değiştirecek çeşitli fırsatlar sunarak ve farklı düzeylerde bağlantılar inşa ederek, Birleşik Krallık ile birlikte çalıştığımız ülkelere olumlu katkı sağlamaya çalışıyoruz. 1934 yılında faaliyete geçen kuruluşumuz, Kraliyet Tüzüğü ile tüzel kişilik kazanmış bir kamu kuruluşudur.

100'ü aşkın ülkeyle birlikte kültür-sanat, İngilizce, eğitim ve toplum alanlarında çalışıyoruz. Geçtiğimiz yıl, 75 milyondan fazla kişiye yüz yüze, 758 milyonun üzerinde kişiye de internet, radyo ve TV programları ve basılı yayın kanallarıyla eriştik.

Türkiye'de 1940 yılından bu yana çalışıyoruz ve 2018 yılında İngilizce, eğitim, toplum, kültür ve sanat programlarımız vasıtasıyla 23 milyon kişiye ulaştık.

British Council, 2009'dan bu yana, sosyal girişimlerin gelişimini desteklemeyi amaçlayan Küresel Sosyal Girişim Programı'nı yürütmektedir. Bu program; kapsayıcı ekonomik büyümeye katkıda bulunmak ve toplumlarda olumlu değişimler yaratmak suretiyle, zorlu sosyal ve çevresel sorunlara çözüm getirmeyi amaçlamaktadır.

Tüm dünyadan ve Birleşik Krallık'tan deneyimler üzerine inşa edilen program; yerel ve uluslararası ortaklarımızla birlikte, 30'u aşkın ülkede uygulanmaktadır. Program kapsamında sosyal girişimcilerin kapasitelerini geliştirmeye yönelik faaliyetler düzenliyor, okullarda ve üniversitelerde sosyal girişim eğitimleri verilmesini teşvik ediyor ve sosyal girişimcileri, aracı kuruluşları ve sosyal yatırımcıları bir araya getiren uluslararası ağlar oluşturulmasına destek veriyoruz. Aynı zamanda, sosyal girişimleri ve sosyal yatırımı teşvik eden ekosistemler oluşturulması yönünde politika yapıcılarına destek oluyoruz.

Bunların yanı sıra, sosyal girişimlerle ilgili uluslararası çalışmalara katkıda bulunmak ve ilerideki politikalara yol göstermek amacıyla, sosyal girişim alanının durumunu değerlendiren araştırmalar yürütüyoruz. Türkiye'de yürütülen bu araştırma, küresel düzeyde yürüttüğümüz araştırmaların bir parçasıdır (<http://www.britishcouncil.org/society/social-enterprise/reports>).

Bu araştırmanın amacı; Türkiye'deki sosyal girişim sektörünün mevcut büyüklüğünü, ölçeğini, kapsamını ve gelecek potansiyelini ortaya koymak; böylelikle, bu alandaki politika çalışmalarına katkı sağlamak ve aynı zamanda, gelecekte alandaki büyümenin ölçümü için temel referans bilgileri sunmaktır.

www.britishcouncil.org.tr



TEŞEKKÜR

Bu araştırma, British Council tarafından harekete geçirilmiş ve fonlanmış; TED Üniversitesi ve İstasyonTEDÜ liderliğindeki bir konsorsiyum tarafından yürütülmüştür. Konsorsiyumun diğer ortakları Ashoka Türkiye, İstanbul Bilgi Üniversitesi, Koç Üniversitesi, Koç Üniversitesi Sosyal Etki Forumu (KUSIF), Orta Doğu Teknik Üniversitesi ve Mikado'dur.

Ana araştırma ekibini oluşturan aşağıdaki konsorsiyum üyelerine teşekkürlerimizi sunmak isteriz:

- Agata Fortuna, KUSIF
- Alper Akyüz, İstanbul Bilgi Üniversitesi
- Aslıhan Salih, TED Üniversitesi
- Berivan Eliş, İstasyonTEDÜ
- Burze Yaşar, TED Üniversitesi
- Çiğdem Selgur, Ashoka Türkiye
- Gonca Ongan, KUSIF
- Hande Ayaydın Hacıömeroğlu, Orta Doğu Teknik Üniversitesi
- Işık Önay, Koç Üniversitesi
- Işıl Sevilay Yılmaz, TED Üniversitesi
- İtir Erhart, İstanbul Bilgi Üniversitesi
- İstem Akalp, Ashoka Türkiye
- Kezban Çelik, TED Üniversitesi
- Nuray Güner, Orta Doğu Teknik Üniversitesi
- Serra Titiz, Mikado
- Seza Danışoğlu, Orta Doğu Teknik Üniversitesi
- Sinem Güravşar Gökçe, İstasyonTEDÜ
- Tuğçe Aktepe Dursun, KUSIF
- Zeynep Ayata, Koç Üniversitesi
- Zeynep Derya Tarman, Koç Üniversitesi
- Zeynep Meydanoğlu, Ashoka Türkiye
- Zuhal Yeşilyurt Gündüz, TED Üniversitesi

Araştırma ve raporlama süreci boyunca verdikleri tüm destek ve değerli geri bildirimler için aşağıdaki kişilere teşekkür ederiz:

- Benan Soydaş, British Council
- Cherry Gough, British Council
- Dan Gregory, Social Enterprise UK
- Juliet Cornford, British Council
- Mirel Akdemir, British Council
- Özlem Ergün, British Council
- Seda Mumcu Aydeniz, British Council

Ayrıca, rapora danışman olarak katkıda bulunan aşağıdaki uzmanlara teşekkürlerimizi sunarız:

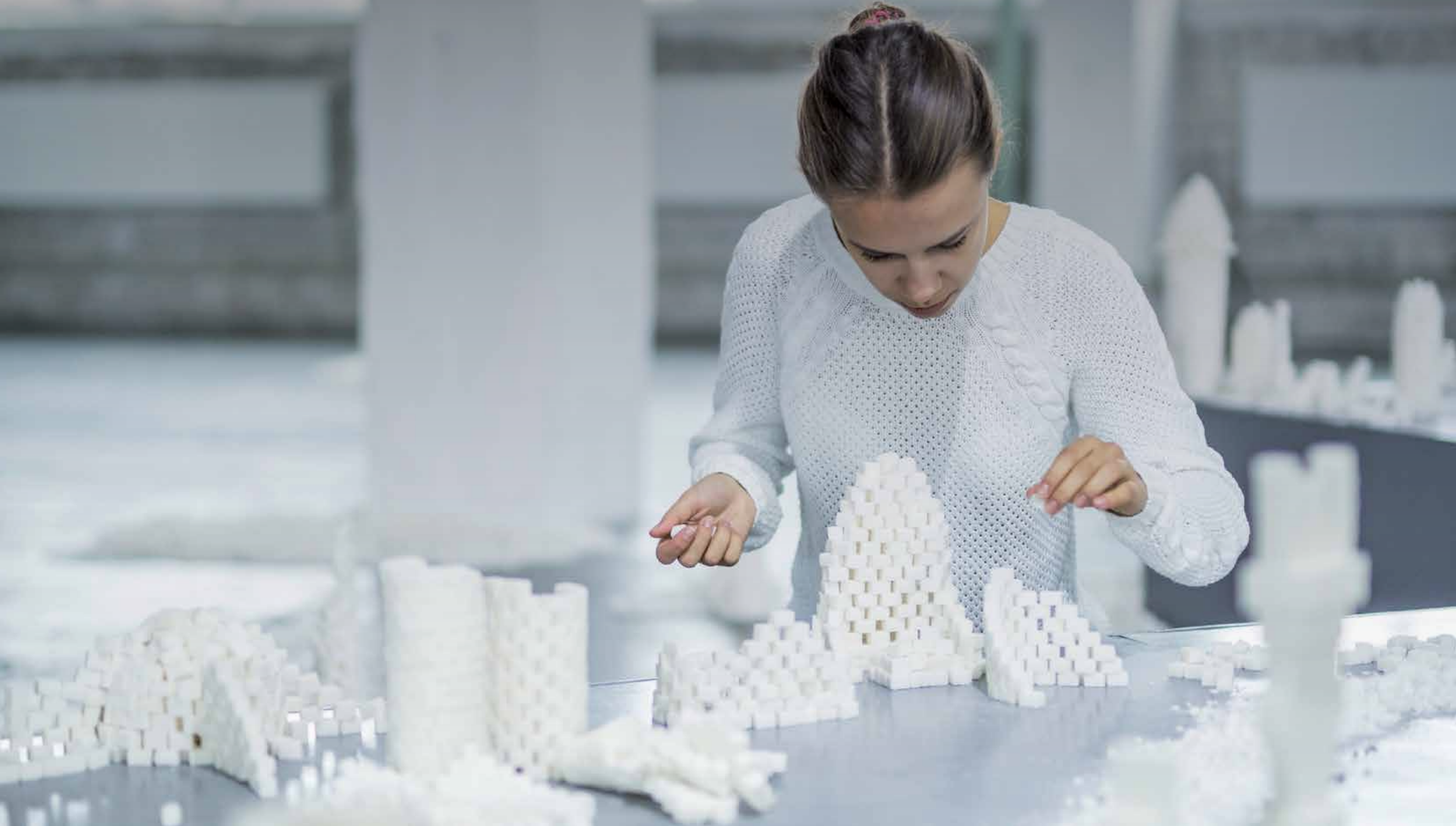
- Aylin Çiğdem Köne, Muğla Üniversitesi
- Mehru Aygül, Türkiye Girişimcilik Vakfı (GİRVAK)
- İzel Levi Coşkun, Mazars Denge
- Rabia Gökçen Mert Korkmaz, Ticaret Bakanlığı
- Tefvik Başak Ersen, TÜSEV
- Uygur Özkesmi, Good4Trust

Ana araştırma ekibinin yanı sıra, çok sayıda kişi kapsamlı bir veritabanının oluşturulmasına, araştırmanın derinleştirilmesine ve etkinliklerin organizasyonuna yardım ederek bu araştırmaya destek vermiştir. Bunun için aşağıda adı geçen kişilere teşekkürlerimizi sunarız:

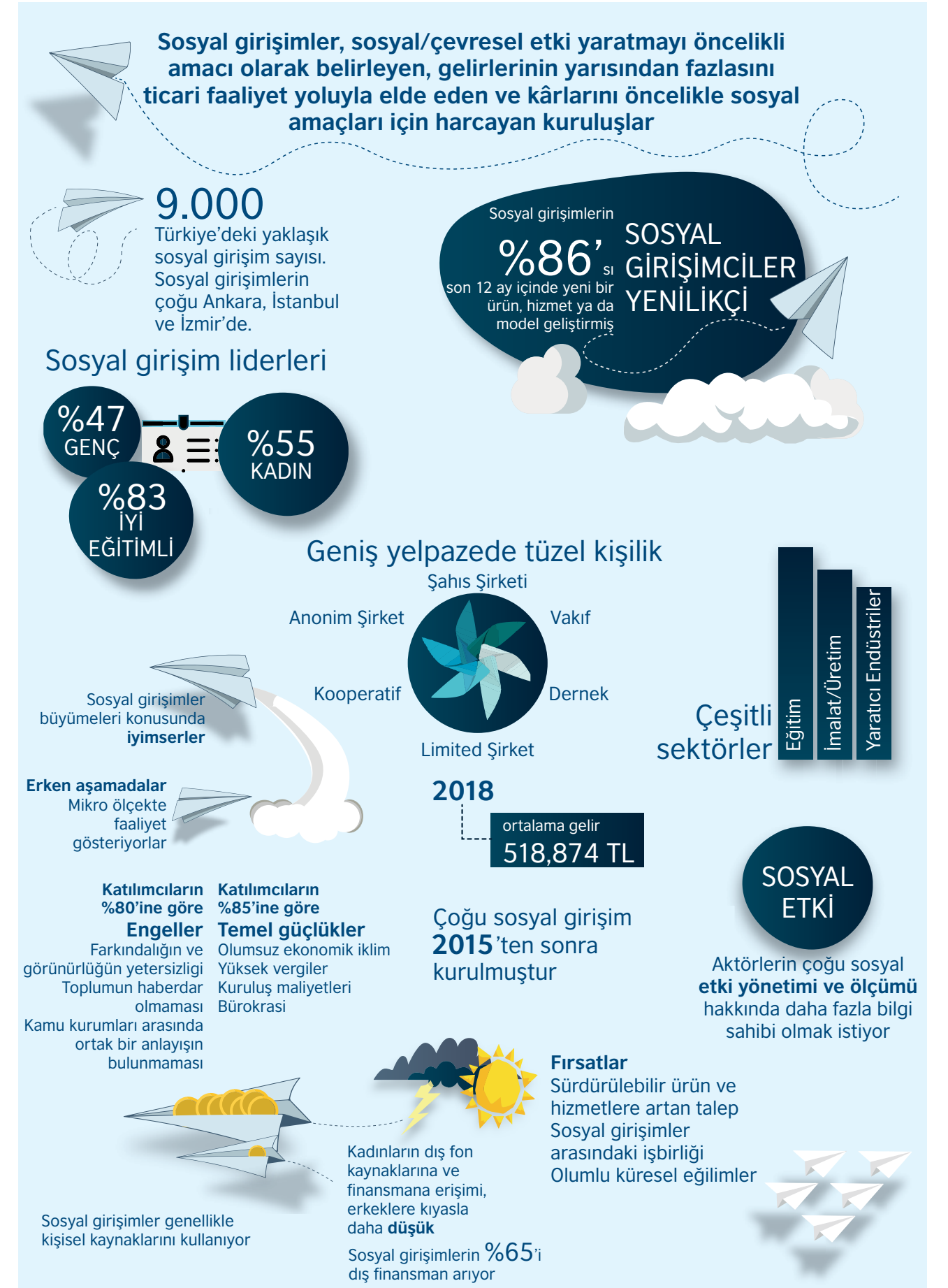
- Cansu Yıldırım, TED Üniversitesi
- Cem Veziroğlu, Koç Üniversitesi
- Emre Güzel, İstasyonTEDÜ
- Ekin Eroğlu, İstasyonTEDÜ
- Ersan Ocak, TED Üniversitesi
- Ezgi Arık, Koç Üniversitesi
- Halise Hande Kara, Ankara Kalkınma Ajansı
- Meltem Ece Oba, Koç Üniversitesi
- Merve Güney, KUSIF
- Merve Kavas, İstasyonTEDÜ
- Miray Gülsoy, İstasyonTEDÜ
- Muhammed Yunus Aktaş, KUSIF
- Nilüfer Çomak, Ashoka Türkiye
- Sanem Yalçıntaş Gülbaş, TED Üniversitesi
- Tamay Gültepe, İstasyonTEDÜ
- Tuğçe Aktepe Dursun, KUSIF

Son olarak, danışma toplantılarına, odak grup görüşmelerine, yarı yapılandırılmış görüşmelere, yuvarlak masa toplantılarına ve online ankete katılanlara, işbirlikleri ve paylaştıkları bilgi, deneyim ve görüşler için teşekkür ederiz.

YÖNETİCİ ÖZETİ



VERİLERİN TOPLANMASI



ÖNERİLER

Görünürlük ve toplumsal farkındalık

- Sosyal girişimlerin çalışmalarının görünürlüğünün artırılması ve sosyal girişim kavramını topluma yaymak için farkındalık çalışmalarının yapılması
- Aracı kuruluşlar ve destek kuruluşlarının, kamu kurumları ve yerel yönetimler arasında ortak bir sosyal girişim anlayışı oluşturmak için gösterdikleri çabayı arttırması

Politika oluşturma

- Politika oluşturmada kapsayıcı ve esnek bir yaklaşımın benimsenmesi
- Sektörü etkileyen farklı kamu kurumları arasında etkili bir koordinasyon ve işbirliği kurulması ve konuya sahip çıkılması için yatay ve bütünsel bir yaklaşımın benimsenmesi
- Bürokratik engellerin veya uygulama hatalarının ortadan kaldırılması
- Vergi teşvikleri ve istihdam destek planlarının geliştirilmesi
- Sosyal girişim ve sosyal inovasyon kavramlarının birbirleriyle yakından ilişkisi çerçevesinde inovasyonu geliştirmeyi amaçlayan politikaların hedef grupları arasına sosyal girişimlerin de dahil edilmesi

Finansmana erişim ve büyüme

- Yatırımcıların sosyal girişimler konusunda farkındalığının artırılması, yatırıma hazırlık desteği sağlanması, sosyal girişimler ve finansörler arasında ortak bir dil oluşturulması ve sosyal girişimlerin dış finansman ihtiyaçlarını karşılamak için inovatif sosyal finansman araçlarının sağlanması
- Birçok sosyal girişimin mikro ölçekte faaliyet göstermesi nedeniyle, kaynakların etkin kullanımını sağlamak için finansman ve destek programlarının mevcut sektör ölçeğine uygun hale getirilmesi
- Kamu ve özel sektörün sosyal girişimlerden ürün ve hizmet satın alarak sektöre yönelik fon sağlaması

Sosyal etki yönetimi ve ölçümü

- Sosyal girişimcilerin sosyal etki yönetimi ve ölçümüne yönelik mevcut destek kanalları hakkında bilgilendirilmesi ve bu alanda destek mekanizmalarının artırılması
- Sosyal etki ölçümü ve yönetimini destekleyecek fonların harekete geçirilmesi

Kadınların güçlendirilmesi

- Kadınlar için hedef odaklı eğitim programlarının oluşturulması ve finansmana erişimlerini kolaylaştıracak önlemlerin ortaya konması

Gençler için sosyal girişimcilik eğitimi

- Y kuşağının ve gençlerin ilgisinin bu alana çekilmesinin, uzun vadede sosyal girişimlerin ihtiyaç duyacakları nitelikli personeli çekmesine yardım edeceği düşünüldüğünden, sosyal girişimlere ilişkin müfredat geliştirilmesi ve girişimcilik, sürdürülebilirlik ve sosyal sorumluluk derslerinde bu konunun yaygınlaştırılması suretiyle üniversite öğrencilerinin motive edilmesi
- Sektöre ilişkin bilgi düzeyini arttırmak, yeni aktörleri sektöre çekmek ve toplumdaki farkındalığı yükseltmek amacıyla hem yüksek öğrenim, hem de okul düzeyinde sosyal girişimcilik eğitiminin yaygınlaştırılması

Destek ve kapasite geliştirme hizmetlerine erişim

- Ekosistemi daha büyük ölçekte desteklemek için aracı kuruluşlar ve destek kuruluşları için daha fazla teşvik sağlanması
- Sosyal girişimlerin ulusal ve uluslararası ağlar ve platformlarla bağlantı kurmasına destek verilmesi

- Üniversitelerde bulunan mevcut inovasyon ve teknoloji destek ağlarını harekete geçirerek, sosyal girişimlerin büyümesi için ortak eylem planlarının birlikte geliştirilmesi ve sektörler arası yapılandırılmış çalışmalar gerçekleştirilmesi için fırsatların sağlanması
- Girişimciliği daha yaygın olarak geliştirmek için kullanılan başarılı mekanizmalar ve programların sosyal girişimcilik için uyarlanması

İleride yapılabilecek araştırmalar ve veri oluşturma

- Türkiye İstatistik Kurumu'nun, alandaki araştırmacı ve uygulayıcılara yardımcı olacak verileri toplaması ve yayması
- Kurumsal (sosyal) sorumluluk, kapsayıcı işletmeler, sosyal ekonomi ve dayanışma ekonomisi, sürdürülebilirlik, girişim filantropisi ve insani gelişme gibi konuları kapsayan multidisipliner çalışmaların yapılması



1. GİRİŞ



Sosyal girişim kavramı, Türkiye'de giderek daha çok akademisyenin, sivil toplum aktörünün, politika yapıcı ve uygulayıcının ilgi gösterdiği, görece yeni bir kavramdır. Bu durum aynı zamanda mevcut küresel eğilimlerin de bir yansımasıdır (Bosma, Schøtt, Terjesen ve Kew, 2016, GEM Special Report on Social Entrepreneurship). Sosyal etki ve sürdürülebilirlik kavramları tüm dünyada ilgi çekmektedir. Dijital bilgi kaynakları ve yeni teknolojiler, küresel ısınma ve göç gibi sosyal ve çevresel sorunlara çözüm bulmak için insanların biraraya gelmesini sağlamaktadır. Farklı paydaşlar, Sürdürülebilir Kalkınma Hedeflerinden, B Corp sertifikalı şirketlere; döngüsel, sosyal ve dayanışma ekonomisi alanlarından alternatif iş modellerine; çeşitli ve aynı zamanda birbirleriyle ilişkili gündemler etrafında birleşmektedir. Bu eğilimlere paralel olarak dünya vatandaşlarının öncelikleri, bakış açıları ve amaçları da değişim göstermektedir ve bu durum, dünya genelinde sosyal girişimlerin sayısının artmasına yol açmaktadır (Bosma vd., 2016). Bu eğilimler; British Council tarafından dünya genelinde 20'den fazla ülkede yapılan araştırmada da ortaya çıkmıştır¹.

2018 yılında yapılan Deloitte Y Kuşağı Araştırması'na göre, Y kuşağının öncelikleri, önceki kuşaklardan farklılık göstermektedir. Genç nesiller, iş liderlerinin toplumda olumlu bir etki yaratabileceğine inanmaktadır. Y kuşağının, iş hayatının amaçları ve öncelikleri ile kendi amaç ve öncelikleri arasında algıladığı farklılık, genç kuşağın sosyal girişimlere yönelmesindeki etkenlerden biridir. Yarı yapılandırılmış görüşmelerden elde edilen veriler de bu bulguyu desteklemektedir.

Mevcut küresel eğilimlere paralel olarak, Türkiye'de de sosyal girişimler ivme kazanmaktadır. Her geçen yıl sayısı artan sosyal girişimler (bkz. Şekil 9), hızla değişen bir tablo ortaya koymaktadır. Araştırma ekibi, bir sosyal girişimler kataloğu oluştururken, her hafta bir ya da iki yeni sosyal girişim bu kataloğa eklenmekteydi. Aracı kurumların sayısı artarken alana yeni aktörler girmekte ve sosyal girişimlerle ilgili etkinliklerin sayısı çoğalmaktadır. Alandaki bu hareketlilikten dolayı, raporda yer alan listeler ve tablolar uzun süre güncelliğini koruyamayacaktır, ancak bir başlangıç noktası olarak referans oluşturacaktır.

Sosyal girişim alanına yönelik ilgi artışına rağmen, Türkiye'de etkili bir sosyal girişim ekosistemi

geliştirilmesini sağlayacak mekanizmalar sınırlıdır. Sosyal girişimlere yönelik kuluçka ve hızlandırıcı programlar ile ortak çalışma alanları ya da deneysel alanların (lab) sayıları yetersizdir. 2016 yılında Thomson Reuters Vakfı tarafından Küresel Sosyal Girişimcilik Ağı ile işbirliği içerisinde uzmanlar düzeyinde yapılan araştırma, Türkiye'nin sosyal girişimcilere uygun ortam sağlama açısından en dezavantajlı konumda, 44 ülke içinde 44. sırada, olduğunu ortaya koymuştur. Araştırma kapsamında, devlet desteği, nitelikli personel çekebilmek, kamuoyu farkındalığı, gelir elde etme, ivme kazanma ve yatırıma erişim kriterleri değerlendirilmiştir. Sonuçlar, çeşitli sorunlar olmasına rağmen, alanın gelişimi için büyük fırsatların varlığına da işaret etmektedir.

2016 yılından bu yana, Türkiye'deki sosyal girişim ekosistemi gelişmeye devam etmekle birlikte, hem sektörler hem de aktörler genelde birbirinden habersiz olarak çalışmalarını sürdürmektedir. İlgili aktörler (kamu kurumları, yerel yönetimler, özel şirketler, üniversiteler ve bireyler) arasındaki iletişim, genelde spontan ya da etkinlik bazlı gerçekleşmektedir.

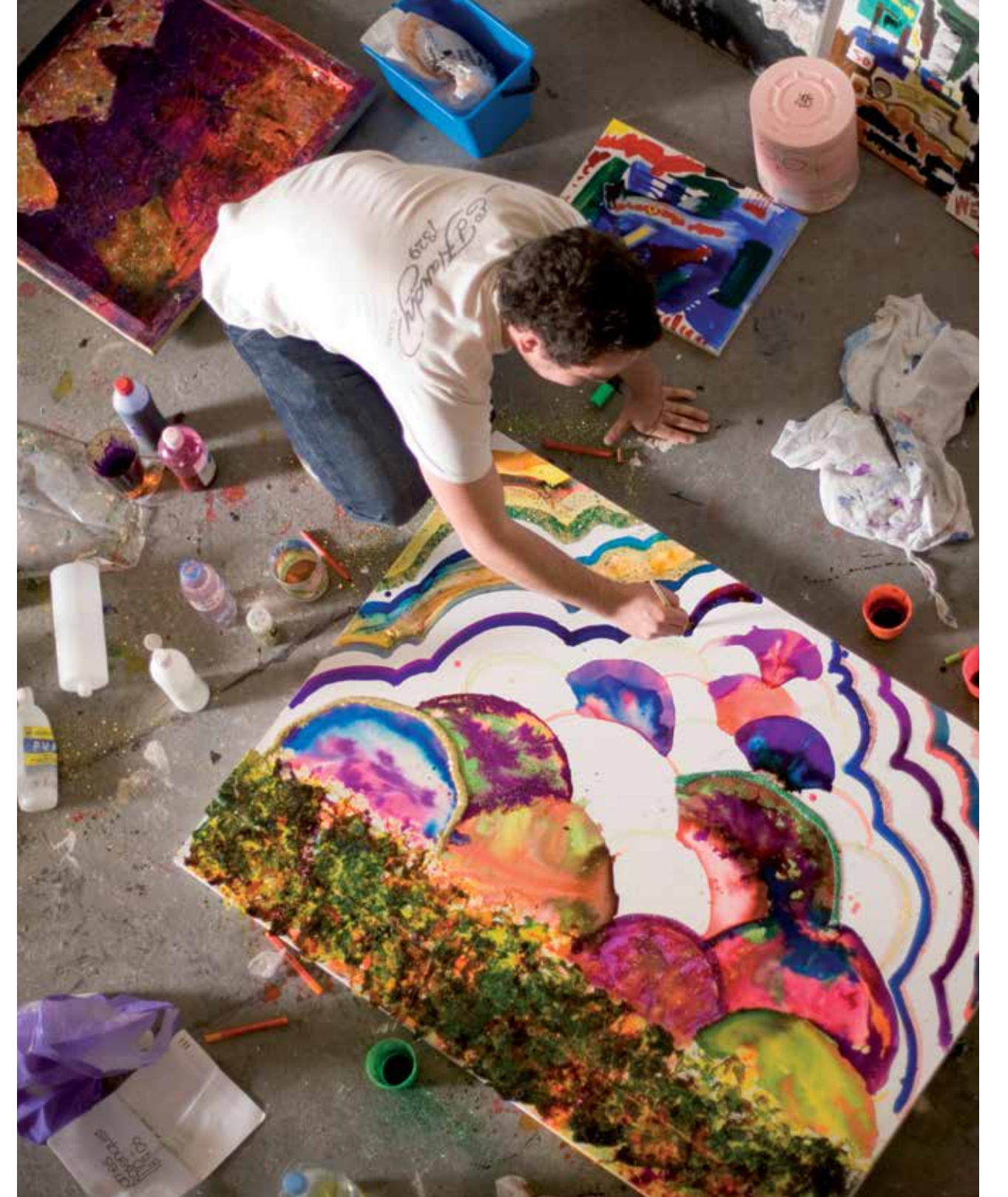
Olumlu taraftan bakıldığında ise, ekosistemin büyük aktörleri arasında koordinasyon ve işbirliğinin önemine giderek artan şekilde vurgu yapıldığı gözlemlenmektedir. Aynı zamanda, önde gelen üniversiteler, teknoloji kuluçkaları, sivil toplum kuruluşları, uluslararası aktörler ve politika yapıcılar Türkiye'de daha etkin bir sosyal girişim ekosistemi kurulması için büyük potansiyel barındırmaktadır ve bu alana yönelik ilgi artmaya devam etmektedir.

Bu raporda, sosyal girişimler için işlevsel bir tanım kullanılmaktadır. Bu tanıma göre, sosyal ya da çevresel etki yaratmayı öncelikli amacı olarak belirleyen, gelirlerinin yarısından fazlasını ticari faaliyet yoluyla elde eden ve kârlarını öncelikle sosyal amaçları için harcayan kuruluşlar sosyal girişim olarak adlandırılmaktadır.

Rapor, Türkiye'deki sosyal girişimlerden iyi uygulama örnekleri; alana ilişkin bazı terimleri açıklayan bir terimler sözlüğü (bkz. Ek 5); Türkiye'deki işletmelerin yasal statülerinin özelliklerini aktaran bir tablo (bkz. Ek 3); Türkiye'de sosyal girişimciliğe ilişkin mevcut yayınların listesi (bkz. Ek 6) ve son olarak, rapor hazırlanırken karşılaşılan güçlüklerle ilişkin bir metin ile

zenginleştirilmiştir (bkz. Ek 4). Çalışmanın, Türkiye'de sosyal girişimlerin mevcut durumuna ilişkin önemli bir çerçeve sağlayacağına inanıyor ve bulguların sosyal girişimlerin gelişmesini amaçlayan yeni çalışmalar

için bir temel teşkil etmesini umuyoruz. Bu bağlamda araştırmaya ilişkin her türlü geri bildiriminiz ve katkınız memnuniyetle karşılanacaktır.



1 <https://www.britishcouncil.org/society/social-enterprise/reports>

2. ARAşTIRMANIN YÖNTEMİ



2.1. Araştırmanın amacı

Bu araştırmanın temel amacı, Türkiye'deki sosyal girişimlerin boyutları, ölçeği ve faaliyetlerine ilişkin mevcut durum verisi sağlamaktır. Buradaki amaç, sosyal girişimlerin Türkiye'de ekonomik ve sosyal gelişime katkı potansiyellerini belirlemek ve gelecek yıllarda nasıl bir gelişim göstereceklerini izlemektedir. Araştırmanın daha spesifik amaçları şunlardır:

- Sosyal girişim kavramına ilişkin işlevsel bir tanım geliştirmek
- Türkiye'de sosyal girişim ekosisteminin bir haritasını çıkarmak
- Sosyal girişimlerin faydalanabileceği kaynakları, karşılaştıkları sorunları ve destekleyici etkenleri belirlemek
- Sosyal girişimlerin gelişimini sağlamak için politika önerilerinde bulunmak.

2.2. Genel bakış

Bu araştırma, Ekim 2018 ve Mayıs 2019 tarihleri arasında yürütülmüştür. Raporda yer alan veriler, ilgili kurumlarla yapılan danışma toplantıları, 12 ilde yapılan yarı yapılandırılmış görüşmeler, bir online anket, odak grup görüşmeleri, yuvarlak masa toplantıları, uzmanlardan alınan geri bildirimler ve bilgiler ile masabaşı araştırması vasıtasıyla elde edilmiştir. Bu çalışmalar sonucunda, araştırmada aşağıdaki konulara ilişkin bilgilere yer verilmektedir:

- girişimlerin kendini tanımlama biçimi
- inovasyon
- motivasyon
- liderlerin yaşı, cinsiyeti ve eğitim durumu
- faaliyet süresi
- coğrafi kapsam
- yasal statü
- coğrafi ölçek
- sektörler
- sosyal etki
- kâr/gelir fazlası kullanımı
- büyümeye ilişkin planlar
- büyümeye ilişkin fırsatlar
- büyümenin önündeki engeller
- mali kaynak ve kısıtlar
- Türkiye'deki sosyal girişimlerin tahmini sayısı

2.3. Sosyal girişimin tanımı

Bu araştırmanın önemli parçalarından biri, raporun amaçları çerçevesinde, bir sosyal girişim tanımı belirlemek olmuştur. Sosyal girişim kavramı, dünyanın çeşitli yerlerinde belli bir tutarlılık ve fikir birliği sağlanmış olsa da, halen tartışmaya açık bir kavramdır. Kavramın tanımına ilişkin tartışmalar devam ettiği için bu araştırmayı yürüten ekip, sosyal girişime ilişkin sabit bir tanım kullanmamaya özen göstermekle birlikte, raporda kullanılmak üzere sosyal girişimlerin ayırt edici *özelliklerini* tanımlamayı amaçlamıştır.

Türkiye'deki sosyal girişimler arasında, vakıf ve derneklerin iktisadi işletmeleri, sosyal kooperatifler, sosyal etki yaratmayı amaçlayan şirketler ve doğrudan sosyal girişim olarak kurulan 'yeni nesil' şirketler yer almaktadır.

Nitel veriler; girişimcilerin sosyal girişim kavramına dair tanımlarını, eğitimleri, bulundukları yer, cinsiyetleri, girişimlerinin faaliyet alanı ve bu alanda geçmiş deneyimlerinin olup olmaması kriterlerine göre uyarladıklarını göstermektedir. Birçok sosyal girişimcinin bu kavramın tanımına ilişkin 'sezgisel' fikirleri olmakla birlikte, bu fikirlerini kelimelere dökmekte zorlanmaktadırlar. Sosyal girişimcilerin çoğu, kendilerini yardım kuruluşlarından ve geleneksel şirketlerden - sosyal bir değer yaratanlardan bile - ayrı tutmaya istekli olmakla birlikte, bir sosyal girişimin 'olmazsa olmazı'nın ne olduğu konusunda netleşmiş bir fikre sahip değildir. Bununla birlikte, sosyal girişimcilerin büyük çoğunluğunun vurguladığı özellik, sosyal girişimlerin kâr ve gelir kavramları arasında ayrım yapmasıdır.

Araştırma ekibi, bu araştırmanın amaçları doğrultusunda, bir girişimin sosyal girişim olarak adlandırılması için karşılanması gereken bir dizi kriter belirlemiştir ancak bu kriterlerle sosyal girişim kavramının evrensel bir tanımının yapılabilmesi sonucunu çıkarmamak gerekir. Kriterler, çeşitli bağlamlardan ve diğer uluslararası araştırmalardan edinilen bilgiler ile kilit ulusal paydaşlardan alınan geri bildirimler doğrultusunda, araştırma ekibinin bu araştırmanın amaçlarını gerçekleştirmek için en uygun olduğunu düşündüğü ölçütlerdir.

Tablo 1: Sosyal girişimleri tanımlama kriterleri

Kriterler	Sorular	Sosyal girişimlerin tanımlanması
Etki – kuruluşun temel amacı	Girişiminizin öncelikli misyonunu nasıl tanımlarsınız? a) Önce sosyal/çevresel misyon b) Önce kar c) Her ikisi eşit ç) Bilmiyorum d) Yanıt vermek istemiyorum	Temel amaçlarının 'önce kâr' olduğunu belirten kuruluşlar elenmiştir.
Ticari faaliyet geliri	Geçtiğimiz mali yılda toplam gelirinizin ne kadarını ticari faaliyetten elde ettiniz? a) Ticari faaliyetten gelir elde etmedik b) %0-24 arası c) %25-49 arası ç) %50-74 arası d) %75-100 arası e) Bilmiyorum f) Yanıt vermek istemiyorum	Ticari faaliyetlerden elde ettiği gelirin '%50'den az olduğunu beyan eden kuruluşlar elenmiştir.
Kâr/gelir fazlası kullanımı	Gelir fazlasını/karınızı nasıl değerlendiriyorsunuz? (Uyanların tümünü seçin) a) Misyonum için harcıyorum b) Kurumsal büyüme ve geliştirme faaliyetlerinde kullanıyorum c) Paydaşların kapasitelerini geliştirmek için kullanıyorum ç) Çalışanları ödüllendiriyorum d) İşletme hesabında tutulan miktara ekliyorum e) Bağış yapıyorum ya da kurumsal sosyal sorumluluk çalışmalarında kullanıyorum f) Ortaklar/hissedarlar vb. ile paylaşıyorum g) Bağlı kuruluş/ana kuruluş/iştiraklerle paylaşıyorum h) Yatırımcılara aktarıyorum i) Bilmiyorum j) Yanıt vermek istemiyorum k) Diğer	Sadece 'Ortaklar/hissedarlar vb. ile paylaşıyorum' seçeneğini işaretleyen kuruluşlar elenmiştir.

Yasal statü bir tanımlama kriteri olarak kullanılmamıştır. Dernek veya vakıflar gelirlerinin çoğunu ürün ya da hizmet satarak elde ediyorlarsa tanımlamaya dâhil edilmiştir.

İstisna olarak, yeni kurulan ve 12 aylık mali yılı henüz tamamlamayan girişimler (resmi olarak 2018 ya da 2019 yılında kurulanlar) için ticari faaliyet yoluyla gelir elde etme kriteri uygulanmamıştır. Bu tür girişimler, amaç ve kâr/gelir fazlası kullanımı kriterlerini karşılıyorsa ve kendilerini sosyal girişim olarak tanımlıyorsa, bu şekilde sınıflandırılmıştır.

2.4. Veri toplama ve analiz süreci

Veri toplama ve analiz sürecinin birinci aşaması, mevcut raporların, çalışmaların, makalelerin ve konsorsiyum üyeleri tarafından sosyal girişim ekosistemine ilişkin daha önceden toplanan verilerin gözden geçirilmesinden oluşan masabaşı araştırmasıdır.

İkinci aşama, Ankara ve İstanbul'da gerçekleştirilen danışma toplantılarıdır. Sosyal girişim alanındaki çeşitliliği ve ayrımları anlayabilmek için farklı

disiplinlerden ve sektörlerden uzmanların ve uygulayıcıların sağlayacağı bilgilerle zenginleştirilmiş kapsayıcı bir yaklaşım benimsenmelidir. Bu yaklaşım göz önünde bulundurularak, Ankara ve İstanbul'da yaklaşık 80 paydaşın katıldığı danışma toplantıları düzenlenmiş ve bu toplantılar, araştırmanın çerçevesi, kapsamı ve metodolojisinin belirlenmesine katkı sağlamıştır (katılımcı kuruluşların listesi için Ek 1'e bakınız).

Üçüncü aşamada, Türkiye'deki sosyal girişim alanının boyutu ve ölçeği haritalandırılmıştır. Bu amaç doğrultusunda, çapraz kontrol ve doğrulama yapmak amacıyla farklı kaynaklardan bilgi toplanmasını sağlayan 'çeşitleme (triangulation)' yöntemi kullanılmıştır.

Aşağıdaki konularda detaylı bilgi toplamak için hem nitel hem de nicel araştırma yöntemleri kullanılmış ve yarı yapılandırılmış görüşmeler gerçekleştirilmiştir:

- sosyal girişimlerin karşılaştığı engeller ve sorunlar
- sosyal girişimlerin ihtiyaç ve istekleri

- iii) ekosistemin farklı aktörleri arasındaki ilişkiler ve etkileşimler
- iv) yeni ortaya çıkan ve netliğe kavuşturulması gereken konular

Sosyal girişim ekosistemi aktörlerinin üzerinde uzlaştığı tek bir terminoloji olmadığı için, bu araştırma kapsamında yüz yüze görüşmeler yaparak veri toplamak büyük önem arz etmiştir. 12 farklı şehirde sosyal girişim temsilcileriyle toplam 37 adet yarı yapılandırılmış görüşme² gerçekleştirilmiştir. Bu şehirler, mevcut veri tabanları kullanılarak yapılan değerlendirme sonucunda seçilmiştir³.

Sosyal girişimlerle yapılan yüz yüze görüşmelerin yanı sıra, sosyal girişim faaliyetlerinin en yoğun olduğu Ankara, İstanbul ve İzmir'de hem sosyal girişimciler, hem de ekosistemin diğer aktörleriyle toplam 12 odak grup görüşmesi yapılmıştır. Üç odak grup görüşmesi, sosyal girişimcilerle, etkileşimli bir ortamda, fikirleri, deneyimleri, tepkileri arasındaki farklılıkları incelemek amacıyla yapılmıştır. Diğer dokuz odak grup görüşmesi, daha geniş bir kitleyle yapılmış ve sosyal girişimcilere ya da sosyal girişimlere destek veren ya da hizmet sunan kuluçkalar, ortak çalışma alanları, eğitimciler, mentörler, ödül ve burs programı temsilcileri, fon sağlayıcılar, yatırımcılar ve politika yapıcılar gibi aktörler ve kuruluşlarla görüşülmüştür. Alanla geleneksel bir bağı olmamakla birlikte, sosyal girişimlerin kurulmasında ve sürdürülmesinde bir şekilde etkisi olan paydaşlarla da görüşmeler yapılmaya çalışılmıştır (katılımcı kuruluşların listesi için Ek 1'e bakınız). Yarı yapılandırılmış görüşmeler ile odak grup görüşmelerinin ön analizinden elde edilen bulgular, online anketin hazırlanmasında kullanılmıştır.

Online anket (sorular için Ek 2'ye bakınız), detaylı nicel veri toplamak amacıyla mevcut sosyal girişimlere yönelik olarak hazırlanmıştır. Birçok ülke gibi Türkiye'de de sosyal girişimlere ilişkin bir veritabanı yoktur. Bu nedenle, araştırmacıların mevcut katalogları/veritabanlarını, raporları, araştırmaları, makaleleri, haritalama çalışmalarını ve konsorsiyum

üyeleri tarafından daha önce toplanan verileri inceleyerek araştırma evrenini belirleyebilmeleri (ve bir örneklem çerçevesi oluşturabilmeleri) için 'aşağıdan yukarıya' bir yöntem kullanılmıştır. Bunun akabinde, paydaşların da desteği alınarak, bir sosyal girişim veritabanı/katalogu oluşturulmuştur.

Hazırlanan anket, 11 Şubat ve 21 Mart 2019 tarihleri arasında bir online anket platformu olan Limesurvey vasıtasıyla 800'den fazla potansiyel sosyal girişime⁴ gönderilmiştir. Anket, ayrıca 300 aracı kuruluş (teknoloji transfer ofisleri, kuluçkalar, girişimcilik merkezleri, ortak çalışma alanları ve ödül/burs programları) vasıtasıyla ilgili girişimlere gönderilmiş ve konsorsiyum üyelerinin sosyal medya hesaplarından paylaşılmıştır. Bunun sonucunda, mükerrer anketler çıkarıldıktan sonra toplam 241 tamamlanmış ankete ulaşılmış ve toplanan bu nicel veriler betimsel istatistik teknikleri kullanılarak analiz edilmiştir.

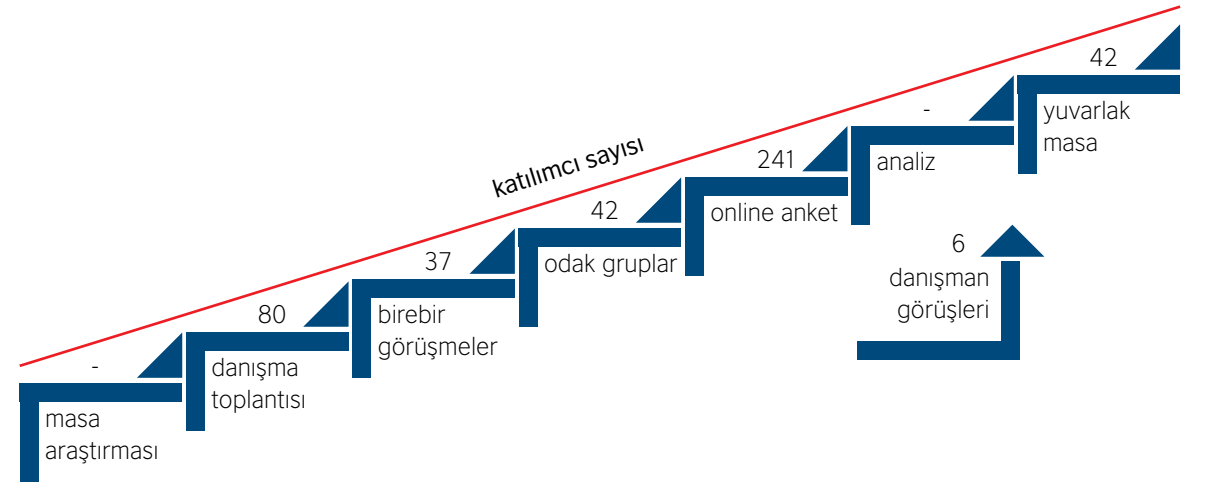
Nitel veri analizi için, ses kaydı alınan 37 adet yarı yapılandırılmış görüşme ve 12 odak grup görüşmesi deşifre edilmiştir. Deşifre edilen veri, iki bağımsız araştırmacı tarafından incelenmiş ve metin içerisindeki kategorileri ve tekrar eden kalıpları belirlemek için içerik analizi yöntemi kullanılmıştır.

Araştırma konusuyla yakından ilgili olan kurumsal sosyal sorumluluk, sürdürülebilirlik, kapsayıcı girişimler, döngüsel ekonomi, sosyal ekonomi, dayanışma ekonomisi ve kooperatifçilik gibi farklı sektörlerden ve disiplinlerden bilgiye yer vermek amacıyla, bu alanların uzmanlarından alınan geri bildirimler de çalışmanın analiz aşamasına entegre edilmiştir.

Son olarak, temel bulgular, Ankara ve İstanbul'da 42 uzman ile uygulayıcının katılımıyla gerçekleştirilen iki yuvarlak masa toplantısında sunulmuştur. Rapora son şekli verilirken bu toplantılarda alınan kapsamlı geri bildirimlerden yararlanılmıştır.

Veri toplama yöntemi Şekil 1'de özetlenmiştir.

Şekil 1: Veri toplama yöntemi



İzin alınanlar hariç, bilgi paylaşan tüm kişi ve kuruluşların adı gizli tutulmuştur.

2.5. Tahmini sosyal girişim sayısı

Hem sosyal girişimleri tanımlayan bir yasal statünün hem de alana ilişkin yeterli verinin olmamasından dolayı Türkiye'deki sosyal girişimlerin sayısını hesaplamak oldukça zordur. Bununla birlikte, raporun amaçları doğrultusunda alanın boyutunu daha iyi anlayabilmek için kabaca bir hesaplama yapılmıştır. Bu hesaplama istatistiki açıdan sağlam verilerden ziyade spekülasyon tahminlere dayanmaktadır. Hesaplama yapılırken sivil toplum kuruluşları (STK), kooperatifler, mikro, küçük ve orta ölçekli işletme statüsünde olan ve sosyal girişim olma özelliklerini taşıyan kuruluşlar incelenmiştir.

Resmi olarak yayınlanan verilerin yanı sıra, Ankara Ticaret Odası'ndan (iktisadi işletmesi olan STK'lar) ve Ticaret Bakanlığı Kooperatifçilik Genel Müdürlüğü'nden (olası sosyal kooperatiflerin sayısı) sağlanan yayınlanmamış bilgiler de kullanılmıştır. Mikro, küçük ve orta ölçekli işletmeler için Yunanistan'ın sosyal girişim yaygınlık oranı olan %0,7 oranı kullanılmıştır (Küresel Girişimcilik Endeksi (GEM), Sosyal Girişimcilik Raporu, 2015).

Zira, Türkiye'de bu alana ilişkin yönlendirici veri yoktur ve ilgili verilere sahip olup da sosyo-ekonomik göstergeler açısından Türkiye ile en çok benzerlik gösteren ülkelerden biri Yunanistan'dır.

Bu deneysel ve kısıtlı yöntemden hareketle, Türkiye'de, bu araştırma kapsamında kullanılan işlevsel sosyal girişim tanımına uyan yaklaşık 9 bin kuruluş olduğu söylenebilir. Bu tahmini rakam, yuvarlak masa toplantılarına katılan uzmanlarla paylaşılmış ve çoğunluk tarafından makul bir tahmin olarak değerlendirilmiştir. Tahmin, çok sınırlı veriye dayalı olmasına rağmen, Türkiye'deki sosyal girişimlerin sayısını hesaplamaya yönelik ilk girişimdir ve ileride daha net tahminler yürütebilmek için daha sistematik veri toplanmasına duyulan ihtiyacı ortaya çıkarmıştır.

2 Görüşme yapılan 37 sosyal girişimciden 18'i online ankete de katılmıştır. Girişimcilerin dördü ise bu çalışmada temel alınan işlevsel tanıma göre sosyal girişim olarak sınıflandırılmayan kuruluşlardandır.

3 Bu şehirler Ankara, İstanbul, İzmir, Antalya, Diyarbakır, Çanakkale, Muğla, Adana, Bursa, Kocaeli, Mersin ve Van'dır. Şehirler belirlenirken (1) Bilgi Genç Sosyal Girişimci Ödülü Finalistleri, (2) Fark Yaratıcılar Veritabanı, (3) InnoCampus Girişim Hızlandırıcı Programı Katılımcıları, (4) sosyal kooperatiflerin dağılımı, (5) Ashoka Türkiye fellowlarının dağılımı, (6) Ashoka Accenture 2016 Çalışması Sonuçları, (7) Ashoka Hızlan Fark Yarat Genç Sosyal Girişimciler Programı Rehberi'ni indiren kişi sayısı gibi konsorsiyum ortaklarının mevcut katalog/veritabanları kullanılmıştır.

4 Masa başı araştırması sırasında, ilk etapta sosyal girişim olarak sınıflandırılan bazı kuruluşların işlevsel tanım için geliştirilen kriterleri karşılamadığı görülmüştür.

3. ÜLKE DURUMUNA GENEL BAKIŞ



3.1. Ülke durumu: Türkiye

Türkiye Cumhuriyeti, Avrupa ile Asya kıtalarının kesiştiği özel bir coğrafi konuma sahiptir ve bu konum ülkeye jeostratejik önem kazandırmaktadır. İstanbul, hem Avrupa hem de Asya kıtasında kurulmuş bir şehirdir. Türkiye, Balkanlar, Kafkasya, Orta Doğu ve Doğu Akdeniz'in kesiştiği noktada yer almakta ve Akdeniz, Karadeniz ve Ege Denizi tarafından çevrelenmektedir. 783.562 kilometrekarelik yüzölçümüyle toprak genişliği ve nüfus yoğunluğu açısından göreceli olarak büyük bir ülkedir. Türkiye'nin komşuları kuzeydoğuda Gürcistan ve Ermenistan, doğuda Azerbaycan ve İran, güneydoğuda Irak ve Suriye ve kuzeybatıda ise Yunanistan ve Bulgaristan'dır.

Türkiye'nin başkenti Ankara'dır ve 15 milyonluk nüfusuyla en büyük şehri İstanbul'dur. İstanbul'un 2017 yılındaki gayri safi milli hasıla payı %31,2'dir. Ülkenin resmi para birimi Türk Lirası'dır ve resmi dili Türkçe'dir. Ülkenin anayasasına göre, Türkiye Cumhuriyeti'ne vatandaşlık bağı ile bağlı olan herkes Türktür ve vatandaşlar arasında etnik kökene, ırka ve dine dayalı hiçbir ayırım yapılmamaktadır. Türkiye, nüfusunun çoğunluğu Müslüman olan laik bir ülkedir.

Son on yılda Türkiye ekonomisinin ortalama büyüme oranı %5 iken, 2010 ile 2017 yılları arasındaki ortalama büyüme oranı %7 olmuştur. 2017 yılı sonunda ülke ekonomisinin büyüklüğü 851 milyar Amerikan doları iken, kişi başına düşen gayri safi milli hasıla 10.597 Amerikan doları olmuştur⁵.

Türkiye'de çok sayıda ekonomik kriz yaşanmıştır (1994, 1999, 2001, 2008-2009 ve 2018-2019). Kadınların iş gücüne katılım oranı oldukça düşüktür ve ülkenin eğitim alanındaki performansı geriye gitmiştir⁶. Türkiye'nin uluslararası kuruluşlar nezdindeki sıralamaları, iyileştirilmeye ihtiyaç duyulan alanlara işaret etmektedir. 2018 yılı İklim Değişikliği

Performans Endeksi'ne göre Türkiye 60 ülke arasında 50. sıradadır ve 'performansı çok düşük olan ülkeler' kategorisindedir. Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Örgütü'ne (OECD) göre Türkiye istihdam açısından en düşük ortalamaya sahipken, iş stresi, iş güvensizliği ve çalışma saatleri açısından ise en yüksek ortalamaya sahiptir. Türkiye, sağlık, eğitim, temel beceriler, sosyal yardım ve çevre kalitesi alanlarında da OECD ortalamalarının altında yer almaktadır. %20,1 olan genç işsizlik oranı, %12⁷ olan genel işsizlik oranı ile kıyaslandığında göreceli olarak yüksektir⁸. 2018 yılı İnsani Kalkınma Endeksi'nde Türkiye 64. sırada yer almaktadır.

Türkiye'de kırsaldan kentlere göç ile kentsel alanlar içindeki göç oranı oldukça yüksektir ve beyin göçü de giderek artmaktadır. 2017 yılında toplam 253.640 kişi başka ülkelere göç etmiştir⁹. Bunlardan 113.326'sı Türkiye Cumhuriyeti vatandaşı ve 140.314'ü ise yabancı uyrukludur. Bu sayılar, bir önceki yıla kıyasla %42,5'lik bir artışı göstermektedir. Yurtdışına göç edenlerin %54'ü erkek, %46'sı ise kadındır¹⁰.

Sosyal girişimcilik ile doğrudan ilişkilendirilebilecek olan yeşil ekonomi açısından bakıldığında, OECD'nin 3. Türkiye Çevresel Performans İncelemesi'ne göre, Türkiye OECD ülkeleri arasında, ekonomik büyümesi ve nüfus artışından dolayı enerjiye olan ihtiyacı en çok artan ülkelerden biridir. Bu incelemeye göre, Türkiye son on yılda OECD ülkeleri arasında sera gazı emisyon oranları en çok artan ülke olmuştur¹¹. Bununla birlikte; Türkiye, rüzgâr, güneş, hidroelektrik ve jeotermal gibi yenilenebilir enerji kaynakları alanında kurulu gücü en yüksek olan ülkeler arasında yer almaktadır. Türkiye, 2009 Kyoto Protokolü'nü onaylamış; Paris Anlaşması'nı ise imzalamakla birlikte henüz onaylamamıştır. Türkiye Cumhuriyeti Hükümeti, temiz teknoloji alanındaki yeniliklere öncelik vermiş ve başta Türkiye Bilimsel ve Teknolojik Araştırma Kurumu (TÜBİTAK) vasıtasıyla olmak üzere, temiz teknoloji alanındaki girişimcilere¹² fon sağlamıştır.

Güçlü bir sivil toplum, sosyal girişimlerin gelişmesi için büyük önem taşımaktadır. Türkiye'de siyasi ve sosyal sorunların çözümü için faaliyet gösteren 20 binden fazla faal sivil toplum kuruluşu vardır (Avrupa Komisyonu, 2018). Eğitim, çevre, toplumsal cinsiyet eşitliği, sosyal içerme ve mültecilere yardım gibi temel sorun alanlarında sivil toplum kuruluşları çok sayıda çalışma yürütmektedir. Ancak, hibelere olan bağımlılık ve bireysel bağış oranlarının düşük olması nedeniyle, sivil toplum kuruluşları mali sürdürülebilirlik açısından her daim sorunlarla karşılaşmaktadır (Onur, 2017).

2017 yılında yapılan anayasa değişikliği referandumundan sonra Türkiye parlamenter sistemden başkanlık sistemine geçmiştir. Haziran 2018'de yapılan cumhurbaşkanlığı seçimlerinden sonra ülkenin yönetim sistemi büyük oranda yeniden yapılanmıştır. Bazı bakanlıklar lağvedilirken, bazıları da yeni kurulan bakanlıklarla birleştirilmiştir¹³.

Türkiye'nin dünyada en çok mülteciye ev sahipliği yapan ülke olduğunu belirtmek gerekir¹⁴. 2011 yılından beri toplam 3,6 milyon Suriyeli mülteci Türkiye'ye gelmiştir. Iraklı, Afgan ve İranlı mültecilerle birlikte toplam mülteci sayısı 4 milyona ulaşmaktadır. Mültecilerin entegrasyonu hem sosyal girişim alanında, hem de daha geniş bir şekilde toplumsal alanda Türkiye'nin üzerinde büyük bir baskı yaratmaktadır.

Tüm bu makro koşullar ve genel iklim, sosyal girişimlere ne destek ne de engel olacak niteliktedir. Sosyal girişimlerin gelişmesi büyük oranda sürdürülebilir ve kalıcı ilişkiler kurmaya bağlı olduğu için, sürekli değişen siyasi önceliklerin yarattığı belirsizlik ve değişen idari yapılar, diğer girişimler için olduğu gibi sosyal girişimler için de belirli riskler teşkil etmektedir.

TÜRKİYE



 Nüfus (milyon) 82.000.388 (2018)  İşgücüne Katılım (milyon) 28.166.000 (2018) 46.6%

Büyük Şehirler

 İstanbul 15.067.724  Ankara 5.503.985  İzmir 4.320.519

GSYH Yıllık Büyüme Oranı (USD) % 7.4%(2017)

Temel Ekonomik Sektörler (GSYH %)

GSYH 2010 - 2017 (milyar \$)	771.9 - 851.1
Tarım 2010 - 2017 (%)	9 - 6
Sanayi 2010 - 2017 (%)	25 - 29
İmalat 2010 - 2017 (%)	15 - 18
Hizmet 2010 - 2017 (%)	54.3 - 53.3

Kaynaklar:
<http://tuik.gov.tr>
<http://www.oecd.org>
<http://wdi.worldbank.org>
<http://focus-economics.com>

Türkiye'nin Sıralamaları

Ekonomik Özgürlük Endeksi 2019	68 / 180¹
İklim Değişikliği Performansı Endeksi 2019	50 / 60²
İnsani Gelişim Endeksi 2018	64 / 189³
Küresel Cinsiyet Eşitliği Endeksi 2018	130 / 149⁴
Küresel Barış Endeksi 2018	149 / 163⁵
İş Yapma Kolaylığı Endeksi 2019	43 / 190⁶
Ticarileşme Bölüm Endeksi 2019	78 / 190⁶
Kurumsal Yönetim Endeksi 2018	39 / 140⁷
Küresel Rekabet Endeksi 2018	61 / 140⁷
Sosyal Sermaye Bölüm Endeksi 2018	94 / 135⁷
Ulusal Girişimcilik Bağlam Endeksi 2018/2019	29 / 54⁸
Dünya Bağışçılık Endeksi 2018	131 / 144⁹

Kaynaklar:
1. <http://heritage.org/index/ranking>
2. <http://www.climate-change-performance-index.org/country/turkey-2019>
3. http://www.tr.undp.org/content/turkey/en/home/persscenter/articles/2018/tuerkiye-_nsani-gelime-endeksinde-64-oldu.html
4. http://www3.weforum.org/docs/WEF_GGGR_2018.pdf
5. <http://countryeconomy.com/demography/global-peace-index>
6. <http://www.doingbusiness.org/en/rankings>
7. <http://www3.weforum.org/docs/GCR2018/05FullReport/TheGlobalCompetitivenessReport2018.pdf>
8. <http://www.gemconsortium.org/report>
9. http://www.cafonline.org/docs/default-source/about-us-publications/caf_wgi2018_report_webnopw_2379a_261018.pdf

5 www.worldbank.org/en/country/turkey/overview

6 www.worldbank.org/en/country/turkey/overview

7 OECD 2018 yılı 4. Çeyrek İşsizlik Verileri - <https://data.oecd.org/unemp/unemployment-rate.htm>

8 OECD 2018, Genç İşsizliği Oranı Verileri - data.oecd.org/unemp/youth-unemployment-rate.htm

9 TÜİK Haberleri 2017 - tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?id=30607

10 TÜİK Haberleri 2017 - tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?id=30607

11 Ancak, ithal enerjiye olan bağımlılığın azaltılması amacıyla Türkiye aynı zamanda kömür santrallerinin kapasitesini de arttırmıştır. Fosil yakıtlar, toplam birincil enerji arzının %88'ine tekabül etmektedir; bu oran, OECD ortalaması olan %80'in üzerindedir. Son on yılda sera gazı emisyonlarındaki en büyük artışın OECD ülkelerinde meydana gelmesinin en önemli nedeni enerji kullanımındaki bu eğilimdir.

12 Ancak, Küresel Temiz Teknoloji İnovasyon Endeksi (Global Cleantech Innovation Index) 2017 raporuna göre, Türkiye'de temiz teknoloji inovasyonlarının ticarileştirilmesine ilişkin çalışmalar oldukça yenidir ve Türkiye bu konuda küresel ortalamanın altındadır. Teşvik edici bir ortam oluşturmadan ve temiz teknoloji inovasyonlarına çekirdek fon sağlamadan inovasyon alanında önemli bir ilerleme kaydedilmesi mümkün olmayacaktır. Raporda ayrıca Türkiye'deki araştırma ve geliştirme altyapısının kapsamlı olduğu ancak çok etkili olmadığı ifade edilmektedir.

13 Hurriyet Daily News 2018, Cumhurbaşkanı Erdoğan'ın yemin etmesi ile Türkiye'de yeni hükümet sistemi uygulamaya giriyor www.hurriyetdailynews.com/new-government-system-begins-in-turkey-after-erdogan-swears-in-134364

14 Mültecilerin Durumuna ilişkin BMMYK Faaliyet Portalı. Kaynak: data2.unhcr.org/en/situations/syria/location/113

3.2. Sosyal girişimlere ilişkin politikalara genel bakış

Türkiye’de sosyal girişimlere ilişkin politikalar parçalıdır ancak bu alanda belli bir hareketlilik söz konusudur. Sosyal girişim alanının farklı kısımlarına odaklanan çeşitli kamu kuruluşları vardır¹⁵. Avrupa Birliği’nin sosyal girişimciliğe ve sosyal inovasyona giderek artan desteği itici bir güçtür. Katılım Öncesi Mali Yardım Aracı (IPA), Erasmus+ ve Horizon 2020 gibi AB topluluk programları ile İstihdam ve Sosyal Yenilik Aracı (EaSI) gibi AB finansman araçları bu alanın gelişmesi için destek sağlamaktadır. Tüm bunlarla birlikte, henüz alana yönelik kapsayıcı bir strateji yoktur.

Sosyal girişimlere ilişkin mevcut politikalar Tablo 2’de yer verilmiştir. Ayrıca, alana yönelik ilgi giderek arttığı için, mevcut belli başlı çalışmalara değinmek önemlidir:

- Ticaret Bakanlığı Kooperatifçilik Genel Müdürlüğü, sosyal ekonomi ve dayanışma ekonomisi ile sosyal girişimcilik odağı altında sosyal kooperatifçiliğe ilişkin farkındalık artırma çalışmaları yürütmektedir.
- Dışişleri Bakanlığı Avrupa Birliği Başkanlığı, AB IPA fonları kapsamında sosyal girişimcilik çalışmalarına destek vermekte, İstihdam ve Sosyal Yenilik Aracı’nı koordine etmekte ve Avrupa Birliği’nin Sosyal Ekonomi ve Sosyal Girişimler Uzman Grubu’nda Türkiye’yi temsil etmektedir.
- Dışişleri Bakanlığı, Birleşmiş Milletler Kalkınma Programı (UNDP) ile işbirliği içerisinde bir hızlandırma programı vasıtasıyla Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri gündemini desteklemektedir.
- Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı, IPA fonları altında Rekabetçi Sektörler Programı aracılığıyla sosyal inovasyona finansal destek sağlamakta ve Kalkınma Ajansları vasıtasıyla bu alanda faaliyetler yürütmektedir.
- TÜBİTAK, üniversite öğrencilerine yönelik düzenlediği girişimcilik ve inovasyon yarışmaları kapsamında sosyal girişimcilik kategorisine yer

- vermekte ve ekosistem aktörleriyle yapılan kamu diyalogu toplantılarına katılmaktadır.
- Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeleri Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı (KOSGEB), ekosistem aktörleriyle yapılan kamu diyalogu toplantılarına katılmaktadır.
- Aile, Çalışma ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı, bu alanda AB tarafından finanse edilen projelerde paydaş olarak yer almakta ve ekosistem aktörleri tarafından düzenlenen kamu diyalogu toplantılarına katılmaktadır.
- Sosyal girişimler, Temmuz 2018’de lağvedilmeden önce Kalkınma Bakanlığı’nın gündeminde de yer almaktaydı.

Bölgesel politika düzeyinde, bazı Kalkınma Ajansları¹⁶ da sosyal girişimlere destek sağlamaktadır. Kalkınma Ajansları ilgili bölgelerde konuşlandıkları için yerel ve bölgesel ihtiyaçları iyi bilmekte ve farklı sektörlerden çok sayıda paydaş ile iletişim halinde bulunmaktadır. Ayrıca, ulusal kuruluşlara kıyasla operasyonel yapıları daha çeviktir. Bazı Ajanslar¹⁷ mali destek sağlarken ya da AB fonlarından gelen hibeleri aktarırken, bazıları¹⁸ da alanda aktif bir şekilde yer almak için hazırlık halindedir.



15 Yeniden yapılanma kapsamında Temmuz 2018’de uygulamaya konan değişiklikler, sektörlere ilgili bakanlıkların çoğunu etkilemiştir. Bazı bakanlıklar, yeni kurulan bakanlıkların çatısı altında birleştirilmiştir: Aile, Çalışma ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı, Tarım ve Orman Bakanlığı, Hazine ve Maliye Bakanlığı bunlardan bazılarıdır. AB Bakanlığı ve Dış İlişkiler Bakanlığı, Dışişleri Bakanlığı bünyesine alınmıştır. Kalkınma Bakanlığı kapatılmış, bu bakanlık bünyesindeki belirli birimler yeni kurulan bakanlıklar ve ilgili kurumların idaresine girmiştir.

16 Türkiye’de toplam 26 bölgesel kalkınma ajansı bulunmaktadır.

17 ANKARA – Ankara Kalkınma Ajansı, BEBKA – Bursa, Eskişehir ve Bilecik Kalkınma Ajansı, DAKA – Doğu Anadolu Kalkınma Ajansı, İSTKA – İstanbul Kalkınma Ajansı, MEVKA – Mevlana Kalkınma Ajansı, OKA – Orta Karadeniz Kalkınma Ajansı.

18 DOĞAKA – Doğu Akdeniz Kalkınma Ajansı, FKA – Fırat Kalkınma Ajansı, İZKA – İzmir Kalkınma Ajansı.

Yerel düzeyde, bazı belediyeler ve yerel yönetimler de sosyal girişimlere destek vermektedir. Verilen destek çoğunlukla proje ya da etkinlik temellidir¹⁹. Bununla birlikte, sosyal girişimcilik kuluçka merkezi açan Eskişehir Tepebaşı Belediyesi ya da Nilüfer İnovasyon Merkezi vasıtasıyla sosyal girişim projelerinde aktif ve düzenli olarak yer alan Bursa Nilüfer Belediyesi gibi örnekler de mevcuttur.

Mevcut ve belli başlı politika diyalogu çalışmaları aşağıdaki gibidir:

- Vehbi Koç Vakfı, ekosistem aktörleri arasındaki bilgi akışını sağlamayı ve etkileşimi kolaylaştırmayı amaçlayan bir ağ ve platform kurmak için geniş katılımlı bir konsorsiyumla işbirliği içerisinde yürütülen AB destekli bir projeye liderlik yapmaktadır²⁰.
- Ankara Kalkınma Ajansı tarafından koordine edilen Sosyal Girişim Ankara Platformu²¹, 12 bakanlık ve altı uluslararası kuruluşun uzmanları biraraya getiren kamu diyalogu toplantıları organize etmektedir.
- İstanbul Ticaret Odası, İmece ve S360 ile birlikte karar vericileri biraraya getiren, hukuki ve mali çerçeve çalışmaları düzenlemektedir²².
- Açık Açık, Türetim Ekonomisi Derneği ve Ashoka Türkiye, sosyal girişimleri ve ekosistemin temel aktörlerini biraraya getirerek Türkiye’deki sosyal girişimler için ortak tanımlama kriterleri geliştirmek amacıyla çalıştaylar düzenlemektedir.

Tablo 2: Sosyal girişimler ile ilgili politikalar

Politikanın türü	Politikanın adı	Sosyal girişimcilik ile ilgisi
Strateji	Türkiye Cumhuriyeti Ekonomi Bakanlığı Stratejik Planı (2018 - 2022) ticaret.gov.tr/data/5b921d6513b87613646656ac/Stratejik_Plan_2018_2022.pdf	Stratejik plan kapsamında Ekonomi Bakanlığı tarafından yaptırılan paydaş araştırmasının sonuçlarına göre, ilerleme kaydedilmesi gereken alanlardan birinin sosyal girişimciliğin teşvik edilmesi olduğu tespit edilmiştir.
Strateji	KOSGEB Türkiye Girişimcilik Stratejisi ve Eylem Planı (2015 - 2018) 1 Temmuz 2015 tarihli ve 29403 sayılı Resmî Gazete’de yayınlanmıştır. www.sp.gov.tr/upload/xSPTemelBelge/files/n4JRW+GISEP_2015-2018_.pdf	Bu eylem planının üçüncü stratejik hedefi şu şekildedir: ‘Kadın girişimciliği, genç girişimciliği, eko girişimcilik, sosyal girişimcilik ve küresel girişimcilik gibi öncelikli tematik alanlarda ve genel alanlarda sürdürülebilir bir destek sisteminin geliştirilmesi ve uygulanması’. Bu stratejinin eylem planları arasında sosyal girişimciliğin çerçevesinin ve kapsamının tanımlanması ve üniversitelerde proje yarışmaları yapılması yer almaktadır.
Strateji	Türkiye Kooperatifçilik Stratejisi ve Eylem Planı (2012 - 2016) www.turkey.coop/uploads/menu/t%C3%BCrkiye_kooperatif%C3%A7ilik_stratejisi_ve_eylem_plan%C4%B1_(2012-2016).pdf	Bu strateji dokümanında başta sosyal kooperatifler olmak üzere, AB’deki sosyal girişimlere ilişkin bilgi ve iyi uygulama örnekleri yer almaktadır. Türkiye’de sosyal girişimciliğin yasal altyapısının gelişmesi için sosyal kooperatifleri de gündeme almak önemlidir.

Politika geliştirme alanında dikkate alınması gereken önemli bir sorun, ekonomik ve siyasi sistem ile diğer ekosistem aktörlerine yönelik güvenin düşük olmasıdır. Yapılan saha araştırmasında, devlet desteklerinin suistimal edilebileceğine ya da kötüye kullanılabileceğine ilişkin bazı endişeler ve ‘sahte sosyal girişimler’in ortaya çıkabileceğine ilişkin kaygılar dile getirilmiştir.

19 Antalya Büyükşehir Belediyesi, Ataşehir Belediyesi (İstanbul), Kadıköy Belediyesi (İstanbul), Keçiören Belediyesi (Ankara), Konak Belediyesi (İzmir), Küçükçekmece Belediyesi (İstanbul) ve Lüleburgaz Belediyesi(Kırklareli), sosyal girişimcilikle ilgili eğitim ve farkındalık artırma faaliyetleri düzenlemektedir.

20 Söz konusu proje, Vehbi Koç Vakfı önderliğinde ve Koç Üniversitesi Sosyal Etki Forumu, Ashoka Türkiye, Sosyal İnovasyon İnisiyatifi Derneği, Sürdürülebilir Kalkınma İçin Yenilikçi Çözümler Derneği, TED Üniversitesi, Mozaik Foundation (Bosna Hersek) ve Social Enterprise UK (İngiltere) ortaklığıyla yürütülmektedir. 2020 sonuna kadar devam edecek olan proje, işlevsel bir ağı tesis edilmesini ve kamu organlarıyla yürütülen diyalogun güçlendirilmesini sağlayarak Türkiye’deki sosyal girişimcilik ekosisteminin geliştirilmesini hedeflemektedir.

21 www.sosyalgirisimankara.org.tr/en/

22 www.hurriyet.com.tr/ekonomi/itodan-sosyal-girisimciler-icin-yasal-zemin-onerisi-41138682

3.3. Türkiye’de sosyal girişimlere ilişkin mevcut araştırmalar

Son yıllarda Türkiye’de sosyal girişimcilere ve sosyal girişimlere yönelik akademik ilgide kayda değer bir artış görülmektedir²³. Sosyal girişim araştırmaları çoğunlukla, işletme, sosyoloji ve eğitim bilimleri disiplinlerinde yapılmaktadır.

Bu alanda yapılan ilk araştırmalar, sosyal girişim kavramının ayırt edici özelliklerini ele alarak kavramsal bir tanım belirlemeye ve kavramın Türkiye bağlamında teorik bir modellemesini yapmaya odaklanmıştır (Göktepe, 2010; Demir, 2014; Özdevecioğlu ve Cingöz, 2009; Aslan vd., 2012; TOG, 2013; Aktan, 2007).

Sönmez vd. (2016), sosyal girişimlerin Türkiye’de ve dünyadaki gelişmelerini karşılaştırmalı olarak analiz etmiş ve yerel sorunları çözmek amacıyla kurulmuş olmalarına rağmen, bazılarının küresel düzeyde faaliyet gösterdiğini tespit etmişlerdir. Bazı çalışmalarda konu bireysel düzeyde ele alınmış ve sosyal girişimcilerin profillerini tanımlamaya odaklanılmıştır (İnci, 2016). Son yıllarda, sosyal girişimlere ilişkin çalışmaları toplumsal cinsiyet eşitliği açısından incelemek daha çok önem kazanmıştır (Çiçek & Türkmenoğlu, 2019; Çavuş vd., 2017). Bazı çalışmalar Türkiye’deki iyi uygulama örneklerini ele alırken (Yıldız, 2017; UNDP, 2012), bazı çalışmalar da dünyadaki ve Türkiye’deki başarılı sosyal girişim örneklerini karşılaştırmıştır (Çetindamar vd., 2010; Kayalar ve Arslan, 2009).

Türkiye’deki sosyal girişimlerin statüsüne ve karşılaştıkları sorunlara ilişkin ilk araştırmalardan biri, 2010 yılında British Council liderliği ve sponsorluğunda TÜSEV tarafından yapılmıştır. Her ne kadar Ersen vd. (2010, s.3) sosyal girişim kavramını ‘sosyal sorunların çözümünde ticari yaklaşımları kullanan ve uzun vadeli sistemsel değişim yaratmayı amaçlayan girişimler’ olarak tanımlamış olsalar da, sosyal girişimlerin net bir tanımına ilişkin belirsizliğin devam ettiğini belirtmiş ve Türkiye’de sosyal girişimleri ve sosyal girişimciliği destekleyecek mevzuat eksikliğine dikkat çekmişlerdir.

Net bir hukuki çerçeve eksikliği, diğer rapor ve çalışmalarda da dile getirilmiştir (KOSGEB, 2014; König, 2014). SIX Wayfinder İstanbul kapsamında hazırlanan bir bilgilendirme raporunda bu durum ‘hassas’ olarak ifade edilmiştir. Raporda, sosyal etkinin değerlendirilmesine yönelik ilkelere, sosyal ve çevresel normlara, çalışan haklarına ve ücret oranlarına ilişkin genel bir çerçeve oluşturulmasının, Türkiye’de sosyal girişim ekosisteminin gelişmesi için kritik önemde olduğu belirtilmiştir (S360, 2018).

König (2014), uygun finansman türlerine erişememe, kapasite kısıtları, yetersiz kamu politikaları ve genel olarak sosyal girişime ilişkin bir farkındalığın olmaması gibi noktaların Türkiye’deki sosyal girişimlerin gelişmesinin önündeki engeller olduğunu belirtmiştir.

Buna karşın, Ersen vd. (2010) sosyal girişimlerin Türkiye’deki destek altyapılarından ve ağlardan yararlanabileceğini belirtmiştir. Sosyal girişimlerin hedeflerine ulaşabilmesi için özel sektörün fon sağlayabileceği (Sakarya vd., 2012) ve sosyal girişimlerin faydalanabileceği bazı finansal imkanların ve insan kaynaklarının mevcut olduğu da dile getirilmiştir (Ersen vd., 2010; Sönmez vd., 2016).

Sosyal girişimlerin etkisine ilişkin yapılmış araştırma sayısı çok azdır. KUSIF, sosyal girişimcilerin faydalanabileceği etki ölçme kılavuzları yayınlamaktadır.

Son olarak, sosyal girişimlerin Türkiye’nin karşı karşıya olduğu temel sosyal ve ekonomik sorunların (Yaprak ve İter, 2009) ve aynı zamanda mülteci entegrasyonu (Mollaoğulları ve Temel, 2017), işsizlik (So Vet, 2016) ve pazar yetersizliği (Erdoğan vd., 2011) gibi spesifik sorunların çözümünde faydalı olabileceğini ileri süren çok sayıda araştırma vardır.

3.4. Türkiye’deki kilit sosyal girişim aktörleri

Sosyal girişim ekosisteminde yer alan sosyal girişimler dışındaki temel aktörler; aracı kuruluşlar (kuluçka merkezleri, hızlandırıcılar, ortak çalışma alanları ve ödül programları), üniversiteler, araştırma kuruluşları, kamu kurumları, yerel yönetimler ve fon sağlayan kuruluşlardır.

Son yıllarda Türkiye’deki üniversitelerin sosyal girişim alanına yönelik ilgilerinde bir artış söz konusudur ve bazı üniversitelerin eğitim programlarında, sosyal girişimciliğe müfredat kapsamında ya da müfredat dışı faaliyet olarak yer verilmektedir. Son üç yılda, sosyal girişimciliğe ilişkin müfredat geliştirme çalışmaları hız kazanmıştır. Türkiye’deki mevcut 203 üniversitenin 18’i aktif ve düzenli olarak sosyal girişimcilik alanında faaliyet yürütmektedir (bkz. Tablo 3²⁴) ve bunların 13’ü doğrudan sosyal girişimcilik ve sosyal inovasyona ilişkin dersler sunmaktadır. Bu derslerden dokuzu son üç yıl içerisinde müfredata girmiştir.

Sosyal girişimcilik konusu genel girişimcilik, sürdürülebilirlik ve sosyal sorumluluk dersleri kapsamında da ayrı bir konu başlığı olarak işlenmektedir.

Üniversitelerde yürütülen sosyal girişim faaliyetleri genelde müfredat dışı faaliyet olarak öğrenci kulübü etkinliği, seminer, konferans, ödül programı ve yarışma şeklinde gerçekleştirilmektedir.

Bazı üniversitelerin kendi bünyesinde kurduğu ve sadece sosyal girişimcilik yapan öğrencilerine hizmet veren kuluçka merkezleri vardır. Bazı üniversiteler, kendi geleneksel işlevlerinin dışına çıkarak tüm sosyal girişimlere açık olan kuluçka programları sunmaktadır. Teknopark modelini örnek alan, ancak ağırlıklı olarak sosyal etkisi olan girişimlere odaklanan ‘sosyopark’ ya da ‘sosyokent’ modelleri geliştiren bazı üniversiteler de mevcuttur.



23 Türkiye’deki mevcut literatüre ilişkin güncel liste için bkz. Ek 6.

24 Tek seferlik veya iptal edilen programların yer aldığı yükseköğretim kurumları çalışmaya dahil edilmemiştir.

Tablo 3: Sosyal girişim alanında aktif yükseköğretim kurumları

Kuruluşun adı	Kuruluşun türü	Yeri	Sosyal girişim ile ilgili faaliyetler
Abdullah Gül Üniversitesi	Uygulama ve araştırma merkezi/Müfredat	Kayseri	Sosyal girişimcilik ve gençlik odaklı projeler. Sosyal etki ve sürdürülebilirlik alanında çalışmalar.
Gençlik Fabrikası			Sosyal sorumluluk ve sosyal girişimcilik dersleri.
Ankara Sosyal Bilimler Üniversitesi	Uygulama ve araştırma merkezi	Ankara	Sosyal inovasyon alanında disiplinlerarası araştırma, uygulama ve politika geliştirme. İnovasyon, değişim ve dönüşüm alanlarında somut sosyal çıktısı olan akademik araştırma odaklı projeler.
Sosyal İnovasyon Merkezi			
Sosyokent			
Bahçeşehir Üniversitesi	Eğitim	İstanbul	Sosyal girişimcilğe ilişkin eğitimler.
BAUSEM Sosyal Girişimcilik Eğitim Programı			
Hacettepe Üniversitesi	Ödül programı	Ankara	Sosyal inovasyon kategorisinde yarışma ve ödül programı.
İstanbul Bilgi Üniversitesi	Ödül programı/ Kuluçka/Müfredat	İstanbul	Genç sosyal girişimcilere yönelik ödül programı.
Genç Sosyal Girişimci Ödülleri			Hak temelli STKlar için mentorluk, eğitim, çalıştaylar ve ofis alanı.
Sosyal Kuluçka Merkezi			Sosyal girişimcilik, sosyal inovasyon, sosyal sorumluluk ve kapsayıcı piyasalar konularında hem lisans hem yüksek lisans seviyesinde ileri düzey müfredat.
İstanbul Üniversitesi	Müfredat	İstanbul	Sosyoloji Bölümü’nde yüksek lisans seviyesinde sosyal girişimcilik dersi.
İstanbul Kültür Üniversitesi	Müfredat	İstanbul	Sosyal girişimcilik alanında dersler.
İstanbul Medeniyet Üniversitesi	Araştırma merkezi	İstanbul	Sosyal İşbirlikleri Bölgesi Uygulama ve Araştırma Merkezi aracılığıyla sosyal sorunlara ilişkin ortak araştırma projeleri ve faaliyetler.
Sosyopark			
İstanbul Okan Üniversitesi	Uygulama ve araştırma merkezi/Müfredat	İstanbul	Uygulamalı araştırma, danışmanlık hizmetleri ve lider yöneticilik eğitimi. Sosyal girişimcilik ve sosyal sorumluluk alanlarında uluslararası araştırma ve proje geliştirme. Öğrencilere destek.
Sosyal Girişimcilik ve Sosyal Sorumluluk Araştırma Merkezi			Sosyal girişimcilik ve sosyal sorumluluk alanlarında dersler.
			Lise öğrencilerine yönelik ödül programı.
Kadir Has Üniversitesi	Müfredat	İstanbul	FabLab tesisleri.
FabLab			Sosyal sorumluluk ve sürdürülebilirlik alanında dersler.
Koç Üniversitesi	Uygulama ve araştırma merkezi/Kuluçka/Müfredat	İstanbul	Sosyal etki yönetimine ilişkin kapasite geliştirme desteği. Sosyal girişimcilik ve sosyal finansman alanlarında Türkçe bilgi ve kaynak oluşturma faaliyetleri. Sosyal girişimcilik paydaşları arasında sektörler arası işbirlikleri ve platformlar oluşturma.
Sosyal Etki Forumu (KUSIF)			
Sosyal Etki Laboratuvarı			Sosyal girişim alanında fikirleri olan öğrencilere yönelik çalışan Sosyal Etki Laboratuvarı.
			Sosyal girişimcilik ve sosyal etki projesi yönetimi alanında deneyimsel dersler.
Orta Doğu Teknik Üniversitesi (ODTÜ)	Araştırma ve uygulama merkezi/Müfredat	Ankara	Yeni ve yenilikçi ürünler geliştirmek amacıyla tasarım, mühendislik, sosyal bilimler ve diğer ilgili alanlarda çalışan öğrenciler ve araştırmacılar arasındaki etkileşimin artırılması için Disiplinlerarası Tasarım Stüdyosu dersi. İlgili iç ve dış paydaşların eğitim, araştırma-geliştirme, uygulama ve teknoloji transferi ihtiyaçlarına karşılayacak bir ‘Hızlı Prototipleme ve Ürün Geliştirme’ altyapısı. Geliştirilen prototipin ürüne dönüştürülmesine yönelik destekler.
Tasarım Fabrikası			İşletme Bölümü’nde sosyal girişimcilik dersi.

Özyeğin Üniversitesi	Kuluçka/Müfredat	İstanbul	Teknolojik girişimcilik, kurum içi girişimcilik, sosyal girişimcilik ve KOBİ—aile şirketleri girişimciliği alanlarında hizmetler. Eğitim, çalıştay, danışmanlık ve kuluçka hizmetleri.
Girişimcilik Merkezi			
Girişim Fabrikası			Girişimcilerin yüksek potansiyelli ve sürdürülebilir teknoloji girişimlerini hayata geçirmeleri ve iş fikirlerini en kısa sürede test edebilmeleri için Hızlandırma Programı. Fikir aşamasından hayata geçirme aşamasına kadar eğitim, altyapı, mentorluk desteği.
			Sosyal girişimcilik alanında dersler.
Sabancı Üniversitesi	Koordinasyon merkezi/ Kuluçka/Müfredat	İstanbul	Sosyal girişimcilik fikri olan öğrencilere sosyal bilimler, sanat ve doğa bilimleri alanlarını da içerecek şekilde destek. Başarılı sosyal girişimlere SUCool Kuluçka Programı kapsamında destek.
SU ASSET (Sanat, Sosyal Bilimler, Girişimcilik ve Teknoloji Lisans Programı)			
			Toplumsal Duyarlılık Projeleri (TDP) dersi.
TED Üniversitesi	Kuluçka/Müfredat	Ankara	Sosyal girişimcilere yönelik kuluçka programı. Sosyal girişimcilik ve sosyal inovasyon alanında veri toplama ve araştırma projelerinin ve programlarının geliştirilmesine destek. İstasyon Buluşmaları ile alana dair konuşma ve etkinlikler. Alana dair kamu kurumları nezdinde bilinirlik/ görünürlük çalışmaları.
İstasyonTEDÜ Sosyal İnovasyon Merkezi			
Dünya Vatandaşlığı Ek Dal Programı			Dünya Vatandaşlığı Ek Dal Programı kapsamında yurttaş katılımı ve sosyal inovasyon alanında lisans dersleri.
Yaşar Üniversitesi	Koordinasyon merkezi/ Müfredat	İzmir	Sosyal sorumluluk projeleri. Sivil toplum aktörleriyle iletişim ve işbirliği.
			Sosyal sorumluluk alanında dersler.
Yeditepe Üniversitesi	Müfredat	İstanbul	Sosyal inovasyon ve sosyal girişimcilik alanında dersler.
Yıldız Teknik Üniversitesi	Araştırma ve uygulama merkezi	İstanbul	Sosyal inovasyon alanında teknoparklara benzer şekilde işleyen bir sosyopark modeli oluşturulması ve uygulanması.
YTÜ Sosyopark			

Literatür taramasına göre, üniversitelerin ve kamu kurumlarının sosyal girişimlerin geliştirilmesinde oynadığı rol, giderek popülerlik kazanan bir araştırma konusu olmuştur. Birçok araştırmacı; üniversitelerin sosyal girişim alanına yönelik nasıl eğitim sağlayabileceğini ve öğrencilerin sosyal girişimcilik becerilerini nasıl geliştirebileceğini ele almaktadır.

Times Higher Education; üniversiteleri SKH’ler bağlamında değerlendirmeye başlamış ve Üniversite Etki Sıralaması Endeksi’ni yayımlamıştır. Endekste ki karşılaştırma göstergeleri, araştırma, sosyal destek (outreach) ve sorumluluk bilinci (stewardship) olmak üzere üç temel alana odaklanmaktadır. Yayımlanan ilk endeks, 76 ülkeden 450’yi aşkın üniversiteyi içermektedir. Türkiye’deki 19 üniversite de bu sıralamada yerini almıştır. Türkiye sıralamasında, Özyeğin Üniversitesi listenin en üstünde bulunurken, Hacettepe Üniversitesi ve Koç Üniversitesi, Özyeğin Üniversitesi’ni takip etmiştir. Söz konusu üniversitelerin genel puanları sırasıyla 79.2, 77.2 ve 76.5’tur. Özyeğin Üniversitesi, en yüksek puanı, ‘sorumlu tüketim ve üretim’ (74.9) hedefinden almıştır. Hacettepe Üniversitesi, ‘insan sağlığı ve esenliği’ hedefinde en yüksek puanı alırken (77.2), Koç Üniversitesi ‘barış, adalet ve güçlü kurumlar’ hedefinde en yüksek puanı kaydetmiştir. Sıralamada 101-200 bandında yer alsa da Abdullah Gül Üniversitesi, Türkiye’deki üniversiteler arasında, 86,9 puanla ‘sürdürülebilir şehirler ve topluluklar’ alanında en yüksek puana sahiptir. Listedeki üniversiteler; çoğunlukla Türkiye’nin en büyük şehirleri olan İstanbul, Ankara ve İzmir’de bulunmaktadır.

INOGAR - <http://inogar.com>

INOGAR; sürdürülebilir kalkınma, kültür, sanat ve teknoloji gibi alanlarda faaliyet gösteren sivil toplum kuruluşlarını, sosyal girişimleri ve ticari işletmeleri bir araya getiren, ortak çalışma alanı ve kuluçka merkezidir. Kuruluş, Türkiye'deki girişimcilik ekosistemini desteklemeyi amaçlamaktadır.

INOGAR bünyesindeki faaliyetler INOGAR Akademi altında yürütülmektedir. Yıl boyunca farklı özel sektör, kamu, sivil toplum ve uluslararası kalkınma kuruluşları ile hackathon, eğitim, panel, girişim kampı ve mutfak atölyeleri gibi çeşitli programlar uygulanmaktadır. INOGAR; beş kurucu (Habitat Derneği, IDEMA, DigiGuardians, İhtiyaç Haritası ve Sanat Mahal) tarafından kurulan bir kooperatiftir.

Kuruluş; kalkınma projeleriyle ortaklıklar kurarak gelir elde etmenin yanı sıra, bina içindeki ortak çalışma (co-working) alanlarını ve mutfak alanını da kiralamaktadır. Sosyal bir kooperatif olarak kurulan INOGAR, faaliyetleri için bağış toplama etkinlikleri de gerçekleştirmektedir.

Türkiye'de özellikle sosyal girişimcilere yönelik olarak kuluçka, hızlandırma, ortak çalışma alanları veya laboratuvar imkanları sunan çok az sayıda aracı kuruluş bulunmaktadır. Bununla birlikte, start-up ve teknoloji girişimcilerini hedefleyen kuluçka ve hızlandırma programları, sosyal girişimlerin ihtiyaçlarını da bir ölçüde karşılamaktadır.

Tablo 4: Türkiye'deki kuluçkalar, hızlandırıcılar, ortak çalışma alanları, destek programları ve önemli aktörler

Kuruluş adı	Kuruluş türü	Coğrafi kapsam	Sosyal girişimlerle ilgili faaliyetleri
Accelerate2030	Hızlandırıcı	İstanbul	Sürdürülebilir Kalkınma Hedeflerine ulaşılmasına katkıda bulunan pozitif sosyal ve çevresel değişimler için çalışan girişimcilerin etkisini uluslararası düzeyde arttırmak amacıyla, UNDP ve Impact Hub İstanbul tarafından yürütülen program.
Ankara Kalkınma Ajansı	Ödül ve destek programı	Ankara	16-32 yaşları arasındaki genç sosyal girişimcilere mali destek, eğitim hizmetleri ve mentorluk fırsatları sunan Gençler için Sosyal Girişimcilik Programının yanı sıra, her yıl düzenlenen TechAnkara Proje Pazarı etkinliği çerçevesinde sosyal girişimcilik özel ödülü veren ekosistem aktörü.
Ashoka Türkiye	Destek programları	Türkiye	Küresel Ashoka Ağı'nın bir parçası olarak, Türkiye'deki sosyal girişimcileri destekleyen fellowship programının yanı sıra, genç sosyal girişimci adaylarına yönelik mikro hızlandırma programları yürüten ve sosyal girişimciler için bilgi alışverişi, işbirliği ve finansman etkinlikleri düzenleyen ekosistem aktörü.
Atölye	Çalışma alanı	İstanbul	Disiplinlerarası çalışmalar yürüten, yaratıcı sektörleri ve girişimcileri biraraya getirmeyi amaçlayan etkinlikler ve çalıştaylar düzenleyen ortak çalışma alanı. Aynı zamanda, imece sosyal inovasyon platformunun kurucu ortağı.
Başakşehir Belediyesi Living Lab	Lab	İstanbul	Yeni ürün ve hizmetlerin gerçek kullanıcılar tarafından test edilebilmesini sağlayan araştırma ve deney ortamı.
BBVA Momentum Sosyal Girişimcilik Programı	Hızlandırıcı	Türkiye	Türkiye, ABD, Meksika ve Kolombiya'da eşzamanlı olarak yürütülen, uygun girişimcilere, ihtiyaçlarına göre eğitim oturumlarının yanı sıra, birebir mentorluk ve uzman desteği sağlayan ve Garanti BBVA ile Impact Hub İstanbul ile işbirliği içinde yürütülen program.

BRM	Proje/destek programı	İstanbul	Üniversite öğrencileri arasında sosyal girişim kültürünü geliştirmek amacıyla uygulanan ve İstanbul Kalkınma Ajansı tarafından desteklenen Sosyal Girişimcilik Programı (SOGİP).
Boğaziçi Üniversitesi Mezunları İş İnsanları Derneği BOSTAN Sosyal İnovasyon Enstitüsü	Platform	Türkiye	Sosyal, kültürel, çevresel ve ekonomik alanlarda yaşanan değişimlere yanıt veren yenilikçi fikirleri sunan, tartışan, uygulayan ve bu alanlara dair araştırmalar yapıp bilgi paylaşan platform.
Global Shapers	Topluluk	Ankara, İstanbul	World Economic Forum'un gençlik inisiyatifi olarak, erken yaşlarında başarılarıyla ön plana çıkmış, içinde yaşadıkları topluma katkıda bulunma motivasyonları yüksek, 20-30 yaş arasındaki genç profesyoneller tarafından kurulan ve koordine edilen, ortak bir vizyon çerçevesinde toplum için olumlu etki yaratacak projeler gerçekleştirmeyi hedefleyen Global Shapers ağının Ankara ve İstanbul merkezleri (hub).
Hult Prize	Ödül programı	Küresel	Üniversite öğrencilerine yönelik, her yıl değişen bir tema üzerine geliştirecekleri sosyal etki odaklı girişim fikirlerini destekleyen küresel yarışma programı.
İbrahim Bodur Sosyal Girişimcilik Ödülü	Ödül programı	Türkiye	Kale Grubu ve Ashoka Türkiye ortaklığında, herhangi bir konu sınırlaması olmaksızın, erken ve ileri aşamalarındaki tüm sosyal girişimlere yönelik para ödülü veren program.
imece	Hızlandırıcı	İstanbul	Sosyal sorunlara odaklanan kurumları ve bireyleri biraraya getiren sosyal inovasyon platformu. Eğitim hizmetlerine, mentorluk hizmetlerine ve fonlara erişim destekleri sunan sosyal etki odaklı hızlandırma programı.
Impact Hub İstanbul	Çalışma alanı Hızlandırıcı	İstanbul	Küresel Impact Hub Ağı'nın bir parçası olan, üye temelli, ortak çalışma ve etkinlik alanı. Sosyal etki odaklı girişimcilere yönelik ödül ve hızlandırma programları yürüten ve sosyal girişimcilik alanında farklı etkinliklere ev sahipliği yapan ekosistem aktörü.
Innocampus	Hızlandırıcı	Türkiye	Sosyal girişimleri de içerecek şekilde gençlere girişimlerinin farklı aşamalarında ihtiyaç duyabilecekleri araçları/yöntemleri sağlamak ve gençlerin kendilerini daha fazla destekleyebilecek bireyler ve kurumlarla iletişim kurmasına aracılık etmek amacıyla, Türkiye genelinde farklı şehirlerdeki üniversite kampüslerine geçici mekanlar kurarak eğitim programları ve etkinlikler gerçekleştiren platform.
İnogar	Kuluçka merkezi	İstanbul	İnovasyon ve girişim kültürünü sivil toplum, özel sektör, sürdürülebilir kalkınma, kültür, sanat ve teknoloji ile biraraya getirmeyi amaçlayan paylaşımlı çalışma alanı ve kuluçka merkezi.
Küresel Sosyal Girişimcilik Yarışması (GSVC)	Ödül programı	Türkiye	Fikirlerini girişimlere dönüştürmeleri için genç sosyal girişimcilere nakit para ödülleri sağlamanın yanı sıra, mentorluk hizmetleri ve tanıtım olanağı sunan, yeni sosyal girişimci nesli güçlendirmeyi hedefleyen ve Türkiye'de 2011'den bu yana Koç Üniversitesi Sosyal Etki Forumu tarafından yürütülen program.
Global Social Venture Competition			
Mercedes-Benz Türk Startup	Ödül programı	Türkiye	Sosyal/çevresel alanda pozitif sosyal etkisi olan, teknolojiyle bağlantılı, Sürdürülebilir Kalkınma Hedeflerinden birine ya da birkaçına ulaşılmasına katkıda bulunan ve net bir iş planı ve bir prototipi ya da prototip planı bulunan yeni girişimlere para ödülü veren program.
Mikado Sürdürülebilir Kalkınma Danışmanlığı	Destek programı	İstanbul	Yatırıma Hazır Sosyal Girişimler projesi kapsamında geliştirilen, sosyal girişimlere eğitim programı ve rehberlik desteği sağlayan; Mikado liderliğinde, Koç Üniversitesi Sosyal Etki Forumu ve Ashoka Türkiye ile işbirliği içinde yürütülen, İstihdam ve Sosyal Yenilik Programı (EaSI) kapsamında finanse edilen kapasite geliştirme programı.
m-spark	Hızlandırıcı	İstanbul	Teknolojiyle desteklenen sosyal girişimlerin projelerinin etkisini azami düzeye çıkartması için, girişimcilerin vizyonlarını geliştirmelerine, fikirlerini hayata geçirmelerine ve güçlendirmelerine destek sağlayan program.
Originn	Çalışma alanı	İzmir	Sosyal girişimleri ve yaratıcı girişimleri de içerecek şekilde, girişimcilere buluşma noktası sağlayan, çalıştaylar, eğitim etkinlikleri vasıtasıyla topluluk geliştirme faaliyetleri yürüten ortak çalışma alanı.
PwC Sosyal Etki Laboratuvarı	Destek programı	Türkiye	Sosyal bir amaca hizmet eden yeni girişimler ve büyümekte olan girişimlere; network oluşturma, iş planı geliştirme, finans konularında rehberlik sağlayan; Almanya, Avusturya ve Türkiye'den katılımcılara açık, her yıl düzenlenen yarışma programı.
Red Bull Amaphiko	Destek programı	Türkiye	Sosyal girişimcilerin topluluklarında inovatif ve sürdürülebilir bir değişim yaratmalarına destek sağlayan faaliyetler yürüten program.

S360 B Corp Türkiye Sertifika Programı	Sertifika/destek programı	Türkiye	İmece sosyal inovasyon platformunun stratejik ortağı ve B Corp Türkiye temsilcisi. B Corp, finansal ve finansal olmayan değerlerini sürdürülebilir bir şekilde yöneten ve kurumsal yönetim, çalışanlar, yerel ekonomi, toplum ve çevre gibi alanlarda yarattıkları değeri belirli bir performans standardı çerçevesinde ölçmeyi benimseyen şirketlere yönelik bir sertifika programı.
Sabancı Vakfı – Fark Yaratıcılar	Destek programı	Türkiye	Farkındalık yaratmak ve diğer insanlara ilham vermek amacıyla, sosyal kalkınmaya katkıda bulunan kişilerin hikâyelerini paylaşan, 2009-2019 yılları arasında 187 özgün hikâyeye destek vermiş program.
SDG Impact Accelerator SKH Etki Hızlandırıcısı	Hızlandırıcı	Türkiye	T.C. Dışişleri Bakanlığı, BM Kalkınma Programı (UNDP), Bill & Melinda Gates Vakfı, Limak ve Eczacıbaşı işbirliğiyle yürütülen ve Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri çerçevesinde sosyal etki odaklı yenilikçi ve ölçeklenebilir girişimleri destekleyen, pilot aşamasındaki hızlandırma programı.
SIA Sosyal Etki Ödülleri	Ödül programı	Türkiye	Türkiye’de 2019 yılında, Impact Hub İstanbul ile işbirliği içinde başlatılan, gençlerin sosyal girişimlerini eğitim, mentorluk ve ağ destek hizmetlerine erişimlerini sağlayarak destekleyen ödül programı.
Social Impact Award Turkey Sosyal Girişim Ankara	Platform	Ankara	Ankara Kalkınma Ajansı, Ankara Sosyal Bilimler Üniversitesi ve TED Üniversitesi tarafından koordine edilen, Ankara'daki sosyal girişimcilik ekosisteminin güçlendirilmesine yönelik faaliyetler ve bu alanda farkındalık artırılması için kamu diyalogu toplantıları yürüten platform.
Sosyal Girişimci Liderler Akademisi (SOGLA)	Destek programı	Türkiye	Sosyal girişimciliği üniversite öğrencileri ve genç profesyoneller arasında yayarak, toplumsal değer odaklı fikirleri ortaya çıkarmayı ve geliştirmeyi amaç edinen destek oluşumu.
Sosyal İnovasyon Merkezi	Destek programı	İstanbul	Sosyal inovasyon ve sosyal girişimcilik alanında yürütülen eğitim ve ödül programlarına, proje ve etkinliklere destek sunan ekosistem aktörü.
TAK Kadıköy Tasarım-Araştırma-Katılım	Çalışma alanı	İstanbul	Kamu yararına hizmet eden fikirleri ve ürünleri geliştirmek isteyen öğrencilere, gönüllülere, tasarımcılara ve yurttaşlara açık yaratıcı inovasyon alanı ve ortak etkinlik alanı.
Tepebaşı Belediyesi Sosyal Kuluçka Merkezi	Kuluçka merkezi	Eskişehir	Finansal imkânları olmayan mülteciler de dâhil olmak üzere, sosyal girişimcileri eğitim, mentorluk ve çalışma alanı imkanları sunarak destekleyen sosyal kuluçka merkezi ve faaliyet alanı.
TÜBİTAK 2238 Girişimcilik ve Yenilikçilik Yarışması	Ödül programı	Türkiye	Türkiye Bilimsel ve Teknolojik Araştırma Kurumu tarafından sosyal girişimcilik alanında da verilen üniversite öğrencilerine yönelik yarışma ve ödül programı.
TÜSIAD Bu Gençlikte İş Var!	Ödül programı	Türkiye	Son yıllarda sosyal etki ve Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri odağını içerecek şekilde üniversite öğrencilerinin girişimcilik fikirlerine yönelik eğitim, network ve mentorluk desteği sağlayan ödül programı.
University4Society	Hızlandırma programı	Türkiye	Üniversite öğrencilerinin girişimcilik fikirlerini, sosyal etki odaklı fikirleri de içeren şekilde, mentorluk, eğitim ve tanıtım fırsatları ile destekleyen hızlandırma programı.
Yenibir lider Derneği YBL 21	Destek programı	Türkiye	Türkiye’nin çeşitli bölgelerinden seçilen başarılı üniversite öğrencilerine, mezuniyetlerinden önce dahil oldukları program çerçevesinde sosyal etki odaklı projeler hazırlamaları konusunda da destek sunan program.
Young Guru Academy (YGA)	Destek programı	Türkiye	Lise ve üniversite öğrencilerinin sosyal sorunlara kalıcı ve yenilikçi çözüm fikirleri üretmelerine ve bunları hayata geçirmelerine yönelik destek programları yürüten oluşum.

Türkiye’deki sosyal girişimler için finansman olanakları kısıtlıdır. Sadece sosyal girişimlere özel tek bir kitle fonlaması (crowdfunding) platformu vardır ve diğerlerinin tümü teknoloji odaklıdır. Hâlihazırdaki melek yatırımcı ağları ya da risk sermayesi şirketleri, sosyal sorumluluk yatırımları kapsamında, vaka bazında ya da yapılandırılmamış bir şekilde destek sunabilmektedir. Türkiye’de herhangi bir etki yatırım fonu bulunmamakla birlikte sosyal sorumluluk öncelikli yatırım fonu olarak sınıflandırılabilen bazı fonlar vardır. Öte yandan, arz tarafında ilgi giderek artmaktadır ve özellikle de bankaların yürüttüğü birçok çalışma devam etmektedir. Bazı bankalar (TEB, Garanti ve Albaraka Türk de dâhil olmak üzere) yatırım ya da finansman yerine, kuluçka ya da hızlandırıcı programları sunmaktadır.

Tablo 5: Türkiye’deki yatırım ve finansman fırsatları

Kuruluş adı	Kuruluş türü	Coğrafi kapsam	Sosyal girişimle ilgili faaliyetler
500 Startups	Risk sermayesi	Türkiye	Sosyal girişimler de dâhil olmak üzere, erken aşamadaki girişimlere yatırım yapmaktadır.
Arikovani	Kitle fonlaması platformu	Türkiye	Teknolojiyle ilgili sosyal girişimlere de açık olan fon platformudur.
Arya Kadın Yatırım Platformu	Melek yatırım/yatırımcı ağı	Türkiye	Sosyal girişimlere de yatırım yapmaktadır.
BIC Angels	Melek yatırım ağı	İstanbul	Sosyal girişimlere de küçük ölçekli yatırım yapmaktadır.
Buluşum	Eşlemeli fon (matchfunding) ve kitle fonlaması programı	Türkiye	Sosyal girişimler ve sosyal inovasyon aktörleri için özel olarak kurulmuş fon platformudur.
EGİAD Angels	Melek yatırım ağı	İzmir	Sosyal girişimlere de küçük ölçekli yatırım yapmaktadır.
Fibabank	Mikro kredi programı	Türkiye	Mikro ve küçük ölçekli sosyal girişimlerin başvurusuna açıktır. EaSI Programı tarafından desteklenmektedir.
Fongogo	Kitle fonlaması platformu	Türkiye	Sosyal girişimlerin katılımına da açık olan fon platformudur.
Galata Business Angels (GBA)	Melek yatırım ağı	İstanbul	Sosyal girişimlere de küçük ölçekli yatırımlar yapmaktadır.
IdaCapital	Yatırım fonu	İstanbul	Sosyal sorumlu yatırımlara öncelik veren yatırım fonudur.
Ideanest	Eşlemeli fon (matchfunding) ve kitle fonlaması platformu	Türkiye	Teknoloji tabanlı yenilikçi sosyal girişimlere de açıktır.
İlk Adım Destek Platformu	Finansal destek	Türkiye	Sosyal girişimlere mikro ölçekte finansal destek sağlamaktadır.
İstanbul Social Enterprise – ISE	Finansal destek ve etki fonu	Türkiye	Sosyal etkiye sahip girişimlere yatırım yapmaktadır.
İstanbul StartupAngels	Melek yatırım ağı	İstanbul	Sosyal sorumluluk öncelikli girişimlere de küçük ölçekli yatırımlar yapmaktadır.
TR Angels	Melek yatırım ağı	İstanbul	Sosyal girişimlere de küçük ölçekli yatırımlar yapmaktadır.



4. ARAşTIRMA BULGULARI



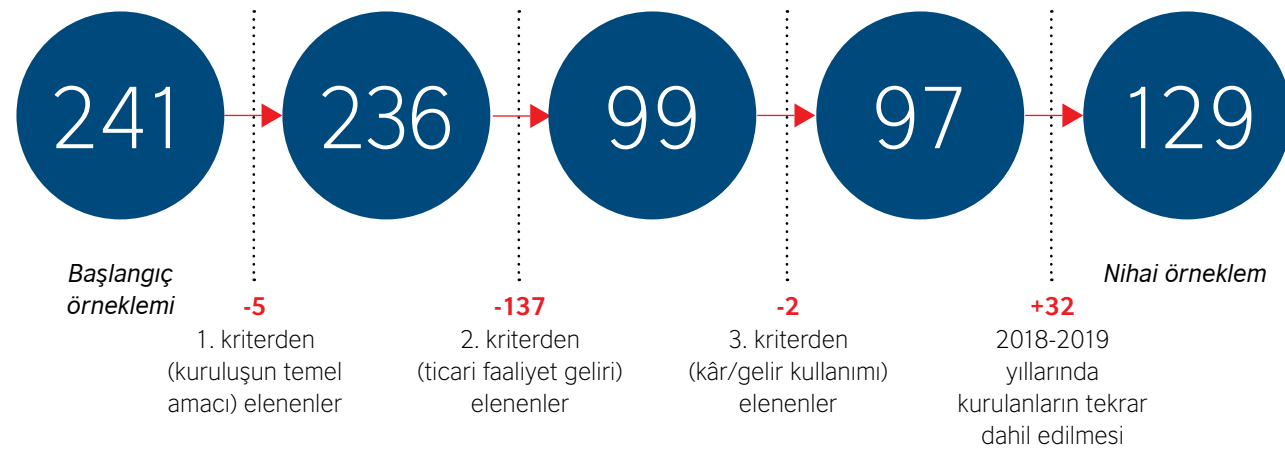
4.1. Sosyal girişim anketinin örnekleme

Online anket kapsamında 248 eksiksiz yanıt alınmıştır. Mükerrer yanıtlar çıkartıldıktan sonra, geriye 241 yanıt kalmıştır. Bu yanıtlar içinde toplam 129'unun bu araştırma için tanımlanan sosyal girişim kriterlerini karşıladığı belirlenmiştir. Şekil 2'de gösterildiği üzere, nihai sosyal girişim örnekleme sayısı 129'dur.

- İlk kriter olan öncelikli amaç kriterini, 241 katılımcı arasında 236 katılımcı yerine getirmiştir. Başlangıçtaki örnekleme içinde yer alan toplam 155 sosyal girişim (%64,32) öncelikli amaçlarının sosyal ya da çevresel olduğunu belirtirken, 81 sosyal girişim (%33,61) hem sosyal/çevresel amaca, hem de kâra eşit ölçüde önem verdiğini ifade etmiştir.

- İkinci kriter olan 'ticari faaliyetler yoluyla gelir elde etme' kriteri uygulandığında, 137 kuruluş elenmiştir. Ticari faaliyetler yoluyla gelir elde etme, henüz tam anlamıyla yerleşmiş bir uygulama değildir. Örnekleme içinde yer alan katılımcı girişimlerin çoğu, yalnızca birkaç yıl önce kurulmuş olduğundan, bu girişimlerin 'toplam gelirin %50'sini ya da daha fazlasını ticari faaliyetlerden elde etme' kriterini yerine getirmeleri zor bir ölçüt olmuştur. Bunun yanı sıra, katılımcı girişimlerin çoğu, 2018 ve 2019 yıllarında kurulmuş olduğundan, 12 aylık dönemin tamamı için gelire ilişkin verileri bulunmamaktadır. Dolayısıyla bu tür girişimler, kendilerini sosyal girişim olarak tanımlıyorlarsa örnekleme dâhil edilmiştir.
- Üçüncü kriter olan 'kâr/gelir fazlası kullanımı' uygulandığında, sadece iki girişim elenmiştir.

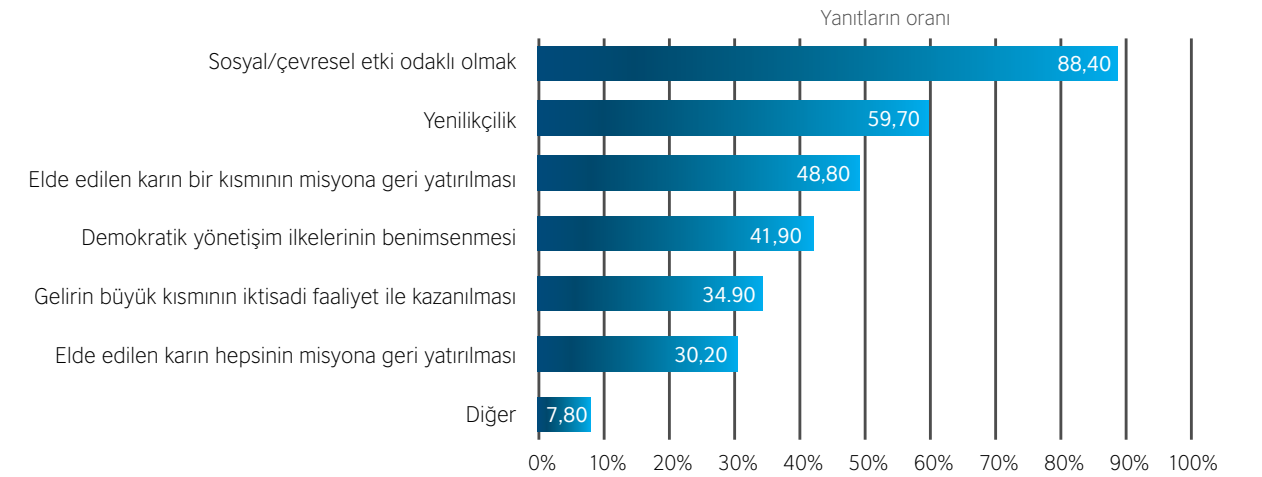
Şekil 2: Online anket örnekleme



4.2. Kendini tanımlama

Anket katılımcılarının %95'i girişimlerini sosyal girişim olarak tanımlamıştır. Katılımcılardan sosyal girişimleri tanımlayan temel niteliklerinin neler olduğunu belirtmesi istenmiştir. En sık verilen yanıt, sosyal/çevresel etki odaklı olmaktır (%88). Bu yanıtı, inovasyon (%60) ve kârın belirli bir yüzdesini bu amacı gerçekleştirmeye ayırmak (%49) yanıtları takip etmiştir.

Şekil 3: Ankete katılan girişimlere göre sosyal girişimleri tanımlayan nitelikler



Good4Trust - <https://good4trust.org>

Good4Trust.org ekolojik ve sosyal açıdan sorumlu üreticiler arasında dayanışmayı güçlendirmek için çalışan, online bir topluluktur. Çevrimiçi bir platform vasıtasıyla, 'tüketici ekonomisi'ni (olumlu ya da olumsuz sosyal ve ekolojik etkisi asgari düzeyde olan, makro ölçekli döngüsel ekonomi) desteklemeyi amaçlamaktadır. Bu sistem; üreticiler ve üreten tüketiciler arasında, güvene dayalı bir şekilde, hizmet ve ürün paylaşımına olanak sağlamaktadır. Ekolojik ve sosyal açıdan sorumlu üreticiler tarafından tedarik edilen ürünler; bu üreticilerle benzer değerleri paylaşan üreten tüketicilere sunulmaktadır.

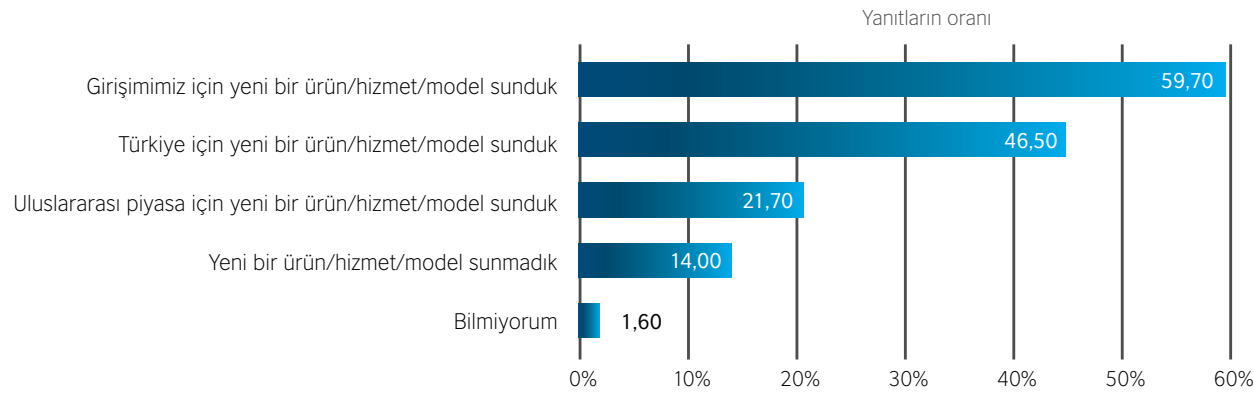
Platform, 2014 yılında kurulduğundan bu yana, giderek büyümektedir. 2019'un Mayıs ayı itibarıyla, platformdaki 81 üretici, 12.410 kayıtlı üreten tüketiciye hizmet vermektedir. Good4Trust.org markası, Türkiye'de limited şirket statüsünde olan İyilik İletişim ve Yazılım Ticaret Ltd. şirketi altında kayıtlıdır. Hisselerin tamamı yatırım hissesidir ve bu nedenle şirket kuruluş sözleşmesi gereği kâr dağıtılmamaktadır.

Good4Trust.org üreticiler ve üreten tüketiciler arasındaki işlemlerden küçük bir idari ücret olarak maliyetlerini karşılamakta ve ekonomik sürdürülebilirliğini sağlamaktadır.

4.3. İnovasyon

Sosyal girişimler, genelde sosyal yenilikleri (inovasyonları) başlatan kuruluşlardır. Bunun için en yeni fikirlerin, modellerin, ürün ve hizmetlerin sunduğu potansiyelden faydalanırlar. İnovasyon, bu araştırmada sınıflandırma kriteri olarak kullanılmamış olsa da, bu örnekteki girişimlerin çoğu inovatiftir (bkz. Şekil 4) ve katılımcıların %86'sı son 12 ay içinde Türkiye'de ya da dünyada yeni bir ürün/hizmeti/modeli piyasaya sunduklarını belirtmiştir. Bu oran, 2014 ve 2016 yılları arasında, Türkiye'deki ticari girişimler için %47,3²⁵ olarak kaydedilen orana kıyasla çok yüksektir. Dünya Bankası'nın 2015 Bölgesel İşletme Anketi (Regional Enterprise Survey) sonuçlarına göre, Türkiye'deki şirketlerin %86'sı yeni ya da önemli ölçüde iyileştirilmiş bir hizmet ya da ürün sunmamıştır.

Şekil 4: Son 12 ay içinde piyasaya yeni bir ürün/hizmet/model süren sosyal girişimlerin sayısı



Açık Açık - <https://acikacik.org>

Açık Açık, 2016 yılında İ. Renay Onur ve İtir Erhart tarafından kurulan, online bir platformdur. Bu platform; bağışçılar ve sivil toplum kuruluşları (STK'lar) arasında güven tesis ederek, Türkiye'de bağışçılığı geliştirmeyi amaçlamaktadır.

Açık Açık; STK'lara bağış yapmak isteyen kişiler açısından en temel engellerin şeffaflık ve güvenilirlik olduğunu tespit etmiş, STK'ların bilançolarını, faaliyetlerini ve yararlanıcıların yorumlarını paylaştıkları bir platform oluşturmuştur. Platforma üye olan STK'lar; 'Bağışçı Hakları Beyannamesi'ni imzalayarak aldıkları bağışları nasıl kullandıklarını açıklama taahhüdünde bulunmaktadır.

Bu platforma kayıtlı STK'lar; Adım Adım (kardeş kuruluş) gibi diğer platformlara da erişim kazanmaktadır. Adım Adım; yardımseverlik koşusunu (charity run) Türkiye'de tanıtmak ve yaygınlaştırmak için kurulan bir platformdur. Maratona katılan bireyler vasıtasıyla STK'lar için bağış toplanmasını kolaylaştırır.

Açık Açık; kurum çalışanlarının STK'lara yaptığı bağışları ve gönüllü olarak ayırdıkları zamanı ölçerek şirketlerin 'kurum çalışanları hayırseverlik endeksi' hazırlamalarına da yardımcı olmaktadır. Hâlihazırda, altı şirket, platformda hayırseverlik endekslerini yayımlamaktadır.

Açık Açık; hem bir dernek hem de ticari bir şirket olarak kayıtlıdır. Tanıtılan STK'lardan alınan üyelik ücretlerinden ve kurumsal bağışlardan gelir elde etmektedir.

4.4. Motivasyon

Anket katılımcılarının toplam %78'i kişisel olarak yaşadıkları bir sorunun, sosyal girişim kurma veya sosyal bir girişimde çalışmalarını önemli ölçüde etkileyen bir faktör olduğunu belirtmiştir. Eğitim geçmişi de önemli bir faktör olarak ortaya çıkmıştır.

Şekil 5: Katılımcılara sosyal bir girişim kurmaları/sosyal bir girişimde çalışmalarını için ilham veren faktörler

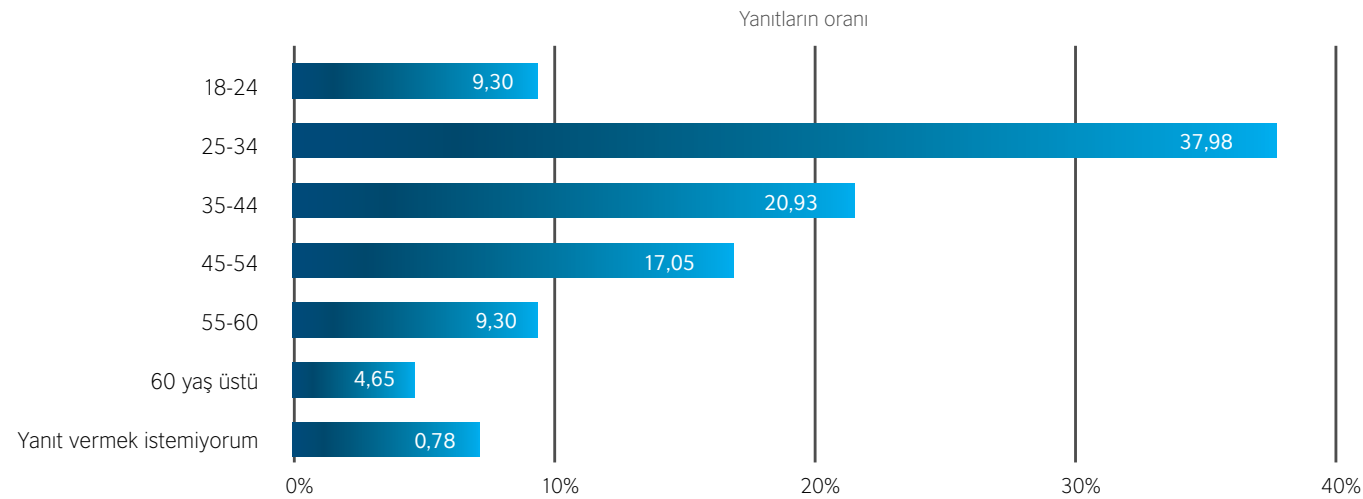


4.5. Sosyal girişim liderliği

4.5.1. Yaş

Türkiye'deki sosyal girişim liderleri, genelde gençlerden oluşmaktadır. Anket katılımcılarının yaklaşık %38'i sosyal girişimlerini yöneten kişinin 25-34 yaş arasında olduğunu bildirirken, %9,3'ü yöneticilerinin 18-24 yaş arasında olduğunu ifade etmiştir. Bu da sosyal girişim liderlerinin neredeyse yarısının (%47,28) 35 yaşın altında olduğunu göstermektedir. 2017 verilerine göre bu oran, ticari girişimler için %21,4 olarak kaydedilmiştir²⁶.

Şekil 6: Sosyal girişim liderlerinin yaşı



4.5.2. Cinsiyet

Türkiye'deki sosyal girişimlerin çoğuna kadınlar liderlik etmektedir. Ankete katılan sosyal girişimlerin liderlerinin ya da yöneticilerinin %55'i kadındır. Genç girişimlerde kadın yöneticilerin oranı (%57,4), daha köklü girişimlerdeki orana (%50,9) kıyasla daha yüksektir.

2017 verilerine göre karşılaştırma yapıldığında, ticari girişimlerde kadın yöneticilerin oranının %18,9 olduğu görülmektedir²⁷. Kadınların sivil topluma katılımı da düşük bir seviyededir - sivil toplum kuruluşu üyelerinin %10,4'ü kadındır ve sivil toplum kuruluşlarının sadece %14'ünün lideri kadındır²⁸.

Şekil 7: Sosyal girişim liderlerinin cinsiyeti



²⁶ TÜİK Girişimcilik İstatistikleri, 2017

²⁷ TÜİK Girişimcilik İstatistikleri, 2017

²⁸ TÜSEV STEP Raporu, 2011

Anlatan Eller - <https://www.anlataneller.org.tr>

Anlatan Eller'in temel amacı; işitme engelli bireylere eşit fırsatlar sağlamaktır. Bu sosyal girişim; 2016'nın Aralık ayında, matematik öğretmeni Pelin Baykan tarafından bir sosyal sorumluluk projesi olarak başlatılmıştır. İşitme engelli bir arkadaşı, Pelin Baykan'dan matematik sınavına hazırlanmak için yardım istemiştir. İşitme engelli öğrencilerin sınavlara hazırlanırken karşılaştıkları güçlüklerin ve eşitsizliklerin farkına varan Pelin Baykan, bu öğrencilerin ihtiyaçlarına yanıt vermek için işaret dilini kullanarak kaydettiği matematik derslerini YouTube kanalı üzerinden paylaşmaya başlamıştır. 2018'in Nisan ayına kadar, YouTube kanalındaki videoların görüntülenme sayısı 126.000'e ulaşmıştır. Online dersleri, yüzyüze dersler takip etmiştir. Yüzyüze dersler; 2018 yılında, Şişli Belediyesi ile işbirliği içinde başlatılmıştır.

Anlatan Eller; sosyal girişimcilik kavramıyla tanıştıktan sonra, işiten topluluk ve işitme engelli topluluklar arasındaki iletişimi iyileştirmek amacıyla, şirketler, bireyler ve gruplar için ücretli olarak Türkçe işaret dili dersleri düzenleyerek bir gelir akışı oluşturmuştur. İşitme engelli öğretmenler tarafından verilen kurslar, öğretmenlere istihdam fırsatları da sağlamaktadır.

Bu sosyal girişim; hibrit bir model kullanmaktadır. Hem dernek hem de özel şirket olarak 2018 yılında kurulan girişim, iki yasal statüye sahiptir.

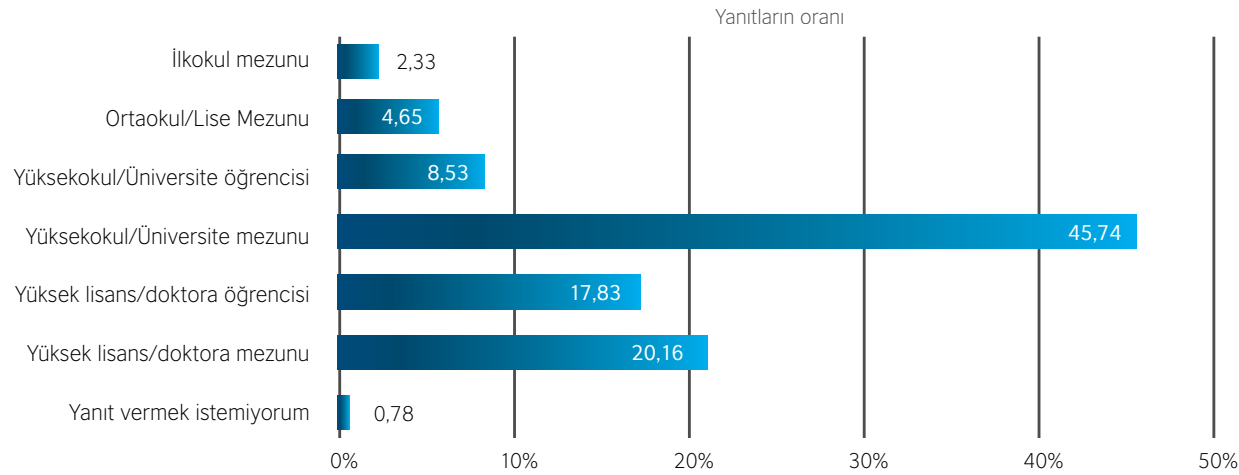
4.5.3. Eğitim düzeyi

Sosyal girişim kurucularının ya da yöneticilerinin eğitim düzeyi yüksektir - ankete katılan sosyal girişimlerin kurucularının ya da yöneticilerin %84'ü en azından meslek okulu/üniversite mezunudur. Bu rakam, Türkiye'deki ticari girişimlerle karşılaştırıldığında oldukça yüksektir. 2017 yılında, bu oran, ticari girişimler arasında %27,7²⁹ olarak kaydedilmiştir. Bunun yanı sıra, sosyal girişimlerin kurucu ve yöneticilerinin %20'sinin yüksek lisans ya da doktora derecesine sahip olduğu saptanmıştır.

Liderlerin eğitim düzeyi, köklü girişimlerde daha da yüksektir. 2015 yılı ya da öncesinde faaliyetine başlamış olan girişimlerde, liderlerin %88,14'ü lisans derecesine ya da daha yüksek bir dereceye sahiptir. Kadın yöneticilerin lisansüstü dereceye sahip olma oranı daha yüksektir - örneklemdaki kadın yöneticilerin %40,85'i lisansüstü eğitimlerine devam etmektedir ya da lisansüstü bir derece almıştır.

Bu sonuçlar; yarı yapılandırılmış görüşmeler sırasında elde edilen izlenimleri de desteklemektedir. Buna göre, sosyal girişime duyulan ilgi düzeyi, eğitim seviyesiyle birlikte artmaktadır. Sosyal girişimciler, genelde genç ve eğitilmiş olup Türkiye'nin büyük kent merkezlerinde yaşadığından, sosyal girişimler, görece ayrıcalıklı bir sosyal grup tarafından yönetiliyor gibi görünmektedir.

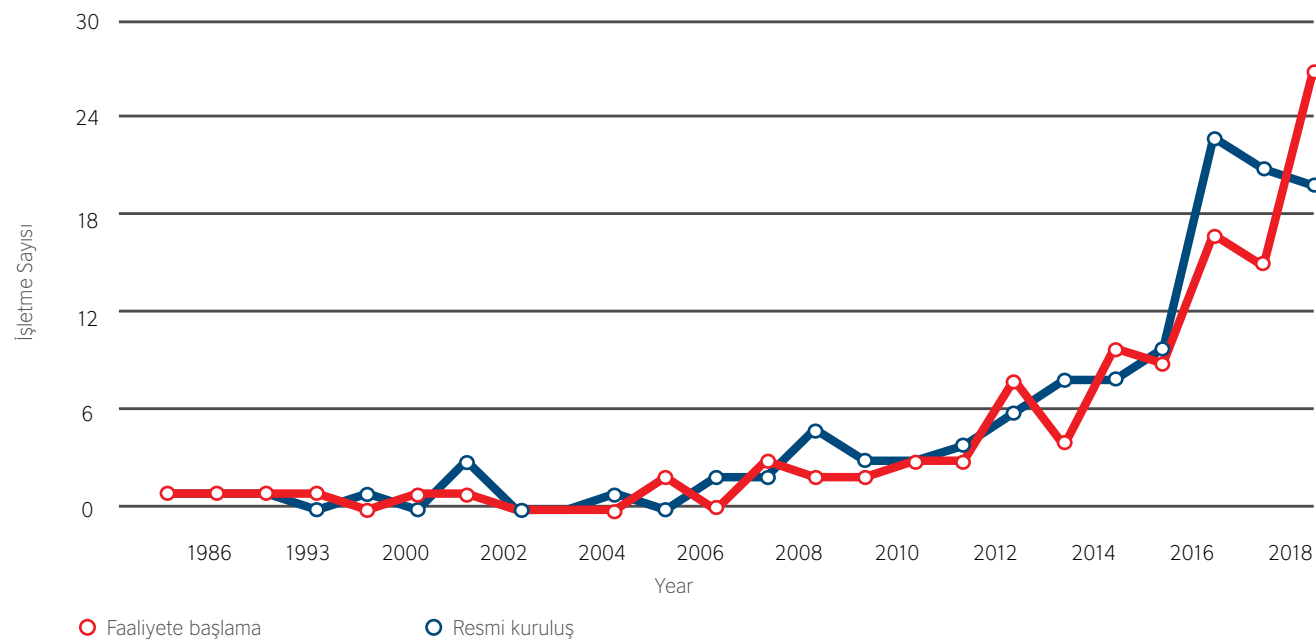
²⁹ TÜİK Girişimcilik İstatistikleri, 2017

Şekil 8: Sosyal girişim liderlerinin eğitim düzeyi

Dünya Bankası'nın 2015 İşletme Anketi sonuçlarıyla karşılaştırıldığında, sosyal girişimlerdeki yöneticilerin eğitim düzeyinin, ticari girişimlerdeki yöneticilerin eğitim düzeyinden daha yüksek olduğu görülmektedir. Ticari girişimlerde, üst düzey yöneticilerin %37,5'i lise; %19,3'ü üniversite mezunudur.

4.6. Faaliyet süresi

Türkiye'deki sosyal girişimlerin çoğu genç kuruluşlardır. Bazı sosyal girişimler, faaliyetlerine 1990'larda başlamıştır ve 1980'lerden önce faaliyete geçen çok az sayıda sosyal girişim vardır. 2015'ten bu yana, sosyal girişim sayısında kayda değer bir artış yaşanmıştır. Bu eğilim, ticari girişimlerle paralellik göstermektedir. Girişim sektörü, 1990'larda hızla büyümeye başlamış, 2001-2010 yıllarında ivme kazanmış ve 2011-2017 yılları arasında kayda değer bir büyüme sağlamıştır³⁰.

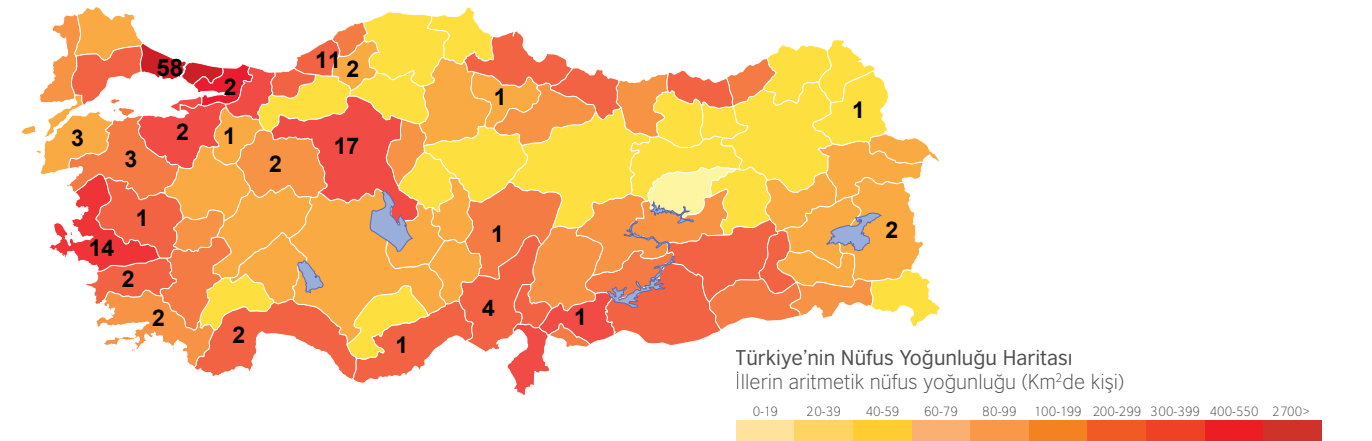
Şekil 9: Sosyal girişimlerin faaliyete geçtiği/resmî olarak kurulduğu yıllar

30 TÜİK Girişimcilik İstatistikleri, 2017

4.7. Coğrafi kapsam

Türkiye'deki sosyal girişimlerin çoğu büyük şehirlerde bulunmaktadır. Sosyal girişimler genelde (%45) İstanbul'da bulunmaktadır. Sosyal girişimlerin %13,2'sine Ankara ev sahipliği yapmakta, onu %10,9 ile İzmir takip etmektedir. Bununla birlikte, sosyal girişimler, Türkiye'nin çoğunlukla batısında yer alsa da, 23 farklı ilde faaliyet göstermek suretiyle Türkiye geneline yayılmıştır.

Nitel araştırma verileri de bu noktayı doğrulamaktadır. Başta İstanbul ve Ankara olmak üzere, büyük şehirler sosyal girişimler için daha destekleyici bir ortam sunmakta ve şehirler küçüldükçe sağlanan destek de azalmaktadır. Bununla birlikte, sosyal girişimlerin, büyük şehir merkezlerinde toplanmış olmasından, sosyal girişimler için kent merkezleri dışında bir potansiyel bulunmadığı sonucunu çıkarmamak gerekir. 12 şehirde yapılan görüşmeler, ilgi ve yeterlilik düzeyinin giderek artmakta olduğunu açıkça ortaya koymuştur.

Şekil 10: Sosyal girişimlerin merkezlerinin bulunduğu yerler

BBOM Derneği - <http://www.baskabirokulmumkun.net>

BBOM; kâr amacı gütmeyen, çevre dostu, demokratik ve işbirliğine dayalı bir okul modelidir ve 2012 yılında kurulmuştur. BBOM'un amacı; Türkiye'deki herkes için eğitimi erişilebilir, uygun maliyetli, küresel değerlerle ve standartlarla uyumlu hâle getirmektir.

İYİ UYGULAMALAR

BBOM Derneği, kurulduğu tarihten bu yana, Türkiye'deki yenilikçi eğitim hareketinin temelini oluşturmaktadır. Yaklaşık 25.000 ebeveyn, eğitmen, yönetici ve diğer paydaşla birlikte çalışan BBOM, doğrudan okullar açmak yerine, yerel topluluklarında okul açmak isteyen ebeveynleri ve gönüllüleri desteklemektedir.

Bu strateji kapsamında, BBOM, ebeveynleri kendi kooperatiflerini kurmaları için teşvik etmektedir. Söz konusu kooperatifler, BBOM'a bağlı okulların finansal çerçevesi ve karar alma mekanizması olarak işlev görmektedir. Bu kooperatiflerin karar alma mekanizması, BBOM Derneği'nden bağımsızdır. Şu an Türkiye'nin farklı şehirlerinde BBOM'a bağlı 8 kooperatif vardır.

Kooperatiflerin geliri; kooperatif üyelerinin katılım ücretlerinden, okul ve üyelik ücretlerinden gelmektedir. Kooperatifler, yerel olarak sağlanan aynı desteklerden ve bağış toplama etkinliklerinden de faydalanabilmektedir.

BBOM Derneği; modelini sürdürebilmek için hibelerden ve bağışlardan yararlanmaktadır. Şu an iktisadi bir işletme kurarak eğitim ve öğrenimle ilgili yayınlar vasıtasıyla gelir yaratmayı da planlamaktadır.

4.8. Yasal statü

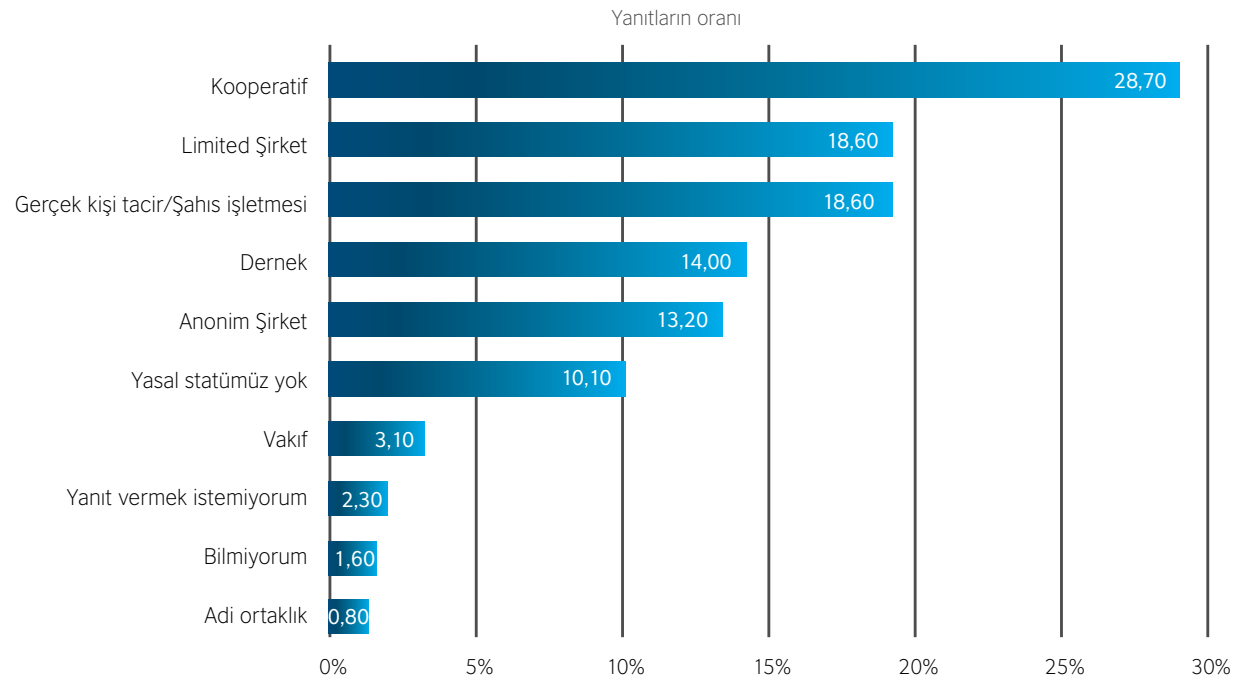
Türkiye'deki sosyal girişimlerin yasal statüsü, geniş bir yelpaze oluşturmaktadır. Sosyal girişimler, ihtiyaçlarına en uygun olan, bir ya da birkaç yasal statüyü tercih etmektedir.

Türkiye Cumhuriyeti kanunlarında, sosyal girişimler için ayrı bir yasal statü yer almamaktadır. Türkiye'deki sosyal girişimlerin birçoğu kooperatif (%28,7), limited şirket (18,6) ve şahıs şirketi (gene %18,6) olarak kayıtlıdır. Kayda değer sayıda girişim (%14) dernek yapısını tercih ederken, girişimlerin %3,1'i vakıf formunu seçmiştir. Anonim şirket olarak kurulan sosyal girişimler, ankete katılanların %13,2'sine karşılık gelmektedir.

Ankete katılan 129 sosyal girişimin 12'si (%9,3) yasal yapıların bir kombinasyonunu benimseyerek karma bir model tercih etmiştir.

Örneklemdaki sosyal girişimlerin %10'unun yasal olarak resmi bir statüsü bulunmamaktadır. Sözü geçen yasal yapıların özelliklerine ilişkin genel bir değerlendirme için lütfen Ek 3'e bakınız .

Şekil 11: Sosyal girişimlerin yasal statüsü



Kurucunun ya da yöneticinin yaşının, girişimin yasal statüsü üzerinde etkisi söz konusudur. Yasal statüsü olmayan girişimlerin %76,9'u 35 yaşından küçük yöneticiler tarafından idare edilmektedir. 35 yaşından büyük liderlerin %47,8'i kooperatifleri yönetmektedir. Bu bulgu doğrultusunda, kooperatiflerin %86,5'i de 35 yaşından büyük liderler tarafından yönetilmektedir. Genç yöneticilerin en çok tercih ettiği yasal statü, şahıs şirkettir.

Teyit - <https://teyit.org>

Teyit; internette yer alan şüpheli bilgileri inceleyen bir doğrulama platformudur. 2016 yılında Mehmet Atakan Foça tarafından kurulmuştur. Teyit; Türkiye'de dijital okuryazarlığı artırmayı, dijital ve sosyal medya kanallarında artan bilgi kirliliğini azaltmayı amaçlamaktadır.

Kuruluş; internette yer alan haberleri sürekli olarak tarayarak şüpheli haberleri tespit etmekte, analizler yapmakta ve sonuçlarını okurlarıyla paylaşmaktadır. İçeriğin doğrulanması için gazetecilik yöntemleriyle, dijital araçların bir karışımı kullanılmaktadır. Platformun Twitter'da 400.000'ü aşkın takipçisi vardır. Facebook sayfası ise 60.000'den fazla takipçiye ulaşmıştır. Teyit; eriştiği kişi sayısını arttırmak amacıyla, ulusal ve uluslararası haber platformlarının yanı sıra STK'larla da düzenli olarak işbirliği yapmaktadır.

Teyit; karma bir iş modeli kullanmaktadır. Hem dernek hem de limited şirket olarak kayıtlıdır. Teyit'in 4 temel gelir kanalı vardır: Haberleri doğrulamak ve değerlendirmek için Facebook'la yapılan ortaklık, medya ve sosyal medya hakkında araştırma faaliyetleri yürütmek için alınan hibeler, konuşmacı ücretleri ve online topluluk finansman platformu aracılığıyla sağlanan kullanıcı destekleri.

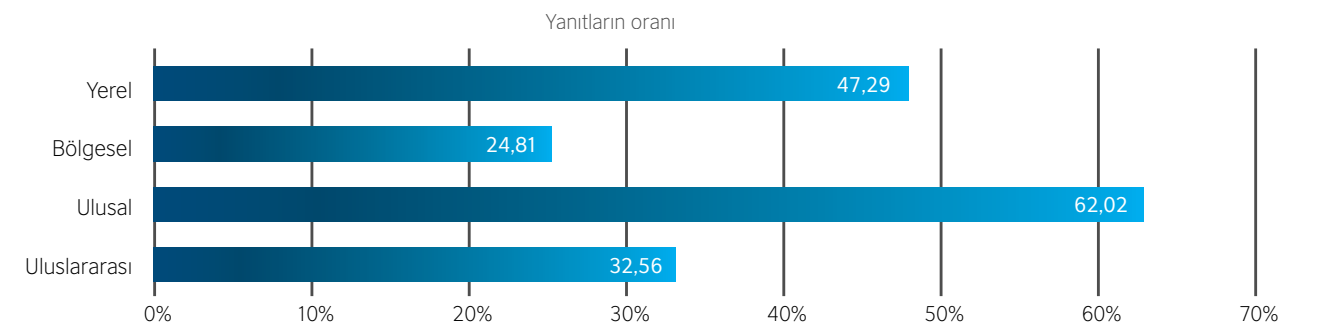
4.9. Coğrafi ölçek

Türkiye'deki sosyal girişimler, hem ulusal hem de uluslararası düzeyde faaliyet göstermektedir.

Ankete katılan sosyal girişimlerin %32,56'sı uluslararası düzeyde faaliyet göstermektedir. Bu da büyüme açısından yüksek bir potansiyele işaret etmektedir. Birden fazla seçeneği işaretlemenin mümkün olduğu bu soruda, faaliyetlerinin ölçeği konusunda yanıt veren sosyal girişimlerin %62,02'si ulusal düzeyde faaliyet gösterdiklerini belirtirken, %47,2'si yerel düzeyde, %32,56'sı uluslararası düzeyde ve %24,81'i de bölgesel düzeyde faaliyet gösterdiklerini ifade etmiştir.

Diğer taraftan, Dünya Bankası'nın 2015 İşletme Anketi sonuçlarına göre, ticari girişimlerin %83'ü ürünlerini yerel düzeyde pazara sunarken, %14'ü temel ürünlerini ulusal düzeyde satmaktadır ve bu şirketlerin sadece %2'si uluslararası düzeyde satış yapmaktadır.

Şekil 12: Sosyal girişimlerin faaliyet ölçeği

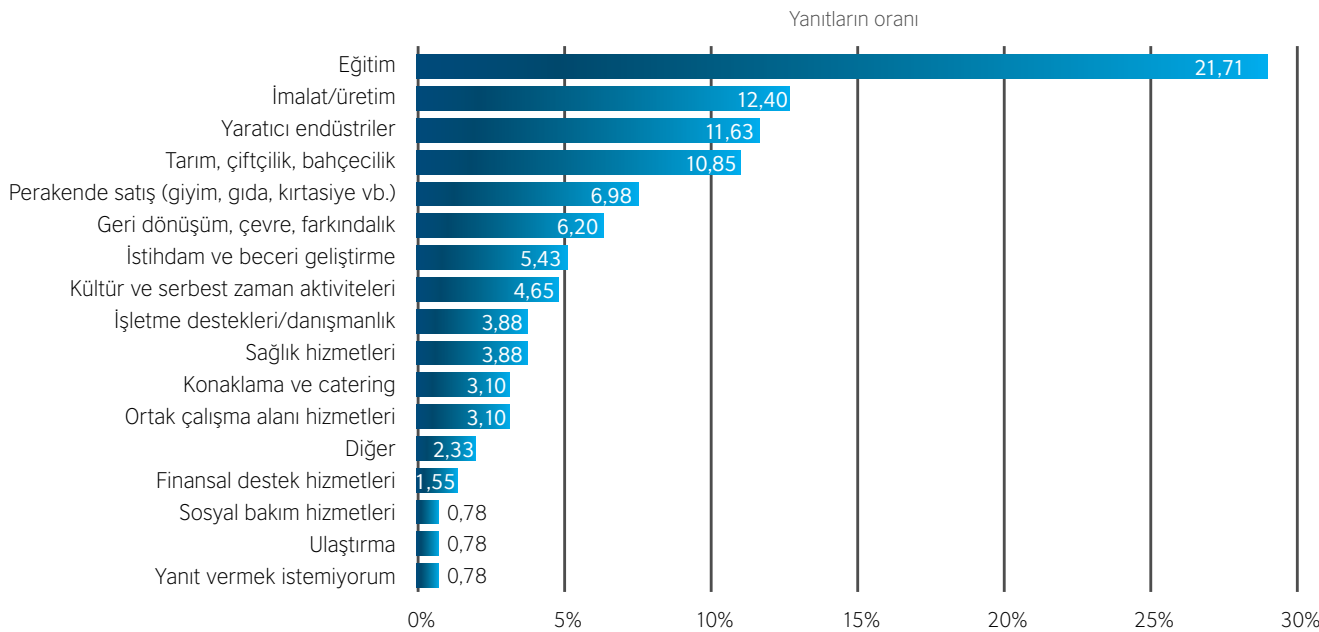


4.10. Sektörler

Sosyal girişimler, genelde bakım hizmetleri gibi belirli sektörlerle ilişkilendirilse de, uygulamada birçok farklı sektörde faaliyet göstermektedirler.

Eğitim, en yaygın sektördür. Ankete katılan kuruluşların %21,71'i bu sektörde faaliyet göstermektedir. Bunu, imalat ve üretim (%12,4) ile yaratıcı endüstriler (%11,63) takip etmektedir. Tarım ve çiftçiliğin aldığı pay %10,85 iken, sosyal girişimlerin %6,2'si geri dönüşüm ve çevresel farkındalık alanında; %5,43'ü ise istihdam ve beceri geliştirme alanında çalışmaktadır. Farklı sektörlerde kadın liderliğine yönelik daha derinlemesine bakıldığında, kadın liderlerin yönlendiği öne çıkan belirli bir sektör tespit edilmemiştir.

Şekil 13: Sosyal girişimlerin faaliyet gösterdiği temel sektörler



SafiMera -<http://safimera.com>

Anadolu Meraları girişimi, Durukan Dudu ve Volkan Büyükgüngör tarafından 2011 yılında başlatılmış ve resmi olarak 2013'te kurulmuştur.

Anadolu Meraları; eğitim programları ve projeler vasıtasıyla, Türkiye'deki meralara bütüncül bir yönetim yaklaşımı getirmiştir. SafiMera; Anadolu Meraları'nın çatısı altında geliştirilen bir girişimdir ve Anadolu Meraları ile aynı değerleri paylaşmaktadır. Üretim zincirindeki tüm paydaşlar için daha eşitlikçi bir düzen oluşturan, onarıcı, adil ve besleyici gıda üretimini ve paylaşımını amaç edinmiştir.

SafiMera; Türkiye'de ilk kez %100 'merada beslenen' canlı hayvan ürünlerini sunmakta, kavramı ulusal olarak tanıtmakta ve tanımlamaktadır. Doğal süreçlerden ilham alan SafiMera; tüm paydaşların karar alma mekanizmasında söz sahibi olduğu, ekolojik, ekonomik ve sosyal bir ekosistem yaratma yaklaşımını temel almıştır.

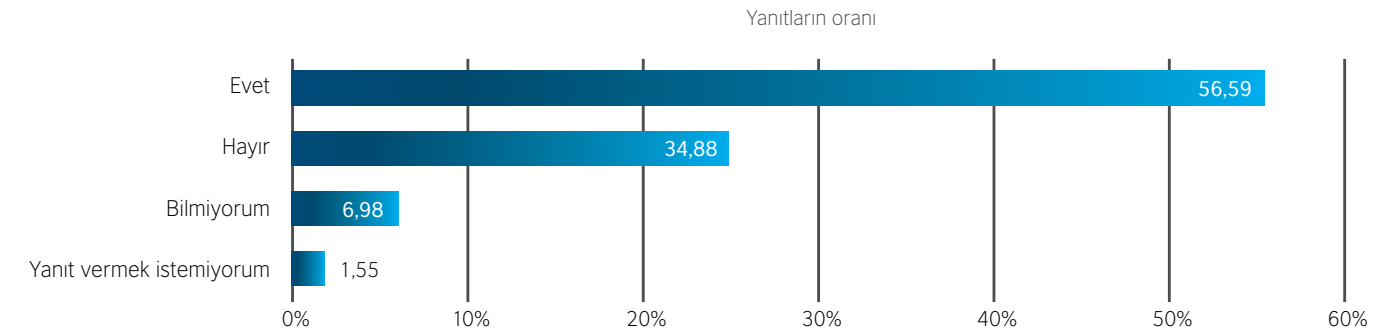
Mevcut sistemdeki 'üretici', 'satıcı', 'müşteri' gibi kavramlar yerlerini, SafiMera ekosisteminde bilinçli 'üreten tüketiciler' ve 'gıda ağı kolaylaştırıcıları' için tanımlanmış daha bütüncül rollere bırakır. Bu sistemde üreten tüketiciler; besleyici değeri daha yüksek gıdalara erişirken aynı zamanda ekosisteminin yenilenmesine de katkıda bulunmaktadır. SafiMera ekosisteminde üretilen gıdaların besin değeri yüksektir ve bu gıda ürünleri, SafiMera'nın çekirdek ekibi tarafından yönetilen, adil bir dağıtım süreci kullanılarak paylaşılmaktadır.

4.11. Sosyal etki

4.11.1. Öncelikli amaç

Ankete katılan tüm sosyal girişimler; sosyal/çevresel amaçlarını öncelikli (%57) ya da kârlarıyla eşit ölçüde önemli (%43) görseler de, katılımcıların yarısından biraz fazlası (%56,59) sosyal ya da çevresel etkilerini ölçtüklerini bildirmiştir. Bu durum, sosyal etkinin ölçümü konusunda kafa karışıklıklarının bulunması ve bu alanda uzmanlığın eksik olmasıyla açıklanabilir.

Şekil 14: Sosyal ya da çevresel etkiyi ölçen sosyal girişimlerin oranı



2014 yılında KUSIF³¹ tarafından yürütülen bir araştırmada, sivil toplum kuruluşlarının sadece %28'inin sosyal etkilerini ölçtükleri belirtilmiştir. Bu çalışmayla karşılaştırıldığında, etkilerini ölçen sosyal girişimlerin oranı nispeten daha yüksektir.

Görüşmeler sonucu elde edilen nitel veriler, sosyal etki kavramının soyut bir kavram olarak kaldığına ve birçok sosyal girişimin tam olarak neyi ölçeceklerini tanımlama konusunda sıkıntı çektiğine işaret etmektedir. Bazı girişimler, etkilerinin yeterince açık olduğunu düşünmektedir. Bununla birlikte, sosyal etki konusunda netliğin bulunmadığı ve farklı anlayışların olduğu açıktır. Yaratılan sosyal etkinin büyüklüğüne ilişkin gerçekçi olmayan algılara işaret eden bulgular da mevcuttur.

TURMEPA – Deniz Temiz Derneği - <https://www.turmepa.org.tr>

TURMEPA; gelecek nesillere denizleri temiz olan, daha yaşanabilir bir Türkiye bırakılmasını sağlamak amacıyla, 1994 yılında, kurucu ve onursal başkan Rahmi M. Koç tarafından kurulmuştur.

TURMEPA; atık toplama gemilerini işletmekte, eğitim faaliyetleri düzenlemekte, eğitici materyaller dağıtmakta ve ticari bir işletme vasıtasıyla deniz-dostu temizlik ürünleri satmaktadır. Kuruluşun bazı faaliyetleri; çeşitli sponsorluk modelleri kullanılarak finanse edilmektedir, fakat çevre dostu temizlik ürünleri markası 2007 yılında piyasaya sürülmüştür. Sunulan ürünler; fosfat, formaldehit, paraben ve klor içermez ve büyük ölçüde doğada çözünebilir niteliktedir. Ürünler; Uzay Kimya tarafından TURMEPA markası altında üretilmektedir. Ürünlerin üretiminde, doğal ortamlarda biyolojik olarak çözünebilir, bitkisel içerikli hammaddeler kullanılmaktadır. Bu ürünler; kendileri de çevre dostu olan, ulusal ve endüstriyel ambalajlar içinde satılmaktadır. Satışlardan elde edilen gelir; deniz kirliliğiyle mücadele eden projeleri desteklemek için kullanılmaktadır.

31 KUSIF, Türkiye'deki Sivil Toplum Kuruluşlarının Sosyal Etki Ölçümleme Algısı ve Pratiği, kusif.ku.edu.tr/wp-content/uploads/2019/01/Social-Impact-Measurement-Survey-Report-EN.pdf

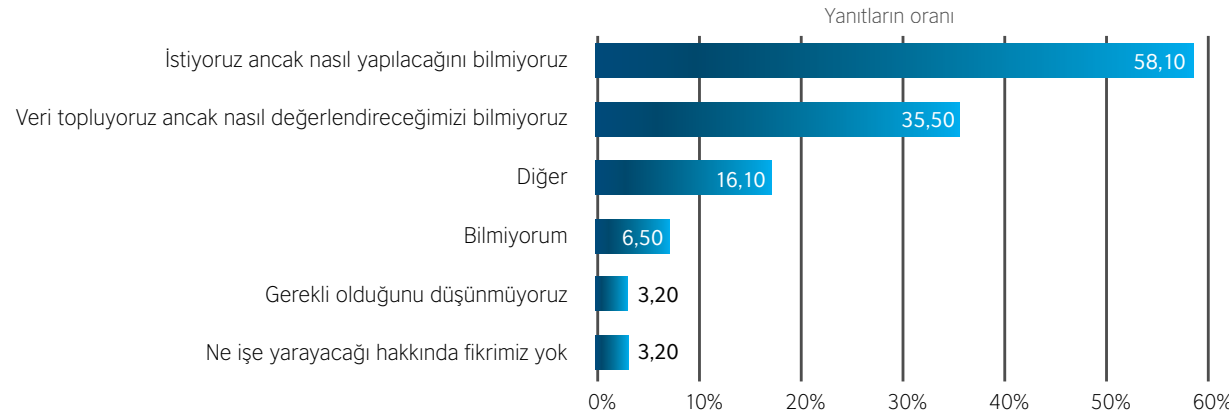
Ankete katılan girişimlerin çoğunluğu (%68,22), ulaşılan kişi sayısı, ürün satışı ve sunulan hizmet sayısı gibi çıktılar hakkında nicel veri toplama eğilimindedir. Başarı hikâyeleri, müşteri yorumları ve gözlemler de yaygın olarak kullanılan diğer yöntemler arasındadır. Ankete katılan sosyal girişimlerin %35'i daha gelişmiş nicel veri toplama araçlarına ve analizlere başvurmaktadır.

Şekil 15: Sosyal etki üzerine toplanan verilerin türü



Ankete katılan sosyal girişimlerin toplam %34'ü girişimlerinin etkilerini ölçmemektedir. Söz konusu girişimlerin %58,1'i etkilerini ölçmek istediklerini fakat bunu nasıl yapacaklarını bilmedikleri söylemiş; %35,5'i ise veri topladıklarını fakat verileri nasıl analiz edeceklerini bilmediklerini ifade etmiştir.

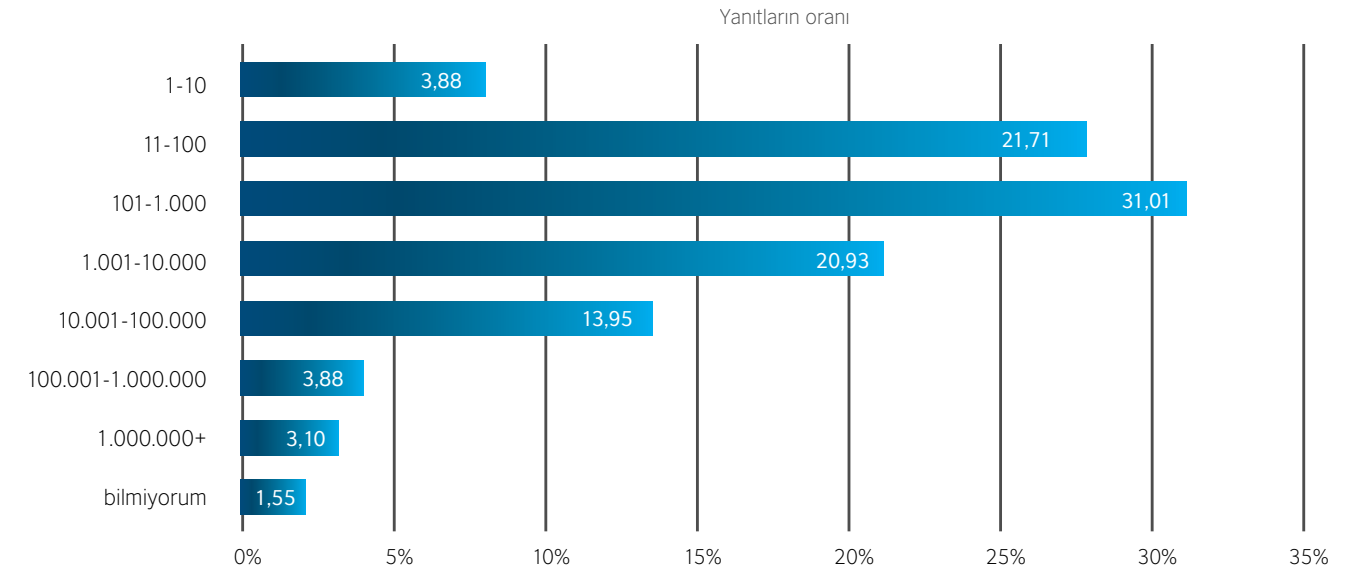
Şekil 16: Sosyal girişimlerin sosyal ya da çevresel etkiyi ölçmeme nedenleri



4.11.2. Faydalanıcılar

Sosyal girişimlerin çoğu, mikro ölçekte faaliyet göstermektedir. Ankete katılanların neredeyse yarısı, binden az faydalanıcıya ulaşırken, %12'si 1.001 ile 10 bin faydalanıcıya, %14'ü ise 10.001 ila 100 bin kişiye ulaşmaktadır. Katılımcıların sadece %9'u daha büyük bir ölçekte çalışmaktadır ve geçtiğimiz 12 ayda 100 binden fazla faydalanıcıya ulaşmıştır.

Şekil 17: Geçtiğimiz 12 ay içinde sosyal girişimler tarafından erişilen faydalanıcı sayısı



JOON - <https://joon.world>

Joon, dezavantajlı gruplara mensup zanaatkarların ya da geçim mücadelesi veren mülteciler, kadınlar, engelliler gibi grupların sosyal ve ekonomik katılımını, tasarım kapasitelerini geliştirmek yoluyla, sağlamak için kurulmuş bir platformdur. Platform aynı zamanda bu grupların doğru pazarlara erişmeleri için de destekler sunar.

Joon'a ilham veren fikir; 2016 yılında Hult Prize Sosyal Girişimcilik yarışmasında ortaya çıkmış, uluslararası bölgesel finallerde dünyada tanınma fırsatı sürecinde daha da geliştirilmiştir.

İlk koleksiyon olan 'Bilgelik Sözleri' Suriyeli kaligrafi sanatçısı M. Tawfiq ile işbirliği yapılarak hazırlanmıştır. Daha sonraki iki koleksiyon, 'Sesini Çıkar' ve 'Anadolu'nun Renkleri' orijinal tasarım çözümlerini, üreticilerin özgün hikâyeleriyle birlikte sunmaktadır. Platformda bu üç koleksiyonun yanı sıra, ev dekorasyonu ürünleri, el çantaları, kalem kutuları, dizüstü bilgisayar kılıfları, makyaj çantaları ve takılar gibi diğer ürünler de satılmaktadır.

Joon, halihazırda özel bir şirket olarak kayıtlıdır, fakat bir sivil toplum kuruluşunu ve özel bir kuruluşu barındıran daha karma bir model benimsemeyi amaçlamaktadır.

4.11.3. İstihdam

Türkiye'de faaliyet gösteren sosyal girişimler, hem tam zamanlı hem de yarı zamanlı olarak erkek çalışandan daha çok sayıda kadın çalışan istihdam etmektedir. Sosyal girişimlerde tam zamanlı ve yarı zamanlı çalışan sayısının giderek artması bu alanda istihdam yaratıldığını göstermektedir.

Tablo 6: Sosyal girişimler tarafından istihdam edilen kişi sayısı

Çalışanlar	Ortalama (12 ay öncesinde)	Ortalama (Şu anda)
Tam zamanlı erkek çalışan	1,32	1,53
Tam zamanlı kadın çalışan	2,88	1,91
Toplam tam zamanlı çalışan sayısı (kadın+erkek)	4,19	3,44
Yarı zamanlı erkek çalışan	0,86	0,90
Yarı zamanlı kadın çalışan	4,36	6,03
Toplam yarı zamanlı çalışan (kadın+erkek)	5,22	6,93
Toplam erkek çalışan (yarı + tam zamanlı)	2,18	2,43
Toplam kadın çalışan (yarı + tam zamanlı)	7,23	7,94
Toplam çalışan	9,41	10,37

Harmoni Kadın Kooperatifi - <https://harmoniyiz.com>

Harmoni Kadın Kooperatifi; 2015'in Aralık ayında, İstanbul'un Beylikdüzü ilçesinde resmi olarak kurulmuştur. 20 kadın tarafından kurulan kooperatif, kadınların işgücüne katılımını desteklemeyi amaçlamaktadır.

Harmoni'nin vizyonu; kadınların ekonomik değer yaratmak ve ulusal ekonomiye katkıda bulunmak için çalışabilecekleri, kadın üreticilerin saygı gördüğü ve özgüvenlerini geliştirdiği bir çevre oluşturmaktır. Kooperatif; çeşitli nedenlerden dolayı tam zamanlı olarak çalışamayan kadınlara, becerileri ve tercih ettikleri çalışma saatleri doğrultusunda iş fırsatları sağlamaktadır. Mesleki eğitimlerin yanı sıra, çalışma hayatı ve sosyal hayat hakkında eğitimler de sunarak kadınların gelişimini desteklemektedir. İşletme; mülteciler de dahil olmak üzere 160'ı aşkın kadına eğitim ve gelir elde etme fırsatı sağlamıştır.

Tasarımcılarla işbirliği yapan Harmoni'nin ürünlerinde doğal ve yerel materyaller kullanılmaktadır. Kooperatif, online ve yüzyüze kanalları kullanarak 100'den fazla tasarım ürünü sunmaktadır. El yapımı olan bu ürünler, çantalar, oyuncaklar ve ev dekorasyon ürünleri kategorilerinde satılmaktadır.

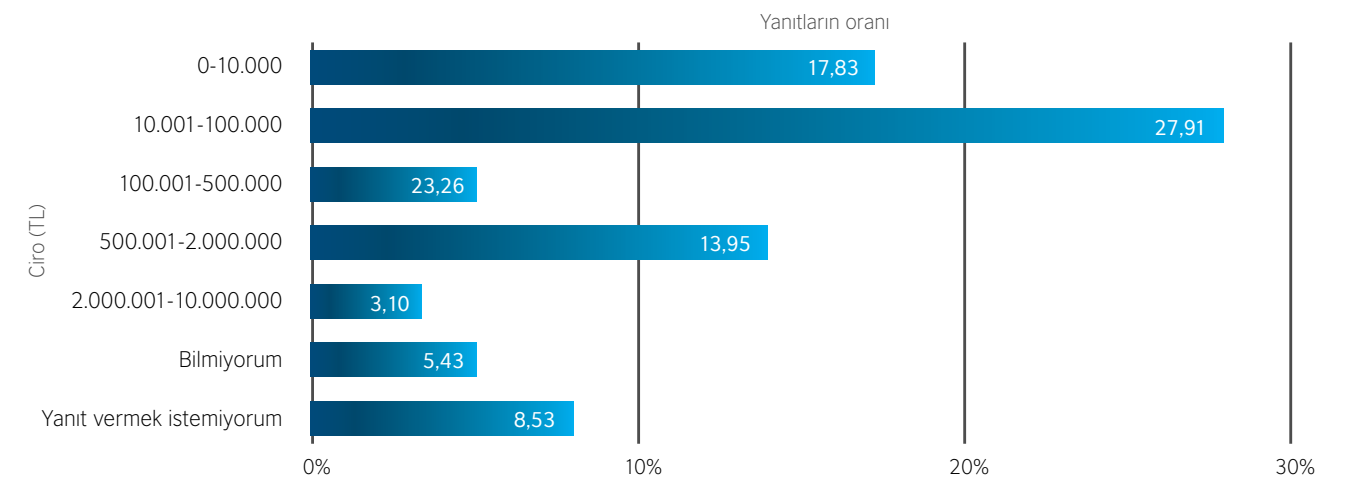
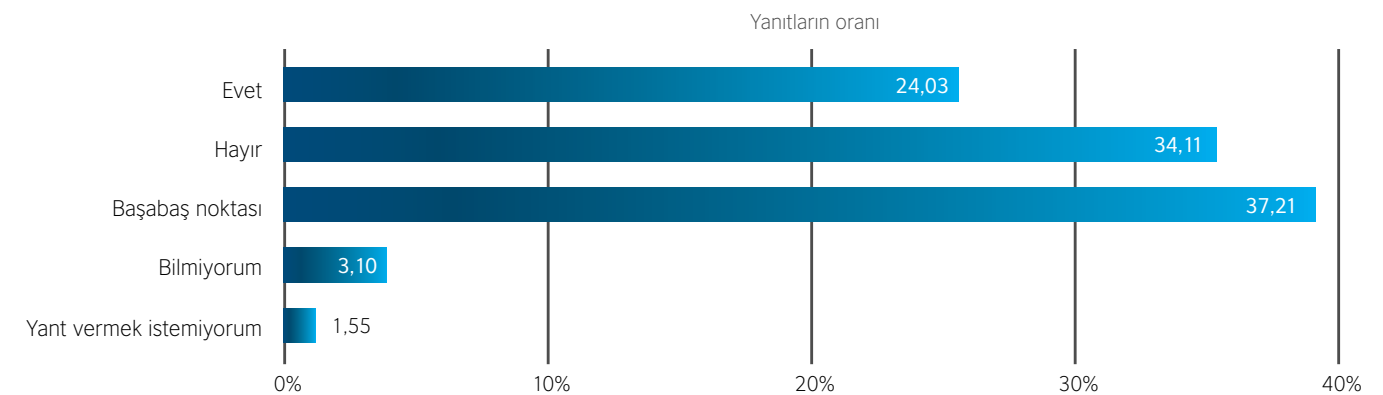
Yine de sosyal girişimler, büyük ölçüde, gönüllülerin desteğine ihtiyaç duymaktadır. Kadın ve erkek tam zamanlı çalışanların ortalama sayısı, sosyal girişimleri destekleyen gönüllü sayısından daha azdır.

Tablo 7: Sosyal girişimlerdeki gönüllülerin sayısı

Gönüllüler	Ortalama (12 ay öncesinde)	Ortalama (Şu anda)
Kadın gönüllü	38,4	47,8
Erkek gönüllü	25,1	30,5
Toplam gönüllü	63,5	78,3

4.12. Kârın/gelir fazlasının kullanımı

Türkiye'deki sosyal girişimler, temel olarak mikro ya da küçük ölçekli girişimlerdir. 2018 yılında, ankete katılan sosyal girişimler, ortalama olarak 518.874 TL (97.930 Amerikan doları) tutarında gelir elde etmişlerdir³². Katılımcıların %90'undan fazlası, hâlâ yılda 3.000.000 TL veya daha altında yıllık gelir tutarıyla mikro işletme gibi faaliyet göstermektedir. Bu durum, daha geniş ölçekte MKOBİ sektöründeki durumla da fiilen benzerlik göstermektedir; zira MKOBİ sektöründe de girişimlerin %94'ü mikro şirket olarak sınıflandırılmaktadır³³.

Şekil 18: Sosyal girişimlerin ticari faaliyetleri yoluyla elde ettiği toplam gelir**Şekil 19:** Kâr/gelir fazlası olan sosyal girişimlerin oranı

Ankete katılanların yaklaşık dörtte biri (%24) kâr elde ettiklerini bildirirken, %37'si sadece başabaş noktasına ulaşmıştır. Katılımcıların %34'ü ise, henüz hiç kâr elde etmediklerini bildirmiştir.

Eski ve yeni girişimlerin kârlılığı araştırıldığında, genç girişimlerin kârlılığa ulaşma konusunda daha büyük güçlüklerle karşılaştığı görülmüştür. Faaliyetlerine 2015 yılında ya da daha önce başlamış olan girişimler arasında net zarar oranı, %27,12 iken, bu oran yeni girişimler arasında %39,71'dir.

Erkek yöneticiler tarafından yönetilen girişimlerle karşılaştırıldığında (%20), kadın yöneticiler kâr elde etme konusunda daha başarılı görünmektedir (%28,17) .

³² Bu hesaplamada, seçilen gelir aralığının ortalaması mutlak değer olarak kullanılmakta ve belirli bir aralığı seçen kuruluş sayısı ile çarpılmaktadır. Ortalama gelirin ABD doları eşdeğeri, Türkiye Cumhuriyeti Merkez Bankası tarafından 31 Aralık 2018 tarihinde ilan edilen endikatif döviz kuru (5.2984 Türk Lirası/ABD Doları) kullanılarak hesaplanmıştır.

³³ TÜİK 2013 Raporu.

Kârı olan sosyal girişimlerin %87'si kârlarını ve gelir fazlalarını, büyüme ve gelişme faaliyetleri için ayırırken, %61'i kârlarını amaçlarını gerçekleştirmek için kullanmaktadır. Ankete katılanların yaklaşık üçte biri ise kârlarını çalışanlarını ödüllendirmek ya da müşteriler, tedarikçiler gibi paydaşların operasyonel kapasitesini yükseltmek ve işletme sermayesini artırmak için kullanmaktadır.

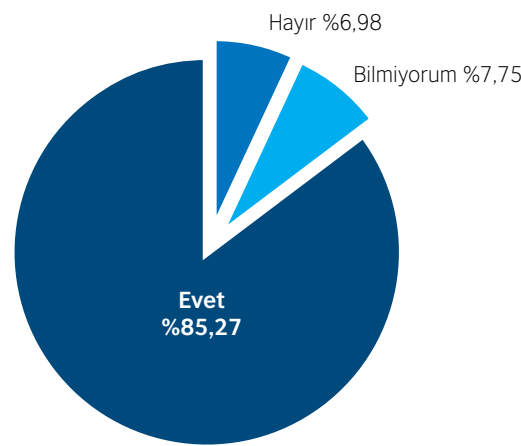
Tablo 8: Sosyal girişimlerin kârlarını/gelir fazlalarını kullanma şekilleri

Kârın/gelir fazlasının kullanımı	Yanıtlar (%)
Kurumsal büyüme ve geliştirme faaliyetlerinde kullanıyorum	87,10
Misyonum için harcıyorum	61,29
Çalışanları ödüllendiriyorum	35,48
Paydaşların kapasitelerini geliştirmek için kullanıyorum	32,26
İşletme hesabında tutulan miktara ekliyorum	29,03
Bağış yapıyorum ya da kurumsal sosyal sorumluluk çalışmalarında kullanıyorum	12,90
Ortaklar/hissedarlar vb. ile paylaşıyorum	3,23
Yanıt vermek istemiyorum	3,23
Bağlı kuruluş/ana kuruluş/iştiraklerle paylaşıyorum	0,00
Yatırımcılara aktarıyorum	0,00

4.13. Büyüme planları

Türkiye'deki sosyal girişimler, büyüme konusunda iyimserdir ve ankete katılanların %85'i girişimlerinin büyüyeceğini düşünmektedir.

Şekil 20: Önümüzdeki yılda büyüme beklentisi olan sosyal girişimlerin oranı



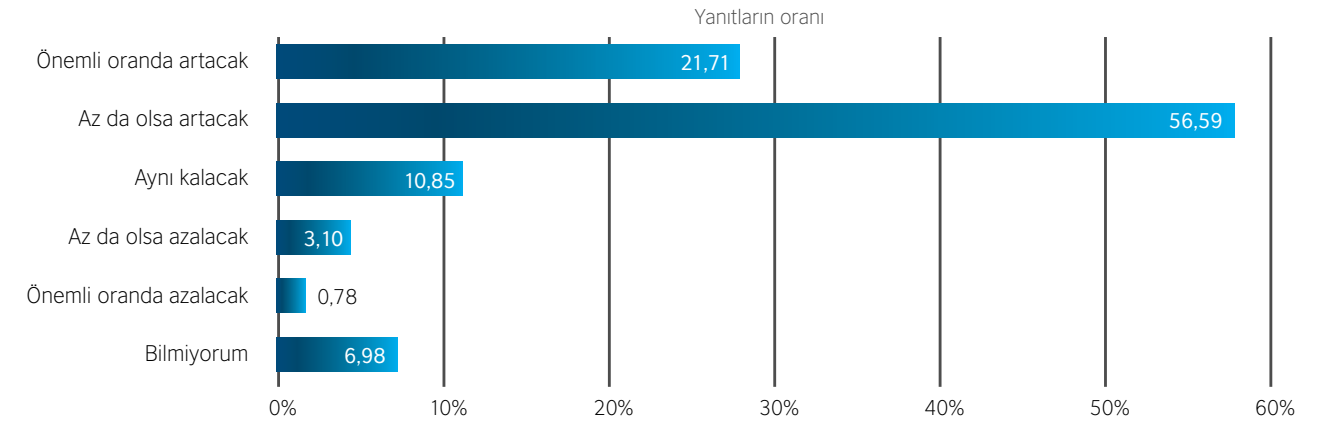
En yaygın büyüme stratejileri; yeni ürün ve hizmetleri piyasaya sunmak (%84), yeni faydalanıcılar/müşteriler bulmak (%78) ve mevcut faydalanıcılara/müşterilere yapılan satışları arttırmaktır (%61). Sosyal girişimler; diğer kuruluşlarla işbirliği yapmaya (%43), yeni bölgelere yayılmaya (%39) ve yatırımcı çekmeye (%34) de isteklidir. Sadece birkaç girişim, büyüme seçeneği olarak franchising (%7), birleşme (%7) ve satın alma (%2) seçeneklerini değerlendirmektedir.

Tablo 9: Sosyal girişimlerin büyüme hedeflerine ulaşma planları

Büyüme planı	Yanıtlar (%)
Yeni ürünler ve hizmetler geliştirerek	83,64
Yeni faydalanıcılar/müşteriler bularak	78,18
Mevcut faydalanıcılara/müşterilere satışı arttırarak	60,91
İşbirlikleri geliştirerek/Bir konsorsiyumun ortağı olarak	42,73
Yeni bölgelere satış yaparak	39,09
Yatırım alarak	33,64
Franchise vererek	7,27
Başka bir kuruluş/şirkette birleşerek	7,27
Diğer	2,73
Başka bir kuruluşu/şirketi satın alarak	1,82

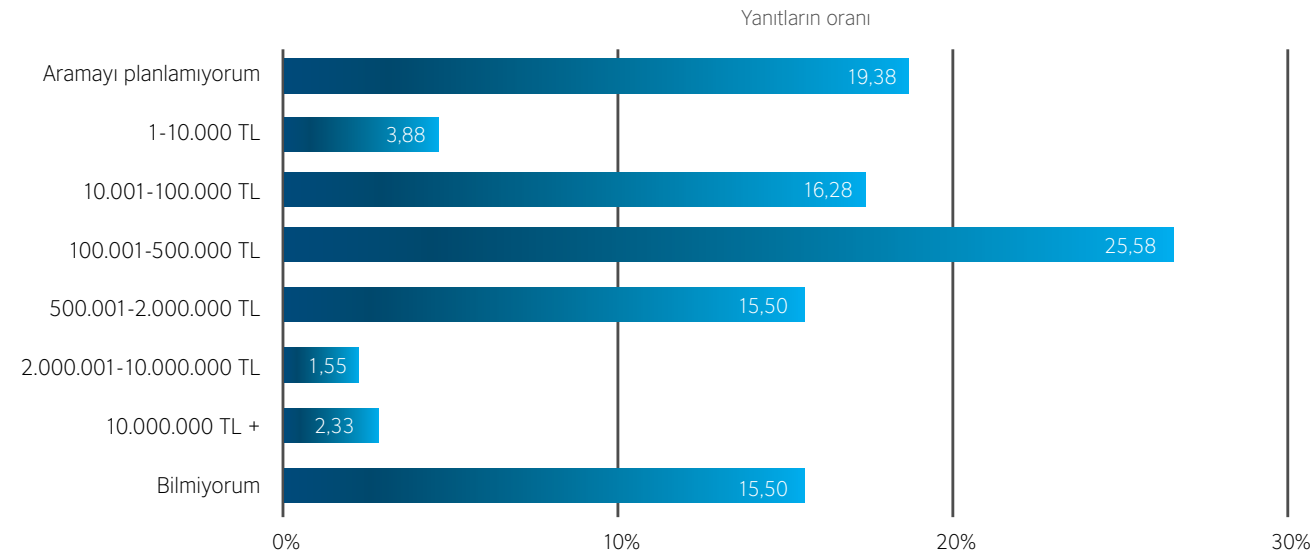
Ankete katılanlar, gelecekteki personel alımları konusunda da iyimserdir. %78, çalışan sayısını önümüzdeki yıl (bir ölçüde ya da önemli ölçüde) arttıracaklarını söylemektedir. Katılımcıların sadece %4'ü çalışan sayısında bir azalma olacağını öngörmektedir.

Şekil 21: Sosyal girişimlerin önümüzdeki yılda çalışan sayılarına ilişkin değişiklik beklentileri



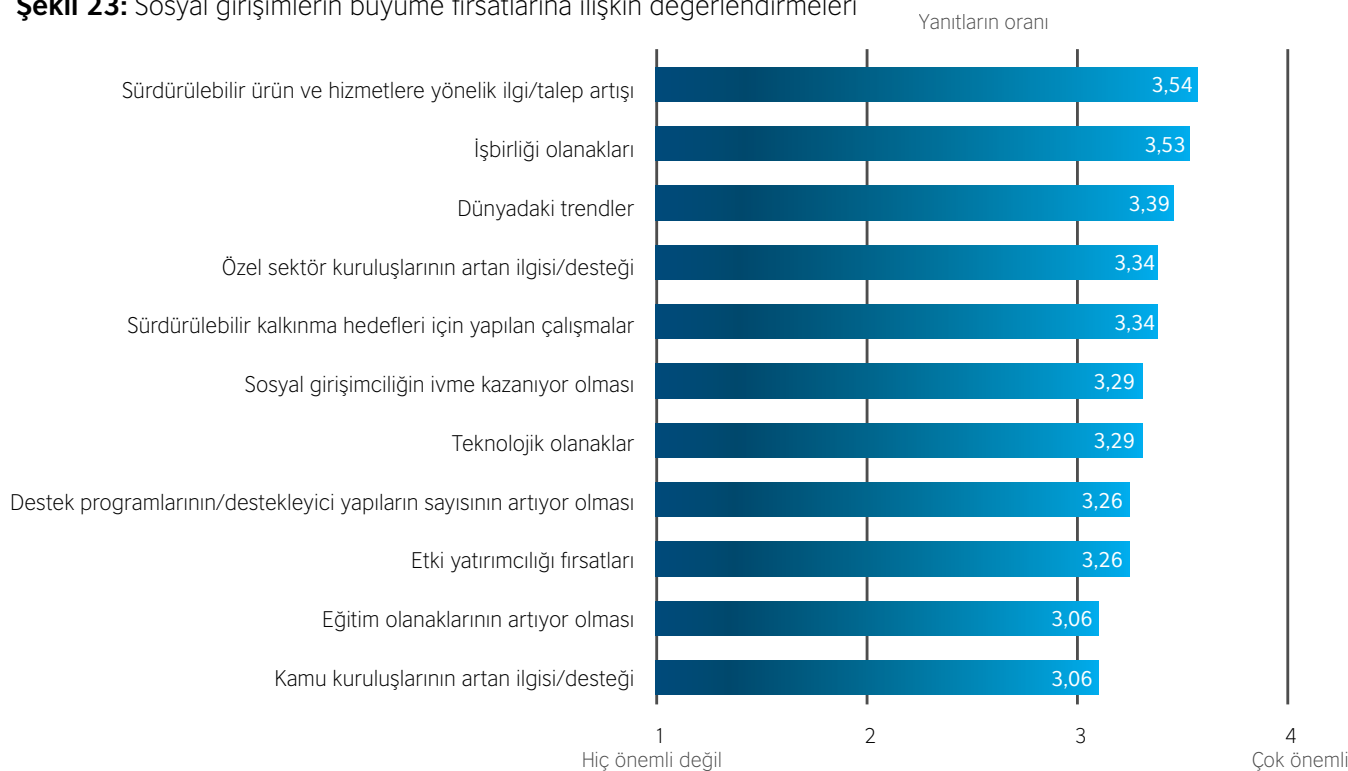
Sosyal girişimlerin %65'i önümüzdeki yıl içinde dış finansman arayışına girmeyi planlamaktadır. Katılımcıların beşte biri 500.000 TL'nin üzerinde, dış finansman arayan %65'in %70'i ise 500.000 TL'den daha az bir kaynak arayışı içindedir. Bu örneklem için önümüzdeki yıl ortalama dış finansman ihtiyacı yaklaşık 187.797 TL'dir³⁴ (35.444 Amerikan Doları). Bu bulgu, sosyal girişimlerin dış finansman ihtiyaçlarını karşılamak için düşük miktartlı finansman fırsatlarının önemini ortaya koymaktadır.

³⁴ Bu hesaplamada, seçilen gelir aralığının ortalaması mutlak değer olarak kullanılmakta ve belirli bir aralığı seçen kuruluş sayısı ile çarpılmaktadır. Ortalama gelirin ABD doları eşdeğeri, Türkiye Cumhuriyeti Merkez Bankası tarafından 31 Aralık 2018 tarihinde ilan edilen endikatif döviz kuru (5.2984 Türk Lirası/ABD Doları) kullanılarak hesaplanmıştır.

Şekil 22: Sosyal girişimlerin önümüzdeki yıl içinde aramayı düşündükleri dış finansman tutarı

4.14. Büyüme fırsatları

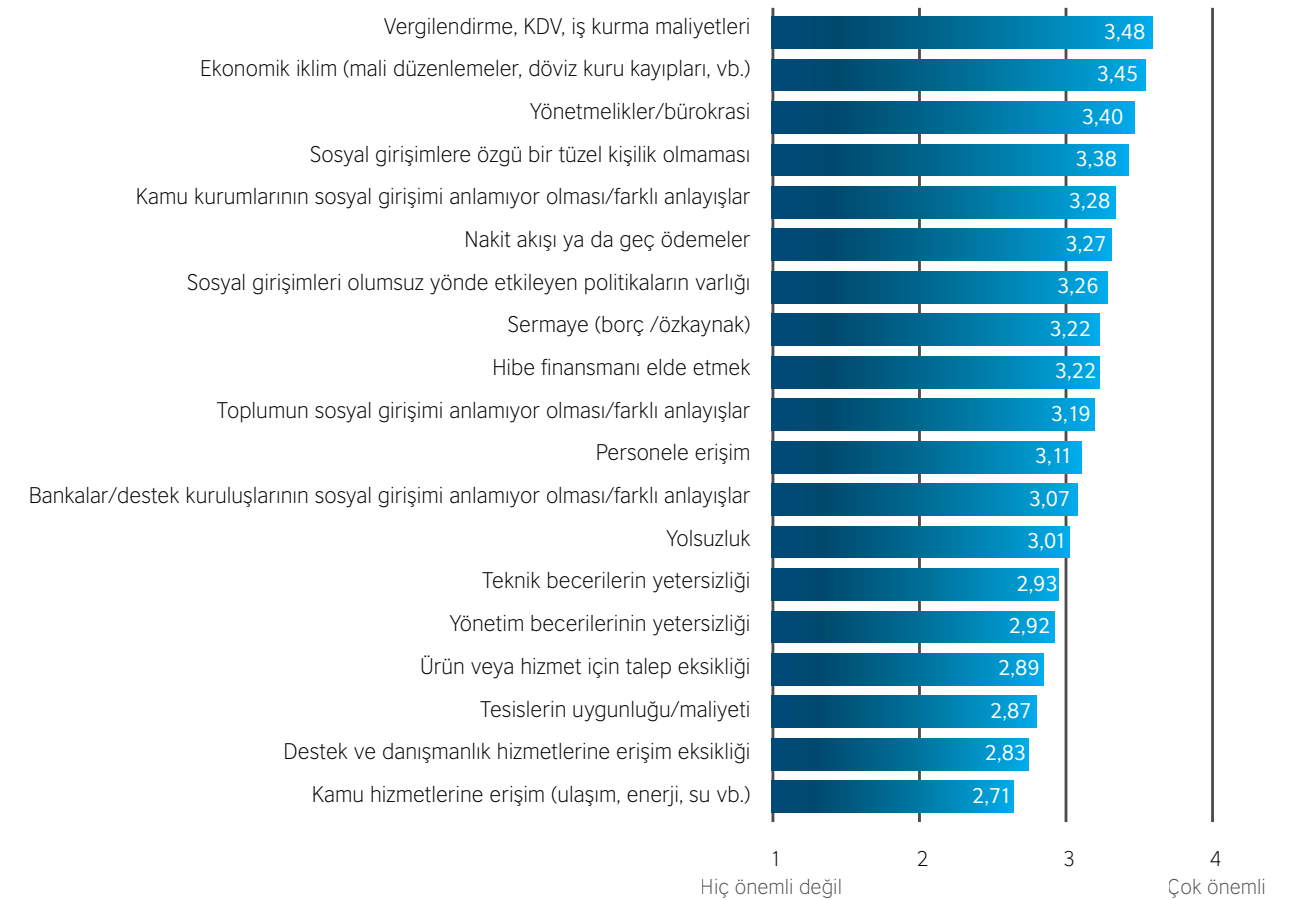
Sosyal girişimler için büyümeyi teşvik eden temel etkenler; sürdürülebilir ürün ve hizmetlere yönelik ilgi/talep artışı, işbirliği olanakları ve dünyadaki trendlerdir. Anket katılımcılarından büyüme fırsatlarını dört puanlık Likert ölçeği³⁵ kullanarak değerlendirmeleri istenmiştir. Bu ölçekte, yanıtlar 'hiç önemli değil' (1) seçeneğinden 'çok önemli' (4) seçeneğine kadar sıralanmaktadır. Sürdürülebilir ürün ve hizmetlere duyulan ilginin artması, sosyal girişimler arasında işbirliği olanakları ve küresel eğilimler, katılımcılar tarafından en önemli fırsatlar olarak değerlendirilmiştir.

Şekil 23: Sosyal girişimlerin büyüme fırsatlarına ilişkin değerlendirmeleri

35 Likert ölçeği, 1932 yılında Rensis Likert tarafından geliştirilen ve anketlerde sıklıkla kullanılan psikometrik bir ölçektir.

4.15. Büyümenin önündeki engeller

Sosyal girişimlerin büyümesinin önündeki temel engeller; yüksek vergiler ve iş kurma maliyetleri, olumsuz ekonomik iklim ve bürokrasidir. Katılımcıların %85'i bu faktörlerden birini büyümenin önündeki önemli bir engel olarak işaretlemiştir. Türkiye'de sosyal girişimler için tanımlanmış yasal bir statünün bulunmaması da önemli bir engel olarak ifade edilmiştir. Teknik becerilerin ve liderlik becerilerinin eksikliği, destek ve danışmanlık hizmetlerinin yetersizliği ve kamu altyapı hizmetlerindeki sorunlar ise daha az önemli görülmüştür.

Şekil 24: Sosyal girişimlerin büyümenin önündeki engellere ilişkin değerlendirmeleri

Bu genel engellerin yanı sıra, anket katılımcılarına örgütlenme yapılarıyla ilgili olarak karşılaştıkları yasal sorunlar hakkında da soru sorulmuştur. Öncelikli problemin finansmana erişim olduğu tespit edilmiştir. Bunu, vergiyle ilgili sorunlar takip etmektedir. Mevcut yasal çerçevede sadece belirli yasal yapılara vergi muafiyeti tanınmakta ve ters etki yaratabilecek teşvikler sunulmaktadır. Nitel verilere göre, sosyal girişimcilerinin çoğu, sosyal girişimleri için belirli ölçüde vergi indirimi yapılması gerektiğini düşünmektedir.

Anket katılımcılarının %19,1'i, kuruluş aşamasından önce kamu kurumlarıyla sorunlar yaşadıklarını belirtirken, %18,3'ü kurulduktan sonra sorunlar yaşandığını bildirmiştir. Diğer taraftan, katılımcıların %35,7'sinin, yasal statüleriyle ilgili bir sorun yaşamadıklarını belirttiklerini eklemek gerekir.

Ticari şirketlere bakıldığında, %25,5'i de işletmelerinin faaliyetini etkileyen en büyük engelin vergi oranları olduğunu düşünmektedir. Dünya Bankası'nın 2015 İşletme Anketi'ne göre, belirtilen diğer engeller de şunlardır: finansmana erişim (%13,8), iş gücünün eğitiminin yetersiz olması (%9,3), kayıt dışı sektördeki rakiplerin uygulamaları (%9,6) ve siyasi istikrarsızlık (%8,9).

Tablo 10: Sosyal girişimlerin örgütlenme yapılarıyla ilgili olarak karşılaştıkları yasal sorunlar

Örgütlenme şekline bağlı yasal sorunlar	Yanıtlar (%)
Finansmana erişime ilişkin sorunlar	42,6
Bir sorunla karşılaşmadık	35,7
Vergiye ilişkin sorunlar	28,7
Kuruluş aşamasında kamu kuruluşlarıyla yaşanan sorunlar	19,1
Faaliyete geçtikten sonra kamu kuruluşlarıyla yaşanan sorunlar	18,3
Diğer	4,3
Bilmiyorum	0,9

4.16. Finansman kaynakları ve kısıtlar

Anket katılımcılarına finansman kaynakları sorularak katılımcıların birden fazla seçeneği işaretlemesine izin verilmiştir. Yanıtlara göre, sosyal girişimler temel olarak kişisel finansman kaynakları (%69) ve aile üyelerinin veya arkadaşlarının desteği (%40) gibi iç kaynaklardan faydalanmaktadır. Bazı sosyal girişimler, dış finansman kaynaklarını da kullanmaktadır. %37'si devletten, vakıflardan ve uluslararası kurumlardan hibe almakta; %32'si aynı bağışlardan yararlanmakta; %28'i sponsorlukla ilerlemekte ve yaklaşık %20'si nakit para veya aynı ödül almaktadır. Katılımcıların %86'sı, geleneksel finansman yolu olan ticari kredilerden hiç yararlanmamıştır. Küresel yaygınlığına rağmen, kitle fonlaması, katılımcıların yaygın bir şekilde kullandığı bir finansman kaynağı değildir. Katılımcıların %88'i bu türden bir finansmanı hiç kullanmamıştır.

2016 ve sonrasında faaliyete geçen, daha genç sosyal girişimlerin nakit bağış alma ihtimali (%10) daha köklü sosyal girişimlere (%22) kıyasla daha düşüktür. Diğer taraftan, yeni sosyal girişimlere (%24) kıyasla, eski sosyal girişimlerin daha yüksek bir yüzdesi (%34) sponsorluk almıştır.

Yeni sosyal girişimler, kişisel finansman kaynaklarına (%72) ve aile/arkadaş desteğine (%46) eski sosyal girişimlere kıyasla (sırasıyla %66 ve %34) daha fazla başvurmaktadır. En önemli fark, ticari kredilerin kullanımında görülmektedir. Daha eski girişimlerin %27'si ticari kredi kullanmışken, yeni girişimlerin sadece %7'si bundan faydalanmıştır. Bununla birlikte, yeni girişimler, eski girişimlere kıyasla ödüllerden daha fazla yararlanmaktadır (sırasıyla %47 ve %17).

Kadın liderlere kıyasla erkek liderlerin, hibeler ve aynı bağışlar haricinde, fonlara ve finansmana erişim olanağı daha yüksektir.

Sosyal ve ticari girişimlerde yer alan kadın girişimcilerin; temel olarak kişisel finansman kaynaklarının yanı sıra, aile ve arkadaşların desteğine erişimi bulunmaktadır. Bununla birlikte, Garanti Bankası'nın Kadın Girişimci Araştırması'na³⁶ göre, ticari şirketlerde daha çok sayıda kadın banka kredisi kullanmaktadır (24%). Sosyal girişimlerde yer alan kadınlar için bu oran %13'tür.

Sosyal girişimlerin aksine, ticari şirketlerin küçük bir yüzdesi hibe almaktadır. Dünya Bankası'nın 2015 İşletme Anketi'ne göre, işletmelerin sadece %3,9'u devletten hibe aldıklarını bildirmiştir³⁷. Ticari işletmeler genel olarak işletme sermayesini finanse etmek için iç fon kaynaklarını kullanmaktadır (%61).

Diğer finansman kaynakları ise bankalardan alınan krediler ile bankalar dışında mikro-finans kurumları ve kredi kooperatifleri gibi kurumlardan ve tedarikçilerden/müşterilerden alınan kredilerdir. Şirketlerin ticari kredi kullanımı, daha köklü sosyal girişimlerin ticari kredi kullanımı ile benzerlik göstermektedir³⁸.

Tablo 11: Sosyal girişimler tarafından kullanılan finansman kaynakları

Finansal kaynaklar	Yanıtlar (%)
Şahsi finansman kaynakları	69
Arkadaş-aile destekleri	40
Hibeler (devlet, vakıf, uluslararası kuruluşlar vb. alınan hibe destekleri)	37
Aynı bağışlar (gönüllülerin zamanı, eşya/malzeme/yer desteği vb.) etc.)	32
Sponsorluklar	28
Aynı ödüller (uzmanlık hizmetleri, eğitimler, ofis kullanımı vb.)	21
Nakdi ödüller	19
Nakdi bağışlar	16
Ticari krediler	16
Kitlesel fonlama	12
Diğer	11
İmtiyazlı krediler (piyasa faiz oranının altında verilen krediler)	5
Leasing	2
Yanıt vermek istemiyorum	2
Hisse senedi ya da hisse senedi benzeri yatırımlar	1
Bilmiyorum	0

Finansman kısıtları ile ilgili soru sorulduğunda, anket katılımcılarının çoğunluğu (%76), cinsiyetlerinden bağımsız olarak finansmana erişim konusunda engellerle karşılaştıklarını bildirmiştir. Söz konusu sosyal girişimlerin karşılaştıkları temel finansal güçlükler aşağıda belirtilmiştir:

- Sosyal girişimlere yatırım yapan kişilerin ya da kurumların azlığı
- Fon sağlayıcılar ve sosyal girişimciler arasında ortak bir dilin bulunmaması
- Fonlara/bağışlara/kitle fonlamasına erişim konusunda karşılaşılan güçlükler
- Yatırımcıların yüksek kâr beklentileri
- Uluslararası finansman kaynaklarına erişimde güçlük

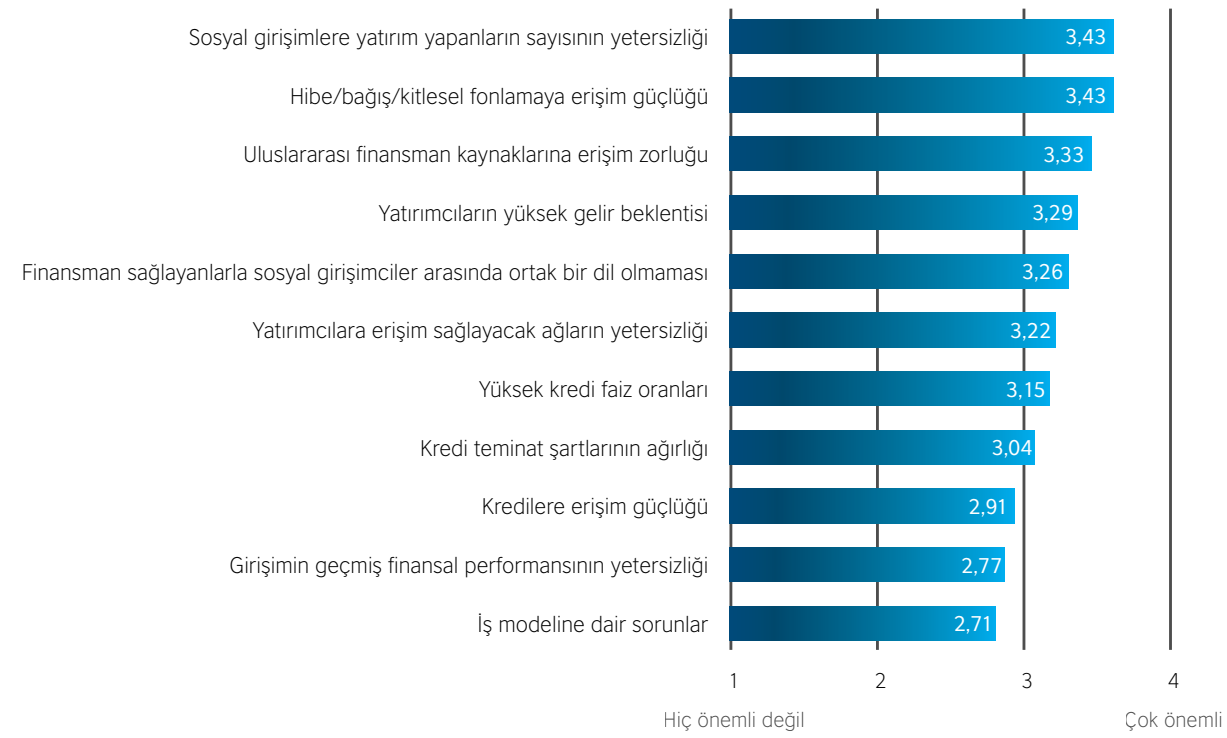
Sosyal girişimlerin %80'inden fazlası, bu güçlüklerin her birinin önemli ya da çok önemli olduğunu düşünmektedir.

Finansal destekle ilgili sorunlar, yasal yapıyla ilgili sorunlarla yakından ilişkilidir. Birebir görüşmeler ve odak grup toplantıları sırasında, kooperatiflerin banka kredilerine başvururken güçlük yaşadığı, diğer taraftan ticari şirketlerin de belirli hibelere başvuramadıkları bildirilmiştir. Mali düzenlemelerde değişiklikler yapılarak bu sorunlar çözülebilir ve böylelikle sosyal girişimler oluşturdukları sosyal etki temelinde daha geniş kapsamlı finansal desteğe erişme olanağına sahip olabilir.

36 assetsgaranti.com/assets/pdf/tr/diger/K.G.A_eng_dijital_v_1.pdf

37 Ticari şirketlerin aldığı hibelerin büyük bir çoğunluğu, KOSGEB'den (%48,5) ve kalkınma kuruluşlarından (%20,4) gelmektedir. Ticaret Bakanlığı'nın teşvik desteğinin %21,7) yanı sıra, İşkur %18,3), Tarım Bakanlığı ve Kırsal Kalkınmayı Destekleme Kurumu (%14,9) da destek sağlamaktadır. Diğer hibeler; Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı'ndan (%8,5) ve TÜBİTAK'tan (%5,1) alınmaktadır.

38 Ticari şirketlerin toplam %29,7'si mevcut bir krediye ya da kredi limitine sahip olduğunu bildirmektedir. Geri kalanın çoğu, yeni bir kredi ya da kredi limiti için başvurmamıştır, çünkü yeterli sermayeye sahip değildir. Sosyal girişimler gibi girişimlerin geri kalanı ise başvurmama nedenleri olarak faiz oranlarının yüksekliğini ve teminat şartlarının ağırlığını göstermiştir. Diğer girişimler; başvurularının kabul edilmeyeceğini düşünmüşler, başvuru prosedürlerini karmaşık bulmuşlar ya da kredi tutarının ve vadesinin yetersiz olduğunu düşünmüşlerdir.

Şekil 25: Sosyal girişimlerin finansmana erişimin önündeki engellere ilişkin değerlendirmeleri

5. SONUÇ VE ÖNERİLER



Türkiye'deki sosyal girişimler, giderek ivme kazanmaktadır. Yeni girişimler kurulmakta ve ekosistemdeki destekçi sayısı her geçen gün artmaktadır. Sosyal girişim alanı, hızla değişen, genç ve dinamik bir alandır. Bu rapor için toplanan veriler, dünya genelinde sosyal girişimleri etkileyen eğilimlere, fırsatlara ve engellere ilişkin verilerle tutarlıdır.

Görünürlük ve toplumsal farkındalık

Sosyal girişim kavramına ilişkin farkındalık ve görünürlük ile kamuoyunun konuya ilişkin bilgi düzeyi görece olarak düşüktür. Bu durum, sosyal girişimlerin destek bulmasını ve müşteri çekmesini güçleştirmektedir.

Danışma, odak grup ve yuvarlak masa toplantıları sırasında birçok katılımcı, sosyal girişimlerle ilgili daha fazla farkındalık ve görünürlük olsaydı, daha fazla girişimcinin sosyal etkiye odaklanacağını ve daha çok sivil toplum aktörünün kendini sosyal girişim olarak tanımlayıp bu alana girebileceğini belirtmiştir. Anket katılımcılarına göre (%80), kamu kurumları arasında ortak bir anlayışın bulunmaması da önemli ya da çok önemli bir engel olarak değerlendirilmiştir.

Sektörün daha da gelişmesi için medyada farkındalığın artırılması gerekmektedir. Tüm ekosistem aktörleri, sosyal girişimler tarafından yürütülen çalışmaların görünürlüğünü arttıracak ve halka sosyal girişim kavramını tanıtıcı önlemler üzerinde çalışabilir. Aracı destek kuruluşları da, kamu kurumları ve yerel yöneticiler arasında bu alana ilişkin ortak bir anlayış geliştirmeye yönelik çabalarını arttırmalıdır.

Politika oluşturma

Sosyal girişimler arasındaki çeşitlilik, bu sektöre yönelik yaklaşımın esnek ve kapsayıcı olmasını gerektirmektedir.

Bir yandan esnek ve dinamik kalmaya çalışırken, diğer yandan da düzenleyici çerçeveler oluşturulmasını sağlamak, büyük bir güçlük oluşturmaktadır. Chandran tarafından daha önce (2019) de belirtildiği üzere, sosyal girişimlerin tanınma ihtiyacı, düzenleme ihtiyacından daha önemlidir. Bürokratik engellerin

ya da uygulamadaki hataların ortadan kaldırılması, vergi teşviklerinin uygulamaya konulması ve istihdam destek programları, sosyal girişimler tarafından dile getirilen ortak ihtiyaçlardır.

Birçok farklı alanda ve sektörde faaliyet gösterdikleri için, göç, gönüllülük, sivil toplum, kooperatifler, dijital teknolojiler, yatırım ve yenilikçi finansman konularına yönelik düzenlemelerin tümü, sosyal girişimleri yakından etkilemektedir. Dolayısıyla, faaliyetleri bu alanları etkileyen kamu kurumları arasında etkili bir koordinasyon ve işbirliği kurulması ve konuya sahip çıkılması için yatay ve bütüncül bir yaklaşıma ihtiyaç vardır.

Sosyal girişimin daha net bir şekilde tanımlanması ve sınıflandırılması, sadece bir dereceye kadar faydalıdır. Birçok sosyal girişim, ancak girişimlerini başlattıktan sonra yaptıkları işlerin tanımı ile karşılaşmaktadır. Kendilerini sosyal girişim olarak tanımlamayan, fakat diğer kişiler tarafından bu şekilde tanımlanabilecek birçok girişim bulunmaktadır. Bu girişimler, çalışmalarını tanımlamaktan ya da sınıflandırmaktan ziyade yaptıkları işe odaklanmaktadır.

Sosyal girişimler, çeşitli yasal yapılar içinde örgütlenebilmektedir. Mevcut yasal çerçeve içinde, kendi ihtiyaçları doğrultusunda, hâlihazırdaki yapılardan birini ya da daha fazlasını seçerek hareket etmektedirler. Sosyal girişimlerin neredeyse üçte ikisi, şirket ve kooperatif olarak faaliyet göstermektedir. Dernekler ve vakıflar ise sosyal girişimlerin %17,1'ini oluşturmaktadır.

Sosyal girişim ve sosyal inovasyon birbiriyle yakından ilişkilidir. Sosyal girişimler genelde yenilikçidir ve kendilerini bu şekilde tanımlamayı önemsemektedirler. Çoğu zaman, sosyal sorunların çözümüne ilişkin en yeni fikirleri, modelleri, ürünleri ve hizmetleri geliştirmektedirler. Inovasyonu geliştirmeyi amaçlayan politikaların hedef grupları arasına sosyal girişimler dahil edilmelidir.

Finansmana erişim ve büyüme

Finansmana erişim, Türkiye'deki sosyal girişimlerin karşı karşıya kaldıkları en temel güçlüklerden biri olarak gözükmemektedir. En yaygın finansman kaynakları, kişisel kaynaklar ve aile fonları gibi iç

kaynaklardır. Bunu hibeler takip etmektedir. Sosyal girişimler, kredi ve risk sermayesi gibi geleneksel finansman kaynaklarına erişim konusunda güçlükler yaşamaktadır.

Bu durumu iyileştirmek için atılması gereken adımlar; yatırımcıların sosyal girişimler konusunda farkındalığının artırılması, yatırıma hazırlık desteği sağlanması, sosyal girişimler ve finansörler arasında ortak bir dil oluşturulması ve sosyal girişimlerin dış finansman ihtiyaçlarını karşılamak için yeni ve inovatif sosyal finansman kaynakları ile sosyal yatırımların sağlanması şeklinde sıralanabilir.

Sosyal girişimlerin çoğu, mikro düzeyde faaliyet göstermektedir. Dolayısıyla, finansman ve destek programları, kaynakların etkili bir şekilde kullanılmasını sağlamak amacıyla sektörün halihazırdaki ölçeğine göre ayarlanmalıdır.

Sosyal girişimler; diğer kişi ve kuruluşlarla işbirliği yapmaya (%43), yeni bölgelere açılmaya (%39) ve yatırım çekmeye (%34) isteklidir. İş bağlantıları (network) kurma fırsatları sağlayan mekanizmalar ve platformlar sunulduğu takdirde, sektörün büyümesi muhtemeldir.

Özel sektör de sosyal girişimlerin hedeflerine ulaşmasına yardım etmek amacıyla, bu girişimlerden ürün ve hizmet alarak fon sağlayabilir. Bu alanda oluşturulacak aracı mekanizmalar ve platformlar, pazar ya da fon sağlayıcı olarak özel sektörle daha yakın bir işbirliği kurulmasını kolaylaştırarak, girişimlerin desteklenmesine katkı sağlayabilir.

Sosyal girişimler, gönüllülerin desteğine büyük ölçüde ihtiyaç duymaktadır. Sosyal girişimlerde kadın ve erkek tam zamanlı çalışan sayısı ortalaması, kendilerini destekleyen gönüllü sayısından daha azdır. Gönüllülüğü desteklemek ve gönüllülerin becerilerini arttırmak suretiyle, gönüllülere yatırım yapılması da sosyal girişimleri güçlendirecektir. Sosyal girişim alanında iş modelleri güçlendikçe, gönüllülerin ücretli çalışanlara dönüşmesi ve daha fazla istihdam yaratılması da mümkün olabilecektir.

Sosyal etki yönetimi ve ölçümü

Sosyal girişimlerin çoğu, sosyal etki ölçümünün öneminin farkındadır, fakat zamana ve bu konuda uzmanlığa sahip olmadıklarından sosyal etkilerini ölçmemektedir. Sosyal etkinin önemi hakkında farkındalık artmakta, ancak sosyal etki ölçümü ve yönetimi alanında uygulama güçlükleri devam etmektedir. Sosyal girişimcilere mevcut destek kanalları hakkında bilgi verilmesi ve bu alanda destek mekanizmalarının artırılması büyük önem taşımaktadır.

Sosyal etki ölçümü ve yönetimini destekleyecek fonlar harekete geçirilmelidir. Ekosistem aktörlerinin çoğu, bu konu hakkında daha fazla bilgi edinmek istemektedir. Sosyal girişimler, STK'lar ve devlet, sosyal etkiyi ölçmek ve izlemek istemektedir. Fon sağlayıcılar da sosyal etkiye ilişkin daha net bilgilendirme ve iletişime ihtiyaç duymaktadır. Sosyal etki ölçümüne ilişkin eğitim faaliyetlerine duyulan ihtiyaç yüksektir ve bu bağlamda aracı ve destek kuruluşlarının rolü çok önemlidir. Destek kuruluşlarının kendilerine de bu alanda destek sağlanması, daha geniş bir ölçekte ekosistemin geliştirilmesine yardımcı olacaktır. Sosyal girişimleri desteklemek için kullanılabilecek diğer bir yol da, bu alanda sağlanan ücretsiz/karşılıksız (pro bono) desteklerin arttırılmasıdır.

Türkiye'deki ekosistemin gelişimi açısından, sosyal etki değerlendirmesine ilişkin ilkeleri oluşturan çerçeveler de büyük bir önem taşımaktadır.

Kadınların güçlendirilmesi

Türkiye'deki sosyal girişimlerin çoğuna kadınlar liderlik etmektedir. Bu da sosyal girişimlerin, Türkiye'de kadın girişimciliğinin geliştirilmesine ve kadınların güçlendirilmesine doğrudan bir katkı sağladığına işaret etmektedir. Bu alanın desteklenmesi, Türkiye'de toplumsal cinsiyet eşitliğinin güçlendirilmesine doğrudan fayda sağlayacaktır.

Kısa vadede, kadınlar için hedef odaklı eğitim programlarının oluşturulması ve kadınların finansmana erişimini kolaylaştıracak önlemlerin ortaya konması gerekmektedir. Zira bu araştırma, erkek girişimcilerin kadınlara kıyasla dış fon ve finansman kaynaklarına erişim ihtimalinin daha fazla olduğuna işaret etmektedir.



Gençler için sosyal girişimcilik eğitimi

Sosyal girişim liderlerinin neredeyse yarısı (%47,28) 35 yaşın altındadır. Bu bulgu, ülkenin genç nüfusu için yeni bir ekonomik model olarak sosyal girişimlerin potansiyelini ortaya koymaktadır. Türkiye'de yaşayan 80 milyon kişinin %16,4'ü 15 ila 24 yaşları arasındadır ve bu oran 15-29 yaşları arasında %24,4'e çıkmakta ve 19,2 milyon kişiye karşılık gelmektedir.

Y Kuşağının ticari amaç ve önceliklere ilişkin algısı, sosyal girişime yönelmelerinin temel nedenlerinden biridir. Gençlerin ve Y Kuşağının ilgisinin bu alana çekilmesi, uzun vadede sosyal girişimlerin ihtiyaç duyacakları nitelikli personeli çekmesine yardım edecektir.

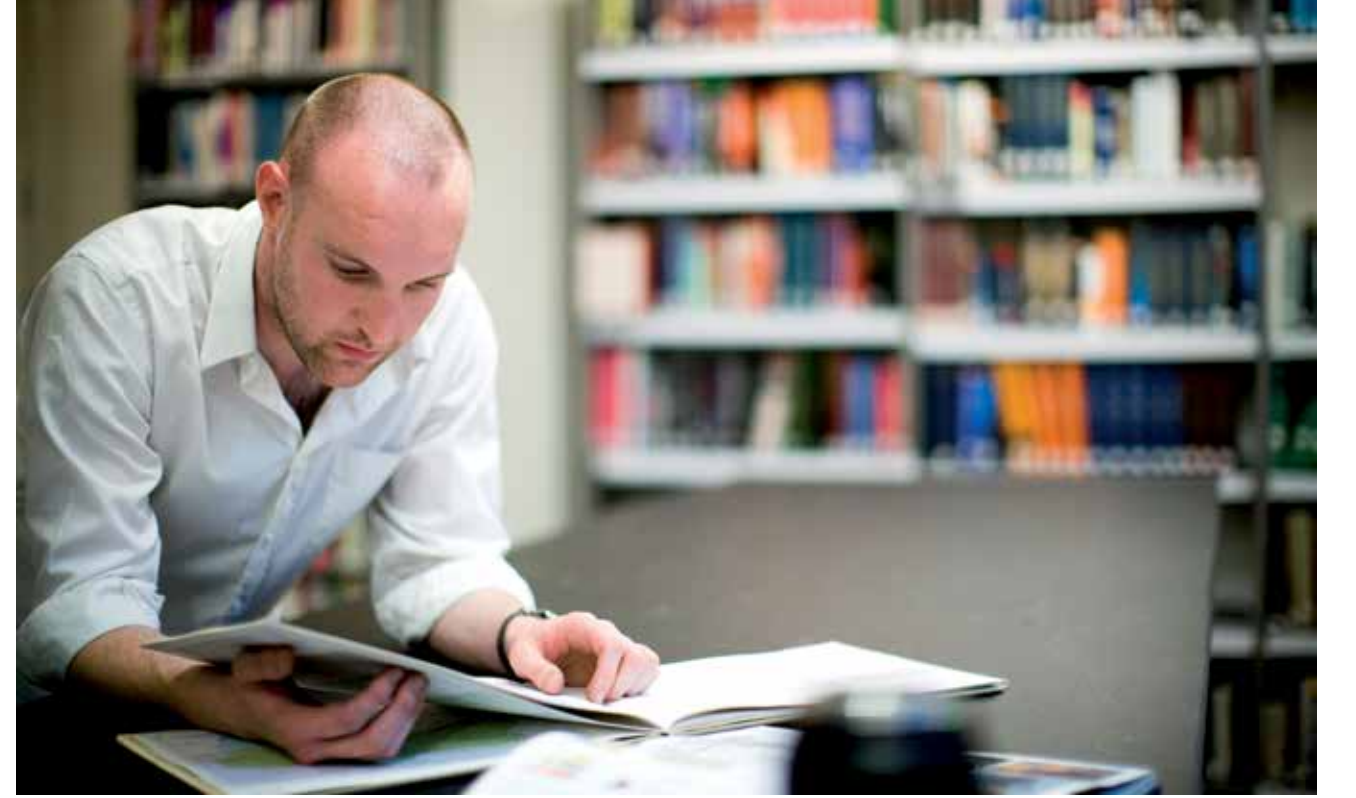
Bu açıdan, genç insanlarla çalışan kurumlar olarak üniversitelerin rolü önem kazanmaktadır. Son üç yılda sosyal girişimcilik eğitiminin müfredat geliştirme çalışmaları hız kazanmıştır. Türkiye'deki mevcut 203 üniversitenin 16'sı aktif ve düzenli olarak sosyal girişimcilik alanında yer almakta ve bunlardan 13'ünün eğitim programında doğrudan sosyal girişimcilik ve sosyal inovasyona ilişkin dersler bulunmaktadır. Sosyal girişimcilik konusu genel girişimcilik, sürdürülebilirlik ve sosyal sorumluluk dersleri kapsamında da ayrı

bir konu başlığı olarak işlenmektedir. Bunlarla ilgili derslerde bu konuya daha fazla yer verilmesi ve sosyal girişimlere ilişkin müfredatın geliştirilmesi, üniversite öğrencilerinin sosyal girişim kurma motivasyonunu arttıracaktır.

Hem yükseköğretim kurumlarında, hem de okullarda sosyal girişimcilik eğitiminin yaygınlaştırılması; sektöre ilişkin bilgi düzeyini arttıracak, yeni aktörleri sektöre çekecek ve toplumdaki genel farkındalık düzeyini yükseltecektir.

Destek ve kapasite geliştirme hizmetlerine erişim

Türkiye'deki sosyal girişimler; organize olup ulusal ve uluslararası ağlarla ve platformlarla bağlantılar kurmaya büyük önem vermektedir, ancak aktörler arası izolasyon büyük bir risk olarak varlığını sürdürmektedir. Aktörler (kamu kurumları, yerel yönetimler, özel şirketler, üniversiteler, uluslararası kuruluşlar ve vatandaşlar da dahil olmak üzere) arası ilişkiler ve etkileşimler, genelde etkinlikler sırasında ve spontane bir şekilde gerçekleşmeye devam etmektedir. Ortaklıklar çoğu zaman projeler tamamlandıktan sonra sona ermektedir. Ortak üretim (co-production) çok nadiren görülen bir uygulamadır.



Hem toplumda, hem de üniversitelerde aracı kuruluşların daha fazla teşviğe ihtiyacı vardır. Sosyal girişimlere kuluçka merkezleri, hızlandırma programları, ortak çalışma alanı hizmetleri ya da deneysel alan (laboratuvar) sunan aracı kuruluş sayısı, özellikle de büyük şehirler dışında, çok azdır. Bununla birlikte, start-upları ve teknoloji girişimcilerini hedefleyen kuluçka ve hızlandırma programları, sosyal girişimlerin ihtiyaçlarını bir ölçüde karşılamaktadır. Aynı zamanda, önde gelen üniversiteler, teknoloji kuluçka merkezleri, sivil toplum kuruluşları, uluslararası aktörler ve politika ağları, Türkiye'de daha işlevsel bir sosyal girişim ekosistemi oluşturmak açısından büyük bir potansiyele sahiptir ve bu alana duyulan ilgi giderek artmaktadır.

Üniversitelerde bulunan mevcut inovasyon ve teknoloji destek ağları seferber edilerek, sosyal girişimlerin büyümesi için ortak eylem planlarının birlikte geliştirilmesi ve sektörler arası yapılandırılmış çalışmalar gerçekleştirilmesi için fırsatlar sağlamak gerekmektedir. Girişimciliği geliştirmek için kullanılan başarılı mekanizmalar ve programlar, sosyal girişim alanına uyarlanabilir ve uygulanabilir.

İleride yapılabilecek araştırmalar ve veri oluşturma

Sosyal girişimleri tanımlayan bir yasal statü ve alanla ilgili yeterli veri olmadığı için Türkiye'deki sosyal girişimlerin sayısını hesaplamak oldukça zordur. Bu alanı daha iyi anlamak ve bilinçli kararlar alabilmek için daha fazla veriye ihtiyaç duyulmaktadır. Bu alanda araştırmacılara yardımcı olabilecek verileri toplama ve yayımlama konusunda Türkiye İstatistik Kurumu'na (TÜİK) sorumluluk düşmektedir.

Türkiye'de konuya ilişkin literatürün sınırlılığı göz önünde bulundurulduğunda, gelecekte yapılabilecek çalışmalara ilişkin ihtiyaçlar da ortaya çıkmıştır. Örneğin, sosyal girişimlerin hayatta kalma (survival) oranları ve finansal okuryazarlık gibi konularda daha fazla araştırmaya ihtiyaç duyulmaktadır. Kurumsal (sosyal) sorumluluk, kapsayıcı işletmeler, sosyal ekonomi ve dayanışma ekonomisi, sürdürülebilirlik, girişimcilik filantropisi ve insani gelişme gibi konuları kapsayan multidisipliner çalışmaların alana katkısı kayda değer olacaktır.

6. REFERANSLAR



Aktan, Coşkun Can. 2007. Kurumsal Sosyal Sorumluluk: İşletmeler ve Sosyal Sorumluluk. İstanbul Turkey: İGIAD, Veste Ofset.

Ashoka Turkey. 2018. Üniversiteli Sosyal Girişimciler için Yol Haritası. <https://drive.google.com/file/d/1qsB JufJiY1NpDGyqYVWg4JbNbHh06jbf/view> adresinden alındı.

Aslan, Gonca, Aylin Araza & Çağrı Bulut. 2012. "Sosyal girişimciliğin kavramsal çerçevesi." Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi 7, no. 2: 69-88.

Avrupa Komisyonu. 2018. 2018 Türkiye Raporu. https://www.ab.gov.tr/siteimages/pub/komisyon_ulke_raporlari/2018_turkiye_raporu_tr.pdf adresinden alındı.

Bonoli, Giuliano & David Natali, eds. 2012. The Politics of the New Welfare State. Oxford, UK: Oxford University Press.

Bosma, Niels S., Thomas Schøtt, Siri A. Terjesen & Penny Kew. 2016. Global Entrepreneurship Monitor 2015 to 2016: Special Report on Social Entrepreneurship. www.gemconsortium.org adresinden alındı.

Çetindamar, Dilek, Ercan Tural, Serra Titiz & Şeyda Taluk. 2010. "Sosyal dönüşümün ajanları: Sosyal girişimler." Social Entrepreneurship Conference, İstanbul.

Chandran, Rina. 2019. "Regulation can hinder not help Asia's social enterprises, analysts say." Thomson Reuters Foundation. <http://news.trust.org/item/20190307081531-1ml49> adresinden alındı.

Charities Aid Foundation. 2018. CAF World Living Index 2018. https://www.cafonline.org/docs/default-source/about-us-publications/caf_wgi2018_report_webnopw_2379a_261018.pdf adresinden alındı.

Çiçek, Berat & Mehmet Ali Türkmenoğlu. 2019. "Women as social entrepreneurs in Turkey." In Social Entrepreneurship: Concepts, Methodologies, Tools, and Applications, 1075-1090. IGI Global.

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

Demir, Özlem. 2014. "Sivil toplum kuruluşları, sosyal

girişimcilik, kurumsal sosyal sorumluluk ve sosyal işletme." Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi 2, no. 6: 347-356.

Dewdney, John & Yapp Malcolm Edward. 2019. Turkey. <https://www.britannica.com/place/Turkey> adresinden alındı.

Doing Business. 2019. "Rankings & Ease of Doing Business Score." <http://www.doingbusiness.org/en/rankings> adresinden alındı.

Erdoğan, Meltem, Muammer Sarıkaya & Fatma Kara. 2011. "Social entrepreneurship: Solutions for market failures." In 4th Annual EuroMed Conference of the EuroMed Academy of Business: 593-602.

Ersen, Tevfik Başak, Derya Kaya & Zeynep Meydanoğlu. 2010. Sosyal girişimler ve Türkiye: İhtiyaç analizi raporu. http://sosyalgirisim.org/userfiles/document/Sosyal%20Girisimler%20ve%20Türkiye_web.pdf adresinden alındı.

Fortuna, Agata vd. 2018. Yatırıma Hazır Girişimler Kapasite Geliştirme El Kitabı. <http://www.mikadoconsulting.com/dosyalar/yayinlar/79201815356.dosya.pdf> adresinden alındı.

Garanti Bankası. 2014. Research on Women Entrepreneurs. https://www.garanti.com.tr/tr/kobi/kobilere_ozel/kadin-girisimci-bankaciligi/kadin-girisimci-arastirmasi.page adresinden alındı.

Germanwatch. 2019. Climate Change Performance Index, 2019. Turkey. <https://www.climate-change-performance-index.org/country/turkey-2019> adresinden alındı.

Global Entrepreneurship Monitor. 2015. Report on social entrepreneurship. <https://gemconsortium.org/report/gem-2015-report-on-social-entrepreneurship> adresinden alındı.

Global Peace Index. 2018. <https://countryeconomy.com/demography/global-peace-index> adresinden alındı.

Göktepe, Hülya. 2014. "Sosyal işletmeler ve sosyal işletmelerin hukuki yapısı." International Conference on Eurasian Economies. 1-9.

Hürriyet. 2019. "İTO'dan Sosyal Girişimciler için Yasal Zemin Önerisi." <http://www.hurriyetdailynews.com/new-governmentsystem-begins-in-turkey-after-erdogan-swearsin-134364> adresinden alındı.

Hurriyet Daily News. 2018. New Government System Begins in Turkey After President Erdoğan Takes Oath. <http://www.hurriyetdailynews.com/new-government-system-begins-in-turkey-after-erdogan-swearsin-134364> adresinden alındı.

İnci, Burcu. 2016. "Social entrepreneurship in Turkey: A content analysis assessing Ashoka Fellows." International Journal of Trade, Economics and Finance 7, no. 4: 105-112.

Isem & Makro. 2016. So-VET Social Entrepreneurship as an Alternative for Young Unemployed. İstanbul, Turkey. https://ied.eu/entre_files/outcomes/Social_Entrepreneurship_as_an_alternative_for_Young_Unemployed.pdf adresinden alındı.

Işık, Volkan. 2013. "Kurumsal sosyal sorumluluğun değiştirdiği çalışma kavramı ve yeni bir çalışma alanı olarak sosyal girişimler." Sosyal Güvenlik Dergisi 3, no. 1: 101-131.

Kapusuz, Ayşe Gökçen, Mustafa Fedai Çavuş & Nazmiye Ülkü Pekkan. 2017. "Perceived social support and social entrepreneurship: Gender perspective from Turkey." Knowledge, Learning and Innovation, 75-90. Springer.

Kayalar, Murat & Elif Türkan Arslan. 2009. "Ashoka'ya üye sosyal girişimcilerin Türkiye ve Dünya'daki faaliyet alanlarının karşılaştırılması." Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi 1, no. 1: 56-76.

König, Anja Nadine. 2014. Developing Social Impact Markets in Turkey: Framework for Government Engagement and Review of Policy Options. <http://ipc.sabanciuniv.edu/wp-content/uploads/2014/05/AnjaRaporWeb.08.05.14.pdf> adresinden alındı.

KOSGEB. 2014. Türkiye Sosyal Girişimcilik ve Eylem Planı, 2015-2018. Ankara, Turkey: KOSGEB.

KUSIF. 2015. Civil Society Organisations' Perception and Practice of Social Impact Measurement in Turkey. <https://kusif.ku.edu.tr/wp-content/uploads/2019/01/Social-Impact-Measurement-Survey-Report-EN.pdf> adresinden alındı.

KUSIF. 2015. Social Impact Measurement Tools for Young Entrepreneurs - Needs Analysis. <https://kusif.ku.edu.tr/wp-content/uploads/2019/01/Kusif.NeedAnalysis.14.12.16.pdf> adresinden alındı.

Meydanoğlu, Zeynep. 2019. "Dünyada ve Türkiye'de sosyal girişim nedir, ne değildir?" Harvard Business

Review Türkiye. <https://hbrturkiye.com/dergi/dunyada-ve-turkiye-de-sosyal-girisim-nedir-ne-degildir> adresinden alındı.

Mollaoğulları, Batuhan Fatih & Ramazan Temel. 2017. "Social entrepreneurship in Turkey: Social solution for refugee problem." International Journal of Contemporary Economics and Administrative Sciences 7, no. 3-4: 139-157.

Müftügil Yalçın, Ayşe S. & Duygu Güner. 2015. Sosyal Etki Ölçümlemesi: KUSIF 4 Adım Yaklaşımı. İstanbul: Koç University Social Impact Forum. <https://kusif.ku.edu.tr/wp-content/uploads/2018/02/KUSIF-Sosyal-Etki-Olcumlemesi-Kilavuzu.pdf> adresinden alındı.

Müftügil Yalçın, Ayşe S., Tuba Emiroğlu & Duygu Güner. 2016. Social Impact Measurement Guide for Funding Institutions. İstanbul, Turkey: Koç University Social Impact Forum. https://kusif.ku.edu.tr/wp-content/uploads/2019/01/KUSIF_FonVerenlerENG_06.01.17.pdf adresinden alındı.

Nicholls, Alex., Simon, J., Gabriel, M., Whelan, C. 2015. New Frontiers in Social Innovation Research. New York, NY: Palgrave Macmillan.

OECD. 2017. How's Life in Turkey. <https://www.oecd.org/statistics/Better-Life-Initiative-country-note-Turkey.pdf> adresinden alındı.

OECD. 2018. Unemployment Rate (indicator). <https://data.oecd.org/unemp/unemployment-rate.htm> adresinden alındı.

OECD. 2018. Youth Unemployment Rate (indicator). <https://data.oecd.org/unemp/youth-unemployment-rate.htm> adresinden alındı.

OECD. 2019. Environmental Performance Reviews: Turkey. <https://www.oecd.org/turkey/oecd-environmental-performance-reviews-turkey-2019-9789264309753-en.htm> adresinden alındı.

Onur, Renay. 2018. Açık Açık Sektörel Analiz Raporları: 2017 Sivil Toplum Sektörü Finansal Analiz. <http://acikblog.org/wp-content/uploads/2018/10/Sivil-Toplum-Finansal-Analiz-2017.pdf> adresinden alındı.

Özdevcioğlu, Mahmut & Ayşe Cingöz. 2009. "Sosyal girişimcilik ve sosyal girişimciler: Teorik çerçeve." Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi 32: 81-95.

Özesmi, Uygur. 2019. The Prosumer Economy - Being Like a Forest. <https://arxiv.org/abs/1903.07615>

adresinden alındı.

S360 Research & Analytics Team. 2018. SIX Wayfinder Istanbul Social Innovation Ecosystem in Turkey: An Insight Report. İstanbul, Turkey: S360.

Sakarya, Sema, Muzaffer Bodur, Özlem Yıldırım Öktem & Nisan Selekler Göksen. 2012. "Social alliances: Business and social enterprise collaboration for social transformation." Journal of Business Research 65, no. 12: 1710-1720.

Sönmez, Asuman, Çağla Arıker & Andaç Toksoy. 2016. "Dünya'da ve Türkiye'de sosyal girişimciliğin gelişimi." Sosyal ve Beşeri Bilimler Araştırmaları Dergisi 17, no. 37: 102-121.

Sworder, Chris vd. 2017. The Global Cleantech Innovation Index 2017. https://www.unido.org/sites/default/files/files/2017-11/GCII_GCIP_report_2017.pdf adresinden alındı.

The Heritage Foundation. 2019. Index of Economic Freedom Country Rankings. <https://www.heritage.org/index/ranking> adresinden alındı.

The World Bank. 2018. Turkey Country Context. <https://www.worldbank.org/en/country/turkey/overview> adresinden alındı.

Thomson Reuters Foundation. 2016. The Best Countries to be a Social Entrepreneur. <http://poll2016.trust.org> adresinden alındı.

Ticaret Bakanlığı, Kooperatifçilik Genel Müdürlüğü. 2016. Türkiye Kooperatifçilik Stratejisi ve Eylem Planı 2012-2016. [http://www.turkey.coop/uploads/menu/turkiye_kooperatifcilik_stratejisi_ve_eylem_plani_\(2012-2016\).pdf](http://www.turkey.coop/uploads/menu/turkiye_kooperatifcilik_stratejisi_ve_eylem_plani_(2012-2016).pdf) adresinden alındı.

Toplum Gönüllüleri Vakfı. 2013. Üniversitelerde Sosyal Sorumluluk ve Sosyal Girişimcilik Pilot Projesi. İstanbul, Turkey: Public Affairs Embassy of the United States of America & TOG.

TÜİK. 2016. Yenilik Araştırması. http://www.tuik.gov.tr/MicroVeri/Yenilik_2016/turkce/index.html adresinden alındı.

TÜİK. 2018. Uluslararası Göç İstatistikleri, 2017. <http://tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?id=30607> adresinden alındı.

TÜİK. 2019. Girişimcilik İstatistikleri, 2017. www.tuik.gov.tr adresinden alındı.

TÜSEV. 2011. Türkiye'de Sivil Toplum: Bir Dönüm

Noktası. http://step.org.tr/images/UserFiles/File/step2011_web%20SON.pdf adresinden alındı.

TÜSEV & British Council. 2010. Türkiye'de Sosyal Girişimcilik Konferansı. <https://www.tusev.org.tr/sosyal-yatirim/sosyal-girisimcilik-projesi/turkiyede-sosyal-girisimcilik-konferansi-31-mart-2010-istanbul> adresinden alındı.

UNDP, İstanbul Uluslararası Özel Sektör ve Kalkınma Merkezi. 2012. Büyüyen Kapsayıcı Piyasalar, Türkiye'de Sosyal Girişimcilik Vakaları. İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.

UNDP. 2018. Turkey Ranks 64th on the Human Development Index. https://www.tr.undp.org/content/turkey/tr/home/presscenter/articles/2018/09/tuerkiye-_nsani-gelime-endeksinde-64--oldu0.html adresinden alındı.

UNHCR. 2019. Situation Syria Regional Refugee Response. <https://data2.unhcr.org/en/situations/syria/location/113> adresinden alındı.

World Bank. 2015. Turkey - Regional Enterprise Survey. <http://microdata.worldbank.org/index.php/catalog/2894> adresinden alındı.

World Bank. 2019. "Turkey Country Overview." <https://www.worldbank.org/en/country/turkey/overview> adresinden alındı.

World Economic Forum. 2018. The Global Competitiveness Report 2018. <http://www3.weforum.org/docs/GCR2018/05FullReport/TheGlobalCompetitivenessReport2018.pdf> adresinden alındı.

World Economic Forum. 2018. The Global Gender Gap Report 2018. http://www3.weforum.org/docs/WEF_GGGR_2018.pdf adresinden alındı.

Yaprak, Şeno & Berfu İter. 2009. "Social entrepreneurship as an effective way in the solution of social and economic problems." Proceedings of International Entrepreneurship Congress, İzmir, Turkey, 97-103.

Yıldız, Müge Leyla. 2017. "Social entrepreneurship in Turkey: An analysis of the best practices." Proceedings of Academics World 68th International Conference, Rome, Italy.

Araştırma sürecinde düzenlenen danışma toplantıları,

EK 1 - ETKİNLİKLERE KATILAN KURULUŞLAR

odak gruplar, yarı yapılandırılmış görüşmeler ve yuvarlak masa toplantılarına katılan kuruluşların listesi aşağıda verilmiştir:

KURULUŞ	ŞEHİR
AB Başkanlığı	Ankara
AB Türkiye Delegasyonu	Ankara
Abdullah Gül Üniversitesi Gençlik Fabrikası	Kayseri
Açık Açık	İstanbul
Aile, Çalışma ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı	Ankara
Akdeniz Üniversitesi	Antalya
Aksaray Üniversitesi	Aksaray
Alternatif Yaşam Derneği	İstanbul
Anadolu Meraları	Çanakkale
Anadolu Üniversitesi	Eskişehir
Anka Üreten Kadın Derneği	Mersin
Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi	Ankara
Ankara Kalkınma Ajansı	Ankara
Ankara Sosyal Bilimler Üniversitesi	Ankara
Anlatan Eller	İstanbul
Art Design Dream	Ankara
Ashoka Türkiye	İstanbul
Atölye	İstanbul
Başka Bir Okul Mümkün (BBOM) Derneği	İstanbul
Başkent Üniversitesi Teknoloji Transfer Ofisi	Ankara
Birleşmiş Milletler Sınai Kalkınma Teşkilatı - UNIDO	Ankara
Bereketlim	Bursa
Beykent Üniversitesi	İstanbul

Bilkent Üniversitesi	Ankara
Boğaziçi Üniversitesi Mezunları İş İnsanları Derneği - BRM	İstanbul
British Council	Ankara
Buğday Derneği	Çanakkale
Clean Clothes	İstanbul
Çukurova Üniversitesi Girişimcilik Elçileri Programı	Adana
Diyarbakır Girişimcilik Ağı	Diyarbakır
Dokuz Eylül Üniversitesi	İzmir
Dünya Bankası	Ankara
E-bursum	İstanbul
Ege Genç İş İnsanları Derneği (EĞİAD) Melek Yatırım Ağı	İzmir
EGET Vakfı	İzmir
Endeavor	İstanbul
Fongogo	İstanbul
Galata Business Angels	İstanbul
Garanti Bankası	İstanbul
Gediz Ekoloji Topluluğu	İzmir
Genç İşleri Kooperatif	İstanbul
Good4Trust	İstanbul
Gökova Gökboncuk Kooperatifi	Muğla
Gönüllü Hareketi Derneği	Bursa
Güneşköy Kooperatifi	Ankara
Hacettepe Üniversitesi	Ankara
Harmoni Kadın Kooperatifi	İstanbul
Hayata Sarıl Derneği	İstanbul
Helik and Tino	İzmir
IdaCapital	İstanbul
Idema	Ankara
İhtiyaç Haritası Kooperatifi	İstanbul
İmece	İstanbul

Impact Hub İstanbul	İstanbul
Inogar	Ankara
InnoCampus	Ankara
İstanbul Bilgi Üniversitesi	İstanbul
İstanbul Kalkınma Ajansı	İstanbul
İstanbul Okan Üniversitesi	İstanbul
İstanbul Ticaret Üniversitesi	İstanbul
İstasyonTEDÜ - Sosyal İnovasyon Merkezi	Ankara
İstanbul Teknik Üniversitesi (İTÜ) Arı Teknokent	İstanbul
İzmir Eğitim Kooperatifi	İzmir
İzmir Kalkınma Ajansı	İzmir
Joon	Ankara
Kalkınma Atölyesi Kooperatifi	Ankara
Kalkınma Merkezi Kooperatifi	Diyarbakır
Kibele	Diyarbakır
Khan Academy	İstanbul
Koç Holding	İstanbul
Koç Üniversitesi	İstanbul
Koç Üniversitesi Sosyal Etki Forumu - KUSIF	İstanbul
Kodluyoruz	İstanbul
Kokopelli Şehirde	İstanbul
Kuixo	Ankara
Kültür ve Turizm Bakanlığı	Ankara
Kültürhane	Mersin
Lokman Hekim Sağlık Vakfı	İzmit
Mazars Denge	İstanbul
MEA Danışmanlık	Muğla
Mephisto Tiyatro Kafe	Van
Mikado Sürdürülebilir Kalkınma Danışmanlığı	İstanbul
Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi	Muğla

Niş Cafe	Bursa
Nöbetçi Kütüphane	Adana
Orta Doğu Teknik Üniversitesi - ODTÜ	Ankara
ODTÜ Teknokent	Ankara
ODTÜ TEKPOL - Bilim ve Teknoloji Politikası Çalışmaları	Ankara
Originn	İzmir
Organic Bonny Baby	İzmir
Otsimo	Ankara
Öğrenme Meraklıları	Ankara
Önemsiyoruz	İstanbul
Özyeğin Üniversitesi	İstanbul
Phoca Goods-Projemiz Hayat	Ankara
Redbull Amaphiko	İstanbul
Rumi	Van
Sabancı Üniversitesi	İstanbul
Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı	Ankara
Sen de Anlat	Ankara
Social Enterprise UK	Londra
Sosyal Elçiler	İzmit
sosyalgirisim.com	İstanbul
Sürdürülebilir Yaşam TV	İstanbul
Şeker Bank	İstanbul
Tanal Organik Çiftliği	Antalya
Tarlam Var	İstanbul
TEB Melek Yatırım Platformu	İstanbul
TED Üniversitesi - TEDÜ	Ankara
Teyit	Ankara
Ticaret Bakanlığı	Ankara
Toyi	İstanbul
TÜBİTAK TEYDEB Girişimcilik Destekleme Grubu	Ankara

Türkiye Bilişim Derneği	Ankara
Türkiye Girişimcilik Vakfı	İstanbul
Tolkido	İzmir
Toplum Gönüllüleri Vakfı	İstanbul
Toplumsal Duyarlılık ve Şiddet Karşıtları Derneği	Diyarbakır
Troy Çevre Derneği	Çanakkale
Turkcell Diyalog Müzesi-Karanlıkta Diyalog	İstanbul
Türkiye Teknoloji Geliştirme Vakfı	Ankara
Üretkeniz.Biz Kooperatifi	İstanbul
Vakıflar Genel Müdürlüğü	Ankara
Viveka	Ankara
Yaşayarak Öğrenme Derneği - YAŞÖM	İstanbul
Yaşar Üniversitesi	İzmir
Yıldırım Beyazıt Üniversitesi	Ankara
Yuvarla	İstanbul
Yüztak	Van
Zorlu Holding	İstanbul

EK 2 - ANKET SORULARI

S1

Girişiminizin bilinen adı nedir?

S2

Girişimdeki rolünüz/pozisyonunuz nedir? (Uyanların tümünü seçin)

☐ Kurucu/Eş-Kurucu

☐ Çalışan

☐ Yönetici

☐ Gönüllü

☐ Yönetim Kurulu Üyesi

☐ Yanıt vermek istemiyorum

☐ Ortak

☐ Diğer

S3

Girişiminiz hangi yılda faaliyete başladı?

☐ Bilmiyorum

☐ Faaliyet başlangıç yılı:

☐ Yanıt vermek istemiyorum

S4

Girişiminiz hangi yılda resmen kuruldu? (Bu soru zorunlu değil)

S5

Girişiminizin operasyonları için belli bir merkez il var ise, neresidir?

☐ Merkez yok

☐ Bilmiyorum

☐ İstanbul

☐ Yanıt vermek istemiyorum

☐ Ankara

☐ Diğer

☐ İzmir

S6

Girişiminiz hangi ölçekte faaliyet göstermektedir? (Uyanların tümünü seçin)

☐ Yerel

☐ Bilmiyorum

☐ Bölgesel

☐ Yanıt vermek istemiyorum

☐ Ulusal

☐ Diğer

☐ Uluslararası

S7

Girişiminizi yöneten kişinin cinsiyeti nedir?

☐ Kadın

☐ Erkek

☐ Belirtmek istemiyorum

S8

Girişiminizi yöneten kişi hangi yaş aralığındadır?

☐ 18 yaş altı

☐ 55-60

☐ 18-24

☐ 60 yaş üstü

☐ 25-34

☐ Bilmiyorum

☐ 35-44

☐ Yanıt vermek istemiyorum

☐ 45-54

S9

Girişiminizi yöneten kişinin eğitim düzeyi nedir?

☐ Okur-yazar

☐ Yüksek lisans/doktora öğrencisi

☐ İlkokul mezunu

☐ Yüksek lisans/doktora mezunu

☐ Ortaokul/Lise Mezunu

☐ Bilmiyorum

☐ Yüksekokul/Üniversite öğrencisi

☐ Yanıt vermek istemiyorum

☐ Yüksekokul/Üniversite mezunu

S10

Girişiminize sizi yönlendiren faktörleri değerlendiriniz. (Likert scale: Hiç Önemli Değil (1),Biraz Önemli (2),Önemli (3) ,Çok Önemli (4), Yanıt Yok)

☐ Eğitim geçmişim/aldığım eğitim

☐ Daha önceki sivil toplum/gönüllülük faaliyetlerim/ tecrübem

☐ Bizzat deneyimlediğim ya da yakınlarımin deneyimlediği bir sorun

☐ Daha önceki kamu sektörü faaliyetlerim/tecrübem

☐ Daha önceki girişimcilik faaliyetlerim/tecrübem

☐ Öğrenci topluluklarındaki faaliyetlerim/tecrübem

☐ Daha önceki özel sektör faaliyetlerim/tecrübem

☐ Staj tecrübem

S11

Girişiminizin öncelikli misyonunu nasıl tanımlarsınız?

☐ Önce sosyal/Çevresel misyon

☐ Bilmiyorum

☐ Önce kar

☐ Yanıt vermek istemiyorum

☐ Her ikisi esit

S12

Kuruluşunuzu bir sosyal girişim olarak tanımlıyor musunuz?

☐ Evet

☐ Bilmiyorum

☐ Hayır

☐ Yanıt vermek istemiyorum

S13

Sizce sosyal girişimlerin ayırt edici özellikleri nelerdir? (Uyanların tümünü seçin)

☐ Sosyal/çevresel etki odaklı olmak

☐ Yenilikçilik

☐ Elde edilen karın bir kısmının misyona geri yatırılması

☐ Bilmiyorum

☐ Elde edilen karın hepsinin misyona geri yatırılması

☐ Yanıt vermek istemiyorum

☐ Gelirin büyük kısmının iktisadi faaliyet ile kazanılması

☐ Diğer

☐ Demokratik yönetim ilkelerinin benimsenmesi

S14

Girişiminizin genel hedefleri nedir/nelerdir? (Uyanların tümünü seçin)

☐ Daha fazla faydalanıcıya/müşteriye ürün/hizmet ulaştırmak

☐ Çevreyi korumak

☐ Kırılgan, dezavantajlı ya da dışlanmış grupları desteklemek

☐ Sosyal dışlanmayı azaltmak

☐ İstihdam fırsatları yaratmak

☐ Ekonomik dışlanmayı azaltmak

☐ Yoksulluğu azaltmak

☐ Kadınları/genç kadınları güçlendirmek

☐ Sağlığı ve esenliği geliştirmek

☐ Eğitim ya da okuryazarlığı desteklemek

☐ Diğer sosyal girişimleri/kuruluşları desteklemek

☐ Tarımsal kalkınmayı desteklemek

☐ Tarımsal değer zincirlerinde küçük üreticileri desteklemek

☐ Bilmiyorum

☐ Yanıt vermek istemiyorum

☐ Diğer

S15

Faaliyette bulunduğunuz ana sektör hangisidir?

☐ Perakende satış (giyim, gıda, kirtasiye vb.)

☐ İmalat/üretim

☐ İşletme destekleri/danışmanlık

☐ Eğitim

☐ Yaratıcı endüstriler (baskı, tasarım, web vb.)

☐ İstihdam ve beceri geliştirme

☐ Finansal destek hizmetleri

☐ Sağlık hizmetleri

☐ Sosyal bakım hizmetleri

☐ Çocuk bakım hizmetleri

☐ Kültür ve serbest zaman aktiviteleri

☐ Geri dönüşüm, çevre, farkındalık

☐ Konaklama ve catering

☐ Barınma

☐ Ortak çalışma alanı hizmetleri

☐ Tarım, çiftçilik, bahçecilik

☐ Ulaştırma

☐ Bilmiyorum

☐ Yanıt vermek istemiyorum

☐ Diğer

S16

Son 12 ayda piyasaya yeni bir ürün/hizmet/model sundunuz mu? (Uyanların tümünü seçin)

☐ Girişimimiz için yeni bir ürün/hizmet/model sunduk

☐ Türkiye için yeni bir ürün/hizmet/model sunduk

☐ Uluslararası piyasa için yeni bir ürün/hizmet/model sunduk

☐ Yeni bir ürün/hizmet/model sunmadık

☐ Bilmiyorum

☐ Yanıt vermek istemiyorum

S17

Sosyal etkinizle ilgili ne tür veriler topluyorsunuz? (Uyanların tümünü seçin)

☐ Veri toplamıyoruz

☐ Başarı hikayeleri

☐ Çıktılar ile ilgili sayısal veriler (ulaşılan kişi sayısı, satılan ürün sayısı vb.)

☐ Farklı paydaşların yaşadığı değişimler ile ilgili niteliksel veri (tanıklık, gözlem, mülakat, odak grup görüşmeleri gibi metotlarla ulaşılan veriler)

☐ Farklı paydaşların yaşadığı değişimler ile ilgili niceliksel veri (anketler, istatistikler, fayda-maliyet analizleri gibi metotlarla ulaşılan veriler)

☐ Bilmiyorum

☐ Yanıt vermek istemiyorum

☐ Diğer

S18

Sosyal ya da çevresel etkinizi ölçüyor musunuz?

☐ Evet

☐ Hayır

☐ Bilmiyorum

☐ Yanıt vermek istemiyorum

☐ Diğer

S18a

Sosyal ya da çevresel etkinizi ölçmeme sebebiniz nedir? (Uyanların tümünü seçin) [Koşullu Soru: Sadece S18'e "Hayır" diyenlere sorulmuştur]

☐ İstiyoruz ancak nasıl yapılacağını bilmiyoruz

☐ Veri topluyoruz ancak nasıl değerlendireceğimizi bilmiyoruz

☐ Gerekli olduğunu düşünmüyoruz

☐ Ne işe yarayacağı hakkında fikrimiz yok

☐ Bilmiyorum

☐ Yanıt vermek istemiyorum

☐ Diğer

S19

Son 12 ayda fayda sağladığınız (ürün, hizmet, modelinizden yararlanan) tahmini kişi sayısı nedir?

☐ 1-10

☐ 11-100

☐ 101-1.000

☐ 1.001-10.000

☐ 10.001-100.000

☐ 100.001-1.000.000

☐ 1.000.000+

☐ Bilmiyorum

☐ Yanıt vermek istemiyorum

S20

Girişiminizin yasal statüsü nedir? Birden fazla örgütlenme tipinden yararlandıysanız birden fazla seçenek işaretleyiniz. (Uyanların tümünü seçin)

☐ Herhangi bir örgütlenmeye gitmedik/Herhangi bir yasal statümüz yok

☐ Adi ortaklık

☐ Gerçek kişi tacir/Şahıs işletmesi

☐ Kollektif şirket

☐ Komandit şirket

☐ Limited şirket

☐ Anonim şirket

☐ Kooperatif

☐ Dernek

☐ Vakıf

☐ Bilmiyorum

☐ Yanıt vermek istemiyorum

S21

Derneğiniz ya da vakfınız bünyesinde bir iktisadi işletme işletiyor musunuz? [Koşullu Soru: Sadece S20'ye "Dernek" ya da "Vakıf" diyenlere sorulmuştur]

☐ Evet

☐ Hayır

☐ Bilmiyorum

☐ Yanıt vermek istemiyorum

S22

Örgütlenme şekline bağlı olarak ne gibi hukuki sorunlarla karşılaştınız? (Uyanların tümünü seçin)
[Koşullu Soru: Sadece S20'ye "Herhangi bir örgütlenmeye gitmedik/Herhangi bir yasal statümüz yok"cevabını vermeyenlere sorulmuştur]

☐ Bir sorunla karşılaşmadık

☐ Finansmana erişime ilişkin sorunlar

☐ Vergiye ilişkin sorunlar

☐ Bilmiyorum

☐ Kuruluş aşamasında kamu kuruluşlarıyla yaşanan sorunlar

☐ Yanıt vermek istemiyorum

☐ Faaliyete geçtikten sonra kamu kuruluşlarıyla yaşanan sorunlar

☐ Diğer

S23

Girişiminiz başka bir kuruluşun/girişimin alt kuruluşu mu?

☐ Evet, kâr amacı guden bir kuruluşun

☐ Hayır

☐ Evet, kâr amacı gutmeyen bir kuruluşun

☐ Diğer

☐ Evet, kooperatifin

S24

Girişiminizin çalışan sayısı bilgilerini belirtiniz. İlgili kategoride çalışmanız yoksa lütfen rakamla sıfır (0) yazınız.

☐ Ücretli tam zamanlı erkek çalışan sayısı| 12 ay öncesinde

☐ Ücretli yarı zamanlı kadın çalışan sayısı| 12 ay öncesinde

☐ Ücretli tam zamanlı erkek çalışan sayısı| Şu anda

☐ Ücretli yarı zamanlı kadın çalışan sayısı| Şu anda

☐ Ücretli tam zamanlı kadın çalışan sayısı| 12 ay öncesinde

☐ Kadın gönüllü sayısı| 12 ay öncesinde

☐ Ücretli tam zamanlı kadın çalışan sayısı| Şu anda

☐ Kadın gönüllü sayısı| Şu anda

☐ Ücretli yarı zamanlı erkek çalışan sayısı| 12 ay öncesinde

☐ Erkek gönüllü sayısı| 12 ay öncesinde

☐ Ücretli yarı zamanlı erkek çalışan sayısı| Şu anda

☐ Erkek gönüllü sayısı| Şu anda

S25

Geçtiğimiz mali yıl için, girişiminizin cirosu (ürün ve hizmet satışlarından elde edilen, vergiler ve giderler düşmeden önceki toplam gelir) hangi aralıktadır?

☐ 0-10.000 TL

☐ 2.000.001-10.000.000 TL

☐ 10.001-100.000 TL

☐ 10.000.000 TL +

☐ 100.001-500.000 TL

☐ Bilmiyorum

☐ 500.001-2.000.000 TL

☐ Yanıt vermek istemiyorum

S26

Geçtiğimiz mali yılda toplam gelirinizin ne kadarını ticari faaliyetten elde ettiniz?

☐ Ticari faaliyetten gelir elde etmedik

☐ %75-100 arası

☐ %0-24 arası

☐ Bilmiyorum

☐ %25-49 arası

☐ Yanıt vermek istemiyorum

☐ %50-74 arası

S27

Şimdiye kadar hangi finansman kaynaklarını kullandınız? (Uyanların tümünü seçin)

☐ Şahsi finansman kaynakları

☐ Ticari krediler

☐ Arkadaş-aile destekleri

☐ Hisse senedi ya da hisse senedi benzeri yatırımlar

☐ Hibeler (devlet, vakıf, uluslararası kuruluşlar vb. alınan hibe destekleri)

☐ Leasing

☐ Nakdi bağışlar

☐ Nakdi ödüller

☐ Aynı bağışlar (gönüllülerin zamanı, eşya/malzeme/yer desteği vb.)

☐ Aynı ödüller (uzmanlık hizmetleri, eğitimler, ofis kullanımı vb.)

☐ Kitlese fonlama

☐ Bilmiyorum

☐ Sponsorluklar

☐ Yanıt vermek istemiyorum

☐ İmtiyazlı krediler (piyasa faiz oranının altında verilen krediler)

☐ Diğer

S28

Girişiminiz gelir fazlası/kar elde ediyor mu?

☐ Evet

☐ Bilmiyorum

☐ Hayır

☐ Yanıt vermek istemiyorum

☐ Başabaş noktasında

S29

Gelir fazlasını/karınızı nasıl değerlendiriyorsunuz? (Uyanların tümünü seçin)
[Koşullu Soru: Sadece S28'e "Evet" diyenlere sorulmuştur]

☐ Misyonum için harcıyorum

☐ Ortaklar/hissedarlar vb. ile paylaşıyorum

☐ Kurumsal büyüme ve geliştirme faaliyetlerinde kullanıyorum

☐ Bağlı kuruluş/ana kuruluş/iştiraklerle paylaşıyorum

☐ Paydaşların kapasitelerini geliştirmek için kullanıyorum

☐ Yatırımcılara aktarıyorum

☐ Çalışanları ödüllendiriyorum

☐ Bilmiyorum

☐ İşletme hesabında tutulan miktara ekliyorum

☐ Yanıt vermek istemiyorum

☐ Bağış yapıyorum ya da kurumsal sosyal sorumluluk çalışmalarında kullanıyorum

☐ Diğer

S30

Gelecek yıl büyümeyi bekliyor musunuz?

☐ Evet

☐ Bilmiyorum

☐ Hayır

☐ Yanıt vermek istemiyorum

S31

Büyümeyi nasıl gerçekleştirmeyi planlıyorsunuz? (Uyanların tümünü seçin)
[Koşullu Soru: Sadece S30'a "Evet" diyenlere sorulmuştur]

☐ Mevcut faydalanıcılara/müşterilere satışı arttırarak

☐ Başka bir kuruluş/şirkette birleşerek

☐ Yeni faydalanıcılar/müşteriler bularak

☐ Başka bir kuruluşu/şirketi satın alarak

☐ Yeni bölgelere satış yaparak

☐ İşbirlikleri geliştirerek/Bir konsorsiyumun ortağı olarak

☐ Yeni ürünler ve hizmetler geliştirerek

☐ Bilmiyorum

☐ Franchise vererek

☐ Yanıt vermek istemiyorum

☐ Yatırım alarak

☐ Diğer

S32

Gelecek yıl girişiminizde çalışan kişi sayısının nasıl değişeceğini öngörüyorsunuz? Lütfen en iyi tahmininizi belirtiniz.

☐ Önemli oranda artacak

☐ Önemli oranda azalacak

☐ Az da olsa artacak

☐ Bilmiyorum

☐ Aynı kalacak

☐ Yanıt vermek istemiyorum

☐ Az da olsa azalacak

S33

Gelecek yıl için ne kadar dış finansman aramayı planlıyorsunuz?

☐ Aramayı planlamıyorum

☐ 2.000.001-10.000.000 TL

☐ 1-10.000 TL

☐ 10.000.000 TL +

☐ 10.001-100.000 TL

☐ Bilmiyorum

☐ 100.001-500.000 TL

☐ Yanıt vermek istemiyorum

☐ 500.001-2.000.000 TL

S34

Girişiminizin önündeki fırsatlara dair değerlendirmeniz nedir? (Likert scale: Hiç Önemli Değil (1),Biraz Önemli (2),Önemli (3) ,Çok Önemli (4) ,Yanıt Yok)

☐ Sosyal girişimciliğin ivme kazanıyor olması

☐ Sürdürülebilir kalkınma hedefleri için yapılan çalışmalar

☐ Destek programlarının/destekleyici yapıların sayısının artıyor olması

☐ İşbirliği olanakları

☐ Eğitim olanaklarının artıyor olması

☐ Teknolojik olanaklar

☐ Özel sektör kuruluşlarının artan ilgisi/desteği

☐ Sürdürülebilir ürün ve hizmetlere yönelik ilgi/talep artışı

☐ Kamu kuruluşlarının artan ilgisi/desteği

☐ Dünyadaki trendler

☐ Etki yatırımcılığı fırsatları

S35

Girişiminizin önündeki engellere dair değerlendirmeniz nedir? (Likert scale: Hiç Önemli Değil (1),Biraz Önemli (2),Önemli (3) ,Çok Önemli (4) ,Yanıt Yok)

☐ Sermaye (borç /özkaynak)

☐ Kamu kurumlarının sosyal girişi anlamıyor olması/farklı anlayışlar

☐ Hibe finansmanı elde etmek

☐ Toplumun sosyal girişi anlamıyor olması/farklı anlayışlar

☐ Nakit akışı ya da geç ödemeler

☐ Ekonomik iklim (mali düzenlemeler, döviz kuru kayıpları, vb.)

☐ Personele erişim

☐ Kamu hizmetlerine erişim (ulaşım, enerji, su vb.)

☐ Ürün veya hizmet için talep eksikliği

☐ Vergilendirme, KDV, iş kurma maliyetleri

☐ Yönetim becerilerinin yetersizliği

☐ Sosyal girişimlere özgü bir tüzel kişilik olmaması

☐ Teknik becerilerin yetersizliği

☐ Sosyal girişimleri olumsuz yönde etkileyen politikaların varlığı

☐ Destek ve danışmanlık hizmetlerine erişim eksikliği

☐ Yönetmelikler/bürokrasi

☐ Tesislerin uygunluğu/maliyeti

☐ Yolsuzluk

☐ Bankalar/destek kuruluşlarının sosyal girişi anlamıyor olması/farklı anlayışlar

S36

Girişiminizi bu aşamaya getiren en önemli faktörler nelerdir? (Uyanların tümünü seçin)

☐ İyi ekip

☐ Kaliteli ürün/hizmet

☐ Gönüllü desteği

☐ Kurumsallaşma/yönetişim

☐ Eğitim

☐ Network/ağlar

☐ İhtiyaç analizi

☐ Bilmiyorum

☐ Yanıt vermek istemiyorum

☐ Diğer

S37

Finansmana erişiminiz önünde engel(ler) olduğunu düşünüyor musunuz?

☐ Evet

☐ Bilmiyorum

☐ Hayır

☐ Yanıt vermek istemiyorum

S37a

Finansmana erişimin önündeki engellere dair değerlendirmeniz nedir? (Likert scale: Hiç Önemli Değil (1),Biraz Önemli (2),Önemli (3) ,Çok Önemli (4) ,Yanıt Yok)
(Koşullu Soru: Sadece S37'ye “Evet” diyenlere sorulmuştur)

☐ Girişimin geçmiş finansal performansının yetersizliği

☐ Hibe/bağış/kitlese fonlamaya erişim güçlüğü

☐ Sosyal girişimlere yatırım yapanların sayısının yetersizliği

☐ Kredilere erişim güçlüğü

☐ İş modeline dair sorunlar

☐ Kredi teminat şartlarının ağırlığı

☐ Finansman sağlayanlarla sosyal girişimciler arasında ortak bir dil olmaması

☐ Yatırımcılara erişim sağlayacak ağların yetersizliği

☐ Yatırımcıların yüksek gelir beklentisi

☐ Uluslararası finansman kaynaklarına erişim zorluğu

☐ Yüksek kredi faiz oranları

S38

Belirtmek/eklemek istediğiniz herhangi başka bir konu var ise yazınız.

S39

Bu çalışma sonucu hazırlanacak olan rapor çıktıları tüm kamuoyu ile paylaşılacaktır. Raporun size ayrıca iletilmesini isterseniz, e-posta adresinizi belirtiniz.

EK 3 - İŞLETMELERİN YASAL STATÜLERİNE İLİŞKİN GENEL ÖZELLİKLER

Türk hukukunda sosyal girişimlere özel bir yasal statü/kişilik tanınmamaktadır. Sosyal girişimlerce kullanılan yasal statülere ilişkin temel bilgiler aşağıdaki tabloda yer almaktadır:

Türkiye’de işletmelerin yasal statüleri												
Yasal statü	Açıklama	Vergiyle ilgili hususlar										
Gerçek Kişi Tacir	Gerçek kişi tacir tarafından idare edilen bir işletmenin müstakil bir tüzel kişiliği yoktur. Bu nedenle, İşletme ile sahibi hukuki açıdan ayrı tutulmaz. Genellikle yüksek risk arz etmeyen, küçük ölçekli tek kişi işletmeleri için en uygun örgütlenme biçimidir. İşletmenin her türlü ticari faaliyetinden doğan borçlar, gerçek kişi tacire aittir.	193 sayılı gelir Vergisi Kanunu uyarınca gerçek kişi tacir elde ettiği ticari kazanç üzerinden vergi öder. Buna göre, vergi oranları artan oranlı vergi sistemi kapsamında değişiklik göstermektedir. 2019 yılında uygulanan vergi oranları şöyledir:										
		<table><tr><th>Vergi dilimi</th><th>Oran</th></tr><tr><td>1 - 18,000</td><td>15 %</td></tr><tr><td>18,001 - 40,000</td><td>20 %</td></tr><tr><td>40,001 - 98,000</td><td>27 %</td></tr><tr><td>98,001 ve üzeri</td><td>35 %</td></tr></table>	Vergi dilimi	Oran	1 - 18,000	15 %	18,001 - 40,000	20 %	40,001 - 98,000	27 %	98,001 ve üzeri	35 %
		Vergi dilimi	Oran									
		1 - 18,000	15 %									
		18,001 - 40,000	20 %									
		40,001 - 98,000	27 %									
98,001 ve üzeri	35 %											
Adi Ortaklık	Adi ortaklık sözleşmesi, iki veya daha fazla kimsenin Adi ortaklık sözleşmesi, iki veya daha fazla kimsenin müşterek bir amaca ulaşmak ve elde edecekleri geliri aralarında bölüşmek için emeklerini ve mallarını birleştirmeyi kabul ettikleri bir sözleşme olarak tanımlanmaktadır. Adi ortaklıkların tüzel kişiliği yoktur. Sözleşmeli ortak girişimler ve konsorsiyumlar, adi ortaklık olarak tanımlanmaktadır.	Adi şirketlerin tüzel kişiliği bulunmadığından, vergilendirmede ortakların yasal statüsü esas alınır. Diğer bir deyişle, ortakların gerçek kişi olması halinde şirket faaliyetlerinden elde edilen gelirlere ilişkin vergilendirme, yukarıda belirtilen vergi dilimleri üzerinden Gelir Vergisi Kanunu’na uyarınca gerçekleştirilir.										
	Ortaklar, faaliyet ve işlemlerden doğan borçlardan müştereken ve müteselsilen sorumludur. Her ortağın sorumluluğu sınırsızdır.	Öte yandan, ortakların tüzel kişiliğe (örn. limited veya anonim şirket) sahip olduğu hallerde, Kurumlar Vergisi Kanunu (5520 sayılı Kanun) uyarınca vergilendirilir. Sabit vergi oranı %20’dir (Kurumlar Vergisi Kanunu’nun geçici maddesi uyarınca, 2019 ve 2020 yıllarında uygulanacak vergi oranı %22’dir).										
	Adi ortaklıklarda, yazılı bir sözleşme imzalama, tescil/onay işlemi yaptırma veya asgari bir sermaye zorunluluğu yoktur.											
Kolektif Ortaklık	Şirketin gerekli ödemeyi ya Ortaklığın borçlarını ödememesi durumunda, ortaklığın borçlarından “komandite” ortaklar sorumludur. Bu ortakların sorumluluğu sınırsızdır. Ancak “komanditer” ortakların sorumluluğu, taahhüt ettikleri sermaye miktarıyla sınırlıdır. Hem gerçek hem de tüzel kişiler komandit ortaklık kurabilirler. Ancak yalnızca gerçek kişiler komandite ortak olabilir.	Komandit şirketlerin vergilendirilmesinde Kurumlar Vergisi Kanunu hükümleri esas alınır. Sabit vergi oranı %20’dir (Kurumlar Vergisi Kanunu’nun geçici maddesi uyarınca, 2019 ve 2020 yıllarında uygulanacak vergi oranı %22’dir). Kurumlar Vergisi Kanunu’nun bazı hükümlerinde, belirli durumlarda vergi indirimi ve muafiyeti sağlanabileceği ifade edilmektedir. Ayrıca, Kurumlar Vergisi Kanunu madde 32/A’da indirimli kurumlar vergisi oranları düzenlenmiştir. Bu çerçevede, vergi teşviki kapsamında vergi oranı mevzuat uyarınca indirimli olarak uygulanabilir.										

Komandit Ortaklık	Şirketin gerekli ödemeyi ya Ortaklığın borçlarını ödememesi durumunda, ortaklığın borçlarından "komandite" ortaklar sorumludur. Bu ortakların sorumluluğu sınırsızdır. Ancak "komanditer" ortakların sorumluluğu, taahhüt ettikleri sermaye miktarıyla sınırlıdır. Hem gerçek hem de tüzel kişiler komandit ortaklık kurabilirler. Ancak yalnızca gerçek kişiler komandite ortak olabilir.	Komandit şirketlerin vergilendirilmesinde Kurumlar Vergisi Kanunu hükümleri esas alınır. Sabit vergi oranı %20'dir (Kurumlar Vergisi Kanunu'nun geçici maddesi uyarınca, 2019 ve 2020 yıllarında uygulanacak vergi oranı %22'dir). Kurumlar Vergisi Kanunu'nun bazı hükümlerinde, belirli durumlarda vergi indirimi ve muafiyeti sağlanabileceği ifade edilmektedir. Ayrıca, Kurumlar Vergisi Kanunu madde 32/A'da indirimli kurumlar vergisi oranları düzenlenmiştir. Bu çerçevede, vergi teşviki kapsamında vergi oranı mevzuat uyarınca indirimli olarak uygulanabilir.
Limited Ortaklık	Limited ortaklık kurmak için herhangi bir idari organdan onay alınmasına gerek yoktur. Ortaklık sözleşmesinin ticaret siciline tescil edilmesi yeterlidir. Limited ortaklıklar tek bir ortak tarafından kurulabilir. Ortakların sayısı elliyi aşamaz. En az sermaye tutarı 10.000 TL'dir. Limited ortaklık kurarken zorunlu olan tek kurumsal belge esas sözleşmedir. Esas sözleşmede belirtilmeyen hususlar Türk Ticaret Kanunu hükümlerine tabidir. Payların devrine ilişkin belgelerin noterlikçe onaylanması gerekmektedir. Esas sözleşmede aksi belirtilmediği takdirde, limited ortaklıkta esas sermaye payının devri için, genel kurulun onayı şarttır. Devir bu onayla geçerli olur. Esas sözleşmede sermaye payı devrinin yalnızca haklı sebep göstermek suretiyle reddedilebileceği düzenlenmemişse, genel kurul sebep göstermeksizin onayı reddedebilir. Esas sözleşmeyle sermaye payının devri yasaklanabilir. Bu nedenle, anonim ortaklığa kıyasla limited ortaklıkta, 'sermaye'den ziyade 'kişi' unsuru ön plana çıkmaktadır. Ortaklığın gerekli ödemeyi yapmaması durumunda, ortaklığın ödenmemiş kamu borçlarından ortaklar sorumludur. Ortakların sorumluluğu, ortaklıktaki sermaye payı yüzdeleriyle orantılıdır. Limited ortaklıkların yöneticileri aynı zamanda, ortaklığın ödenmemiş olan kamu borçlarına ilişkin ikincil yükümlülük sahibidir. Ortaklar esas sözleşmeyle, esas sermaye payı bedeli dışında ek ödemelerle yükümlü tutulabilirler. Ortaklardan bu yükümlülüğün yerine getirilmesi ancak belirli hallerde (örn. mali güçlükler) istenebilir. Ancak, esas sözleşmede yan edim yükümlülüklerine ilişkin herhangi bir hükmün bulunmaması halinde, ortakların yükümlülüğü taahhüt ettikleri sermaye ile sınırlıdır. Ortaklardan en az biri, ortaklığın yöneticisi olmalıdır.	Limited şirketlerin vergilendirilmesinde Kurumlar Vergisi Kanunu hükümleri esas alınır. Sabit vergi oranı %20'dir (Kurumlar Vergisi Kanunu'nun geçici maddesi uyarınca, 2019 ve 2020 yıllarında uygulanacak vergi oranı %22'dir). Kurumlar Vergisi Kanunu'nun bazı hükümlerinde, belirli durumlarda vergi indirimi ve muafiyeti sağlanabileceği ifade edilmektedir. Ayrıca, Kurumlar Vergisi Kanunu madde 32/A'da indirimli kurumlar vergisi oranları düzenlenmiştir. Bu çerçevede, vergi teşviki kapsamında vergi oranı mevzuat uyarınca indirimli olarak uygulanabilir.

Anonim Ortaklık	Halka açık veya halka açık olmayan anonim ortaklık olarak kurulabilir.	Anonim şirketlerin vergilendirilmesinde Kurumlar Vergisi Kanunu hükümleri esas alınır. Sabit vergi oranı %20'dir (Kurumlar Vergisi Kanunu'nun geçici maddesi uyarınca, 2019 ve 2020 yıllarında uygulanacak vergi oranı %22'dir).
Türkiye'deki ikinci en yaygın ortaklık türüdür.	Anonim ortaklık kurmak için, istisnai haller dışında, herhangi bir idari organdan izin/onay alınmasına gerek yoktur. Esas sözleşmenin ticaret siciline tescil edilmesi yeterlidir.	Kurumlar Vergisi Kanunu'nun bazı hükümlerinde, belirli durumlarda vergi indirimi ve muafiyeti sağlanabileceği ifade edilmektedir. Ayrıca, Kurumlar Vergisi Kanunu madde 32/A'da indirimli kurumlar vergisi oranları düzenlenmiştir. Bu çerçevede, vergi teşviki kapsamında vergi oranı mevzuat uyarınca indirimli olarak uygulanabilir.
	Anonim ortaklıklar tek bir pay sahibi tarafından kurulabilir. En az sermaye tutarı 50.000 TL'dir. Taahhüt edilmiş olan esas sermayenin dörtte birlik kısmı kuruluş aşamasında tescilden önce; kalan dörtte üçlük kısmının ise kuruluşu müteakip iki yıl içerisinde ödenmesi gerekmektedir.	
	Anonim ortaklık kurarken zorunlu olan tek kurumsal belge esas sözleşmedir. Esas sözleşmede belirtilmeyen hususlar Türk Ticaret Kanunu hükümlerine tabidir.	
	Düzenlemeye tabi belirli sektörlerde yalnızca anonim ortaklıklar faaliyet gösterebilir (örn. bankacılık, radyo ve televizyon yayıncılığı).	
	Pay devrine ilişkin işlemin noterce onaylanmasına veya tescil edilmesine gerek yoktur. Pay devrinin gerçekleşmesi için ortakların onayının alınması zorunlu değildir. Ancak, esas sözleşmeyle nama yazılı payların devri sınırlandırılabilir.	
	Ortakların sorumluluğu, kendi esas sermaye paylarıyla sınırlıdır. Ortaklara (sermaye koyma taahhüdü dışında) herhangi bir yan edim yükümlülüğü getirilemez. Ortaklığın ödenmemiş kamu borçlarından yönetim kurulu üyesi olmayan ortaklar sorumlu değildir. Yöneticilerin ödenmeyen kamu borçlarından doğan sorumlulukları ortadan kalkmaz. Limited ortaklıklara benzer şekilde, anonim ortaklıkların yöneticileri aynı zamanda, ortaklığın ödenmemiş olan kamu borçlarına ilişkin ikincil yükümlülük sahibidir.	
	Anonim ortaklıklar, pay sahiplerinin yer aldığı genel kurul tarafından atanan yönetim kurulu tarafından yönetilir. Günlük işlerde ise ortaklık, yönetim kurulu üyelerinin atadığı yöneticiler tarafından yönetilir. Yönetim kurulu üyeleri gerçek veya tüzel kişilerden oluşabilir. Yönetim kurulu üyesi olabilmek için pay sahibi olmak şart değildir.	

Kooperatif	Tüzel kişiliği haiz olmak üzere ortaklarının belirli ekonomik menfaatlerini ve özellikle meslek veya geçimlerine ait ihtiyaçlarını işgücü ve parasal katkılarıyla karşılıklı yardım, dayanışma ve kefalet suretiyle sağlayıp korumak amacıyla gerçek ve tüzel kişiler tarafından kurulan değişir ortaklı ve değişir sermayeli ortaklıklara kooperatif denir. Kooperatiflere ilişkin kurallar çeşitli mevzuat kaynaklarına dağılmış durumdadır. İlk olarak, T.C. Anayasası'nın 171. Maddesi uyarınca Devlet, kooperatifçiliğin gelişmesini sağlayacak tedbirleri almakla yükümlüdür. Mevzuat bakımından Türkiye'deki kooperatifleri düzenleyen birincil kaynak Kooperatifler Kanunu'dur (1163 Sayılı Kanun). Öte yandan, belirli kooperatif türlerine ilişkin özel hususlar ise iki özel kanunda (1581 sayılı Tarım Kredi Kooperatifleri ve Birlikleri Kanunu ve 4572 sayılı Tarım Satış Kooperatif Ve Birlikleri Hakkında Kanun) düzenlenmiştir. Söz konusu kanunların uygulanmasına ilişkin hususlar ise çeşitli tebliğ, yönetmelik ve tüzüklerde gösterilmektedir. Ayrıca, Kooperatifler Kanunu'nda hükme bağlanmayan hususlarda, Türk Ticaret Kanunu'nun (6102 sayılı Kanun) anonim şirketlere ilişkin hükümleri esas alınmaktadır. Bir kooperatif en az 7 ortak tarafından imzalanacak ana sözleşme ile kurulur. Ana sözleşmenin ticaret sicili müdürlüğünde yetkilendirilmiş personel huzurunda imzalanması gerekir. Ana sözleşmede yer alacak mecburi ve ihtiyari hükümler kanunla düzenlenmiştir. İlgili Bakanlık faaliyet konuları itibarıyla kooperatifleri sınıflandırmaya, çalışma bölgeleri oluşturmaya, kooperatif kuruluşu için asgari ortak sayısından az olmamak üzere ortak sayısı ve kooperatif kurulmasına yönelik diğer şartlar ile usul ve esasları belirlemeye yetkilidir. Buna ilişkin usul ve esaslar ilgili Bakanlık tarafından çıkarılacak tebliğ ile belirlenir. Kooperatifin faaliyet alanına göre değişmekle birlikte ilgili Bakanlık; Gümrük ve Ticaret Bakanlığı, Gıda, Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı veya Çevre ve Şehircilik Bakanlığı olabilir. Daha sonra ana sözleşme, Ticaret Bakanlığına verilir. Bakanlığın kuruluşu izin vermesi halinde, kooperatif merkezinin bulunduğu yer ticaret siciline tescil ve ilan olunur. Sermaye miktarı sınırlandırılarak kooperatif kurulamaz. Kooperatif ortaklığına girmek için gerçek kişilerin medeni hakları kullanma yeterliliğine sahip olmaları gerekir. Tüzel kişiler de kooperatif ortağı olabilir. Ortak olmak isteyen gerçek ve tüzel kişiler, kooperatif ana sözleşmesi hükümlerini bütün hak ve ödevleriyle birlikte kabul ettiklerini belirten bir yazı ile kooperatif yönetim kuruluna başvururlar. Kooperatife giren her şahıstan en az bir ortaklık payı alınması gerekir. Bir ortaklık payının değeri -ilgili kanunda belirtildiği üzere- 100 TL'dir. Ortaklık payının değeri Cumhurbaşkanı Kararı ile artırılabilir. Kooperatife giren ortaklar en çok 5.000 pay taahhüt edebilirler. Sahip olduğu payların sayısından bağımsız olarak genel kurulda her ortak yalnız bir oya sahiptir.	Kooperatiflerin vergilendirilmesinde Kurumlar Vergisi Kanunu hükümleri esas alınır. Sabit vergi oranı %20 'dir (Kurumlar Vergisi Kanunu'nun geçici maddesi uyarınca, 2019 ve 2020 yıllarında uygulanacak vergi oranı %22'dir). Kurumlar Vergisi Kanunu'nun bazı hükümlerinde, belirli durumlarda vergi indirimi ve muafiyeti sağlanabileceği ifade edilmektedir. Ayrıca, Kurumlar Vergisi Kanunu madde 32/A'da indirimli kurumlar vergisi oranları düzenlenmiştir. Bu çerçevede, vergi teşviki kapsamında vergi oranı mevzuat uyarınca indirimli olarak uygulanabilir.
------------	---	--

Dernekler	Dernekler, gerçek veya tüzel en az yedi kişinin kazanç paylaşma dışında belirli ve ortak bir amacı gerçekleştirmek üzere, bilgi ve çalışmalarını sürekli olarak birleştirmek suretiyle oluşturdukları, tüzel kişiliğe sahip kişi topluluklarıdır (Türk Medeni Kanunu, madde 56). Dernekler, ticari işletme işletebilirler. Ancak ticari faaliyetlerden elde edilen kazanç, derneğin amacına hizmet etmek için kullanılmak zorundadır. Bir başka deyişle, bu kazanç dernek üyeleri arasında paylaşılamaz. Ticari bir işletme işleten dernekler tacir sayılırlar (Bu hüküm kamu yararına çalışan dernekler bakımından geçerli değildir: Türk Ticaret Kanunu madde 16, fıkra 2). Dernek kurmak görece basit bir işlemdir. Dernek kurma özgürlüğü, T.C. Anayasası'nda güvence altına alınmıştır (Madde 33, fıkra 1). Kurucular yalnızca dernek tüzüğünü ilgili yerleşim yerinin en büyük mülki amirine ibraz ederek kuruluş bildirimini yapmakla yükümlüdür. Amacı hukuka veya ahlâka aykırı olmamak kaydıyla, derneğin tüzel kişilik kazanması için kuruluş bildiriminde bulunmak yeterlidir (Türk Medeni Kanunu, madde 47 fıkra 2). Kuruluş bildirimini ve belgelerin doğruluğu ile dernek tüzüğü, en büyük mülki amir tarafından 60 gün içinde dosya üzerinden incelenir. Tespit edilen eksikliklerin 30 gün içinde giderilmemesi halinde, mahkeme kararıyla dernek feshedilebilir veya faaliyetleri durdurulabilir (Türk Medeni Kanunu, madde 60). Ancak derneğin işletilmesi daha karmaşık bir süreçtir. Olağan genel kurul toplantılarının en geç üç yılda bir yapılması zorunludur (5253 sayılı Dernekler Kanunu, madde 9). (Dernekler Yönetmeliği, madde 13) Ayrıca, dernekler defter tutmak (Dernekler Yönetmeliği, madde 31 vd.), iç ve dış denetim (5253 sayılı Dernekler Kanunu, madde 9) gerçekleştirmekle yükümlüdür. İç denetim, derneğin denetim kurulu tarafından yapılabileceği gibi, bağımsız denetim kuruluşlarına da yaptırılabilir. Dış denetim İçişleri Bakanı veya mülki idare amiri tarafından gerçekleştirilebilir (5253 sayılı Kanun, Madde 19, fıkra 2). Derneklerde üç zorunlu organ bulunur: (i) Tüm üyelerden oluşan ve derneğin en yetkili organı olan genel kurul; (ii) Derneğin kararlarını icra etmek, günlük faaliyetleri yürütmek ve üçüncü kişiler nezdinde derneği temsil etmekle görevli olan yönetim kurulu; (iii) Derneğin iç denetimini gerçekleştiren denetim kurulu. Derneğin iç denetimini gerçekleştirmek üzere bağımsız denetçiler de görevlendirilebilir. Kamu yararı için çalışan bir dernek, en az bir yıl faaliyette bulunduktan sonra "kamu yararına çalışan dernek" statüsü kazanmak için başvuruda bulunabilir (5253 sayılı Dernekler Kanunu, madde 27). Cumhurbaşkanlığı kararıyla verilen bu statü ile derneklere vergi mevzuatı bakımından (bkz. vergiyle ilgili hususlar) ve bağış toplama gibi çeşitli konularda ayrıcalıklar tanınmaktadır. Bir derneğin bu statüyü kazanmak için yerine getirmesi gereken şartlar, Dernekler Yönetmeliği'nin 49. maddesinde düzenlenmiştir. Buna göre, kamu yararına çalışan derneklere sayılmak için derneğin; (i) En az bir yıldan beri faaliyette bulunması; (ii) Son bir yıl içindeki, 2019 yılı için belirlenen tutar olan 133.491 'sini geçen alım ve satım işlemlerinin rekabet koşullarına uygun yapılması; (iii) Amacının ve gerçekleştirdiği faaliyetlerin, üyelerinin dışında yerel veya ulusal düzeyde toplumun ihtiyaç ve sorunlarına yönelik çözümler üretecek ve toplumsal gelişmeye katkı sağlayacak nitelikte olması; (iv) Yıl içinde elde ettiği gelirin en az yarısının bu amaçla harcanması ve (v) Sahip olduğu mal varlığının ve yıllık gelirin tüzüğünde belirtilen amacı gerçekleştirecek düzeyde olması gerekir.	Dernekler vergilendirmeye tabi değildir. Ancak, ticari bir işletme işleten dernekler, Kurumlar Vergisi Kanunu uyarınca vergilendirmeye tabidirler. Ayrıca, resmi ticari bir işletmesi bulunmasa dahi, ticari faaliyetlerde bulunan dernekler de ticari işletme sayılır ve bunlardan Kurumlar Vergisi Kanunu'na göre vergilendirilir. Sabit vergi oranı %20'dir (Kurumlar Vergisi Kanunu'nun geçici maddesi uyarınca, 2019 ve 2020 yıllarında uygulanacak vergi oranı %22'dir). Kurumlar Vergisi Kanunu'nun bazı hükümlerinde, belirli durumlarda vergi indirimi ve muafiyeti sağlanabileceği ifade edilmektedir. Ayrıca, Kurumlar Vergisi Kanunu madde 32/A'da indirimli kurumlar vergisi oranları düzenlenmiştir. Bu çerçevede, vergi teşviki kapsamında vergi oranı mevzuat uyarınca indirimli olarak uygulanabilir. Ayrıca, vergi mevzuatı uyarınca, kamu yararına çalışan dernekler katma değer vergisi, veraset ve intikal vergisi, emlak vergisi, damga vergisi ve harçlarından muaftır. Kamu yararına çalışan derneklerin rehabilitasyon merkezi işletmek suretiyle elde ettiği gelirler de beş vergilendirme dönemi boyunca vergiden muaf tutulur. Belirli koşullarda, kamu yarına çalışan derneklere yapılan bağışlar da vergi matrahından mahsup edilebilmektedir. Makbuz karşılığında yapılması gereken bağışlar için belirlenen üst limite göre, yapılan bağış bağışçının ilgili vergilendirme dönemindeki vergilendirilebilir gelirinin %5'ini aşamaz. Ancak; okul, sağlık tesisi, öğrenci yurdu, çocuk yuvası, yetiştirme yurdu, huzurevi, bakım ve rehabilitasyon merkezi ve dini eğitim merkezlerinin inşası, bakımı veya işletilmesi amacıyla kamu yararına çalışan derneklere yapılan bağışlar, herhangi bir kısıtlama olmaksızın vergi matrahından düşülebilir.
-----------	---	---

Vakıflar	Vakıflar, gerçek veya tüzel kişilerin yeterli mal ve hakları belirli ve sürekli bir amaca özgülemeleriyle oluşan tüzel kişiliğe sahip mal topluluklarıdır (Türk Medeni Kanunu, madde 101 fıkra 1). Bir veya daha fazla (gerçek ya da tüzel) kişi vakıf kurabilir. Yeni vakıf kurma iradesi, noterde düzenleme şeklinde hazırlanan resmi senetle veya ölüme bağlı tasarrufla açıklanır. Vakıf, yerleşim yeri mahkemesi nezdinde tutulan sicile tescil ile tüzel kişilik kazanır (Türk Medeni Kanunu, madde 102). Tescil işlemi öncesinde mahkeme, (i) resmi gerekliliklerin yerine getirilip getirilmediğini; (ii) kurucunun/kurucuların vakıf kurma ehliyetinin bulunup bulunmadığını; (iii) vakfın amacının Anayasanın temel ilkelerine, hukuka, ahlâka, millî birliğe ve millî menfaatlere uygun olup olmadığını; (iv) vakfedilen malların/hakların, vakfını amacını gerçekleştirmek için yeterli olup olmadığını tetkik eder. Vakıfların tek bir zorunlu organı bulunmaktadır. Bu organ bir veya daha fazla kişiden oluşabilir. Vakıf kurulmasının ardından, amacın, vakfedilen mal ve hakların ve vakfın yönetim şeklinin değiştirilmesi ancak istisnai koşullarda mümkün olabilir (Türk Medeni Kanunu, madde 112-113). Vakıfların denetiminden Vakıflar Genel Müdürlüğü sorumludur. Vakıflar üzerinde geniş yetkilere sahip olan Genel Müdürlük, uygulamada da çok önemli bir rol oynamaktadır. Sağlık, sosyal yardım, eğitim, bilimsel araştırma ve geliştirme, kültür ve çevre koruma konularında faaliyette bulunmayı amaç edinmiş olan vakıflara belirli vergi kolaylıkları sağlanmaktadır (bkz. vergiyle ilgili hususlar).	Vakıflar vergilendirmeye tabi değildir. Ancak, ticari bir işletme işleten vakıflar, Kurumlar Vergisi Kanunu uyarınca vergilendirmeye tabidirler. Ayrıca, resmi ticari bir işletmesi bulunmasa dahi, ticari faaliyetlerde bulunan vakıflar da ticari işletme sayılır ve bunlardan Kurumlar Vergisi Kanunu'na göre vergilendirilir. Sabit vergi oranı %20'dir (Kurumlar Vergisi Kanunu'nun geçici maddesi uyarınca, 2019 ve 2020 yıllarında uygulanacak vergi oranı %22'dir). Kurumlar Vergisi Kanunu'nun bazı hükümlerinde, belirli durumlarda vergi indirimi ve muafiyeti sağlanabileceği ifade edilmektedir. Ayrıca, Kurumlar Vergisi Kanunu madde 32/A'da indirimli kurumlar vergisi oranları düzenlenmiştir. Bu çerçevede, vergi teşviki kapsamında vergi oranı mevzuat uyarınca indirimli olarak uygulanabilir. 4962 sayılı Kanun uyarınca, gelirlerinin en az üçte ikisini sağlık, sosyal yardım, eğitim, bilimsel araştırma ve geliştirme, kültür ve çevre koruma ile ağaçlandırma konularına ayırmak maksadıyla kurulan vakıflara çeşitli vergi muafiyetleri tanınabilir. 1 seri No'lu Vakıflara Vergi Muafiyeti Tanınması Hakkında Genel Tebliğ'de belirtilen şartları taşımaları halinde, vakıflara Cumhurbaşkanı tarafından vergiden muaf vakıf statüsü verilebilir. Bu çerçevede, vergiden muaf vakıfların rehabilitasyon merkezi işletmek suretiyle elde ettiği gelirler beş vergilendirme dönemi boyunca vergiden muaf tutulur. Belirli koşullarda, vergiden muaf vakıflara yapılan bağışlar da vergi matrahından mahsup edilebilmektedir. Makbuz karşılığında yapılması gereken bağışlar için belirlenen üst limite göre, yapılan bağış bağışçının ilgili vergilendirme dönemindeki vergilendirilebilir gelirinin %5'ini aşamaz. Ancak; okul, sağlık tesisi, öğrenci yurdu, çocuk yuvası, yetiştirme yurdu, huzurevi, bakım ve rehabilitasyon merkezi ve dini eğitim merkezlerinin inşası, bakımı veya işletilmesi amacıyla vergiden muaf vakıflara yapılan bağışlar, herhangi bir kısıtlama olmaksızın vergi matrahından düşülebilir.
----------	---	--

EK 4 - ARAŞTIRMANIN KISITLARI

Bu çalışmada, Türkiye'deki sosyal girişimlerin durumuna ilişkin kapsamlı bir tablo çizmeyi amaçladığımızı; ancak, inanç temelli kuruluşlar ve spor/hobi kulüpleri gibi bazı potansiyel sosyal girişim gruplarının yeterince temsil edilememiş olabileceğini ifade etmek isteriz. Ayrıca, halihazırda iletişim ağıımız içerisinde yer alan sosyal girişimlerin çalışmada daha geniş yer bulduğunu da görebiliyoruz. Türkiye'de kapsamlı bir sosyal girişim veritabanının bulunmaması nedeniyle, konsorsiyum ortaklarının mevcut veritabanlarını ve bu alanda yaptığımız online araştırma sonuçlarını kullanarak, aynı zamanda paydaşlarımızın da desteğiyle bu araştırma için bir katalog oluşturduk. Ayrıca, kartopu yöntemini kullanarak, etkinliklerimizin ve paydaş toplantılarımızın katılımcıları vasıtasıyla online anketi yaymayı ve katılımı arttırmayı hedefledik. Kırsal kesimlerde faaliyet gösteren sosyal girişimlerin örneklemimizde yeterince temsil edilmesini sağlama konusunda da eksikliklerin mevcut olabileceği kanısındayız.

Yanıtlar, halen etkin şekilde faaliyet gösteren girişimlerden toplandığı için çalışmanın 'başarı önyargısı' (survivorship bias) adı verilen etkiye maruz kaldığı düşünülebilir. Esasen bu durum, nihai örneklemde yer alan sosyal girişimlerin çoğunun son yıllarda kurulmuş olan yeni girişimler olduğuna işaret eden bulguya ışık tutacak açıklamalardan biri olabilir. Ancak yine de, sosyal girişimlerin sayısında son yıllarda gözlemlenen artışın yukarıda söz edilen 'başarı önyargısı' (survivorship bias)'dan ziyade, tüm dünyada sosyal girişimlere duyulan ilginin artmasıyla ilişkili olabileceği de unutulmamalıdır.

Elimizdeki temel ölçütlerden yola çıkarak Türkiye'deki sosyal girişim sektörüne ilişkin karşılaştırmalı bir analiz yapmayı hedeflememize karşın, elimizde yeterli veri bulunmaması çalışmada bazı kısıtlılıklara yol açmıştır. Türkiye İstatistik Kurumu'ndan (TÜİK) girişimcilere yönelik elde edilen istatistikler sınırlı olduğu ve yeterince ayrıntı içermediği için, bazı değişkenler temelinde karşılaştırma yapılması mümkün olmamıştır. Ayrıca, diğer bir olası temel ölçüt olarak STK'lara ilişkin temsili veri bulmak konusunda da güçlüklerle karşılaşmıştır. Türkiye'de yasal statü bakımından farklı STK'ların farklı kurumlara bağlı olduğu görülmektedir. Bu nedenle temel ölçütler

üzerinden kıyaslama yapabilmek için yeterince kapsamlı veri toplanamamıştır. Dahası, iktisadi işletme sahibi olan STK'lar konusunda verilerin filtrelmesi de mümkün olmamıştır; zira veri kaynaklarında bu tür bir sınıflandırmaya rastlanmamaktadır. Verilere ilişkin diğer bir önemli nokta ise, bazı anket sorularının birden fazla yanıt vermeye müsait olması nedeniyle (örneğin, yasal statü, faaliyet ölçeği, vb.) bu sorulara verilen yanıtların hesaplamasında puanların toplamının %100'ü aşmasıdır.

Online anketteki sorulara verilen her yanıt, tutarlılık kontrolü amacıyla münferit olarak incelenmiştir. Anketteki, girişimin faaliyet gösterdiği sektör ya da sosyal/çevresel etkinin ölçülüp ölçülmediği gibi sorularda katılımcıların 'diğer' seçeneği altında açık uçlu olarak verdiği yanıtlar bazı durumlarda belirtilen seçeneklere dağıtılmıştır. Örneğin, ankete katılanların verdikleri yanıt aslında seçeneklerde mevcut olmasına rağmen 'diğer' seçeneğinin işaretlendiği ve farklı kelimeler kullanılarak yanıtların daha ayrıntılı şekilde açıklanmasının tercih edildiği görülmüştür. Ayrıca, online ankette birden fazla yanıtın verilmesine imkan tanıyan bazı sorularda birbiriyle çelişen yanıtlara rastlanmıştır. Örneğin, 'herhangi bir yasal statümüz yok' yanıtını seçen bazı katılımcılar, aynı soru kapsamında verilen yasal statülerden birini veya birkaçını da işaretlemiştir. Bu durumda, katılımcılar tarafından seçilen yasal statüler esas alınmış ve 'herhangi bir yasal statümüz yok' seçeneğinin yanlışlıkla işaretlendiği varsayılmıştır.

Sosyal girişimlere özgü bir yasal statü bulunmadığı ve bu nedenle kesin bir hesap yapmak için yeterli veri mevcut olmadığından, sosyal girişimlerin toplam sayısını tahmin etme konusunda da güçlük yaşanmıştır.

Son olarak, bu çalışmadan elde edilen bulgulara ilişkin bir değerlendirme yaparken, araştırmanın Türkiye'deki sosyal girişim sektörünün yalnızca belirli bir zamandaki durumunu mercek altına aldığı unutulmamalıdır. Söz konusu sektör gelişmeye devam ettiğinden, araştırma kapsamında elde edilen veriler kısa süre içerisinde geçerliliğini yitirecektir; ancak, bu veriler daha sonraki çalışmalara temel teşkil edeceği için önemini koruyacaktır.

EK 5 - TERİMLER SÖZLÜĞÜ³⁹

A

Adi şirket

İki veya daha fazla kişinin ortak bir amacı gerçekleştirmek ve elde ettikleri kârı paylaşmak için mal ve/veya emeklerini ortaya koyarak oluşturdukları bir şirket türüdür. Adi şirketlerin ayrı bir tüzel kişiliği yoktur ve ortaklar; şirketle ilgili işlemlerden ve faaliyetlerden doğan borçlardan müştereken ve müteselsilen sorumludur.

Anonim şirket

Ayrı tüzel kişiliğe sahip, yasal bir kuruluştur. Anonim şirketler; belirli ve paylara bölünmüş ana sermayeye sahip olan, bir ya da birden fazla hissedar tarafından kurulur. Şirketin amacı, şirket ortaklarına getiri sağlamaktır. Şirket ortakları; şirketin borçlarından kişisel olarak sorumlu değildir. Anonim şirketlerin bu özelliği "sınırlı sorumluluk" olarak da bilinmektedir. Anonim şirketler, bir kurul vasıtasıyla yönetilmektedir.

B

Bağış

Fiziksel kaynakların (para) karşılık beklemeden aktarılmasıdır.

D

Dernek

En az yedi gerçek ya da tüzel kişilik tarafından kurulan ve kendisi de tüzel kişiliğe sahip olan kuruluştur. Derneklerin ayırıcı özelliği, dernek üyelerinin kâr paylaşımından ziyade, ortak ve belirli bir amaca yönelmeleri, bu amaca ulaşmak için birlikte çalışmalarıdır.

Döngüsel ekonomi (türetim ekonomisi)

Olumsuz ekolojik ve sosyal etkisi asgari düzeyde olan, makro ölçekli ekonomi modelidir. Üreticilerin ve üreten tüketicilerin oluşturduğu bu ekosistemde, döngüsel tedarik zincirleri/ağları vasıtasıyla, üreticiler

ve üreten tüketiciler arasında sinerjik ve döngüsel ilişkiler kurulmuştur ve zenginliğin sistemden çıkışı asgari düzeye indirilmiştir.

E

Ekosistem

Belirli bir alanda, birbirleriyle sürekli etkileşim ve karşılıklı bağımlılık ilişkisi içinde olan kurumlardan ve bireylerden oluşan ilişki ağlarıdır.

Eşlemeli fonlar

Diğer kaynaklardan temin edilebilecek fonlara eşit miktarda katkıda bulunulmasıdır. Örneğin, sosyal bir girişime yatırılan bir TL, girişime ulaştığında iki katına çıkmakta, dolayısıyla yatırımın etkisi artmaktadır.

Etki yatırımı

Finansal getiri elde etmenin yanı sıra, sosyal etki yaratılmasını destekleyen yatırım türüdür.

F

Finansal kiralama

Taraflardan birinin, diğer tarafın sahip olduğu mülkü kiralama şartlarını özetleyen sözleşmedir.

G

Gelir

Ürünler/hizmetler için alınan ödemeleri, bağışları, sözleşme kapsamında kamu kurumlarından alınan ödemeleri ve desteği, bağış toplama faaliyetlerinden elde edilen gelirleri ve yatırımları içerir.

Gerçek kişi işletmesi

Gerçek kişiler; şahıs işletmesi kurarak faaliyetlerini sürdürmeyi tercih edebilirler. Tek bir şahıs tarafından yürütülen işletme, ayrı bir tüzel kişilik oluşturmaz. Dolayısıyla şahıs işletmesinin sahibi olan kişi; kendi ticari faaliyetlerden doğan tüm borçlardan, tüm kişisel varlıklarıyla sorumludur.

39 Tanımlar yapılırken şu sözlüklerdeki ifadelerden faydalanılmıştır: A Recipe Book for Social Finance (Sosyal Finansman Tarifleri) (AB), Finch & Association, Growth Africa, Investopedia, Pazarlama Terimleri, Nonprofit Finance Fund (Kâr Amacı Gütmeyen Finansman Fonu), Sosyal Girişimciler Okulu, KUSIF Sosyal Finansman Rehberi, Sosyal Girişim Ankara Platformu, Stanford Sosyal Girişimcilik Merkezi, Wikipedia.

H

Hızlandırıcı

Belirli bir alan ya da konuda (örneğin uluslararasılaşma, yatırıma hazırlık, ölçekleme) birkaç hafta ya da ay boyunca destek sağlayan programlardır. Söz konusu programlar kapsamında, çalışma alanı, mentorluk, ağ oluşturma (networking) ve yatırımcılarla görüşmeler gibi hizmetler sunulmaktadır.

Hibe

Bağışçıya hiçbir türde mülkiyet hakkı devredilmeden, geri ödemesiz olarak bir kuruluşa aktarılan para, mülk, hizmet ya da değer taşıyan herhangi bir şeydir.

K

Kâr

Belirli bir dönem içinde, toplam gelirden toplam harcamalar düşüldükten sonra oluşan gelir fazlasıdır.

Kitle fonlaması

Çok sayıda bireysel bağışçı ya da yatırımcının, çoğu zaman küçük miktarda olan katkılarını, çevrimiçi bir platform vasıtasıyla biraraya getiren fondur. Fonlar; sermaye yatırımı ve kredi şeklinde sağlanabileceği gibi bağışlar ve/veya aynı ödüller şeklinde de sağlanabilmektedir.

Kooperatif

Üyelerinin belirli ekonomik çıkarlarını ve özellikle meslek ve geçimlerine ait ihtiyaçlarını, işgücü ve parasal katkılarıyla karşılıklı yardım, dayanışma ve kefalet suretiyle sağlayıp korumak amacıyla kurulan ve tüzel kişiliğe sahip kuruluştur.

Kuluçka merkezi

Özellikle de yeni girişimlere, girişimin farklı aşamalarında rehberlik eden, çeşitli fırsatlar (örneğin ofis alanı, mentorluk hizmetleri, sosyal ağ oluşturma fırsatları, girişimciler ve yatırımcılar arasında aracılık gibi) sağlayan ve profesyonel hizmetleri nereden ve nasıl alacakları konusunda girişimleri yönlendiren merkezlerdir. Bazı kuluçka merkezleri, küçük miktarlarda finansal destek de sağlayabilmektedir.

Küçük ölçekli işletme

10-49 kişiyle faaliyet gösteren ve yıllık net satış hasılatı ya da mali bilançosu 25.000.000 TL'den az olan işletmelerdir.

L

Limited şirket

Paylara bölünen, en az 10.000 TRY sermaye ile kurulan tüzel bir kişidir. Limited şirket; en az 1, en fazla 50 kişi tarafından kurulabilir. Limited şirketlerde, ortakların şirketin özel borçlarıyla ilgili sorumluluğu, sadece taahhüt ettikleri sermaye ile sınırlıdır.

M

Melek yatırımcı

Yeni bir girişimin (start-up) büyümesine destek olmak amacıyla, yeni girişime genelde özsermaye finansmanı sağlamak veya bazen de borç vermek suretiyle, yatırım yapan bireydir. Etki meleği ise olumlu sosyal ya da çevresel etki yaratmak için yatırım yapan kişidir.

Mikro işletme

10 kişiden az kişiyle faaliyet gösteren ve yıllık net satış hasılatı ya da mali bilançosu 3.000.000 TL'yi aşmayan işletmelerdir.

O

Orta ölçekli işletme

50-249 kişiyle faaliyet gösteren ve yıllık net satış hasılatı veya mali bilançosu 125.000.000 TL'den az olan işletmedir.

Ortak çalışma (co-working) alanı

Birtakım ortak değerleri paylaşan ve bir toplulukla birlikte çalışmanın yaratabileceği sinerjiden faydalanmak isteyenlerin birarada çalıştığı paylaşımlı ofis ve etkinlik alanıdır.

Ö

Özsermaye

Bir varlığın piyasa değerinden, bütün borçları düşüldükten sonra geriye kalan varlıklara karşılık gelir. Bir geliştiricinin ya da proje sahibinin bir projeye yatırdığı tutara da işaret eder.

R

Risk sermayesi

İstisnai bir büyüme potansiyeline sahip olan yeni girişimlere ve küçük işletmelere sunulan fonlar ve kaynaklardır.

S

Sermaye fazlası

Bir hesap döneminde, harcamalar düşüldükten sonra oluşan gelir fazlasıdır.

Sosyal etki

Sosyal amaçlı bir kuruluşun faaliyetleri sonucunda ortaya çıkan sosyal değer ve değişimdir.

Sosyal girişim

Sosyal/çevresel etki yaratmayı öncelikli amacı olarak belirleyen, gelirlerinin yarısından fazlasını ticari faaliyet yoluyla elde eden ve kârlarını öncelikle sosyal amaçları için harcayan kuruluşlardır.

Sosyal girişimci

Yeniliklerden (inovasyon), özgün yaklaşımlardan ve fırsatlardan faydalanarak, sosyal sorunlara uygulamaya dönük çözümler geliştiren ve uygulayan, sosyal liderdir.

Sosyal inovasyon

Tek tek bireylerden ziyade bir bütün olarak toplumun tamamı için değer yaratan ya da toplumsal bir soruna mevcut çözümlerden daha etkili, etkin ve sürdürülebilir bir çözüm getiren yenilikçi bir çözümdür.

V

Vakıf

Bir ya da birden fazla gerçek veya tüzel kişi tarafından kurulan, tüzel bir kişidir. Vakıf; sağlık, sosyal yardım, eğitim ve bilimsel araştırma gibi belirli ve sürekli bir amaç için vakfedilen fonların ve hakların toplamından oluşur. Vakıf; kuruluşuna ilişkin belirli şartlar adli olarak incelendikten sonra, yerleşim yeri mahkemesi nezdinde tutulan sicile tescil ile tüzel kişilik kazanır.

Y

Yeni girişim (start-up)

Doğrulanmış bir gelir modeli ve kavram kanıtlama için her varsayımı test ederek, ticarileştirilebilir ve ölçeklenebilir bir girişim fikri inşa etme amacıyla olan ve faaliyetlerinin ilk aşamalarındaki şirkettir.

EK 6 - SOSYAL GİRİŞİMLER ÜZERİNE TÜRKİYE'DEKİ MEVCUT YAYINLAR

Acuner, Serkan & Elif Acuner. 2017. "Turizmde paylaşım ekonomisi ve vergilendirilmesi." *Journal of Tourism and Gastronomy Studies* 5, no. 2: 188-212.

Akar, Hüseyin & Mehmet Üstüner. 2017. "Mediation role of self-efficacy perceptions in the relationship between emotional intelligence levels and social entrepreneurship traits of pre-service teachers." *Journal of Education and Future* 12: 95-115.

Akgöz, S. Sedat & Emre Ercan. 2012. "Sosyal kooperatifçilik ve ülkemizdeki yeri." *Üçüncü Sektör Sosyal Ekonomi* 47, no. 1: 31-43.

Ararat, Melsa. 2008. "A development perspective for corporate social responsibility: Case of Turkey." *Corporate Governance: The International Journal of Business in Society* 8, no. 3: 271-285.

Asarkaya, Çiğdem & Nurgül Keleş Taysir. 2019. "Founder's background as a catalyst for social entrepreneurship." *Nonprofit Management and Leadership*, 1-12.

Asilsoy, Bilal. 2017. "Marka konumlandırmasında sosyal girişimcilik kavramının önemi: Hizmet sektöründe bir araştırma." *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi* 16, no. 31: 599-612.

Aslan, Gonca, Aylin Araza & Çağrı Bulut. 2012. "Sosyal girişimciliğin kavramsal çerçevesi." *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi* 7, no. 2: 69-88.

Ateş, Muradiye. 2017. "Sosyal inovasyon ve Türkiye: Potansiyeli, dinamikleri ve sosyal inovatif çalışmaları desteklemede devletin rolü." *Ankara Yıldırım Beyazıt Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Doktora Tezi*, Ankara.

Atrek, Banu & Burcu İlter. 2017. "Social innovation practices in services for sustainable consumption: The case of Turkey." In *Promotional Strategies and New Service Opportunities in Emerging Economies*, ed. Vipin Nadda, Sumesh Dadwal & Roya Rahimi, 32-65. IGI Global.

Aydın, Erhan & Ulaş Çakar. 2013. "Girişimcilik ve ekolojinin bütünleşmesi: Ekogirişimcilik." *Finans, Politika*

& Ekonomik Yorumlar 50, no. 581: 53-61.

Aykan, Ebru. 2012. "Girişimciliğin değişen yüzü: Ekogirişimcilik." *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi* 17, no. 3: 195- 212.

Balcı, Fatma İnce. 2011 "Girişimciliğe ekolojik yaklaşım: Ekogirişimcilik teorik çerçeve." *Nevşehir University Journal of Social Sciences* 1: 187-206

Betil, İbrahim. 2010. "Sivil toplum, sosyal sermaye, sosyal girişimcilik." *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi* 5, no. 1: 21-25.

Bozat, Zeynep Ayfer. 2017. "Kadın girişimciler ve inovasyon; topluluktan faydalanma (crowdsourcing) yönteminin getirebileceği çözümler: Şişli bölgesindeki kadın girişimciler." *Artvin Çoruh Üniversitesi Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi* 3, no. 1: 26-37.

Bulut, Çağrı, Hakan Eren & Duygu Seckin Halac. 2013. "Social innovation and psychometric analysis." *Procedia - Social and Behavioral Sciences* 82: 122-130.

Büyükaslan, Handan Deniz & Duygu Kızıldağ. 2017. "Dönüşüm ajanı olarak kadın sosyal girişimcilerin profilleri üzerine bir araştırma." *Uşak Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, ASOS Özel Sayısı*: 47- 64.

Çavuş, Mustafa Fedai & Nazmiye Ü. Pekkan. 2017. "Algılanan sosyal desteğin sosyal girişimciliğe etkisi: Üniversite öğrencileri üzerinde bir araştırma." *Business and Economics Research Journal* 8, no. 3: 519- 532.

Çetindamar, Dilek, Ercan Tural, Serra Titiz & Şeyda Taluk. 2010. "Sosyal dönüşümün ajanları: Sosyal girişimler." *Social Entrepreneurship Conference, İstanbul*.

Çicek, Berat & Mehmet Ali Türkmenoğlu. 2019. "Women as social entrepreneurs in Turkey." In *Social Entrepreneurship: Concepts, Methodologies, Tools, and Applications*, 1075-1090. IGI Global.

Coşkun, Eda & Muammer Sarıkaya. 2016. "Sosyal girişimcilik eğitiminde gönüllü kuruluşlar". *Strategic Public Management Journal* 2, no. 4: 72-82.

Dacin, M. Tina, Peter A. Dacin & Paul Tracey. 2011. "Social entrepreneurship: A critique and future directions." *Organization Science* 22, no. 5: 1203-1213.

Demir, Özlem. 2014. "Sivil Toplum Kuruluşları, sosyal girişimcilik, kurumsal sosyal sorumluluk ve sosyal işletme." *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi* 2, no. 6: 347-356.

Denizalp, Hülya. 2009. *Toplumsal Dönüşüm için Sosyal Girişimcilik*. Ankara: Fersa Matbaacılık.

Durak, İbrahim. 2016. "Sosyal girişimcilik ve ahilik teşkilatı: Teorik çerçeve." *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, no. 47: 101-120.

Ecevit, Yıldız. 2007. *A Critical Approach to Women's Entrepreneurship in Turkey*. Ankara: International Labor Office.

Eraydın, Ayda, Tuna Tasan Kok, Jan Vranken. 2010. "Diversity matters: Immigrant entrepreneurship and contribution of different forms of social integration in economic performance of cities". *European Planning Studies* 18, no. 4: 521-543.

Erbil, Cihat. 2015. "İşletmelerin inovasyon sürecinde sosyal fayda yaratma becerileri: Sosyal inovasyon çerçevesinde örnek bir uygulama." *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Doktora Tezi*.

Erbil, Cihat. 2017. "Piramidin altı stratejisinin sosyal inovasyon süreci ile eyleme dönüştürülmesi: Bir durum çalışması." *İşletme Araştırmaları Dergisi* 9, no. 1: 307-338.

Erdoğan, Meltem, Muammer Sarıkaya & Fatma Kara. 2011. "Social entrepreneurship: Solutions for market failures." *4th Annual EuroMed Conference of the EuroMed Academy of Business*. 593-602.

Ersen, Tevfik B. & Ayşegül Ekmekçi. 2013. "Sosyal girişimcilik ve Türkiye." *Sosyal İnovasyon Makaleleri-Stanford Social Innovation Review Dergisi*, 10. yıl Özel Sayısı: 6-8.

Göktepe, Hülya. 2014. "Sosyal işletmeler ve sosyal işletmelerin hukuki yapısı." *International Conference on Eurasian Economies*. 1-9.

Görün, Mustafa & Mustafa Kara. 2010. "Kentsel dönüşüm ve sosyal girişimcilik bağlamında Türkiye'de kentsel yaşam kalitesinin artırılması." *Yönetim Bilimleri Dergisi* 8, no. 2: 137-164.

Güler, B. K. 2009. "Dünyada öncü üniversitelerin işletme fakültelerinin sosyal girişimcilik ile ilgili eğitimsel ve bilimsel faaliyetleri, VI." *Uluslararası STK'lar Kongresi*: 23-25.

Gür, Ufuk, İkbâl S. Oylumlu, & Özlem Kunday. 2017. "Critical assessment of entrepreneurial and innovative universities index of Turkey: Future directions." *Technological Forecasting and Social Change* 123: 161-168.

Gür-Erdoğan, Duygu, Sübhan Ekşioğlu, Demet Zafer - Günes & Gözde Sezen-Gültekin. 2014. "The relationship between social entrepreneurship characteristics and the personal innovativeness of prospective teachers." *The Anthropologist* 18, no. 3: 727-733.

Gürol, Yonca, & Nuray Atsan. 2006. "Entrepreneurial characteristics amongst university students: Some insights for entrepreneurship education and training in Turkey". *Education+ Training* 48, no. 1: 25- 38.

Gusseanova, Dilara. 2015. "Sosyal girişimcilik olgusu ve bir örnek olay incelemesi." *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*, İzmir.

Halaç, Duygu Seçkin, Hakan Eren & Çağrı Bulut. 2014. "Sosyal yenilikçilik: Bir ölçek geliştirme çalışması." *Hacettepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi* 32, no. 1: 165-190.

Helvacioğlu, Ece. 2013. "Sosyal girişimcilik boyutunda kütüphaneler." *Bilgi Dünyası* 14, no. 1: 199-203.

İlter, Berfu. 2016. "Bir AB Projesinin Sosyal Girişimcilik Üzerine Etkisi". *Gece Kitaplığı Yayınları*.

İnci, Burcu. 2016. "Social entrepreneurship in Turkey: A content analysis assessing Ashoka Fellows." *International Journal of Trade, Economics and Finance* 7, no. 4: 105-112.

Isem & Makro. S0-VET Social Entrepreneurship as an Alternative for Young Unemployed. İstanbul, Turkey, 2016.

Işık, Cem & Ekrem Aydın. 2017. "Kişisel değerlerin sosyal girişimcilik eğilimine etkisi: Turizm öğrencileri üzerine bir araştırma." *Girişimcilik ve İnovasyon Yönetimi Dergisi* 6, no. 2: 131-154.

Işık, Volkan. 2013. "Kurumsal sosyal sorumluluğun değiştirdiği çalışma kavramı ve yeni bir çalışma alanı olarak sosyal girişimler." *Sosyal Güvenlik Dergisi* 3, no. 1: 101-131.

İyigün, N. Öykü. 2015. "What could entrepreneurship do for sustainable development? A corporate social responsibility-based approach." *Procedia-Social and Behavioral Sciences* 195: 1226-1231.

İyigün, N. Öykü & Murat Yalçıntaş. 2017. "Social entrepreneurship as a tool for creating competitive advantage: a theoretical approach." *İstanbul Ticaret Üniversitesi Girişimcilik Dergisi* 1, no. 1: 91-101.

İyigün, N. Öykü. 2018. *Creating Business Value and Competitive Advantage with Social Entrepreneurship*. IGI Global.

Kantur, Deniz. 2017. "Sosyal girişimcilikte yerleşiklik: Coğrafi yayılım ve kültürel değerlerin rolü." *Girişimcilik ve İnovasyon Yönetim Dergisi* 6, no. 1: 173-196.

Kapusuz, Ayşe Gökçen, Mustafa Fedai Çavuş & Nazmiye Ülkü Pekkan. 2017. "Perceived social support and social entrepreneurship: Gender perspective from Turkey." *Knowledge, Learning and Innovation*, 75-90. Springer.

Kaya İnceplik, Gülçin. 2018. *Sürdürülebilir Sosyal Girişimler*. İstanbul: Ekin Basım Yayın.

Kayalar, Murat & Elif Türkan Arslan. 2009. "Ashoka'ya üye sosyal girişimcilerin Türkiye ve dünyadaki faaliyet alanlarının karşılaştırılması." *Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi* 1, no.1: 56-76

Kazançoğlu, İpek & Taşkın Dirsehan. 2016. "Sosyal inovasyon ile sakin şehirler arasındaki ilişkinin sosyal girişimciler açısından incelenmesi: Seferihisar örneği." *Ege Stratejik Araştırmalar Dergisi* 7: 135-161.

Koç, Oktay. 2010. "Toplumsal sorunlarla mücadelede bir kaldıraç olarak sosyal inovasyon ve sosyal girişimcilik açısından önemi." *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi* 5, no.2: 205-212.

Koçak, Orhan, & Ersin Kavi. 2014. "Sosyal politika aktörü olarak sosyal girişimci belediyecilik." *Hak İş Uluslararası Emek ve Toplum Dergisi* 3, no. 6: 26-49.

Konaklı, Tuğba & Nur Göğüş. 2013. "Aday öğretmenlerin sosyal girişimcilik özellikleri ölçeği: Geçerlik ve güvenirlik çalışması." *Gazi University Journal of Gazi Educational Faculty* 33, no. 2: 373-391.

König, Anja. 2013. *Social and Green Entrepreneurship Survey in Turkey*. İstanbul Policy Center Sabancı University.

König, Anja. 2013. *Social Investment: Global Trends and Implications for Turkey*. İstanbul Policy Center Sabancı University.

König, Anja. 2013. *Sosyal Girişimcilik ve Türkiye'de Durum*. 29 Haziran 2013 tarihli Milliyet Gazetesi.

König, Anja. 2014. *Developing Social Impact Markets in Turkey: Framework for Government Engagement and Review of Policy Options*. İstanbul Policy Center Sabancı University.

König, Anja. 2016. *Turkey Country Chapter in: The World Guide to Sustainable Enterprise: A Country-by-Country Analysis of Responsible Business and Social Entrepreneurship*. Greenleaf Publishing.

König, Anja 2013. *What Do International Impact Investors Think of Turkey?*. İstanbul Policy Center Sabancı University.

Kümbül Güler, Burcu. 2008. "Sosyal girişimciliği etkileyen faktörlerin analizi". *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Doktora Tezi*, İzmir.

Kümbül Güler, Burcu. 2009. "Dünyada öncü üniversitelerin işletme fakültelerinin sosyal girişimcilik ile ilgili eğitsel ve bilimsel faaliyetleri", VI. Uluslararası STK'lar Kongresi, Çanakkale.

Kümbül Güler, Burcu. 2010. *Sosyal Girişimcilik*. Ankara: Efil Yayınevi.

Kümbül Güler, Burcu. 2011. "Yoksullukla mücadelede sosyal girişimcilik: Ashoka üyelerinden sosyal yenilikçi örnek uygulamalar." *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi* 13, no. 3: 79-111.

KUSIF. 2015. *Civil Society Organisations' Perception and Practice of Social Impact Measurement in Turkey*. <https://kusif.ku.edu.tr/wp-content/uploads/2019/01/Social-Impact-Measurement-Survey-Report-EN.pdf> adresinden alındı.

Kılış, Şiir. 2016. "Sustainability-oriented innovation system analyses of Brazil, Russia, India, China, South Africa, Turkey and Singapore." *Journal of Cleaner Production* 130: 235-247.

Kırılmaz, Selma. 2012. "Sosyal girişimciliğin başarı faktörlerinin girişimci kişilik ve dönüştürücü liderlik bağlamında araştırılması." *Çanakkale On Sekiz Mart Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Doktora Tezi*, Çanakkale.

Kırılmaz, Selma. 2015. "Sosyal girişimcilik boyutlarına kuramsal bir bakış." *Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Ekonomi ve Yönetim Araştırmaları Dergisi* 3, no. 2: 55-74.

Management Association, Information Resources. 2019. *Social Entrepreneurship: Concepts, Methodologies, Tools and Applications*. IGI Global.

Meydanoğlu, Zeynep. 2019. "Dünyada ve Türkiye'de sosyal girişim nedir, ne değildir?" *Harvard Business Review Türkiye*. <https://hbrturkiye.com/dergi/dunyada-ve-turkiye-de-sosyal-girisim-nedir-ne-degidir> adresinden alındı.

Mollaoğulları, Batuhan Fatih & Ramazan Temel. 2017. "Social entrepreneurship in Turkey: Social solution for refugee problem." *International Journal of Contemporary Economics and Administrative Sciences* 7, no. 3-4: 139-157.

Müftügil Yalçın, Ayşe S., Tuba Emiroğlu & Duygu Güner. 2016. *Social Impact Measurement Guide for Funding Institutions*. İstanbul, Turkey: Koç University Social Impact Forum. https://kusif.ku.edu.tr/wp-content/uploads/2019/01/KUSIF_FonVerenlerENG_06.01.17.pdf adresinden alındı.

Müftügil Yalçın, Ayşe S. & Duygu Güner. 2015. *Sosyal Etki Ölçümlemesi: KUSIF 4 Adım Yaklaşımı*. İstanbul: Koç University Social Impact Forum. <https://kusif.ku.edu.tr/wp-content/uploads/2018/02/KUSIF-Sosyal-Etki-Olcumlemesi-Kilavuzu.pdf> adresinden alındı.

Napier, Glenda, Sylvia Schwaag-Serger & Emily Wise. 2004. "Strengthening science and technology policies for SME development in Turkey." *International Organisation for Knowledge Economy and Enterprise Development*.

OECD. 2008. "Eco-innovation policies in Turkey" *Environment Directorate*, Paris: OECD Publishing.

Oktay, Ercan, Halim Zeren, Şerife Pekküçükşen. 2016. "Belediyelerin sosyal girişimcilik faaliyetlerinin yerel kalkınmaya etkisi: Denizli Belediyesi örneği." *Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi* 5, no. 2: 267- 276.

Özdemir, Fatih & İlker Murat Ar. 2015. "Sosyal yenilik üzerine bir alan araştırması." *Girişimcilik ve İnovasyon Yönetimi Dergisi* 4, no. 1: 17-43.

Özdemir, Vural, Jack Faris & Sanjeeva Srivastava.

2015. "Crowdfunding 2.0: the next-generation philanthropy: A new approach for philanthropists and citizens to co-fund disruptive innovation in global health." *EMBO reports* 16, no. 3: 267-271.

Özdevecioğlu, Mahmut & Ayşe Cingöz. 2009. "Sosyal girişimcilik ve sosyal girişimciler: Teorik çerçeve." *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi* 32: 81-95.

Özeren, Emir & Ömür Yaşar Saatçioğlu. 2016. "Sosyal girişimcilikte inovasyon ve farklılıkları yönetmek: Çöp (m)adam örneği." *Girişimcilik ve İnovasyon Yönetimi Dergisi* 5, no. 1: 71-96.

Özmete, Emine & Fulya Akgül Gök. 2015. "Sürdürülebilir kalkınma için sosyal inovasyon ve sosyal hizmet ilişkisinin değerlendirilmesi." *Toplum ve Sosyal Hizmet* 26, no. 2: 127-143.

Reyhanoğlu, Metin & Özden Akin. 2012. "Ticari Girişimciler Ne Kadar Sosyal Girişimcidir?". *İşletme İktisadi Enstitüsü Yönetim Dergisi* 23, no.71: 8-23.

Sağ, Mehmet Akif & Sami G. Bilisel. 2014. "Social change and entrepreneurship in Turkey: A review of national development policies." *ERSA Conference Papers*.

Şahin, Musa. 2011. "Girişimcilik bağlamında eğitimin sivilleşmesi ve girişimcilik örneği olarak STK'lar." *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi* 30: 121-132.

Sarıkaya, Muammer. 2010. "Üçüncü sektörde yönetsel ve kavramsal dönüşüm: Sosyal kâr amaçlı örgütler". *Cumhuriyet Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi* 11, no: 1: 87- 100.

Şeker, Mustafa. 2012. "Sosyal girişimciliğin artan önemi ve bir araştırma." *Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*, İstanbul.

Şekerdil, Reşat. 2016. "İç girişimcilik eğilimlerinin sosyal inovasyon üzerine etkisi: İzmir ilinde özel banka çalışanlarına yönelik bir araştırma". *İzmir Katip Çelebi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*, İzmir.

Sönmez, Asuman, Çağla Arıker & Andaç Toksoy. 2016. "Dünya'da ve Türkiye'de sosyal girişimciliğin gelişimi." *Sosyal ve Beşeri Bilimler Araştırmaları Dergisi* 17, no. 37: 102-121.

Soyşekerci, Serhat & Ramazan Erturgut. 2010. "Improvement of non-governmental organization entrepreneurship in vocational schools: Turkey case." *Procedia-Social and Behavioral Sciences* 2, no. 2: 1849-1854.

Staub, Selva & Zeliha Tekin. 2017. "Entrepreneurship and ethics: Examples of social entrepreneurship in Turkey and selected middle-income countries." *Innovation, Governance and Entrepreneurship: How Do They Evolve in Middle Income Countries?* Palgrave Macmillan, Cham, 95-114.

Tan, Sibel & O. Demir. 2015. "Tarımda küresel sorunların çözümünde sosyal girişimcilik ve tarımsal amaçlı kooperatiflerin rolü: Çanakkale ili örneği." ed. Hikmet Kavruk, 21. Milletlerarası Kooperatifçilik Kongresi: 629-649.

Taş, H. Yunus, Mahmut Küçüköğlü, Selami Özcan. 2016. "Osmanlıdan günümüze sosyal girişimcilik örnekleri ve topluma kazandırdıkları." 2. Uluslararası Çin'den Adriyatik'e Sosyal Bilimler Kongresi Kongre Kitabı, 258-266.

Taş, Hacı Yunus & Şemşek, İlknur. 2017. "Türkiye ve Dünya'dan sosyal girişimcilik örnekleri ve istihdama katkıları". *Hak İş Uluslararası Emek ve Toplum Dergisi* 6, no. 16: 480-497.

Tatar, Şahika B. & F. Müge Arslan. 2017. "Sosyal inovasyon kavramı: Bir literatür taraması." *International Journal of Academic Value Studies* 3, no. 12: 321-338.

Toplum Gönüllüleri Vakfı (TOG). 2013. *Üniversitelerde Sosyal Sorumluluk ve Sosyal Girişimcilik Pilot Projesi Raporu*.

Toplum Gönüllüleri Vakfı (TOG). 2015. *Yükseköğretim Kurulu için Üniversitelerde Sosyal Girişimcilik Öneri Belgesi*. Ankara.

Topsakal, Yunus & Nedim Yüzbaşıoğlu. 2017. "Sosyal inovasyon kavramsal model önerisi." *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi* 13, no. 3: 565-576.

Topsakal, Yunus & Nedim Yüzbaşıoğlu. 2018. "Turizm işletmelerinin özelliklerine göre sosyal inovasyon algı farkları". *Journal of Tourism Intelligence and Smartness* 1, no. 1: 27-46.

Türker, Duygu, Gökay Özerim & Ayselin Yıldız. 2014. "Social entrepreneurship in Turkey: Challenges and opportunities." Parra C. (Ed.) *Crisis y Economia Solidaria*, 163-179.

Türker, Malik Volkan & Mehmet Nuri İnel. 2013. "Is it enough to be entrepreneurial? Enhancing the 'value added' created by SMEs in Turkey through innovation." *Procedia Social and Behavioral Sciences*, 75: 397-406.

Ufuk, Hatun & Özlen Özgen. 2001. "The profile of women entrepreneurs: A sample from Turkey." *International Journal of Consumer Studies* 25, no. 4: 299-308.

Ünlü, Simgé. 2012. "Sosyal girişimcilik bağlamında halkla ilişkiler faaliyetleri: AKUT ve TOG örneğinde karşılaştırmalı bir inceleme." Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Kayseri.

Uslu, Yeter Demir, Yasemin Hancıoğlu & Erol Demir. 2015. "Applicability to green entrepreneurship in Turkey: A situation analysis." *Procedia Social and Behavioral Sciences* 195: 1238-1245.

Uygun, Mutlu & Vesile Özçifçi. 2012. "Girişimcilerin sosyal ağlara yönelik algılamalarının incelenmesi." *Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi* 4, no. 1: 189-202.

Uygur, Duygu, Elif Beza Kahraman & Gonca Günay. 2015. "Female social entrepreneurship in Turkey." In *Female Entrepreneurship in Transition Economies*. London: Palgrave Macmillan.

Vardarlier, Pelin & Rana Çakır. 2015. "A study on sustainable innovation profile of Turkey." *International Journal of Research In Business and Social Science* 4, no. 4: 24-35.

Yazıcı, Kubilay, Salih Uslu & Soner Arık. 2016. "The investigation of the social entrepreneurship characteristics of social studies pre-service teachers." *Cogent Education* 3, no. 1: 1-11.

Yeşilkaya, Mukaddes & Tayfun Yıldız. 2018. "Özgeci davranış ekseninde sosyal inovasyon eğiliminin incelenmesine yönelik bir araştırma." *Girişimcilik İnovasyon ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi* 2, no. 4: 81-97.

Yosun, Türkan. 2016. "Sosyal sektörlerin piyasalaşması ve sosyal işletmelerin verdikleri stratejik tepkiler." *Sabancı Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Doktora Tezi, İstanbul*.

Yıldırım, Buğra & Tarık Tuncay. 2019. "Sosyal inovasyonun ve sosyal girişimciliğin sosyal hizmet mesleğinin geleceğindeki rolü." *Hacettepe Üniversitesi*

İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi 37, no. 1: 169-188.

Yıldırım, Ceren Ark & Marc Smyrl. 2019. "Social innovation in translation: New welfare instruments in Turkey." *Journal of Political Sciences* 28, no. 1: 99-115.

Yıldırım, Nihan & Olcay Bige Aşkun. 2017. "Humble but proud: A comparative case study on social innovation practices in Turkey." *Journal of Global Strategic Management* 11, no.2: 77-99.

Yıldırım Saatçi, Ezgi & Selma Arıkan. 2014. "Girişimcilikle diğergamlık harmanından sosyal girişimci mi çıkar? Kar veya değer maksimizasyon vizyonunun belirleyicisi olarak diğergamlık." *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi* 2, no.5: 103-114.

Yıldırım Saatci, Ezgi, Selma Arıkan & Burcu T. Cal. 2014. "Values? How social entrepreneurs' portrait values differ from commercial entrepreneurs?" *International Journal of Education and Research* 2, no. 9: 143-160.

Yılmaz, Ali Sırrı. 2014. "Bir sosyal değişim ajanı olarak girişimcilik eğitimi." *Journal of World of Turks* 6, no. 1: 297-310.

FOTOĞRAFLAR

Kapak sayfası © Ashoka; © British Council
Sayfa 12, 14-15, 16, 18, 19, 20-21, 23, 24-25, 30-31, 43, 44-45, 46, 49, 70-71, 74, 75, 76-77 © British Council
Sayfa 34, 37, 69 © Ashoka

İletişim

British Council

SocialEnterpriseTurkey@britishcouncil.org.tr

İstasyonTEDÜ

istasyon@tedu.edu.tr

© **British Council, 2019**

British Council, Birleşik Krallık'ın kültürel ilişkiler ve eğitim fırsatlarından sorumlu uluslararası kuruluşudur.

