



SMART START



Project funded by the
EUROPEAN UNION

Smart Start: Sustaining civil society impact through social entrepreneurship and innovations in Bosnia and Herzegovina, Serbia, Montenegro, Macedonia and Turkey

Yazar: MA/MSc Zdravko Veljanov

TÜRKİYE'DE SOSYAL GİRİŞİMCİLİK İÇİN SÜRDÜRÜLEBİLİR BİR ORTAM YARATMAK



Bu yayın Avrupa Birliği tarafından desteklenmiştir. Bu yayının içeriği, Avrupa Birliği'nin görüşlerini yansıtmamakta olup, içerik ile ilgili tek sorumluluk Smart Start projesine aittir.

Model ve kavram olarak sosyal girişimcilik, son birkaç on yılda sürekli olarak geliyor ve gelişmekte olan dünyada yeni yüzyılın sonunda yayılmaya başladı. Fakat aynı zamanda, sosyal girişimcilik kavramı ve etkisi genel halk için yeterince bilinmemektedir.¹ Sosyal girişimciliğin iki kavramı şu şekilde değerlendirilir: „girişimcilik“ fırsatları algılamak, risk almak ve bunların çözümü için yenilikçi yöntemler bulmak ve „sosyal“ bu yöntemlerin toplum sorunlarına çözüm bulmak için kullanılması.² Hükümetlerin sorunları tek başına çözememesi giderek artmakta ve bu nedenle sosyal girişimcilik bu duruma cevap vermek için önemli bir mekanizma haline gelmektedir. Sosyal girişimcilik şöyle tanımlanabilir:³

„Sosyal Girişimcilik, yeni bir sosyal girişimcilik faaliyeti ya da serbest meslek, yeni bir girişim ya da halihazırda var olan bir sosyal teşebbüsün genişlemesi gibi yeni bir teşebbüsün yaratılması ve kârların, yatırımcılara iade edilmesi yerine sosyal bir faaliyete ya da girişime yatırmak için yapılan her türlü girişimdir“.

Özünde sosyal girişimcilik; kurumun/örgütün iş tarafını merkezi, bölgesel ve yerel seviyede sosyal sorunları hafifletmek için yeni ve yenilikçi yollar üzerinden sosyal göreviyle birleştiren bir girişimdir. Kalkınmanın menfaati sanayi toplumunun bilime dayanan bir topluma dönüşmesinde görünebilir. Küçük ve orta ölçekli işletmelerin çok daha esnek olduklarını ve üretim yöntemlerini veya örgütlenme biçimlerini daha kolay dönüştürebileceğini göze önünde bulundurarak, sosyal girişimlerin ardındaki itici güç olarak da görülebilirler. Bu nedenle, sosyal girişimcilik, tüm toplumsal yapılarıdaki ilerlemeyi başarmak için kilit bileşenlerden biri haline gelmektedir.⁴

¹ König, Anja (2013). Türkiye'de Sosyal ve Yeşil Girişimcilik Anketi: metodoloji ve bulgular. İstanbul Politika Merkezi. http://ipc.sabanciuniv.edu/en-old/wp-content/uploads/2012/10/131126-Anja-Blog_Survey-methodology-and-results_final.pdf

² Ersen, Başak Tevfik; Kaya, Derya & Meydanoğlu, Zeynep. Türkiye'de Sosyal Şirketler: İhtiyaç Analizi Raporu. http://www.sosyalgirisim.org/userfiles/document/sg-yo_eng_web.pdf . 22 Haziran 2017'de erişildi.

³ İnci, Burcu (2016). Türkiye'de Sosyal Girişimcilik: Ashoka Dostlarını Değerlendiren Bir İçerik Analizi. Uluslararası Ticaret, Ekonomi ve Finans Dergisi, 7 (4), s. 105.

⁴ Sag, Mehmet Akif & Bilsel, Sami Güven. Türkiye'de Sosyal Değişim ve Girişimcilik: Ulusal Kalkınma Politikalarının Gözden Geçirilmesi - konferans yazısı. Avrupa Bölgesel Bilim Derneği 54. Kongresi. St. Petersburg, Rusya.

TÜRKİYE'DE SOSYAL GİRİŞİMCİLİK

1980'lerde Türkiye'de ekonomik sistemin dönüşümü, ekonomik sorunlar (enflasyon, işsizlik, bütçe açığı) ile sonuçlanmış, bu dönüşümün aynı zamanda genel sosyal ve politik çevre üzerinde de etkisi olmuştur. Yoksulluk ve eşitsizlik, kalkınmanın sürdürülebilirliğinin zorluklarına daha iyi cevap verebilmek için kamu, özel sektör ve sivil toplum kuruluşu sektörleri arasında daha fazla işbirliğini gerektirmektedir.⁵ Sosyal girişimciliğe yönelik ilk girişimler 1960'larda „Beş Yıllık Ulusal Kalkınma Planı“ ile ortaya çıkmış ancak planın iyi planlanmadığı ve sonuç olarak başarısız olduğu ortaya çıkmıştır. Türkiye'nin 1980'lerde ekonomik küreselleşmenin daha geniş süreçlerine girmesi, girişimciliğin gelişmesi için daha iyi bir ortam sağlamıştır.⁶ Sosyal girişimciliğin yükselişi, STK'lar için daha çekici hale gelmeye başlarken, bilim insanları ve medya dikkatini konuya daha çok çevirmeye başlamıştır. Buna rağmen kaynakların ölçeği ve kullanılabilirliği sınırlı kalmaktadır ve hala doldurulması gereken büyük bir boşluk bulunmaktadır.

Türk Medeni Kanununda Vakıflar,⁷ Üçüncü Bölüm'de düzenlenmiş olup, misyonuna göre tutarlı olmaları gerektiği ve vergi gelirleri açısından vakfın ekonomik bir amaca ulaşmayacağı belirtilmektedir. Yani kâr amacı gütmeyen bir kuruluş olmalıdır. Ancak, vakıflar vergi muafiyetlerine tabidir.⁸

YADA Vakfı'nın (STK'ların bir konsorsiyumu olarak) yakın zamanda yaptığı bir araştırma sonucu, Türkiye'nin diğer Batı Balkan ülkelerine (Projenin bir parçası olan Bosna-Hersek, Makedonya, Karadağ ve Sırbistan) göre birçok yönden farklı olduğunu göstermektedir. Toplumsal girişimciliğin yasal olarak tanımlanması ve bir kuruluş için yasal bir çerçeveye sahip olmaması ortak bir nokta olmasına rağmen, Türkiye'de sivil toplum başarılı uygulamalar oluşturmuş ve bu gelir oluşturma modelini kullanmaktadır.⁹

Sosyal girişimler için belirli bir yasal çerçeve bulunmadığından, Türkiye'deki çoğu sosyal girişim ekonomik kuruluşlar veya şirketler derneği olarak kayıtlıdır ve diğer en yaygın biçim sosyal kooperatiflerdir. Bunlar da - çoğunlukla kadın kooperatifleri veya engelli kişiler tarafından kurulan kooperatiflerdir. 2014 yılında yürürlüğe giren Dernekler Kanunu,

⁵ Türker, Duygu, Özerim, Gökay ve Yıldız, Aysel. Türkiye'de Sosyal Girişimcilik: Zorluklar ve Fırsatlar. Crisis y Economía Solidaria, JB Bosch Editör, İspanya. ss 163-179.

⁶ Sag, Mehmet Akif & Bilsel, Sami Güven. Türkiye'de Sosyal Değişim ve Girişimcilik: Ulusal Kalkınma Politikalarının Gözden Geçirilmesi - konferans yazısı.

⁷ Türk Medeni Kanunu. 4721 Sayılı Kanun, 24607 sayılı Resmi Gazete. [Http://www.tusev.org.tr/usrfiles/files/Turkish_Civil_Code.pdf](http://www.tusev.org.tr/usrfiles/files/Turkish_Civil_Code.pdf)

⁸ Daha fazla bilgi edinmek için tıklayın: Yalti, Billur. Türkiye'de Hayır Kurumlarının Vergilendirilmesi. <http://eatlp.org/uploads/public/Reports%20Rotterdam/National%20report%20Turkey.pdf> ; Daha fazla bilgi için http://www.goksusafiisik.av.tr/Articletter/2013_Winter/GSI_Articletter_2013_Winter_Article3.pdf adresinden ulaşabilirsiniz.

⁹ YADA Vakıfları. Bosna Hersek, Sırbistan, Karadağ ve Türkiye'deki Sivil Toplum Kuruluşları arasında Öz-Finansman ve Sosyal Şirketler. s. 56.

derneklerin kuruluşunu düzenlemektedir, ancak sosyal girişimler için referans bulunmamaktadır.¹⁰ 2008 yılında getirilen Vakıflar Kanunu'nun 26. maddesi,¹¹ ekonomik kuruluşların ve şirketlerin / derneklerin kurulmasını düzenlemektedir. 26 (1). Maddede yer alan diğer hükümler arasında, kârdan elde edilen kazançların, vakfın misyonu amacıyla münhasıran itfa edilmesi gerektiği söylenmektedir.

2012 Sivil Toplum İzleme Raporu¹² ayrıca sosyal girişim mevzuatında bireysel varlıkların oluşturulmasına yönelik atılan adımların eksikliğini ortaya koymaktadır. Bu noktaya kadar, hala sınırlı yararları olan ticari varlıklar olarak işlev görmektedirler. Ayrıca, sosyal girişimciliğin STK'ların sürdürülebilirliği için önemli bir fırsat olduğu ve aynı zamanda vakıf ve derneklerin, kooperatiflerin ve ticari girişimlerin vergi ortamının geliştirilmesi üzerinde çalışmanın bir yolu olarak görüldüğü belirtilmelidir. (Sosyal girişimcilerin ayrı tüzel kişilikler olarak tanımlanmaması halinde).

Türkiye'de sosyal girişimciliğin ana destekçilerinden biri de Türkiye Üçüncü Sektör Vakfı – TÜSEV'dir. İngiliz Konseyi, sosyal girişimcilik için Türkiye modelinin fırsatlarını ve zorluklarını tanımlamaya, farkındalığı arttırmaya ve girişimcilik için bir portal oluşturmaya odaklanan „Türkiye'de Sosyal Girişimcilik“ projesinin ilk aşamasını gerçekleştirdi. 2011 yılında tamamlanan ikinci aşama, farkındalığı artırmak, sosyal girişimciler ağını genişletmek ve sosyal girişimcilik için yasal altyapıyı teşvik etmeyi amaçlamıştır.¹³ Ashoka, Türkiye'de sosyal girişimciliğin gelişmesi ve kavramın yaygınlaştırılması için çevreyi geliştirmeye de çalışmaktadır. Ashoka ve BMW Vakfı tarafından düzenlenen son zirve, sosyal girişimcilik, STK liderleri, yenilikçiler ve tüm ilgili önemli paydaşların hikayelerini, fikirlerini paylaşımları ve işbirliği yapmaları için bir platform oluşturulmasını sağladı. Ancak, daha önemlisi, katılımcılara, Türkiye'de farkındalık yaratma ve modeli yayma yolu olarak, Türkiye'de sosyal girişimciliğin tam zamanlı tartışması ve analizi yapıldı.¹⁴ TACSO¹⁵'nin „İhtiyaç Analizi Raporu“nda sosyal girişimlere kısmi odaklanılmak isteniyor. Rapor, sosyal kuruluşların, kuruluş vakıflarının veya derneklerinin iktisadi işletmeleri olarak çalıştıkları yetersiz hukuki yapıya ek olarak, bu tür şirketler için vergi muafiyetlerinin eksikliğini ve iletişim ağlarının oluşturulması için altyapıya ilişkin yorumların da altını çizmektedir.¹⁶

¹⁰ Dernekler Kanunu. 5253 Sayılı Kanun, 23.11.2004 tarih ve 25649 sayılı Resmi Gazete. <https://www.microfinancegateway.org/sites/default/files/mfg-en-paper-republic-of-turkey-associations-law-nov-2004.pdf>

¹¹ Foundations Law. Law No. 5737, Official Gazette from 27.02.2008. <http://www.vgm.gov.tr/icerikdetay.aspx?Id=168>

¹² Sivil Toplum İzleme Raporu 2012. TUSEV Yayınları. http://www.tusev.org.tr/usrfiles/files/SivilIzlemeENG_15_08_13.pdf

¹³ Sosyal Girişimcilik. TÜSEV. <http://www.tusev.org.tr/en/social-investment-1/social-entrepreneurship>

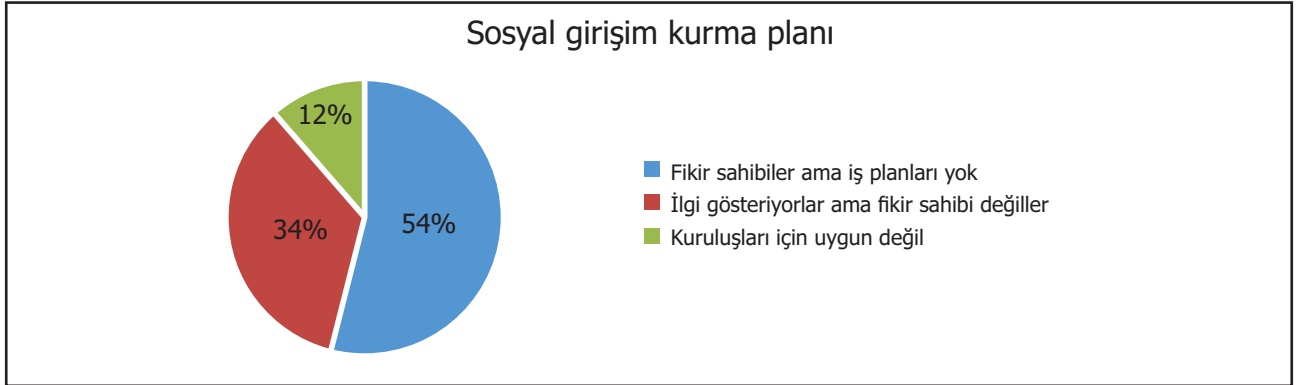
¹⁴ Daha fazla bilgi edinin: Bir Inspiring Istanbul Sosyal İnovasyon Zirvesi. <http://turkey.ashoka.org/en/inspiring-istanbul-social-innovation-summit> ; http://www.bmw-stiftung.de/fileadmin/user_upload/Dateien/1.Programm/4_Social_Innovation_Summit_Ashoka_Turkey_20_Feb.pdf

¹⁵ Türkiye Değerlendirme Raporu İhtiyacı. TACSO. http://www.tacso.org/doc/nar_tr2014april.pdf

¹⁶ Vergi muafiyetleri ve vakıflarına ilişkin kısa bir rapor için, bkz. Bölüm 8: Vakıfların Kurulması ve Türk Hukukuna Göre Vergi Muafiyeti

SORUNLAR VE ZORLUKLAR

Söz konusu sosyal girişimlerin deneyimi olduğunda, Türkiye'deki durum Batı Balkanlar'ın diğer dört ülkesine kıyasla önemli ölçüde daha iyi. Daha doğrusu, Smart Start araştırmasında yer alan STK'ların % 42'si zaten bir sosyal girişime sahip olduklarını işaret ederken, "sadece" % 50'sinin böyle bir deneyimi olmadığı ortaya çıkmıştır. Ayrıca, STK'ların % 52'si fikir sahibi oldukları, ancak iş planları olmadığını, % 33'ü ise bu yönde ilgi gösterdiklerini ama hiçbir fikir sahibi olmadıklarını belirtmişlerdir. Diğer % 11'i ise bu durumun organizasyonları için uygun olmadığını belirtmiştir.¹⁷



Kaynak : Smart Start projesi

Vergi teşvikleri birçok açıdan sosyal girişimler için sağlıklı bir ortamı teşvik etmekte önemli ve gerekli araçlardır. Türkiye'de vergi mevzuatı, sosyal misyon ve taahhütleri olan ve ticari kuruluşlar için aynıdır. Araştırmalara göre vergi muafiyeti sosyal girişimler için yetersiz kalmaktadır. % 5'lik vergi indirimi (gelişmekte olan bölgeler için % -10), yalnızca tüzel kişiler tarafından bu tür statüye sahip olan vakıflara bağışlanan ve kamu yararı statüsüne sahip toplumlara yapılan bağışlar için geçerlidir.¹⁸ Sosyal girişimcilerin olumlu bir yasal ortamdan mali teşvikler alabilmesi şarttır. Bunun dışında banka kredileri de sorun teşkil etmektedir. Özel işletmelerden farklı olarak tanımlanmamaları ve banka faizlerinin bu tür kuruluşlar için farklı

¹⁷ YADA Vakıfları. Bosna Hersek, Sırbistan, Karadağ ve Türkiye'deki Sivil Toplum Kuruluşları arasında Öz-Finansman ve Sosyal Şirketler. s.58

¹⁸ Ibid. s.56

olmaması sosyal girişim kuruluşlarının borç veya krediye ulaşımını zorlaştırmaktadır.¹⁹ Bu iki zorluk, Türkiye'deki Sosyal Girişimcilik koşullarının ve statüsünün tanımıyla yakından ilişkilidir. Sosyal girişimcilik yeni ya da mevcut bir mevzuatla açıkça tanımlanmadığı için, teşvik sağlayamamaktadır. Sosyal girişimcilik kuruluşlarına belirli bir yasal statü belirlenirse, bu tür girişimcilik faaliyetleri için ayrılan artan fonlar biçimindeki geliştirilmiş vergi muamelesi veya diğer mali desteklerden yararlanabilirler.²⁰

Türkiye'de sosyal girişimciliğin hedefine ve misyonuna adanmış bireylerin eksikliği ile beraber hâlâ sosyal girişimcilik konusunda yeterli farkındalık bulunmamaktadır. Sosyal girişimcilik, benzer düşünen insanlarla, diğer paydaşlarla ve örgütlerle ve daha geniş kitlelerle paylaşmayı gerektiren bir modeldir ve farkındalığı artırmak için en etkili yol medyayı etkin kullanmaktır.

Smart Start araştırmasına katılan STK'ların % 80'i internet sitesi ve % 98'i bir Facebook sayfası sahibi olduklarını gösterirken, Duygu²¹ Türker²² tarafından yürütülen bir başka çalışma da medyanın yeni fikir ve kavramları yayma konusundaki sınırlı rolünü vurgulamaktadır. Araştırmalar, 2010 ve 2014 yılları arasında 3 ulusal gazetede sadece 105 yayın olduğunu göstermektedir.²³ Tam da bu nedenle, sosyal medyanın yükselişi, yeniliklerin ve sosyal girişimcilik projelerinin genişlemesine büyük ölçüde katkıda bulunmaktadır. Pazar ulaşımını kolaylaştırmakta ve tüketicilere yardımcı olmaktadır.

¹⁹ Türkiye'de Sosyal Girişimcilik Üzerine Ülke Raporu. <http://ideannovaship.eu/wp-content/uploads/Turkey.pdf>

²⁰ Sosyal Girişimcilik Üzerine Politika Özeti: Avrupa'da girişimcilik faaliyetleri. https://www.oecd.org/cfe/leed/Social%20entrepreneurship%20policy%20brief%20EN_FINAL.pdf

²¹ YADA Vakıfları. Bosna Hersek, Sırbistan, Karadağ ve Türkiye'deki Sivil Toplum Kuruluşları arasında Öz-Finansman ve Sosyal Şirketler. s.58

²² Türker, Duygu; Özerim, Gökay ve Yıldız, Azselin. Türkiye'de Sosyal Girişimcilik: zorluklar ve fırsatlar. Crisis y Economia Solidaria, JB Bosch Editör, İspanya (ss.163-179).

²³ Ibid

SONUÇ VE ÖNERİLER

2012 yılının Şubat ayında TACSO, TÜSEV ve British Council tarafından Uluslararası Sosyal Girişimcilik konferansı düzenlendi. Konferans, Batı Balkanlar, Türkiye, Ukrayna, Gürcistan ve Birleşik Krallık'tan (İngiltere) 143 sosyal girişimciyi ve sosyal girişimciliğin destekleyicisini bir araya getirdi ve özellikle bölgedeki sosyal girişimcilik başta olmak üzere sosyal girişimciliğin gelişmesi için uygun fırsatlar yarattı.²⁴ Bunlar, uygun ve sürdürülebilir bir girişimcilik ortamı yaratmak için gerçekten önemli adımlardır. Ancak, bu çabaların gerçekçi ve uzun vadeli olduğunu göstermek için ve en önemli konuların açılması amacıyla tüm ilgili tarafların gayret göstermesi gerekmektedir. STK'lar ve Sosyal Girişimcilik, toplumla yakından ilişkilidir ve onların korunması ve sürdürülmesi, sahip oldukları etkiyi genişletme ve güçlendirme eğilimindedir.

- Yasal çerçeveden alınmasıyla ilgili olarak, sorunu çözmek için atılabilecek bazı adımlar vardır. Girişimciliği ve çalışma alanını tanımlamak için, Türkiye'de bu alanda tamamen yeni bir kanunun kabul edilmesi gerektiği anlamına gelmez. Bunun yerine yetkili ulusal ve bölgesel otoriteler, sivil toplum sektörü ve diğer tüm kilit aktörler ile koordineli olarak ülkedeki sosyal girişimciliğin yasal çerçevesini ve ülkenin bu konuda hangi adımlarla devam edeceğini: Sosyal girişimcilik konusunda yeni bir yasa veya mevcut yasal çerçeve içerisinde bir çözüm bulma yoluna mı başvuracağını değerlendirecek bir koordinasyon grubu kurulmalıdır. Bu, mevcut mevzuatta çözülebiliyorsa, modelin ve bununla ilgili her şeyin, örneğin vergi muafiyetleri açısından kesin bir tanımı olmalıdır.
- Sosyal girişimcilik kapsamının düzenlenmesi ve tanımları ikinci zorluk için de yararlı olabilir. Yani, yasal çerçevedeki tanımlarıyla, Sosyal Girişimcilik, özel kurumların ödediği vergi oranlarını ödemekten muaf olabilir. Ayrıca, ulusal veya bölgesel yönetimler sosyal girişimleri desteklemek için özel ajanslar da oluşturabilir. Ajanslar, kapasite oluşturma veya banka kredileri almak için eğitimler ve konferanslar düzenleyerek yardımcı olabilirler. Son olarak, ajanslar, sosyal kurumlara destek amaçlı sosyal kurumlar ağı oluşturabilirler.
- Bilinci artırma zorluğu kapsamlı olup uygulanması daha geniş kilit tarafların katılımını gerektirebilir. Örneğin, uzmanlaşmış ulusal veya bölgesel kurumlar, çeşitli faaliyetler düzenleyerek daha önce kurulmuş sosyal girişimlerin daha geniş kitlelere ulaşmasına yardımcı olabilirler. Buna ek olarak, sosyal girişimler internet sitelerine, ürünlerine veya sundukları hizmetlere kolayca erişebilecekleri bir çevrimiçi platforma sahip olabilirler. Platform, farklı (özel ürünler veya hizmetler arayanlar için) kategorilere veya (eğer birisi belirli bir yere özel bir şey ararsa) bölgelere ayrılabilir.

²⁴ Türkiye Değerlendirme Raporu İhtiyacı. TACSO. http://www.tacso.org/doc/nar_tr2014april.pdf

