TÜRKİYE'DE MÜLTECİLERE AİT İŞLETMELERDE SOSYAL GİRİŞİMCİLİK

Building Markets

Türkiye, 2024

Bu çalışma, Katar'da düzenlenen 6. Uluslararası Sürdürülebilirlik ve Etki için Girişimcilik (ESI) Konferansına katılım amacıyla yürütülmüştür

ID 103 Track 10 başlığı ile kabul edilmiştir

Hazırlayan:
Samer Asleh
Mona Labadi

İçindekiler

Teşekkür 5

Yönetici Özeti 6

Giriş 8

- Sosyal girişimciliği uygulamanın önemi 8
- Temel araştırma soruları ve hedefleri 9

Literatür incelemesi 10

- Girişimciliğin Gelişimi 10
- Sosyal girişimcilik terminolojisi 10
  - Girişimcilik 10
  - Girişimci 11
  - Girişimcilik ekosistemi 11
  - Sosyal Etki 11
  - Sosyal Girişimcilik 11
  - Sosyal Girişimcilik ve SKH'ler 13
- Sosyal Girişimcilik Nasıl Serpilir ve Sosyal Girişimcilik Faktörleri Nelerdir 14

Metodoloji 15

Tartışma 16

- Uzmanlarla görüşmeler 16
  - Türkiye'de Sosyal Girişimcilik Kavramı 16
  - Sosyal Girişimciliğin Türkiye'de Uygulanması 17
  - Göçmen ve mülteci topluluklarında sosyal girişimciliğe ilişkin güçlükler 17
  - Etkin bir sosyal girişimcilik ekosisteminin temel bileşenleri 18
  - Mülteci topluluğu içerisinde Sosyal Girişimcilik kavramının daha iyi anlaşılmasının sağlanması 19
  - Önerilen Sosyal Girişimcilik Uygulama Çerçevesi 21
- Anket Analizi 23
  - Demografik bölüm 23
  - Türkiye'de kurumlar tarafından sağlanan girişimcilik hizmetleri 25
  - Sosyal etki odağı 27
  - Sosyal Girişimcilik Kavramı ve Sosyal Etki Hakkında Farkındalığın Ölçülmesi 28
  - Girişimcilik ekosisteminde sosyal girişimcilik kavramının ne düzeyde uygulandığının ölçülmesi 32
  - Göçmen ve mülteci topluluklarında sosyal girişimciliğe ilişkin güçlükler 39

Sonuçlar 40

Öneriler 41

İçindekiler

Girişimcilikle ilgili kurumlar 41

STK'lar 42

Uluslararası kuruluşlar 42

Yerel idare kurumları 42

Yatırım kuruluşları 43

Kaynakça 44

Ek 45

Ek (1) Görüşme Formu 46

Ek (2) Anket Formu 48

Şekiller

Şekil 1 Sosyal Girişimcilik Yelpazesi 11

Şekil 2 Sosyal girişimciliğin temel bileşenleri 12

Şekil 3 Türkiye'ye geliş yılı 24

Şekil 4 İkamet Edilen Şehir 24

Şekil 5 Girişimcilikle ilgili kuruluşlardan alınan hizmetler 25

Şekil 6 Alınan girişimcilik hizmetlerinin niteliği 26

Şekil 7 Sosyal etki yaratmada rolü olabilecek ilgili sektörler 28

Şekil 8 Kavramın Anlaşılma Durumu 29

Şekil 9 1-5 ölçeğinde puanlama yoluyla kavramın anlaşılma düzeyinin ölçülmesi 30

Şekil 10 Sosyal girişimciliğin faydalarına inanç düzeyi 31

Şekil 11 Katılımcılar arasındaki yanlış algı ve anlayışların temsili 31

Şekil 12 Sosyal girişimciliğin kâr getirisi üzerine odaklanmasına ilişkin görüşler 32

Şekil 13 Sosyal girişimciliğin sosyal etki yaratma üzerine odaklanmasına ilişkin görüşler 33

Şekil 14 Sosyal girişimciliğin kâr ile sosyal etkiyi dengeleme üzerine odaklanmasına ilişkin görüşler 33

Şekil 15 Kurumların sosyal etkiyi önceliklendirmedeki rolünün değerlendirilmesi 34

Şekil 16 Yatırımcıların çıkarlarıyla ilgili algı 35

Şekil 17 Sosyal girişimcilik politika ve programlarından memnuniyet düzeyi 35

Şekil 18 Donörlerin sosyal etki yaratmaya ilişkin ilgisi üzerine görüşler 36

Şekil 19 Sosyal girişimciliğin diasporanın yaşadığı güçlüklerin aşılmasındaki rolüne ilişkin görüşler 36

Şekil 20 Entegrasyon programlarının sosyal girişimciliği kolaylaştırmadaki rolü 37

Şekil 21 Sosyal etki elde etmede rolü olabilecek ilgili sektörler 38

Şekil 22 Türkiye'de sosyal girişimciliğin etkili biçimde uygulanmasında güçlükler ve buna yönelik öneriler 39

Tablo listesi

Tablo 1 Örnek Demografik veriler 22

Teşekkür

Building Markets Türkiye tarafından bağımsız araştırmacılara hazırlatılan bu araştırma raporu, Türkiye'de mülteci ve göçmenlerin gözünden sosyal girişimciliğe benzersiz bir bakış sunmaktadır. Araştırma ekibi üyelerinden girişimcilik ve ekonomik kalkınma uzmanı Samer Asleh birçok sosyal girişimcilik programı tasarlamış ve uygulamış ve ayrıca farklı sosyal girişimcilik programlarında görev almıştır; diğer araştırmacı Muna Abdelbaqi inşaat mühendisliği kökenlidir, insani yardım sektöründe çalışmıştır ve mülteciler ve göç bağlamında engin bir deneyime sahiptir. Ekip bu araştırmayı Ağustos-Eylül 2023 aylarında Türkiye'de yürütmüştür.

Building Markets, herkesin yararına içermeci ekonomileri geliştirmek suretiyle göçmen ve mülteci dünyasında eşitsizlik sorununun çözülmesine katkıda bulunmaktadır. Bu amaçla, dünya ölçeğinde istihdamın %70'ten fazlasını sağlayan küçük işletmelere yaşamlarını ve toplumlarını değiştirme olanakları sunmaktadır. Building Markets derin bilgi birikimini, kapsamlı verilerini ve küresel ağlarını kullanarak 2004 yılından bu yana ötekileştirme muzdarip 27,000'in üzerinde küçük işletmeyi güçlendirmiş ve bu işletmelerde özgüven tesis etmiştir. Building Markets, ihale veya kredi yoluyla 1.4 milyar $ kaynak oluşturarak en çok ihtiyaç duyulan yerlerde 75,000'den fazla iş yaratmış ve küçük işletmeleri sürdürülebilir sosyal etkinin ve ekonomik büyümenin lokomotifi haline getirmiştir.

Building Markets, mülteci ve ev sahibi topluluklara ait küçük işletmelere pazar engellerini aşma, kapasitelerini güçlendirme ve yeni fırsatlarla buluşma konusunda kaynak ve uzmanlık desteği sağlamak suretiyle bu işletmeleri desteklemektedir.

Bu proje, Amerika Birleşik Devletlerinin bir armağanıdır.

Yönetici Özeti

Sosyal girişimciliğe ait özel, evrensel olarak tanınan bir tanım bulunmamaktadır. ABD Ticaret Odası sosyal girişimciliği sosyal sorunlar ve çevre üzerinde olumlu bir etki doğurmayı hedefleyen, kar amacı güden bir iş modeli olarak tanımlamaktadır. Bu faaliyetler farklı sektörlerde farklı ölçeklerde yürütülebilir. Sosyal girişimciliğin en öne çıkan misyonu, elde edilen gelirlerin öncelikli olarak belirlenen sosyal ve toplumsal hedefler doğrultusunda kullanılmasıdır. Özetle, uygulamada sosyal girişimcilik, ulaşılan sosyal faydalarla üretilen karlar arasında bir denge kuran yenilikçi girişimler aracılığıyla sürdürülebilir sosyal etki yaratılmasıdır.

Sosyal girişimcilik, özellikle yüksek sayıda mülteciye ev sahipliği yapmasının doğurduğu, acil çözüm gerektiren güçlükler nedeniyle Türkiye'de hızla ilgi görmeye başlamıştır. Türkiye barındırdığı 3.6 milyon göçmen ve sığınmacı ile (UNHCR, 2023) dünyada en fazla mülteci ve sığınmacıya ev sahipliği yapan ülkedir. Sosyal girişimcilik yerel pazarların büyümesine, iş olanakları yaratılmasında ve ev sahibi ve mülteci topluluklarının istihdam edilebilirliğinin iyileştirilmesine yardımcı olmaktadır. Bu bağlamda, mülteciler tarafından kurulan start-up'lar Türkiye'nin ahengi ve geçim kaynaklarına ilişkin hedeflerine ulaşması açısından hayati öneme sahiptir. Türkiye'deki mülteci topluluğun çeşitli güçlükler yaşadığı düşünüldüğünde, sosyal girişimcilik bu güçlüklerin ele alınmasına yönelik öndegelen sürdürülebilir çözümlerden biri olarak görülebilir. Sosyal girişimcilik, Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri (SKH'ler) ile yakından uyumludur ve kentlerin ve toplulukların sürdürülebilirliğine önemli katkılarda bulunmaktadır.

Bu çalışmada sosyal girişimciliğin Türkiye'deki göçmen ve mülteci topluluklar tarafından kavram ve uygulama anlamında nasıl tatbik edildiği anlaşılmaya çalışılmaktadır. Çalışmada standartlaştırılmış açık uçlu görüşme yöntemi benimsenmiştir. Türkiye girişimcilik ekosisteminde yer alan 14 girişimci ile uzmanlar ve karar alıcılar ile görüşmeler yürütülmüştür. Buna paralel olarak, sosyal girişimcilik kavramı ve uygulanması ile ilgili görüşlerini almak üzere girişimcilere bir çevrim içi anket gönderilmiştir. Ankete 202 katılımcıdan yanıt alınmıştır.

Çalışma bulguları, Türkiye'deki mülteci girişimcilik ekosistemi içerisinde sosyal girişimcilik konusunda yanlış bir kanı olduğunu göstermektedir. Özellikle, sosyal girişimcilik kavramı girişimciler tarafından iyi anlaşılmamaktadır ve bazı girişimcilerin kafasında net değildir. Ayrıca, mülteci girişimcilik ekosistemi hala erken aşamalarında, emekleme evresindedir ve bu da sosyal girişimcilik kavramının uygulanmasını etkileyebilmektedir. Sosyal girişimcilik kavramına ilişkin bu farkındalık eksikliği, sosyal girişimcilik uygulamalarında eksikliklere nede olmuştur. Çalışmanın bulguları, sosyal girişimciliğin düzgün uygulanması önündeki birincil engellerin hedef kitlenin heterojen yapısı, istikrarsızlığı ve çatışma bölgelerinden gelmiş olmaları ile ilgili olduğunu göstermektedir. Sosyal girişimciliğe dair bilgi eksikliği ve yanlış algıların yanısıra karlılık sorunları, entegrasyon güçlükleri, yerel girişimcilik ekosisteminden destek bulamama, hukuk sistemi içerisinde yolunu bulamama, ve katılımcıların yüz yüze oldukları daha acil sorunlar karşısında sosyal etkinin öncelikli görülmemesi gibi sorunlar da bulunmaktadır. Ancak, bulgular, girişimcilerin sosyal etki yaratmaya ciddi biçimde ilgi duyduklarını, kendi topluluklarına ve ev sahibi topluluğa karşı sorumluluk hissettiklerini ve her iki topluluğa da yararlı olma çabası içerisinde olduklarını göstermektedir.

Çalışma yatırım şirketleri, yerel yönetim kurumları, sivil toplum kuruluşları ve girişimcilik kurumları dahil bütün paydaşların bir arada çalışarak sosyal girişimciliği ve sosyal girişimcilik uygulamalarını güçlendirmelerini önermektedir.

Sosyal girişimciliğin yaygın biçimde uygulanması konusunda, öncelikle sosyal girişimcilik karakterini geliştirmeye yönelik adımların atılması ve ardından sosyal girişimcilere sosyal girişimcilik fikirleri üretme ve olgunlaştırma konusunda gereksinim duyacakları beceri ve bilgilerin kazandırılması önerilmektedir. Bunların hepsi, sosyal girişimciler için uzmanlaşmış eğitimler, sosyal girişimcilik eğiticileri ve mentorları için ise yeterlilik programları düzenlenerek başarılabilir.

Yönetici Özeti

Sivil toplum kuruluşlarının (STK'lar) sosyal start-up'larla karşılıklı yarar getirici ortaklıklar kurarak ve toplumsal faydaya ve mali sürdürülebilirliğe katkıda bulunacak yenilikçi hizmetleri teşvik ederek aktif girişimciliğin uygulanmasını aktif biçimde desteklemeleri önerilmektedir. Ek olarak, ortak ilgi/çıkar alanlarında sosyal etkiyi artıracak en iyi uygulamalar konusunda STK'larla sosyal start-up'lar arasında deneyim alışverişinin geliştirilmesi yoluyla topluluk düzeyinde sorun ve ihtiyaçların ele alınmasına yönelik işbirliği çabaları artırılabilir.

Bunun dışında, uluslararası kuruluşların yerel STK'ları spesifik hedeflere yönlendirmek ve özel programları finanse etmek suretiyle mülteci toplulukları içerisinde sosyal girişimciliği şekillendirmedeki öncü rollerini stratejik biçimde kullanmaları önerilmektedir. Bu kuruluşlar, girişimcilik ekosistemlerini doğrudan destekleyerek mülteci toplulukları içerisinde etki doğurucu kalkınmayı ve inovasyonu teşvik edebilir.

Ayrıca, yerel kamu kurumlarının girişimcilikle ilgili yasal hükümler ve avantajlar konusunda farkındalık oturumları düzenleyerek mülteci ekosistemini Türk yasal çerçevesine entegre etmeye yönelik proaktif önlemler alması önerilmektedir. Bunun dışında, ihtiyaca özel yasal düzenleme imkanlarının araştırılması ve girişimcilik programlarında sosyal etkiye odaklanılmasının teşvik edilmesi, mülteci topluluğunun kendine özgü ihtiyaçlarını ve güçlüklerini daha da destekleyebilir.

Son olarak, yatırım kuruluşlarının farkındalık oturumları düzenleyerek yatırımcıları sosyal girişimcilerin kar potansiyeli konusunda eğitmeleri ve mülteci girişimcilik ekosistemini güçlendirmek amacıyla başarılı sosyal girişimcilerle toplantılar düzenlenmesini desteklemeleri şiddetle önerilmektedir. Ayrıca, sosyal girişimcilere özel güven fonlarının oluşturulması ve kitlesel fonlama gibi farklı finansman teknikleri üzerine eğitimler düzenlenmesi bu sosyal start-up'ların kritik finansman imkanlarına erişimini artırabilir.

Giriş

Göç İdaresi Başkanlığına (GİB) göre 2022 sonu itibariyle Türkiye'deki geçici altındaki Suriyeli sayısı 3,536,000, Türk vatandaşlığı alan Suriyeli sayısı 211,000 ve uluslararası koruma başvurusunda bulunanların ve alanların sayısı 308,000 idi (UNHCR, 2023).

Bu mülteci toplulukların çoğu ülke genelinde ev sahibi topluluklarla bir arada yaşamaktadır. Bu mültecilerin bir kısmı geçim kaynakları için hala yardıma muhtaç iken diğer bazıları işçi/çalışan olarak veya kendi işlerini kurmak suretiyle piyasaya dahil olmuştur. Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) tarafından Aralık 2022'de yayımlanan Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeler İstatistik Raporunda Türkiye'de (her ülkenin ekonomisinin omurgası niteliğinde olan) KOBİ'lerin durumuna ilişkin en son istatistikler yer almaktadır. 2022 itibariyle KOBİ'ler bütün şirketlerin %99.7'sine tekabül etmekteydi (3,773,000 KOBİ). KOBİ'ler istihdamın %70.6'sını, cironun %42.5'ini, üretim değerinin %36.3'ünü ve faktör maliyetleriyle katma değerin %36.4'ünü temsil etmekteydi.

Türkiye'de Suriyelilerin sermayesiyle kurulan şirket sayısı (kayıtlı ve kayıtsız şirketler dahil) 20,000'den fazla değildir(TÜRKONFED, 2021). Türkiye'deki Suriyeli işletmelerin piyasa değerlendirmesine ilişkin 2017 yılında yürütülen bir çalışmaya göre Suriyeliler Türkiye'de 2011 yılından bu yana 300 milyon ABD $'nın üzerinde yatırım yapmışlardır (Building Markets, 2017). Bu rakamlar ortaya tutarlı bir entegrasyon ve girişimcilik tablosu koymaktadır.

Sosyal girişimcilik Türkiye'de mülteci entegrasyonu, işsizlik ve ekonomik sıkıntılar gibi kritik sosyal ve ekonomik sorunları çözmenin olası bir yolu olarak ilgi görmeye başlamaktadır. Ev sahibi topluluklar, mülteciler eliyle sosyal girişimciliğin ev sahibi toplulukların acil sosyal kaygılarına yenilikçi çözümler geliştirilmesine yardımcı olabileceğini ve dolayısıyla yerel ekonomiye faydalı olabileceğini gördüklerinde mültecileri kabullenme konusunda daha istekli davranmaktadırlar. Ayrıca, mülteciler arasında girişimciliği geliştirme çabasında olan kuruluşların mültecilere Türkiye'de sosyal girişimcilik hedefleri gütme, bu hedeflere ulaşma ve bunu yaparken olumlu bir sosyal etki yaratma konusunda yardım edebilmek için öncelikli sosyal girişimciliği anlamaları gereklidir. Sosyal girişimcilik kavramının ve uygulanmasının kapsamlı biçimde anlaşılması hükümet dışı kuruluşlar, sivil toplum ve girişim ekosisteminde yer alan için hayati öneme sahiptir. Bu kuruluşlar bu konuda bilgili oldukları düzeyde sosyal girişimcilere girişimlerinin ayakta kalıp büyümesini ve anlamlı sonuçlar elde etmelerini sağlayacak biçimde hedefli destek verebilirler. STK'lar sunacakları mentorluk, mali kaynaklar ve ağ kurma fırsatları ile sosyal girişimcilere kendi girişimlerini kurup büyütmek için yürümek zorunda oldukları bu karmaşık yolculukta yollarını bulmalarında yardımcı olabilirler. Ayrıca, yatırımcılar ve politika yapıcılar dahi girişimcilik ekosisteminin paydaşları, sosyal ve ekonomik değeri kabullenerek ön plana çıkaran politikalar ve finansman mekanizmaları oluşturarak sosyal girişimciliğin sürdürülebilir etkisine katkıda bulunabilirler. Bu paydaşlar, işbirliği çalışmaları ve ortak bir sosyal girişimcilik anlayışı ile Türkiye'de daha içermeci ve dayanıklı bir girişim ortamı oluşturma yolunda birlikte çalışabilirler.

Sosyal girişimciliği uygulamanın önemi

Sosyal girişimciliği uygulamanın önemi, toplumun sorun ve ihtiyaçlarına yenilikçi ve sürdürülebilir çözümler sunma kabiliyetinden kaynaklanmaktadır. Sosyal start-up'lar değer yaratma ve kar üretme bakımından bazen normal start-up'lara nazaran daha mantıklıdır. Çünkü toplumun belli kesimlerini etkileyen gerçek ihtiyaç veya sorunlardan yola çıkan fikirler, o grubun ihtiyaçlarına yanıt verecek bir start-up'ın yaratılmasına neden olabilir. Bu nedenle, uzmanlar, girişimcilere iş modellerini geliştirmek istedikleri değerlere dayandırmalarını ve start-up'larının girişimcilik çerçevesine mi yoksa sosyal girişimcilik çerçevesine mi uygun olduğu konusunda seçim yapmalarını tavsiye etmektedirler.

Sosyal start-up'lar sıklıkla kamu kurumlarının veya hükümet dışı kuruluşların bilhassa kriz zamanlarında eksik kaldıkları yerlerde bu boşluğu kısa veya uzun vadede doldurmak amacıyla ortaya çıkmaktadır. Bunun sonucunda, sosyal girişimciliği geliştirerek sosyal faydalara ulaşma gibi çifte, birleşik bir amaç gerçekleştirilmiş olmaktadır. Türkiye'deki mülteci topluluğun çeşitli güçlükler yaşadığı düşünüldüğünde, sosyal girişimcilik bu güçlüklerin ele alınmasına yönelik öndegelen sürdürülebilir çözümlerden biri olarak görülebilir.

Girişimcilik düzleminde ise, sosyal etki yaratan start-up'ları kuran girişimciler, şirketlerini büyütme ve olgunlaştırma konusunda daha güçlü ve tutkulu bir tutum sergilemektedirler. Çünkü bu girişimciler girişimcilik ve kar elde etme motivasyonu ile ilgili topluluğa yarar getirecek hakiki ve sürdürülebilir bir sosyal etki yaratma tutkusunu birleştirmektedirler.

Ayrıca, sosyal girişimcilik dayanıklılık inşası ve toplumun güçlendirilmesi bakımından esastır. Sosyal girişimcilik, çözüm geliştirilmesi ve uygulanması sürecine yerel toplulukların aktif biçimde katılımı sayesinde insanlara ve kuruluşlara büyüme ve sistem seviyesinde sorunlarla kendi iç bakış açılarıyla mücadele etme konusunda yardımcı olur. Bu aşağıdan yukarı yaklaşım, çözümlerin toplulukların kendine özgü gerekliliklerine ve kendi durumlarına göre tasarlanmasını sağlamanın yanısıra insanlara kendi toplulukları sorumluluk almaya teşvik eder, gerçekleştirdiklerinden ötürü gururlanmalarını sağlar ve böylelikle sonuçların daha etkili ve sürdürülebilir olmasına katkıda bulunur. Sosyal girişimcilik ayrıca kurulu ekonomik modellere ve toplumsal kurallara meydan okumak suretiyle sistem düzeyinde değişimi de tetikleyebilir. Sosyal girişimcilik, mali getirilerin yanısıra sosyal ve çevresel etkiyi önceliklendirdiği için, kar ve amacın birbirini dışlayan unsurlar olmadığını göstermektedir. Bu zihniyet değişimi diğer işletmeleri de daha etik işletme uygulamaları benimseme konusunda motive eder ve yasa yapıcıları sosyal girişimcileri yüreklendirecek yasalar çıkarmaya ve teşvikler uygulamaya yöneltir. Dolayısıyla, sosyal girişimcilik hem insanlara hem çevreye fayda getirecek daha fazla sayıda önemli değişikliği tetikleyerek ekonominin daha hakça ve sürdürülebilir bir hale gelmesine katkıda bulunabilir.

Temel araştırma soruları ve hedefleri

Bu çalışmada sosyal girişimciliğin Türkiye'deki göçmen ve mülteci topluluklar tarafından kavram ve uygulama anlamında nasıl tatbik edildiği anlaşılmaya çalışılmaktadır.

Bu çalışma aşağıdaki boyutların üzerine odaklanmayı amaçlamaktadır:

1. Mülteci girişimcilerle ilgili geri plan (demografik) bilgilerini kavramak.
2. Sosyal girişimcilik ve sosyal etki kavramının nasıl anlaşıldığı konusunda ve bu bağlamda girişimcilik kuruluşları tarafından sunulan kolaylaştırıcı hizmetler hakkında Türkiye'deki girişimcilik ekosistemi uzmanlarının derinlemesine değerlendirmelerini almak.
3. Mülteci girişimciler arasında sosyal girişimcilik ve sosyal etki kavramının farkındalık düzeyini ölçmek.
4. Sosyal girişimciliğin Türkiye'deki mülteci topluluk içerisinde yaygınlaşmasının önündeki güçlükleri irdelemek ve sosyal girişimciliğin geliştirilmesine ve sürdürülebilir sosyal etki yaratılmasına dair öneriler getirmek.

Literatür incelemesi

Girişimciliğin Gelişimi

Ekonomik düşüncelerin ilk evrelerinden itibaren müreffeh bir ekonomiye katkıda bulunan faktörlere ilişkin araştırmalar sürmektedir. Dünyada bu çalışmalar, arz ve talep arasında arasında bir denge tesis edildiğinde girişimcilerin ortaya koydukları inovasyonlar, modern üretim yöntemleri ve bunun sonucunda yarattıkları yeni pazarlar nedeniyle bu dengeyi bozduklarını öne süren Joseph Schumpeter (1883–1950) ile başlamıştır. Schumpeter bu bağlamda girişimciliğin "yaratıcı tahrip" ilkesine dayalı olduğunu, farklı pazar ve endüstrilerde mevcut çözümleri kısmen veya tamamen değiştirmeyi ve aynı zamanda yeni ürünler ve yeni iş modelleri yaratmayı amaçladığını kaydetmiştir (Schumpeter, 1949). Yaratıcı tahrip, bu yolla endüstrinin dinamiklerine ve uzun vadeli ekonomik büyümeye ciddi ölçüde katkıda bulunmaktadır. Buna verilebilecek örnekler arasında buhar motoru, demiryolları, elektrik, elektronik, otomobil, bilgisayar ve internet yer almaktadır. Bu inovasyonlar eski gerçekliği yeni bir gerçeklikle değiştirerek nihayetinde ekonomik ve sosyal faydaları kolaylaştırmaktadır (Ahmad Al Shamimri ve Wafa Al Mubayril,2010).

Bu dönemde (1930'ler - 1945) ekonomik kriz baş gösterdiği için yenilikçi küçük işletmelere fırsat yaratılması çağrılarında bulunulmuştur. Robert Solow (1950'ler) tarafından önerilen büyüme, sürdürülebilirlik ile yaratıcılığa ve kalkınmaya dayalı yaratıcılık kavramları önem kazanmıştır.

Dünya, Almanya ve Japonya gibi pek çok ülkede büyüme ve ekonomik canlanmayı uyandıran başarılı küçük işletmelerin önemini görmeye başlamıştır. Bunun ardından, Birleşik Krallık 1980'lerde hükümet müdahalesinin sınırlandırılması ve özelleştirme kavramlarını benimsedi ve ABD girişimciliği teşvik ederek küçük ölçekli işletmeleri desteklemeye başladı.

Sonrasında ise girişimcilik alanında bilgi birikiminin arttığı 1990'lı yıllar gelmiştir. Küçük işletmelerin önemli bir etki yaratmaya başladığı ve girişimciliğe olan ilginin arttığı bu dönem, araştırma ve çalışmaların da artmasına yol açmıştır. Artık yeni bir kavram ortaya çıkmıştır: Baumol vd. (2007) tarafından önerilen girişimci kapitalizm. (2007). Bu kavramda şirket kapitalizmi, devlet kapitalizmi veya kontrolü elinde bulunduran azınlığın kapitalizmi yerine girişimciliğin ekonomik büyümeyi sağlama potansiyeli vurgulanmaktaydı. Bu kavramın başarılı örnekleri arasında Singapur, Tayvan ve Çin yer almaktadır (Baumol vd. ,2007).

Girişimcilik daha geniş bir alana yayılmaya ve alanlarını çeşitlendirmeye başlamıştır. Bilgi ve iletişim teknolojilerindeki ilerlemeler sayesinde dünya başarılı ve esin kaynağı olacak girişim hikayelerinden haberdar olmaya başlamıştır. Bu sayede işletmeler internet ve çevrim içi yöntemlerle erişim kapsamlarını büyütmüş, dolayısıyla dikkatler teknoloji ve internet alanındaki yenilikçi girişimlere yönelmiştir. Ekonomilerin daha fazla çeşitliliğe ve yeniliğe doğru yönelmesiyle birlikte, start-up'ların ve küçük projelerin başarılı olmasını sağlayacak fırsatlar da büyümüştür.

Sosyal girişimcilik terminolojisi

Girişimcilik

Girişimcilik kavramının çeşitli tanımları mevcuttur. Bunlar arasında, Benjamin Higgins'in tarafından klasik kalkınma kuramında kullanılan tanıma göre (Schloss, 1968) girişimcilik yatırım ve üretim fırsatlarının belirlenmesi, yeni üretken faaliyetlerin başlatılması, sermayenin artırılması, işgücü istihdamı, üretim kaynaklarının sağlanması, yeni teknolojilerin ve malların getirilmesi, yeni doğal kaynakların keşfedilmesi ve bu üretim faktörlerinin sürekliliği bulunan bir tesiste birleştirilmesi sürecidir.

Literatür incelemesi

Girişimci

Girişimciliğin en önemli unsurlarından biri ***girişimci*** ve girişimcilik ekosistemidir. Ünlü Fransız iş insanı Jean-Baptiste'e göre girişimci, "bir iş kurmaya girişen kişidir. Girişimci, ekonomik kaynakları daha üretkenliği düşük bir alandan daha daha üretken ve verimli bir alana kaydırır" (The Economist,2009).

Girişimcilik ekosistemi

Öte yandan, ***girişimcilik ekosistemi***, "girişimciliği sarmalayan, girişimcilerin ve start-up'ların büyümesini dolaylı olarak etkileyen sistem" olarak tanımlanmaktadır. Bu sistemin mevcudiyeti, girişimcilik gayretlerinde mükemmelliğe ulaşma yönündeki genel trendi destekleyen elverişli bir ortamı sağlamak adına çok önemlidir."

Sosyal Etki

Sosyal etki, "hedef faydalanıcıları doğrudan, başkalarını ise dolaylı olarak etkileyebilecek olumlu ve/veya olumsuz, amaçlanan ve/veya amaçlanmayan değişikliklerin bütünü" olarak tanımlanmaktadır. Sosyal etki genel itibarla tüm sektörlerdeki farklı kurumların gönüllü veya zorunlu faaliyetleri ve girişimleri sonucu ortaya çıkar."

Sosyal Girişimcilik

İş dünyasında ve toplumun gelişimi için önemli bir konu olarak kabul edilen ***sosyal girişimcilik*** kavramının ilgi alanı, girişimler ve inovasyon yoluyla toplumsal sorunlara ve ihtiyaçlara yenilikçi ve sürdürülebilir çözümler geliştirmektir. Amaç, yalnızca kârlılığa odaklanmadan hedef topluluklar üzerinde olumlu bir etki yaratmaktır.

Bu kavram 1960'lar ve 1970'lerde işletme, sosyoloji ve sosyal değişim araştırmaları literatüründe ortaya çıkmıştır. 1980'ler ve 1990'larda giderek daha da önem kazanmış ve 21. yüzyılın başından itibaren tanımı sağlam temellere dayanan bir kavram haline gelmiştir.

Sosyal girişimcilik, en sağda tamamen sosyal etki yaratmaya yönelik girişimlerden en solda tamamen kâr odaklı girişimciliğe kadar geniş bir yelpazeyi kapsamaktadır. Yelpazenin bu iki ucu arasında ise farklı sosyal girişimcilik uygulamaları ortaya çıkmaktadır. Bunlar arasında kârlılık elde etmeden veya gerekli sürdürülebilirliği sağlamadan yalnızca sosyal etkiye odaklanan girişimler, kâr amacı güderken aynı zamanda sosyal etki elde etmeye öncelik veren girişimler ve kârlılık ile sosyal etki arasında bir denge kuran girişimler yer almaktadır.

Massetti (2008) tarafından sosyal girişimciliğin boyutlarına ilişkin geliştirilen açıklayıcı çerçeve, Şekil 1'deki diyagramda gösterildiği üzere sekiz faktör içermektedir (kaynak: Erpf, P. vd., 2020).

Şekil 1 Sosyal Girişimcilik Yelpazesi

Dolayısıyla sosyal girişimciliğin tanımı, salt sosyal etkiden sosyal etki ve kârlılık arasında bir denge tesisine çeşitlilik arz etmektedir.

Ancak kârlılık, yenilikçilik ve sosyal etki, sosyal girişimciliğin en ayırt edici unsurlarıdır. Dolayısıyla, uygulamada ve bu çalışmada benimsendiği şekliyle sürdürülebilir sosyal girişimcilik, elde edilen sosyal faydalarla kârları dengelemek suretiyle sürdürülebilir sosyal etki yaratmaktır.

Şekil 2 Sosyal girişimciliğin temel bileşenleri

Sosyal Girişimcilik ve SKH'ler

Sosyal girişimcilik, Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri (SKH'ler) ile yakından uyumludur ve kentlerin ve toplulukların sürdürülebilirliğine önemli katkılarda bulunmaktadır. Sosyal girişimcilik sürdürülebilir kalkınma hedeflerinin çeşitli alanlarında değer katabilmekte ve sosyal sorunlar, çevre, yoksulluk, iklim değişikliği vb. alanlarda yenilikçi, sürdürülebilir çözümler yoluyla bu hedeflere ulaşılmasına katkıda bulunabilmektedir. Bu uyumun nedeni budur. Buna ilişkin örnekler şunlardır;

1. Yoksulluğa son (SKH 1): Bu hedef doğrultusunda ihtiyaç duyulan bölgelerde temel hizmetlerin yanısıra gelir ve istihdam olanakları sağlayan ekonomik fırsatlar yaratılmalıdır.
2. Sağlık ve Kaliteli Yaşam (SKH 3): Bu hedef doğrultusunda sağlık hizmetlerinde yenilikçi çözümler sunularak, özellikle ihmal edilmiş bölgelerde hizmetlerin erişilebilirliğinin, maliyetlerinin uygunluğunun ve kalitesinin sürdürülebilir bir şekilde iyileştirilmesine ve bu sayede daha sağlıklı ve daha sürdürülebilir toplumlara katkıda bulunulmalıdır.
3. Nitelikli eğitim (SKH 4): Bu hedef doğrultusunda eğitime eşit erişim sağlamak için eğitim teknolojisi, öğretim yöntemleri ve eğitim materyallerinde inovasyonun yanısıra hizmetlerin yetersiz olduğu nüfuslara yüksek kaliteli eğitim hizmetleri sunmayı amaçlayan start-up'lar kurulmalıdır.
4. Herkes için temiz su ve sanitasyon (SKH 6): Bu hedef doğrultusunda ihtiyaç sahibi topluluklara temiz su kaynakları sağlamak ve sanitasyon sorunlarını ele almak amacıyla çözümler üzerinde çalışarak suretiyle, bu topluluklar için su kaynakları iyileştirilmeli ve sanitasyon sorunlarından kaynaklanan olumsuz sağlık etkileri önlenmelidir.
5. Uygun maliyetli ve temiz enerji (SKH 7): Bu hedef doğrultusunda yenilenebilir enerji kaynaklarından yararlanmanın yeni yolları araştırılarak maliyetler düşürülmeli, verimlilik artırılmalı ve toplumun farklı kesimleri için bu kaynaklara erişim kolaylaştırılmalıdır.
6. İnsana yakışır iş ve ekonomik büyüme (SKH 8): Bu hedef doğrultusunda büyüme evrelerinin hızla kat edilmesine yapılmasına yardımcı olacak ve bu büyüme için gerekli süreyi kısaltacak yaklaşımlarla yoluyla istihdam fırsatları yaratılmalı ve ekonomik büyüme teşvik edilmelidir.
7. İklim eylemi (SKH 13): Bu hedef doğrultusunda karbon emisyonlarından kaynaklanan sorunlar ele alınmalı ve iklim üzerinde olumsuz etkiler doğurmaksızın sürdürülebilir üretim ve yaşam tarzı modellerini mümkün kılan yenilikçi alternatifler ve çözümler bulunmalıdır.

8. Hedefler için ortaklıklar (SKH 17):Bu hedef doğrultusunda sosyal girişimciler, toplumda etki yaratmaya çalışan aktif yapılar/kuruluşlar arasındaki ortaklıkların merkezine alınmalıdır. Bu kapsamda, toplumsal faydaya ulaşılmasına dönük olarak yenilikçi, kâr odaklı ve sosyal boyutların etkili biçimde entegrasyonuna yönelik ortak noktalar bulunmalıdır.

Dolayısıyla, sosyal girişimciliğin rolü girişimci için bireysel bir fark yaratmakla sınırlı değildir; sosyal girişimcilik, topluma daha geniş ve verimli faydalar sağlamak adına bir kaldıraç olarak kullanılabilir ve yaygınlaştırılabilir.

Sosyal Girişimcilik Nasıl Serpilir ve Sosyal Girişimcilik Faktörleri Nelerdir

Sosyal girişimcilik, bireylerin ve kuruluşların olumlu sosyal veya çevresel etkiler yaratmalarını ve aynı zamanda girişimlerini sürdürmelerini sağlayacak çeşitli faktörlerin ve stratejilerin bir araya gelmesiyle serpilecektir. Bu hedefe ulaşmak için sosyal girişimciliğin başarısına katkıda bulunacak bazı temel faktörler gereklidir:

- Girişimcilikte uygulama deneyimine sahip olup aynı zamanda sosyal etki kavramını derinden kavramış bir **Sosyal girişimci**. Başarılı sosyal girişimcileri motive eden şey, net ve güçlü bir sosyal misyon duygusudur. Bu girişimciler ele almayı amaçladıkları sorun hakkında derin bir anlayışa sahiptirler ve olumlu bir değişim yaratma konusunda tutkuludurlar. Sosyal girişimciler sıklıkla sosyal veya çevresel zorlukların üstesinden gelebilmek adına yenilikçi ve yaratıcı çözümler geliştirirler. Eski sorunları çözmek için yeni yollar ararken mevcut iş modellerini hedef faydalanıcılarının ihtiyaçlarını karşılayacak şekilde uyarlarlar.
- Sosyal etkiyi önceliklendiren ve sosyal etkiyi programlarının tasarım ve uygulama süreçlerinin ayrılmaz bir unsuru haline getiren **girişimcilik kuruluşları**.
- Sosyal etki ve etki değerlendirme metodolojileri hakkında ve fikir aşamasından başlayarak iş modelinin bütününde sosyal etkiye nasıl merkezi bir konum verileceği boyunca sürecinin tamamına nasıl entegre edileceği konusunda derinlemesine bilgiye sahip **girişimcilik uzmanları**.
- Sosyal girişimciliğin potansiyelini anlayan ve takdir eden, hem sosyal hem finansal getirisi olan start-up'lara yatırım yapma konusunda istekli olan Sosyal Yatırımcılar ve donörler.
- Sosyal girişimciliği entegre etmenin sosyal etkiye etkili biçimde ulaşabilmedeki önemini kavramış **Topluluk Kuruluşları**. Kaynaklardan, farklı uzmanlıklardan ve ağlardan etkili biçimde yararlanmak için kamu sektöründe ve özel sektörde yer alan girişimci kuruluşlar arasında işbirliği. Ortaklıklar etki düzeyini ve kapsamını genişletme ve en üst düzeye çıkarma konusunda yardımcı olabilmektedir.
- Sosyal girişimcilik kavramına ilişkin **farkındalığın artırılması** ve medyada bu kavrama yer verilmesinin sağlanması. Etkili hikâye anlatımı ve iletişim yöntemleri sosyal girişimcilerin farkındalık yaratma, destekçi bulma ve finansman çalışmalarına yardımcı olmaktadır. İnsanları etkileyecek anlatım tarzları, başkalarına da bu davaya omuz verme konusunda esin kaynağı olabilir.

- **Hükümetin** girişimciliği artırmak ve ekonomik refaha ulaşmak için sosyal girişimciliği ve mülteci entegrasyonunu teşvik etmeye yönelik **taahhüdü**. Bu sayede, mültecilere ve göçmen girişimcilere ev sahibi topluluğun girişimcilik ekosistemine katılma ve bu ekosistemden faydalanma yolları sağlamak adına gerçek ortaklıklar tesis edilebilir ve içermeci önlemler alınabilir. Destekleyici bir politika ortamı ve düzenleyici ortam teşvikler yoluyla ve engellerin kaldırılması suretiyle sosyal girişimciliği teşvik edebilir. Strateji kapsamında sıklıkla elverişli politikalar için savunuculuk yürütülmektedir.
- **Sürdürülebilirlik**, sosyal girişimciliğin uzun vadede başarılı olabilmesi için yaşamsal öneme sahiptir. Sürdürülebilir gelir elde edilmesini, maliyet yönetimini ve zaman içinde finansal açıdan sürdürülebilir hale gelinmesini içermektedir. Gelir akışları satışlardan, hibelerden, bağışlardan veya çeşitli kaynaklardan gelebilir.
- **Ölçülebilir Etki:** Sosyal girişimciler çalışmalarının etkisini ölçme ve gösterme üzerine odaklanırlar. Kaydettikleri ilerlemeyi takip etmek ve girişimleri hakkında bilgi temelli kararlar almak için veri ve göstergeleri kullanırlar. Etki değerlendirmesi, finansman ve destek bulma konusunda yardımcı olmaktadır.

Özetle, sosyal girişimciliğin serpilmesi için gerekli yönlendirici faktörler net bir misyon, yenilikçi çözümler, sürdürülebilirlik, ortaklıklar, ölçülebilir etki, adapte olabilme becerisi, kaynak mobilizasyonu, pazar odaklı olma, uygun bir hukuki yapı, destekleyici bir politika ortamı, etkili iletişim ve etik uygulamalardır. Başarılı sosyal girişimciler, topluluklarının içinde ve dışında anlamlı bir değişim yaratmak için bu faktörlerden yararlanırlar.

Metodoloji

Bu çalışmada standartlaştırılmış açık uçlu görüşme yöntemi benimsenmiştir.

Görüşülen kişilere yöneltilen sorularda farklılaşmayı çeşitliliği en aza indirecek ve görüşmeci yanlılığını en aza indirecek şekilde bilgi edinmeyi sağlamak amacıyla sorular önceden ve dikkatle hazırlanmıştır. Yapılandırılmış görüşme yöntemi daha az esnek olmakla birlikte yanıtların karşılaştırılabilir olmasına imkan sağladığı için analizi de kolaylaştırmaktadır. Standartlaştırılmış açık uçlu görüşme yönteminin kullanılmasının avantajları şunlardır (Patton, 2002):

1. Kullanılan araç standartlaştırılabilir

2. (Daha fazla sayıda görüşmecinin kullanılması durumunda) değişkenlikler (daha fazla görüşmeci kullanılırsa) ve yanlılık en aza indirilebilir

3. Görüşmenin önceden ayarlanması, dikkatlice hazırlanması ve odaklı olması sayesinde zaman en iyi şekilde kullanılabilir

4. Her görüşmeden elde edilen veriler eksiksizdir

5. Sonuçların karşılaştırılmasını ve yanıtların analizini kolaylaştırır.

Diğer yandan, bu yaklaşımın esnek olmaması ve önceden belirlenmiş soruların görüşmenin doğal akışını bozması gibi dezavantajları da vardır. Bu olumsuzlukların üstesinden gelmek için, görüşülen kişinin uzmanlık durumuna ve görüşmenin akışına bağlı olarak gerek hissedildiğinde (belirlenen standart sorular dışında) ek sorular kullanılmaktadır. Seçilen görüşme yönteminden bağımsız olarak, katılımcılara kendi bakış açılarıyla yanıt verme özgürlüğü tanıyan gerçek açık uçlu sorular sorulmaktadır.

"Nitel görüşmenin temel ilkesi, katılımcıların kendi anlayışlarını kendi ifadeleriyle dile getirebilecekleri bir çerçeve sağlamaktır (Patton, 2002). Sorulacak sorular altı kategori altında ele alınmaktadır:

1. Deneyim ve davranış soruları (davranışlar, deneyimler, faaliyetler ve eylemler)
2. Görüş ve değerlerle ilgili sorular (görüşler, kanılar ve değerler; hedefler, niyetler, arzular ve beklentiler)
3. Duygularla ilgili sorular (... hakkında ne hissediyorsunuz?)
4. Bilgi soruları (olgular)
5. Duyulara ilişkin sorular (duyusal deneyimleri alma)
6. Arka plan soruları (ör. yaş, eğitim ve meslek)

Ağustos ve Eylül 2023 tarihleri arasında Türkiye'nin girişimcilik ekosisteminde yer alan 14 girişimci, profesyonel ve karar vericiyle görüşmeler yapılmıştır. Görüşme protokolü Ek 1'de yer almaktadır. Katılımcılar, Building Markets tarafından sağlanan uzman havuzunun yanısıra sorumlu araştırmacılar tarafından belirlenen ve Building Markets tarafından onaylanan uzmanlar arasından seçilmiştir. Türkiye'de girişimcilik konusunda uzmanlığı olan yerel, mülteci ve uluslararası gruplardan uzmanlar seçilmiş ve dengeli bir temsil sağlanmıştır.

Metodoloji

Buna ek olarak, görüşlerini almak üzere Building Markets veri tabanında ve girişimci ağında yer alan girişimcilere çevrimiçi bir anket gönderilmiştir. Building Markets veri tabanı sayesinde ve Türkiye'deki girişimcilik ekosisteminin doğrudan yararlanıcı ve bileşenleri olan yakın bağlantılar ve etkili bir iletişim bulunması sonucu hedef örnekleme kolaylıkla ulaşılmıştır. Çalışmanın hedef grubu Türkiye'de bir start-up kurmuş olan, şu an bir start-up'ı bulunan ya da girişimcilikle ilgilenen göçmenler (mülteciler, yerleşikler, vatandaşlar, göçmenler ve sığınmacılar) olduğu için örneklem katmanlandırılmıştır. Ankete 202 katılımcıdan yanıt alınmıştır. Anket formu Ek 3'te verilmiştir.

Tartışma

Uzmanlarla görüşmeler

Bu bölümde, görüşülen 14 uzman ve girişimden alınan yanıt ve görüşlere yer verilmektedir.

Türkiye'de Sosyal Girişimcilik Kavramı

Görüşülen uzmanların çoğu, sosyal girişimcilik kavramı hakkında ve özellikle kâr elde elde ederken sosyal etki yaratılabileceği ve ortak girişimcilik iş modelinin benimsenebileceği konusunda farkındalık eksikliği bulunduğunu kaydetmişlerdir.

Uzmanlar, sosyal girişimcilik konusundaki bu farkındalık eksikliğini iki düzeyde ele almaktadır:

- **Girişimci Düzeyinde:** Girişimciler genellikle sosyal girişimcilik kavramı hakkında net ve derinlemesine bir anlayışa sahip değildir. Bazı girişimcilerin start-up'ları sosyal girişimcilik hesaba katılarak veya sosyal girişimcilik farkındalığıyla kurulan start-up'lar değildir. Birçok girişimci için girişimcilikten amaç kârdır ve diğer faktörleri göz önünde tutmamaktadırlar. Bu kategorideki girişimciler, start-up'ları kâr getirdiği sürece ortaya sosyal bir etki çıkmasından rahatsız olmamaktadırlar. Girişimlerinin iş modeli genellikle sosyal etkiden ziyade kâra öncelik verilmektedir.

- **Kurumsal Düzeyde:** Bazı girişimci kuruluşlar için sosyal girişimcilik kavramı belirsizliğini korumaktadır. Bazı kuruluşlar sosyal etkiyi dikkate almadıklarını ve girişimcilik programlarının bulunmadığını belirtirken, diğer bazıları sosyal etkinin önemini vurgulamakta ve kuluçka programlarında, faaliyetlerinde ve etkinliklerinde sosyal etkiye yer vermektedirler.

Uzmanlara göre bu farkındalık eksikliğinin nedeni, Türkiye'deki mülteci topluluğunun heterojen ve koşullarının güç olması ve çatışma bölgelerinden gelmiş olmasıdır. Dolayısıyla, mülteci topluluğunun önceliği sosyal etki yaratmaktan ziyade temel ihtiyaçlarını karşılamaktır.

Ayrıca, bazı katılımcılara göre sosyal girişimcilik kavramına ilişkin farkındalık eksikliğinin nedeni şudur: sosyal girişimcilik, yenilikçi çözümlerle sosyal etki yaratma amacı güden sürdürülebilir start-up'lardan ziyade sosyal etki yaratmayı amaçlayan topluluk girişimlerine dönük, tamamen insani ve sosyal bir kavram gibi algılanmaktadır.

Sosyal Girişimciliğin Türkiye'de Uygulanması

Ev sahibi Türk topluluğunda başarılı sosyal girişimcilik uygulamaları ve örnekleri bulunmakla birlikte, bu deneyimler göçmen topluluklarına aktarılmış veya bu toplulukların gelişimlerine katkıda bulunmuş değildir.

Sosyal girişimciliğin uygulanması için sosyal girişimcilik kavramının kapsamlı biçimde anlaşılması gereklidir; bu nedenle sosyal girişimcilik kavramına ilişkin farkındalık olmaması bu kavramın girişimciler, girişimci kurumlar ve ilgili kuruluşlar vb. tarafından uygulanmasında eksiklikler mevcuttur. Girişimci düzeyinde bakıldığında, girişimcilerin sosyal etki yaratmanın önemine kişisel olarak inanmaları, bunu ilke olarak benimsemeleri, sorunların çözülmesi veya ihtiyaçların karşılanması adına katkıda bulunma konusunda kendi topluluklarına karşı sorumluluk duygusu içinde olmaları gereklidir.

Metodoloji

Girişimcilerin sosyal start-up kurarken yegane amaçları kâr olsa dahi, sosyal etki sayesinde katma değer yaratabilmek ve arzu ettikleri kârı elde edebilmek için sosyal girişimcilik kavramını bilmeleri gerekir.

Mülteci girişimcilik ekosistemi düzeyinden bakıldığında, bu ekosistem hala emekleme aşamasındadır ve bu da sosyal girişimcilik kavramının uygulanmasını etkileyebilir, zira sosyal girişimcilik kavramının uygulanabilmesi girişimcilik ekosistemine bağlıdır.

Göçmen ve mülteci topluluklarında sosyal girişimciliğe ilişkin güçlükler

Göçmen ve mülteci topluluklarında sosyal girişimcilik konusunda yaşanan güçlükler girişimci bakış açısı, yatırımcı, girişimcilik ekosistemi vb. çeşitli kategorilere ayrılabilir. Bu güçlükler şunları içermektedir:

- Hedef kitleye ulaşmada yaşanan zorluklar: Sosyal girişimcilik konusunda farkındalık olmaması nedeniyle, bu alana ilgi duyan bireylere ulaşmak zor olabilmektedir. Bazı potansiyel sosyal girişimciler, sosyal girişimci niteliklerini ve özelliklerini taşımakla birlikte bunun farkında olmayabilmektedir.

- Yanlış Kanılar ve Kafa Karışıklığı: Sosyal girişimcilik ile insani yardım projeleri veya topluluk girişimleri sık sık birbiriyle karıştırılmakta ve yanlış anlaşılmaktadır.

- Girişimciliğe ilişkin Kaygılar: Bazı girişimciler, start-up'larının sosyal etkiyle özdeşleştirilmesi durumunda bunun şirketlerinin doğuşunu, büyümesini ve gelir üretme kabiliyetini olumsuz etkileyebileceğinden endişe edebilmektedirler. Girişimciler, potansiyel yatırımcıların girişimlerini hem sosyal etki hem de finansal başarı odaklı, başarılı olabilecek bir girişimden ziyade sosyal bir girişim olarak görmelerinden kaygı duyabilmektedirler.

Yerel Girişimcilik Ekosisteminden Destek Bulamama: Yerel girişimcilik ekosistemi, sosyal etkiyi start-up'lara entegre etme konusunda deneyimli olmayabilmektedir. Ayrıca, girişimcilere bir yandan kârlılık ve sosyal etki arasındaki dengeyi korurken diğer yandan sosyal etkiyi fikirlerine ve start-up'larına dahil etmeleri konusunda destek ve eğitim verme konusunda uzmanlık bulunmaması söz konusu olabilmektedir.

Yerel girişimcilik ekosistemi, mülteci topluluğuna mensup girişimcilere başarıyla girişimcilik hizmetleri veriyor olabilir. Bununla birlikte, sosyal etkiyi start-up'lara dahil etme veya şirketlerini kurarken sosyal etkiye odaklanma ve kâr kaygısı ile sosyal etki arasında denge kurma konusunda girişimcilerin kapasitesini güçlendirme noktasında deneyim eksikliği bulunabilmektedir.

Etkin bir sosyal girişimcilik ekosisteminin temel bileşenleri

Türkiye'de sosyal girişimcilik ekosistemi henüz gelişiminin ilk evrelerindedir ve pek çok güçlük yaşamaktadır. Bunlar genellikle temel unsurlarla ilgili güçlüklerdir. Etkin bir sosyal girişimcilik ekosisteminin temel unsurları aşağıdaki gibidir:

- Girişimcilikte uygulama deneyimine sahip olup aynı zamanda sosyal etki kavramını derinden kavramış bir Sosyal girişimci.

- Sosyal etkiyi önceliklendiren ve sosyal etkiyi programlarının tasarım ve uygulama süreçlerinin ayrılmaz bir unsuru haline getiren girişimcilik kuruluşları.

- Sosyal etki ve etki değerlendirme metodolojileri hakkında ve fikir aşamasından başlayarak iş modelinin bütününde sosyal etkiye nasıl merkezi bir konum verileceği boyunca sürecinin tamamına nasıl entegre edileceği konusunda derinlemesine bilgiye sahip girişimcilik uzmanları.

- Sosyal girişimciliğin potansiyelini anlayan ve takdir eden, hem sosyal hem finansal getirisi olan start-up'lara yatırım yapma konusunda istekli olan Yatırımcılar.

- Sosyal girişimciliği entegre etmenin sosyal etkiye etkili biçimde ulaşabilmedeki önemini kavramış Topluluk Kuruluşları.

Medyada yer alma açısından bakıldığında, sosyal girişimcilik ve önemi konularına medyada pek yer verilmemektedir, çünkü medya start-up öykülerine mali pencereden veya kar penceresinden bakma eğilimindedir. Dikkatlerin başarılı sosyal girişimlerin yarattıkları sosyal etkiyi nazara verilmesine çevrilmesi gereklidir.

Mülteci topluluğu için de çeşitli güçlükler mevcuttur:

- Entegrasyon Güçlükleri: Mülteci toplulukları, yerel ev sahibi topluma entegre olma konusunda hâlâ farklı güçlükler yaşamaktadır.
- Yasal Çerçeve: Ev sahibi ülkenin yasal çerçevesi ve düzenlemeleri konusunda zorluklar yaşanmaktadır.
- Sosyal Etkiye Yeterli Önceliğin Verilmemesi: Sosyal etki mülteci topluluğunun birincil öncelikleri arasında değildir.

Ayrıca, mülteci topluluğu içerisinde uzun erimli bir istikrar olmaması muhtemeldir; bu nedenle, sosyal girişimciliğin uzun vadede önemli işlevler yerine getirebileceği süreğen krizlerin yaşandığı ülkelerden farklı olarak, sosyal girişimcilikten bu bağlamda kısa-orta vadeli güçlüklerin üstesinden gelme konusunda yararlanılması gereklidir. Bu durum, sosyal girişimciliğin çok çeşitli sosyal sorunların ele alınmasındaki önemini gözler önüne sermektedir.

Mülteci topluluğu içerisinde Sosyal Girişimcilik kavramının daha iyi anlaşılmasının sağlanması

1. Sosyal Girişimcilik konusunda farkındalık yaratılması

Uzman görüşlerine göre sosyal girişimcilik kavramının yaygınlaştırılmasında belirgin bir eksiklik vardır ve dolayısıyla sosyal girişimcilik mülteci topluluğunun girişimcilik ekosisteminde çok sınırlı uygulanabilmektedir. Bu nedenle, bu güçlüklerin üstesinden gelinmesine dönük öneriler ve çözümler üzerinde çalışılması büyük önem taşımaktadır.

Başlıca güçlükler aşağıdaki gibidir:

- Etki artırma artırılması ve sosyal girişimcilik konularında uzmanlaşmış eğitimlerin verilmesi.
- Kamuoyu ile sosyal girişimcilik ve toplumsal etki uzmanlarını bir araya getiren odak grup tartışmaları düzenlenmesi.
- Sosyal girişimcilik ve etki üzerine çeşitlendirilmiş ve sistematik içeriklerin paylaşılması.
- Sosyal girişimcilik konusunda bir dizi farkındalık programının başlatılması.
- Girişimciler arasında sosyal girişimciliğin ve sosyal etkinin çeşitli boyutları üzerine diyalog faaliyetleri düzenlenmesi.

Ancak, uzmanların sosyal girişimcilik ve sosyal etki konusunda gerçek bir farkındalığın yaygınlaşması adına ısrarla vurguladıkları hususlar şunlardır:

- Start-up kurarak hem karlı bir iş yapan ve ciddi düzeyde sosyal etki yaratan sosyal girişimcilerin başarı öykülerine dikkat çekmek suretiyle sosyal girişimciliğin başarılı bir model olarak uygulandığının gösterilmesi. Bu deneyimlere medyada ve panel tartışmalarında yer verilmeli, farklı kuluçka programlarında sosyal girişimcilikle ilgilenen kişilere uzman rehberlik hizmeti verilirken bu örnekler de işlenmelidir.
- Sosyal etkinin bir başvuru kriteri olarak belirleneceği sosyal girişimcilik programları geliştirmek suretiyle girişimcilere istikamet gösterilmesi. Ayrıca, sosyal girişimcilik alanında eğitim ve rehberlik sağlanması.

2. Hükümetin Sosyal Girişimciliğin Geliştirilmesindeki Rolünün Geliştirilmesi

Yasal statüsünün karmaşık olduğu düşünüldüğünde, Türkiye'deki göçmen ve mülteci topluluğunun kendine özgü bir durumu vardır. Bunun sonucunda, göçmen ve mülteci girişimcilik ekosisteminin Türk hükümetinin politikalarından ve mevzuatından yararlanmasını engelleyen zorluklar bulunmaktadır. Bu nedenle, göçmen ve mülteci topluluğu içinde sosyal girişimciliği geliştirmenin en temel çözümlerinden biri, mülteci ve göçmen girişimciliğini yerel hukuk sistemine entegre etmek olacaktır. Ayrıca, mültecilere ve göçmen girişimcilere ev sahibi topluluğun girişimcilik ekosistemine katılma ve bu ekosistemden faydalanma yolları sağlamak adına gerçek ortaklıklar tesis edilmeli ve içermeci önlemler alınmalıdır.

Ancak, arzu edilen entegrasyonun sağlanması ve Türkiye'deki yasal ortamın mülteci ve göçmen girişimciliği yararına iyileştirilmesi ciddi ölçüde zaman alacaktır. Buna karşılık, Türkiye'de sosyal mülteci ve göçmen girişimcilik ekosistemini güçlendirebilecek kısa ve orta vadeli çözümler bulunmaktadır:

- Türkiye'deki girişimcilik kurumlarının sosyal girişimcilik alanındaki uzmanlıklarını ve Türk toplumunun sosyal girişimcilik alanındaki başarı öykülerini göçmen ve mülteci girişimci kurumlarla paylaşmaları yönünde hükümet eliyle idari yönergelerin çıkarılması.
- Göçmen ve mülteci girişimcilik ekosistemi için özel yasal çerçeveler oluşturularak, bu ekosistemin Türkiye pazarının ve ekonomisinin gücünü artıran özgün başarılar elde etmelerine yardımcı olunması.
- Mülteci ve göçmen sosyal girişimcilere, sosyal girişimlerinin fizibilitesini ve etkisini doğrulamak koşuluyla teşvik ve imtiyazlar sağlanması.
- Göçmen ve mülteci girişimcilik ekosistemi üzerine çalışan sivil toplum kuruluşları (STK'lar) tarafından uygulanan tüm kalkınma ve girişimcilik programlarına bir sosyal etki koşulu eklenmesi konusunda Türk hükümeti nezdinde savunuculuk yapılması.
- Kamu-özel ortaklıkları (KKÖ) kavramı çerçevesinde, her iki taraf ve bir bütün olarak toplum için faydalı, etkili ortaklıklar oluşturmak amacıyla için kamu çıkarları ile sosyal girişimcilik start-up'ları arasında ortak zemin arayışlarına girilmesi.
- Mülteci ve göçmen sosyal girişimcilere mülteci ve göçmen topluluğunun karşılaştığı farklı güçlüklere kamunun da bakış açısıyla çözüm üretmeleri yolunda yardımcı olması konusunda Türk hükümetine rehberlik sağlanması.

3. Sosyal Girişimciliğin Teşvik Edilmesinde Donör Kuruluşların, Finans ve Sivil Toplum Kuruluşlarının Rolü

İster uygulayıcı ister fon sağlayıcı olsun, sivil toplum kuruluşlarının ortak amacı çeşitli alanlarda olumlu bir sosyal etki yaratmaktır. STK'lar ayrıca bu etkinin sürdürülebilirliğini de sağlama hedefi gütmektedirler. Dolayısıyla, bu kuruluşların ve sosyal girişimcilik kurumlarının çalışmaları arasında etkinin sürdürülebilirliğini sağlamak gibi önemli bir kesişim noktası mevcuttur.

Böylelikle, bu iki taraf arasında ortak çalışma alanları mevcuttur. Bunlar aşağıdaki gibi özetlenebilir:

- Ortak bir sosyal etki yaratan sosyal girişimcilik start-up'larına sivil toplum kuruluşları tarafından finansman sağlanması.
- Sivil toplum kuruluşları ve sosyal girişimciler arasında hem topluma hem ilgili taraflara fayda getirecek bir ortaklık formülü aracılığıyla entegrasyon sağlanması.
- İki taraf arasında sosyal etki yaratma, sosyal etkiyi ölçme ve geliştirme mekanizmasına ilişkin uzmanlık paylaşımı.
- Göçmen ve mülteci girişimci kurumlar tarafından başlatılan sosyal girişimcilik programları için sivil toplum kuruluşları tarafından finansman sağlanması.
- Toplumsal sorunların ve ihtiyaçların sivil toplum kuruluşları tarafından ele alınması ve bunlar için sosyal girişimcilik çözümleri üretilmesi.
- Bir sosyal etki düşünce kuruluşu oluşturulması.

Katılımcılar, sosyal etki yaratan programların donör kuruluşların ilgisini daha fazla çektiğini kaydetmişlerdir. Sosyal etki yaratılmasının Sürdürülebilir Kalkınma Hedeflerine (SKH) ulaşılması doğrultusunda bir sonuç olduğu ve donör kuruluşlar ve dahada faaliyet gösteren sivil toplum kuruluşları çalışmaları SKH temelinde yürüttükleri düşünüldüğünde, bir sosyal girişimci sivil toplum kuruluşlarıyla ortaklığa girebilir ve donör kuruluşlarca finanse edilen programları uygulamak üzere ittifaklar kurabilir.

Önerilen Sosyal Girişimcilik Uygulama Çerçevesi

1. Sosyal Etkiden Yola Çıkarak Fikir Üretilmesi

Sosyal girişimciler, girişimcilik fikirlerini tasarlarken kısa ve uzun vadeli sosyal etki arasındaki ayrımı göz önünde bulundurmalıdırlar. Sosyal girişimciler, ele aldıkları sorunun veya sosyal ihtiyacın niteliğini bunlara yol açan nedenler ve ortamın koşulları açısından değerlendirmelidirler. Bu farkındalık, uygun ve başarılı bir girişimcilik fikri geliştirmek için çok önemlidir. Sosyal etkiye dayalı girişimcilik fikirlerinin oluşturulmasına yardımcı olabilecek faktörler arasında şunlar yer almaktadır:

- Sosyal girişimcilere sosyal sorunları veya ihtiyaçları etüt ettikten sonra fikir üretme becerileri kazandırmaya yönelik eğitim programları düzenlenmesi.
- Sosyal girişimcilerin sorunları ve ihtiyaçları gözlemleme ve bunlar için çözümler üretme becerisinin geliştirilmesi.
- Yerel topluluğun ve ilgili kurumların sosyal sorunlara ve ihtiyaçlara çözüm üretme sürecine katılımının sağlanması.
- Sosyal sorunların ve ihtiyaçların ortaya konması ve bunlara yönelik toplum kaynaklı girişimcilik çözümlerinin bulunmasının sağlanması.
- Girişimcilerin sosyal etki yaratan girişimcilik fikirlerine ilişkin finansal model oluşturma konusunda eğitilmesi.

2. Sosyal Etkinin Girişimcilik Programlarına Entegre Edilmesi

Eğitim, kuluçka, mentorluk, farkındalık vb. ile ilgili girişimcilik programları tasarlanırken sosyal etkinin girişimcilik start-up'larına entegre edilmesi süreci en başından itibaren başlatılmalıdır. Aşağıdaki adımlar, girişimcilik programlarının sosyal etkiyi artırma ilkesi etrafında oluşturulmasına yardımcı olabilir:

- Girişimcilik programlarının eğitim, sağlık gibi spesifik alanlara veya sosyal fayda alanlarına odaklanması; çünkü bu alanlardaki girişimcilik fikirleri toplum yararına odaklandığı için istenen sosyal etkiyi yaratma olasılığı yüksektir.
- Girişimcilik programlarının yarattığı etkiye ilişkin temel performans göstergeleri (KPG) oluşturulması ve program uygulamasının kalitesini değerlendirmek amacıyla bu göstergelerin ölçülmesi.
- Girişimcilik fikirlerinin ve start-up'ların ilgili toplumsal fayda alanında yaratacağı sosyal etkiyi net biçimde ve doğrudan gösteren seçim kriterlerinin tasarlanması.
- Bu girişimcilik programlarının tanıtım içeriğine sosyal etki unsurlarının dahil edilmesi, bu unsurların öneminin ve bu programlarda yer alan girişimcilik fikirlerinden elde edilen toplumsal faydanın vurgulanması.
- Sosyal etki faktörünün girişimcilik fikirleri ve start-up'lara yönelik değerlendirme tablosuna dahil edilmesi, bu çerçevede her bir vakanın özellikleri göz önüne alınarak ağırlıklı sosyal etki faktörün unsurlarının belirlenmesi suretiyle sosyal etki ile girişimcilik start-up'larının başarısı arasında bir denge tesis edilmesi.
- Kabul edilen girişimcilik fikirlerini ve start-up'ları değerlendirecek karar verme komitesinde bir sosyal etki uzmanına yer verilmesi.
- Girişimcilik eğitimlerinde sosyal etkiye ve sosyal girişimciliğe odaklanma konusuna yer verilmesi.
- Sosyal girişimcileri davet ederek topluluk temelli start-up'larıyla ilgili deneyimlerini ve başarı öykülerini paylaşmalarının sağlanması.
- Başarı hikayeleri olan deneyimli sosyal girişimciler tarafından sosyal etki konusunda koçluk ve mentorluk sağlanması.
- Girişimcilik programlarına dahil olan start-up'lar tarafından sosyal etki konusunda kaydedilen ilerlemenin kaydedilmesi.
- Sosyal etki ve kâr yaratma arasında bir denge gözetmek adına sosyal start-up'ların sürekli izlenmesi.
- Sosyal etkinin start-up'ların değerlendirme sürecine bir seçim kriteri olarak dahil edilmesi ve bu amaçla değerlendirme komitelerinde en az bir sosyal etki uzmanı bulundurulması.

3. Sosyal Girişimcilik Start-up'larına Yatırımın Teşvik Edilmesi

Uzmanlar, yatırımcıların kendine özgü start-up'lara yatırım yapmaya ilgi duyduklarını ve şirketin kârlılığın yanısıra dengeli bir sosyal etki oluşturma kaygısı güttüğünde bu ilgi düzeyinin arttığını vurgulamaktadırlar. Böylesi start-up'lar toplum üzerinde olumlu bir etki yaratmak suretiyle yatırımcıyı memnun edebilir; bilhassa bu etki start-up'ların mali başarıya ulaşmasında önemli bir rol oynamış ise bu memnuniyet düzeyi daha da artmaktadır.

Ancak, yatırımcılar ve sosyal girişimciler arasında bir kopukluk bulunmaktadır. Bazı yatırımcılar sosyal start-up'ların kâr amacı gütmeyen, bağışlara ve sürdürülebilirlik için dış kaynaklara bağımlı topluluk girişimleri olduğuna inanmaktadır. Öte yandan, sosyal girişimciliğe ilgi gösteren yatırımcılar, yatırım yapabilecekleri olgunluk düzeyine sahip sosyal start-up'lar bulmakta zorluk çekmektedirler.

Bu nedenle, sosyal girişimciliğe yatırımı teşvik etmenin ilk adımı, bu start-up'lar hakkında yatırımcılarda farkındalık oluşturmaktır. Yatırımcıların, sosyal girişimcilik girişimlerinin sosyal etki yaratma becerilerine sahip olmaları dışında kârlılık, yenilikçilik, büyüme ve sürdürülebilirlik açısından girişimci start-up'lar ile benzerlikler taşıdıklarını anlamaları sağlanmalıdır. Etki unsuru gözetilerek kurulacak bir sosyal start-up'ın gelir düzeylerinin de artabileceğini, zira bunun hedef kitlede olumlu bir algı yaratacağını vurgulamak önemlidir. Farkındalığın artırılması amacıyla farkındalık oturumları, sosyal girişimcilik uzmanlarıyla toplantılar düzenlenebilir ve kârlı ve başarılı sosyal girişimcilik deneyimlerinin paylaşılması sağlanabilir.

Diğer yandan, sosyal girişimcilik start-up'larının girişimci start-up'lara nazaran alternatif finansman seçeneklerine erişebilirler. Bunlara örnek olarak kitlesel fonlama platformları, topluluk kuruluşlarından elde edilecek fonlar, bağışlar veya geliştirme fonları ve özel sektörden sosyal sorumluluk projeleri kapsamında sağlanacak fonlar verilebilir.

Anket Analizi

Demografik bölüm

Bu çalışmanın soru kağıdındaki (anket) demografik bilgiler bölümü, katılımcıların genel özellikleri hakkında bilgi almak üzere hazırlanmıştır. Bu bölümde 202 katılımcıdan elde edilen sonuçlar sunulmaktadır.

Tablo 1'de görüldüğü üzere, katılımcıların %99'u Suriyelidir ve yaklaşık yarısı (%49) 40-55 yaş grubundadır. Bu yaşlar, kişinin girişimci olarak artık kayda değer bir deneyim ve olgunluk düzeyine ulaştığı, girişim için ideal bir dönemdir bu da kuracağı start-up'lar üzerinde olumlu bir etki doğuracaktır. Katılımcıların yaklaşık %53'ü mülteci ve sığınmacılardan oluşmaktadır. Girişimcilik zihniyeti, mültecilerin yardıma muhtaç olmaktan kurtulup üretken ve katma değer yaratan bireyler haline gelmelerinde yardımcı olmaktadır. Bu ise, girişimciliğin mültecilerin sosyal ve ekonomik durumlarının iyileştirilmesinde oynadığı rolün ne kadar önemli olduğunu göstermektedir. Ayrıca, girişimcilerin çoğunun üniversite eğitimlerini tamamladıkları, bu sayede start-up kurmalarının kolaylaştığı ve pazarın ihtiyaçlarını anlayabildikleri görülmektedir. Bu durumda geriye kalan güçlük, arzu edilen cinsiyet dengesini oluşturabilmek adına eğitim ve kapasite geliştirme çalışmaları yoluyla başta mülteci ve göçmen kadınlar olmak üzere kadınların güçlendirilmesidir.

Tablo 1 Katılımcıların demografik verileri

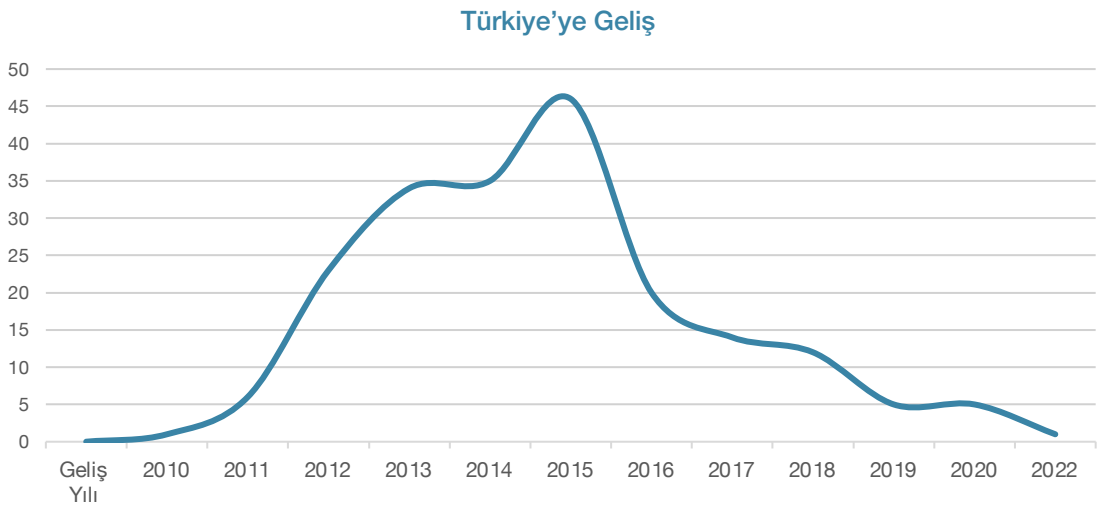
Değişken	Kategori	Yanıtlar		Değişken	Kategori	Yanıtlar	
		Sıklık	Yüzde			Sıklık	Yüzde
Uyruk	Suriyeli	199	%99	Yasal Durum	Mülteci	54	%27
	Filistinli	1	%0.33		Sığınmacı	53	%26
	Mısırlı	1	%0.33		Mukim	37	%18.3
	Ürdünlü	1	%0.33		Vatandaş	56	%27.7
	Diğer	0	% 0		Diğer	2	%1
Yaş	18-24	3	%1.5	Dil yeterliliği	Arapça	202	% 100
	25-39	91	% 45		İngilizce	116	%57.4
	40-55	98	%48.5		Türkçe	150	%74.3
	56-65	10	% 5		Diğer	10	% 5
	>65	0	% 0		Sosyal etki ile ilgileniyor musunuz?	2	%1
Cinsiyet	Erkek	171	%85		Girişimcilikle ilgileniyor musunuz?	17	%8.4
	Kadın	31	%15		Girişimci misiniz?	5	%2,5

[1] Start-up sahibi bir kişi doğal olarak bir girişimcidir, ancak her girişimcinin start-up sahibi olması gerekmez. Girişimci start-up kurmamış olduğu halde start-up kurma fikrine sahip olabilir.

Değişken	Kategori	Yanıtlar		Değişken	Kategori	Yanıtlar	
		Sıklık	Yüzde			Sıklık	Yüzde
Eğitim	Lise	13	%21.7		Bir şirket veya start-up sahibi misiniz?	162	%80.2
	Diploma	9	%15		Girişimcilik konusunda uzman mısınız?	9	%4.5
	Lisans	27	% 45		Sosyal etki konusunda uzman mısınız?	4	%2
	Yüksek lisans	10	%16.7		Bir STK sahibi misiniz?	1	%0.5
	Doktora	1	%1.7		Diğer	2	%1

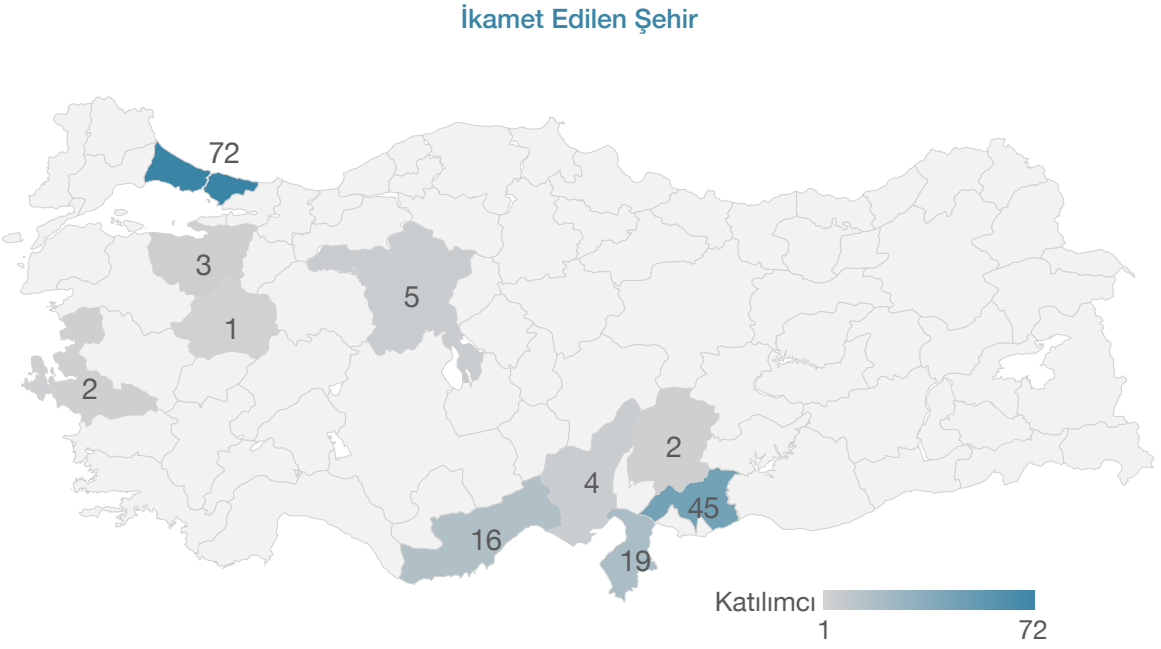
Şekil 3'te görüldüğü üzere, katılımcıların çoğu 2014 (%17,3) ve 2015 (%22,7) yıllarında Türkiye'ye gelmiştir. Mültecilerin, Türkiye'ye gelişlerini takip eden birkaç yıl içinde Türkçe öğrenme, yasal çerçeveyi anlama, start-up kurma ve büyütme konularında zorluklarla karşılaşmalarına rağmen, pazara uyum sağlama ve yerel iş ekosistemine entegre olma konusunda önemli ilerleme kaydetmiş olmaları dikkat çekicidir. Bu durum aynı zamanda girişimciliğin mülteci ve göçmenleri ev sahibi topluma hızlı bir şekilde entegre olmasını sağlayabildiğini göstermektedir; çünkü girişimcilik tutkulu girişimcilere zorluklarla yüzleşme, şirket kurma ve hızla büyüme kapasitesi sağlamaktadır.

Anket Analizi



Şekil 3 Türkiye'ye geliş yılı

Şekil 4'te görüldüğü üzere, katılımcıların çoğu İstanbul (%35,6), Gaziantep (%22,3) ve Şanlıurfa'da (%15,3) ikamet etmektedir.



Şekil 4 İkamet Edilen Şehir

Katılımcıların çoğu ya kurulu bir start-up'ları olduğunu (%91,6) ya da geçmişte kurmuş olduğunu belirtirken, geri kalanı start-up kurmamıştır (%8,4). Katılımcılar tarafından kurulan start-up'lar ağırlıklı olarak İmalat ve Üretim (%31,4), İnşaat ve Gayrimenkul (%9,2), Diğer sektörler (%8,4) ve Eğitim ve öğretim ile Perakende ve e-ticaret (%7) olmak üzere farklı sektörlerde yer almaktadır. Bu işletmelerin çoğunluğu 2018 (%17,3), 2019 (%15,7) ve 2020 (%16,8) yıllarında kurulmuştur. Kurulu bir start-up'ları olduğunu bildirenlerin %89,2'si şirketlerinin halen faal olduğunu, %10,8'i ise işletmelerinin artık faal olmadığını bildirmiştir

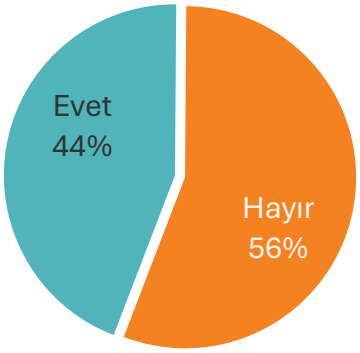
Türkiye'de kurumlar tarafından sağlanan girişimcilik hizmetleri

Şekil 5'te görüldüğü üzere, anket katılımcılarının çoğu bir kuluçka merkezinden veya hızlandırma programından (accelerator) girişimcilik hizmeti almamıştır. Katılımcıların sadece %31,2'si bu tür hizmetler aldığını bildirirken, %68,8'i herhangi bir girişimcilik hizmeti almadığını belirtmiştir. Bu oran, girişimcilerin kendilerini geliştirme ve bir başarı hikayesi yaratma konusundaki becerilerine işaret etmektedir. Buna karşılık, bazı bireyler kendi başlarına başarıya ulaşamamış ve girişimcilik desteği ve rehberliğine ihtiyaç duymuş olabilir. Bu kişiler hizmetleri alamadıkları için istenen başarı düzeyine ulaşamamış olabilirler.

Bu nedenle, mülteci ve göçmenlere girişimcilik hizmetleri sunulmasının aşağıda tarif edildiği şekilde olumlu etkileri olabilir:

- İlk aşamada sarf edilmesi gereken çaba, zaman ve maliyetleri azaltmak veya daha da büyüme, genişleme ve güçlükleri bertaraf etme konusunda destek vermek suretiyle girişimcilerin kendi başlarına kurduğu start-up'ların başarısını daha da artırabilir.
- Deneyim eksikliği veya girişimlerinin yeni olması nedeniyle bağımsız olarak faaliyete geçemeyen start-up'lar için başarı öykülerinin oluşturulmasına katkıda bulunabilir. Kendilerini destekleyecek bir girişimcilik kuluçkasının bulunması, Türkiye'deki mülteciler ve göçmenler arasındaki başarı hikayelerinin niceliğini ve niteliğini önemli ölçüde artırabilir.

Grişimcilik kuruluşundan hizmet alma (Kuluçka veya hızlandırma)



Şekil 5 Girişimcilikle ilgili kuruluşlardan alınan hizmetler

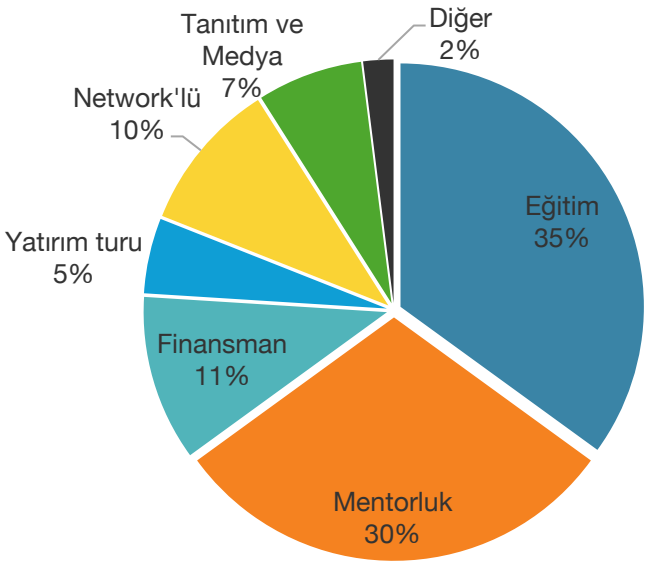
Girişimcilik hizmetleri alan bireyler (toplam 63 kişi, %31) bu hizmetlerin çoğunun eğitim (%35) ve mentorluktan (%30) oluştuğunu kaydetmişlerdir. Diğer yüzdelerin dağılımı Şekil 6'da verilmiştir. Şurası kaydedilmelidir ki, anket katılımcılarının sadece %5'i yatırım eğitimleri gibi yatırım hizmetleri almıştır ve ve start-up'ları için tanıtım hizmetleri alanların oranı %7'dir. Girişimcilik hizmetleri alan bireyler, bu hizmetlerin çoğunun Arap girişimcilik kurumları (%43), uluslararası kurumlar (%36) ve Türk kurumları (%21) tarafından sağlandığını belirtmiştir. Finansmana erişim, girişimcilik fikirlerinin planlama aşamasından pazarlama ve satış aşamasına geçen başarılı bir işletme öyküsüne geçmesine katkıda bulunan en önemli faktörlerden biri olarak kabul edilmektedir. Girişimciler ve yatırımcılar arasında kopukluk sıklıkla karşılaşılan bir durumdur; girişimcilik kuruluşlarının rolü, iki taraf arasında bağlantı kurmak ve erişimi artırmak bu kopukluğu gidermektir.

Öte yandan, Türk girişimcilik kurumlarının girişimcilik hizmetleri sunması önemlidir. Türk girişimcilik ekosistemi yerel pazarı, yasal çerçeveleri, girişimcilik ekosisteminin bileşenlerini ve girişimcilerin karşılaştığı güçlükler hakkında çok kıymetli bilgilere sahiptir. Bu nedenle, göçmen ve mültecilerin start-up'ları başlangıçta Türkiye pazarında faaliyete geçeceğinden, Türk girişimcilik kurumlarından girişimcilik hizmetleri almaları, birçok güçlüğün üstesinden gelmelerine ve daha fazla büyümelerine yardımcı olacaktır. Ayrıca, mülteci girişimcilerin Türkiye'de bu kurumlardan yararlanmaları yer alması, ev sahibi topluluğa daha iyi entegre olmalarını sağlayacak ve yerel pazara girme olasılığını artıracaktır.

Bunun dışında, uluslararası girişimcilik kurumları girişimcilik alanında küresel ölçekte en iyi uygulamaları sunmakta ve Türkiye dışından Türk girişimcilik ekosistemine uzmanlık aktarımında bulunmaktadır. Göçmen ve mülteci girişimcilik kurumları ise mülteci ve göçmen topluluklarının niteliği, ihtiyaçları ve bu toplulukların içinden çıkan girişimcilerin zihin yapısı hakkında derinlemesine bir anlayışa sahiptir.

Bu nedenle, mülteci ve göçmenlerin girişimcilik ortamına entegrasyonunu sağlamanın ve start-up kurmalarını mümkün kılmanın en iyi yollarından biri uluslararası, Türk ve göçmen ve mülteci kurumları arasında dengeli bir ittifak oluşturan, bunların her birinden elde edilen faydaları optimal düzeye getiren ve nihayetinde hem ev sahibi hem de göçmen ekosistemlerindeki girişimcilere fayda sağlayan girişimcilik programlarına kendilerini dahil etmektir.

Alınan girişimcilik hizmetlerinin niteliği



Şekil 6 Alınan girişimcilik hizmetlerinin niteliği.

Ek olarak, girişimcilik hizmetleri alan bireyler, bu hizmetleri işlet kuluçkalarından (%44) ve eğitim kurumlarından (%33) almaktadırlar. Yatırım kuruluşları (%4) ve iş hızlandırma programları (%6) ise önemli bir rol oynamamaktadır. Diğer katılımcılar ise diğer kurumlardan (%13) hizmet almıştır veya almaktadır.

Dolayısıyla, girişimcilere yönelik bu boşluğu dolduracak hızlandırma hizmetlerine ciddi ihtiyaç vardır. Bu amaçla özel hızlandırıcı programları kurulabilir veya mülteci ve göçmenlerin uluslararası veya Türk hızlandırma programlarına katılmasına yönelik bir yol bulunabilir.

Sosyal etki odağı

Anket katılımcılarının çoğu sosyal etki yaratma konusuna büyük bir ilgi duyduklarını ifade etmiştir. Katılımcıların %75,2'si faaliyetleriyle sosyal etki yaratma konusuna çok ilgi duyduğunu (5 puan), %13,4'ü ise ilgi duyduğunu (4 puan) belirtmiştir. Bu konuya ilgi duymadığını kaydeden bir katılımcı olmamıştır.

Bu oranlar, girişimcilerin sosyal etki yaratmaya yönelik güçlü bir ilgi duyduklarını, yerel topluluklarına ve ev sahibi topluma karşı sorumluluk hissettiklerini ve her ikisine de fayda sağlamaya çalıştıklarını göstermektedir. Bu ilginin aktif kurumlar eliyle sistematik bir şekilde kanalize edilmesi, start-up'lardan kâr elde etmenin yanısıra sahici bir sosyal etki yaratarak kayda değer sonuçlar elde edilmesini sağlayabilir. Buna ek olarak, girişimcileri start-up kurma sürecinin erken aşamalarında bilinçlendirmek, bu girişimlerde sosyal etkiye daha fazla ağırlık verilmesine imkan sağlayabilir. Ayrıca, girişimcilerin henüz fikir aşamasındayken bilinçlendirilmesi, girişimcilik düşüncelerini toplumsal ihtiyaçlar temelinde sosyal etki yaratacak fikirler geliştirme yolunu açabilir.

Şekil 7'de görüldüğü üzere, anket katılımcılarının sosyal etki yaratmaya ilgi duyduklarını ifade ettikleri sektörler incelendiğinde, imalat ve üretim sektörleri ilk sırada yer alırken (%44,6), bunu eğitim ve öğretim (%26,7) ile inşaat ve gayrimenkul (%24,6) sektörleri izlemektedir.

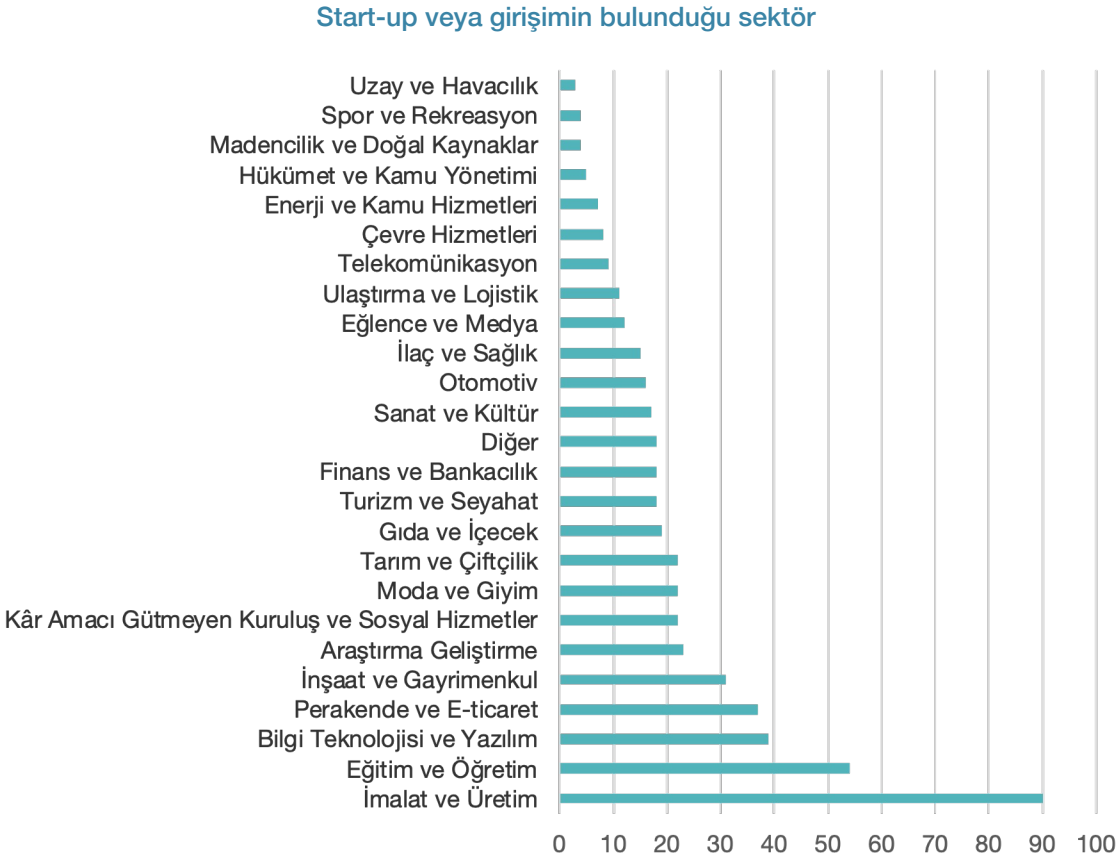


Figure 7 Sectors of interest for creating social impact

Anket Analizi

Sosyal Girişimcilik Kavramı ve Sosyal Etki Hakkında Farkındalığın Ölçülmesi

Şekil 8'de görüldüğü üzere, anket katılımcıları arasında sosyal etki (690) ve sosyal girişimcilik (683) kavramlarına ilişkin anlayışta birbirine yakın oranlar söz konusuyken, çoğu katılımcı (709) salt girişimcilik kavramına daha fazla aşina olduğunu belirtmiştir.

Bir sosyal girişimcinin kişiliğinin oluşturulmasında asıl olarak sosyal girişimciliği sosyal etki yaratma ile ilişkilendirmede güçlük yaşanmaktadır. Bu durum araştırma katılımcılarında da görülmektedir. Bununla birlikte, bu grubun en bilgili olduğu konu girişimciliktir; sosyal girişimcilik konusunda farkındalık yaratmadaki güçlükler göz önüne alındığında bu beklenen bir durumdur.

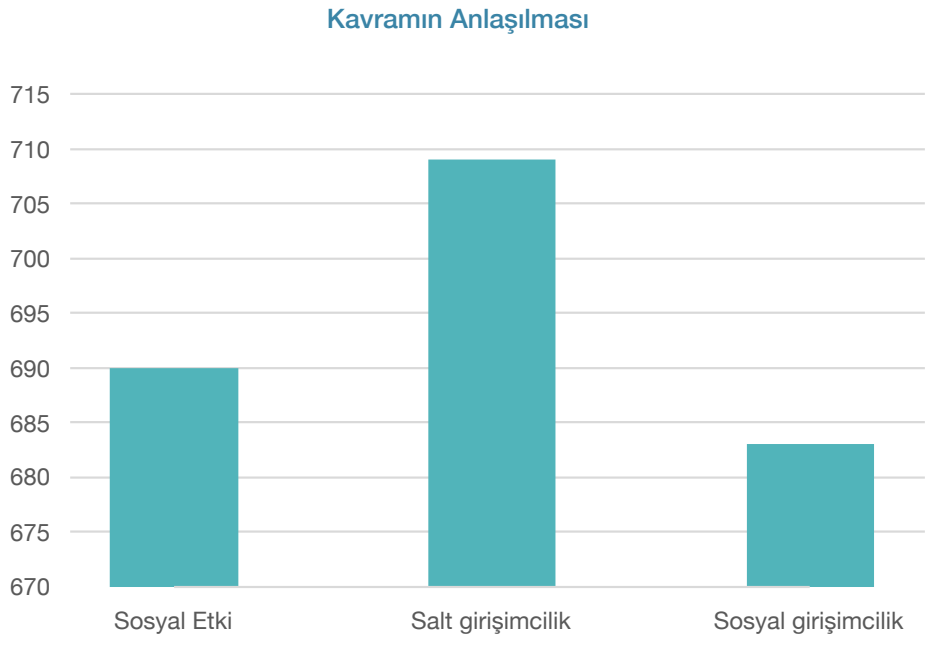
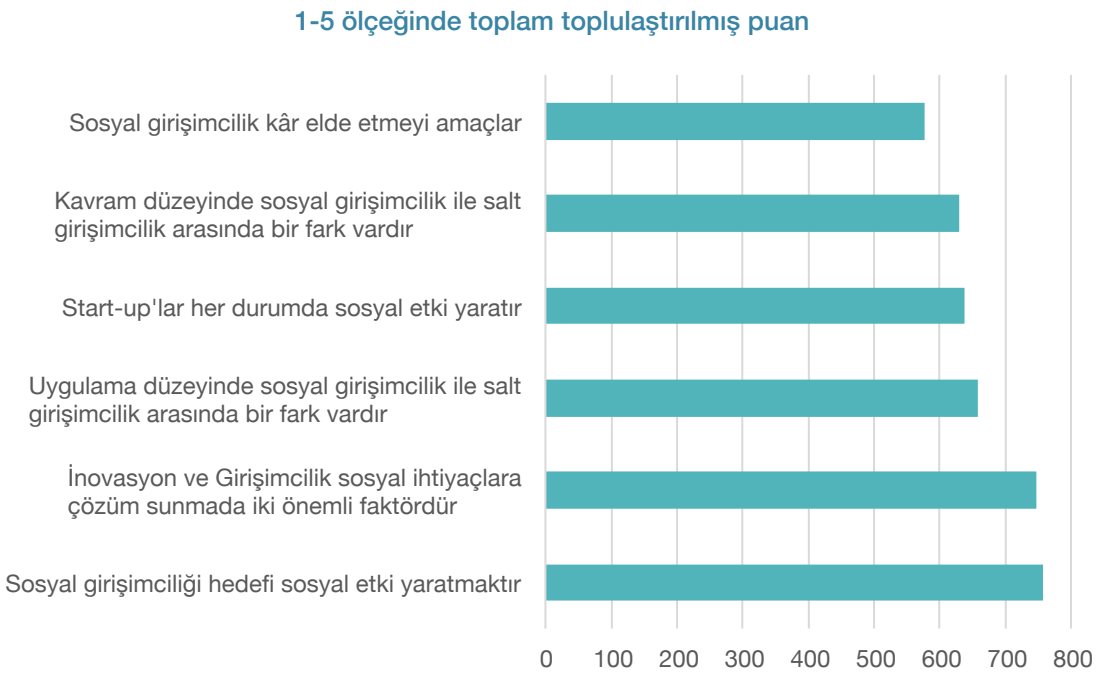


Figure 8 Concept Understanding

Katılımcıların Şekil 9'da yer verilen ifadelerle ilgili puanlamalarına bakıldığında, en düşük puanların "*Sosyal girişimcilik kâr elde etmeyi amaçlar*" ifadesine, en yüksek puanların ise "*İnovasyon ve girişimcilik toplumsal sorunlara ve ihtiyaçlara çözüm sağlamada önemli faktörlerdir*" ve "*Sosyal girişimcilik sosyal etki yaratmayı amaçlar*" ifadelerine verilmesi dikkat çekicidir.

Bir önceki soruya verilen yanıtla bir arada ele alındığında, katılımcılar inovasyon ve girişimciliğin sosyal sorun ve ihtiyaçlara cevap verebileceğine ilişkin temel düzeyde bilgiye sahiptirler. Ancak, katılımcıların hala sosyal girişimciliğin kâr yaratma kabiliyeti konusunda kuşkuları vardır. Bu kuşkuların altında, sosyal girişimciliğin özüne ilişkin farkındalık eksikliği ve sosyal girişimciliğin kâr getirmeyen, sürdürülebilir olmayan topluluk girişimleriyle ilgili olduğuna dair inanç yatmaktadır. Dolayısıyla girişimciler, uygulamada sosyal girişimcilik ile girişimcilik arasında temel bir fark olduğuna ilişkin ifadeye daha yüksek puan vermişlerdir. Ancak, kavramla ilgili ifadeye göreli düşük puan verilmiştir.

Bu durumda, karşımızdaki güçlük şudur: girişimciler, sosyal etkinin önemini ve girişimcilik ve inovasyon sayesinde sosyal sorunların çözülebileceğini kavramış durumdadırlar. Ancak sosyal girişimcilik, her ikisini tek bir iş modelinde bir araya getiren ve girişimci start-up'lar eliyle sosyal etki yaratan bir model olarak ortaya çıkmaktadır ve bu kavram göçmen ve mülteci topluluğuna mensup girişimciler tarafından iyi anlaşılmış değildir.



Şekil 9 1-5 ölçeğinde puanlama yoluyla kavramın anlaşılma düzeyinin ölçülmesi

Sosyal etkinin Şekil 10'da yer verilen faktörlerin gerçekleştirilmesine ne ölçüde katkıda bulunduğuna ilişkin kanaatleri konusunda anket katılımcılarına yöneltilen sorulara verilen yanıtlar çeşitlilik göstermektedir. En yüksek puanı, sosyal etki yaratılmasının yeni start-up'lar için fikir üretme ve katma değer yaratma ile ilişkili olduğu kanaati alırken (771'er puan) en düşük puanı ise sosyal etkinin İslami finansman araçları (örneğin bağış, zekat ve diğerleri) gibi geleneksel olmayan finansman seçeneklerini kullanabileceği kanaati almıştır (699 puan). Katılımcılara göre sosyal etki yatırım çekilmesine katkıda bulunmaktadır (756 puan). Sosyal etkinin, start-up'lar için sosyal etkiyle ilgilenen yerel ve uluslararası kurumlardan fon çekmesine yardımcı olan ifadeler sıralamada ikincidir (766'şar puan). Girişimlerin sürdürülebilirliğinin sağlanması (725 puan) ve bağış, zekat veya kitlesel fonlama gibi geleneksel olmayan finansman araçlarından yararlanma olasılığı (699 puan) ile ilgili ifadelere daha düşük puan verilmiştir.

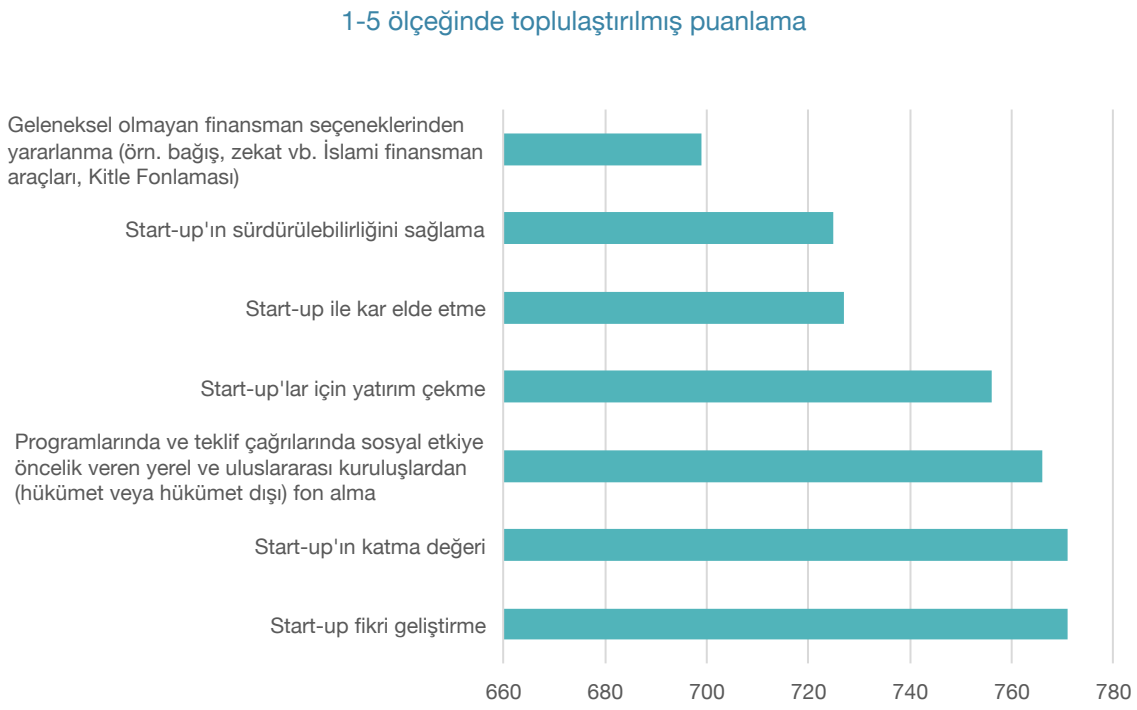
Katılımcıların çoğu sosyal start-up'ların elde ettiği kârlar yoluyla sosyal etkinin sürdürülebilirliğinin sağlanması yaklaşımını desteklemiştir (%29,7 4 puan, %42,6 ise tam destek, yani 5 puan vermiştir).

Bu sonuçlar, girişimcilerin sosyal girişimciliğin girişimcilikten farklı olduğuna inandıklarını, bunun en güçlü farkındalık faktörü olduğunu göstermektedir (Şekil 11). Girişimcilerin çoğunluğu, sosyal etkinin girişimci fikirler üretmeye ve katma değer yaratmaya katkıda bulunduğunu ve bunun da girişimcilikle ortak bir kesişme noktası olduğunu düşünmektedir. Ancak, sosyal etkiden kâr elde etme konusunda görüşleri belirgin biçimde değişmektedir. Bu ise, girişimcilerin sosyal girişimcilik ile girişimcilik arasındaki en önemli farkın finansal model olduğunu düşündükleri anlamına gelmektedir.

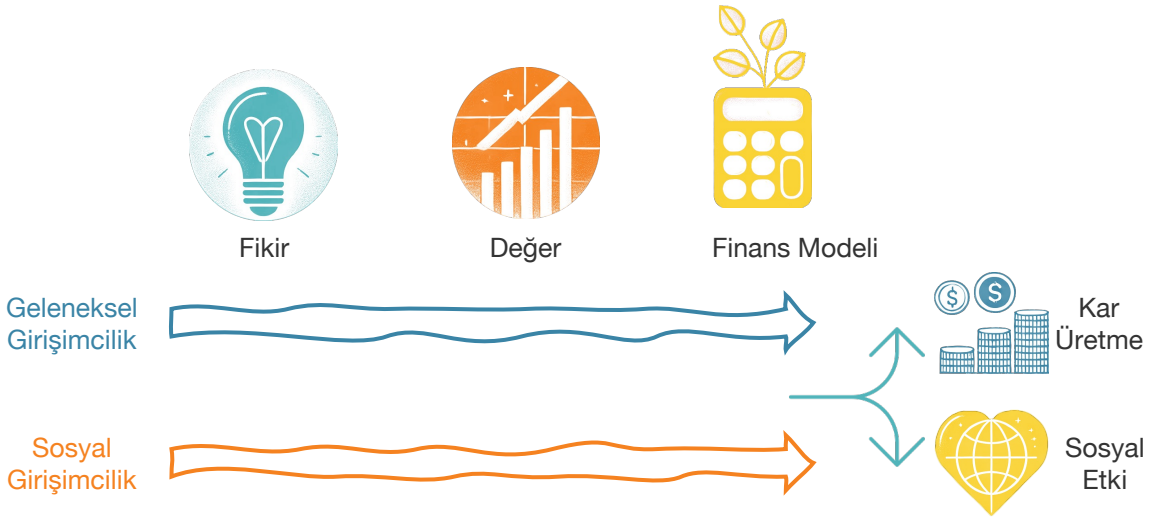
Görüşülen uzmanlardan birinin ifadesiyle;

"Finansal model geleneksel girişimcilikte de sosyal girişimcilikte de aynıdır".

Bu nedenle, sosyal girişimcilik ile geleneksel girişimciliğin finansal modelinin aynı olmasa dahi büyük benzerlikler gösterdiği hususu nazara verilerek girişimcilerin bu konuda bilinçlendirilmesi durumunda, sosyal girişimcilik kavramının etrafındaki belirsizlik ortadan kalkabilir ve fikir ve değer üretmenin yanısıra kârlı ve sürdürülebilir olması nedeniyle girişimciler için daha çekici hale gelebilir.



Şekil 10 Sosyal girişimciliğin faydalarına inanç düzeyi



Şekil 11 Katılımcılar arasındaki yanlış algı ve anlayışların temsili

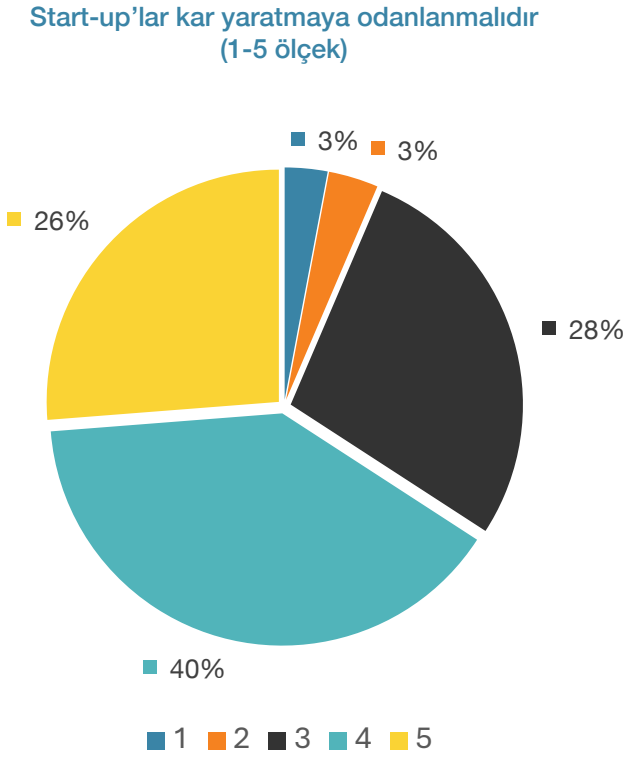
Sosyal etki

Bunun dışında, girişimcilerin yanıtlarının da gösterdiği üzere sosyal girişimciliği güçlü kılan bir boyut daha vardır. Sosyal girişimcilik, geleneksel girişimcilik için tipik olarak mevcut olmayan finansman kaynaklarına ve seçeneklerine erişebilmektedir. Örneğin, yerel ve uluslararası sivil toplum kuruluşlarla ortaklıklar kurulabilir veya bunlardan hibe alınabilir veya bağış ya da kitlesel fonlama gibi geleneksel olmayan fon kaynaklarından yararlanılabilir. Sosyal girişimcilik konusunda farkındalığı olan yatırımcılardan yatırım çekme potansiyeli de bulunmaktadır.

Girişimcilik ekosisteminde sosyal girişimcilik kavramının ne düzeyde uygulandığının ölçülmesi

Start-up'ların sosyal etki veya kâr elde etmeye odaklanmasına ilişkin olarak, Şekil 12 ve Şekil 13'te yer alan yanıtlara göre, start-up'ların sosyal etki elde etmeye odaklanması gerektiği ifadesine 838, kâr elde etmeye odaklanması gerektiği ifadesine 773 puan verilmiştir. Bu da girişimcilerin sosyal etki yaratmanın öneminin farkında olduğu ve bunu kâr elde etmekle eşit derecede önemli gördüğü anlamına gelmektedir.

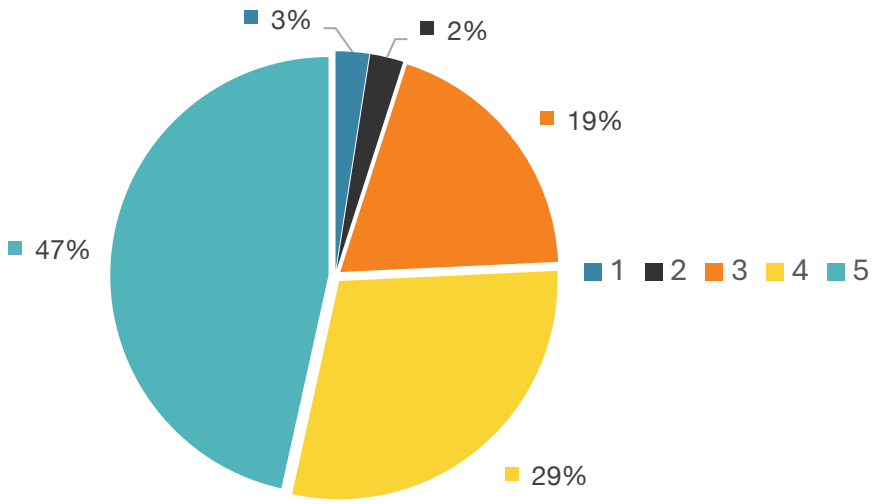
''Girişimciler start-up'larının hem kâr getirip hep sosyal etki yaratması fikrinden memnun.'' (Uzman görüşü).



Şekil 12 Sosyal girişimciliğin kâr getirisi üzerine odaklanmasına ilişkin görüşler

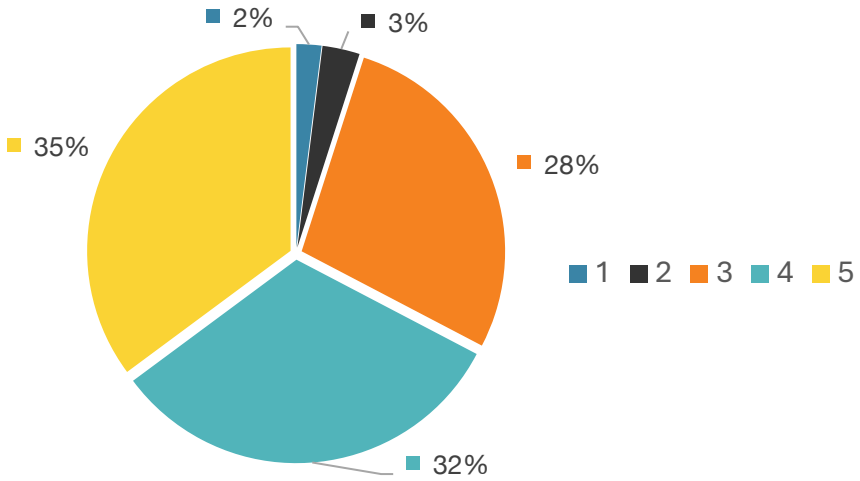
Dolayısıyla girişimciler, start-up'larda kâr ve sosyal etki arasında başarılı bir denge kurmanın son derece önemli olduğuna inanmaktadır (Şekil 14). Ancak buradaki ikilem, girişimcilerin start-up'ları ile sosyal etki yaratmak istemelerinde değil, bu etkiyi kâr ile denge gözeterek gerçekleştirmeye ilişkin farkındalık ve becerilerinde yatmaktadır.

Sosyal girişimcilik start-up'ları sosyal etki yaratmaya odaklanmalıdır (1-5 ölçek)



Şekil 13 Sosyal girişimciliğin sosyal etki yaratma üzerine odaklanmasına ilişkin görüşler

Sosyal girişimcilik start-up'ları kar ve sosyal denge yaratma arasında denge kurabilir



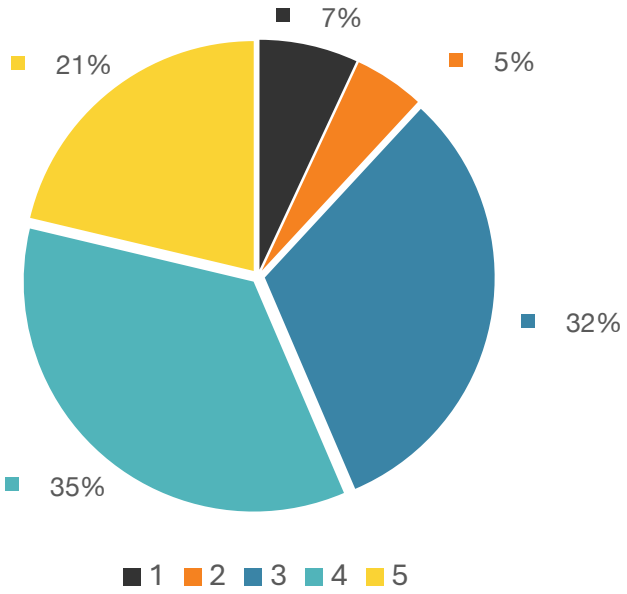
Şekil 14 Sosyal girişimciliğin kâr ile sosyal etkiyi dengeleme üzerine odaklanmasına ilişkin görüşler

Katılımcıların %56,4'ü girişimcilik kurumlarının programlarında sosyal etkinin dikkate alındığını düşünmektedir (4 veya 5 puan verilmiştir) Şekil 15. Bu durum, girişimcilik kurumlarının sosyal etki ve sosyal girişimciliği geliştirme ve önceliklendirme konusunda daha yapabilecekleri şeyler olduğunu göstermektedir.

Katılımcılar, göçmen ve mülteci girişimcilik kurumlarının girişimcilik hizmetlerini sunarken zorluklarla karşılaştığına inanmaktadırlar. Girişimcilik kurumlarının sosyal etki odaklarının belirgin ve sistematik olması ve uyguladıkları girişimcilik programının tüm aşamalarında uygulanması gerektiğini düşünmektedirler. Ayrıca, girişimciler arasında sosyal girişimcilik konusunda farkındalık eksikliğinin bu girişimcilik programlarına katılımı olumsuz etkileyebileceğini kaydetmektedirler. Bunun dışında, donör kuruluşların sosyal girişimcilik ve uygulama yöntemleri hakkında sınırlı bilgiye sahip olmaları nedeniyle geleneksel girişimciliğe yönelmeleri gibi zorluklar da söz konusudur.

Girişimcilik kurumları, girişimcilerin sosyal girişimcilik kavramına ilişkin farkındalığını artırmak, donör kuruluşlara sosyal girişimciliğin faydaları konusunda net bir vizyon sunmak ve sosyal girişimcilik için hem sosyal etki hem de kâr getirecek bir yönetim çerçevesi oluşturmak suretiyle bu güçlükleri ele almalıdır.

Girişimcilik kuruluşları start-up'ları kısa listeye alırken veya eğitim, mentorluk ve diğer faaliyetleri yürütürken sosyal etkiyi bir kriter olarak dikkate almalıdır

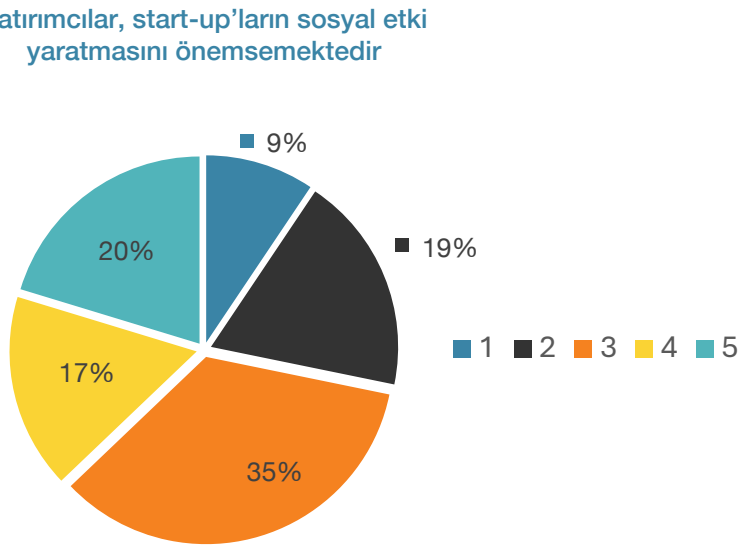


Şekil 15 Kurumların sosyal etkiyi önceliklendirmedeki rolünün değerlendirilmesi

Katılımcıların yatırımcıların rolü ve yatırım yaptıkları start-up'lar ile sosyal etki yaratmaya gösterdikleri ilgi konusunda görüşleri farklılık göstermektedir; katılımcılar genellikle yatırımcıların sosyal etki ile ilgilenmediğini düşünmektedirler. Şekil 16'da görüldüğü üzere, bu madde toplam 646 puan almıştır ve katılımcıların çoğunluğu 3 veya daha düşük puan vermiştir (toplamda yaklaşık %63). Bu durum, girişimcilerin sosyal etkiyi maksimum düzeye çıkarmaya yeterince önem vermemesine neden olabilir. Bu ise, sosyal etkinin önemi ve faydaları konusunda yatırımcılar arasında farkındalık yaratmanın öneminin bir kez daha göstermektedir.

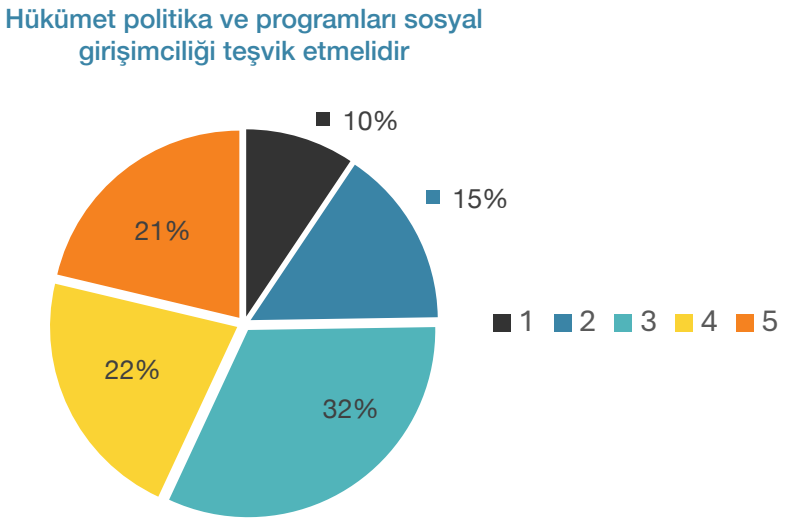
Bunun sonucunda, girişimciler sosyal girişimlerin kâr getirmediğine yönelik kanaatleri perçinlenmektedir. Girişimciler, bu doğrultuda yatırımcıların da aynı görüşü paylaştığına inanmaktadırlar. Sonuç olarak, girişimciler yatırımcıların sosyal etkiye eğilmediğini düşünmektedirler. Bu nedenle, bazı girişimciler, start-up'larının kâr amacı gütmeyen sosyal girişimler olarak kategorize edilmesinden kaygı duymaktadır; zira bu algının yatırımcıların tutumunu etkileyebileceğinden ve yatırıma yanaşmayabileceklerini düşünmektedirler.

Bu yanıtlardan , girişimcilerin sosyal girişimcilik start-up'larının geleneksel girişimcilikle finansal benzerlikler gösterebileceği ve kâr getirebileceği konusunda farkındalıklarının yeterli olmadığı görülmektedir.



Şekil 16 Yatırımcıların ilgileriyle ilgili algı

Sosyal girişimciliğin desteklenmesi ve teşvik edilmesine ilişkin çeşitli hükümet politika ve programlarından duyulan memnuniyet ile ilgili olarak (Şekil 17), bu ifadeye 646 puan verilmiştir ve memnuniyet oranı yaklaşık %72'dir (3 veya üzeri puan).



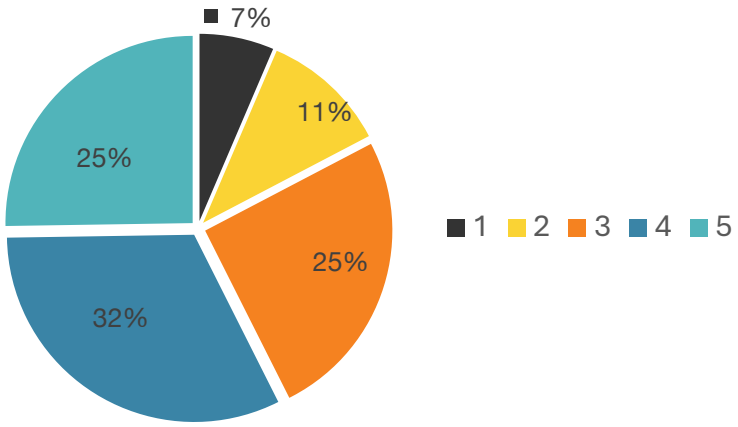
Şekil 17 Sosyal girişimcilik politika ve programlarından memnuniyet düzeyi

Yerel ve uluslararası donör kuruluşların girişimcilik programlarında sosyal etki yaratmaya ne ölçüde ilgi gösterdiklerine ve odaklandıklarına ilişkin sonuçlar (Şekil 18), girişimci kuruluşların rolüne ilişkin değerlendirme (Şekil 15) ile nispeten tutarlıdır; bu ifadeye 667, girişimcilik kuruluşları ile ilgili ifadeye 725 puan verilmiştir. Bu durum, sosyal girişimcilik kavramını yaygınlaştırmak ve sosyal etkiyi ve genel faydaları en üst düzeye çıkarmak amacıyla uyguladıkları ve finanse ettikleri çeşitli program ve bu kavramı projelerine entegre etmek için yerel ve uluslararası kuruluşlar ile girişimcilik kuruluşları arasında ortak çabalara ihtiyaç olduğunu göstermektedir.

Anket Analizi

Bu noktada donör kuruluşlar, yerel girişimcilik kurumlarınca uygulanacak programlara finansman sağlarken sosyal etkinin dikkate alınmasına yönelik net gereklilikler ortaya koyarak sosyal girişimciliğin geliştirilmesinde daha etkili bir rol üstlenebilirler. Uzmanlar, donör kuruluşların uygulayıcı kurumlarla gerekli entegrasyonu sağlayarak uyguladıkları programlar ile sosyal etki yaratma konusuna büyük ilgi duydukları kanaatindedirler.

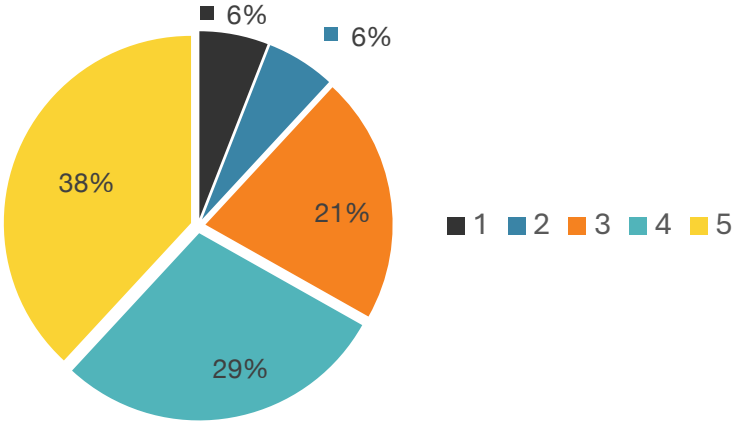
Donör kuruluşlar (yerel ve uluslararası) girişimcilik programlarında sosyal etki yaratmaya odaklanmaktadır



Şekil 18 Donörlerin sosyal etki yaratmaya ilişkin ilgisi üzerine görüşler

Türkiye'deki mülteciler gibi hassas topluluklara yönelik çözümler geliştirmede sosyal girişimciliğin önemi ve etkinliğine daha yakından bakılacak olursa, (Şekil 19) katılımcıların %67'si sosyal girişimciliğin bu toplulukların karşılaştığı zorluklara çözüm sağlamaya katkıda bulunduğunu belirtmiştir (4 ve 5 puan). Bu ise, diğer alternatiflere nazaran daha etkili ve yaratıcı çözümler barındırdığı için sosyal girişimciliğin toplumda bir ihtiyaç olduğu anlamına gelmektedir.

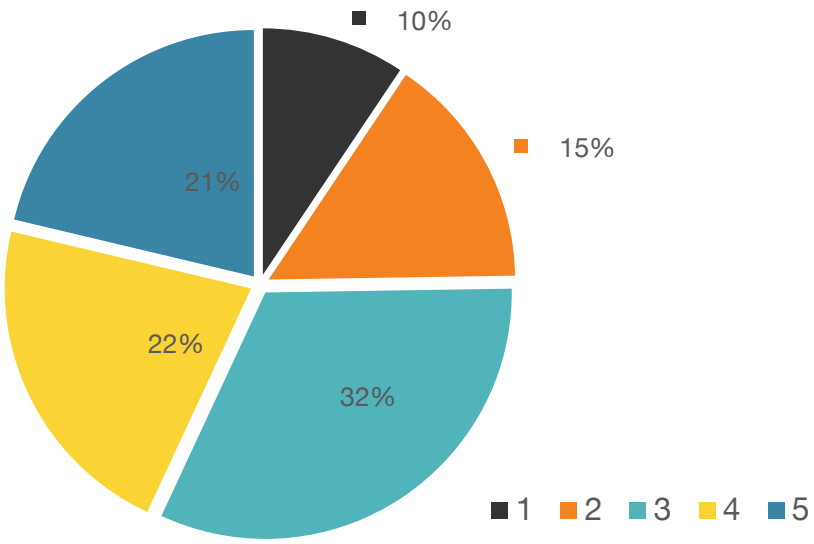
Sosyal girişimcilik mülteci ve göçmenlerin yaşadığı güçlüklerin çözümüne katkıda bulunmaktadır



Şekil 19 Göçmen ve mültecilerin karşılaştıkları zorlukların üstesinden gelmede sosyal girişimciliğin rolüne ilişkin görüşler

Katılımcılara göre, hükümet tarafından diğer kuruluşlarla işbirliği içerisinde yürütülen programlar güçlendirilmeli, mülteci ve göçmenler ortak proje ve programlarla ev sahibi topluluklara entegre edilerek sosyal girişimciliğin daha aktif hale gelmesi sağlanmalıdır. Bu entegrasyondan amaç, ilgili toplulukları sosyal etkiyi maksimum düzeye çıkarmaya ve yaşanan ortak güçlüklere sürdürülebilir çözümler geliştirmeye dönük yenilikçi yaklaşımlar üzerine birlikte çalışmaya teşvik etmektir. Bu bağlamda, bu ifadeye 765 puan verilmiştir (Şekil 20).

Hükümetin mülteci ve göçmen entegrasyon programları ülkede sosyal girişimciliği kolaylaştırmaktadır

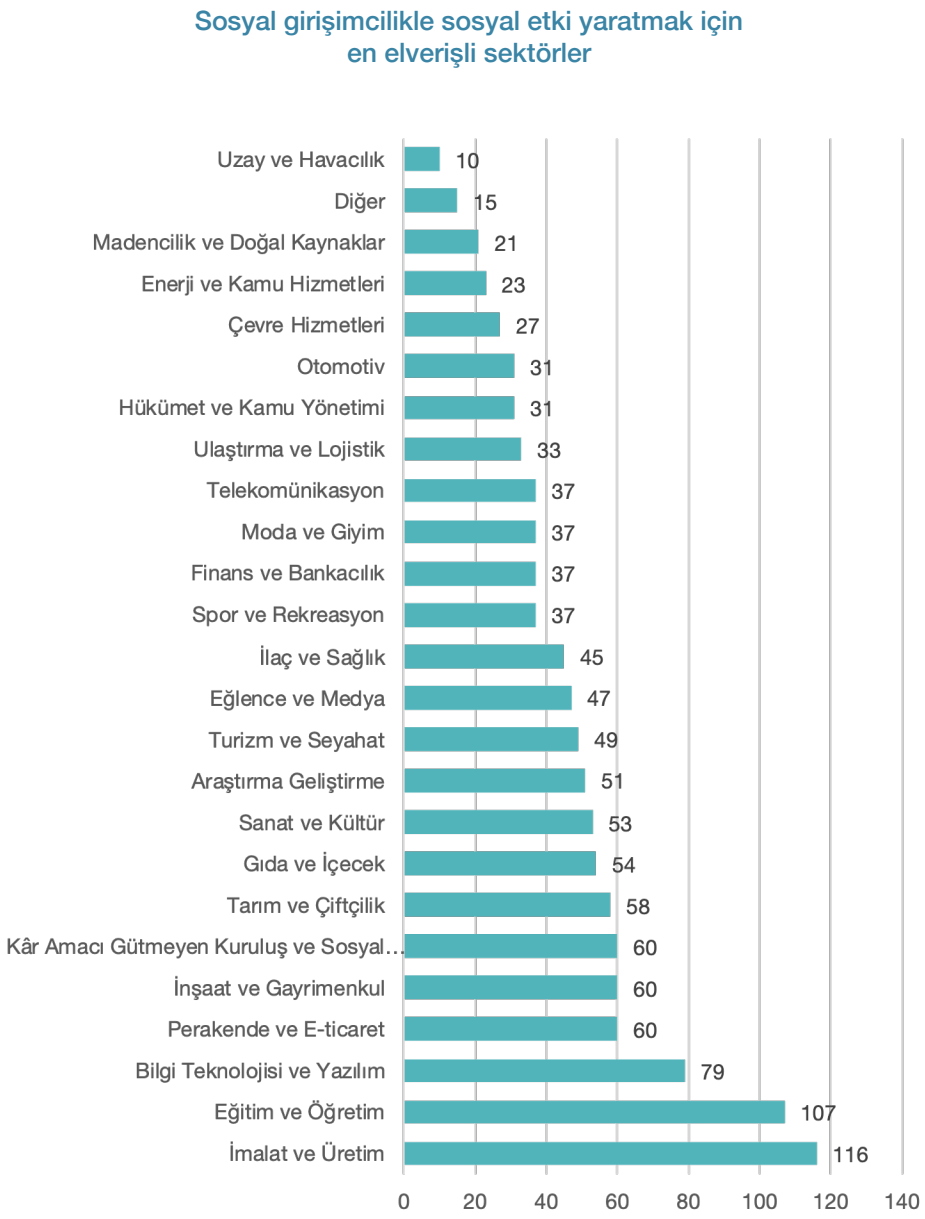


Şekil 20 Entegrasyon programlarının sosyal girişimciliği kolaylaştırmadaki rolü

Şekil 21'de görüldüğü üzere, katılımcılar sosyal girişimcilikte istenen etkiyi yaratacağına inandıkları sektörleri belirtmişlerdir. İmalat ve üretim sektörü ilk sırada yer alırken, bunu eğitim ve öğretim sektörü ve ardından bilgi teknolojisi ve yazılım sektörü izlemektedir. En alt sıralarda yer alan üç sektör ise enerji ve kamu hizmetleri sektörü, madencilik ve doğal kaynaklar sektörü ile havacılık ve uzay sektörü olmuştur. Bu gibi sonuçlar, yerel ve uluslararası kurum ve kuruluşların sosyal girişimcilikle ilgili program ve faaliyetlerini hedef kitleyi en çok ilgilendiren sektörlere yoğunlaştırmalarına katkıda bulunabilir.

Türkiye'de sosyal girişimcilik konusunda karşılaşılan güçlükler ve ankette öne çıkan kilit öneriler Şekil 22'de özetlenmiştir. En öne çıkan öneri, sosyal girişimciliğin uygulanmasını teşvik eden hükümet politika ve programları bulunmasıdır. Katılımcılar bunun olmazsa olmaz olduğuna inanmaktadır, çünkü Türkiye'de hükümet girişimleri, girişimcilik ve kalkınma alanında çalışan kurumlar tarafından hızla benimsenmekte ve uygulanmaktadır. Hükümetin sosyal girişimciliği teşvik etmedeki rolünün yanı sıra, özel sektörün de önemli bir rolü bulunmaktadır. Dolayısıyla girişimciler, bu hedefe ulaşmak adına kamu ve özel sektörleri arasında iş birliğine ihtiyaç olduğunu düşünmektedirler.

Girişimciler arasında sosyal girişimcilik kavramına ve uygulamalarına ilişkin farkındalık düşük olduğu için eğitim, mentorluk, ağ kurma ve sosyal girişimcilik konusunda farkındalık yaratma dahil farklı girişimcilik faaliyetlerinin sağlanması konusunda güçlük yaşamaktadırlar.



Şekil 21 Sosyal etki elde etmede rolü olabilecek ilgili sektörler

Sosyal girişimcilik start-up'larına ilgili kurumlardan yatırım veya finansman yoluyla fon sağlanmasına ilişkin güçlükler de önemlidir. Girişimciler, sosyal girişimciliğe özel bir kuluçka programı oluşturulmasının sosyal girişimciliğin mülteci ve ev sahibi topluluklar dahil girişimcilik topluluğu nezdinde uygulanmasına ilişkin pek çok güçlüğün giderilmesini mümkün kılacağı kanaatindedirler. Bu durum, sosyal girişimciliğin uygulanmasına yönelik etkili bir idari çerçevenin varlığıyla yakından ilintilidir. Etkili bir çerçeve bu alanda daha fazla başarı öyküsünün ortaya çıkmasını sağlamaktadır.

Son olarak, sosyal girişimciliği programlarına entegre eden sivil toplum kuruluşlarının bulunması, sosyal girişimcilik ekosisteminin oluşturulmasında çok önemlidir.

Sosyal girişimciliğin doğru uygulanmasında karşılaşılan güçlükler

Şekil 22 Türkiye'de sosyal girişimciliğin etkili biçimde uygulanmasında güçlükler ve buna yönelik öneriler

Göçmen ve mülteci topluluklarında sosyal girişimciliğe ilişkin güçlükler

Göçmen ve mülteci toplumunun sosyal girişimcilik alanında karşılaştığı güçlükler girişimci, yatırımcı, girişimcilik ekosistemi gibi farklı tarafların bakış açıları kullanılarak kategorize edilebilir. Bu güçlüklerden biri hedef kitleye ulaşmaktır. Bunun nedeni sosyal girişimciliğin anlaşılmamasıdır. Bu da bu alanla ilgilenen kişilerin bulunmasını zorlaştırmaktadır. Geleceğin bazı sosyal girişimcilerin farkında olmasalar sahi halihazırda bir sosyal girişimcinin özelliklerini ve yeteneklerini taşımaları muhtemeldir.

Ayrıca, sosyal girişimcilik ile hayırseverlik faaliyetleri veya toplumsal faaliyetler arasındaki ilişki de sıklıkla yanlış anlaşılmaktadır. Bazı girişimcilerde, start-up'larının sosyal etkiyle ilişkilendirilmesinin start-up'larının gelişimine ve kâr getirme becerisine zarar verebileceği endişesi olabilmektedir. Potansiyel yatırımcıların girişimlerine nasıl bir gözle bakacakları konusunda kaygı yaşayabilmektedirler.

Bir diğer sorun da, yerel girişimcilik ekosisteminin sosyal etkiyi start-up'ların işleyişine dahil etme konusunda deneyimsiz olduğu için gerekli desteği verememesidir.

Girişimcilere sosyal etkileri işletme planlarına ve start-up'larına dahil etme ve buna paralel olarak kârlılık ve sosyal etki arasında bir denge kurma konusunda destek ve koçluk verme kapasitesi bulunmamaktadır.

Türkiye'de sosyal girişimcilik ekosistemi hala gelişiminin ilk evrelerindedir ve pek çok güçlük yaşamaktadır. Bunlar genellikle temel unsurlarla (girişimciler, kurumlar ve yatırımcılar) ilgili güçlüklerdir.

Sonuçlar

Medyada yer alma açısından bakıldığında, sosyal girişimciliğe, sosyal girişimciliğin önemine ve buna ilişkin başarı öykülerine medyada pek yer verilmemektedir, çünkü medya start-up öykülerine mali pencereden veya kar penceresinden bakma eğilimindedir.

Göçmen ve mülteci toplulukları yerel ev sahibi topluma entegre olmakta hâlâ zorluklar yaşamaktadır, dolayısıyla göçmen ve mülteci topluluğunun kendi içerisinde de çeşitli güçlükler mevcuttur. Yasal çerçeve ve yönetmeliklerin gerektirdiği adımları takip etmede sağlamada zorluklar yaşanmaktadır. Son olarak, sosyal etki göçmen ve mülteci topluluğun öncelik listesinde alt sıralardadır, çünkü bu topluluğun Türkiye içerisinde uzun erimli bir istikrara sahip olmaması muhtemeldir.

Sonuçlar

Bu çalışma Türkiye'nin göçmen ve mülteci topluluğuna mensup uluslararası ve yerel girişimciler, girişimcilik kurumları ve sivil toplum kuruluşları arasında sosyal girişimciliğin önemli ve toplumda etkili olduğu konusunda bir fikir birliği olduğunu ortaya koymaktadır. Bunun nedeni sosyal girişimciliğin sosyal, çevresel, yoksulluk, iklim değişikliği vb. sorunlara yenilikçi ve sürdürülebilir çözümler sunarak sürdürülebilir kalkınma hedefleriyle uyumlu çeşitli alanlarda katma değer yaratabilmesi ve bu hedeflere ulaşılmasına katkıda bulunabilmesidir. Bununla birlikte, bu kavram hakkında ve uygulamasına ilişkin halen önemli düzeyde farkındalık ve anlayış eksikliği mevcuttur.

Sosyal girişimcilik, toplumun ihtiyaçlarını karşılamak için yaratıcı ve sürdürülebilir çözümler üreterek çağdaş kalkınma sorunlarının ele alınmasında önemli bir rol oynamaktadır. Ayrıca, girişimcilerin toplumsal sorun ve ihtiyaçlar doğrultusunda etkili ve yenilikçi fikirler geliştirmelerini sağlamaktadır. Sosyal girişimcilik ayrıca sosyal start-up'lara başarıya ulaşırken bir yandan da topluluğun tercihlerine uygun bir değer yaratmalarını sağlamaktadır. Ancak, Türkiye'deki göçmen topluluğunda sosyal girişimcilik kavramına ilişkin anlayış eksikliği ve yanlış kanılar mevcut olduğu için bu topluluğun sosyal girişimciliğin faydalarından da sınırlı düzeyde yararlanmaktadır. Bunun dışında, sosyal girişimcilik genellikle kâr amacı gütmeyen sosyal girişimlerle karıştırılmaktadır. Bunun sonucunda, sosyal girişimciliğin uygulanması göçmen ve mülteci topluluklarında sınırlı düzeydedir. Birçok girişimci, girişimlerinde kârlılığın yanısıra sosyal bir etki yaratma konusunda ciddi bir motivasyona sahiptir. Bunu gerçekleştirmek için, sosyal girişimciliğe yönelik net ve etkili bir uygulama çerçevesine ihtiyaç vardır. Bu çerçeve, sosyal açıdan etkili ve mali açıdan dengeli girişimcilik fikirlerinin üretilmesini kolaylaştıracak ve bu dengenin bozulmamasını sağlayacaktır.

Entegrasyonla ilgili olarak, uluslararası ve yerel sivil toplum kuruluşları ve donör kurumlar arasında sosyal girişimciliği teşvik etme konusunda ortak iş birliği alanları bulunmaktadır. Tüm bu tarafların ortak amacı, sosyal start-up'ların kârlılığından ödün vermeksizin sosyal etki yaratmaktır. Ancak, başarılı ortaklık modellerinin net bir şekilde anlaşılmaması ve farklı paydaşlar arasında koordinasyonun yetersiz olması sonucu bu ortak zemin tam anlamıyla kullanılamamaktadır. Bu bağlamda etkili iş birliklerine örnek olarak Mülteci Yatırım Ağı (RIN) verilebilir. RIN iş imkanı yaratma, ekonomik kalkınma, sosyal entegrasyon, eğitim, sağlık hizmetleri veya kendi kendine yeterlik konularında mültecilerin yaşamlarını iyileştiren sosyal girişimlerini inceleyerek belgelendirmekte ve bunları potansiyel yatırımcıların birlikte çalışabileceği kuruluşlar olarak ilan etmektedir.

Son olarak, yatırımcılar yatırım ve finansman açısından kârlılığın yanısıra sosyal etki yaratan sosyal start-up'lara yatırım yapmayı tercih etmektedir (Oxford Business Group ,2020). Ancak, sosyal girişimcilik konusundaki farkındalık eksikliği veya göçmen ve mülteci girişimcilik ekosisteminde sosyal girişimcilik kavramlarının uygulanmada zayıf kalması nedeniyle bu modelin başarısına dair konusunda kaygılar bulunmaktadır. Öte yandan, sosyal girişimlerin hem kâr elde etme kapasitesi bulunmaktadır, hem de kitlesel fonlama, donör kuruluşlardan fon alma, kalkınma ve bağış fonları vb. alternatif finansman seçeneklerine erişim imkanları daha fazladır.

Yatırım yapılması, ana-akımlaştırılması ve girişimcilik sisteminde iyi anlaşılması durumunda, sosyal girişimcilik Türkiye'de göçmen ve mültecilerin karşılaştığı zorlukların çözümüne katkıda bulunma ve ayrıca göçmen ve mülteciler ile ev sahibi topluluklara fayda sağlayacak olumlu bir etki yaratma konusunda büyük bir potansiyele sahiptir.

Öneriler

Sosyal girişimciliği ve sosyal girişimcilik uygulamalarını geliştirmek için girişimci kurumlar, STK'lar, uluslararası kuruluşlar, yerel yönetim kurumları ve yatırım kuruluşları gibi bu konuyla ilgili tüm aktif unsurların ortak çabalarına ihtiyaç vardır.

Girişimcilikle ilgili kurumlar

Sosyal girişimcilik alanında ileriye dönük çabaları geliştirebilmek adına göçmen ve mülteci girişimcilik ekosistemi arasında sosyal etki ve sosyal girişimcilik hakkında ortak bir anlayışın şekillendirilmesine yatırım yapılmalıdır. Sağlam bir zemin inşa ederek göçmen ve mültecilerin bu zemin üzerine start-up kurabilmeleri ve büyütebilmeleri için bu zorunludur. Bu nedenle, sosyal etki ve sosyal girişimcilik kavramları vurgulanırken bunun sistematik bir şekilde, yapılandırılmış sonuçlar ve hedefler belirlenerek yapılması gereklidir. Bu hedefe ulaşabilmek için sosyal etki kavramı, bu kavramın önemi, ölçüm mekanizmaları ve bu etkiyi yaratmak için başvurulabilecek yollar ile sosyal girişimcilik kavramı, bu kavramın önemi, kârlılığı ve gerekli iş modeli üzerine kapsamlı bir farkındalık programı yürütülmesi önerilmektedir. Bunun için aşağıdaki adımlar izlenebilir:

1. Konuya özel içerik oluşturulması (yazılı, sesli veya görsel).
2. Sosyal girişimcilik alanında uzmanlarla toplantılar düzenlenmesi.
3. Girişimciler arasında yuvarlak masa toplantıları düzenlenmesi.
4. Sosyal girişimcilik start-up'larının başarı öykülerinin duyurulması.

Bu programın şekillendirilmesi ve farklı aşamalarının uygulanması süreçlerine göçmen/mülteci ve Türk girişimcilik ekosistemlerinin, göçmen/mülteci ve Türk topluluk kuruluşlarının ve uluslararası ve donör kuruluşların temsilcilerinin katılımı hayati öneme sahiptir. Buna paralel olarak, göçmen ve mülteci topluluğa mensup hedef girişimcilik gruplarında farkındalık oluşturma çalışmaları yürütülmelidir.

Sosyal girişimciliğin geliştirilmesine yönelik olarak, ilk aşamada sosyal girişimcilerin karakteri geliştirilmeli ve ardından sosyal girişimcilik fikirleri geliştirerek olgunlaştırmaları konusunda kendilerini desteklemek adına gerekli bilgi ve beceriler verilmelidir. Bu bağlamda, bu hedefe yönelik aşağıdaki faaliyetler yürütülebilir:

Öneriler

1. Sosyal girişimcilik aşamalarını uygulama sürecini başlatmanın yanısıra sosyal girişimcilerin sosyal etki yaratma ve toplumsal sorunlara ve ihtiyaçlara dayalı sosyal girişimcilik fikirleri üretme becerilerini geliştirmek amacıyla özel eğitim programlarının düzenlenmesi.

2. Sosyal girişimcilik fikirlerini toplamak ve start-up'ları bir araya getirmek amacıyla kuluçka programlarının başlatılması. Sosyal etki odaklı olarak tasarlanacak bu programlar tanıtım materyallerini, başvuru prosedürlerini, seçim kriterlerini, kabul edilen başvuruların değerlendirilmesini, eğitim aşamasını, mentorluk aşamasını ve son olarak Demo (uygulamalı gösterim) günü aşamasını kapsamalıdır.

3. Sosyal girişimcilik eğiticileri ve mentorları için yeterlilik programlarının başlatılması. Bu programlarda sosyal etki boyutu ve sosyal girişimciler için eğitim veya rehberliğe erişim yöntemleri vurgulanmalıdır.

STK'lar

Sivil toplum kuruluşları sosyal girişimciliğin uygulanmasının geliştirilmesinde çok önemli bir role sahiptir. Bu rolün ifası adına aşağıdaki faaliyetler önerilmektedir:

1. Sivil toplum kuruluşları ve sosyal start-up'lar arasında karşılıklı faydaya dayalı bir ortaklık modelinin oluşturulması. Bundan amaç, sosyal start-up'lar ortak toplumsal faydaya dönük yenilikçi hizmetler sunarken aynı zamanda finansal modellerini sürdürmelerini temin edecek kar düzeylerine ulaşmalarını sağlamaktır.
2. Sosyal girişimler ve sivil toplum kuruluşları arasında ortak ilgi alanlarında sosyal etkiyi artırmaya yönelik en iyi uygulamalar konusunda deneyimlerin paylaşılması.
3. Sivil toplum kuruluşları, toplumun sorunlarını ve ihtiyaçlarını belirleyerek yenilikçi çözümler üretmeye çalışmakta, bunun sonucunda sosyal start-up'lar ortaya çıkmaktadır.

Uluslararası kuruluşlar

Kalkınma programlarını finanse eden başlıca kaynaklardan biri olan uluslararası kuruluşlar, göçmen ve mülteci topluluğunda sosyal girişimcilik uygulamalarının şekillendirilmesinde önemli bir rol oynamaktadırlar. Uluslararası kuruluşlar yerel STK'ları sosyal girişimcilik gibi spesifik hedeflere yönlendirebilirler. Uluslararası kuruluşlar ayrıca göçmen ve mülteci topluluklarının girişimcilik ekosistemine yönelik uzmanlaşmış sosyal girişimcilik programlarına fon sağlayarak sosyal girişimciliğin uygulanmasını doğrudan etkileyebilmektedirler.

Yerel idare kurumları

Göçmen ve mülteci girişimcilik ekosistemi ve bu ekosistemin bütün bileşenleri Türkiye'deki yasal çerçeveye tabidir. Bu nedenle, bu ekosistem bu yasal çerçevenin gerekliliklerine uymalı ve ev sahibi toplumun girişimcilik ekosistemine sunduğu avantajlardan yararlanabilmelidir. Bu doğrultuda şu öneriler hayata geçirilebilir:

1. Göçmen ve mülteci topluluğuna mensup sosyal girişimciler, girişimcilik kurumları ve sosyal kuruluşlar için girişimciliğe ilişkin mevzuat ve imtiyazlar konusunda farkındalık toplantıları düzenlenmesi. Bunlara başvuru yapmanın ve bunlardan yararlanmanın teşvik edilmesi.

2. Göçmen ve mülteci girişimcilik ekosisteminin kendine özgü durumu ve zorlukları göz önünde bulundurularak bu ekosistemi düzenleyici özel yasal düzenlemeler yapma olasılığının araştırılması.

3. Girişimcilik ve kalkınma alanında çalışan kurumlar programlarını tasarlama veya donör kuruluşlara fon başvurusunda bulunma süreçlerinde sosyal etkiye öncelik vermelerini bir gereklilik haline getirme konusunda hükümet tarafından bir düzenleme yapılıp yapılamayacağı olasılığının göz önünde bulundurulması.

Yatırım kuruluşları

Finansman ve yatırım boyutu, girişimlerin start-up'ların girmesini sağlayan en önemli aşamalardan biridir. Bu nedenle sosyal start-up'ların finansmana erişiminin artırılması, göçmen ve mülteci girişimcilik ekosistemi içerisindeki start-up uygulamaları üzerinde olumlu bir etki yaratabilir. Bu bağlamda, bu hedefe yönelik aşağıdaki öneriler geliştirilmiştir:

1. Sosyal start-up'lardan kâr elde etme potansiyeli konusunda yatırımcılara yönelik farkındalık oturumları düzenlenmesi.
2. Yatırımcılara sosyal etki ile kâr amacının uygulama birbiriyle uyumlu olduğunu göstermek amacıyla yatırımcılar ile başarılı sosyal girişimciler arasında toplantıların düzenlenmesi.
3. Sosyal girişimlere özel güven fonları oluşturulması.
4. Sosyal girişimcilere kitlesel fonlama ve diğer yollarla sosyal girişimleri finanse etme mekanizmaları hakkında eğitim verilmesi.

Kaynakça

Annual Results Report by UNHCR in Türkiye (UNHCR Türkiye Ofisinin Yıllık Raporları), 2023 Türkiye | Global Focus (unhcr.org)

Building Markets, Another Side to the Story: A Market Assessment of Syrian Businesses in Turkey (Hikayenin Öteki Yüzü: Türkiye'deki Suriyeli İşletmelere Yönelik bir Pazar Değerlendirmesi), Ucak, S. & Raman, K., 2017. Another Side to the Story: A Market Assessment of Syrian SMEs in Turkey (Hikayenin Öteki Yüzü: Türkiye'deki Suriyeli KOBİ'lere Yönelik bir Pazar Değerlendirmesi)| ALNAP

C. K. Volkmann (Eds.) vd., Social Entrepreneurship and Social Business (Sosyal Girişimcilik ve Sosyal İşletme), DOI 10.1007/978-3-8349-7093-0_2, © Gabler Verlag | Springer Fachmedien Wiesbaden 2012

Dees, J.G. The Meaning of "Social Entrepreneurship" (Sosyal Girişimciliğin Anlamı). 1998. Çevrim içi erişim (Erişim tarihi: 13 Eylül 2023)

Entrepreneurship (Girişimcilik), Prof. Dr. Ahmad Al Shamimri and Prof. Dr. Wafa Al Mubayril, Academy of Learning - 2010.

Entrepreneurship article (Girişimcilik makalesi), The Economist, 27 Nisan 2009, Erişim tarihi: 14 Eylül 2023. Entrepreneurship (Girişimcilik) (economist.com)

Erpf, P., Butkevičienė, E., & Pučėtaitė, R. (2020). Between de Jure and de Facto: Embedding Western Concepts of Social Entrepreneurship in Post-Socialist Reality (Hukuk ve Fiil Arasında: Batının Sosyal Girişimcilik Kavramlarının Sosyalizm Sonrası Gerçekliğe Eklemlenmesi). Journal of Social Entrepreneurship, 1–28. doi:10.1080/19420676.2020.175124

García-Jurado, A.; Pérez-Barea, J.J.; Nova, R.J. A New Approach to Social Entrepreneurship: A Systematic Review and Meta-Analysis (Sosyal Girişimciliğe Yeni Bir Yaklaşım: Sistematik Değerlendirme ve Meta Analiz). Sustainability 2021, 13, 2754.

Good Capitalism, Bad Capitalism, And The Economics Of Growth And Prosperity (İyi Kapitalizm, Kötü Kapitalizm, Büyüme ve Refahın Ekonomisi), William J. Baumol, Robert E. Litan, and Carl J. Schramm, 2007

Patton, M. Q. (2002). Qualitative Research & Evaluation Methods (Nitel Araştırma ve Değerlendirme Yöntemleri). Thousand oaks - California: Sage Publications.

Saebi, T., Foss, N. J., & Linder, S. (2019). Social Entrepreneurship Research: Past Achievements and Future Promises (Sosyal Girişimcilik Araştırmaları: Geçmişin Başarıları ve Gelecek için Vaat Ettikleri). Journal of Management, 45(1), 70–95.

The_State_of_Turkish_Startup_Ecosystem_2020_StartupsWatch_Final (invest.gov.tr) (Türk Start-up Ekosisteminin Görünümü, 2020)

Schloss, Henry H. "The Concept of Entrepreneurship in Economic Development" (Ekonomik Kalkınmada Girişimcilik Kavramı) Journal of Economic Issues, vol. 2, no. 2, 1968, pp. 228–32. JSTOR, Erişim tarihi: 15 Eylül 2023.

Oxford Business Group. (2020). Covid-19: A new dawn for impact investing in emerging economies? (Covid 19: Gelişen ekonomilerde yatırım için yeni bir şafak) Oxford Business Group.

Ek (1) Görüşme Formu

Giriş

Bu görüşmeler, sosyal girişimcilik kavramı ve uygulamasına ilişkin bir bildiri hazırlanmasına yönelik bir araştırma projesi kapsamında gerçekleştirilmiştir. Hedef grubu asıl olarak Türkiye'de start-up'ları ve işletmeleri bulunan göçmen ve mülteci topluluklardır.

Bu bildiri, 2023 yılının Ekim ayında düzenlenmesi planlanan Katar Girişimcilik Konferansına katılım başvurusu için sunulacaktır. Araştırma sonuçları Türkiye'deki mültecilere, göçmenlere ve ev sahibi topluluklara fayda sağlamaya dönük olarak Türkiye'de sosyal girişimciliği geliştirebilecek bir dizi öneri, teklif ve mekanizma geliştirmek için kullanılacaktır.

Bölüm 1: Uzman Görüşmelerinin Amaçları ve Beklenen Sonuçlar

Hedef Kitle

Çalışmanın hedeflerine ulaşmak için, aşağıdaki kriterlere girişimcilik uzmanlarıyla görüşülmesi tercih edilmelidir:

- Girişimciliğin belirlenen parametreleri dahilinde girişimcilik uzmanlığı:
    - Hedef kitleye girişimcilik hizmetleri (eğitim, rehberlik, mentorluk) sunmuş olmak.
    - Girişimci kurumlarda danışmanlık, program tasarımı veya uygulama gibi teknik rollerde çalışmış olmak.
    - Girişimcilik konferanslarına katılmış ve girişimcilik çalışma ve araştırmaları yürütmüş olmak.
- Türkiye'de veya Türkiye'deki hedef kitleye hizmet verdiğine ilişkin kanıt.

Görüşme Hedefleri

- Yerel girişimcilik ekosisteminde sosyal girişimciliğin uygulanmasında karşılaşılan güçlükleri anlamak.
- Yerel girişimcilik ekosisteminin unsurları vasıtasıyla sosyal girişimciliğin geliştirilmesine yönelik öneri ve politikaların geliştirilmesine katkıda bulunmak.
- Sosyal etkinin girişimlere start-up'lara edilmesine yönelik bir metodolojinin geliştirilmesine katkıda bulunmak.

Bölüm 2: Uzman Görüşmelerinin Yapısı

Eksen 1: Türkiye'de Sosyal Girişimcilik Kavramı

- Sosyal girişimcilik kavramının yaygınlaştırılması (örneklerle).
- Yerel girişimcilik ekosistemi içinde sosyal girişimciliğin uygulanma düzeyi.
- Sosyal girişimciliğin uygulanmasında karşılaşılan güçlükler.

Eksen 2: Girişimcilik Ekosisteminde ve İlgili Kurumlarda Sosyal Girişimciliği Geliştirmeye Yönelik Mekanizmalar

- Girişimci kurumlar aracılığıyla sosyal girişimcilik konusunda farkındalık yaratma mekanizmaları.
- Sosyal girişimciliği teşvik etmek için mevcut olan ve ihtiyaç duyulan hükümet politikaları.
- Sosyal girişimciliğin teşvik edilmesinde (yerel ve uluslararası) sivil toplum kuruluşlarının rolü.

Eksen 3: Girişimlerde Sosyal Etki Elde Edilmesine Yönelik Metodolojik Bir Çerçeve Tasarlanması.

- Girişimcilik kurumları tarafından girişimci fikirlerin ve start-up'ları kısa listeye alma metodolojisine sosyal etkinin de dahil edilmesine yönelik mekanizmalar.
- Girişimcilik kurumları tarafından düzenlenen girişimcilik programlarına sunulan fikirlerde ve iştirak eden start-up'larda sosyal etkiyi artırmaya yönelik stratejiler.
- Start-up'lar için fikir üretmek üzere sosyal etkiden yararlanılması.
- Sosyal start-up'lar için finansman ve yatırımı teşvik edecek mekanizmalar.

Son

Ek (2) Anket Formu

1.1. Giriş Bölümü

Bu anket "Türkiye'de mültecilere ait işletmelerde sosyal girişimcilik" başlıklı bir bildiri hazırlanmasına yönelik bir araştırmanın kapsamında yürütülmektedir. Bildiri önerisi, 17-19 Ekim 2023 tarihlerinde Doha'da (Katar) düzenlenecek olan 6. Uluslararası Sürdürülebilirlik ve Etki için Girişimcilik (ESI) Konferansına katılmak üzere sunulmuş ve kabul edilmiştir..

1.2. Demografik Sorular Bölümü

- Asıl Uyruk (Arap ülkeleri: Cezayir, Bahreyn, Komor Adaları, Cibuti, Mısır, Irak, Ürdün, Kuveyt, Lübnan, Libya, Fas, Moritanya, Umman, Filistin, Katar, Suudi Arabistan, Somali, Sudan, Suriye, Tunus, Birleşik Arap Emirlikleri ve Yemen).
- Yaş □ 18 -24 □ 25 - 39 □ 40 - 55 □ 55 -65 □ >65
- Cinsiyet □ Erkek □ Kadın
- Sahip olduğunuz en üst düzey yeterlilik (eğitim düzeyiniz) nedir?

Lise □ Diploma □ Lisans □ Yükseklisans □ Doktora derecesi

- Mülteci misiniz □ Sığınmacı mısınız □ Mukim misiniz □ Vatandaş mısınız □ Diğer
- Türkiye'ye ne zaman geldiniz? _____(Yılların listesi)
- Hangi şehirde ikamet ediyorsunuz (Türkiye'deki şehirler: Adana, Adıyaman, Afyonkarahisar, Ağrı, Aksaray, Amasya, Ankara, Antalya, Ardahan, Artvin, Aydın, Balıkesir, Bartın, Batman, Bayburt, Bilecik, Bingöl, Bitlis, Bolu, Burdur, Bursa, Çanakkale, Çankırı, Çorum, Denizli, Diyarbakır, Düzce, Edirne, Elazığ, Erzincan, Erzurum, Eskişehir, Gaziantep, Giresun, Gümüşhane, Hakkâri, Hatay, Iğdır, Isparta, İstanbul, İzmir, Kahramanmaraş, Karabük, Karaman, Kars, Kastamonu, Kayseri, Kilis, Kırıkkale, Kırklareli, Kırşehir, Kocaeli, Konya, Kütahya, Malatya, Manisa, Mardin, Mersin, Muğla, Muş, Nevşehir, Niğde, Ordu, Osmaniye, Rize, Sakarya, Samsun, Şanlıurfa, Siirt, Sinop, Sivas, Şırnak, Tekirdağ, Tokat, Trabzon, Tunceli, Uşak, Van, Yalova, Yozgat, Zonguldak).
- Profesyonel düzeyde hangi dillere hakimsiniz □ Arapça □ İngilizce □ Türkçe □ Diğer
- Sosyal etkiyle ilgileniyor musunuz □ Girişimcilikle ilgileniyor musunuz □ Girişimci misiniz □ Bir şirket veya start-up sahibi misiniz □ Girişimcilik konusunda uzman mısınız □ Sosyal etki konusunda uzman mısınız □ Bir STK sahibi misiniz □ Diğer
- Girişiminiz veya girişimcilik ilgi alanlarınız hangi sektördedir (sektörler: Tarım ve Çiftçilik, Üretim ve İmalat, Hizmetler (örn. Perakende, Konaklama, Sağlık), Bilgi Teknolojisi ve Yazılım, Finans ve Bankacılık, İnşaat ve Gayrimenkul, Ulaştırma ve Lojistik, Eğitim ve Öğretim, Enerji ve Kamu Hizmetleri, Telekomünikasyon, Eğlence ve Medya, Turizm ve Seyahat, Otomotiv, Havacılık ve Uzay, İlaç ve Sağlık, Çevre Hizmetleri, Kar Amacı Gütmeyen ve Sosyal Hizmetler, Devlet ve Kamu Yönetimi, Araştırma ve Geliştirme, Madencilik ve Doğal Kaynaklar, Perakende ve E-ticaret, Moda ve Giyim, Yiyecek ve İçecek, Spor ve Rekreasyon, Sanat ve Kültür).
- Girişimcilik işinizi hangi yılda kurdunuz (yıllar)
- İşletmeniz hala faal mi □ Evet □ Hayır
- Şirketinizin/işletmenizin adı nedir _____
- Şirketinizin / işletmenizin web sitesi veya ana sosyal medya hesabı nedir _____
- Kuluçka merkezi veya hızlandırma programı vb. herhangi bir girişimcilik kuruluşundan herhangi bir hizmet aldınız mı □ Evet □ Hayır

Yanıt Evet ise;

  - Hangi hizmeti aldınız □ Eğitim □ Mentorluk □ Finansman □ Yatırım turları □ Ağ oluşturma □ Tanıtım ve medyada yer alma □ Diğer
  - Hizmetleri sağlayan kuruluşun uyruğu ne idi □ Arap □ Türk □ Uluslararası

- Start-up'lar aracılığıyla sosyal etki yaratmaya ne düzeyde bir kişisel ilgi duyuyorsunuz ((en düşük 1 ile en yüksek 5 puan) arasında bir ölçekte) □ 1 □ 2 □ 3 □ 4 □ 5
- Sosyal etki yaratmak istediğiniz sektörler nelerdir (sektörlerin listesi) (olası tüm yanıtları işaretleyiniz)

1.3. Sosyal Girişimcilik ve Sosyal Etki Kavramına dair bölüm

- Aşağıdakilerle ilgili bilgi düzeyinizi değerlendiriniz (en düşük 1 ile en yüksek 5 puan arası ölçekte):

- Sosyal Etki □ 1 □ 2 □ 3 □ 4 □ 5
- Salt girişimcilik □ 1 □ 2 □ 3 □ 4 □ 5
- Sosyal girişimcilik □ 1 □ 2 □ 3 □ 4 □ 5
- Sizce İnovasyon ve Girişimcilik, toplumsal ihtiyaç ve sorunlara çözüm sunmada ne derece önemli faktörlerdir □ 1 □ 2 □ 3 □ 4 □ 5
- Sosyal girişimciliğin ne ölçüde kâr elde etmeye yönelik olduğunu düşünüyorsunuz □ 1 □ 2 □ 3 □ 4 □ 5
- Sizce sosyal girişimcilik toplumsal ihtiyaçlara karşılık verme ve çözümler sunma anlamında ne ölçüde sosyal etki yaratmaya yöneliktir □ 1 □ 2 □ 3 □ 4 □ 5
- Start-up'ların genel itibarla ne ölçüde sosyal etkileri olduğunu düşünüyorsunuz □ 1 □ 2 □ 3 □ 4 □ 5
- Sosyal girişimcilik ile salt girişimcilik arasında ne ölçüde fark olduğunu düşünüyorsunuz □ 1 □ 2 □ 3 □ 4 □ 5
- Sizce sosyal etki aşağıdakilere ne ölçüde katkıda bulunmaktadır?
- Start-up'ın katma değeri □ 1 □ 2 □ 3 □ 4 □ 5
- Start-up fikri geliştirme □ 1 □ 2 □ 3 □ 4 □ 5
- Start-up'lar için yatırım çekme □ 1 □ 2 □ 3 □ 4 □ 5
- Programlarında ve teklif çağrılarında sosyal etkiye öncelik veren yerel ve uluslararası kuruluşlardan (hükümet veya hükümet dışı) fon alma □ 1 □ 2 □ 3 □ 4 □ 5
- Start-up ile kar elde etme □ 1 □ 2 □ 3 □ 4 □ 5
- Geleneksel olmayan finansman seçeneklerinden yararlanma (örn. bağış, zekat vb. İslami finansman araçları, Kitle Fonlaması) □ 1 □ 2 □ 3 □ 4 □ 5
- Start-up'ın sürdürülebilirliğini sağlama □ 1 □ 2 □ 3 □ 4 □ 5
- Sizce start-up'ın elde edilen kâr, yarattığı sosyal etkinin sürdürülebilirliğini ne ölçüde sağlamaktadır □ 1 □ 2 □ 3 □ 4 □ 5

1.4. Sosyal girişimciliğin ekosistem içinde uygulanmasına dair bölüm

- 1 ile (en düşük) 5 puan (en yüksek) arasında bir ölçekte aşağıdaki konulardaki yaklaşımınızı değerlendiriniz;

- Sizce start-up'lar ne ölçüde kâr elde etmeye odaklanmalıdır □ 1 □ 2 □ 3 □ 4 □ 5
- Sizce bir start-up olumlu bir sosyal etki yaratmaya ne ölçüde odaklanmalıdır □ 1 □ 2 □ 3 □ 4 □ 5
- Sizce sosyal girişimler kâr elde etme ve olumlu bir sosyal etki yaratma arasında denge kurmayı ne ölçüde başarabilir □ 1 □ 2 □ 3 □ 4 □ 5
- Girişimcilik kuruluşların (kuluçka merkezleri, hızlandırma programları, yatırım kurumları) start-up'ları kısa listeye alırken veya eğitim, mentorluk ve diğer faaliyetleri yürütürken sosyal etkiyi bir kriter olarak ne ölçüde dikkate aldıklarını düşünüyorsunuz □ 1 □ 2 □ 3 □ 4 □ 5
- Yatırımcıların girişimlerde sosyal etki yaratma konusuyla ne ölçüde ilgilendiğini düşünüyorsunuz □ 1 □ 2 □ 3 □ 4 □ 5

- Hükümet politikala ve programlarının sosyal girişimciliği ne ölçüde teşvik ettiğini düşünüyorsunuz □ 1 □ 2 □ 3 □ 4 □ 5
- Donör kuruluşların (yerel ve uluslararası) girişimcilik programlarında sosyal etki yaratmaya ne ölçüde odaklandıklarını düşünüyorsunuz □ 1 □ 2 □ 3 □ 4 □ 5
- Sosyal girişimciliğin yeni gelenlerin (mülteci ve göçmenlerin) karşılaştığı güçlüklere çözüm üretilmesine ne ölçüde katkıda bulunduğunu düşünüyorsunuz □ 1 □ 2 □ 3 □ 4 □ 5
- Hükümetin mülteci ve göçmenlere yönelik entegrasyon programlarının ülkede sosyal girişimciliğin geliştirilmesine ne ölçüde katkıda bulunduğunu düşünüyorsunuz □ 1 □ 2 □ 3 □ 4 □ 5

● Sizce sosyal girişimcilik yoluyla sosyal etki yaratmaya en elverişli sektörler hangileridir (sektörlerin listesi, olası tüm yanıtları işaretleyiniz)

1.5. Sosyal girişimciliğin doğru uygulanmasında karşılaşılan güçlüklere dair Bölüm

● En düşük 1 ile en yüksek 5 puan arası ölçekte aşağıdaki ifadelere ne ölçüde katıldığınızı değerlendiriniz;

- Start-up'lar aracılığıyla sosyal etki yaratma konusunda farkındalık yaratmanın önemi □ 1 □ 2 □ 3 □ 4 □ 5
- Start-up'lar aracılığıyla sosyal etki yaratılmasına yönelik bir çerçeve bulunmasının önemi □ 1 □ 2 □ 3 □ 4 □ 5
- Girişimcileri startup'lar aracılığıyla sosyal etki yaratmaya teşvik eden elverişli yerel ortam □ 1 □ 2 □ 3 □ 4 □ 5
- Sosyal girişimcilik alanında uzmanlaşmış kuluçka merkezleri bulunmasının önemi □ 1 □ 2 □ 3 □ 4 □ 5
- Sosyal girişimlerin finansmanı için ayrılmış bir güven fonu bulunmasının önemi □ 1 □ 2 □ 3 □ 4 □ 5
- Sosyal girişimciliğin uygulanmasını teşvik etmeye yönelik hükümet politikalarının, programlarının ve faaliyetlerinin önemi □ 1 □ 2 □ 3 □ 4 □ 5
- Sivil toplum kuruluşlarının sosyal start-up'ların desteklenmesindeki rolünün önemi □ 1 □ 2 □ 3 □ 4 □ 5
- Sosyal girişimlere yatırım yapmakla ilgilenebilecek farklı kuruluşlar bulunmasının önemi □ 1 □ 2 □ 3 □ 4 □ 5
- Sosyal girişimcilik ve sosyal etki alanında eğitim, mentorluk ve kapasite geliştirme programları bulunmasının önemi □ 1 □ 2 □ 3 □ 4 □ 5
- Sosyal girişimlerin desteklenmesinde özel sektörün rolünün harekete geçirilmesinin önemi □1 □ 2 □ 3 □ 4 □ 5

1.6. Kapanış Bölümü

● Sağladığım veri ve bilgilerin yalnızca bu çalışma kapsamında, ilgili konferansa katılım amacıyla ve ilgili medya içeriğinde kullanılmasına izin veriyorum □ Evet □ Hayır

● Bu anketin genel sonuçları hakkında bilgilendirilmek ister misiniz? □ Evet □ Hayır

● Sizinle hangi iletişim kanalı ile temasa geçilmesini tercih edersiniz? □ WhatsApp □ e-posta

● Lütfen tercih ettiğiniz iletişim kanalının detaylarını yazınız_____

Daha fazla bilgi için

Mona Labadi
mona_labadi@hotmail.com
mona@businessdive.co

Samer Asleh
samer.m.m.asleh@gmail.com
samer@businessdive.co