

# TÜRKİYE'DEKİ SOSYAL GİRİŞİM YAPILANMASI ANALİZİ: ASHOKA\* ÜYESİ SOSYAL GİRİŞİMLER ÜZERİNE BİR ALAN ARAŞTIRMASI

AR. GÖR. VOLKAN İŞİK\*\*

## ÖZET

**S**osyal problemlerin küresel ölçekte bir tehdit unsuru oluşturmaları, bu sorunlarla mücadelede ülkelerin benzer araçları kullanmasına sebep olmaktadır. Bu araçlardan birisi olan sosyal girişimcilik de dünyanın çeşitli ülkelerinde farklı şekillerde uygulanan küresel bir olgudur. Sosyal kar amaçlı örgütler şeklinde ortaya çıkan bu girişimler; gerek akademik literatürde gerekse uygulama alanında son 35 yıldır sürekli gelişen bir konu haline gelmiştir. Bunun nedeni ise; sağladıkları istihdam imkanları, birer piyasa aktörü olarak ekonomik büyümeye katkıda bulunmaları ve sosyal sorunlarla mücadelede kamunun üzerindeki yükü hafifletmelerine bağlanabilir.

Sosyal girişimciliğin oluşturduğu en önemli ekonomik değerlerden biri istihdama olan olumlu katkılarıdır. İstihdam imkanları yaratma noktasında önemli bir potansiyele sahip

olan sosyal girişimler, birer piyasa aktörü olarak ekonomik büyümeye de katkıda bulunmaktadır. Örneğin Birleşik Krallık 2012 istatistiklerine göre; sayıları 70.000'i bulan sosyal girişimler ülke ekonomisine yaklaşık 18,5 milyar £ tutarında katkı sağlamıştır. Yine aynı verilere göre ülkedeki sosyal girişimlerin istihdam miktarı 973.700 kişiye ulaşmıştır.

Sosyal girişimler bütün dünyada önemli birer sosyal değer üreticisi ve sosyal politika aracı haline gelmekle birlikte, bu girişimlerin etkinliği, ülkelerin sosyal girişimleri yasal ve kurumsal olarak ne kadar tanıdığına bağlıdır. Buradan hareketle dünyadaki örnekleriyle kıyaslandığında Türkiye'de tam anlamıyla bir sosyal girişim yapılanmasından bahsetmenin güç olduğunu söylemek yerinde olacaktır. Gerek sosyal girişimlere ilişkin yasal altyapının oluşturulmuş olması, gerekse de kurumsal yapılanmanın yetersizliğinden dola-

\* Ashoka: Dünyanın ilk ve en geniş sosyal girişimci ağı.

\*\*Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri Bölümü

yı Türkiye'deki sosyal girişim olarak nitelenen yapılar; vakıf, dernek veya kooperatif çerçevesi dışına çıkmamakta, bu nedenle de mevcut potansiyellerini kullanamamaktadır.

Türkiye'deki mevcut yasal düzenlemeler sosyal girişimlerin faaliyetleri için ideal yapılar değildir. Bu nedenle Türkiye'de vakıf, dernek ve kooperatif şeklinde kurulabilen pek çok sosyal girişim ne klasik anlamda bir vakıf/dernek, kooperatif ne de şirket şeklinde işlemediğinden, kendini çoğu zaman mevcut kurumsal yapılarını esnetmeye ve amaçlarına uydurmaya çalışırken bulmaktadır. Bu durum ise, pek çok sosyal girişimi uygulamada sıkıntıya sokmaktadır.

Türkiye'de sosyal girişimcilik, sosyal girişim, kar amacı gütmeyen kuruluş, sivil toplum kuruluşu gibi kavramlar arasında da çok boyutlu bir karmaşa vardır. Bu karmaşa sosyal girişimlerin tam olarak tanınmamasına sebep olmakla birlikte, sosyal girişimcilerin, toplumla, kamu ve özel sektörle ilişkilerini olumsuz etkilemektedir.

Bütün bu nedenler mevcut potansiyeline rağmen Türkiye'de sosyal girişimlerin yaygınlaşamamasına sebep olmaktadır.

**Anahtar Kelimeler:** Sosyal girişim, sosyal girişimcilik, sosyal girişim istihdamı

### ABSTRACT

Social problems pose a threat on a global scale, to counteract this, the countries in the fight against this problem make use of similar tools. One of the tools used in the world is

social entrepreneurship, it is a global phenomenon that is applied in different ways in different countries. It has become a constantly evolving subject in academic literature that, for-profit organizations that emerged in the form of social enterprises; should last 35 years. The reason for this; They provide employment opportunities, contribute to economic growth and combat social problems attributed to lessening the burden on the public.

One of the most significant economic values of social entrepreneurship is its positive contribution to employment. Social entrepreneurship leads to the creation of employment opportunities, which has a significant impact for social enterprise, and as a market actor it also contributes to economic growth. For example, according to statistics from the United Kingdom in 2012; it shows of the 70,000 social enterprises they contributed £18.5 billion to the national economy. According to the same data, 973,700 people were employed in these social enterprises.

Social enterprises are important in the whole world as a means of creating social values and as a social policy maker, although the effectiveness of these enterprises, legal and corporate social enterprises, depends on how much you know. Hence, compared with the examples in the world, it's difficult to talk about the structuring system in Turkey's social enterprise. A legal framework for social enterprises has not been established, as well as, due to a lack of institutional structuring of the qua-

lifing structures for social enterprises in Turkey; foundations, associations or cooperatives can not go beyond the framework, and thus can not utilise the existing potential.

Current legal regulations in Turkey is not ideal for social enterprise activities. This, however, is troubling many social enterprises in practice.

In Turkey, social entrepreneurs-hip, social enterprise, non-profit organizations, non-governmental organizations, as a multidimensional concept is in chaos. This causes confusion to the full recognition of social enterprises/social entrepreneurs, resulting in society, public and private sector relationships being adversely affected.

There are all these reasons, that despite the potential for the spread of social enterprises in Turkey it is not occurring.

**Keywords:** social enterprise, social entrepreneurship, social enterprise employment

## GİRİŞ

Sosyal kar amaçlı örgütler şeklinde ortaya çıkan sosyal girişimler, gerek akademik literatürde gerekse uygulama alanında son 35 yıldır sürekli gelişen bir konu haline gelmiştir. Özellikle 2000'li yılların başından itibaren yaygınlığı giderek artan bu yapılanmalar; girişimcilik faaliyetleriyle piyasa kurallarına göre hareket etmelerine rağmen, elde ettikleri karı sermayeye aktarmayıp, tamamen sosyal faydaya yönelik olarak kullanmaktadırlar. Bu nedenle sosyal girişimlerin; kar odaklı kapitalizm mekanizmasına farklı bir boyut

kazandırdıkları düşünülmekte, hatta kapitalizmin vicdani krizinin bir ürünü olarak ortaya çıktıklarına inanılmaktadır.<sup>1</sup>

Sosyal girişimlerin gelişmiş olduğu ve gerek istihdama gerekse GSYH 'ya önemli katkılar sağladığı dünyadaki örnekleriyle kıyaslandığında ise Türkiye'deki mevcut yasal düzenlemelerin sosyal girişimlerin faaliyetleri için ideal yapılar olmadığını söylemek mümkündür. Gerek sosyal girişimlere ilişkin yasal altyapının oluşturulmamış olması, gerekse de kurumsal yapılanmanın yetersizliğinden dolayı Türkiye'deki sosyal girişim olarak nitelenen yapılar; vakıf, dernek veya kooperatif çerçevesi dışına çıkamamakta bu nedenle de mevcut potansiyellerini kullanamamaktadır.

Bu çalışmada sosyal girişimlerin gelişmiş olduğu ülke örneklerindeki potansiyelleri ile kıyaslanarak, Türkiye'deki sosyal girişim yapılanmasının karakteristik özellikleri ortaya konulacak ve etkinliği tartışılacaktır. Yapılacak değerlendirmenin doğruluğunu arttırması açısından ise Türkiye'deki Ashoka üyesi 22 sosyal girişim üzerinde yapılmış alan araştırmasının sonuçlarından yararlanılacaktır.

## Sosyal Girişim Kavramı ve Ortaya Çıkış Süreci

1980'li yıllardan itibaren kapitalizmin yeni bir dönüşüm sürecine girmesine paralel olarak sosyal kar amacı güden örgütler; ülkelerin ekonomik, sosyal ve siyasal alanların-

1- Matthew Bishop ve Michael Green, *Philanthrocapitalism*, A&C Black, London, 2010.

da gördükleri işlevleriyle önemli birer aktör haline gelmişlerdir. Bu durumun en önemli nedenlerinden biri devlet ve özel sektörün sosyal sorunların çözümüne yeterince odaklanmaması ya da odaklansa bile sorunların çözümünde yeterli başarı elde edememesi olarak ifade edilmektedir.<sup>2</sup>

Sosyal kar amaçlı örgütlerin ortaya çıkışına kadar sadece geleneksel girişimlerle özdeşleştirilen kar kavramı; bu girişimlerdeki hayırseverlik ve kurumsal sosyal sorumluluk temelli dönüşümle birlikte sosyal olma özelliği kazanmıştır.

İlk bakışta birbirine taban tabana zıt kavramlar olarak gözüken kar güdüsü ve sosyal amaca hizmet etme; bu yeni yapılanma içerisinde bir araya gelmiştir. Bu bir araya geliş ise; tamamen sosyal bir amaca hizmet etmek için kurulan ve bunu sürdürülebilir kılmak için de girişimcilik fonksiyonunu kullanarak kar elde eden sosyal girişimler şeklindeki yapılanmaları ortaya çıkarmıştır.

Sosyal kar amaçlı örgütler şeklinde ortaya çıkan sosyal girişimler, gerek akademik gerekse uygulama alanında sürekli gelişen ve farklı yaklaşımları da beraberinde getiren bir konudur. Özellikle günümüzde oldukça popüler hale gelen bu yapılanmaların; girişimcilik faaliyetleriyle bizzat kapitalizmin kurallarına göre hareket etmelerine rağmen, elde ettikleri karı sermayeye aktarmayıp, tamamen sosyal faydaya yönelik olarak kullanmaları nedeniyle kapitalizme farklı bir boyut kazandırdıklarına inanılmaktadır. Örneğin Muhammed Yunus; bu girişimlerin in-

sanlığın en acil ihtiyaçlarını karşılayacak olan yeni bir kapitalizm türü içerisinde yer aldıklarını vurgulamaktadır.<sup>3</sup> Buradan hareketle sosyal girişimlerin; kapitalizmin kendi krizlerinden ve ihtiyaçlarından ortaya çıkmış, sistemin devamı için önem arz eden yeni bir model olduğu söylenebilir.<sup>4</sup> Son yıllarda hem kar amacı gütmeyen kuruluşların sayısındaki artış hem de bu kuruluşların karşılaştığı rekabet ortamında meydana gelen bazı değişiklikler ise sosyal girişimciliğe olan ilgiyi arttırmıştır.<sup>5</sup>

Sosyal olma ve girişim faaliyetlerinde bulunma amaçlarının birleşiminden oluşan sosyal girişimler; girişimci faaliyetleri nedeniyle üçüncü sektörden, sosyal amaca hizmet ettikleri için de geleneksel kar amaçlı girişimlerden farklıdırlar. Kar amacı gütmeyen geleneksel hayırsever kuruluşlardan da farklı görülen sosyal girişimler; "sosyal bir amacı başarmaya çalışan, kar amacı gütmeyen kuruluşların geleneksel gelir kaynaklarının (bağış ve gönüllü katılımı) yanında, ticari kazanç (hem kurucularının öz sermayelerinden hem de kamu ve özel işletmelerden) sağlayan özel girişimler" olarak ifade edilmektedir.<sup>6</sup> Bununla birlikte; sosyal girişimlerde, kar amacı gütmeyen/üçüncü sektörün geleneksel hayırsever, gönüllü ve hükümet

3- Muhammed Yunus, *Karl Weber, Sosyal İşletme Kurmak*, Doğan Kitap Yayınları, 2012, s.5.

4- Tevfik Başak Ersen, "Sosyal Girişim Kapitalizmin Krizinden Çıktı", *Optimist Dergisi*, Yıl:1, Sayı:02, Şubat 2013, s.97-98.

5- Senem Besler, "Sosyal Girişimcilik", *Sosyal Girişimcilik*, Eds.Senem Besler, Beta Yay., İstanbul, 2010, s.3.

6- Johanna Mair, Ignasi Marti, "Social Entrepreneurship Research: A Source of Explanation, Prediction, and Delight", *Journal of World Business*, Volume 41, 2006, s.39; Güler, a.g.e., s.62.

2- Burcu Kümbül Güler, *Sosyal Girişimcilik*, İstanbul, Elif Yayınevi, 2010, s.95.

destekli stratejilerinin yerine, kazanılmış gelirin ön plana çıktığı görülmektedir.

En basit tabirle sosyal girişimler; insanlardaki "ben sivil toplumcu olmak istemiyorum, ama klasik anlamda bir sermayedar da olmak istemiyorum" anlayışının keşiştiği noktada yer alır. Buradan hareketle hayır kurumlarından farklı yapılanmalar olan sosyal girişimler; geleneksel girişimler gibi şirket mantığı ile işleyen, kar elde eden ancak bu karı sosyal amacı için kullanan yapılanmalar olarak ifade edilebilir.

Sosyal girişim kavramına etimolojik olarak bakıldığında ise; geniş tabanlı ilgilendiren, tabana yayılmış ve ekonomik olmayana ifade eden "sosyal" kavramı ile bireysel, ekonomik ve finansal yapıya odaklı bir anlamı içeren "girişim" kavramının birleşiminden oluşan bir sentez karşımıza çıkmaktadır. Sosyal girişimciliğin etimolojik kökeninin yarattığı bu paradoks ise kavramın içerdiği alanı tanımlamayı zorlaştırmaktadır.<sup>7</sup>

Sosyal girişimlere ilişkin uygulamada çok sayıda örnek olmasına rağmen, kavramsal olarak ortak bir ifadenin oluşturulmasında güçlük çekildiği görülmektedir. Dolayısıyla günümüzde sosyal girişimcilik-sosyal girişim-sosyal girişimci kavramlarını ya da bu kavramların altında yatan esasları açıklayabilmek güçtür. Bu güçlük, sosyal girişim faaliyetinin çok bileşenli ve çok disiplinli bir teorik çerçeveden beslenmesinden kaynaklanır.

Sosyal girişimlere ilişkin kavramsal çerçevesinin belirsizliğine rağmen, kavrama ilişkin literatürdeki tanımlamalardan hareketle bir tanıma varılabilir.

Bornstein ve Davis'e göre sosyal girişimcilik; bireylerin, hayatı daha yaşanabilir kılmak için, içinde yaşadıkları toplumun kurumlarını dönüştürmek suretiyle yoksulluk, hastalık, cehalet, çevresel yıkım, insan hakları ihlalleri ve yolsuzluk gibi sosyal problemlere çözüm üretme sürecidir.<sup>8</sup> Muhammed Yunus'a göre sosyal girişim, yeni bir işletme türüdür. Günümüz dünyasındaki neredeyse bütün özel şirketleri tanımlayan geleneksel, kar artırımına dayalı işletmelerden veya hayırseverlerin bağışlarına bağlı olarak yaşayan ve kar amacı gütmeyen kuruluşlardan oldukça farklıdır.<sup>9</sup> Sosyal girişimlerle özel şirket girişimlerinin keskin farklarını ortaya koyarak bir tanım geliştiren Paul Light'a göre ise; özel girişimler kara odaklanırken, sosyal girişimlerde asıl amaç sosyal ihtiyaçları gidermektir. Yenilikçilik özelliği ise her iki girişim türünde de mevcutken, özel sektör bu yenilikçiliği yeni pazarlara girmek şeklinde gerçekleştirirken, sosyal girişimlerde yenilikçilik sosyal problemlerin çözümü noktasında ortaya çıkmaktadır.<sup>10</sup> Sosyal girişimlerin sosyal değer yaratıcıları olmasından hareketle bir tanım geliştiren Austin, v.d. ile Haugh ise

8- David Bornstein, Susan Davis, *Social Entrepreneurship: What Everyone Needs To Know*, Oxford Press, 2010, s.1.

9- Muhammed Yunus, *Karl Weber*, a.g.e., s.27.

10- Paul C.Light, *The Search for Social Entrepreneurship*, Brookings Institution Press, Washington, 2008, s.89.

7- Çağrı Bulut, v.d., "Sosyal Girişimciliğin Kavramsal Çerçevesi", *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 7:2, 2012, s.71.

sosyal girişimleri; kar amacı gütmeyen, ticari veya kamusal tüm sektörler içinde gerçekleştirilen yenilikçi, sosyal değer yaratan faaliyetlerdir<sup>11</sup> şeklinde tanımlamıştır. Son olarak Türkiye'den Türkiye Üçüncü Sektör Vakfı (TÜSEV)'in sosyal girişim tanımı ise, "çoğunlukla ürün ve hizmetler yaratırken dezavantajlı grupları istihdam eden; sorun ve fırsatları fark etme, doğru değerlendirme, risk alma gibi girişimcilik odaklı bir yaklaşım izleyen yapılanmalar<sup>12</sup>" şeklindedir.

Sosyal girişimlere ilişkin oluşmaya ve gelişmeye başlayan sosyal girişim literatüründen yararlanarak tanımlar çoğaltılabilir. Ancak ortak bir tanımlama yapmak gerekirse; sosyal olma ve girişimcilik faaliyetlerinin kesiştiği noktada ortaya çıkan sosyal girişimlerin, piyasa mekanizması içerisinde yer alarak kar eden ancak elde ettiği karın tamamını sosyal problemlerin çözümü için kullanan; sosyal değer yaratma odaklı ve yenilikçi yapılanmalar olduğu söylenebilir.

### **Sosyal Girişimlerin Gelişmiş Olduğu Ülke Örnekleri ve Türkiye'de Sosyal Girişim Yapılanması**

Sosyal girişimler bütün dünyada önemli birer sosyal değer üreticisi ve sosyal politika aracı haline gelmekle birlikte, bu girişimlerin etkinliği, ülkelerin sosyal girişimleri yasal ve

kurumsal olarak ne kadar tanıdığına bağlıdır. Örneğin Türkiye'nin de içinde bulunduğu (Middle East and North Africa) MENA ülkelerinde sosyal girişimlere özgü yasal bir düzenlemenin olmayışı, bu girişimleri hem sayıca, hem de etkinlik bakımından sınırlı bir alana itmektedir.

Sosyal girişimlerin etkinliği ve gelişmişliği bakımından ise; Birleşik Krallık ve ABD başta olmak üzere İskandinav ülkeleri ile Belçika, Fransa, Danimarka, İtalya ve Hindistan öne çıkmaktadır. Ashoka benzeri uluslararası ve yerel birden fazla sosyal girişim ağının faaliyet gösterdiği Birleşik Krallık ve ABD, sivil toplum kuruluşlarına üyelik ve aktif katılım kültürünün gelişmiş olduğu İskandinav ülkeleri, kooperatifçilik mekanizmasının geçmişten gelen bir gelenekle güçlü olduğu İtalya ve Fransa, sosyal girişim istihdamının aktif nüfus içerisinde yaklaşık %7'lik bir paya sahip olduğu Belçika ve Muhammed Yunus'la birlikte sosyal girişimlerin hızla yaygınlaştığı Bangladeş ve Hindistan bütün dünyada sosyal girişimlerin en gelişmiş olduğu örnek ülkeler olarak gösterilebilir.

Örneğin, geçtiğimiz son 10 yılda Birleşik Krallık'da sosyal girişim sektörü önemli ölçüde büyümüştür. Bu süreç içerisinde birbirini takip eden hükümetler kamu hizmetlerinde yenilik sağlamak amacıyla sosyal girişim modelini teşvik etmişlerdir. Yeni faaliyete başlayan sosyal girişimlerin sayısı da bu teşviki doğrular niteliktedir. Birleşik Krallık'daki bütün küçük ve orta büyüklükteki işletmeler (SME) içerisinde 2 yıl ve daha kısa

11 - James Austin, Howard Stevenson, Jane Wei-Skillern, "Social and Commercial Entrepreneurship: Same, Different and Both?", *Journal of Entrepreneurship Theory and Practice*, Vol 30, Issue 1, 2006, s.12. Helen Haugh, *Nonprofit Social Entrepreneurship. The Life Cycle of Entrepreneurial Ventures*, Springer, 2006.

12 - TÜSEV, (erişim) <http://www.tusev.org.tr/tr/sosyal-yatirim/sosyal-girisimcilik-projesi>, 05.01.2015.

süredir faaliyette bulunan (start-up/kuruluş aşamasında olan) sosyal girişimlerin oranı %14'dür. Bu oran aynı yaştaki diğer SME'lerin yaklaşık 3 katıdır.<sup>13</sup>

Birleşik Krallık'da hem sivil toplum örgütü hem de şirket olarak kurulabilen sosyal girişimler yasal olarak güvence altına alınmaktadır. Şirket olarak kurulanlar ülkedeki küçük ve orta büyüklükteki işletmeler içerisinde yer almakta ve toplam SME hacminin %24'ünü oluşturmaktadır. Buna göre 2012 yılı itibarıyla ülkedeki toplam 4.768 SME'den 1.144'ü sosyal girişimdir. Bu sayıya sivil toplum örgütü şeklinde kurulan ve çoğunluğu oluşturan sosyal girişimlerde eklendiğinde sayı 70.000'i bulmaktadır.<sup>14</sup>

Sosyal girişimler konusunda temel veri bankası olan Department for Business Innovation & Skills (BIS)'in 2013 yılında yayınlanan 2012 istatistiklerine göre; sayıları 70.000'i bulan sosyal girişimler ülke ekonomisine yaklaşık 18.5 milyar£ tutarında katkı sağlamıştır. Yine aynı verilere göre ülkedeki sosyal girişimlerin istihdam miktarı 973.700 kişiye ulaşmıştır.<sup>15</sup>

Amerika Birleşik Devletleri'nde ise; güçlü ve etkili vakıfların varlığı ve üçüncü sektörün toplumsal hayattaki rolü sosyal girişimlerin gelişimi için elverişli bir ortam yaratmıştır. 1982 yılı ile 2002 yılları

arasında 501 (c) örgütü olarak ifade edilen kar amacı gütmeyen sivil toplum örgütlerinin sayısı 3 kat artmıştır.<sup>16</sup>

U.S. Department of Labor's Bureau of Labor Statistics(BLS)'ye göre ABD'de sosyal çalışma son yıllarda yükselen bir kariyer haline gelmiştir. 1990'larda New York'da genel istihdam oranı, yalnızca %4 oranında artarken, üçüncü sektörde bu artış oranı %25 olmuştur. 2008 yılında ise sosyal çalışma "social work" adı altında yaklaşık 642.000 iş olduğu belirtilmektedir.<sup>17</sup>

İtalya'da ise sosyal girişimler yasal olarak "sosyal kooperatif" şeklinde kurulmakta ve isimlendirilmektedir. İlk defa 1991 yılında yasal dayanağa kavuşan ve ilgili yasal düzenleme ile çeşitli ayrıcalıklar elde eden sosyal kooperatifler, bu dönemden sonra hızla yayılmaya başlamış ve 2008 yılına gelindiğinde aktif sosyal kooperatif sayısı 13.938'e ulaşmıştır.<sup>18</sup>

1990'ların başında İtalya'da esmeye başlayan Avrupa'daki sosyal girişimcilik dalgası, 2000'lerin başlarında Fransa'yı da vurmuştur. Bu alanda çalışan kurumların, girişimlerin sayısı artarken, girişimcilerin projelerini hayata geçirmelerini sağlayacak inkübasyon merkezleri özellikle 2000 yılından itibaren hızla yaygınlaşmıştır.<sup>19</sup> IESS

16-M.Wietzmann, *The New Nonprofit Almanac&Desk Reference: TheEssentialFactsandFiguresForManagers, Researchersand Volunteers*, San Francisco, CA: JoseyBass, 2002'den aktaran AlexNicholls, *SocialEntrepreneurship: New Models of SustainableSocialChange*, Oxford UniversityPress, 2008, s.47.

17-BLS, (erişim) <http://www.bls.gov/k12/help05.htm>, 13.01.2015

18-C.Carini, v.d., *The Italian Social Cooperatives In 2008: A Portrait Using Descriptive And Principal Component Analysis*, Working Paper No.35/12, Euricse, Italy, 2012, s.5.

19-Nevra Yaraç, "Paris'in Arı Kovanı", *Optimist Dergi*, Şubat 2013, s.26.

13-Social Enterprise UK, *Fightback Britain:A Report On The State Of Social Enterprise Survey, 2011*, s.14.

14-(erişim) [http://www.socialenterprise.org.uk/about/about-social-enterprise#what data](http://www.socialenterprise.org.uk/about/about-social-enterprise#what%20data), 03.01.2015.

15-BIS, *Small Business Survey 2012:SME Employers Report, April 2013*, (erişim) [https://www.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment\\_data/file/205291/Social\\_Enterprises\\_Market\\_Trends\\_-\\_report\\_v1.pdf](https://www.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/205291/Social_Enterprises_Market_Trends_-_report_v1.pdf), 03.01.2015.



Ulusal Gözlemevi (The Observatoire National de l'ESS) istatistiklerine göre 2012 yılı itibariyle ülkedeki işlerin %10'u sosyal girişimlerde. Bu oran ise yaklaşık 2.3 milyon ücretli çalışana/istihdama denk gelmektedir.<sup>20</sup> Eurostat verilerine göre 2012 yılı itibariyle ülkedeki aktif nüfus 28 milyon 800 bin kişidir. Buna göre, aynı yıl itibariyle sosyal girişim istihdam oranının %8 olarak gerçekleştiği söylenebilir.

Görüldüğü gibi, sosyal girişimlerin gerek istihdam katkısı, gerekse de ekonomik etkinlik bakımından gelişmiş olduğu ülkelerdeki ortak unsur; bu girişimlere ilişkin yasal düzenlemelerin mevcut olması ve yasal olarak tanınarak kurumsal bir zemine oturtulmalarıdır. Aksi takdirde Türkiye örneğinde olduğu gibi, sosyal girişimler yasaların kendilerine imkan tanıdığı sığ bir alanda faaliyetlerini sürdürmeye çalışmakta ve mevcut potansiyellerini kullanamamaktadırlar.

Türkiye'deki Ashoka üyesi toplam 22 sosyal girişim üzerinden bir değerlendirme yapmak gerekirse, dünyadaki örnekleriyle kıyaslandığında Türkiye'de tam anlamıyla bir sosyal girişim yapılanmasından bahsetmenin güç olduğunu söylemek yerinde olacaktır. Dünyadaki örnekleriyle kıyaslandığında Türkiye'de tam anlamıyla bir sosyal girişim yapılanmasından bahsetmenin güç olduğu söylenebilir. Bunun nedeni; Türkiye'de sosyal girişimlere ilişkin özel bir yasal düzenleme bulunmama-

sından ve ayrı bir tüzel kişilik olarak kabul edilmemesinden kaynaklanmaktadır. Bu nedenle Türkiye'de bireylerin sosyal girişim olarak isimlendirilebilecek kar amacı gütmeyen bir şirket kurmaları hukuken mümkün değildir. Dolayısıyla Türkiye'deki sosyal girişimler; vakıf, dernek ve kooperatif gibi farklı tüzel kişilikler olarak faaliyet göstermektedirler.

Türkiye'deki mevcut yasal düzenleme ve tüzel kişilikler sosyal girişimlerin sosyal odaklı ticari faaliyetleri için ideal yapılar değildir. Pek çok sosyal girişim ne klasik anlamda bir vakıf/dernek, kooperatif ne de şirket şeklinde işlemediğinden kendini çoğu zaman mevcut kurumsal yapıları esnetmeye ve amaçlarına uydurmaya çalışırken bulmaktadır. Bu durum, pek çok sosyal girişimi uygulamada sıkıntıya sokmaktadır. Bu konuyla yakından ilişkili olarak, çeşitli tüzel kişilikler altında işleyen sosyal girişimlerin kamuda ortak talep ve sorunlarını iletebilecekleri bir muhatap kurum bulunmamaktadır.

Bütün bu nedenler mevcut potansiyeline rağmen Türkiye'de sosyal girişimlerin yaygınlaşmamasına sebep olmaktadır. 2013 yılı itibariyle Türkiye'de vakıf, dernek veya kooperatif şeklinde örgütlenmiş Ashoka üyesi 22 sosyal girişim bulunmaktadır. Bu sayıyla Avrupa ortalamasının oldukça gerisinde olan Türkiye, Avrupa bölgesindeki Ashoka üye sayısı açısından %1,27'lik bir paya sahiptir.

Gerek sosyal girişimlere ilişkin yasal altyapının oluşturulmamış olması, gerekse de kurumsal altyapı yetersizliklerinden dolayı Türkiye'deki sosyal girişim olarak nitelenen yapılar; va-

20- Convergences, *The Barometer of Social Entrepreneurship In France and Worldwide*, Edt. Jean-Michel Severino, 2012, s.3.



kıf, dernek veya kooperatif çerçevesi dışına çıkamamakta; bu nedenle bir yandan bu girişimlere ilişkin bir kavram karmaşası yaşanırken diğer yandan da etkinlikleri sınırlandırılmaktadır.

Türkiye'de sosyal girişimcilik, sosyal girişim, kar amacı gütmeyen kuruluş, sivil toplum kuruluşu gibi kavramlar arasında çok boyutlu bir karmaşa vardır. Bu karmaşa sosyal girişimlerin tam olarak tanınmamasına sebep olmakla birlikte sosyal girişimcilerin, toplumla, kamu ve özel sektörle ilişkilerini olumsuz etkilemektedir. İşbirlikleri oluşamamakta ya da uzun süreli ortaklıklar yerine kısa süreli, maddi katkı ve sponsorluk temelli ortaklıklar kurulabilmektedir.<sup>21</sup>

### **Türkiye'de Ashoka Üyesi Sosyal Girişimlere İlişkin Bir Alan Araştırması**

Türkiye'deki Ashoka üyesi sosyal girişimlerin analiz edilmesi amacıyla yapılan bu araştırmanın evrenini, Türkiye'deki Ashoka üyesi toplam 22 sosyal girişimci (sosyal girişim sahipleri veya yönetici pozisyonundakiler) oluşturmaktadır. Araştırmanın evreni Türkiye'deki sosyal girişimlerin sayıca azlığı nedeniyle 22 sosyal girişimin tamamını kapsamaktadır.

Araştırmada yüz yüze görüşme yöntemiyle toplanan verilerin, araştırmaya katılan yöneticiler ve diğer bilgi kaynakları tarafından doğru şekilde

verilmiş bilgilerden elde edildiği kabul edilmiştir.

Araştırmada, nicel araştırma tekniklerinden alan araştırması (survey) tekniği<sup>(\*)</sup> kullanılmıştır. Bu araştırma tekniğinin kullanılmasının nedeni; sosyal girişimci veya yöneticilerinin kişisel ifadelerine dayalı bilgi edinmeye yönelik araştırma yapılmasıdır.

Araştırmada Türkiye'deki Ashoka üyesi sosyal girişimci ve yöneticilerinin bu girişimlerin başta istihdam potansiyelleri olmak üzere sosyal problemlerle mücadeledeki etkinliklerine ilişkin algılarını belirlemeye yönelik bir araştırma modeli kurgulanmıştır. Bu doğrultuda, söz konusu sosyal girişimci ve yöneticilerinin algılarının tespitine ilişkin düzenlenen görüşme formları aracılığı ile analiz yapılmıştır.

Örnekleme grubunun belirlenmesinde basit tesadüfi örnekleme yöntemi<sup>22</sup> kullanılmıştır. Basit tesadüfi örnekleme yöntemi ile uygulanacak görüşme formu sayısının tespit edilmesi için gerekli formülasyon aşağıdaki gibidir:

$$n = \frac{z^2 N p q}{z^2 p q + d^2 (N - 1)}$$

Burada n, uygulanacak görüşme formu sayısını; N evrendeki toplam firma sayısını (N= 90); z

<sup>22</sup>-Ali Balcı, *Sosyal Bilimlerde Araştırma: Yöntem, Teknik ve İlkeler*, 4. Baskı, Ankara, PegemA Yayınları, 2004, s. 95.

21 - Nevra Yaraç, a.g.m., s.93.

(\*) **Alan Araştırması (Survey) Tekniği:** Sosyal bilimlere ilişkin pozitivist yaklaşım içinde geliştirilmiş olan, sosyal dünya hakkında nicel enformasyon üreten, insanların ya da sosyal dünyanın görünümünü betimleyen araştırma tekniğidir. Alan araştırmalarında, cevaplayıcılar olarak adlandırılan çok sayıda insana inançları, fikirleri, karakteristikleri ve geçmiş ya da şimdiki davranışları hakkında sorular sorulmaktadır. Daha ayrıntılı bilgi için bkz.: Elif Kuş, *Nicel- Nitel Araştırma Teknikleri: Sosyal Bilimlerde Araştırma Teknikleri Nicel mi? Nitel mi?*, Ankara, Anı Yayınları, 2003, s.44- 47.

istatistiksel güvenilirlik düzeyini (%5 anlamlılık düzeyinde  $z = 1.96$ ), d hata payını ( $d = 0.052$ ), p.q varyansı ( $p.q = 0.25$ ) göstermektedir.

Yukarıdaki formülasyon sonucuna göre araştırmada %5 anlamlılık düzeyinde ve 0.05 hata payıyla araştırmaya toplam 22 sosyal girişimciye 21 kişi dahil edilebilmiştir.

Araştırma sonucunda toplanan verilerin istatistiksel analizi ve yorumlanması için ise SPSS 21.0 (Statistical Packages For Social Sciences) paket programı kullanılmıştır.

**Tablo 1:** Türkiye'de Ashoka Üyesi Sosyal Girişimlerin İllere Göre Dağılımı

No	Sosyal Girişimci	Organizasyon
<b>İSTANBUL</b>		
1.	Şengül Akçar	KEDV (Kadın Emegini Değerlendirme Vakfı)
2.	Güneşin Aydemir	Buğday Ekolojik Yaşamı Destekleme Derneği
3.	Nevin Eracar	Otistikler Derneği
4.	Senem Gül	İlkadım Kadın Kooperatifi
5.	Korhan Gümüş	İnsan Yerleşimleri Derneği
6.	Yusuf Kulca	Umut Çocukları Derneği
7.	Ercan Tural	Alternatif Yaşam Derneği
8.	Zeynep Uluer	Özel Sektör Gönüllüleri Derneği
9.	Nejat Ünlü	Pozitif Yaşam Derneği
10.	Bedriye Hülya	B-Fit
11.	Şehnaz Layikel	RUSİHAK (Ruh Sağlığında İnsan Hakları Girişimi Derneği)
12.		TEMA
<b>DIYARBAKIR</b>		
13.	Naşide Buluttekin	Umut İşığı Kadın Kooperatifi
14.	Nebahat Akkoç	KAMER Vakfı
<b>ANKARA</b>		
15.	Halime Güner	Uçan Süpürge
16.	İbrahim Betil	Toplum Gönüllüleri Vakfı
17.	Nasuh Mahruki	AKUT (Arama Kurtarma Derneği)
<b>DÜZCE</b>		
18.	Selma Demirelli	Nikâfer Kadın Kooperatifi
<b>ERZURUM</b>		
19.	Nazmi İlicah	Doğu Anadolu Tarımsal Üreticiler ve Besiciler Birliği
<b>İZMİR</b>		
20.	Yasemin Kılıç	Ekolojik Tarım Organizasyonu Derneği
<b>VAN</b>		
21.	Mustafa Sarı	Doğa Gözcüleri Derneği
<b>MARDİN</b>		
22.	Berna Yağcı	İpek Yolu Kadın Kooperatifi

## Araştırma Sonucunda Elde Edilen Bulgular ve Değerlendirme

Türkiye'de Ashoka üyesi sosyal girişimlerin illere göre dağılımı Tablo 1'de gösterildiği gibidir. Buna göre %54,5'lük payla büyük çoğunluğun İstanbul'da faaliyet gösterdiği görülmektedir. İstanbul'dan sonra ise %13,6'lık payla Ankara ve %9 'luk payla Diyarbakır gelmektedir.

Türkiye'deki Ashoka üyesi sosyal girişimlerin yönetici ve/veya girişimcilerinin demografik özellikleri ile eğitim düzeylerine ilişkin dağılımı ise Tablo 2'de verilmiştir.

**Tablo 2:** Sosyal Girişimci/Yönetici Demografik Özelliklerine Göre Dağılımı

Yaş Grupları	Frekans	Yüzde
25-34	3	14,3
35-44	6	28,6
45-54	7	33,3
55-64	4	19,0
65 yaş ve üstü	1	4,8
<b>Toplam</b>	<b>21</b>	<b>100,0</b>
<b>Cinsiyet</b>	<b>Frekans</b>	<b>Yüzde</b>
Kadın	10	47,6
Erkek	11	52,4
<b>Toplam</b>	<b>21</b>	<b>100,0</b>
<b>Medeni Durum</b>	<b>Frekans</b>	<b>Yüzde</b>
Evlü	8	38,1
Bekar	13	61,9
<b>Toplam</b>	<b>21</b>	<b>100,0</b>
<b>Eğitim Düzeyi</b>	<b>Frekans</b>	<b>Yüzde</b>
Ortaokul	1	4,8
Yüksekokul	3	14,3
Üniversite	10	47,6
Yüksek lisans	6	28,6
Doktora	1	4,8
<b>Toplam</b>	<b>21</b>	<b>100,0</b>

Buna göre, sosyal girişimcilerin yaş grupları itibarıyla dağılımı incelendiğinde, 45-54 yaş arası girişimcilerin %33,3 ile çoğunluğu oluşturduğu, 35-44 yaş arası girişimcilerin ise %28,6 ile ikinci sırada yer aldığı görülmektedir. Bununla birlikte yine tablodaki verilerden hareketle, 25-34 yaş gurubundaki ve 65 yaş üstü bi-

reylerin sosyal girişimci olma yönündeki eğilimlerinin düşük olduğu söylenebilir.

Sosyal girişimciler cinsiyet dağılımları itibarıyla incelendiğinde ise, %52,4 erkek ve %47,6 kadın olmak üzere, eşit dağılım sergilediği görülmektedir. Medeni durumları itibarıyla ise %61,8'inin bekar olduğu görülmektedir. Buradan hareketle evliliğin sosyal girişimci olma yönündeki eğilimi sınırladığı söylenebilir.

Türkiye'deki sosyal girişimcilerin demografik profili eğitim düzeyleri itibarıyla incelendiğinde ise; %81'inin üniversite ve üstü eğitim düzeylerinde olduğu görülmektedir. Dünyadaki örnekleriyle kıyaslandığında benzer bir profil sergileyen yüksek eğitim düzeyleri Türkiye'deki sosyal girişimciler için de geçerlidir.

Türkiye'deki Ashoka üyesi sosyal girişimci/yöneticilerin demografik özellikleri belirlendikten sonra sosyal girişimci olma dışında farklı bir işte çalışıp çalışmadıkları sorgulanmıştır.

**Tablo 3:** Sosyal Girişimci/ Yöneticilerin Farklı İşte Çalışma Durumlarına Göre Dağılımı

Çalışma Durumu	Frekans	Yüzde
<b>Sosyal Girişim Dışında Farklı Sektörlerde de Çalışanlar</b>		
Kamu	2	9,5
Özel	6	28,6
Serbest Çalışan	2	9,5
Sadece Sosyal		
Girişimde Çalışanlar	11	52,4
<b>Toplam</b>	<b>21</b>	<b>100,0</b>

Tablo 3'te de görüldüğü gibi, Türkiye'deki Ashoka üyesi sosyal girişimcilerin %52,4'ü sadece sosyal girişim faaliyetlerini yürütmekte, bunun dışında farklı bir işte çalışmamaktadır.

**Tablo 4:** Sosyal Girişimlerin Faaliyet Alanlarına Göre Dağılımı

Faaliyet Alanları	Frekans	Yüzde
Yurttaş Katılımı	8	38,1
Ekonomik Kalkınma	3	14,3
Çevre	3	14,3
Sağlık	2	9,5
İnsan Hakları	5	23,8
<b>Toplam</b>	<b>21</b>	<b>100,0</b>

Buradan hareketle bu bireylerin sosyal girişimciliği asıl iş olarak gördükleri söylenebilir.

Sosyal girişimcilerin %47,6'sı ise sosyal girişimcilik dışında piyasada farklı işlerle uğraşmaktadır. Bunlardan özel sektörde çalışanlar %28,6 ile çoğunluğu oluştururken, serbest çalışanlar ile kamu sektöründe çalışanlar aynı oranla %9,5'dir.

Türkiye'deki Ashoka üyesi sosyal girişimler faaliyet alanları itibarıyla dağılıma tabi tutulduğunda Tablo 4'te de görüldüğü gibi, yurttaş katılımı bir diğer ifadeyle sivil katılımının %38,1 ile çoğunluğu oluşturduğu görülmektedir.

Yurttaş katılımını ise sırasıyla %23,8 ile insan hakları, %14,3'lük aynı oranla ekonomik kalkınma ve çevre ve son olarak %9,5'lik oranla sağlık izlemektedir.

Sosyal girişimler kuruluşları gereği asıl finansman kaynağını bir şirket mantığı ile kazanılmış gelirden elde etmelerine rağmen, farklı finansman kaynaklarına da ihtiyaç duyarlar. Çünkü daha önce de ifade edildiği gibi, sosyal girişimler ne tam anlamıyla özel sektörde faaliyet gösteren kar amaçlı bir şirket, ne de tamamen üçüncü sektörde faaliyet gösteren ve bağışlarla faaliyetlerini yürüten bir hayır kurumudur.

**Tablo 5:** Sosyal Girişimlerin Asıl Finansman Kaynaklarına Göre Dağılımı

Asıl Finansman Kaynağı	Frekans	Yüzde
Bağışlar	13	61,9
Kazanılmış Gelir	6	28,6
Ashoka	1	4,8
Özel Kuruluşlar ile Ortaklıklar	1	4,8
<b>Toplam</b>	<b>21</b>	<b>100,0</b>

Tablo 5'te ise Türkiye'deki Ashoka üyesi sosyal girişimlerin asıl finansman kaynaklarına göre dağılımları verilmiştir. Buna göre %61,9 ile büyük çoğunluğun asıl finansman kaynağını bağışlar oluşturmaktadır. Bu durum Türkiye'deki sosyal girişimlere ilişkin yasal altyapının kurulmamış olmasından kaynaklanmaktadır. Daha önce de ifade edildiği gibi, Türkiye'de sosyal girişim olarak nitelenen yapılanmalar vakıf, dernek, kooperatif v.b. olarak kurulabilmekte ve yasal statülerini bu sivil toplum kuruluşlarının yasal yapılanmalarına uyarlamak zorunda kalmaktadır.

Bu nedenle de Tablo 5'te görüldüğü gibi asıl finansman kaynağı çoğunlukla kazanılmış gelir değil bağışlar şeklinde ortaya çıkmaktadır.

Tablo 6'da ise Türkiye'deki sosyal girişimlerin örgütlenme biçimlerine göre, dağılımı verilmiştir. Buna göre araştırma evrenindeki Ashoka üyesi 21 sosyal girişimden çoğunluğu %57,1'i dernek niteliğinde faaliyetlerini yürütürken, %19'u vakıf, %14,3'ü

**Tablo 6:** Sosyal Girişimlerin Örgütlenme Biçimlerine Göre Dağılımı

Örgütlenme Biçimi	Frekans	Yüzde
Vakıf	4	19,0
Dernek	12	57,1
Kooperatif	2	9,5
Şirket	3	14,3
<b>Toplam</b>	<b>21</b>	<b>100,0</b>

şirket ve son olarak %9,5'i kooperatif olarak faaliyetlerini yürütmektedir.

Türkiye'de sosyal girişimlerin yasal olarak tanınmamasının bir diğer olumsuz getirisi, sosyal girişim, sosyal girişimci ve sosyal girişimcilik kavramlarının belirsizliğini sürdürmesi olmaktadır. Bu belirsizlik sosyal girişimcilerin kendisine de yansımakta, sektörel konumlarına ilişkin algılarının değişmesine sebep olmaktadır.

**Tablo 7:** Sosyal Girişimlere İlişkin Sektörel Konum Algısı

Sektörel Konum	Frekans	Yüzde
Özel Sektör	2	9,5
Üçüncü Sektör	13	61,9
Bu üç sektörün kesişimi (Hybrid Sektör)	6	28,6
<b>Toplam</b>	<b>21</b>	<b>100,0</b>

Tablo 7'de Türkiye'deki Ashoka üyesi sosyal girişimcilerin sosyal girişimlerinin dahil olduğu sektörel konumlarına ilişkin algıları ölçülmüştür. Buna göre %61,9'luk oranla sosyal girişimcilerin büyük çoğunluğu üçüncü sektörde faaliyet gösterdiklerini söylemekte buna karşılık kamu-özel ve üçüncü sektörün kesişimini ifade eden hybrid sektörde faaliyet gösterdiklerini ifade edenlerin oranı %28,6'dır.

Son olarak Tablo 8'de verilen sosyal girişimlerde çalışanların nitelik düzeylerine ilişkin dağılım incelendiğinde ise sosyal girişimlerde çalışanların büyük çoğunluğunu profesyonel/beyaz yakalı bireylerin oluşturduğu görülecektir.

Tablo 8'de de görüldüğü gibi araştırma evrenindeki sosyal girişimlerde çalışan ücretli sayısı 188, gönüllü sayısı ise 10 bin 175 kişidir. Gönüllülerin %97,6'lık oranla tamamına yakını profesyonel/

**Tablo 8:** Sosyal Girişimlerde Çalışanların Nitelik Düzeyleri İtibariyle Dağılımı

	Ücretli Sayısı		Gönüllü Sayısı	
	Frekans	Yüzde	Frekans	Yüzde
Profesyoneller /Beyaz Yakalı (Yönetici, Başkan, Uzman, v.s.)	85	45,2	9928	97,6
Dezavantajlılar (Düşük eğitilmiş, Vasıfsız, Engelli, v.s.)	18	9,6	132	1,3
Mavi Yakalı (Sekreter, Ofis Elemanı, Hizmetliler, v.s.)	85	45,2	115	1,1
<b>Toplam</b>	<b>188</b>	<b>100,0</b>	<b>10175</b>	<b>100,0</b>

beyaz yakalı bireylerden oluşmaktadır. Ücretlilerde ise profesyonel/beyaz yakalı ile mavi yakalı istihdam oranları %45,2 ile aynı oranda seyretmekte, dezavantajlılar ise %9,6'da kalmaktadır.

### Sonuç

Kurumsal sosyal sorumluluk anlayışının gelişimiyle birlikte özel sektörün, üçüncü sektörün yükselişiyle birlikte de kar amacı gütmeyen kuruluşların dahil olduğu sosyal sorunlarla mücadele sürecine daha etkin ve köklü çözümler üretme arayışı, her iki sektörü birbirine yakınlaştırmıştır. Bu bağlamda üçüncü sektörde yer alan ve sosyal alanda önemli girişimlere imza atarak buradan kar elde eden, dolayısıyla hem yaptıkları faaliyetler açısından hem de bunları paydaşlarıyla daha etkin bir şekilde paylaşabilmeleri açısından daha etkin olan sosyal kar amaçlı örgütler şeklindeki yapılanmaların ortaya çıktığı görülmektedir.

Başlangıçta sosyal kar amaçlı örgütler şeklinde ortaya çıkan sosyal girişimler; bir yandan sağladıkları istihdam imkanları, diğer yandan da birer piyasa aktörü olarak ekonomik büyümeye katkıda bulunmaları ve sosyal sorunlarla mücadelede kamunun

üzerindeki yükü hafifletmeleri bakımından Türkiye için önemli potansiyelleri bulunan yeni bir model olarak öne çıkmaktadır. Bununla birlikte, dünyadaki örnekleriyle kıyaslandığında Türkiye'de tam anlamıyla bir sosyal girişim yapılanmasından bahsetmenin güç olduğunu söylemek yerinde olacaktır. Gerek sosyal girişimlere ilişkin yasal altyapının oluşturulmaması, gerekse de kurumsal yapılanmanın yetersizliğinden dolayı Türkiye'deki sosyal girişim olarak nitelenen yapılar; vakıf, dernek veya kooperatif çerçevesi dışına çıkamamakta, bu nedenle de mevcut potansiyellerini kullanamamaktadır.

Sosyal girişimlerin Türkiye'de hukuki ve kurumsal altyapısının oluşturulması, istihdamda ve işgücüne katılımda olumlu bir artışa yol açabilir. Sosyal girişimlerin özellikle kadınlar ve engelliler başta olmak üzere dezavantajlı grupları hedef aldığı düşünüldüğünde, olumlu etkileri daha da büyük olacaktır. Bu kişilerin esnek çalışmanın yaygın olduğu sosyal girişimlerin üretim birimlerinde istihdam imkânlarının artması; kısa vadede işgücüne katılma oranı üzerinde olumlu bir etki yaratabilecek, uzun vadede ise bu artış istihdam oranını arttıracaktır.

## KAYNAKÇA

- Alex Nicholls, *Social Entrepreneurship: New Models of Sustainable Social Change*, Oxford University Press, 2008, s.47.
- Ali Balcı, *Sosyal Bilimlerde Araştırma: Yöntem, Teknik ve İlkeler*, 4. Baskı, Ankara, PegemA Yayınları, 2004, s. 95.
- BIS, *Small Business Survey 2012: SME Employers Report*, April 2013; (erişim) [https://www.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment\\_data/file/205291/Social Eterprises\\_Market\\_Trends\\_-\\_report\\_v1.pdf](https://www.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/205291/Social_Eterprises_Market_Trends_-_report_v1.pdf), 03.01.2015.
- BLS, (erişim) <http://www.bls.gov/k12/help05.htm>, 13.01.2015.
- C.Carini, v.d., *The Italian Social Cooperatives In 2008: A Portrait Using Descriptive And Principal Component Analysis*, Working Paper No.35/12, Euricse, Italy, 2012, s.5.
- Convergences, The Barometer of Social Entrepreneurship In France and Worldwide*, Edt. Jean-Michel Severino, 2012, s.3.
- Çağrı Bulut, v.d., "Sosyal Girişimciliğin Kavramsal Çerçevesi", *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 7:2, 2012, s.71.
- David Bornstein, Susan Davis, *Social Entrepreneurship: What Everyone Needs To Know*, Oxford Press, 2010, s.1.
- James Austin, Howard Stevenson, Jane Wei-Skillern, "Social and Commercial Entrepreneurship: Same, Different and Both?", *Journal of Entrepreneurship Theory and Practice*, Vol 30, Issue 1, 2006, s.12. Helen Haugh, *Nonprofit Social Entrepreneurship. The Life Cycle of Entrepreneurial Ventures*, Springer, 2006.
- Johanna Mair, Ignasi Marti, "Social Entrepreneurship Research: A Source of Explanation, Prediction, and Delight", *Journal of World Business*, Volume 41, 2006, s.39.
- Matthew Bishop ve Michael Green, *Philanthrocapitalism*, A&C Black, London, 2010.
- Muhammed Yunus, Karl Weber, *Sosyal İşletme Kurmak*, Doğan Kitap Yayınları, 2012, s.27.
- Nevra Yaraç, "Paris'in Arı Kovanı", *Optimist Dergi*, Şubat 2013, s.26.
- Paul C.Light, *The Search for Social Entrepreneurship*, Brookings Institution Press, Washington, 2008, s.89.
- Senem Besler, "Sosyal Girişimcilik", *Sosyal Girişimcilik*, Eds.Senem Besler, Beta Yay., İstanbul, 2010, s.3.
- Social Enterprise UK, Fightback Britain: A Report On The State Of Social Entreprise Survey*, 2011, s.14.
- Tevfik Başak Ersen, "Sosyal Girişim Kapitalizmin Krizinden Çıktı", *Optimist Dergisi*, Yıl:1, Sayı:02, Şubat 2013, s.97-98.
- TÜSEV, (erişim) <http://www.tusev.org.tr/tr/sosyal-yatirim/sosyal-girisimcilik-projesi>, 05.01.2015.