



SOCIAL MENTALITY AND RESEARCHER THINKERS JOURNAL

Open Access Refereed E-Journal & Refereed & Indexed

ISSN: 2630-631X



Social Sciences Indexed

www.smartofjournal.com / editorsmartjournal@gmail.com

March 2019

Article Arrival Date: 29.01.2019 Published Date:15.03.2019 Vol 5 / Issue 17 / pp:535-543

SOSYAL İNOVASYON OLGUSUNUN KAVRAMSAL ANALİZİ VE İŞLETMELERİN SOSYAL İNOVASYON UYGULAMALARI

CONCEPTUAL ANALYSIS OF SOCIAL INNOVATION AND SOCIAL INNOVATION
APPLICATIONS OF BUSINESSES

Öğr.Gör.Dr. Beyza ERER

Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu, Yönetim ve Organizasyon Bölümü, beyzaerer@selcuk.edu.tr,
Konya/Türkiye

ÖZET

Günümüzde değişen yaşam koşulları ile birlikte ekonomik, sosyal, kültürel ve çevresel alanlarda birçok sorun yaşanmaktadır. Ülkelerin ve toplumların söz konusu sorunlara çözüm bulmasında ve ihtiyaçlarının giderilmesinde sosyal inovasyon önemli bir araç olarak karşımıza çıkmaktadır. İnovasyonun özel bir türü olan sosyal inovasyonun temel amacı sosyal refahı sağlayarak bireylerin ve toplumların yaşam kalitesini arttırmaktır. Özellikle küreselleşen Dünyada sosyal konularda yaşanan sorunların çeşitliliği arttıkça sosyal inovasyon uygulamalarına duyulan gereksinimlerde artmaktadır.

Giderek çeşitlilik gösteren sosyal sorunlara karşı çözüm bulmada, tek bir uygulamanın yeterli olmadığı ve farklı inovatif yaklaşımların kullanılması gerektiği kabul edilmektedir. Bu nedenle sosyal inovasyon uygulamaları daha önemli hale gelmektedir. Sosyal inovasyonun artan bu önemi doğrultusunda, çalışmanın amacı sosyal inovasyon kavramını açıklamak ve Türkiye’de işletmeler tarafından hayata geçirilen sosyal inovasyon uygulamalarını incelemektir. Böylelikle farklı temalarda gerçekleştirilen sosyal inovasyon uygulamalarının benzer sorunlar yaşayan toplumlara katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Bu kapsamda, çalışmada nitel araştırma yöntemlerinden biri olan doküman incelemesi yapılmıştır. Elde edilen sonuçlara göre, gerçekleştirilen sosyal inovasyon uygulamalarının toplumsal sorunlara çözüm üretmesinin ve toplumsal ihtiyaçları karşılamasının yanı sıra önemli ölçüde toplumsal farkındalığı arttırdığı saptanmıştır.

Anahtar Kelimeler: İnovasyon, Sosyal İnovasyon, Sosyal İşletmecilik

ABSTRACT

Today, there are many problems in economic, social, cultural and environmental areas with the changing living conditions. Social innovation is an important tool for countries and societies to solve these problems and to meet their needs. The main purpose of social innovation which is a special type of innovation, is to improve the quality of life of individuals and society by providing social welfare. Especially in the globalizing world, as the diversity of problems in social issues increases, the requirements for social innovation applications increase.

It is accepted that a single application is not enough and different innovative approaches should be used in finding a solution to the increasing social problems. Therefore, social innovation practices become more important. In line with the increasing importance of social innovation, The aim of the study is to explain the concept of social innovation and examine the social innovation practices implemented by business in Turkey. Thus, it is thought that social innovation practices in different themes will contribute to societies with similar problems. In this context, document review which is one of the qualitative research methods has been made. According to the results obtained, It has been found that social innovation practices have increased social awareness as well as providing solutions to social problems and meeting social needs.

Key Words: Innovation, Social Innovation, Social Business

1. GİRİŞ

Doğal kaynakların her geçen gün hızlı bir şekilde azalması, çevreye verilen zararların artması, iklim değişikliklerinin yaşanması, kontrolsüz nüfus artışları ve bu duruma bağlı olarak tüketimin artması, ekonomik krizler, göç, yoksulluk, işsizlik, eşitsizlik, aile içi şiddet, çocuk evlilikleri ve uluslararası terörizm gibi olayların artması, uyuşturucu ve benzeri maddelerin kullanımının yaygınlaşması ve kullanım yaşının giderek düşmesi gibi nedenler ve özellikle kırsal kesimlerde yaşanan temel sağlık ve eğitim hizmetlerindeki yetersizlikler dünyanın dengesini bozmaktadır. Bozulan bu denge ile birlikte toplumda önemli sorunlar ortaya çıkmakta ve hatta toplumlar geleceklerinden hiç olmadığı kadar endişe duymaktadırlar.

Değişimin temel ihtiyaç olarak kabul edildiği günümüzde, bütün dünya bu çevresel ve toplumsal sorunlara karşı yenilikçi çözümler üretmek ve insan, toplum ve gezegen için sürdürülebilir bir yaşam

sağlamak üzere çeşitli girişimlerde bulunmaktadır. Sosyal inovasyon olarak nitelendirilen bu girişimler; bireysel sosyal girişimciler, birkaç bireyden oluşan gruplar, ortak amacı olan sosyal topluluklar, kamu kurumları, dernekler, vakıflar, kâr amacı gütmeyen işletmeler tarafından gerçekleştirilirken kâr amacı güden işletmeler tarafından da gerçekleştirilmektedir. Ayrıca kamu-özel sektör işbirliği şeklinde de gerçekleştirilen sosyal inovasyon uygulamalarına rastlamak mümkündür. Bu kapsamda, toplumun her kesimi tarafından uygulama imkânı bulan sosyal inovasyon anlayışı gün geçtikçe hem pratikte hem de teorikte daha fazla yer almakta ve sosyal sorunlara karşı farkındalık oluşturarak toplumsal bir bilinç oluşturmaya hedeflemektedir.

Bu süreçlerin odağında hiç şüphesiz işletmeler önemli yer tutmakta ve işletmelere büyük görevler düşmektedir. Çünkü sosyal sorunlara karşı oluşturulacak destek toplumun refah seviyesini arttırmayı ve çevresel sorunlara karşı çözümler üretmeyi amaçlayan bazı yenilikleri bünyesinde barındırmaktadır. Bu yenilikler bazen çevreye daha az zarar vermek ve çevreyi korumak için yüksek maliyetlere katlanarak mekanik sistemlerde değişiklikler yaparak, bazen yardımlaşma, bağış, eğitim ve kültürel konularda desteklerde bulunarak, bazen de istihdam sağlayarak gerçekleştirilmektedir. İşletmeler başarılı sosyal inovasyonlar sonucunda hem sosyal sorunlara yenilikçi çözümler getirerek toplumsal fayda yaratmakta hem de tanınma, marka bilinirliğini artırma, daha fazla müşteri çekme gibi kişisel amaçlarını yerine getirerek ticari bir başarı elde etmektedirler.

Çalışmada inovasyonun ürün, süreç, hizmet, teknolojik, organizasyonel ve pazarlama boyutlarına değinilmeyecek olup inovasyonun sosyal boyutu ele alınacaktır. Bu bağlamda çalışmanın amacı toplum yararına yapılan inovasyonun yani “sosyal inovasyonun” kavramsal biçimini tanımlamak ve Türkiye’de işletmeler tarafından hayata geçirilen sosyal inovasyon uygulamalarına yer vererek yeni ve farklı uygulamaların gerçekleştirilmesine katkıda bulunmaktadır.

2. SOSYAL İNOVASYON

Sosyal inovasyon kavramının, ilk defa 19. yüzyılın sonlarına doğru Max Weber tarafından ortaya atıldığı belirtilmektedir. Ancak ekonomik etkinliği sağlamada teknolojik inovasyonlara paralel olarak sosyal inovasyonların da birlikte ele alınma gerekliliği, 1930’larda Joseph Schumpeter tarafından gündeme getirilmiştir (Bulut vd., 2013: 122). 2000’li yıllarda ise giderek yaygın kullanılan bir olgu haline gelmiştir. Özellikle 2006 yılında Bangladeşli ekonomi profesörü ve bankacı Muhammed Yunus’un gelir seviyesi düşük ihtiyaç sahipleri için ortaya koyduğu mikro kredi projesi ile Nobel Ödülü olarak sosyal inovasyonda önemli bir aşama kaydedilmiştir. Başta ABD, Kanada ve Avrupa’daki kuruluşlar olmak üzere çeşitli ülkelerdeki kuruluşlar sosyal inovasyon ve girişimler için programlar ve merkezler oluşturmaya başlamışlardır (Şekerdil, 2016: 75). Son yıllarda ise akademik araştırmalara, şirket çalışmalarına, kamuoyu ve etik tartışmalara daha sık konu olan sosyal inovasyon kavramı bağımsız bir araştırma alanı olarak gelişmeye başlamıştır.

2.1. Sosyal İnovasyonun Tanımı ve Kapsamı

İnovasyon, “yeni ve önemli ölçüde değiştirilmiş ürün (mal ya da hizmet) veya sürecin, yeni ya da ileri bir pazarlama yönteminin veya yeni bir organizasyonel yönteminin işletme içi uygulamalarda, iş yeri organizasyonunda veya dış ilişkilerde uygulanmasıdır” (Oslo Manuel, 2005). İnovasyonun tanımından da anlaşılacağı üzere inovasyon kelime anlamı olarak yenilik yapmak anlamına gelmektedir. Burada yenilik yapmak; tamamen yeni bir ürün, hizmet, fikir ya da süreç biçiminde olabileceği gibi var olanı daha da ileri boyutlara taşımak yani geliştirmek şeklinde de olabilmektedir (Yeşilkaya ve Yıldız, 2018: 83). Ancak söz konusu bu yenilik tam anlamıyla inovasyon kavramını karşılamamaktadır. Ortaya çıkarılan bu yeniliğin inovasyon olarak nitelendirilebilmesi için pazarlanabilmesi, ticarileştirilmesi ve yaygınlaştırılması gerekmektedir (Bromley, 2004: 456). Birçok disiplinde ilgi gören “sosyal inovasyon” kavramı ise inovasyonun özel bir türüdür. Çünkü sosyal inovasyon literatürü, inovasyonun yalnızca ekonomik bir sistem olmadığını ayrıca toplumsal ve çevresel sorunların çözümlenmesine, çevrenin korunmasına, toplumun her alanında eşitliğin sağlanmasına ve istihdam imkânının yaratılmasına yardımcı olan toplumsal bir sistem olduğu

düşüncesini esas almaktadır (Bailach ve Marti, 2017: 479). Yani sosyal inovasyonun diğer inovasyon çeşitlerinden ayrılan yönü, inovasyon sürecinde temel amacın ekonomik bir kazanç sağlamaktan ziyade toplumsal refahı iyileştirerek yeniliğe odaklanması şeklinde ifade edilmektedir (Toprak, 2018: 1).

Sosyal inovasyon bilim dünyasında yeni olmamasına rağmen son yıllarda öne çıkan bir kavram olup birçok akademisyen ve çeşitli kuruluşlar tarafından araştırılmaktadır. Özellikle sosyal ve ekonomik çalışmalarda çok fazla kullanılan sosyal inovasyon olgusu anlaşılmaya çalışılmakta ve diğer inovasyon çeşitlerinde olduğu gibi her defasında yeniden tanımlanmaktadır. Bu kapsamda, Mumford (2002) sosyal inovasyonu, toplumsal sistem içinde bireyler arasındaki ilişkilere ya da kamu yararı sağlayacak sosyal etkileşimlere yönelik yeni fikirlerin geliştirilmesi ve bu fikirlerin uygulanması olarak tanımlamıştır. Mulgan (2006)'nın tanımına göre sosyal inovasyon; toplumsal ihtiyaçları karşılamak amacıyla motive edilen ve çoğunlukla birincil amacı sosyal yani toplum için fayda yaratmak olan organizasyonlar tarafından geliştirilen ve yaygınlaştırılan yenilikçi faaliyetler veya hizmetlerdir. Phills vd. (2008) çalışmalarında sosyal inovasyonu, sosyal bir soruna daha etkili, verimli, sürdürülebilir bir çözüm üretmek ya da mevcut çözümlerden yola çıkarak bireylerden ziyade bir bütün olarak toplum için sosyal değer yaratma olarak ifade etmişlerdir. Pol ve Ville (2009)'e göre sosyal inovasyon; yaşam kalitesinde ve/veya yaşam süresinde olumlu etkiler yaratan yeni fikirlerin oluşturulmasıdır. Westley ve Antadze (2010) sosyal inovasyonu; sosyal dirence katkıda bulunmak için sosyal sistem içerisindeki temel rutinleri, kaynak ve otorite akışını değiştirecek yeni ürün, süreç ve programlar olarak tanımlamıştır. Caulier-Grice vd. (2012) sosyal inovasyonu; belirli bir sosyal ihtiyacı mevcut çözümlerden farklı ve yeni (ürünler, hizmetler, modeller, pazarlar, süreçler vb.) çözümlerle daha etkili karşılanması ve yeteneklerin ya da ilişkilerin geliştirilerek varlıkların daha iyi kullanılması şeklinde tanımlamışlardır. Cajaiba-Santana (2014) sosyal inovasyonun yalnızca ekonomik ve teknik bir işlem olmadığını ve her şeyden önce sosyal bir olay olduğunu belirterek sosyal inovasyonu; toplumsal ihtiyaçları karşılamak ve bireylerin yaşam kalitesini arttırmak için yeni sosyal uygulamalar yaratma olarak kavramsallaştırmıştır. Avrupa Komisyonunun yayınlamış olduğu BEPA (2014) raporunda ise sosyal inovasyon; sosyal ihtiyaçları alternatiflerine göre daha etkili bir biçimde karşılayarak sosyal ilişkiler oluşturan yeni fikir, ürün, hizmet ve modeller şeklinde ifade edilmiştir.

Tüm bu tanımlardan yola çıkarak sosyal inovasyon; bireyin veya toplumun sosyal ihtiyaçlarını karşılamak ve sorunlarına çözüm bulmak amacıyla yeni ya da iyileştirilmiş fikirlerin, etkinliklerin, girişimlerin, ürünlerin, hizmetlerin veya süreçlerin geliştirilmesini, uygulanmasını ve yaygınlaştırılmasını sağlayan ve böylece toplumun yaşam kalitesini arttıran yenilikler olarak tanımlanabilir.

Yapılan tanımlar ve literatür incelendiğinde sosyal inovasyona ait çeşitli özellikler ortaya çıkmaktadır. Bu özellikler şu şekildedir (Caulier-Grice vd., 2012: 7; Koç, 2010: 211; Şekerdil, 2016: 78);

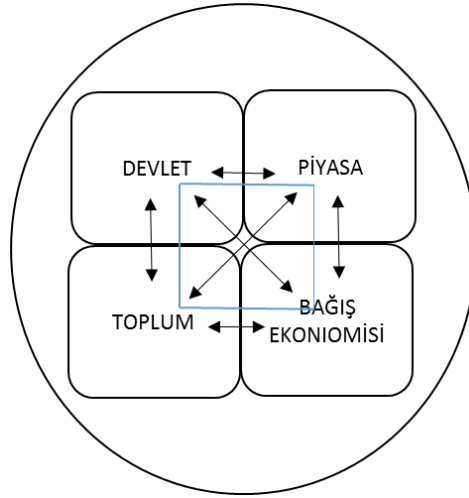
- Belirlenmiş sosyal ihtiyaçlar ve sorunlar üzerine geliştirilmektedirler.
- Sektörde, alanda, piyasada, bölgede veya kullanıcı için yeni oluşumlardır ya da önemli ölçüde değiştirilmiş veya iyileştirilmiştir.
- Uygulamaya geçilebilir, yönetilebilir ve ekonomik katkı sağlayan yeniliklerdir.
- Toplumun faaliyet kapasitesine arttırmaya yöneliktir.
- Sosyal girişimciler ve sosyal girişimleri gerekli kılar.
- Uzun ömürlü ve dayanıklıdır.
- Sosyal farkındalık ve desteğe gereksinim duyarlar.
- Medya ve teknoloji gibi bazı alt yapı faktörleriyle desteklenmesi gerekmektedir.

- Toplumun çok farklı unsurları aynı çatı altında buluşturabilir.
- Yüksek risk yani belirsizlik vardır. Sosyal bir konu olduğundan dolayı herhangi bir başarısızlık durumunda toplumu da bu durumdan olumsuz bir şekilde etkileyebilir.
- Aşağıdan yukarıya doğru işleyen ters bir hiyerarşik bir yapıya sahiptir; halkında dâhil olduğu bir örgüt tarafından geliştirilebilir.

Sosyal inovasyonlar hem çıktı hem de süreç olarak sosyal bir olgu olduğundan dolayı birçok farklı alanda kendini göstermektedir. Bu kapsamda sosyal inovasyonun odaklandığı alanlar şunlardır (Eren, 2010: 27-28): yoksulluğun azaltılması, bölgeler arası eşitsizliğin ve gelir dağılımı adaletsizliğinin ortadan kaldırılması, toplumun refah seviyesinin artırılması, eğitim sorunlarına çözüm bulunması, yeni iş imkânlarının yaratılması, yaşlanan nüfus için bakım, destek ve barınma imkânlarının sağlanması, bireylerin temel ihtiyaç kaynaklarına ulaşmalarının sağlanması, mevcut yöntemlerle çözülmeyen davranış problemleriyle (obezite, kötü beslenme, hareketsizlik, alkol, ilaç ve uyuşturucu bağımlılığı vb.) ve sağlık sorunlarıyla mücadele edilmesi, genç nüfusun problemlerine karşı desteğin sağlanması, çevre kirliliği, su kaynaklarının tükenmesi, biyolojik çeşitliliğin kaybolması, nesli tükenmekte olan hayvanlar gibi ekolojik sistemlere zarar verecek konulara yenilikçi yöntemler geliştirmektir.

2.2.Sosyal İnovasyon Süreci

Gün geçtikçe değişen dünya düzeninde ihtiyaçları gidermek, sorunlara çözüm bulmak ve hizmetlerden en verimli bir şekilde yararlanmak için yenilikçi girişimlere duyulan gereksinimlerde giderek artmaktadır (Özmete ve Gök, 2015: 133). Bu süreçte önemli rolü olan sosyal inovasyonlar kendiliğinden ortaya çıkmamakta bazı mekanizmalara ve teşviklere ihtiyaç duymaktadır. Dolayısıyla sosyal inovasyonlar kamu sektörü, özel sektör, bireysel girişimciler ve sivil toplum kuruluşları tarafından ortaya konulabilmektedir (Uysal, 2018: 66).



Şekil 2.1 Paydaşlar Arasında Sosyal İnovasyon

Kaynak: Uysal, 2018: 67

Şekil 2.1'deki sosyal inovasyon ilişkisi incelendiğinde, sosyal inovasyonun birçok çeşitli paydaş tarafından oluşturulduğu görülmektedir. Her bir paydaşın sosyal inovasyon için ayırdığı alanlar ortak etik ve sosyal amaçlarla toplumsal dayanışma ve güçlendirmeye verdikleri önem derecesine göre birleşerek, açık bir ilişki kanalı ile gerçekleştirilmektedirler.

Karmaşık bir yapıya sahip olan ve süreklilik gerektiren sosyal inovasyonun oluşumu zaman içerisinde çeşitli aşamaların yerine getirilmesiyle mümkündür. Mulgan (2006: 151-155) bu süreçte dört aşama tanımlamaktadır.

1) *İhtiyaçları Anlayarak ve Potansiyel Çözüm Önerileri Belirleyerek Fikir Üretme*: İnovasyon sürecinin başlangıç noktası, karşılanamayan bir ihtiyacın nasıl karşılanacağına yönelik fikrin geliştirilmesidir. Bazen bu ihtiyaçlar çok net bir şekilde saptanırken bazen çok daha az belirgin veya tanımlanamaz nitelikte olabilmektedir. Bu aşamada, ihtiyaçlar çok farklı şekillerde ortaya çıktıklarından dolayı dikkatli gözlem gücüne ihtiyaç duyulmaktadır.

2) *Protatip Geliştirme ve Pilot Uygulama*: Fikirlerin ortaya konulmasından sonra, bu fikirler arasından en uygun olanının belirlenmesi ve tasarımın test edilmesi inovasyon sürecinin ikinci aşamasını oluşturmaktadır. Bu aşamada pazar araştırmalarından yararlanmak mümkün olsa bile, fikrin protatip hale getirilip pilot uygulamaya geçilmesiyle sosyal inovasyon sürecine daha hızlı bir şekilde geçilmektedir. Mulgan, bu aşamanın protatip geliştirme ve pilot uygulamayla hızlandırılmasını iki nedene bağlamaktadır. Bu nedenlerin ilki, sosyal inovasyon sürecinde bulunanların ürettikleri fikirlerin işleyip işlemediğini merak etmeleridir. İkinci neden ise sürecin uzadıkça maliyetlerin artması ve yatırımcıların motivasyonlarının ve inançlarının azalmasıdır.

3) *İyi Fikirleri Değerlendirme, Ölçeklendirme ve Yayma*: Sosyal inovasyon sürecinin üçüncü aşaması uygulamada kendini kanıtlayan fikrin amacına ulaşabilmesi için ilgilerin kullanımına sunulmasıdır. Bu fikrin etki alanlarının genişletilmesi, çoğaltılması ve franchising yoluyla yaygınlaştırılması sürecin diğer aşamalarını oluşturmaktadır. Bu aşamaların gerçekleştirilmesinde yetkin bir strateji ve tutarlı bir vizyon önemli rol oynamaktadır.

4) *Öğrenme ve İlerletme*: Bu aşamada, fikrin sunumu ve uygulama sırasında elde edilen deneyimler ve kullanıcılar tarafından sunulan bilgiler sistematik bir biçimde değerlendirilir, çıkarımlarda bulunulur ve gerekli düzenlemeler yapılarak sosyal inovasyonlar ilerletilir. Öğrenme ve ilerletme aşaması, inovasyon sonucunda üretilen çözümün yeterliliğini arttırmayı ya da çözümle birlikte fark edilen yeni ihtiyaçların karşılanmasını sağlar.

3.SOSYAL İNOVASYON UYGULAMALARI

Toplumsal ihtiyaçların ve sorunların karmaşık bir yapıya sahip olması ve çok sayıda paydaşı kapsamasından dolayı yalnızca devlet, vakıflar, sivil toplum kuruluşları ya da bireysel sosyal girişimcilerin faaliyetleri çözüm için yeterli olmamaktadır. Günümüzde artık işletmelerin birçoğu sadece kâr elde eden kuruluşlar olmanın ötesine geçerek sosyal konularda devlet, vakıflar veya sivil toplum kuruluşlarıyla işbirliği yaparak sosyal sorunların çözümüne katkıda bulunmak için girişimlerde bulunmaya başlamıştır. Bu girişimlerin doğal sonucu olarak da ülkemizde sosyal inovasyon projelerini üretmek, uygulamak ve sürdürülebilir kılmak yaygınlaşmaya başlamıştır. Bu bölümde Türkiye’de işletmeler tarafından gerçekleştirilen bazı sosyal inovasyon uygulamalarına yer verilmektedir.

- **Ekonomiye Kadın Gücü**

Türkiye’de dikkat çekmiş başarılı inovasyon çalışmalarından birini teşkil eden “Ekonomiye Kadın Gücü” projesi; Eylül 2012’de Turkcell ve Türkiye İsrافی Önleme Vakfı (TİSVA) işbirliği ile hayata geçirilmiştir. Projenin amacı, dar gelirli kadınların ekonomik üretime katılımını sağlayarak sosyal ve ekonomik anlamda güçlendirmek için kadınların gelir getirici bir işe başlamasına ya da işini büyütmesine destek olmaktır. Hedefin gerçekleştirilmesinde, küçük bir sermaye desteği ile kadınların ekonomik üretime başlamasına olanak sağlayan “Mikro Kredi Sistemi” esas alınmıştır. Ekonomiye kadın gücü projesinde hedeflenen; hem daha çok girişimci kadına mikro kredi vermek hem de Turkcell’in teknoloji gücüyle kadınların gücüne güç katmaktır. Bu kapsamda, öncelikle bankacılık sistemiyle tanışmamış olan kadınlara kart verilerek bankacılık sistemiyle tanışmaları sağlanmıştır. Bu şekilde kadınlar, hem daha kolay satışlarını yapmışlar hem de para transferlerini sağlamışlardır. Ayrıca kredilerini bu sistem üzerinden çok daha kolay bir şekilde alabilmişlerdir. Proje; ikinci yılın sonunda destek verdiği mikro girişimci kadın sayısını 70 bine ulaştırırken, dört yıllık süreç içerisinde 150 binden fazla dar gelirli kadını girişimci statüsüne taşımıştır. Girişimci kadınların kurmuş olduğu

işletmelerin sayısı binleri geçerken yaratmış oldukları istihdam da aynı şekilde artmıştır (Kutlu ve Balcı, 2017).

- **Evrekacore**

Geleneksel atık toplama sistemlerine yenilikçi ve çevreci bir çözüm bulan “Evrekacore” akıllı atık toplama sistemi, akıllı şehir konseptinde yüksek kalitede teknoloji üreten Evreka şirketi tarafından geliştirilmiştir. Sistemin amacı, karbon emisyonunu ve atık toplama maliyetini azaltmak, zaman ve enerji kaybını önlemektir. Evrekacore, kablosuz doluluk algılama sensörleriyle çöp konteynerlerinin doluluk oranını anlık ölçerek M2M teknolojisiyle bu veriyi bulut sistemine göndermektedir. Sistemde toplanan bu veriler, günlük atık toplama rotaları oluşturularak şoförlerin navigasyon sistemine gönderilmektedir. Bu sayede optimize edilmiş rotayı takip eden şoförler gerekli noktalara uğramaktadır. Evrekacore ile teknolojinin avantajları kullanılmadan, statik rotalama ve planlama yöntemiyle gerçekleştirilen geleneksel sistemin yol açtığı sorunlar (yükli maliyetler, zaman ve enerji israfı, çalışanların ve ekipmanların verimsiz kullanılması, taşıtlar tarafından doğaya salınan zehirli gazlara bağlı olarak oluşan hava kirliliği vb.) ortadan kalkmaktadır.

- **Gri Su Geri Kazanım Projesi**

Su kaynaklarının korunmasına yönelik atıksu geri kazanım ve yeniden kullanımının sağlanması konusunda aktif bir rol üstlenen İstanbul Hilton Hotel, “Gri Su Geri Kazanım Projesi” ile otelin su tüketimini azaltmayı hedeflemektedir. Hilton İstanbul geleneksel arıtma sistemleri yerine yüksek teknolojiye sahip Hitachi Kompakt Membran Biyoreaktörler (MBR) sistemini kullanmaktadır. Sistem sayesinde geri kazanılan su otel odalarındaki tuvalet rezervuarlarında ve bahçe sulamalarında kullanılmaktadır. Otelin doluluk kapasitesine göre geri kazanılan suyun debisi değişmekle birlikte günde ortalama 85 m³ suyun geri kazanıldığı ve yılda yaklaşık 200 bin TL tasarruf sağladığı belirtilmiştir. Sistemin etkili ve verimliliğinin yüksek olması haricinde işletmedeki kolaylığı, elektrik ve kimyasal harcamalarının uygunluğu da önemli özellikleri arasında yer almaktadır. Böylece hem su tasarrufu sağlamak hem de İstanbul gibi bir mega şehirde su sorununa karşı inovatif çözüm sunmaya çalışmaktadır (www.suvecevre.com, 2019).

- **Geleceğin Tarımı Projesi**

İklim değişikliği kategorisinde ödül alan ve Konya Kapalı Havzası’nda yürütülen “Geleceğin Tarım Projesi” Coca-Cola Türkiye ve Doğa Koruma Merkezi işbirliğiyle başlatılmıştır. Proje, tarımsal uygulamalarda sürdürülebilir arazi ve su kullanımını esas alarak tarımsal üretim için en kritik unsurlardan biri olan nem başta olmak üzere toprağın temel niteliklerini korumayı hedeflemektedir. Hedefin gerçekleştirilmesinde günümüzde Birleşmiş Milletler başta olmak üzere, tüm dünyada biyolojik çeşitlilik, iklim değişikliği ve doğal kaynakların yönetimi için önerilen “ekosistem yaklaşımı” benimsenmiştir. Proje kapsamında doğrudan ekim ve rüzgâr perdeleri gibi iklim değişikliğine uyum gösteren ve biyolojik çeşitliliğinin korunmasını sağlayan yöntemler kullanılmıştır. Geleneksel yöntem olarak bilinen nadasa bırakma yöntemine alternatif olarak geliştirilen doğrudan ekim yöntemi, herhangi bir ön hazırlık aşaması gerektirmediğinden dolayı zaman, işgücü, yakıt tasarrufu sağlamak ve ayrıca toprağı işlemediği içinde su tasarrufu sağlamaktadır. Rüzgârı yavaşlatmak için kullanılan rüzgâr perdelerinin amacı ise, rüzgâr erozyonunu azaltarak verimliliği toprağın kaybolmasını engellemek, sulama ihtiyacını azaltmak ve toprağı organik açıdan zenginleştirmektir. Sosyal inovatif niteliğinde olan Geleceğin Tarım Projesi ile ilk 3 yılda 22540 dekar alanda 1 milyon metreküp’e yakın su tasarrufu sağlanmıştır (www.hayataarti.org, 2019).

- **Sesli Adımlar**

Türk Telekom şirketi tarafından gerçekleştirilen “Sesli Adımlar” uygulaması, görme ve işitme engelli bireylerin alışveriş merkezleri, hastaneler, üniversiteler, kamu binaları, havaalanları, müzeler gibi büyük ve karmaşık alanlar içerisinde herhangi bir yardım almadan gitmek istediği yeri kendi kendine bulmasını sağlayan ya da o an nerede olduklarını gösteren akıllı telefon uygulamasıdır. Uygulama

mekân haritaları, radyo sinyalleri ve eşsiz navigasyon yeteneklerini bir araya getirerek kapalı alanlarda keşif ve yönlendirme hizmeti sunmaktadır. Sesli Adımlar uygulaması ücretsiz olup, görme ve işitme engelli bireylerin hayatını kolaylaştırmak ve bu sayede “toplumsal hayata aktif katılımını sağlamak” amacını taşımaktadır. Uygulamadan hem Türk Telekom mobil müşterileri hem de diğer GSM operatörü müşterileri faydalanabilmektedir (bireysel.turktelekom.com.tr, 2019). Türk Telekom, Türkçe ve İngilizce olarak hizmet veren uygulamanın kapsayıcılığını artırma hedefiyle kullanılabilirdiği dillere Arapça ve Almanca’yı da eklemiştir. Günümüzde 8 ülke ve 20 şehirde kullanılabilen uygulamanın, bugüne kadar 30 binden fazla kişi tarafından indirildiği ve 200 binin üzerinde kullanıma sahip olduğu belirtilmiştir (www.boniglobal.com, 2019).

• Cam Yeniden Cam

Anadolu Cam Sanayi tarafından gerçekleştirilen “Cam Yeniden Cam” projesi, geri dönüşüm konusunda toplumsal farkındalık yaratmayı ve toplumu bilinçlendirmeyi, cam ambalaj atıklarının toplama alt yapısının geliştirilmesini, cam ambalaj atıklarının toplanarak işlendiği tesislerin modernize edilmesi ve atıklara karışan camların depolama öncesi düzenli bir şekilde ayrıştırılmasını amaçlamaktadır. Proje kapsamında, 2011 yılından günümüze kadar 190 bini aşkın öğrenciye geri dönüşüm hakkında eğitim verilmiş ve yaklaşık 12.000 kumbara hibe edilerek 550 bin tondan daha fazla cam ambalaj atığının geri dönüşümü sağlanmıştır. Böylelikle 200 bin otomobilin trafikten çekilmesine eşdeğer karbon emisyonu önlenmiş, geri dönüşüm sayesinde elde edilen enerji tasarrufu 23 bin konutun ısıtma ve sıcak su ihtiyacını karşılayacak seviyeye ulaşmıştır. Herhangi bir kalite kaybına uğramadan yüzde 100 geri dönüşümü sağlanan cam ile 1 adet cam üretmek için 1 adet cam şişe atığı yeterliyken, yine 1 adet cam şişeyi geri dönüştürerek bir bilgisayarı 25 dakika ve bir televizyonu 20 dakika çalıştırmaya yetecek kadar elektrik tasarrufu sağlanabilmektedir. Sonuç olarak, cam üretiminde yüzde 10 oranında cam kırığının girdi olarak kullanılmasının, hammaddeyi yüzde 12, enerji kullanımını yüzde 2,5 ve karbon emisyonlarını ise yüzde 5 oranında azalttığı tespit edilmiştir (www.sisecamcamambalaj.com, 2019).

• Ülkem İçin

“Ülkem İçin” projesi, Koç Topluluğu şirketleri, çalışanları, bayileri ve tedarikçileri arasında sosyal sorumluluk bilincini arttırarak, toplumsal sorunlara karşı daha katılımcı davranışlarda bulunmayı ve yerel gelişimi destekleyerek yaşam kalitesini yükseltecek projelerin gerçekleştirilmesini hedefleyen bir çatı projedir. 2006 yılında hayata geçirilen “Ülkem İçin” projesi kapsamında her yıl veya belirli dönemler arasında farklı toplumsal sorunlar için projeler geliştirilmektedir. Koç Holding tarafından bugüne kadar gerçekleştirilen projeler şunlardır (www.koc.com.tr, 2019):

- ✓ 2006 - 2007 yıllarında bağımsız temalarla yerel kalkınmaya destek olan 387 yerel proje gerçekleştirilmiştir.
- ✓ 2008 - 2009 yıllarında TEMA Vakfı ve Orman Bakanlığı işbirliğiyle Türkiye’nin 7 bölgesinde, Ülkem İçin Ormanları oluşturulmuş, 1.084.000 fidan dikilmiş ve 81 ilimizde ise 18 bini aşkın ilköğretim öğrencisine çevre eğitimleri verilmiştir.
- ✓ 2010 - 2011 yıllarında ülkemize gönüllü ve düzenli kan bağışçısı kazandırmak amacıyla Kızılay ile “Ülkem İçin Kan Veriyorum” kampanyası düzenleyerek 103.000 kişi konu hakkında bilinçlendirilmiş, 83.579 ünite kan bağışlanmıştır.
- ✓ 2012 - 2015 yıllarında AYDER ve UNDP işbirliğiyle “Engel Tanımıyorum” projesi kapsamında iş hayatında ve sosyal hayatta engelli bireylerin yaşamlarında kalıcı bir etki yaratmak amaçlanmıştır. Bu kapsamda Koç Topluluğu şirketlerinde Engelliliğe Doğru Yaklaşım eğitimleri ile 103.482 kişide farkındalık yaratılmıştır. Ülkem İçin Elçisi olan bayiler aracılığıyla 36 ilde 22.500 öğrenciye “Engelliliğe Doğru Yaklaşım” eğitimi verilmiştir. Şirketler, bayi, şube ve mağazalar engelli dostu hale getirilirken engellilere yönelik ürün ve hizmetler geliştirilmiştir.

- ✓ 2015-2017 yıllarında AÇEV, TAP, Koç-Kam&Birleşmiş Milletler Eğitim ve UNESCO işbirliğiyle “Ülkem İçin Toplumsal Cinsiyet Eşitliğini Destekliyorum” projesi kapsamında toplumsal cinsiyet eşitsizliğinin nedenleri ve sonuçlarına dair toplumun tüm kesimlerinde farkındalık yaratmak ve Koç Topluluğu genelinde kadın çalışanların seviyesini ve oranını yükseltmeye yönelik uygulamalar hayata geçirmek amaçlanmıştır. Bu kapsamda farklı illerdeki bayilere, çalışanlara ve yöneticilere yönelik seminerlerle 85.000 kişiye eğitim verilmiştir. Bu seminerlere 3.000’e yakın Koç topluluğu bayisi katılmıştır. 47 ilköğretim okulunda 5.000’i aşkın öğrenciye toplumsal cinsiyet eşitliği konusunda eğitim verilmiştir.

- **Turnalar Hep Uçsun**

Brisa ve WWF Türkiye işbirliği ile hayata geçirilen “Turnalar Hep Uçsun” projesi, Türkiye’nin biyoçeşitliliği ve kültürü için büyük önem taşıyan ve nesli tükenmekte olan turnaların korunmasını amaçlamaktadır. 2013 yılında Çukurova Deltası’nda başlatılan proje kapsamında, bilimsel incelemelerle turnaların soyunu tehdit eden sebeplerin tespit edilmesi, önlenmesi, yerel halkın ve kamuoyunun bilgilendirmesi için çalışmalar yürütülmüştür (www.brisa.com.tr, 2019). Böylelikle bugüne dek 21.000 km yol kat edilerek gerçekleştirilen gözlemlerde 10.000 civarında turnanın her yıl Çukurova deltasında kışladığı tespit edilmiştir. Ayrıca 30’dan fazla köy ziyaret edilerek 2.000 adet turna eğitim kitapçığı öğrencilere dağıtılmıştır (www.wwf.org.tr, 2019). Bu konuda daha çok farkındalık yaratmak için Brisa ile Doğa İçin Çal platformu çalışanları projeye gönüllü destek vererek “Allı Turnam” türküsünü alışılmışın dışında çalıp, söylemişlerdir.

4. SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

Dünyanın sosyal, ekonomik, çevresel ve kültürel alanları kapsayan önemli değişimlerle ve risklerle karşı karşıya olduğu herkes tarafından kabul edilmektedir. Doğal kaynakların giderek azalması, iklim değişikliği, ekonomik dalgalanmalar, nüfus artışı, gelir adaletsizlikleri, yoksulluk, azınlık sorunları, sürdürülebilir ve çevreci kalkınma ihtiyaçları, sürekli değişen tüketici talepleri, yönetim sorunları ve işsizlik gibi birçok sorun mevcut uygulamaların, politikaların, süreçlerin, ürünlerin, hizmetlerin ve sistemlerin yeterli olmadığını ortaya koymaktadır. Bu çerçevede, söz konusu sorunlar mevcut yapıların kendini geliştirmesi ve yenilemesi için yenilikçi fikirlere, yaklaşımlara ve uygulamalara yani sosyal inovasyonlara olan ihtiyacı ortaya çıkarmıştır.

Toplumsal sorunların ve ihtiyaçların giderilmesinde yenilikçi yöntemler şeklinde tanımlanan ve önemi giderek artan sosyal inovasyonlarla sistemsel bir dönüşüm amaçlanmaktadır. Yani sosyal sorunlara neden olan unsurların ve bu sorunlardan etkilenen tarafların bulunduğu yapının yeniden düzenlenmesi veya düzenlenmenin sağlanması hedeflenir. Bu özelliği nedeniyle sosyal inovasyon diğer inovasyon türlerinden ayrılmaktadır. Ayrıca çok kapsamlı ve karmaşık bir yapı olan sosyal inovasyonun çoğunlukla toplumda bulunan aktörlerin işbirliğini gerektirmesi, süreci ayıran diğer bir özelliktir.

Sosyal inovasyonlar, özellikle son yıllarda kâr amacı güden işletmeler dâhil tüm aktörlerin ilgisini çekmeye başlamıştır. Günümüzde işletmeler içinde yaşadıkları topluma karşı daha duyarlı hale gelerek farklı alanlarda sosyal sorunlara karşı inovasyon girişimlerinde bulunmaktadır. Türkiye’de işletmeler tarafından hayata geçirilen sosyal inovasyon uygulamalarına bakıldığında, sosyal inovasyonların fikir aşamasından yayılmasına kadar olan süreçte işletmelerin sosyal inovasyonun başarısı üzerinde önemli katkıların olduğu görülmektedir. Bu doğrultuda, işletmeler uygulamış oldukları sosyal inovasyonlar sonucunda:

- Toplumda yaşanan sosyal, çevresel ve kültürel sorunları tespit ederek bu sorunlara karşı yenilikçi ve farklı çözüm üretmektedirler.
- Toplumun sosyal konulardaki ihtiyaçlarını karşılamaktadırlar.
- Toplumda bir farkındalık oluşturarak toplumsal bilinci arttırmaktadırlar.
- Çevresel sürdürülebilirliğe önemli katkılar sağlamaktadırlar.

KAYNAKÇA

Bailach, C.S. & Marti, A.R. (2017). "Creating Entrepreneurship through Social Innovation: The Case of I-Box Create", *Contemporary Economics*, 11(4):479.

BEPA, Bureau of European Policy Advisers, (2014). *Social Innovation: A Decade of Changes*. Luxembourg: Publications Office of the European Union.

Bromley, D.A. (2004). "Technology Policy, Technology in Society", 26(3):456.

Bulut, Ç.; Eren, H. & Halaç, S.D. (2013). "Social Innovation and Psychometric Analysis", *Procedia & Social and Behavioral Sciences*, 82:122.

Cajaiba, S.G. (2014). "Social Innovation: Moving the Field Forward. A Conceptual Framework", *Technological Forecasting & Social Change*, 82:43.

Caulier, G.J.; Davis, A.; Patrick, R. & Norman, W. (2012). "Defining Social Innovation, Deliverable of the Project: "The Theoretical, Empirical and Policy Foundations for Building Social Innovation in Europe (TEPSIE)", *European Commission-7th Framework Programme*, 7-18.

Eren, H. (2010). "Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Yenilikçilik Kapasitelerinin Teknolojik Yenilikçilik Eğilimlerine Etkisini Ölçmeye Yönelik Bir Model Önerisi", *Doktora Tezi, Kara Harp Okulu, Savunma Bilimleri Enstitüsü, Ankara*.

Koç, O. (2010). "Toplumsal Sorunlarla Mücadelede Bir Kaldıraç Olarak Sosyal İnovasyon ve Sosyal Girişimcilik Açısından Önemi", *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 5(2):211.

Kutlu, İ. & Balcı, M. (2017). *Turkcell-Ekonomiye Kadın Gücü*, iaupratolyesi.wordpress.com

Mulgan, G. (2006). "The Process of Social Innovation", *Innovations*, 1(2):146.

Mumford, M.D. (2002). "Social Innovation: Ten Cases from Benjamin Franklin", *Creativity Research Journal*, 14 (2):253-266.

Oslo, M. (2005). "The Measurement of Scientific and Technological Activities, Proposed Guidelines for Collecting and Interpreting Technological Innovation Data" *European Commission and Eurostat*.

Phills, J.A.; Deiglmeier, K. & Miller, D.T. (2008). "Rediscovering Social Innovation", *Stanford Social Innovation Review*, 6(4):39.

Pol, E. & Ville, S. (2009). "Social Innovation: Buzz Word or Enduring Term?", *The Journal of Socio-Economics*, 38(6):884.

Şekerdil, R. (2016). "İç Girişimcilik Eğilimlerinin Sosyal İnovasyon Üzerine Etkisi: İzmir İlinde Özel Banka Çalışanlarına Yönelik Bir Araştırma", *Yüksek Lisans Tezi, İzmir Katip Çelebi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir*.

Toprak, C. (2018). "Sosyal İnovasyonun Marka İmajına Olan Etkisi", *Yüksek Lisans Tezi, Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Elazığ*.

Westley, F. & Antadze, N. (2010). "Making a Difference, Strategies for Scaling Social Innovation for Greater Impact", *The Innovation Journal: The Public Sector Innovation Journal*, 15(2):4.

Yeşilkaya, M. & Yıldız, T. (2018). "Özgeci Davranış Ekseninde Sosyal İnovasyon Eğiliminin İncelenmesine Yönelik Bir Araştırma", *Girişimcilik İnovasyon ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi*, 2(4):83.

İNTERNET KAYNAKLARI

www.hayataarti.org, Erişim tarihi: 19.01.2019

www.sisecamcamambalaj.com, Erişim tarihi: 20.01.2019

www.suvecevre.com, Hitachi Plant Technologies'in Hilton Hotel İstanbul'daki Su Geri Kazanımı Projesi, Erişim Tarihi: 20.01.2019

www.boniglobal.com, Sesli Adımlar Artık Çok Dilli!, Erişim tarihi: 20.01.2019

www.koc.com.tr, Ülkem İçin, Erişim Tarihi: 21.01.2019

www.wwf.org.tr, Anadolu'daki Turnalar, Brisa ve WWF-Türkiye'nin Koruması Altında, Erişim Tarihi: 21.01.2019

www.brisa.com.tr, Çevresel Sürdürülebilirlik, Erişim Tarihi: 21.01.2019