

DR. GONCA ONGAN

KOÇ ÜNİVERSİTESİ SOSYAL ETKİ
FORUMU YÖNETİCİ DİREKTÖRÜ



Sosyal etkide hedefi 12'den vurmak!

Günümüzde sosyal etki yaratmaya yönelik projelerin sayısı artsa da, gerçekten hedefe ulaşıp, ulaşmadığının sorgulamasında daha yolun başındayız. Kelimenin tam anlamıyla ülkemizde sosyal etki ölçümlemesinin kitabını yazan Koç Üniversitesi Sosyal Etki Forumu (KUSIF), tüm tarafları sosyal etkilerini ölçmeye çağırıyor.

Kamu, özel sektör, meslek kuruluşları, STK'lar... Aynı ayrı ya da ortaklaşa, toplumun farklı kesimlerine dokunan projelere imza atıyorlar. Peki proje beklenen sosyal etkiyi yarattı mı?

Projelerin hedefe ulaşıp ulaşmadığının sorgulanması, yani sosyal etki ölçümleme, ülkemiz için yeni bir kavram...

Türkiye'de sosyal etki ölçümlemesinin adeta kitabını yazan bir merkez var: Koç Üniversitesi Sosyal Etki Forumu - Koç University Social Impact Forum (KUSIF)

KUSIF, 2012'de o zamanki İşletme Enstitüsü Direktörü Prof. Zeynep Gürhan Canlı, Sosyal Bilimler Enstitüsü Direktörü Prof. Zeynep Aycan ve Uluslararası Programlar Ofisi Direktörü Ayşe İnan'ın öncülüğünde sosyal etki odaklı araştırma ve uygulama merkezi olarak kurulmuş. Kuruluşundan bugüne KUSIF Yönetici Direktörü olan Dr. Gonca Ongan; daha önce özel sektör, kamu ve bir dernekte görev almış. Dolayısıyla sivil toplumla ilgili konular, hep hayatının bir parçası olmuş.

Sosyal etki alanındaki ihtiyaç

Önce bir ihtiyaç analizi ile alanda çalışan kurumlar, neler yaptıkları, neye ihtiyaçları olduğu tespit edilmiş. KUSIF, sosyal etki yarattığını söyleyen kurumların gerçekte nasıl sosyal etki yaratabilecekleri, pozitif sosyal etkilerin nasıl artırılacağı noktasında konumlanmış. Dünyadaki benzer kurumlar incelenerek, Türkiye'nin ihtiyacına yönelik bir merkez oluşturulmuş.

Ongan, "Biz bir araştırma merkezi değiliz. Buradaki en önemli şey; güvenilir bilgiyi ve kaynakları alana sunmak, akademi ile alan arasındaki köprüyü oluşturmak.

KUSIF'in misyonu; araştırma, geliştirme ve işbirliği yoluyla sosyal yaratıcılığı teşvik etmek ve sosyal etki yaratmak. Biz sosyal yaratıcılığın 'sosyal etki yönetimi' tarafında duruyoruz" diyor.

KUSIF'in ilk çalışma alanı; üniversitelerde sosyal etki kavramının, sürdürülebilirliğin, sosyal inovasyonun müfredata entegre olması ve alanla ilgili insan kaynağının yetişmesi...

İkincisi ise sosyal etki aktörleri olan sosyal girişimcilerin, fon veren kurumların, STK'ların ve sorumlu özel sektörün pozitif sosyal etkisini artırmasına yönelik çalışmalar. Ongan, "Ölçemediğin bir şeyi iyileştiremezsin" yaklaşımıyla, onların sosyal etki ölçümleme ve yönetimi alanında kapasitelerini geliştirmeye çalışıyoruz" değerlendirmesini yapıyor.

İlk olarak sivil toplumla çalışmaya başlayan, daha sonra fon veren grupları ve hem işlerini sürdürmek, hem de bir iş modeli kurarak sosyal etki yaratmak durumunda olan sosyal girişimcileri işine katmış KUSIF ve nihayet alanın en büyük parçalarından özel sektör.

Gonca Ongan, "Özel sektörü bunun içine almadan bir sosyal etki, bir sosyal değişim yarattığımızı söylemek çok güç. Son 1,5 senedir özel sektörü daha çok işine alıyoruz. Programlarımız oturdu. Alanı, ne yapmak istediğimizi, hangi grupların nelere ihtiyaçları olduğunu çok iyi biliyoruz" diyor.

KUSIF kurulur kurulmaz alanda önemli gördüğü networklere üye olmuş. Social Value International'a Türkiye'den ilk üye olan da yine KUSIF.



Koç Üniversitesi Sosyal Etki Forumu

KUSIF

Sosyal etki; insana dokunan her şey!

Sosyal etki kavramını ülkemizde oturtmak, doğru şekilde kullanılmasını sağlamak amacıyla tartışmaya açan, sosyal etki yönetimini kullanmaya başlayan KUSIF, bir yandan da yaptığı yayınlarla, dünyada mevcut literatürü Türkçe'ye kazandırmış. Gonca Ongan'a sosyal etkiyi soruyoruz:

"Sosyal etki; insanlar üzerinde yarattığımız etki. Temel kavram olarak; 'bir projenin, bir aktivitenin, bir kurumun insanlar üzerinde yaptığı değişim ve onların üzerinde yarattığı etkiler' diye özetleyebiliriz.

Sosyal etkiyi konuşurken hep pozitifmiş gibi konuşuyoruz. Tabii ki pozitif bir şey hedefliyoruz ama hiç etki yaratmadığı gibi, pozitif ya da negatif, uzun ya da kısa vadeli, direkt ya da endirekt etki ortaya çıkabilir. Böyle bakmadığımız için sosyal etkiyi, yani ne yarattığımızı bilemiyoruz. Sosyal etkiyi yönetmek, işte sosyal etkinin bu özelliklerini yönetebilmek...

Hepimiz cebimizdeki parayı ya da proje bütçelerimizi biliyoruz, yönetiyoruz. Ama sosyal etki ile ilgili hiçbir şey söyleyemiyoruz. Çünkü alışık olduğumuz bir kavram değil. Bakıyorsunuz, '360 derece sosyal etki yaratıyorum' diyen kurumlar var. Peki ama neye, kime göre? Bu sözde kalıyor, altında kocaman bir buzdağı var yönetmemiz gereken. Bunu sosyal etki yarattığını söyleyen kurumlara entegre etmemiz, bununla ilgili kapasitelerini geliştirmemiz, yönetebilmelerini sağlamamız gerekiyor.

Neden ölçme?

İşte orada ölçümleme devreye giriyor. Üç temel nokta var. Birincisi öğrenmek; ikincisi öğrendiğimizi geliştirmek, daha iyiye gitmek; üçüncüsü de şeffaflık için sosyal etki ölçümleme yapıyoruz. Aslında bunları yönetebildiğimiz kadar başarılıyız.

Burada önemli olan, neyi ölçeceğim? Kurumlar en çok orada sorun yaşıyorlar. Neyi ölçeceğimizi bilmeyince nasıl zaten olamıyor. Çünkü işin nasılı, yani sosyal etkiyi ölçümlemek teknik bir şey. Metotlar belli, dünyayı tekrar keşfetmiyoruz. Neyi oturttüğünüz zaman, nasıl öyle ya da böyle geliyor zaten.

KUSIF olarak biz işin 'ne' tarafında devreye giriyoruz. Kurumun değişimini haritalaması ki, biz buna 'Değişim Teorisi' diyoruz. Sosyal boyutu olabilecek her proje için her kurumun bir değişim teorisinin olması gerekiyor. Değişim teorisi, geriye dönük haritalama metodu. Hedefle aktiviteniz arasındaki bağı kuruyor. O arada kurumların ya da projelerin hedeflediği değişimler var. Çünkü siz hedefinize gitmek için değişimler yaratmak durumundasınız.

En büyük problem; kurumların direkt aktivite ile hedefi bağlamaları. Eğer değişim alanlarını belirlemediysen, o aktivite ile hedefe gittiğini kimse iddia edemez.

"Ben aktivite yaptım, çok işe yaradı" deyip, çıkıyor muyuz işin içinden?

Evet, ama artık bu değişiyor. Çıktı odaklı olmaktan, değişim odaklı olmaya geçebilmek gerekiyor. Hepimizi çok zorlarsa da bunu yapabildiğimiz oranda iyi yoldayız demektir. Hedef kitlemiz üzerinde nasıl bir değişim yaratmış? Onlar için iyi bir şey mi yaptık, yoksa hayal kırıklığı mı yaşadılar? Bunu sorguladığımız oranda, o projeyi başarıya götürürüz.

Şundan da korkmamak lazım. Her şeyde negatif etki de yaratılabilir. Önemli olan onu fark edip düzeltmek, minimize etmek, ortadan kaldırmak. Özellikle büyük projelerde, daha fazla sosyal etki yaratabilmesi için ölçümleme yapmak; çıktı odaklı değil, değişim odaklı olarak projeleri yönetmek lazım...

Bence bunun önemi anlaşılmaya başlandı, bir değişim yaşanıyor. KUSIF olarak yaptığımız yayınlarla, konferanslarla farkındalık yarattık, talep tarafını oluşturduk. Özellikle verimlilik esasına dayalı çalışan özel sektör, yaptığı sosyal yatırımların geri dönüşünü görmek istiyor. Bunun için sosyal yatırımlarını sorgular hale geldiler.

Ama arz tarafı biraz eksik şu anda. Kurumlara bu hizmeti kim, nasıl verecek? Bu nedenle biz arz tarafında verdiğimiz tüm hizmetleri programlaştırmaya gidiyoruz. Danışmanlık vereceğiz, sosyal etki yönetimiyle ilgili eğitim programları açacağız, insanları sosyal etki yönetimiyle ilgili okuyular yapmaya çalışacağız.

Sosyal Etki Yönetimi Programı

Sivil toplumu koçluk vererek desteklemek hedefiyle, Sosyal Etki Yönetimi Programı'nı başlatıyoruz. 10 STK ile sözleşme imzalayarak, buralardan iki kişiyi programa ücretsiz alacağız. Eğitimden sonra da sosyal etki yönetimini kurumlarında hayata geçirmeleri için 6 ay koçluk yapacağız. STK yönetimleriyle de zaman zaman bir araya gelip, bilgi değişimi, birebir öğrenme de yapacağız. Biz de onlardan öğreneceğiz.

Şimdi kurumları programa nasıl alacağız, bunun kriterlerini oluşturuyoruz. Çıktıdan değişim odaklıya geçebilmek, bu kültürü içselleştirebilmek çok önemli. Programı özel sektöre de açmak istiyoruz. Sosyal etki gözlüğüyle bakmaya özel sektörün de ihtiyacı var.

Bu neden önemli? Yurt dışında gerçekten sosyal etki yaratmadığı için kapanan kurumlar, sona eren projeler var. Bizde hiç öyle bir şey duyduk mu?

Sosyal etkiyi yönetmenin standartları

KUSIF Yönetici Direktörü Dr. Gonca Ongan'a göre, dünyada sosyal etkiyi yönetme anlamında standartların olduğu, sosyal yatırım konusunun geliştiği ülke olarak İngiltere, çok iyi bir örnek.

Ongan, özellikle vatandaşların katılımıyla düzenlenen yardım projelerinde şeffaflığın önemli olduğunu altını çiziyor. Bu bağlamda bağışçılıkla ilgili yeni platformlar oluştuğunu belirten Ongan, Kurucu Yönetim Kurulu'nda yer aldığı Açık Açık Platformu'nu 'şeffaf bağışçılık platformu' örneği olarak dile getiriyor:

"Hem kurumların finansal boyutunu hem de sosyal etki raporlarını soruyorlar. Sosyal etki raporları henüz faaliyet raporlarının ötesine pek geçemese de, bu bir başlangıç. Platformdaki kurumlar sorgulanıyor, beyanda bulunuyorlar.

Bağış yapmak isteyen kişiler de, bağış yapmak istediği alandaki kurumları, ne yaptıklarını inceliyor, hangi kuruma, projeye bağış yapmak isterse yapıyor. Bir şeffaflık söz konusu."

"Ne ettiğinizi biliyorsunuz ama ne biçtiğinizi biliyor musunuz?"

KUSIF, ilk Sosyal Etki Ölçümleme Konferansı'nı Aralık 2015'te "Ne ettiğinizi biliyorsunuz ama ne biçtiğinizi biliyor musunuz?" sloganıyla, ikincisini 'ortak ölçümleme' temasıyla Haziran 2016'da gerçekleştirmişti. Social Value Matters 2017 Konferansı ise 10-11 Nisan 2017 tarihlerinde yapıldı.

"Şimdi ölçümlemeden yönetime geçiyoruz. Çünkü sadece ölçmek yetmiyor, yönetemediğin takdirde bir şey ifade etmiyor" diyen Gonca Ongan, son uluslararası konferansa özellikle özel sektörden katılımın yüksek olduğunu belirtiyor:

"80'i yabancı, 230 kişi vardı konferansta. Social Value International networkünden 80 kişi ve kurumun, buradaki kurumlarla konuşma alanı bulması bizi çok mutlu etti. Bizim formatımız biraz farklı; konferanslarımızda bir konuşma alanı, paylaşım alanı yaratmaya çalışıyoruz. Konuşacaksan gel, paylaşacaksan gel, hem öğreneceksin, hem öğreteceksin. Alanın gelişmesine hizmet eden bir durum bu."

Gonca Ongan, özel sektör açısından iyi örnekleri konferanslara dahil ettiklerini böylece özel sektörün hem kendi iş modellerinde hem de sektörde yarattığı değişimlere vurgu yapıldığını söylüyor ve devam ediyor:

"Özel sektör şunu atlıyor. Bir ürünün veya hizmetin ekonomik değerini, hatta artık çevresel değerini, karbon ayak izini söyleyebiliyor. Ama o ürün veya hizmetin sosyal değeri ne dediğimizde, kimse bunu söyleyemiyor. Sosyal değerini söylemediğiniz anda siz bir ayağınızı eksik bırakmış oluyorsunuz, o ürün veya hizmetin gerçek değerini ortaya koyamıyorsunuz.

O değer size ne getiriyor? Prestij getiriyor, etki getiriyor, daha çok rekabet avantajı getiriyor, daha iyi hizmet sunmayı getiriyor. Bundan 5 yıl sonra çok büyük fark olacak."

Sosyal etki ölçümlemenin maliyeti

Ongan, bir projenin, programın büyüklüğüne göre yüzde 10'unun etki ölçümlemeye ayrılmasının normal sayıldığını söylüyor. Bir proje için nasıl insan kaynağına yatırım yapılıyorsa, etki ölçümlemeye de öyle bakılması gerekiyor. Fon verenlerle de temasları olmuş. Birçok kurum bunun için kaynak ayırmaya başlamış bile. Ancak henüz özel sektörün geneli için sosyal etkiyi ölçümleme yaklaşımından söz etmek çok mümkün değil.

Sosyal Değer için 7 prensip

KUSIF, tüm sosyal etki aktörlerine sosyal etkiyi ölçerken, Social Value International'ın "Sosyal Fayda Prensipleri"ni göz önüne almalarını öneriyor:

- 1) Paydaşları dahil et - Paydaşları dahil ederek bir sosyal değer hesaplamasında nelerin ölçüldüğü ve nasıl ölçüldüğü hakkında bilgilendir.
- 2) Değişimlere hakim ol - Açık bir şekilde değişimin nasıl yapıldığını anlat, bunu kanıtlarla değerlendir, istenen veya istenmeyen değişimlerin pozitif ve negatif yanlarını tanı.
- 3) Önemli şeylere değer ver - İki farklı seçenek arasından birine kaynakları yönlendirirken, paydaşların değerlerini dikkate al. Değerler farklı değişimler arasındaki göreceli önemliliği ifade eder. Bunlar paydaşlar tarafından yaratılan değerlerdir.
- 4) Sadece önemli noktaları dahil et - Paydaşların mantıklı bir çıkarım yapmasını sağlayacak bilgi ve kanıtların ne olduğuna karar ver ve bunları dahil et.
- 5) Gereğinden fazla iddiada bulunma - Sadece aktivitelerinizin değiştirdiği değerler üzerinde iddiada bulun.
- 6) Hesap verebilir ol - Analizin doğru ve güvenilir olduğunun dayanaklarını göster ve bu analizlerin paydaşlarla tartışılacağını paylaşılacağını bildir.
- 7) Sonuçları doğrula - Uygun ve bağımsız bir güvence sağla.



"Ne yaparsan yap, hangi yöntemi kullanırsan kullan, temelde bu 7 prensibi uygulamış mı, biz ona bakıyoruz. Aslında kime söylesen bunlara hayır demeyecek ama kimse bunu düşünerek proje yapmıyor. Biz hep masa başında, başkaları adına düşünüyoruz. Oysa faydalanıcılara onlar için nasıl bir değişim yarattığınızı sormak lazım. Sormazsanız öğrenemezsiniz" diyor Gonca Ongan.

Gonca Ongan'ı dinledikçe, Koç Üniversitesi'nin KUSIF ile ne kadar önemli bir şey yaptığını daha iyi anlıyoruz. Zaten kendisi de, "Topluma katmak, bilim topluma odaklı olmak bir üniversitenin olmazsa olmazı. Bir üniversite uzmanlık geliştirmek istediği alanlara göre yatırım yapar, merkez açar. KUSIF de öyle bir merkez. Sivil toplum çalışmalarıyla akademik alandaki bağı sağlayan bir birimiz." diyor.