

Piramidin Altı (Bottom of the Pyramid) Stratejisinin Sosyal İnovasyon Süreci ile Eyleme Dönüştürülmesi: Bir Durum Çalışması

*Realizing Bottom of the Pyramid Strategy with Social Innovation:
A Case Study*

Cihat ERBİL

Gazi Üniversitesi

İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi

İşletme Bölümü

Ankara, Türkiye

cihaterbil@gazi.edu.tr

Özet

Piramidin Altı (Bottom of the Pyramid) C. K. Prahalad tarafından ortaya konulan stratejik bir yaklaşımdır. İşletmelerin, gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerdeki gelir düzeyi düşük grupların sosyal sorunlarını giderecek öneriler sunarak “yeni” pazar yaratabileceği düşüncesine dayanır. Yaklaşımın neden gereksinim duyulduğu ve uygulamaya geçirilmesinde nelere dikkat edilmesi gerektiği ilgili yazında ele alınırken, iş modeli olarak nasıl işlevselleştirileceği üzerinde durulmamaktadır. Bu çalışmada, Piramidin Altı yaklaşımının sosyal inovasyon süreci ile nasıl uygulamaya geçirilebileceği, yaklaşımı süreç ile ilişkilendiren bir işletme üzerinden durum çalışması gerçekleştirilerek ele alınmıştır. Sosyal inovasyon süreci ile, işletmenin, koşullara özgü çözüm önerileri getirerek (tailored solutions) ve iştiraki olduğu işletme ile ürünlerine erişim imkanını artırarak; süreç içerisindeki deneyimlerini farklı ülke pazarların beklentilerine yanıt vermek için kullanarak ve böylelikle ölçek büyütür (scaling up) Piramidin Altı yaklaşımını stratejik olarak uygulamaya koyduğu izlenmektedir.

Anahtar Kelimeler: Sosyal İnovasyon, Piramidin Altı, Stratejik Yönetim, Prahalad.

Abstract

Bottom of the Pyramid is a strategic approach presented by C.K. Prahalad. It is based on the idea that businesses can create new markets by offering suggestions to solve the social problems of low income groups in developed and developing countries. It is not addressed in the relevant literature how the approach will be functionalized as a business model while it is discussed why the approach is needed and what needs to be regarded when put into practice. In this study, how the Bottom of the Pyramid approach can be put into practice with the social innovation process is discussed by conducting a case study on an enterprise that relates the approach to the process.

With the social innovation process, it is observed that the enterprise put Bottom of the Pyramid approach into practice strategically by offering tailored solutions for

conditions, increasing access to its products with the company in which it participates, using its experiences in the process to respond to the expectations of different country markets and thus by “scaling up”.

Keywords: Social Innovation, Bottom of the Pyramid, Strategic Management, Prahalad.