



# **ÇALIŞANLARIN YENİLİKÇİ DAVRANIŞLARINDA SOSYAL SERMAYENİN ROLÜ**

**Sultan Merve ÇETİN**

**Nisan 2021**

**DENİZLİ**

**ÇALIŞANLARIN YENİLİKÇİ DAVRANIŞLARINDA SOSYAL  
SERMAYENİN ROLÜ**

**Pamukkale Üniversitesi  
Sosyal Bilimler Enstitüsü  
Yüksek Lisans Tezi  
İşletme Ana Bilim Dalı  
Yönetim ve Organizasyon Programı**

**Sultan Merve ÇETİN**

**Danışman: Doç. Dr. Yeliz MOHAN BURSALI**

**Nisan 2021**

**DENİZLİ**

Bu tezin tasarımı, hazırlanması, yürütülmesi, araştırmalarının yapılması ve bulgularının analizlerinde bilimsel etiğe ve akademik kurallara özenle riayet edildiğini; bu çalışmanın doğrudan birincil ürünü olmayan bulguların, verilerin ve materyallerin bilimsel etiğe uygun olarak kaynak gösterildiğini ve alıntı yapılan çalışmalara atıfta bulunulduğunu beyan ederim.

Sultan Merve ÇETİN

## ÖN SÖZ

Tez sürecince desteklerini esirgemeyerek her zaman yanımda olan ve bana her daim güvenen kıymetli aileme, bu süreçte yaşamış olduğum stres ve heyecanı benimle paylaşan arkadaşlarıma,

Yüksek lisans boyunca, bilgi birikimi ve tecrübelerinin yanında yol gösterici tavsiyeleri ve destekleriyle yetişmemde çok değerli katkıları olan saygı değer hocalarım Prof.Dr. Ayşe İRMİŞ, Prof.Dr. Feyzullah EROĞLU, Prof.Dr. Sebahat BAYRAK KÖK ve Doç.Dr İbrahim AKSEL' e ve son olarak danışman hocam sevgili Doç.Dr. Yeliz Mohan Bursalı' ya teşekkür ederim.

**Sultan Merve Çetin**

**Denizli, 2021**

# ÖZET

## ÇALIŞANLARIN YENİLİKÇİ DAVRANIŞLARINDA SOSYAL SERMAYENİN ROLÜ

Çetin Sultan Merve  
Yüksek Lisans Tezi  
İşletme Anabilim Dalı  
Yönetim ve Organizasyon Programı  
Tez Yöneticisi: Doç.Dr. Yeliz Mohan Bursalı  
Nisan, 2021, ix+115 Sayfa

20. yüzyıl başlarından bu yana birçok farklı alana konu olan sosyal sermaye önemi giderek artan bir kavramdır. Sosyolojide, iktisatta, siyaset biliminde, eğitimde ve birçok disiplinde incelenen sosyal sermaye, kurumsallaşma gayesi güden örgütler için büyük önem taşır. Sosyal sermayeyi toplumda güvene dayalı kalkınmanın oluşmasına kaynaklık eden değerlerin birikimi olarak tanımlanmak mümkündür. Yenilik kavramının “yeni ve faydalı iş ürünleri, prosedürler ve süreçlerin bilinçli olarak uygulanması” şeklinde bir tanımlaması yapılabilir. Yenilik, yenilikçi bir ortamın olduğu yerde gerçekleşebilir. Bu ortamın gelişmesinde ise sosyal sermayenin önemli bir rolü vardır. Yenilikçi davranış, problemlerin tanınmasını, fikirleri destekleyecek alt yapıların oluşturulmasını ve fikirlerin uygulanmasını kapsayan çok aşamalı bir süreci ifade eder. Yenilikçi davranışın ise işletmelerde rekabeti artıran stratejik bir etken olarak düşünülmesi sosyal sermayenin çalışanların yenilikçi davranışlarındaki rolünün inceleme konusu olmasına yol açmıştır.

Çalışmanın temel amacı Denizli ilinde faaliyet gösteren tekstil firmalarında görev yapan beyaz yakalı çalışanların yenilikçi davranışlarında sosyal sermayenin rolünün olup olmadığının tespit edilerek, incelenmesidir. Çalışma iki bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde kavramsal olarak sosyal sermaye ve kavramsal olarak yenilikçi davranış, ikinci bölümde ise her iki kavramın belirlenen anakütle ve örneklem düzeyinde ilişkisini tespiti yönelik yapılan araştırmaya ve bulgulara yer verilmiştir. Çalışmada yapılan korelasyon ve regresyon analizlerinde sosyal sermaye ve yenilikçi davranış arasında pozitif yönlü ve anlamlı bir ilişki ortaya çıkmıştır.

**Anahtar Kelimeler:** Sermaye, Sosyal Sermaye, Yenileşim, Yenilik, Yenilikçilik, Yenilikçi Davranışlar

**ABSTRACT**  
**THE ROLE OF SOCIAL CAPITAL IN THE INNOVATIVE BEHAVIOR OF**  
**EMPLOYEES**

Çetin Sultan Merve  
Master Thesis  
Department of Business Administration  
Management and Organization Program  
Adviser of Thesis: Associate Professor, Yeliz Mohan Bursalı  
April, 2021, ix+115 Pages

From the 20th century, the importance of social capital, which has been subject to many different areas, is an increasingly important concept. Social capital examined in sociology, economics, political science, education and many disciplines is of great importance to organizations that aim to institutionalize. The study of social capital in different areas has led to different definitions and analyzes of this concept. Social capital can be defined as the wealth values that are the source of trust-based development in society and innovation as “consciously implementing new and useful business products, procedures, processes”. Innovation can include organizational and administrative changes, also new product processes, initiatives, systems, production management, commercial regulations and services. Innovation can happen where an innovative environment exists. Social capital is important in the development of this environment. Innovative behavior refers to a multi-step process that includes recognizing problems, building infrastructure to support, and applying ideas. The idea of innovative behavior as a strategic factor that increases competition in businesses has led to a review of the role of social capital in employees' innovative behaviors. The goal is to examine whether social capital plays a role in innovative behavior of white collar employees working in textile companies in Denizli. The work consists of two parts. Firstly, conceptually social capital and innovative behavior, secondly, findings aimed at determining the relationship of both concepts at the determined population and sample level are given. Correlation and regression analyses conducted in the study revealed significant relationship between social capital and innovative behavior.

**Keywords:** Capital, Social Capital, Innovation, Innovative Behavior

## İÇİNDEKİLER

ÖN SÖZ.....	iii
ÖZET .....	iv
ABSTRACT.....	v
İÇİNDEKİLER.....	vi
ŞEKİLLER DİZİNİ .....	viii
TABLolar DİZİNİ.....	ix
GİRİŞ.....	1

### BİRİNCİ BÖLÜM SOSYAL SERMAYE KAVRAMI

1.1. Sermaye Kavramı.....	5
1.1.1. Geleneksel Üretim Faktörleri.....	5
1.1.2. Evrim Geçiren Sermayeye Ait Yeni Kavramlar .....	10
1.2. Sosyal Sermaye Kavramı .....	16
1.2.1. Sosyal Sermaye Kavramının Ortaya Çıkışı .....	16
1.2.2. Sosyal Sermaye Kavramı .....	18
1.2.3. Sosyal Sermayenin Kavramsal Çerçevesi.....	21
1.3. Sosyal Sermaye’de Temel Yaklaşımlar .....	25
1.3.1. Pierre Bourdieu .....	25
1.3.2. James Coleman.....	28
1.3.3. Robert Putnam.....	29
1.3.4. Francis Fukuyama .....	31
1.4. Sosyal Sermaye Unsurları .....	32
1.4.1. Sosyal Normlar .....	33
1.4.2. Güven .....	34
1.4.3. Ağ Bağlar / Sosyal Ağlar .....	37
1.4.4. İş Birliği .....	38
1.5. Disiplinlere Göre Sosyal Sermaye .....	38
1.5.1. Sosyolojik Yaklaşımda Sosyal Sermaye.....	39
1.5.2. Siyaset Biliminde Sosyal Sermaye .....	39
1.5.3. Psikoloji Yaklaşımında Sosyal Sermaye.....	40
1.5.4. İktisat/ Ekonomi Yaklaşımında Sosyal Sermaye .....	40
1.6. Sosyal Sermaye Düzeyleri .....	41
1.6.1. Micro Düzeyde Sosyal Sermaye .....	41
1.6.2. Orta Düzeyde Sosyal Sermaye.....	42
1.6.3. Makro Düzeyde Sosyal Sermaye .....	42
1.7. Sosyal Sermayenin Türleri.....	44
1.7.1. Bağ Kurucu Sosyal Sermaye.....	44
1.7.2. Köprü Kurucu Sosyal Sermaye.....	45
1.7.3. Birleştirici Sosyal Sermaye .....	46
1.8. Sosyal Sermayenin Alt Boyutları.....	47
1.8.1. Yapısal Boyut.....	47
1.8.2. Bilişsel Boyut.....	47
1.8.3. İlişkisel Boyut .....	48
1.9. Sosyal Sermaye ile İlgili Yapılan Çalışmalar .....	48

## İKİNCİ BÖLÜM YENİLİKÇİ DAVRANIŞ KAVRAMI

2.1. Yenileşim Kavramı .....	52
2.1.1. Yenileşim Kavramı ve Yaratıcılık İlişkisi.....	52
2.2. Yenileşim Türleri .....	54
2.3. Yenilik Kavramı.....	55
2.4. Yenilik Türleri.....	57
2.4.1. Değişime Yol Açan Yenilik:.....	57
2.4.2. Değişimin Sonucu Olan Yenilik: .....	57
2.4.3. Kopyalama: .....	58
2.4.4. Sentez: .....	58
2.5. Yenilikçilik Kavramı ve Kapsamı.....	58
2.6. Yenilikçi Davranış .....	59
2.7. Yenilikçi Davranışı Etkileyen Faktörler .....	63
2.7.1. Bireysel Faktörler.....	64
2.7.2. İşe ilişkin Mesleki Faktörler .....	64
2.7.3. Organizasyonel Faktörler .....	65
2.8. Yenilikçi Düşüncede Bilgi Paylaşımının Önemi ve Arasındaki İlişki.....	65
2.9. Yenilikçi Davranışların Önemi .....	67
2.10. Yenilikçi Davranış Boyutları ve Süreci .....	67
2.11. Yenilikçi Davranışların Sonuçları.....	70
2.12. Konuyla İlgili Yapılan Çalışmalar .....	71
2.13. Sosyal Sermaye ile Yenilikçi Davranışlar Arasındaki İlişki.....	73

## ÜÇÜNCÜ BÖLÜM ALAN ARAŞTIRMASI

3.1. Araştırmanın Amacı ve Kapsamı .....	75
3.2. Veri Toplama Araçları .....	75
3.3. Araştırmanın Modeli ve Hipotezleri .....	76
3.4. Araştırmanın Evreni ve Örneklemi .....	78
3.5. Araştırmanın Sınırlılıkları .....	78
3.6. Araştırma Verilerinin Analizi .....	78
3.7. Araştırmanın Bulguları.....	78
3.7.1. Demografik Özelliklere İlişkin Bulgular .....	79
3.7.2. Araştırmada Kullanılan Ölçeklerin Geçerlilik ve Güvenirlik Analizlerine İlişkin Bulgular.....	81
3.7.3. Betimsel İstatistik Analizine İlişkin Bulgular .....	89
3.7.4. Korelasyon Analizine İlişkin Bulgular .....	93
3.7.5. Regresyon Analizine İlişkin Bulgular.....	95
SONUÇ ve DEĞERLENDİRME .....	98
KAYNAKÇA .....	103
EKLER .....	111
Ek 1- Tez Anket Formu.....	112
ÖZ GEÇMİŞ .....	115



## ŞEKİLLER DİZİNİ

<b>Şekil 1:</b> Putnam' ın Sosyal Sermaye Teorisi Özeti.....	31
<b>Şekil 2:</b> Sosyal Sermayenin Unsurları .....	33
<b>Şekil 3:</b> Güven Döngüsü.....	35
<b>Şekil 4:</b> Yenilik Süreci ve Yenilikçi Davranışlar İlişkisi.....	68
<b>Şekil 5:</b> Yenilikçi Davranışların Örgütsel Çıktılar ile İlişkisi .....	71
<b>Şekil 6:</b> Araştırmanın Basit Modeli .....	76
<b>Şekil 7:</b> Araştırmanın Kapsamlı Modeli .....	77

## TABLOLAR DİZİNİ

<b>Tablo 1:</b> Yazarların Sosyal Sermaye Görüşleri.....	21
<b>Tablo 2:</b> Yazarların Sosyal Sermaye Tanımlamaları .....	22
<b>Tablo 3:</b> Uluslararası Organizasyonlara Göre Sosyal Sermaye .....	23
<b>Tablo 4:</b> Bourdieu' nun Sermaye Birimlerine Dair Ortaya Çıkardığı Sınıflandırma.....	25
<b>Tablo 5:</b> Sosyal Sermayenin Düzeyleri.....	43
<b>Tablo 6:</b> Köprü Kurucu ve Bağ Kurucu Sosyal Sermayenin Özellikleri .....	46
<b>Tablo 7:</b> Yazında yer alan sosyal sermaye çalışmaları .....	49
<b>Tablo 8:</b> Kleysen ve Street (2001) tarafından sınıflandırılan yaratıcı ve yenilikçi davranışlar .....	63
<b>Tablo 9:</b> Yenilikçi Davranışa Dair Yapılan Çalışmalar .....	71
<b>Tablo 9:</b> Yenilikçi Davranışa Dair Yapılan Çalışmalar .....	71
<b>Tablo 10:</b> Katılımcıların Cinsiyete Göre Dağılımı.....	79
<b>Tablo 11:</b> Katılımcıların Medeni Durumlarına Göre Dağılımı .....	79
<b>Tablo 12:</b> Katılımcıların Yaşlarına Göre Dağılımı .....	79
<b>Tablo 13:</b> Katılımcıların Eğitim Düzeylerine Göre Dağılımı .....	80
<b>Tablo 14:</b> Katılımcıların Mesleklerinde Toplam Çalışma Düzeyleri.....	80
<b>Tablo 15:</b> Katılımcıların Çalışmakta Olduğu Departmanlar .....	80
<b>Tablo 16:</b> Sosyal Sermaye Ölçeğinin KMO ve Bartlett Testi Sonuçları.....	82
<b>Tablo 17:</b> Sosyal Sermaye Anketi Faktör Analizi.....	82
<b>Tablo 18:</b> Yenilikçi Davranış Ölçeğinin KMO ve Bartlett Testi Sonuçları.....	86
<b>Tablo 19:</b> Yenilikçi Davranış Anketi Faktör Analizi .....	87
<b>Tablo 20:</b> Ölçeklerin Güvenilirlik Testi Sonuçları.....	88
<b>Tablo 21:</b> Sosyal Sermaye Ölçeği Ortalama ve Standart Sapmaları.....	89
<b>Tablo 22:</b> Yenilikçi Davranış Ölçeği Ortalama ve Standart Sapmaları .....	92
<b>Tablo 23:</b> Sosyal Sermaye ve Yenilikçi Davranış Korelasyon Analizi Sonuçları .....	94
<b>Tablo 24:</b> Sosyal Sermaye ve Yenilikçi Davranış Boyutları Korelasyon Analizi Sonuçları .....	94
<b>Tablo 25:</b> Sosyal Sermayenin Yenilikçi Davranışa Etkisini Belirlemeye Yönelik Yapılan Regresyon Analizi Sonuçları .....	95
<b>Tablo 26:</b> Sosyal Sermayenin Yenilikçi Davranışa Etkisini Belirlemeye Yönelik Regresyon Analizi ANOVA Sonuçları .....	96
<b>Tablo 27:</b> Hipotezlerin Kabul/Ret Durumu.....	97

## GİRİŞ

Kavramların işaret ettikleri anlam değer dünyaları, bu kavramlar meydana getirilmeden öncede mevcuttur. Fakat belli bir çerçeveye alınması zorunlu olan anlam değer dünyaları, üzerine yapılan tartışmalar sonucu kavram haline gelir ve sistematik fikirler üretilir. Bu minvalde “sosyal sermaye” kavramının kavramsallaştırmasının işaret ettiği saha da kendisi var olmadan önce belli belirsiz bir şekilde fikirde ve çalışmalarda mevcuttu. Sosyal sermaye, yeni bir kavram olarak kabul edilmekle birlikte, bir fikir olarak sosyal bilimler bünyesinde uzun bir tarihi geçmişe sahiptir. Yazında sosyal sermaye kavramının kökeni Durkheim, Marx ve hatta Aristo'nun çalışmalarına kadar daha gerilere taşınmaktadır.

Sosyal sermayenin sosyolojik yaklaşım içerisindeki köklerine bakacak olursak bu kavramsallaştırma ilk sosyologlara, -Tocqueville'e, Durkheim'a, Weber'e, Marks'a, Tönnies'e- kadar götürülmekte, İktisadi yaklaşım içinde ise klasik İktisatçılara-Adam Smith'e, Marshall'a, Hume'a ve Hicks'a- kadar geri götürülmektedir. Bununla birlikte sosyal sermaye Woolcock ve Narayan'ın (2000: 228) görüşüne göre, bir terim olarak ilk kez Hanifan (1916) tarafından kullanılmıştır. Hanifan, Batı Virginia'da sosyal katılımının eğitim ve okul başarısını artırmadaki yerini açıklayarak, sosyal sermaye kavramını ortaya çıkarmış, sosyal sermayeyi sosyal bir birimi meydana getiren fertler ve aileler arasında iyi beklentiler, arkadaşlık, sempati ve sosyal ilişki gibi çoğu kişinin günlük hayatında karşılaşılabilecek kavramlara dayalı olarak tanımlamıştır. Hanifan'ın düşüncesine göre bir fert ancak komşuları ve onların diğer komşularıyla iletişime ve sosyal etkileşime girerse sosyal sermaye birikimi oluşur ve bu görünüş ferdin sosyal ihtiyaçlarını doyurarak, potansiyel olarak cemiyetin bütününde hayat şartlarının önemli ölçüde gelişmesine katkıda bulunur (Tüylüoğlu, 2006:21).

Hanifan'ın sosyal sermaye'ye yönelik bu yorumu muhtelif çalışmalarda zaman zaman ele alınmıştır fakat kavrama dair hususi bir alaka canlanmamış ve uzun yıllar zarfında dikkatlerden uzaklaşmıştır. Daha sonra 1950'li ve 1960'lı yıllara gelindiğinde kavram, bir kısım Kanadalı şehir sosyologları ve kent bilimcileri tarafından tekrardan keşfedilmiş, 1970'li yıllara gelindiğinde ise bu tarihten itibaren iktisatçılar tarafından dikkate alınmaya başlamıştır (Woolcock ve Narayan, 2000: 229). Bununla beraber kavrama yönelik genel alanın ve teorik sahada yaşanan gelişmelerin 1980'li yılların sonlarından itibaren başlayarak 1990'lı yıllarda ortaya çıktığı ve bilhassa kalkınma ile ilgili en yoğun araştırmaların günümüzde halen devam ettiğine rastlanmaktadır. Sosyal

sermayenin aktüel kullanımını daha çok Bourdieu (1986), Coleman (1988) ve Putnam'ın (1993; 1995; 2000) çalışmalarına istinat ettirilmektedir. Akademik dünyadan gelen çalışmaların yanında, Dünya Bankası'nın da geçen birkaç yıl süresince sosyal sermayenin en önemli önericilerinden biri olduğu göze çarpmaktadır. Geleneksel olarak kalkınma ekonomisinde yer alan pek çok teori az gelişmiş ülkelerde kalkınmanın önündeki handikapların tespit edilmesi ve çözümüne dair tavsiyeler getirmişlerdir. Bu adımda önem kazanan soru iktisat bilimi ve kalkınma teorilerinin sosyal sermaye eksikliği problemini ne ölçüde ele alabildiği ya da alamadığıdır (Tüylüoğlu, 2006: 22).

“Sosyal sermaye” bir kavram olarak ekonomik, politik ve içtimai sahalarda karşılaşılan kalkınma merkezli problemlerin tarifi, izahı ve analizine dair münakaşalarda sosyal bilimlerin son çeyrek yüzyılında yoğun olarak yer almaya başlamıştır (Şimşek ve Şan, 2011). Batının modern tarihine baktığımızda, yaşanan krizlerin sosyal bilimlerin alanının bünyesinde tanımlanmaya, izah edilmeye, anlamlandırılmaya, kanalize edilmeye ve çözülmeye dair girişilen çabaların tarihidir. Batı'nın iktisadi, siyasi ve içtimai modellerinin yetersiz kaldığı günümüz şartlarında; meydana gelen krizler, sosyal bilimlerde yeni kavramsallaştırmalar çevresinde anlaşılmaya, açıklanmaya ve aşılmaya yönelik çalışmalarda bulunulmasına sebep olmuştur. Bu çerçevede “sosyal sermaye” de yüzyüze gelinen problemlerin tespit edilmesi ve çözümü için sosyal bilimlerdeki farklı disiplinlerin katkısı ile son çeyrek yüzyılda iyice öne çıkmış, popülerlik kazanmış bir kavramsallaştırmadır. Sosyal sermaye, ekonomiden eğitime, sosyolojiden siyasete kadar uzanan geniş çalışmalara ve münakaşalara neden olan bir konu olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu minvalde sosyal sermayenin kimileri için, başarılı bir eğitimin, ekonomik kalkınmanın, etkili yönetimin, içtimai bütünleşmenin kaynağı “kayıp halka”, “toplumsal tutkal”, “görünmez el” olarak nitelendirilir. Kimileri için “bilimsel popülizm”in günümüzdeki son halkası, “inşa edilmiş”, “bağlamsal”, “kaotik”, “tercüme”, “çelişkili” ve “tartışmalı” bir kavramdır. Bazılarına göre de “farklı gündemler için kullanışlı bir mandal” olarak sosyal bilimlerin gündeminde yeri olan bir vasıta olarak ifade edildiğini söyleyebiliriz (Aktaran; Şimşek ve Şan, 2011: 90; Fine, 2011; Woolcock ve Narayan, 2010; Harris ve De Renzi, 2010; Grootaert, 2010; Field, 2008; Fukuyama, 2005;).

Yenilik yeni bir ürün veya hizmet yaratılmasının yanında iş modelleri, yönetim teknikleri, stratejileri ve örgütsel yapı açısından yenilikleri de ifade eder. Yönetim ilkeleri ve süreçlerindeki yenilik uzun ömürlü rekabet avantajı yaratabilir ve rekabetçilik konumunda dramatik değişikliklere yol açabilir (Hamel,2006:73).

İş sektöründe önemli bir yeri olan ihracat firmaları, yaşamlarını devam ettirme, rekabet gücü sağlama, çalışanların ve paydaşların ihtiyaçlarına daha iyi yanıt verebilme düşüncesiyle yenilikçi olmak durumundadırlar. Bu düşünceden hareketle, son on yılda yenilikçiliğin neredeyse bütün sektörler için önemi daha fazla gündeme gelmiş, akademisyen ve uygulayıcıların bu tarafa olan eğilimleri artmıştır (Aksay ve Orhan, 2013:11). Stratejik anlamda güçlü olabilmek için yeniliği gerçekleştirmek kadar yeniliğin sürekliliğini de sağlamak gerekmektedir. Bu ise çalışanları yenilikçi davranışa teşvik edilmesi ile mümkün olabilir. Çalışanların yenilikle sonuçlanabilecek yaratıcı fikirlerini ortaya koyabilmeleri açısından yenilikçi iklime yönelik algıları, düşünceleri ve sosyal sermaye büyük önem taşımaktadır. Yüksek bir sosyal sermaye örgütte yenilikçi bir ortamın oluşmasına etki edecek ve çalışanları yenilikçi davranmaya teşvik edecektir. Sosyal sermaye ve yenilikçi iklim yenilikçi davranışı, o da rekabet üstünlüğünü ve bu üstünlüğün sürdürmesini sağlayacaktır. Dolayısıyla sosyal sermayenin günümüz örgütlerince yatırım yapılması gereken bir kaynak olduğu ve geliştirilmesine önem verilmesi gerektiği sonucuna ulaşılabilir

Bu çerçevede bu çalışma, sosyal sermaye ve yenilikçi davranış değişkenlerini ele almakta ve firma çalışanlarının yenilikçi davranış sergilemesinde sosyal sermaye ve yenilikçi davranışın önemini ortaya koymayı amaçlamaktadır. Çalışmada sosyal sermaye boyutlarının yenilikçi davranış üzerindeki etkisini inceleyerek, tüm değişkenler arasındaki ilişkileri bulmak suretiyle yazına katkıda bulunmak amaçlanmıştır. Alan yazında bu konuda yapılan araştırmaların az olması ve birinci bölümde ele alınan sosyal sermaye kavramına dair daha önce ihracat alanı kapsamında bir araştırmaya ulaşılamamış olması çalışmanın önemini arttırmaktadır. Ayrıca çalışma neticesinde ulaşılabilecek bulguların özel sektöre, insan kaynakları yönetim uygulamalarına ve yazına katkı sağlayabileceği değerlendirilmektedir.

Tez çalışması iki bölümden oluşmaktadır. Tezin *birinci bölümünde* tez çalışmasında ele alınan kavramlara ilişkin teorik bilgiler yer almaktadır. Bu doğrultuda öncelikle *sosyal sermaye kavramına* yer verilmiştir. Bu kavramla ilgili tanımlamalar, yaklaşımlar, modeller ele alınmıştır. Daha sonra *yenilikçi davranış kavramına* yer verilmiştir. Yenilikçi davranış ile ilgili tanımlamalar, modeller, yenilikçi davranış ile ilgili teoriler bu bölümde anlatılmaya çalışılmıştır. Sonrasında sosyal sermaye ile yenilikçi davranış arasındaki ilişkiye dair teorik çerçeve hakkında bilgi verilerek, bu ilişkiyi inceleyen yerli ve yabancı araştırma sonuçları ele alınmıştır. Tezin *ikinci bölümünde*, sosyal sermaye ile yenilikçi davranış ilişkisine ilişkin yapılan alan araştırması yer

almaktadır. Bu bölümde araştırmanın amacı ve kapsamı, modeli, yöntemi, kısıtları, araştırma hipotezleri ve bulgularına yer verilmektedir.

# BİRİNCİ BÖLÜM

## SOSYAL SERMAYE KAVRAMI

### 1.1. Sermaye Kavramı

İktisadi faaliyetin ana amacı, üretimdir. Tarihsel sürece bakıp incelendiğinde, değişim değeri taşıyan ihtiyaç fazlası üretimin ortaya çıkmasıyla, üretim faaliyetinin bir zenginlik kaynağı, dolayısıyla hem iktisadî hem de sosyolojik açıdan temel inceleme konusu olduğu gözlenir. Sosyal sermaye kavramı, yirminci yüzyılın ikinci çeyreğine gelindiğinde sosyal bilimler literatürüne girmiştir. Buna karşı, tartışma zemininin şiddetli olduğu dönem 1960'lardır diyebiliriz. Sermaye kavramı dendiği zaman hemen akla klasik tanımı gelir. Bununla birlikte sermaye kavramı geleneksel üretim faktörlerinden biri olarak kabul edilir ve geleneksel üretim faktörlerinin ayrılmaz bir parçasıdır.

#### 1.1.1. Geleneksel Üretim Faktörleri

Milletler için ekonomik kalkınmayı yalnızca ekonomik bir hadise olarak değil, sosyal yapı, doğal kaynaklar, kültürel dinamikler ve politik yaklaşımlar gibi fazla boyutlu ve karşılıklı etkileşimlerin sonucunda tezahür eden istihsal ve istihlâk seviyesi şeklinde ele almak gerekir. Bu bakımdan cemiyetler tarafından istenen ekonomik kalkınma seviyesine erişebilmek için ilk olarak istihsal seviyesinin belirleyicisi görevinde olan üretim faktörlerini iyi anlamak gerekiyor (Karagül, 2012: 17).

Üretim faktörleri tanımlanırken, ürünün özelliğinin ve ürün içindeki göreceli ağırlığının tesirini dikkate almak gerekmektedir. Tarım toplumunun yoğunlukta olduğu sanayileşme öncesi dönem örnek verilecek olursa, üretim faktörü olarak; emek, sermaye ve müteşebbisten bahsetme imkânı olmayacaktır. Feodal sistemdeki ekonomik yapı, zenginlik toprağında üretimi gerçekleştiren ve oldukça azını kendilerine pay edebilen köylüler ile toprağa dayalıydı. Sözü edilen dönemin stratejik üretim faktörünün, toprak olması nedeniyle zenginliğin ve gücün tek kaynağı her zaman toprak olarak kabul edilmiştir. Bu süreçte henüz ticaretin gelişmemiş olması uzmanlaşma ve iş bölümünden de bahsetmenin imkânı yoktu. Zaman içerisinde meydana gelen yeni iktisadi ve içtimai dönüşümler, öncekilerle karşılaştırıldığında çok daha geniş içerikli ekonomik analizlerin yapılmasına fırsat vermiştir. Bu çerçevede birey ölçeğinde tüketim; üretim faktörlerinin yeniden değerlendirilmesini de kapsayan, firma ölçeğinde üretim ise; üretici

muvazenesini temel alan iktisadi incelemelerin yapıldığı söylenmektedir. Bu minvalde sanayi toplumunda oldukça önemli olan işçilerin, yeni iktisadi üretim faktörleri tanımlanmasında *emek* olarak kendisine yer bulduğu göze çarpmaktadır (Karagül, 2016: 2).

#### **1.1.1.1. Emek**

Ekonominin en önemli faaliyeti olan üretimin ve onunda vazgeçilmez unsuru olan emeğin geçmişten günümüze iktisadi faaliyetlerin, üretim yapısının ve ürünlerin gösterdiği sürekli değişime uyum sağladığını belirtmek gerekir. Yani diyebiliriz ki emek, üretim faktörlerinin en vazgeçilmezi olmasının yanında, değişen üretim sürecine uyum sağlama yönünden oldukça esnek bir yapıya sahiptir. Söz konusu emek unsuruna genel ve özel manada yaklaşarak ele alacak olursak, emeği genel anlamda; insanın üretime fiziki ve zihni yönüyle her aşamasında ve konumda katkı sağlaması olarak tanımlamamız mümkündür. Emeği; genel manada insanın, üretime fiziki ve zihni tarafıyla her kademesinde ve konumda fayda sağlaması şeklinde tanımı yapılabilir (Karagül, 2012: 20).

#### **1.1.1.2. Sermaye**

Parayı ve paranın satın alabildiği makine ve teçhizat olarak görülen geleneksel iktisat teorisinde yer alan sermaye kavramı, sürekli şekilde günümüze kadar yapılan tartışmalarda yer almıştır. Şimdi ki geldiği yer itibariyle yeni incelemelere gereksinim duyan önemli bir konu olma özelliği taşır. Emek, doğal kaynak, sermaye ve girişimci olarak dörde ayrılan geleneksel iktisat teorisinde yer alan üretim faktörleri içinde sürekli olarak öne çıkarılan faktörün hep sermaye olduğu önem taşıyan bir husustur. Yine iktisadi büyüme ve kalkınma sürecinde en çok ihtiyaç duyulan değer, sermaye olduğu açıkça söylenebilir. Ancak bu noktada değeri ve önemine vurgu yapılmak istenen sermaye kavramının her zaman maddi unsurlarla birlikte özdeşleştirilen ve geleneksel iktisat yazınında de bulunan sermayenin para merkezli olmadığı anlaşılmalıdır. Çünkü parasal karşılığı olan maddi içeriği bulunan sermaye tanımlaması çerçevesinde ülkelerin kalkınmışlığını ya da geri kalmışlığını izah etmek pek de mümkün olmayacaktır. Milletlerin sahip olduğu yeraltı ve yerüstü kaynakları ile erişebileceği iktisadi düzeyin farklı yönde olması, mecburi olarak önce ekonomistleri daha sonra ise araştırmacıları ekonomik kalkınma konusunda yeni arayış ve araştırmalara sevk etmiştir. Baktığımızda tabii kaynak zengini olan coğrafyaya sahip bölgelerde genellikle az gelişmiş toplumları;



tabii kaynak bakımından fakir olana coğrafyalara sahip bölgelerde ise tersine gelişmiş toplumları barındırdığını ifade edebiliriz. Bu manada iktisadi kalkınma ile toplumların sahip olduğu maddi değerler arasında müspet bir ilişkiyi kurmanın mümkün olmadığını söyleyebiliriz. Bu yüzden sermaye olgusunu maddi içeriği olan tek boyutlu bir yaklaşımla incelemenin eksik bir idrak ediş olacağını ifade edebiliriz (Karagül, 2012: 24-25).

Bu minvalde sermayenin; *üretime, pozitif katkı sağlayan her türlü maddi olan ve olmayan unsurlar* şeklinde bir tanımlamasını yapmak tek başına yeterli ve doğru kabul edilemeyecektir. Böyle bir açıklama neticesinde sermayeyi en genel durumuyla dört şekilde sınıflandırmanın mümkün olduğu söylenmektedir. Bu sınıflandırma; *finansal, fiziki, beşerî* ve *sosyal sermaye* olarak yapılmıştır. Söz konusu kavramları kısaca açıklayacak olursak;

*Finansal sermayeyi*, öncesinde yapılmış olan üretimin neticesinde meydana gelen artı değer mahiyetinde olan para ve onun aynı anlamı taşıyan değerli varlıkların ortaya çıkardığı birikmiş olan iktisadi değerler olarak bir tanımlama yapılabilir.

*Fiziki sermaye*, bir ülkeye ait olan teçhizat, makine gibi her türlü araç ve binalar ile alt yapı imkânlarından meydana gelen ve üretimde kullanılacak mahiyette olan iktisadi varlıklar fiziki sermaye olarak nitelendirilir.

*Beşerî sermaye*, nüfusun sayısı, yaş grubu, sağlık durumu, eğitim yapısının belirleyici unsurlar olduğu beşerî sermaye, bir ülkede var olan iş görebilir özellikteki eğitilmiş olan işgücü miktarını ifade etmektedir.

*Sosyal sermaye* ise; bir toplumdaki güvene bağlı dikey ve yatay özelliklere sahip ilişkiler seviyesi olarak tanımlanır ve öteki sermaye türlerinin ülke çıkarlarına yönelik, daha dinamik ve randımanlı bir şekilde kullanılmasına olanak sağlayan bir vazifeyi üstlenmektedir. Bundan dolayı toplumun sosyolojik yapısı, kültürel değerleri ve bu değerlerin yaratılmasında etkili olan dini inançlar, sosyal sermaye birikimine fayda sağlarken, bunun da iktisadi kalkınmayı olumlu yönde desteklediği söylenmektedir (Karagül, 2012: 25-26).

### **1.1.1.3. Doğal Kaynaklar**

Genel bir ifadeyle doğal kaynağı, insanoğlunun Dünya'ya gözünü açtığı andan itibaren etrafında gördüğü, duyduğu ve varlığını hissettiği her türlü pozitif değerler olarak tanımlayabiliriz. Doğal kaynakların bir bölümünün herhangi bir işleme tabii tutulmadan faydalanılabilen doğal varlık olma özelliği gösterirken, bir kısmının ise bir veya daha fazla

üretim sürecine dâhil olduktan sonra kullanım özelliği elde ettiğinin söylenmesi gerekmektedir (Karagül, 2012: 33).

Doğal kaynaklar için “insani” olmanın içine girmeyen her şey bu faktörün içinde ele alınabilir; tarım ya da inşaat alanı, madenler ve değerli potansiyel kaynaklar, nehirler, okyanuslar ve atmosferle buralarda bulunan her şeydir diyebiliriz. Bundan dolayı hava ve su gibi tabiatta serbestçe var olan nesnelerin kullanılması da doğal kaynak kategorisinin içinde sayılmaktadır (Özsağır, 2007, 43).

Toplumların içinde hayatlarını sürdürdükleri tabi ortam ile yaşamlarının devamını sağlamak için yaptıkları hareketler arasında güçlü bir bağ bulunmakta ve bu davranışlarda iktisadi faaliyetler olarak değerlendirilmelidir. Bu durumu İbn-i Haldun’un teorisiyle örneklendirebiliriz. İbni Haldun’a göre tabiatta hazır olarak ulaşıklarıyla yetinen en iptidai toplum olan Bedeviler ile mülk ve servet birikimiyle yerleşik hayata geçen ve medenileşme sürecinin içine giren Hadariler, her zaman doğal kaynaklardan faydalanarak yaşamlarını idame ettirmeye çabalamışlardır. İbn-i Hadun Bedevilerin hayatlarında ekonomik bir faaliyetin olmadığı görüşüne sahiptir. Fakat iktisadi faaliyetleri başlatan toplum olarak servet ve mülk birikimiyle birlikte yerleşik hayata geçiş yapan ve burada ortaya çıkan yeni ihtiyaçlarını karşılayabilmek için yeni meslekler ve ürünler üreten Hadariler kabul edilmektedir (Karagül, 2012: 34).

İnsanoğlunun iktisadi faaliyet olarak gerçekleştirdiği her türlü eylem, mutlak surette bir şekilde doğal kaynağa dayanmakta ve bu doğal kaynakların olmaması halinde hiçbir iktisadi faaliyetin meydana gelmesinin mümkün olmadığını söyleyebiliriz. Yine bu durumu örneklendirecek olursak; sanayi üretimi hem enerji kaynağı olarak hem de madde olarak doğal kaynağa ihtiyaç duyduğunu ve yine zirai üretiminde ise ihtiyaç duyulan, toprak, hava, su ve güneş ile ayrıca tohumların doğal kaynaktan başka bir şey olmadığını görürüz. Sonuç olarak her türlü reel üretime dayalı ekonomik faaliyet, mutlak surette doğal kaynaklara ihtiyaç duyar.

Dünya üzerinde her türlü doğal kaynağın miktar çeşitliliği bakımından dağılımının heterojen olduğunu söylemek mümkündür. Doğal kaynakların iktisadi üretim açısından çok önemli bir yere sahip olması nedeniyle, bu dağılım farklılığının toplumların iktisadi ve sosyal hayatlarına önemli etkileri ve yansımaları olduğunu söyleyebiliriz. Sanayileşme ve teknolojiye bağlı üretimin yapılmadığı eski dönemlerde, o coğrafya üzerinde hayatını devam ettirmeye çalışan insanlar açısından yaşanan coğrafyanın doğal hayata fırsat sağlamasının çok büyük bir şans olduğunu söylemekte bir beis yoktur. Hayatın sürdürüldüğü coğrafya eğer uygun ve elverişli ise üstünde yaşayan toplum için büyük bir

ayrıcalık olduğunu belirtmemiz mümkündür. Buna bağlı olarak bu dönemlerde Anadolu, Orta Doğu ve Kuzey Afrika gibi bölgeler diğer bölgelerle karşılaştırıldıklarında çok daha avantajlı bir yapıya sahip olduğu söylenebilir (Karagül, 2012: 34-35).

Orta kuşağın sunmuş olduğu yaşama fırsatlarının neden olduğu rehavet o coğrafya üzerinde yaşayan insanların tembelleşmesine, araştırma, geliştirme ve kendini yetiştirme konularında yeterli gayreti göstermemeleri, devam eden zamanın ihtiyaç duyduğu yeniliklere tepkisiz kalmalarına neden olmuştur. Bu gelişmelerin neticesi olarak bahsi geçen milletlerin modern çağda ekonomik olarak geri kalmalarını kaçınılmaz bir hale getirmiştir. Avrupa coğrafyasında yaşayan toplumlara baktığımızda ise sanayileşme öncesi dönemde birçok açıdan yetersizliklerle ve güçlüklerle karşı karşıya kalmış fakat içinde buldukları olumsuzluklardan kurtularak, yoğun bir arayış içine girerek varlıklarını devam ettirme çabası içine girmişlerdir. Sonuç olarak baktığımız vakit coğrafyanın sunmuş olduğu fırsatlar, Orta Çağ öncesi dönemde üzerinde yaşayan insanlar için müspet etkileri olurken, ilerleyen zamanda sözünü ettiğimiz imkân ve fırsatlar aynı toplumun tembelleğe düşerek birçok alanda gerilemesine sebep olmuştur. Bir başka coğrafyanın yarattığı menfi sonuçların ise belli bir zaman sonra üstünde yaşayan insanları bir arayışa sevk ederek, ilerleme sürecine başlamalarına sebep olabileceği söylenilebilir (Karagül, 2012: 36).

#### **1.1.1.4. Müteşebbis/Girişimci**

Üretim faktörlerinden emek, sermaye ve doğal kaynağı bir mal veya hizmet üretebilmek için belirli bir miktarda ve yapılarda yan yana getirerek, üretim sürecine katan kişi girişimci olarak adlandırılmaktadır. Girişimci ya da bir başka ifadeyle müteşebbis üretim faktörlerinden birisi kabul edilir (Karagül, 2012: 42). Müteşebbisin birincil üretim faktörleri arasında yer alıp almamasının gerekliliği zaman zaman kendisine tartışmalarda yer bulsa da girişimci kimliğindeki kişinin katma değer meydana getirecek faaliyetlerde bulunduğu gerçeğini görmezden gelinemez (Karagül, 2012: 42). Müteşebbisin katma değerini ortaya çıkmasında yaptığı girişim faaliyetlerinin sıralanması şu şekilde belirtilebilir;

- Mal ve hizmet üretmeyi hedefleyerek, üretim faktörlerini bir araya getirmesi,
- İhtiyaçları karşılamaya yönelmesi,
- Ulaşabildiği bölgedeki doğal kaynakları değerlendirmesi,
- Kâr amacıyla, istihdam sağlayarak ve risk alarak üretimi organize etmesi.

Müteşebbis sahip olduğu ya da bir şekilde sağladığı ekonomik değerleri istihdam ederek bunun sonucunda yeni bir katma değer yaratma gayreti içindedir. Bu yüzden müteşebbis iktisadi manada önemli bir aktiviteyi ifa etmektedir (Karagül, 2012: 42).

### 1.1.2. Evrim Geçiren Sermayeye Ait Yeni Kavramlar

Sermaye kavramı günümüze kadar önemli ölçüde bir değişime uğramıştır. Sanayi devriminde; “neye sahipsin?”, bilgi toplumunda; “ne biliyorsun?”, ve en son olarak iletişim toplumunda ise; “kimi tanıyorsun?” sorusunun cevabı olarak karşımıza çıkmaktadır (Woolcock, 2001:13). Sermaye kavramının geçirdiği bu değişim sahip olduğumuz iktisadi ve sosyal hayatı daha iyi açıkladığını söyleyebiliriz. İlgili yeni sermaye kavramlarını; “finansal sermaye, fiziksel sermaye, doğa sermayesi, kültür sermayesi, zaman sermayesi, entelektüel sermaye, beşerî sermaye ve sosyal sermaye olarak sıralayabiliriz. Bu kavramları kısaca açıklayacak olur isek,

*Sermaye:* İnsanın faaliyetlerini kolaylaştıran birikimlerdir,

*Finansal Sermaye:* Yatırım için kullanılabilen para,

*Fiziksel Sermaye:* Gayrimenkul, donanım ve üretim altyapısı,

*Doğa Sermayesi:* Tabii varlıkların işletilerek sermaye birikimi sağlanması,

*Kültür Sermayesi:* Sosyal ve ekonomik avantaja dönüştürülebilir yüksek kültürel sermaye,

*Zaman Sermayesi:* Pozitif edinimler ve üretim için gerekli olan zaman dilimi,

*Entelektüel Sermaye:* Firmanın sahip olduğu soyut değerler ve bilgiyi kullanma becerisi,

*Beşerî Sermaye:* Eğitim ve tecrübeye dayalı üretkenlik,

*Sosyal Sermaye:* Güvene dayalı sosyal ilişki yoğunluğunun ekonomik ve sosyal faydaya dönüşümü olarak kısaca açıklayabiliriz.

### 1.1.2.1. Finansal ve Fiziki Sermaye

Finansal sermaye, müteşebbislerin ve işletmelerin kendi ürünlerini üretmelerinde gereksinim duydukları şeyleri satın almak için kullandıkları para ya da etkinliklerini temel alan iktisat sektörüne olan hizmetlerini ortaya koymak için kullandıkları para cinsinden ölçülen herhangi bir iktisadi kaynaktır

(<https://mimirbook.com/tr/4e77fac3ede>).

Fiziki sermaye ise, üretimi daha kolay hale getiren araçları şekillendirmek üzere malzemelerdeki değişiklikler ile oluşturulmaktadır. Yani fiziki sermaye kabaca üretim faaliyeti göstermek için gerekli ve emek faktörü tarafından üretilmiş olan bütün üretim araçlarını kapsamaktadır (Karaçay, 2008: 10).

### 1.1.2.2. Doğa Sermayesi

Bu yeni kavram, tabii varlıkların kapitalist sistem içinde sermaye birikimi amacıyla kullanılmasını öngörür.

Hernendo De Sotho' nun "Mistery of Capital" sermayenin gizemi adlı çalışmasında bu konu için oldukça dikkate değer bir çalışmadır. Hernendo, bu çalışmasında az gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerin ekonomik olarak geri kalmalarının sebebini, sahip oldukları doğal kaynakları yeterince işletmemelerine bağlamaktadır ve ilgili ülkelerin sahip oldukları su, maden ve orman gibi doğal varlıkları işleterek sermaye birikimi ihtiyaçlarını rahatlıkla karşılayabileceklerini iddia etmektedir (Karagül, 2012: 64).

### 1.1.2.3. Kültür Sermayesi

İlk defa 1979 yılında Pierre Bourdieu tarafından dile getirilen bu kavram, kişilerin ait olduğu aile ve sosyal çevre farklılığı nedeni ile sahip oldukları iktisadi ve sosyal avantajlar fertler için kültür sermayesi olarak atılmış ve son yıllarda kavram, bireysel ve toplumsal farklılıkları açıklamakta faydalanılan önemli bir unsur olarak görülmektedir.

Eğitim, kültür ve gelir düzeyi yüksek olan bir aileye ait olan bir çocukla, bir işçi ailesine ait olan bir çocuğun sahip oldukları hayat için gerekli olan bilgi birikiminin aynı olduğunu söylemek yanlış olacaktır. Özellikle yüksek kültürel birikime sahip bir ailenin çocuğu konuşma, giyinme, yeme, içme ve kendine olan özgüveni bakımından, işçi bir aileye ait olan bir çocuğa göre daha avantajlı bir konumdadır. Bu farklılığın, sözünü ettiğimiz çocuğun okul hayatındaki başarısına, bir iş edinirken ki imtiyazına ve çalışma hayatındaki etkinliğine olumlu bir tesir yaratarak o kişinin hayatının her aşamasında

diğerlerine göre her zaman en az bir adım önde olmasını sağlayacağını söyleyebiliriz. Bourdieu'ya göre bu durum, toplumdaki sosyal farklılıkların giderek artmasına ve sosyal çatışmalara yol açmasına sebep olmaktadır.

#### **1.1.2.4. Zaman Sermayesi**

Biz her ne yaparsak yapalım elimizdeki maddi ve manevi imkânlar ne ölçüde olursa olsun her bir eylem için "an" olarak ifade edilen en küçük zaman dilimi ölçüğü de bile olsa belli bir süreye ihtiyaç olduğundan hiç şüphe yoktur. Bu sebeple kişilerin ve milletlerin hayatlarında hiçbir bedelle edinilemeyecek olan tek sermaye türü "zaman" dan başka bir şey değildir.

Gerçekte maliyeti yüksek olan ve telafisi pek mümkün olmayan zaman sermayesi, muhasebe kayıtlarına girmediğinden olacak ki en önemli ve en kritik sermaye şekli olduğu dikkatlerden kaçmaktadır. Topluların her şeyden önce sahip oldukları kısıtlı zaman sermayesini, zaman yönetimi bilinci ile çok daha verimli kullanmaları, diğer sermaye unsurlarından yeterince faydalanabilmeleri için ön şart niteliğinde olduğu dikkatlerden kaçırılmamalıdır.

#### **1.1.2.5. Manevi Ruhsal Sermaye**

Manevi ve ruhsal sermaye, fertlerin sahip olduğu inanç esaslarına bağlı kalarak, bireysellikten arınmış bir şekilde toplumsal çıkarlar doğrultusunda bir yaşam tarzı sergilemeleriyle ortaya çıkan sinerjiden başka bir şey değildir. Ruhsal tatmine ulaşan bireylerin çalışma ahlakı, yardımseverlik ve güvenilirlik konularında daha başarılı ve daha tatminkâr olacağı konusunda güçlü bir görüş birliği vardır. Öte yandan ele almaya çalıştığımız konu olan sosyal sermaye güvene dayalı ilişkileri temel alan ve büyük ölçüde manevi sermayeden beslendiği gerçeği, dikkate alınması ciddi önem arz eden bir diğer önemli tespittir (Karagül, 2012: 67).

#### **1.1.2.6. Bilgi Sermayesi**

Ekonominin bağlı olduğu saha tarih süresince, zaman geçtikçe farklılık göstermiştir. Yerleşik yaşama geçişle başlayıp gelişim gösteren tarım etkinlikleri "Tarım Toplumu"nu ortaya çıkarmış; makineleşme, fabrikalaşma gibi gelişmelerin neticesinde zuhur eden sanayi devrimi ise "Sanayi Toplumu" kavramını ortaya çıkarmıştır. Son dönemlere geldiğimizde ise hızla gelişen ve değişen bilgi ve iletişim teknolojileri ise "Bilgi Toplumu" kavramının ortaya çıkmasına neden olmuştur. Son yıllarda bilgi

toplumu ve bilgi ekonomisinin ekonomi yazınının da yer almaya başlamasıyla birlikte buna bağlı olarak “bilgi sermayesi” kavramının da sıkça ele alındığını görüyoruz.

Bilgi olmadığı takdirde girişte yer verdiğimiz üretim faktörlerine fazlaca sahip olmak pek bir şey ifade etmeyecektir. Burada kast ettiğimiz bilgi sermayesi, üretim öncesi ve sonrasında ihtiyaç duyulacak ya da rakiplere karşı bir fark bir üstünlük sağlayacak her türlü bilgidir. Diğer bir ifade ile kurumsal manada sahip olunan, stratejik bir değer ifade eden bilgi birikiminin, bilgi sermayesi olarak değerlendirildiği görülmektedir. Bu anlamda, özellikle firmaların kurumsal olarak sahip üretim bilgisi, Pazar bilgisi, teknolojik yeniliklere ilişkin bilgiler ve rakip firmalara ait malumatlar ile kamunun muhtemel iktisat politikaları hakkındaki duyum ve sezgiler, bilgi sermayesi anlamında en önemli bilgi deposunu oluşturmaktadır. Birçok alana ait bilgilere, özellikle rakiplerde bulunmayan stratejik bilgilere, sahip olan kişi, kurum, hatta devletlerin rakipleri karşısında hiçbir maddi değerle ölçülemeyecek kadar büyük üstünlükler sağlayabildikleri dikkatlerden kaçırılmamalıdır. Dolayısıyla bilginin sermaye olarak değerlendirilmesi kadar doğru bir davranış yoktur. Fakat unutulmamalıdır ki burada belirtmek istenen bilgi sıradan, nitelsiz bilgiler değil, başkalarında olmayan ve sahibine üstünlük kazandıracak olan nitelikli bilgilerdir (Karagül, 2012: 68).

#### **1.1.2.7. Entelektüel Sermaye**

Yabancı kökenli olan “entelektüel” kelimesi herhangi bir konuda eğitim görmüş, uzman, yetkin ve bir şeyler söyleme hakkına sahip olan, diğer bir ifade ile alanında düşünce üretebilen kişiler için kullanılmaktadır. Dar anlamda entelektüel sermayeyi, bir firmanın sahip olduğu her türlü somut ve soyut varlığı ya da değeri en verimli şekilde değerlendirebilme yeteneği olarak ifade etmek mümkündür. Entelektüel sermayenin ekonomik bir değere dönüşebilmesi, sahip olunan bilgi sermayesi, fiziki ve finansal sermaye, doğa sermayesi ile beşerî ve sosyal sermayelerin, muhtemel risk ve fırsatları doğru okunarak, firmanın geleceği için en verimli şekilde değerlendirilmesine bağlıdır. Bir anlamda iyi bir yönetim becerisidir. Bu noktada bilgi sermayesi ile entelektüel sermayeyi birbiri ile karıştırmamak gerekir. Herhangi bir konuda bilgi sahibi olmakla, bu bilgiyi iyi bir muhakeme ve öngörü yeteneği ile isabetli bir şekilde değerlendirebilmek aynı şey olmadığını söylemek gerekir. Entelektüel sermayenin temelinde yetkin düşünebilme yeteneği olduğunu söyleyebiliriz. Bu mana da entelektüel sermayenin kişilerin bilgi sahibi olmalarından öte, yetkin düşünebilme becerilerine bağlı olduğunu ifade etmek gerekmektedir. (Karagül, 2012: 70).

### 1.1.2.8. Beşerî Sermaye

Beşerî sermaye 1960'larda T. W. Schultz ve Gary Becker'ın yaptıkları çalışmalarıyla o güne kadar ortaya atılan sermaye kavramlarının dışında kalan bir sermaye türüdür (Eşki, 2009: 60). Beşerî sermaye fertlerin bilgi, tecrübe ve vasıflarını geliştirmek için yapmış oldukları yatırımlar ile ilgili kazanımları arasındaki ilişkiyi belirtmek için ortaya atılmış bir kavramdır. Beşerî sermayeye yapılan yatırımları eğitim ve sağlık başta olmak üzere işgücünün üretimini etkileyen hayata geçirilecek faaliyetler için yapılan harcamalar olarak ifade edilmektedir. Beşerî sermayeyi bir toplumda bulunan bütün fertlerin bilgi, deneyim ve kabiliyetlerinin üretim süreci olarak yansımaları şeklinde de açıklamak mümkündür (Meçik, 2010: 26). Beşerî sermayenin oluşturulması ve geliştirilmesi konusunda adı geçen konular üzerinden okur yazarlık, beslenme, çocuk ölüm oranı ve bazı sağlık değişkenleri açısından da incelemeler yapılmaktadır (Kapu vd., 2012: 79). Beşerî sermayenin depolanmasından söz edemeyiz çünkü beşerî sermayenin statik değil dinamik bir yapısı vardır. Bu noktada her an değerlendirilmesi gerekir. Aksi halde bir kayıp meydana gelecektir (Özyakışır, 2010: 113).

Beşerî sermayeye yapılan yatırımlar genellikle gençlik dönemlerinde eğitim alanında yapılan yatırımlar üzerinde bir ağırlık gösterirken daha ileriki yaşlarda sağlık üzerinde yapılan yatırımlar önem kazanmaktadır. Göç ve beslenmeye dair yapılan yatırımlar ise yaş, gelir düzeyi, demografik özellikler ve ortaya çıkan diğer şartlara göre değişkenlik arz etmektedir. Burada önemli olan bir konu da fizikî sermaye yatırımlarının yanında beşerî sermaye yatırımları, ondan farklı olarak azalan verimler kanunun kapsamında değerlendirilemez (Çalışkan ve Meçik, 2011: 14).

Beşerî sermayenin özellikleri şu şekilde sıralanmaktadır (Doğan ve Şanlı, 2003: 181);

- Beşerî sermaye insanlara yatırım yapılmak suretiyle oluşturulmaktadır.
- Beşerî sermayenin ferdin kendisinden ayrılması söz konusu değildir.
- Beşerî sermaye doğuştan olan ya da sonradan elde edilen becerileridir.
- Beşerî sermaye görülemez sadece etkileri gözlemlenmektedir.

Ülkelerin en değerli serveti nitelikli insan gücüdür. Nitelikli bir nüfus, ülke kaynaklarını en verimli şekilde kullanarak ve iktisadi gelişmeyi sağlamada önemli bir faktördür. Klasik iktisattaki üretim faktörleri yıllar içerisinde değişen koşul ve durumlarla birlikte yeni tanımlamalara ihtiyaç duymuştur. Tanımlamalarda meydana gelen



değişimlerden birisi de “sermaye” faktörü üzerinde olmuştur. Sermaye kavramına farklı anlamlar yüklenmiştir. Bunlardan birisi de “beşerî sermaye” dir.

Üretimde aktif rol alan bireylerin sahip olduğu ve genel manada insanın mahiyetini vurgulayan bilgi, beceri, tecrübe ve dinamizm gibi pozitif değerler, beşerî sermaye olarak kabul edilmektedir. Ülkelerin sahip oldukları fizikî ve beşerî kaynakların önemi kadar bu kaynakların nasıl kullanıldığı da ciddi bir önem arz etmektedir. Milletlerin gelir ve refah seviyesini tayin eden faktörlerden bazıları ülkelerin sahip olduğu doğal kaynaklar, sermaye, teknoloji, insan gücü, güçlü ekonomik ve siyasal sistemdir. İkinci dünya savaşından sonra nerdeyse sahip olduğu bütün kaynakları kaybeden Almanya ve Japonya'nın, kısa bir sürede göstermiş olduğu ekonomik gelişmenin arkasındaki diğer faktörlerden ziyade daha fazla ön plana çıkan etkileyici unsur insan gücüdür (Yumuşak, 2008: 5). İktisadi faaliyetlerle ilgili olarak kişilerin sahip oldukları bilgi, beceri ve diğer niteliklerin yekünü olarak tanımlanan beşerî sermaye, günümüzde ekonomik gelişmenin esas belirleyicilerinden biri olarak görülmektedir. Günümüzde ülkelerin gelişmişlik seviyesinin sadece gelir göstergeleri ile değil eğitim ve sağlık göstergeleriyle de birlikte değerlendirilmesi gerektiğini ifade etmek gerekmektedir. Gelişmiş ülkelerin yalnızca fiziki sermayelerini kullanarak bir gelişme gösterdiklerini söylemek doğru olmayacaktır. Aynı zamanda beşerî sermayelerini geliştirip kullanarak belli bir refah seviyesine geldiklerini rahatlıkla söyleyebiliriz. Sözünü ettiğimiz insan gücünün kavramsallaştırılmasında ve ayrıca literatürümüze girmesin de farklı yaklaşımlar ortaya konmuştur. Uluslararası literatür de “human capital” kullanımı bu kullanımın kabul görmeyen bazı karşıt görüşlere rağmen zaman içerisinde bu şekilde kullanılmıştır. Bu kavramın literatürümüz de karşılığı olarak “beşerî sermaye”, “insan sermayesi”, ve “insanî sermaye” kavramları kullanılmıştır (Yumuşak, 2008:7). Kavramın hem İngilizce karşılığına hem de Türkçe karşılığına yapılan itirazlar olduğunu ifade etmek gerekir. Beşerî sermaye kavramı yerine kullanılmak üzere “nitelikli emek” kavramı önerilmiştir (Gürak, 2003).

Günümüz bilgi toplumunda doğal kaynakların ve fizikî sermayenin öneminin yeterince fazla olmadığı artık bu kaynakların yerine bilgi ve beşerî sermayenin önem kazanmaya başladığını söyleyebiliriz. Shultz ve Denison'nun 1960'larda konuyla ilgili yapmaya başlamış oldukları çalışmalarda bilginin, teknolojik gelişmenin ve beşerî sermayenin iktisadi yaşamda etkin bir yerinin olmasının ve rekabet avantajının bu faktörlere bağlı olarak sağlanmasının görüşü bugünde de geçerliliğini korumaktadır.

Denison A.B.D ekonomisinin 1929-1969 yıllarında ortalama yıllık büyüme hızını %2,93 olarak saptamıştır. Bu büyümenin sadece %0,92' lik dilimini emek ve sermaye girdileriyle izah edilmesi aradaki yaklaşık %2' lik farkın önemli bir kısmının eğitim sayesinde verimlilik artışına bağlanması, teoride ve pratikte beşerî sermaye yatırımlarına üzerindeki daikkati artırmıştır (Denison, 1962: 72; Aktaran Yumuşak: 9). Uzun vadeli büyüme bakımından en önemli üretim faktörünün beşerî sermaye olduğu ve fiziki sermayeye gerekenden daha fazla önem atfedildiği görüşünü savunan Lucas'ın 1988 yılında yaptığı çalışmanın ana varsayımları beşeri sermayenin büyümeye katkısını inceleyen modellerde sıklıkla kullanılmaktadır (Lucas, 1988: 3-42; Aktaran Yumuşak, 10).

### **1.1.2.9. Sosyal Sermaye**

İnsanlar birbirleriyle ilişki kurarak ve zamanla bunun devamlılığını sağlayarak tek başlarına başarmaları zor olan şeyleri gerçekleştirebilmek için birlikte hareket ederek birlikte çalışabilirler. İnsanlar çeşitli iletişim ağlarıyla birbirlerine bağlanırlar, insanlar bir anlamda bu iletişim ağlarıyla ve ortak değerleriyle birlikte bir kaynak oluşturarak sosyal sermaye meydana getirirler (Field, 2003). Sosyal sermaye teorisini John Field kitabında çok açık bir kavram olduğunu ve iki kelimeyle özetlenebilir olduğunu söylemektedir: İlişkiler önemlidir.

## **1.2. Sosyal Sermaye Kavramı**

Bu kısımda sosyal sermaye kavramının ortaya çıkışından, sosyal sermaye kavramından ve onun kavramsal çerçevesinden bahsedilecek. Kavrama ait yapılan çeşitli tanımlamalara da yer verilerek, sosyal sermaye' ye dair temel yaklaşımlar ele alınacak, daha sonra sosyal sermayenin unsurları açıklanacaktır. Yine bu bölümün içeriğinde sosyal sermayenin düzeyleri, türleri ve sosyal sermayenin alt boyutlarına yer verilerek, detaylı açıklamaları yapılacaktır. Son olarak ise literatürde yer alan sosyal sermaye ile ilgili yapılmış olan çalışmalara yer verilecektir.

### **1.2.1. Sosyal Sermaye Kavramının Ortaya Çıkışı**

Sosyal sermaye eski bir kavramdır. Kavram olarak ortaya atılmadan önce muhtevasına dair fikir ve görüşler ortaya atılmıştır. 90' lı yıllarda sistematik olarak ele alınıp, çeşitli yazar ve araştırmacıların araştırmalarına konu olarak özellikle ekonomik ve toplumsal olguların açıklanımı için giderek daha fazla başvurulan ve günümüzde geldiğinde ise dikkat çeken bir konu haline gelmiştir. Özellikle 2. Dünya savaşından

sonra ülkeler ekonomik kalkınmalarını sürdürebilmek için çeşitli gayretler göstermiş ve gelişmişlik düzeylerine göre sınıflara ayrılmışlardır. Ülkelerin ekonomik kalkınma düzeylerindeki farklılıklar ekonomistler ve sosyal bilimciler tarafından birtakım teorilerle açıklanmaya çalışılmıştır. Genellikle açıklamak üzere ortaya atılan modeller (Solow büyüme modeli gibi) ekonomik değişkenlere odaklanmış ve kalkınma üzerindeki sosyal etmenler gözardı edilmiştir. İlerleyen zaman içinde ekonomik büyüme modelleri kalkınma sonuçlarını açıklamada yetersiz kalmıştır. Ekonomik büyümenin artan bir hızda sürdürülebilir olması gerekirken beraberinde getirdiği gelir eşitsizliği ve toplumsal adaletsizlik gibi sonuçlar bu modellerin açıklamakta zorluk çektiği konulardan olmuştur.

Olgu olarak kalkınma değer yüklü bir kavram olarak karşımıza çıkmaktadır. Çeşitli bilim alanlarında farklı manalarda kullanılabilir. Ekonomik kalkınma olgusu, genel kullanımı itibariyle literatürde maddi refahın yükselmesi, ekonomik etkinliğin artış göstermesi ve sosyal, kültürel, politik ve çevresel faktörlerde yapısal bir değişimin gerçekleşmesi durumunu ifade etmektedir (Gümüş, 2004: 4). Bunun yanı sıra en geniş manasıyla, arzu edilebilir bir değişim sürecini ifade etmektedir (Erbay ve Özden, 2013: 4). Ekonomik kalkınma, orta seviyenin altında bir gelire sahip ve kötü yaşam şartları altında bulunan az gelişmiş ekonomilerin gelir seviyelerini yukarı çekerek daha yüksek bir hayat standartlarına ulaşma serüveni olarak tanımlanmıştır. Burada iktisadi kalkınma, iktisadi olmanın yanında sosyal, kültürel ve siyasi alanlardaki yapısal değişim ile bütün olarak refah artışını ifade etmektedir (Yılmaz ve Akıncı, 2012: 17).

Kalkınmanın asıl hedefi fertlerin birçok açıdan hayat seviyesini yükselterek sağlıklı bir sosyal yapı meydana getirmesidir. İktisadi kalkınma hem yaşam seviyesini yükseltmek hem de ekonomik sistemin başarısı gösterme noktasında önem teşkil etmektedir (Sabır, 2010:11). Ekonomik kalkınma ise sosyal bir değişim süreci olarak ele alınmakta ve kalkınmanın gerçekleşmesi için sosyolojik dinamiklerin hayata uyumu sağlanması önem taşır (Şavkar, 2011: 3; Aydın, 2016: 5) Sanayi toplumundan bilgi toplumuna geçişin görülmeye başladığı 1970' li yıllarda insan odaklı kalkınma tanımları kullanılmaya başlarken, 1980 sonrasına gelindiğinde ise kalkınma ekonomik konjonktürde ki gelişmeye bağlı olarak liberizasyon ve yapısal reformlar gibi kavramlarla birlikte yeni anlamlar kazanmıştır (Polat, 2014: 18); Aydın, 2016:7). 1970 ve 1980 li yıllarda "istikrar" olgusu ön plana çıkmıştır. 1990 lı yıllarda bilgi teknolojisinin ve bilgi toplumunun istikrar kazanma eğilimi ile birlikte kalkınma ve büyümeye yönelik ilgi de tekrar bir canlanma başlamıştır. Bu canlanmaya rağmen, bahsedilen süreçte kalkınmanın sanayi toplumundakinden farklı bir şekilde meydana gelmesi beklenmektedir (Özyakışır,

2011: 51). Ekonomik kalkınma aslında bir nevi yapı değişikliğini ifade eder. Bir durumdan bir başka duruma yönelen bir hareketliliktir. İnançlarda, alışkanlıklarda, davranışlarda ve zihniyetteki değişimdir (Özgüven, 1988: 99-101). Adam Smith ve Klasik İktisatçılar iktisadi kalkınmada insana yapılan yatırımın önemli olduğunu ilk ortaya atan isimlerdir. Diğer yıllarda iktisat biliminde daha çok ölçülebilen unsurlara önem verilmesiyle insana ve insana olan yatırım ihmal edilmiştir. Ta ki 2.Dünya Savaşına kadar. 2. Dünya Savaşı'ndan sonra bu konu tekrar gündeme gelmeye başlamış, 1950'lerin sonlarına doğru T. Szhultz, Denison, Gary Becker gibi gibi iktisatçılar A. Smith'in bu fikrini yeniden keşfederek insan sermayesi kuramını geliştirmişlerdir (Han ve Kaya, 2012: 113). Ve böylece iktisadi kalkınma sürecinde beşerî ve sosyal sermaye kavramları önemli olan kavramlar olarak hayatımıza girmiş ve çalışılmaya başlanmıştır.

### **1.2.2. Sosyal Sermaye Kavramı**

Sosyal sermaye, sosyal bilimlere kazandırılmış ve kalkınma, sosyoloji, eğitim, siyaset bilimi, işletme ve ekonomi gibi disiplinlerde disiplinler arası bir kavram olarak kullanılmıştır. Sosyal sermaye kavramı gittikçe önemi artmasına ve özellikle son yıllarda ön plana çıkmasına rağmen sosyal sermayenin kökenleri çok daha eski yıllara dayanmaktadır. Sosyal sermaye kavramının ilk ortaya çıkışına kaynak niteliğinde sosyolog Lyda J. Hanifan'ın 1916' da yazmış olduğu makale karşımıza çıkmaktadır (Keskin, 2008: 8). Kavramın kullanılmaya ve literatürde yer almaya başlaması ise sosyoloji alanında olmuştur.

Kavramın geçmişiyle ilgili olarak Hanifan' ın eserlerinin ardından bir süre sosyal sermaye kavramı çalışmalar arasında yer almamıştır. 1956' da Seely, Sim ve Loosely adlarındaki Kanadalı sosyologlar tarafından kentsel toplum kültürü ile ilgili bir çalışmada tekrar gündeme gelmiştir. 1961'e gelindiğinde ise Jacobs, sosyal yapının işleminde sosyal sermayenin önemine dair çalışmalar yaparak şehir sosyolojisi ve komşuluk ilişkileri ile ilgili bu konu üzerinde durmuştur. Sosyal sermaye olgusunun klasikleşmiş isimleri arasında yer alan Putnam; Jacobs'u sosyal sermaye kavramını ilk ortaya atan isim olarak değerlendirmiştir (Kangal, 2013: 10). P. Bourdieu 1980 ve 1986 yıllarındaki sosyal sınıf çatışmaları hakkında kaleme aldığı eserleriyle kavramın genişmesinde katkıda bulunmuştur. J. Coleman'ın ise sosyal sermayeyle kalkınma sorununu ilk olarak ilişkili hale getirmiştir. 1993 yılına gelindiğinde ise R. Putnam' ın İtalya'nın bölgeler arası ekonomik gelişmişlik ve kurumsal dengesizliğini incelediği araştırmasında bu dengesizliğin ortaya çıkmasında toplumsal yapının çeşitli boyutlarının buna etkisi olduğu

üzerinde tespitlerde bulunmuş ve bu durumu sosyal sermaye kavramı ile birlikte açıklamıştır (Tüysüz, 2011: 9).

Putnamın çalışmaları konuya olan ilginin artmasına sebep olmuştur. Bir de burada belirtmemiz gereken önemli bir isim daha vardır: Tocqueville. Tocqueville sosyal sermaye kavramını kullanmamış fakat daha sonraki yıllarda taşıyacak olduğu manaya yakın olarak “Amerika’da Demokrasi” isimli eserinde sosyal sermaye olgusundan bahsetmiştir. Tocqueville Amerikan demokrasisini ayakta tutan en önemli parametrenin Amerikan toplumunun Fransanın aksine sahip olduğu güçlü “birlik sanatı” na olması olduğunu belirtir. Amerikalıların sivil ve siyasi amaçlarla daha rahat bir şekilde bir araya gelme kültürleri olduğunu söyler ve toplumun hem havadan sudan şeyler için hem de ciddi hedeflerle gönüllü kuruluşlar meydana getirerek bir araya gelme alışkanlığına sahip olduğunu” ifade eder (Eşki, 2009: 5). Yani aslında sosyal sermaye yeni bir kavram olarak algılanmasının aksine sosyal bilimciler nezdinde çokta yeni bir kavram değildir.

1990’lı yıllara baktığımızda kavramı ele alan Bourdieu (1986), Coleman (1988-1990), Putnam (1993-1995), Fukuyama (1995-2000), Portes (1998), Halpen (1999-2001), ve Woolcock (2001) gibi araştırmacıların yanı sıra Dünya Bankası ve IMF gibi uluslararası kuruluşların da ilgisini çekmiştir. Konu hakkında farklı çalışmalar yapılmıştır. Sözü ettiğimiz kavram yaklaşık 30 yıllık bir zaman içerisinde ekonomik olarak yaklaşmış ve ele alınmıştır (Şavkar, 2011: 13).

Sosyal sermaye düşüncesi Avrupa’da ortaya çıktığı zamandan günümüze kadar, temelde toplumsal birlikteliği sağlamak ve daha özelde ifade edecek olursak ise iktisadi gelişmeyi sağlamak üzere ele alınmıştır. Burada sosyal sermayeye dair sahip olunan ana fikir, sosyal bağlantıların kârlı olabileceği ve sosyal ilişkilere bu gayeyle yatırım yapılabileceği düşüncesidir. Bu minvalde ilk olarak 1930’lu yıllarda beşerî sermaye kavramı endüstride, işletme içerisindeki muhtemel çatışmaların engellenerek daha üretken bir ortama zemin hazırlaması düşüncesi kapsamında oluşturulmuş bir kavramdır. Daha sonra bu kavram, emeğin iş performansına olan faydası bağlamında beşerî sermaye kavramına evrilmiştir (Şan 2007: 71). 1960’larda Theodore Schultz ve hemen ardından da Becker beşerî sermaye kavramını, iktisat disiplinini referans alarak, herhangi bir üretim faktörü gibi değerlendirmek suretiyle literatüre kazandırmışlardır. Onlara göre emek gücü de diğer üretim faktörleri gibidir; dolayısıyla eğitim ve sağlık gibi yerinde yatırımlarla daha verimli/kârlı hale gelebildiği düşüncesini taşımaktadırlar (Field 2008: 16-17).

1970'lere kadar devam eden sosyal sermaye kavramına dair tartışmaların temelini belirleyen faktör sosyal sermayenin daha çok iktisadi bir arka planla beraber değerlendirilmesidir. Toplumsal ilişkilerin çok boyutluluğu dikkate alındığında, sosyal sermaye tartışmalarında tek boyutlu bir yaklaşımın aksine, karmaşık toplumsal ilişkileri tüm arka planıyla çözümleyebilecek disiplinler arası çok boyutlu bir yaklaşımın gerekli olduğu ortadadır. O yüzden özellikle 1980'lerden itibaren Bourdieu, Coleman ve Putnam'ın başını çektiği sosyal bilim alanı araştırmacıları, sosyal sermaye tartışmalarının kavramsallaştırılmasında önemli isimler olmuşlardır. Sosyal sermaye'yi hem çıkış noktası hem de sonuçları bakımından genel olarak değerlendirecek olursak kaynak olarak anlayabiliriz.

Sosyal ilişkilerin önemi ve olumlu etkileri çok eski dönemlerde anlaşılmış ve fark edilmiştir. Fakat buna rağmen kavramın önemi yakın dönemde tekrar ele alınarak incelenmiş, tekrar çalışmalara konu olmuştur. Disiplinler arası bir çalışma konusu niteliği taşınmasından dolayı çeşitli alanlardaki yazar ve araştırmacıların ilgisini çekmiştir. Şu ana kadar birçok tanımının yapılmasına rağmen henüz daha net ve ortak bir tanımının olmadığı görülmektedir (Öztopcu, 2017: 17).

İlk olarak sosyoloji alanı başta olmak üzere diğer alanlarda da giderek genişleyerek bir yayılma göstermiştir. Sosyoloji alanından sonra en çok çalışılan disiplinlerden birisi de iktisat alanı olmuştur. İktisat disiplininde biraz daha alanın kapsamından ve ilgili olduğu başlıkların farklılığı nedeniyle sosyal konulardan uzak kalınmış ve genellikle iktisadi büyüme, üretim faktörleri (emek, fiziksel sermaye, toprak ve girişimcilik) ile ele alınarak çalışmalar ortaya koyulmuştur. İktisadi alanda sosyal sermaye kavramı ülkelerin ekonomik sorunlara karşı aradıkları bir çözüm arayışı olarak ele alınan bir kavram olmuştur.

Sosyal sermaye kavramı genel olarak kişilerarası ilişkilerde güven, sosyal ağ, norm ve iş birliğinin yine birey ve toplum üzerindeki yansımalarına işaret etmektedir ve genel olarak, bireysel olarak ve toplumsal olarak ele alınmaktadır (Öztopcu, 2017: 18).

Sosyal sermaye, iki veya daha fazla kişi arasında kurulan ilişkiler ve diğer gruplarla yaptığı iş birliği sonucunda sağladığı yararlar olarak tanımlanabilmektedir. Kişilerin yalnız başına yaparken zorlanacağı şeyleri bir gruba katılarak sosyal ilişkiler yardımıyla daha kolay gerçekleştirmesine yardımcı olur. Bu ilişkilerin birey ve toplum üzerindeki etkisi de sosyal sermaye olarak tanımlanmaktadır (Öztopcu, 2017:18).

### 1.2.3. Sosyal Sermayenin Kavramsal Çerçevesi

Kavramı ilk olarak ortaya atan kişi Lyda J. Hanifan (1916) olarak kabul edilmektedir. Hanifan yazmış olduğu makalesinde sosyal sermayeyi genellikle bireyler arası ilişkiler bağlamında kullanmıştır. Ve sosyal sermayeyi diğer sermaye türlerinden muhtevası bakımından ayıran özelliği sebebiyle dikkate şayandır. İlerleyen yıllarda kavramı tekrar gündeme getiren isim Bourdieu' dur. Coleman, Portes ve Putnam ise çalışmaları ve literatüre yaptıkları katkılarıyla kavramı ilerletmiştir. Ekonomi literatürünün dışında kavramın tanımlaması üzerinde herhangi bir görüş birliği mevcut değildir. Fakat kavramı meydana getiren sosyal ağlar, resmi ya da gayri resmi gönüllü katılımın sağlanması, anlayış gibi sivil normların fonksiyonlarına dair bir uzlaşımın olduğu tespit olunmaktadır (Keskin, 2008:10; Aydın, 2016: 26).

Sosyal sermayeyi ele alan çalışmaları yapanlardan Bourdieu sosyoloji, Coleman eğitim psikolojisi, Putnam siyaset bilimi ve Fukuyama ise iktisat tarihi ile iktisat sosyolojisi alanında sosyal sermayeyi kaleme almıştır (Aydın, 2016: 26).

Yazarların sosyal sermayeye dair görüşleri aşağıdaki **Tablo 1'** de görülmektedir.

**Tablo 1:** Yazarların Sosyal Sermaye Görüşleri

	<b>Tanım</b>	<b>Amaç</b>	<b>Analiz</b>
<i>Bourdieu</i>	Grup mallarına ulaşımı sağlayan kaynaklardır	Ekonomik sermayeyi güvence altına almak	Sınıf rekabeti içerisinde olan bireyler
<i>Coleman</i>	Bireylerin amaçlarına ulaşmak için kullanabilecekleri sosyal yapının yönleridir	Beşerî sermayeyi güvence altına almak	Aile ve toplum içerisindeki bireyler
<i>Putnam</i>	Ortak yarar için birlikteliği kolaylaştıran güven, normlar ve ilişki ağlarıdır	Etkin sermayeyi güvence altına almak	Ülke içerisindeki bölgeler

**Kaynak:** (Akçay, 2005: 203; Aydın, 2016: 26)

Tablodan da görüleceği üzere kavrama dair ortak bir tanımlama mevcut değildir. Çeşitli görüşlere muadil farklı amaçlar ve analizler ortaya koyulmuştur ve kavramın birden çok tanıma sahip olmasının en önemli nedeni sosyal bilimlerin geniş ve kapsayıcı olma mahiyetinden kaynaklanmaktadır. Sosyal sermaye kavramına ilişkin literatürde adı

geçen önemli araştırmacıların sosyal sermayeye dair yaptıkları tanımlamalar **Tablo 2'** de gösterilmiştir.

**Tablo 2:** Yazarların Sosyal Sermaye Tanımlamaları

<b>Yazar</b>	<b>Tanımlamalar</b>
<b>Coleman</b>	Sosyal sermaye; yükümlülükler ve beklentiler, bilgi kanalları ve toplumsal normlardan oluşmakta, fertlerin grup içerisinde birlikte çalışma becerileri şeklinde ifade edilmektedir
<b>Putnam</b>	Sosyal sermaye; paylaşılan amaçları gerçekleştirebilmek için katılımcıların birlikte daha verimli bir şekilde faaliyette bulunmasını mümkün kılan sosyal hayat özellikleri şeklinde açıklanmaktadır, sosyal bağlantıları ve bunlara eşlik eden normları ve güveni vurgulamaktadır.
<b>Fukuyama</b>	Sosyal sermaye; grup üyelerince paylaşılan informal kurallar veya formal normların grubun üyeleri arasında iş birliğine onay veren bir seti olarak açıklanmaktadır.
<b>Baker</b>	Aktörlerin toplumsal yapılardan elde etmiş oldukları spesifik bilgiler ve ardından kullandıkları kaynaklar, bu aktörler arasındaki ilişkileri ve değişimleri oluşturmaktadır.
<b>Ostrom</b>	Sosyal sermaye; kişilerin oluşturdukları grupların tekrarlanan faaliyetlere getirdikleri etkileşim kalıpları hakkında paylaşılan bilgi, anlayışlar, normlar, kurallar ve beklentiler şeklinde belirtilmektedir.
<b>Burt</b>	Finansal veya beşerî sermaye kullanma fırsatı sağlayan arkadaşlar, iş arkadaşları ve daha genel bağlantılar şeklinde ifade edilmektedir.
<b>Stiglitz</b>	Sosyal sermaye; zimni bilgi, ağlar koleksiyonu, saygınlık toplamı ve organizasyonel sermayeden oluşmaktadır.
<b>Inglehart</b>	Gönüllü derneklerin kapsamlı ağlarında ortaya çıkan güven ve hoşgörü kültürü olarak tanımlanmaktadır.
<b>Woolcock vd.</b>	Sosyal sermaye fertlerin birlikte hareket etmesini mümkün kılan norm ve ağlar olarak tanımlanmaktadır.
<b>Knoke</b>	Sosyal aktörlerin örgüt içerisinde ve örgütler arasında diğer sosyal aktörlerin kaynaklarına erişebilmek için ağ bağlantıları oluşturmaları ve bunları harekete geçirme süreci olarak tanımlanmaktadır.
<b>Lin</b>	Sosyal sermaye operasyonel olarak sosyal ağlara ve aktörlerin faaliyetlerinde eriştikleri ve kullandıkları kaynaklar olarak ifade edilmektedir.
<b>Pennar</b>	Kişisel davranışı ve ekonomik büyümeyi etkileyen toplumsal ilişkiler ağı olarak ifade edilmektedir.
<b>OECD</b>	Sosyal sermaye; ağlar ve gruplar içinde ya da gruplar arasında iş birliğini kolaylaştıran normlar, değerler ve anlayışlar şeklinde tanımlanmaktadır.



<b>Bowles</b>	Sosyal sermaye bir kişinin beraber olduğu insanları düşünmesini, onlara güven duymasını ve içinde bulunduğu toplumun normlarıyla yaşama istekliliğini, bunu yapmayanları ise cezalandırmayı vurgulamaktadır.
<b>Durlauf vd.</b>	Sosyal sermaye grup üyeleri için pozitif dışsallık yaratmakta olup, bu dışsallıklar ise paylaşılan güven, normlar ve değerler ile bunların beklentiler ve davranışlar üzerindeki bağlı etkileri aracılığıyla başarılmaktadır. Paylaşılan güven, normlar ve değerler ise sosyal ağlara ve ortaklıklara dayanan informal organizasyon formlarından oluşmaktadır.

**Kaynak:** (Oğuz, 2006: 85-86)

Kavramın çeşitli tanımlamalarının yapılması kafa karışıklığına neden olmuştur ve sosyal sermayeyi anlatmak için kullanılan sosyal bağlar, sivil erdem, toplumsal ağlar, genişletilmiş dostluklar, formal ve informal ağlar ve toplumsal tutkal gibi kavramlar bu durumun derecesini arttırmıştır (National Statistic, 2001: 6; Aydın, 2006: 29).

Bu tanımlamaların yanı sıra bazı organizasyonlarda kavram ile ilgili bazı çalışmalar yapılmış ve bu çalışmaların açıklanmasında kendi değerlendirmelerini yapmışlardır. Organizasyonların sosyal sermayeye dair yapmış oldukları tanımlamalar **Tablo 3'** te yer almaktadır.

**Tablo 3:** Uluslararası Organizasyonlara Göre Sosyal Sermaye

<b>Organizasyonlar ve Programlar</b>	<b>Sosyal Sermaye Tanımları</b>
<b>Dünya Bankası</b>	Bir toplumdaki sosyal etkileşimlerin niteliği ve niceliğini ispatlayan normlar, ilişkiler ve kurumlar olarak tanımlanmaktadır.
<b>FAO: Kurumsal Kalkınma Programı</b>	Sosyal dayanışmaya, ortak yönetici normlarının belirlenmesine, kültürel ifadeler ve toplumsal davranışın birleştirilmesine işaret etmektedir.
<b>OECD</b>	Ağlar, normlar ve sosyal gruplar arasında iş birliğini sağlayan değer ve düşünceler şeklinde ifade edilmektedir.
<b>ECLAC: Sosyal Kalkınma Bölümü</b>	Sosyal grubun desteklenmesi noktasında bazı kişilerin ulaştıkları sosyal ağlarda bulunan toplumsal kaynakları harekete geçirme becerisi olarak açıklanmaktadır.

**Kaynak:** (Özcan, 2011: 26-27; Aydın, 2016: 30)

Dünya Bankası sosyal sermayeyi tanımlarken; normlar, ilişkiler, kurumlar ve ortak eylemlerin meydana gelmesini sağlayan bir etken şeklinde bir açıklamaktadır. Bunun yanında sosyal sermayenin sürdürülebilir kalkınmayı sağladığını ve yoksulluğun azalmasında çok önemli bir role sahip olduğu görüşünü savunmaktadır (Tüylüoğlu, 2006: 16; Aydın, 2016: 30)

OECD, sosyal sermayeyi tanımlarken antropolojik yaklaşım, sosyolojik yaklaşım, siyaset yaklaşımı ve ekonomik yaklaşım olmak üzere dört yaklaşımın varlığından söz etmiştir. Bu yaklaşımların muhtevaları kısaca şu şekildedir;

Antropolojik yaklaşıma göre, fertlerin bir araya gelmesini sağlayan ve onları bir araya getiren tabî iç motivleridir.

- Sosyolojik yaklaşıma göre, sosyal sermayenin tanımlanmasında sosyal norm ve insanı motive eden kaynakların varlığından söz edilir.
- Ekonomik yaklaşıma göre, insanları ferdi çıkarlarını en yükseğe çıkarma ve diğer
- Kişilerle birtakım faaliyetlerini gerçekleştirmek amacıyla sosyal sermayenin sağlamış olduğu kaynakları kullanma olarak değerlendirilir.
- Siyaset yaklaşımına göre ise, insanların davranışlarını şekillendirirken kurumların, sosyal ve politik normların görev almasıdır.

Sosyal yapının bir arada olmasını sağlayan sosyal sermayeyi, aynı zamanda sosyal yapının kültürel, politik ve sosyo-ekonomik alanda ilerlemesine tesiri olan örfler, adetler, gelenekler, görenekler, insan ilişkileri ile ulusal ve uluslararası ilişkileri belirleyen normların bütünü olarak tanımlanmaktadır. Bunun yanı sıra sosyal sermaye bir cemiyeti insan kitlesinden bir değer haline getiren ve sivil sorumluluk duygusu içeren ve bu noktada sosyal dokuyu bir arada tutmada bir tutkal görevi gören bağ olarak izah edilmektedir (Demiral, 2007: 4; Aydın, 2016: 31).

Sosyal sermaye en sade haliyle ve özü itibariyle Field' in (2008) dediği üzere *ilişkiler önemlidir* olarak ifade edilebilir. Fertlerin birbirleriyle iletişim kurarak yalnız kendileriyle kurabilecekleri iletişime kıyasla çoğu şeyi birlikte daha kolay hayata geçirebilmektedirler. Yani kişilerin tanıdığı insan sayısı ne kadar fazla ise ve onlarla birlikte ne kadar ortak görüş paylaşıyorsa sosyal sermaye hususunda o kadar çok üst kademe yer almaktadır (Field, 2008: 1). Sosyal sermayenin genellikle sosyal ağlar bakımında ele alınmasının yanında çeşitli bilim alanlarında konu edildiği bir kavram olmuştur. Sosyal sermaye literatürüne ise en fazla katkıyı Coleman, Putnam ve Bourdieu

yapmış ve kavram, adı geçen isimlerinde içerisinde yer aldığı sosyologlar, iktisatçılar ve siyaset bilimciler tarafından ele alınmış ve birçok çalışma ortaya koyulmuştur. Özellikle sosyal sermayeye büyük katkıları olan önemli isimler ve onların sosyal sermayeye dair yaklaşımları incelenecektir.

### 1.3. Sosyal Sermaye’de Temel Yaklaşımlar

#### 1.3.1. Pierre Bourdieu

Sosyal sermaye olgusunu sistematik olarak ilk modern analizini yapan Pierre Bourdieu’ dur. Bourdieu’ nun *The Forms of Capital* (1986) adlı eseri sosyal sermayeyi ele aldığı ve sosyal sermaye kavramını anlamak bakımından en önemli çalışmalarından biridir. Sermayenin sadece iktisadi temelli anlaşılmasına gerektiğini ifade ederek kendi toplumsal sınıf kavramı üzerinden bahsi geçen kavramı açıklamıştır (Günkör, 2011: 8).

Sosyal ilişki ve ağlar, kişilerin tek başlarına ulaşıp bir araya getirebilecekleri maddi, manevi ve sosyal birikimlerinden daha fazlasını ifade etmektedir ki; Pierre Bourdieu'nun da aralarında bulunduğu çok sayıda sosyal bilimcinin sosyal sermaye ismi ile kavramsallaştırdıkları araştırma alanını oluşturur. Bourdieu, insanların sahip olduğu ve farklı seviyelerde bulunan sermaye türlerinin miktarına bağlı olarak sosyal sınıfların oluştuğunu öne sürer. Bununla ilgili olarakta üç sermaye türünü ortaya koyar. Ortaya koyduğu sermaye türleri; ekonomik sermaye, kültürel sermaye ve sosyal sermaye’ dir. Bunların ilki olan *ekonomik sermaye*, parasal gelir ve bunun gibi iktisadi finansal kaynaklar ve varlıklar olarak açıklamaktadır. İkinci olarak sınıflandırmasını yaptığı *kültürel sermayeyi* açıklarken ise; bilgi ve alışkanlıklar gibi içselleşmiş, resim tabloları ve kitaplar gibi kişiselleşmiş ve eğitim nitelikleri gibi kurumsallaşmış olması şeklinde üç özelliğinden bahseder. Son olarak *sosyal sermaye* ise, karşılıklı olarak tanıma, tanınma ve kazanma ya da kalıcı ilişki ağına sahip olmayla bağlantılı olan mevcut ve potansiyel kaynakların toplamı olarak ifade edilmektedir (Özdemir, 2007: 14; Aydın, 2016: 33).

Bourdieu’ nun sermaye birimlerine dair ortaya çıkarmış olduğu sınıflandırma **Tablo 4’** te görülmektedir.

**Tablo 4:** Bourdieu’ nun Sermaye Birimlerine Dair Ortaya Çıkardığı Sınıflandırma

Sermayenin Biçimi	Temel Ayrım	Ana Belirleyici	Hiyerarşi Derecesi	Gösterge
Ekonomik	Mali başarı ya da başarısızlık	Para	Güçlü	Ekonomik Statü

Kültürel	Tanınmışlık ya da Sıradanlık	Prestij	Güçlü	Statü ve Eğitim
Sosyal	Üye olma ya da olmama	Sosyal İlişkiler ve Bağlantılar	Zayıf	Üyelikler

**Kaynak:** (Keleş, 2012: 17).

Bourdieu' ya göre ilişkiler önemlidir. Ve kişiler arasında kurulan toplumsal bağlar sosyal yapıyı oluşturan mihenk taşları görevindedir. Karşımıza çıkan bir diğer getiri ve zenginlik ise toplumsal iletişim ağlarının varlığıdır. Sosyal sermaye için önem arz eden bağların değeri, büyüklüğü ve harekete geçirebilme yeteneği olarak belirtilmektedir. Toplum içerisinde her bir fert sosyal sermayeye sahip olmaktadır. Bu bireylerin belirli bir aileye, gruba, partiye vb. aidiyeti ile açıklanabilmekte olan sahipliktir. Burada ki aidiyet, fert için tanıma ve ardında da bir tanınmadır. Bahsini yaptığımız süreç bir karşılıklılık ilişkisi içerisinde gelişimini sürdürmektedir (Yarcı, 2011: 131).

Pierre Bourdieu için bir Avrupa sosyoloğuydu denmektedir. Çünkü Bourdieu daha çok sosyal sınıfların devamlılığı ve eşitsizliği üzerine çalışırken, Putnam ve Coleman Kuzey Amerika' da sosyal ve politik düşünce çizgisinde çalışıyorlardı. Bourdieu bakış açısı başlangıcında yeniden toplumsal üretimin kültürel antropolojisini yaratma gayretiyle oluştu.

Bourdieu' nun sosyal sermaye kavramı üzerine yazmış olduğu ilk yazılar sosyal düzenin farklı temelleri üzerine gerçekleştirilmiş olan geniş kapsamlı analizin bir bölümüdür. 1987'de bir Alman televizyonunda bir röportajında, “sosyal alan”ı kumarhaneye karşılaştırmıştır. “Biz yalnızca bizim ekonomik sermayemizi temsil eden siyah fişlerle değil, kültürel sermayemizi temsil eden mavi fişlerle ve sosyal sermayemizi temsil eden kırmızı fişlerle kumar oynarız “demiştir (Alheit, 1996). Bu farklı sermayeleri birbiri yerine kullanılamayacağını bunların yalnızca bir arada oldukları zaman daha sonra yeni bir sermaye oluşturabileceklerini ifade etmiştir (Bourdieu ve Passeron, 1977; Field, 2003:19).

Bourdieu profesyonel gruplara üye olan kişilerin ve onların içerisinde buldukları gruplarda ki konumlarını hangi yöntemle koruduklarına ilişkin ilk kez 1973'te yayınlanan bir tartışmasında sosyal sermayeyi ilk kez şöyle tanımlamıştır:

*Gerekli olduğunda faydalı “destekler” sağlayan toplumsal ilişkilerin sermayesi: Herhangi biri toplumsal açıdan önemli konumlara, örneğin siyasi bir kariyer gibi aynı zamanda para değeri de olan konumlara, sahip olan müşterilerinin ilgisini çekmek*

*istediğinde çoğu zaman vazgeçilmez olan saygınlığın ve onurluluğun sermayesidir” (Bourdieu, 1977: 503).*

İleriki dönemlerde bu tanımı daha da sadeleştirerek şu şekilde bir tanım getirmiştir:

*Sosyal sermaye, gerçekte veya uygulamada karşılıklı tanışıklık ve tanımaya dayalı olarak az ya da çok kurumsallaşmış, uzun ömürlü iletişim ağına sahip olması nedeniyle, bir bireyin veya bir grubun haklı olarak hissesine düşen kaynakların bir toplamıdır (Bourdieu ve Wacquant, 1992: 119).*

Bourdieu ayrıca, sosyal sermayenin kendi değerini sürdürebilmesi için, kişilerin bunun için çalışması ve bu yönde bir çaba sarf etmesi gerektiğini hatırlatmıştır. Bourdieu’ nun düşüncelerini anlayabilmek için onun için temel sorun olan sosyal hiyerarşi anlayışı olduğunu hatırlamalıyız. Ekonomik sermayenin diğer bütün sermaye çeşitlerinin üstünde olduğunu düşünmüş ve onun diğer sermaye çeşitleriyle eşitsizliği oluşturmak ve yeniden üretmek için bir araya gelebileceği yollarla ilgilenmiştir. Çünkü Bourdieu’ ya göre, eşitsizlik sermayenin üretimi ve yeniden üretimiyle açıklanmalıydı. “Birikmesi zaman alan birikmiş emek” olarak tanımladığı sermayeyi sürekli okuyucularına hatırlatmıştır. Fakat sermayeyi yalnızca ekonomik olarak akla getirmek yetersiz ve eksik kalacaktır. Bourdieu, sermayenin sadece ekonomik teori tarafından kabul edilen bir biçimiyle değil, tüm biçimleri” etkisini kabul etmeden sosyal dünyayı anlamaya çalışmanın mümkün olmadığını ifade etmiştir. Bourdieu, sosyal sermaye düşüncesinin “sosyal değerler ilkesini” tanımlamanın “tek yol” u olduğunu net bir şekilde ifade etmiştir.

Bourdieu’ ya göre sosyal değerler ilkesi:

*Farklı bireylerin az çok eşdeğer (ekonomik ya da kültürel) sermayeden bir grubun sermayesini vekaleten harekete geçirebilme kapasiteleri ölçüsünde oldukça eşitsiz kazançlar elde ettiği yerde görünür hale gelmektedir (Bourdieu, 1980: 2).*

Bourdieu’ ya göre bağların yoğunluğu ve dayanıklılığı çok önem taşır. Sosyal sermaye, “uzun süreli iletişim ağlarına sahip olmaya bağlı gerçek ve potansiyel kaynakların bütünü” temsil etmektedir (Bourdieu, 1980:2; Field, 2003: 23). Bununla birlikte Bourdieu, ferdin bağlarının değerinin, harekete geçirebildiği bağlantı sayısına ve her bir bağlantıyla sahip olunan sermaye büyüklüklerine (kültürel, sosyal ve ekonomik) bağlı olduğunu doğrulamıştır. Bourdieu sosyal sermaye için biraz modası geçmiş ve ferdiyetçi gözükken sosyal sermaye görüşüne eğilimli olup bunun yanında sosyal sermayenin bir metafordan kavrama dönüşmesinde önemli modellerden birisidir. Özellikle Bourdieu’ nun sosyal sermayenin ve onun birikiminin genel mantığı üzerine gerçekleştirmiş olduğu analizi, 1960’lar Fransa’ sındaki sosyal sermayenin temelleri

bakımından ortaya koyduğu delillerden müstakil bir yerde durmaktadır. Bu anlamda, Bourdieu' nun katkısı gördüğü alakadan daha fazlasını görmelidir (Field, 2003: 29).

### 1.3.2. James Coleman

James Coleman bir sosyologtur. Kendisi sosyal sermaye kavramının önem kazanmasında Bourdieu'dan sonra önemli bir rol oynamıştır. Coleman' nın *Social Capital in the Creation of Human Capital* adlı eseri bu konuda temel bir eser olma mahiyeti taşımaktadır. Coleman sosyal sermayeyi yapılan yatırımlara bir kaynak niteliği olarak değerlendirmektedir. Coleman sosyal sermayenin güçlü ve refah seviyesi yüksek fertlere sağladığı faydaların yanında sadece bu kesime değil aynı zamanda refah düzeyi düşük, yoksul topluluklara da birtakım yararlar sunduğunu belirtir. Coleman' nın görüşlerine göre sosyal sermaye karşılıklılık beklentilerini de içine alarak bir kaynağı ifade etmektedir (Field, 2008: 28). Sosyal sermaye Coleman için mevcut olduğu sosyal yapı içerisinde fertlerin faaliyetlerini daha kolay hale getiren ve değer meydana çıkaran toplumsal yapıların bir yönünü belirtir. Coleman sosyal sermaye olgusunu biriktirilebilen, depolanabilen ve amaçlara ulaşmak konusunda bireyleri bir topluluk olarak harekete geçiren bir kaynak olarak nitelendirmektedir (Keleş, 2012: 21; Aydın, 2016: 35).

Coleman'a göre sosyal sermaye, ilişkilerin içinde bir karşılıklılık beklentilerinin yer aldığı ve ilişkilerin yüksek seviyede bir güvenle ile ortak değerlerden meydana geldiği bunun sonucunda da bir bireyin iletişim ağlarının ötesine geçtiği, bir kaynağı temsil eder (Field, 2008: 28). Coleman okul başarısında sosyal statünün etkisinin olup olmadığına dair eğitim sosyolojisi alanında araştırmalar yapmıştır. Çalışmalarının sonucunda ise sosyal sermaye'nin yalnız iyi şartlara sahip sosyal gruplar açısından değil; kısıtlı ve dezavantajlı durumda olan sosyal gruplar açısından da olumlu etkiler gösterdiği sonucunu elde etmiştir. Coleman bu yüzden sosyal sermaye'yi “*temelde üretken faaliyeti kolaylaştırıcı bir fonksiyona sahip*” bir kamu malı/çıkarı olarak değerlendirir (Coleman 2010: 77-119; Şan 2007: 74).

Coleman' nın sosyal sermayeye olan ilgisi tıpkı Bourdieu gibi yaptığı araştırma ve çalışmalarındaki sosyal eşitsizlik ve okullardaki akademik başarı arasındaki ilişkiyi açıklama gayreti ile birlikte ortaya çıkmıştır (Field, 2008: 30). Coleman eğitimde öğrencilerin başarı durumları hakkında yapmış olduğu çalışmalarında sosyal sermaye olgusunu kullanmıştır. Eserlerinde Amerika' da lise okuyan öğrencilerin başarı durumları ve okulda ayrılma sebeplerini üç bileşen etrafında açıklamıştır. Bu bileşenler; finansal sermaye, beşerî sermaye ve sosyal sermayedir. Ayrıca Coleman ekonomide kullanılan

*rasyonel tercih kuramı*'nı kullanarak ekonomi ve sosyoloji birimlerini birlikte kullanarak disiplinlerarası bir çalışma yapmış ve kullandığı *rasyonel tercih kuramı* ile de sosyal sermaye kavramını incelemiştir (Tüysüz, 2011: 11-12).

Coleman'ın sosyal sermaye tartışmalarına katkısı onun tarafından disiplinler arası bir bakış açısı ile geliştirilmiştir. Coleman, sosyoloji ve ekonomi disiplinlerini, sosyal sermaye kavramını geliştirmek ve ilerletmek adına birleştirerek, iktisat disiplininden aldığı rasyonel tercih kuramı'nı, "*sosyal sistemdeki bireysel davranışların bir toplam*"ı olarak değerlendirmiştir (Field 2008: 28- 29). Rasyonel tercih teorisi, klasik iktisatta fertlerin bireysel olarak kendi faydalarını gözetmelerinden kaynaklanan davranışlar olarak açıklanmaktadır. Bu hususta Coleman rasyonel tercih kuramından sosyal sistem içerisindeki bireysel davranışların toplamı şeklinde geniş toplum düşüncesini ortaya atmaktadır. Toplum düzeninin kurallarının anlaşılması ve açıklanmasında da sistem düzeyindeki davranışların, kişilerin seçimlerini ve sergiledikleri davranışlarını birlikte ele alınmasının gerekliliğini ifade etmiştir (Field, 2008: 29).

Coleman'a göre sosyal sermaye somut bir kavram değil, soyut bir kavramdır. Onun düşüncesindeki karşılığı ise sosyal ilişkilerin kullanılabilirliği içinde bireyler için fonksiyonel kaynakların üretilmesi manasında karşılığını bulmaktadır (Keleş, 2012: 22).

### **1.3.3. Robert Putnam**

Robert Putnam sosyal sermayenin en çok bilinen savunucularından biridir. Putnam'ın öne çıkmasının sağlayan ve yayımlandıktan sonra tanınırlığını arttıran eseri 2000 yılında yayımlanan *Bowling Alone*'dur. *Bowling Alone*'un yayımlanması basında büyük karşılık görmüş, gazetelerde, televizyonlarda ve talk-show programlarında röportajlar gerçekleştirilmiştir (Putnam, 2000: 506; Field, 2003: 41). Bourdieu ve Coleman'ın birer sosyolog olmasının yanında onlardan farklı olarak onun geçmişi siyaset alanına dayanmaktadır. İlk önemli çalışması İtalya'da yaptığı yurttaşlık katılımının rolünü oluşturan ekonomik refah ve politik istikrarın sağlanmasına dayanan alan araştırmasıdır. Putnam'ın analiz etmeye çalıştığı şey İtalya'nın kuzey ve güney bölgelerinde yer alan yönetimler arasındaki farklılıklardır. Öncelikle kuzey ve güneydeki uygulanan kamu politikalarının etkililiği ve verimliliği üzerine eğilmiş ve kuzey bölgesinin başarılı olmasını hükümet ile sivil arasında yer alan karşılıklı ilişkiyle açıklamıştır. Kuzey bölgesindeki özerk şehir devletlerinin gerçekleştirmiş oldukları dernek faaliyetlerini ve yararlı yurttaş ahlakının kaynaklarını incelemiştir. Güneyde ise devlet ile sivil toplum arasındaki ilişkinin iyi olmamasının nedeninin ise karşılıklı güvensizlik, şüphe ve korku

kültüründen dolayı ortaya çıktığını düşünmektedir. Bu noktada vatandaşlık katılımındaki bu farklılıkları açığa çıkarmak ve belirlemek için sosyal sermaye olgusunu kullanmaktadır (Field, 2008: 42).

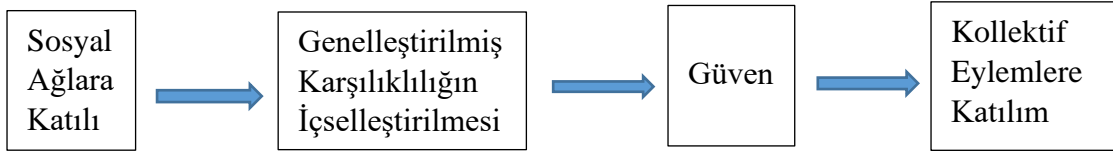
Putnam sosyal sermaye kavramını sosyal organizasyonların özellikleri olarak sosyal ağlar, karşılıklı fayda, iş birliği, normlar ve güven şeklinde tanımlamaktadır (Hurrelmann vd., 2007:221; Aydın, 2002016: 37). Sosyal sermaye kavramını micro düzeyden alarak yani bireysel olmaktan alarak macro yani toplumsal düzeyde analiz etmesi Putnam' ı Bourdieu ve Coleman' dan ayrılan ve onu farklı kılan en önemli özelliği olarak nitelendirilebilir. Onun teorisinde toplumsal eylemler bireysel eylem ve bireysel gayelerden daha çok önem arz eder. Yine Bourdieu ve Coleman' nın yanı sıra kavramın sosyolojik, psikolojik ve politik amillerle sosyal sermayenin getirilerini birlikte ele almaktadır. Bu da onu diğer düşünürlerden farklılaştıran özelliklerinden biridir (Günkör, 2011: 2; Aydın, 2016: 37).

Putnam'ın çalışmalarında merkeze aldığı konu demokratik toplumlarda var olan gönüllü organizasyonlara katılım konusudur. Bu minvalde o toplumda meydana gelen sosyal sermayenin değeri o toplumda oluşturulan sosyal birlik ve ortalık dereceleri ile doğru orantılıdır. Ne kadar çok sosyal katılım sağlanırsa o kadar çok o toplumda sosyal sermaye yaratılmış olur. Sosyal sermayenin yaratılmasını niteleyen bu durumu Putnam "*civic community*" yani "*yurttaşlık topluluğu*" olarak adlandırmaktadır. Otorite ve bağımlılık sonucu meydana gelen ilişkileri ifade eden dikey ilişkileri aksine burada yardımlaşma ve karşılıklılığa dayanan yatay ilişkilerden söz edilmektedir. Sosyal hayata geçirilebilmesini sağlayan dernekler ve sivil toplum kuruluşları, hükümetlerin ve devletlerin işleyişine devamlılık ve etkin olma açısından destek olmaklar beraber mevcut toplumda demokrasinin yaratılmasına fayda sağlamış olurlar. Sosyal sermaye insanları zorunlu değil gönüllü bir yardımlaşmanın oluşmasına sebep olacağı için Putnam, sosyal sermayesi yüksek toplumların kurumsal performansının da yüksek olacağını düşünmektedir (Şan, 2007: 750).

Putnam Kuzey ve Güney İtalya bölgeleri arasındaki gelişmişlik ve refah farkının nedenini açıklarken, Kuzey bölgesinin gelişmişliğini, sivil toplum ile hükümet arasındaki güçlü ilişkileri varlığı ve katılım kültürü ile açıklar. Bunun tersi bir durum gösteren Güney bölgesinin gelişmemiş olması ise şüphe ve korku kültürünün meydana gelmesi ve sivil toplum ile hükümet arasındaki ilişkilerin güçlü olmamasına bağlanmaktadır. Burada Putnam için en önemli sosyal sermaye göstergesi katılım kültürüdür (İnce, 2014: 52;



Aydın, 2016: 28). Putnam'ın sosyal sermayeye ait teorisini gösteren özeti **Şekil 1'** de görülmektedir.



**Şekil 1:** Putnam'ın Sosyal Sermaye Teorisi Özeti

**Kaynak:** (Keleş, 2012: 25)

Putnam'a göre sosyal sermaye sorunların çözümünde iş birliği sayesinde daha kolay şekilde çözüme ulaşmasına fayda sağlar. Sosyal yapıda güven ve etkileşimi daha kolay hale getirir. Kişilerarası iletişimi artırır. İnsanlar arası yardımlaşma sayesinde hayatın güçlüklerine karşı sorunların çözümünde kolaylık sağlar (Keleş, 2012: 27).

Bourdieu sosyal sermayeyi içinde yer aldıkları bireylere karşı elit bir birlik tarafından yarış içerisinde kullanılan bir değer olarak görmektedir. Coleman ise sosyal sermayeyi avantajlı olmayan gruplar için bir kaynak olmasında fayda sağladığını düşünmektedir. Putnam ise bu düşüncelerin yanı sıra bu olguyu daha da genişleterek toplumsal düzeyde işleyen bir kaynak olması bakımından ele almıştır (Field, 2008: 56). Putnam sosyal sermaye içerisinde normların yeri ve etkisi bakımından Coleman ile benzer görüş ve yaklaşımlara sahiptir. Putnam, Coleman'ın sorumluluk ve beklentiler olarak ifade etmiş olduğu şeye o karşılıklılık normları demiştir. Sosyal sermaye açıklamasında Putnam'ın ön plana çıkardığı bir diğer konu ise sivil katılım ağlarıdır. Ve yine Putnam için önem arz eden bir başka konu ise güvendir.

#### 1.3.4. Francis Fukuyama

Francis Fukuyama Amerikalı bir siyaset bilimcidir. Sosyal sermaye kavramına önemli katkıları olmuştur. Fukuyama 2000 yılında yazmış olduğu "Güven: Sosyal Erdemler ve Refahın Yaratılması" ve "Büyük Çözülme" isimli eserleriyle ekonomik ve toplumsal refahın üretilmesinde en önemli katkı ve faydanın sosyal sermaye ile yaratıldığı görüşünü ortaya koymaktadır. Fukuyama yaşamakta olduğumuz modern dünyadaki ekonomik eylemleri toplumsal iş birliğini gerektiren yapılanmalar sayesinde meydana geldiği görüşüne sahiptir. İşlem maliyetlerinin ekonomik bir hale dönüşebilmesindeki için ticari kanunların, sözleşmelerin ve mülkiyet haklarının bu tip kurumlar ve hukuki

düzenlemelerin sosyal sermaye ve güvenle birleşmesi şartına bağlamaktadır (Şan, 2007: 75-76; Aydın, 2016: 39).

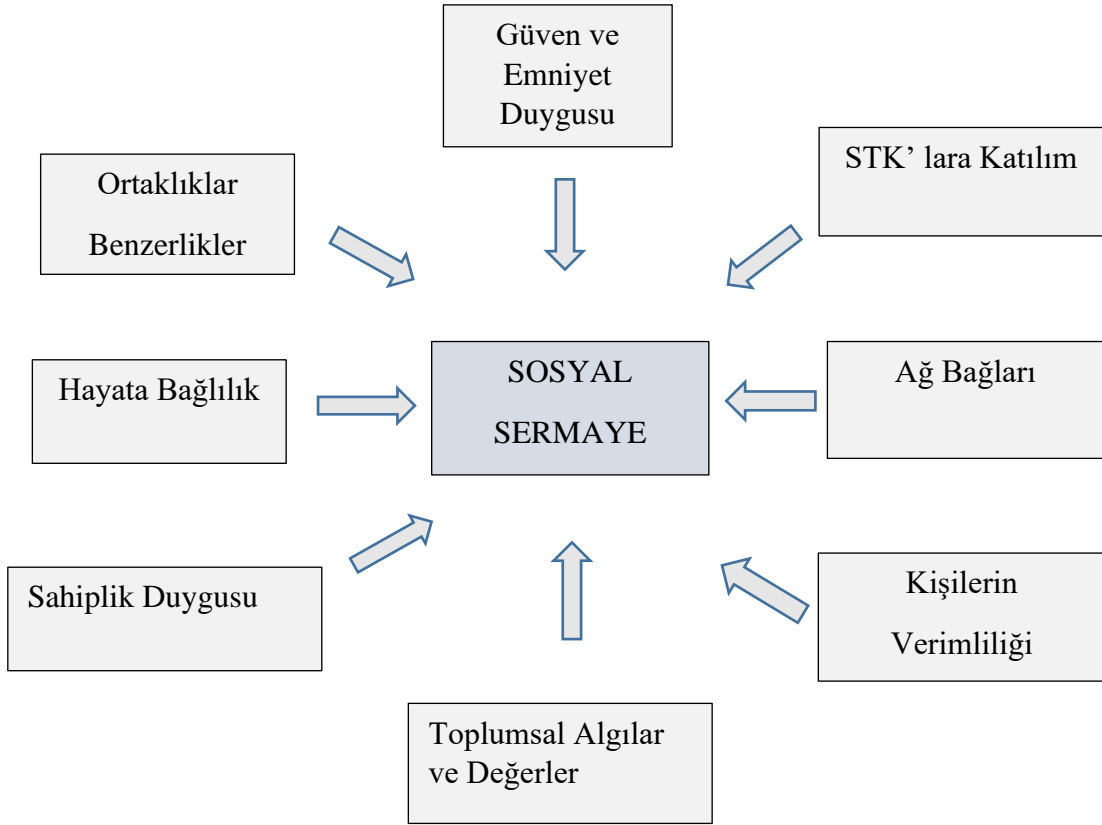
Fukuyama sosyal sermayeyi iki ya daha fazla birey arasında oluşacak olan iş birliğini sağlayan somut hale gelmiş resmi olmayan norm şeklinde tanımlamaktadır (Fukuyama, 1999: 1; Aydın, 2016: 39).

Fukuyama yapmış olduğu çalışmalarında sosyal sermayenin politik ve iktisadi fonksiyonlarını ele almıştır. Bu minvalde işlem maliyetlerini düşürmek ve minimize etmekte sosyal sermayenin iktisadi mânâsını, modern demokrasi ve yönetimin başarısı için gerekli ilişkileri nitelemesi açısından da sosyal sermayenin siyasi manası olarak ifade etmiştir (Fukuyama, 1999: 372; Aydın, 2016: 39).

#### **1.4. Sosyal Sermaye Unsurları**

Sosyal sermaye, başta güven, karşılıklık, iş birliği ve ağ bağ gibi unsurları kapsamaktadır. Yapılan çalışmalar sosyal sermaye unsurlarından diğerlerine kıyasla en fazla güven unsuru ile birlikte ele alındığını ortaya koymuştur. Bunun da nedeni ise tüm ilişkilerin belirli bir güven düzeyi oluşmadıkça sağlıklı bir şekilde yapılamamasıdır. Güven, bireylerin daha kolay iş birliği yapabilmelerine imkân sağlamaktadır. Kendini güvende hisseden birey daha rahat hareket ederek düşüncelerini eyleme dönüştürmekten çekinmeyecektir (Öztopcu, 2017: 24).

Sosyal sermaye Putnam' a göre toplumsal kurumun düzenlenmiş eylemleri daha kolay hale getirerek toplumun etkinliğini yükselten güven, normlar ve sosyal ağlar gibi özellikleri olarak belirtilmektedir. Sosyal sermayenin unsurları sosyal sermayenin hem nedenini hem de sonucunu yani illiyet bağıını oluşturmaktadır (Kangal, 2013: 43). Sosyal sermayenin unsurları **Şekil 2'** de yer almaktadır.



**Şekil 2:** Sosyal Sermayenin Unsurları

**Kaynak:** (Karagül, 2012: 92).

#### 1.4.1. Sosyal Normlar

Toplum içinde kendi kültürü çerçevesinde meydana gelen ve bu sayede sosyal yapının düzenini sağlayan, insanlara yol gösteren, doğruyu ve yanlışı, iyiyi ve kötüyü belirleyen kurallar, standartlar ve fikirler norm olarak ifade edilmektedir. Kişilerin davranışlarını doğrudan etkileyen ve genellikle yazılı olmayan beklentiler bütünü olarakta tarif edilmektedir (Kangal, 2013: 47).

Sosyal normlar ve değerler, genel olarak paylaşılan kültürel inançlar ve bunların bir bütün olarak sosyal yapının işleyişi üzerindeki tesirleri olarak tarif edilmektedir (Harris and Rebzio, 1997: 993; Aydın, 2016: 51).

Fertlerden meydana gelen toplumun sağlıklı ve bir düzen içinde devam etmesi, bu toplumun kurallar yani normlar kümesi çevresinde birleşebilmeleriyle sağlanmaktadır (Babacan, 2012: 83).

Sosyal sermayeyi oluşturan normların, toplumun yararı hususunda kendi çıkarlarından vazgeçmelerinden kaynaklanmakta ve toplumsal destek, statü, onur ve

benzeri ödüllere teşvik edilen normlar, insanlar arasındaki bağı güçlendirmektedir (Keleş, 2012: 31).

Coleman paylaşılan normların derecesini ve mahiyetini dikkate almaktadır. Çünkü bireyler arasında yakın, duygusal olarak yoğun, güven esaslı birliktelikler gibi yapısal ilişkileri meydana getirmede normların önemli olduğunu ifade etmektedir (Aydemir ve Özşahin, 2011: 46).

Sosyal normların etki ve özellikleri aşağıdaki şekilde sıralanmaktadır. (Karagül, 2012: 94-95);

- Ortak yaşam diliminde veya merkezi otorite tarafından meydana getirilmektedir
- Sosyal değerlerin somut hali olarak karşımıza çıkmaktadır
- Bireysel ve toplumsal kontrolü sağlamaktadır
- Toplumun düzen ve idamesini temin etmektedir
- Bireylerin davranışlarını sınırlayan yasaklar olarak açıklanmaktadır
- Toplumdan topluma veya zamanla değişiklik göstermektedir.

Sosyal sermayenin nasıl bir yapı üzerine bina edildiğini söylemek gerekirse, sosyal sermayenin felsefi temelleri toplumcu bir yapı üzerine bina edildiğini söyleyebiliriz. Bireyler toplumu meydana getirirler ve bireyler sadece kendilerini düşünen faydacı bir yaklaşımla gayelerine ulaşamazlar bunun yanında karmaşık sosyal ve bireysel amaçlar sayesinde de istedikleri noktaya ulaşabilmektedirler. İşte bu noktada ilişki ağları ve normlar kuvvetli bir toplumun meydana gelmesinde önemli amiller olarak önümüzde belirirler (Kapu vd., 2012: 75).

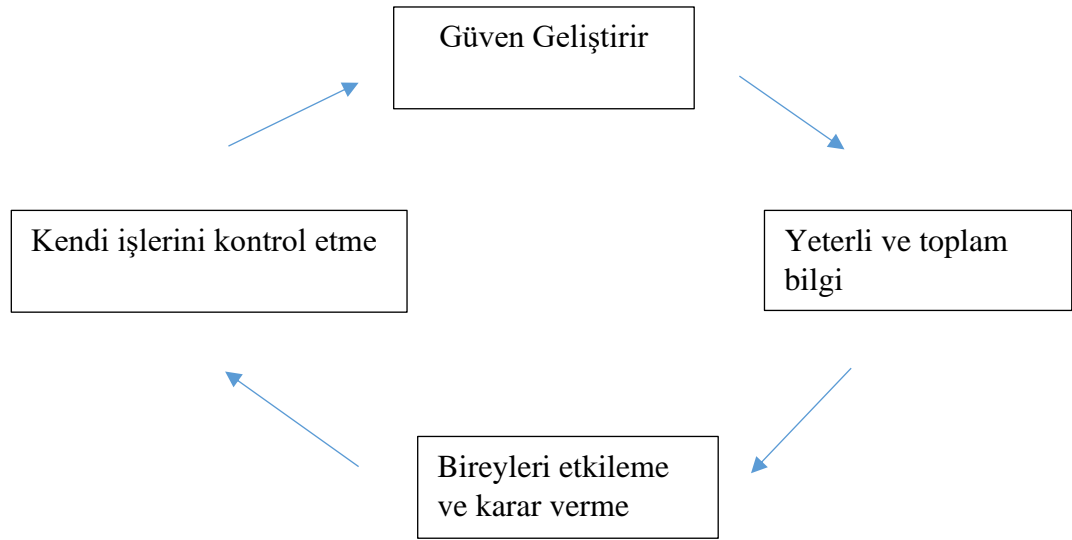
#### **1.4.2. Güven**

Güven son yıllarda sosyologlar başta olmak üzere iktisatçılar, siyaset bilimciler ve yönetim bilimciler arasında da üzerinde sıkça durulan çalışılan bir konudur.

Güven, ferdin kendine değer verme hissiyle başlayan ve bir süreç içinde toplum içinde yer alan diğer bireyler ile etkileşim haline geçen duygusal bir güç olarak açıklanmaktadır. Hayatta başarıya erişmeyi sağlayan en mühim faktörlerden birisi fertlerin kendisine ve diğer fertlere olan güveni ve onlar tarafında güveniliyor olmanın sağlamış ve ortaya çıkarmış olduğu güçtür. Güven sayesinde insanların birbirlerine uzanan güven köprüleri kurmaları daha kolay hale gelmektedir (Şavkar, 2011: 21).

Güven, çok önceden beri var olmuş ve bireysel ve örgütsel yaşamda insan ilişkilerinin temelini oluşturan önemli bir kavramdır. Güven kavramını ele alan her bilim

dalı kendi içinde bir tanım ortaya atmıştır. Bunun yanında Türk Dik Kurumu' nun güven için yapmış olduğu tanımlama “korku, çekinme ve kuşku duymadan inanma ve bağlanma duygusu, itimat” şeklindedir (<http://www.tdk.gov.tr>). Luhman'a (1979) göre güven; bireylerin karşısındaki tarafın adaletli ve etiğe uygun davranışlar sergileyeceği inancıdır. Mayer vd. (1999) güveni; bireyin karşı tarafın davranışlarının önemli sonuçlar ortaya koyacağı beklentisine bağlı olarak duyarlı davranış sergileme isteği olarak tanımlanmıştır. Yapılan güven tanımlamalarının yanında literatür de güvene dair yapılan sınıflandırmalarda yer almaktadır. Bu sınıflandırmalardan birisi Johnson ve Grayson' ın yapmış olduğu genel güven, kişiliğe dayalı güven ve sürece dayalı güven sınıflamasıdır. **Şekil 3'** te güven döngüsü yer almaktadır.



**Şekil 3:** Güven Döngüsü

**Kaynak:** (Keleş, 2012: 33).

Güven kavramı sosyal sermayenin ortaya çıkmasında kilit bir role sahip olan unsurlardan biri olarak karşımıza çıkmaktadır. Fukuyama güveni, ortak olarak paylaşılan normlara, bireylerin birbirlerine karşı güvenilir, düzenli ve iş birliğine dayalı ortaya koydukları davranışların yer aldığı sosyal bir ortam içindeki artan beklentiler olarak tanımlamaktadır (Kapu, 2008. 271).

Sosyal sermaye ve güven arasındaki ilişki Coleman, Putnam ve Fukuyama tarafından açıklanmıştır. Coleman'a göre kapalılık özelliği gösteren ağ bağlarıdaki yapılar düzenli temas ve davranış normları aracılığıyla güven ve itibarın inşa edilmesini ve dolayısıyla da sosyal sermayenin meydana gelmesini sağlamaktadır. Yüksek güvene

sahip toplumlar yüksek sosyal sermayeye de sahiptirler. Bu nedenle güven kavramıyla sosyal sermaye arasında doğrudan birbirini etkileyen bir ilişkinin varlığından söz edebiliriz. Sosyal sermayenin dürüstlük, güvenilirlik, sadakat vb. erdemlerin edinilmesi ve bunların toplumsal bağlamda yerleştirilmiş olması ile ilişkili olduğunu düşünürsek sosyal sermayenin bireysel edinimlerden çok toplumsal edinimler üzerine kurulu olduğunu söyleyebiliriz. Putnam “Bowling Alone” (2000) yaptığı araştırmada Amerikalıların 1900’lerin başından 1990’lara doğru giderek daha az cemaat ve cemiyetlere, mezun derneklerine, siyasi örgütlenmelere vb. katıldıklarını ifade eder. Yani insanların tek başına bowling oynamaları şeklinde tasvir edilen toplumsal ilişkileri birbirine güvenmeme ve birbirlerini tanımama ile açıklayan Putnam’a göre sosyal sermayenin erozyona uğraması birbirlerine güvenmeyen, birbirini tanımayan; komşular, siyasetçi ve seçmenler, şirketler ve çalışanlarla karşımıza çıkmaktadır (Başak ve Öztaş, 2010: 35).

Literatürde güven türleri konusunda iki ayrı sınıflandırma bulunmaktadır. Bunlardan ilki Bechman ikincisi ise Uslaner’ dir. Bechman’ nın yapmış olduğu ayırım kişisel güven ve kişisel olmayan güven şeklindedir. Günlük yaşamda samimi ilişkiler sonucunda bireyler arasında gerçekleşen güven bireysel güvendir. Örgütsel ilişkiler alanında ortaya çıkan güven ise kişisel olmayan güven’dir. İkinci sınıflandırmayı yapan Uslaner’e göre ise güven üç üç tiptir. Bunlar; 1) Stratejik/kısmi/kişiler arası güven 2) Genelleşmiş/ahlaki güven ve son olarak 3) Sosyal sistemlere/ toplumsal kurumlara güven’ dir (Başak ve Öztaş, 2010: 36).

Sosyolojik yapının içinde yer alan güven kavramının boyutları sosyal yapının dokusuna göre değişkenlik gösterebilmektedir. Buna göre (Kangal, 2013: 46-47);

- Mevcut grupların homojenliğinin artması güven unsurunu da arttırmaktadır. Gruplar, eğitim düzeyi, gelirleri ve sosyo-kültürel yapıları benzer ise gruptaki bireyler arasında güven derecesi yükselmektedir.
- Sosyal ağın artması ile güvenin derecesi de artmaktadır. Yani insanları içinde buldukları ortamda rahat hareket alanı oluşturup, kısıtlanma ile karşı karşıya kalmıyorlar ise güven derecesi artmaktadır.
- Bir toplumda farklılaşma düzeyi arttıkça güvenin düzeyi azalacaktır.
- Sosyal değişikliğin artması da güven düzeyin de azalmaya neden olmaktadır.

Sonuç olarak sosyal sermaye istenilen ekonomik seviyeye ulaşmak için faaliyetleri daha kolay hale getirmekte, bağlantıları güçlendirmekte ve ürün inovasyonlarında olumlu

etkilerin ortaya çıkmasına olanak sağlar. Bahsi geçen bu sonuçların meydana gelmesi için çalışanların kendi aralarında ve firmalar arasında güven seviyesinin en yüksek noktaya çekilmesi elzemdir. Sosyal sermayenin yaratılması ve gelişmesi için güven olmazsa olmazdır. İşte bu noktada güven kavramı sözünü ettiğimiz sosyal sermaye olgusu için önem arz etmektedir (Keleş, 2012: 36).

### 1.4.3. Ağ Bağlar / Sosyal Ağlar

İnsanlar tarih boyunca diğer insanlarla iletişim kurmuş ve iletişim kanallarını açık tutarak geliştirmiştir. Modern dönemde ise iletişim ve iletişim kanalları varlığını sosyal medya araçlarıyla arttırarak önemini sürdürmektedir. Yaşanan bu teknolojik gelişme bireyler arası iletişimi başka bir düzeye taşıdı (Babacan, 2012: 88).

Bourdieu, sosyal sermayeye dair sosyal ağların önemini vurgulayarak “az ya da çok kurumsallaşmış karşılıklı tanışıklık ve tanıma ilişkilerinden meydana gelen uzun vadede bir network’e sahip olmayla ilişkili üyesi olduğu topluluğun sahip olduğu sermayenin desteğinden yararlanmayı sağlayan potansiyel kaynaklar” olarak ifade etmiştir. Coleman ise sosyal sermayeyi ağlara katılmanın toplumsal bir sonucu olarak ortaya çıktığını belirtmiştir. Putnam da sosyal sermaye için açıklamada bulunurken, kişiler arası iletişim ağları ve buradan oluşacak karşılıklı ve güvenirlilik normlar gibi bağlantıların da önemini belirterek kavramı ele almıştır (İnce, 2014: 64).

Sosyal sermayenin temel unsurlarından biri de ağ bağlarıdır. Fertler arasındaki aşinalık geliştikçe ağ bağlarının gücü artmakta ya da azalmaktadır. Sosyal sermayenin varlığından bahsedebilmemiz içinde potansiyel ağ bağlarının ya da fiili olarak ağ bağlarının olması gerekir. Bourdeu sosyal sermayeyi “tanış olma durumunda ve uzun bir süreç olarak gelişen ağlarda meydana gelen güç” olarak tanımlamıştır. Granovetter bağın gücünün samimiyet, duygusallık, zaman ve karşılıklı sorumluluk ile şekilleneceğini ifade etmiştir (Özdemir, 2008: 83).

Putnam bağlayıcı, köprü kuran ve birleştirici olarak sosyal sermayenin ayrımını yapmış ve “Bowling Alone: The Collapse and Revival of American Community” adlı çalışmasında yaptığı bu ayrım arasından bağlayıcı sosyal sermayeyi yakın çevreye ve diğer akrabalara dayandırmakta ve benzer gruplar arasındaki ilişkileri içerdiğini ileri sürmektedir. Bu iddia’ ya göre içerisinde yer aldığı topluma sahip çıkan bireylerin güçlü bağlara sahip olduklarını söyleyebiliriz. Bu nedenle sosyal sermayenin temel yapısını oluşturan ağ bağlar bireyleri bir arada tutma özelliğine sahip önemli unsurlardan bir tanesidir (Özdemir, 2008:83).

Sosyal bağlantıların sayısı, yoğunluğu, ağlardaki iletişimin niteliği sosyal ağlardaki sosyal sermaye düzeyini ortaya çıkararak toplumsal yapılarda yer alan ağ yapılanmalarındaki bağlantılarla paralellik arz etmektedir. Bir başka ifadeyle sosyal sermaye hayat bulacağı zemini sosyal ağlarda bulmaktadır. Sosyal ağlar, sosyal güvenin ortaya çıkmasına fırsat sağlarken karşılıklılığa ilişkin normları de besleyerek güçlenmesine neden olmaktadır. Sosyal ağlar bu noktada iş birliği ve iletişimi daha kolay hale getirerek bireylerin toplumsal faaliyetlere dair sıkıntıların çözümüne yardımcı olmaktadır (Şavkar, 2011: 17-18).

Coleman'a göre bireyler arasındaki sosyal ağlar sayesinde sosyal sermaye var olmaktadır. Sosyal ağlar sayesinde bireyler devamlı birbirleriyle iletişim haline olarak sık temasta bulunurlar bunun sonucu olarakta ortak davranış normları ve bireylerin birbirine karşı beklentilerinin ortaya çıkmasına olanak sağlar. Sosyal ağlar düzenli ve sürekli temas ve davranış normları bağlantısıyla kişiler arası güven ve saygınlık oluşmasını sağlar. Bunun sonucunda ise sosyal sermaye meydana çıkar (Kangal, 2013: 50).

#### **1.4.4. İş Birliği**

Ortak amaçlar için yapılan faaliyetler bireyleri güçlendirir ve bunun yanı sıra uzun vadede toplumsal bir fayda yaratır. İş birliği yapılan süre içerisinde başta güven olmakla birlikte tecrübe ve edilen bilgiler beklentilerin karşılanmasını daha kolay hale getirmektedir. Birey tek başınayken elde etmekte zorlandığı şeyleri daha kolay yapar hale gelerek isteklerini iş birliği sayesinde daha kısa sürede ve daha kolay şekilde başarabilmektedir. Bu süreçte birçok ilişki türünde aynı diyebileceğimiz “karşılıklılık” ilkesinin bireyleri dayanışma içerisine girmesine katkı sağlamaktadır. Karşılıklılık ilkesinde birey farkında olarak ya da farkında olmayarak bugün ortaya koyduğu emeğin ileride karşılığını alacak olma beklentisiyle güdülenmektedir. O yüzden bireyler bunun sonucu olarak bireyler karşılıklı olarak birbirlerine bağlanarak isteklerini karşılamaktadır (Öztopcu, 2017: 25).

Yukarıda sözünü ettiğimiz bireylerin olası ya da fiili sosyal sermayesini oluşturan unsurlar, bireylerin sosyal sermayelerinin zaman içerisinde genişlemesine ve kalitesinin artmasına fırsat sağlamaktadır. Bu unsurların birbirlerini etkilemesiyle alınan çıktılarının bireysel ve toplumsal güven, ağbağlar, iş birliği ve süreçlerini oluşturmaktadır.

#### **1.5. Disiplinlere Göre Sosyal Sermaye**

Sosyal sermaye disiplinler arası bir kavram olduğu için farklı farklı alanlarda araştırma konusu olmuş ve dolayısıyla sosyal sermayenin farklı tanımları ortaya



çıkılmıştır. Bu kavrama ait tanımlamaların yapıldığı alanlar başta sosyoloji olmak üzere, psikoloji, iktisat, yönetim, işletme ve sağlık gibi alanlardır. Kavramın ilk olarak sosyoloji alanında ele alınmış olması diğer tüm alanlarda sosyoloji temelli bir kavram olarak yer almasına sebep olmuştur. Bireyler arası ilişkilerde hangi farklı formlarda şekillendiğinin anlaşılması için farklı alanlarda yeniden bir tanımının yapılması ve açıklanmasına ihtiyaç duyulmuştur (Öztopcu, 2017: 26).

### 1.5.1. Sosyolojik Yaklaşımda Sosyal Sermaye

Sosyal sermaye sosyolojide kişiler arasındaki ilişkilerin fertlere ve topluma sağladığı faydalar üzerinde durur. Kavramı literatürde sosyolojik temelde ilk kez kullanan Hanifan (1916) olmuştur. “*Rural School Community Center*” adlı çalışmasında Hanifan sosyal sermayeyi şöyle belirtmiştir;

*“...bu görünmeyen unsurlar (sosyal bir birimin ortaya çıkardığı fertler ve aileler arasındaki iyi niyet, arkadaşlık, sempati ilişkileri ve sosyal ilişkiler), bireylerin günlük hayatında geniş bir şekilde yer bulmaktadır. Şayet bir birey komşusuyla iletişim halinde olur ve onlar da diğer komşularla iletişim halinde olurlarsa, burada bir sosyal sermaye birikimi meydana gelecektir. Bu birikim, bireyin sosyal ihtiyaçlarını hızlıca karşılayabilecektir. Bunun sonucunda ise tüm toplumun yaşam koşullarında temel ilerleme sağlayacak bir örtülü gücü meydana getirebilecektir. ...”*

Hanifan’a (1916) sosyal sermayeyi sosyal ilişkileri ifade eden ve fertlerin günlük hayatlarında yeri olan çok önemli bir kavram olarak tanımlamıştır. Hanifan 1916 yılında yaptığı çalışmasında yerel yönetimlerce yapılacak olan faaliyetlerin sosyal sermayeyi önemli ölçüde etkileyebileceğini ve kırsal kasabalarındaki yerel yönetimlerin kasabada yaşayan insanlar için gerçekleştirecekleri etkinliklerin, bu kasabada yaşayan insanların birbiriyle daha fazla yakınlaşmasına neden olacağını ve bireylerin birbirleriyle daha fazla iş birliği yapmalarını sağlayacağını iddia etmiştir. Bu etkinliklerin eğlence odaklı olsa bile fertlerin arasındaki ilişkileri güçlendirme, toplumsal ve iktisadi iş birliğinde ilerleme sağlama potansiyeline sahip olduğunu belirtmiştir (Öztopcu, 2016: 9). Sosyal sermaye çoğu sosyolog tarafından bireyler arasındaki pozitif ilişkilerde ortaya çıkmakta olduğu söylenmektedir.

### 1.5.2. Siyaset Biliminde Sosyal Sermaye

Sosyal sermayenin siyasetteki yeri için kişilerin kurmuş oldukları ve ağ bağlarından elde ettikleri faydanın politik amaçlar yönünde bir araya gelmesiyle oluşan fayda olduğunu söyleyebiliriz. Ortak bir amaç doğrultusunda aralarında güveni sağlayarak

iletişim kuran ve ağbağların gücüyle yapılan iş birliği ve bunun neticeleri fertler ve toplum açısından fayda sağlamaktadır (Öztopçu, 2017: 27). Kişi oluşturduğu sosyal sermayesi ile yaşadığı yerde bir bağ kurarak aidiyet kazanır. Sahip olduğu kazandığı aidiyet duygusuyla birlikte oluşan güven de toplumsal çıkarların kişisel çıkarların üstünde tutulmasını sağlar. Siyasi anlamda devlete güven duyan toplumların ve hem sosyal hem ekonomik yapılarının diğerlerinden daha güçlü olduğunu ortaya koyan çalışmalar mevcuttur. Siyaset bilimi açısından ortaya koyulan çeşitli araştırmaların varlığı ortaya çıkan sorunlara alternatif çözümler sunması ve iyileştirmesi için elverişlidir (Öztopçu, 2017:28).

### **1.5.3. Psikoloji Yaklaşımında Sosyal Sermaye**

Psikolojide, sosyal sermayeyi bireylerarası ilişkilerin neticelerinin psikolojik olarak birey üzerindeki etkisi olarak anlayabiliriz. Sosyal sermayesi yüksek olan bireylerin psikolojik olarak iyi olan bireyler oldukları yönünde düşünceler mevcuttur. Psikolojinin sosyal sermayeye olan bu etkisiyle sosyal sermayenin sağlıkla da dolaylı olarak ortaya çıkan ilişkisinden söz edilmektedir. Bir başka açıdan bakıldığında ise şöyle diyebiliriz; bireyin güven, aidiyet, iş birliği ve karşılıklı bilgi paylaşımıyla kazandığı sosyal sermaye onun psikolojik olarak birtakım sorunlar yaşamasını önleyebilir. Kişinin daha iyi olmasına etkisinin olması sosyal sermayenin önemini bir kez daha psikoloji alanında da kendini göstermesini sağlamaktadır.

Sosyal sermaye hem bireysel hem örgütsel açıdan özel sektör, kamu sektörü ya da sivil toplum bakımından bireyin performansında bir yükseliş olarak görülmektedir (Luthans vd., 2007: Aktaran; Öztopçu, 2017: 29).

### **1.5.4. İktisat/ Ekonomi Yaklaşımında Sosyal Sermaye**

Sermaye kavramı 1990lı yıllardan itibaren üretim aşamasına tesiri olan üretim faktörü olarak değerlendirmeye başlanmıştır. Bunun yanında iş gücü verimlilik girişimcilik rekabet edebilme ekonomik büyüme ve kalkınma gibi kavramlarında sosyal sermayeden etkilendiği hakkında yapılan araştırmalar artış göstermiştir. Ekonomik tanımına baktığımız zaman sosyal sermaye, fertlerin gelir, iktisadi kuvvet ve statü sağlamak için başka bireylerle ve kurumlarla kurmuş oldukları ilişkilerin yine bireylere ve topluma kazandırmış olduğu iktisadi faydadır. Politik, çevresel ve örgütsel unsurlar sosyal sermayenin etkileriyle oluşan ve ekonomik gelişime doğrudan ve dolaylı olarak katkı sağlar (Öztopçu,2017: 29). İktisadi, sosyal ve politik alan ile sosyal sermaye bir araya gelerek ekonomik sonuçlara etki etmektedir. Bundan dolayı ekonomik taraftan

fertlerin içinde bulunduğu gruplardan sağlayacağı iktisadi faydalar yine bireyler arası ilişkilerin sonucu olmaktadır. Bu minvalde sosyal sermaye” piyasada getiri sağlama beklentisi ile sosyal ilişkilere yapılan yatırım” olarak tarif edilmiştir. Bunun nedeni de iş birliğine fırsat oluşturan normlar ve ağ bağlar sayesinde birey ve işletmelerle olan ilişkilerden yarar görmektedir (Yıldız ve Topuz, 2011: 202-205).

Piyasadaki bireysel ve ortak sorunların çözümünü kolaylaştıran sosyal sermaye bilgi akışı, iş gücü, verimlilik, girişimcilik ve yenilikçilik gibi avantajlar sağlamaktadır. Sosyal sermaye üretim perspektifinden bakıldığında ise firma verimliliği ve rekabet edebilme yeteneğini güçlenmesini sağlamaktadır. Ekonomik alanlarda ise oluşturduğu yoksulluk, hırsızlık, rüşvetin azalması ile vergi ödemelerinin teşviki ve hükümetle piyasa arasında tamamlayıcı ikame edici gibi pozitif etkileri vardır (Gürsakar, 2009: 197).

Çeşitli alanlarda farklı kriterler üzerinde ele alınan sosyal sermayenin her alan için o alanın kendi perspektifiyle tekrardan tanımı yapılabilmektedir. Tüm tanımlarda ortak olan ve temelinde vurgulanmak istenen sosyal sermayenin birey ve toplum üzerinde olumlu etkiler yaratmasıdır (Öztopçu, 2017:30). Netice itibariyle kavramsal kullanımından bu yan geçen süre içinde sosyal sermaye sosyolojide yer alan kuramlarla temellendirilmiş bir kavram olarak ifade edilmiş olsa da sosyal bilimlerde yer alan birçok alan tarafından keşfedilerek o disipline ait olarak kullanılmaktadır. Sosyoloji disiplini içinde işletme içi insan ilişkileri şeklinde isimlendirilirken, kamu alanında amir memur ilişkileri, işletme alanında ülkelerin ekonomilerine katkı sağlayan bir üretim amili olarak tarif edilmektedir (Aydın, 2008: 5).

## **1.6. Sosyal Sermaye Düzeyleri**

Sosyal sermayenin; mikro, orta ve makro olarak üç düzeyinin olduğu literatür de yer almaktadır Üç düzeyden oluşan sosyal sermaye mikro düzeyde kişi ve grupların, orta düzeyde sosyal sermaye örgüt ve kurumların ve son olarak makro düzeyde ise ulusların sermayesi şeklinde açıklanır (Eşki, 2009: 26). Bir yerde ise bu üç düzey; ilk seviyedeki sosyal sermayenin fert, arkadaşlıklar ve aile bağlamında ortaya çıktığını, orta düzeydeki sosyal sermayede komşuluk, sosyal kimlik, yerel otoritelerin son olarak da makro düzeyde ki sosyal sermayenin ise bölge ve ulusal/uluslararası düzeyde meydana gelen kapsamı ifade ettiği belirtilmiştir (Bilgin ve Kaynak, 2008: 30).

### **1.6.1. Micro Düzeyde Sosyal Sermaye**

Mikro düzeydeki sosyal sermaye işletme içi veya işletmelerarası geliştirilen sosyal sermaye açısında, daha az risklerin ve belirsizlik gösteren ortamın meydana

getireceği olumsuz tesirleri en aza indirmek hususunda önem teşkil etmektedir. Burada mikro düzeydeki sosyal sermaye bilinmek, iş birliği ve kişisel güven, sadakat, saygınlık, dayanışma ve uygun bilgiye ulaşma olarak işletmeler açısından açıklaması yapılmaktadır (Kangal, 2013: 37).

Eşki (2009), sosyal sermayenin mikro düzeyinin fert ve grupların sermayesi şeklinde karşılık bulduğunu belirtmektedir. Bu düzeydeki sosyal sermaye ikiye ayrılmıştır. Bilinçsel ve yapısal şeklinde yapılan bu ayrımında, bilinçsel sosyal sermaye; güven, karşılıklılık, yardımlaşma ve destek olma gibi etkenlerin yanında tutum ve eylem gibi normlar ortaya çıkar. Yapısal sosyal sermayeyi meydana getiren unsurlar ise; ilişki ağları, yatay örgütler ve yerel seviyedeki kurumlardır (Akçay, 2005: 2052). Mikro düzeydeki sosyal sermaye kavramı rekabet etme ve iş gücü piyasası arasındaki bağlantı perspektifinden de ele alınmaktadır (Kaya, 2011: 32). İşletmeler açısından mikro düzeyde sosyal sermaye değerlendirilecek olursa; işletme içinde veya işletmeler arasında oluşturulup, geliştirilen sosyal sermaye risklerin ve belirsizliğin olduğu yerde meydana gelebilecek olumsuz durumları minimuma indirme durumu açısından ciddi önem taşır (Seki ve Karataş, 2016: 56).

### **1.6.2. Orta Düzeyde Sosyal Sermaye**

Mikro düzeydeki sosyal sermaye ile makro düzeydeki sosyal sermayenin biraraya gelmesiyle ortaya orta düzeyde sosyal sermaye çıkar. Orta düzeydeki sosyal sermayede yapılan incelemelerle bağlantılar yaratılması ve bu bağlantıların iyileştirilmesi amaçlanır (Eşki, 2009: 26).

Orta düzeydeki sosyal sermaye işletme ve kurumların sosyal bir halka, sosyal kimlik ve birliktelikleriyle içeriye yer alanların özümsemesine dışarda bulunanları ise elimine ederek kabul etmemesini ifade eder (Erbil, 2009: 61).

### **1.6.3. Makro Düzeyde Sosyal Sermaye**

Makro düzeydeki sosyal sermaye toplumsal ve iktisadi çalışmaları meydana getiren ve politik çevreye birlikte yönetim için gerekliliği olan tertip ve bu tertiplerin kalite tarzıdır (Erbil, 2009: 59). İktisadi aktörlerin faaliyet gösterdikleri çevre sosyal sermayenin makro düzeyi olarak kabul edilmektedir. (Aydın, 2016: 58). Makro seviyenin bileşenleri olarak; hukuki çerçeve, hukukun üstünlüğü, yerelleşme, yönetim tarzı, demokrasinin yerel hale gelmesi ve politika yaratma süreçlerine katılımın sağlanması sıralanmaktadır (Tüysüz, 2011: 19).

Sosyal sermayenin makro düzeyi iktisadi aktörlerin faaliyette buldukları iş çevreleri bir başka ifadeyle makroekonomik ortam olarak anlaşılmaktadır. Bu düzeyde kurumlar ve yasal çerçeveleri, hükümetin görevi ve hükümetle piyasalar arasında ortaya çıkan boşluğu kapatan STK'lar göze çarpmaktadır (Seki ve Karataş, 2016: 56).

Sosyal sermayenin makro seviyesi için ulusların sermayesidir denilebilir. Buna binaen uluslararası alanda gerçekleştirilmiş olan araştırmalarda makro düzeydeki sosyal sermaye öne çıkmıştır (Eşli, 2009: 26; Tüysüz, 2011: 19).

Sosyal sermayeyi mikro düzeyde ele alan araştırmacılar sosyal sermayeyi özel bir mal olarak kabul ederken, sosyal sermayeye daha geniş perspektiften bakarak ele alanlar ise sosyal sermayenin kamusal bir mal olduğunu söyleyerek sosyal sermayeyi kamuya ait bir mal nitelendirirler (Kitapçı, 2017: 35). Sosyal sermayenin düzeyleri **Tablo 5'** te gösterilmektedir.

**Tablo 5:** Sosyal Sermayenin Düzeyleri

Düzyey	Yer	Biçim ve Bileşenleri	Çıktılar
<i>Makro</i>	Uluslararası	-Tarihi, Kültürel ve Etnik Bağlar Kapsamında Sınır Ötesi Sosyal ağlar	Ekonomik iş birliği ve gelişme,
	Ulusal	-Geleneksel ve Modern Değerler, Gelenekler ve Uygulamalar - İdeolojiler	
<i>Orta</i>	Kurumsal	-Aile -Eğitim -Din -Hukuk	Uluslararası rekabet gücü,
	Örgütsel Toplumsal	-Şirket Ağları -Yönetim Felsefesi -Sivil Toplum Kuruluşları - Yurttaş Birlikleri	Sosyal bağlılık, Güçlü performans
<i>Mikro</i>	Grup	-Normlar	Refahın dağıtımı, Ekonomik alışkanlık
	Birey	-Gayri resmi kurallar -Güven -Arkadaşlıklar	

		-Gönüllülük - İş birliği - Kaynaklara Erişim	ve diğer iyi yaşam şansları
--	--	--	-----------------------------

**Kaynak:** (Eşki, 2009: 27).

## 1.7. Sosyal Sermayenin Türleri

Sosyal sermaye literatürün de farklı fonksiyonellikleri ve özellikleri açısından çeşitli şekillerde sınıflandırmalar yapılmıştır. Farklı sınıflandırmaların yapılması kavramın disiplinler arası bir kavram olması nedeniyle gerekli görülmektedir. Yapılan sınıflandırma çeşitleri birbiriyle uyum sağlamak ya da bazı sınıflama türleri ortak noktalarda biraraya gelebilmektedir. Yapılan sınıflandırmalar;

- Yatay-dikey, güçlü-zayıf, formal-informal ağların düzenlendiği sosyal sermaye ve diğer alt türleri
- Bağ kuran sosyal sermaye, köprü kuran sosyal sermaye ve birleştirici sosyal sermaye
- Yapısal, bilişsel ve kurumsal sosyal sermaye

Şeklinde yukarıda belirtilen türleri yazında yer alır (Gerni, 2013:33).

Bu çalışmada yazında yer alan çalışmalarda en çok yer verilen sosyal sermaye türü ele alınacaktır. En çok yer verilen sosyal sermaye türü *bağ kurucu* (bonding), *köprü kurucu* (bridging) ve *birleştirici sosyal sermaye*' dir.

### 1.7.1. Bağ Kurucu Sosyal Sermaye

Bağ kurucu sosyal sermaye, aynı yapıdaki çalışan grupları arasındaki sosyal bağlarla bağlantılı olan ilişkilerle alakalıdır. Bağ kurucu sosyal sermaye, aile, arkadaş, komşu gibi yakın ilişkilerde bulunan ve birbirini bilen insanlar arasındaki bağlar olarak. Bağlayıcı ağlar içinde yer alan fertler birbirlerine sosyal sınıf, yaş, cinsiyet, eğitim, din ve siyasi görüş gibi birçok etkende benzer özellikler gösterirler. Ortak amaçlara ulaşmak için ihtiyaç olan iletişimi ve ilişkileri sağlamlaştıran bağlayıcılık aynı zamanda bazı grupların (bağ kurucu ağlar, yardım grupları ve yerel dernekler gibi) biraraya gelerek örgütlenmesinde önemli bir rol üstlenir (Gerni, 2013: 38). Bağ kurucu sosyal sermaye kavramını ortaya atan Coleman'dır (Başak ve Öztaş, 2010). Bağ kurucu sosyal sermayenin;

Her çeşit bilgiye ve özellikle spesifik bilgiye daha hızlı ve içeriği daha geniş ve güvenilir şekilde erişim sağlanması, karşılıklı güven sebebiyle çift kutupluluğun azalması ve kriz süreçlerinin daha kolay atlatılması ve son olarak da yakın bağların siyasi teşkilatlanmaya ve dikey yönde olan sosyal sosyal hareketliliği pozitif yönde etkilemesiyle birlikte üç farklı fayda sağladığı ifade edilmektedir (Öztaş, 2007: 84). Yani kısaca ifade edilecek olursa ağa dahil olan tüm fertlerin maddi ve manevi desteğe daha kolay erişmelerini sağlar ve bağ kurucu sosyal sermaye sonucu oluşan ortak normlar ve karşılıklı güven, ortaklaşa yapılan eylemlerin maliyetinin azalmasını sağlar (Gerni, 2013: 38).

### 1.7.2. Köprü Kurucu Sosyal Sermaye

Sosyal sermayenin bu türü uzak arkadaşlıkları ve resmi iş arkadaşlıkları gibi yakın olmayan bağları kapsamaktadır. Köprü kurucu özellikte olan bu ağlar sınıf, etnik köken, din ve eğitim gibi hususlarda farklı bireylerin biraraya gelerek oluşturdukları grupları dikey ve çapraz konumlarda kesen ve daha büyük alanlara yayılmasını sağlayan ağlarla ilişkilidir. Kendi bünyesinde farklı sosyal sermaye potansiyeli barındıran bu ağlar, farklı grupların birbirlerine bağlanmasını ve taşıdıkları potansiyelleri birbirlerine transfer etmelerini sağlarlar. Bu şekilde yan yana gelerek gelişme kabiliyeti elde edilen ortak faydalar toplumun tamamını kapsayabilir. Bağ kurucu sosyal sermaye bir topluluk veya grup içi bağları ifade ederken köprü kurucu sosyal sermaye ise gruplar arasında olan bağları anlatır (Gerni, 2013: 40).

Bağ kurucu sosyal sermaye kuvvetli güvenle ilişkiliyken köprü kurucu sosyal sermaye zayıf güvenle yakından ilişkilidir. Sosyal sermaye güven sosyal yapının tabiatında var olan “verili, statik bir varlık olarak bağlayan ağlarda ele alınmaktadır” (Özen ve Aslan, 2006) köprü kurucu bağlara baktığımızda ise bu varlıkların belli bir zaman içinde meydana geldiği ve eksilip artabilecek nitelik gösterdiği belirtilmelidir (Uğuz, 2010: 75-79). Sosyal sermayenin iki türü arasındaki fark bir toplum içindeki insanlar arasındaki sosyal ilişki türlerini ve sağlayacakları farklı neticeleri düşünmemize katkı sağlayabilir. Fakat bağ kurucu ve köprü kurucu sosyal sermaye türü toplum için faydalı ve çeşitli fonksiyonlar içerebilir. Bir toplumda pratikte iki farklı sosyal sermaye türü olan bu bağlar aynı zamanda birlikte yer almaktadır (Gerni, 2013: 40). Köprü kurucu ve bağ kurucu sosyal sermayenin özellikleri **Tablo 6**’ da yer almaktadır.

**Tablo 6:** Köprü Kurucu ve Bağ Kurucu Sosyal Sermayenin Özellikleri

<i>Köprü Kurucu Sosyal Sermaye</i>	<i>Bağ Kurucu Sosyal Sermaye</i>
Heterojen elemanlardan oluşur	Elemanlar arasında bağ gücü yüksektir
Elemanlar arasında bağ gücü düşüktür	Elemanlar arasında bağ gücü yüksektir
Kendisini oluşturan elemanlara hizmet eder	Kendisini oluşturan elemanlar ona hizmet eder
Diğer ağlarla yeni bağlar kurmaya heveslidir	Diğer ağlarla yeni bağlar kurmaya heveslisi değildir
Kimliğin bir parçası olabilir	Kimliğin tamamını işgal etme eğilimindedir
Dışarıda kalanları kucaklayıcıdır	Dışarıda kalanları dışlayıcıdır
Tipik örnekleri: Spor kulüpleri, korolar	Tipik örnekleri: Marjinal gruplar, etnik dayanışma örgütleri

**Kaynak:** (Baslak ve Öneş, 2010: 253)

Sosyal sermayeden beklenen faydanın elde edilmesi için bir toplumda hem bağ kurucu sosyal ağlara hem de ağırlıklı bir şekilde köprü kurucu ağlara ihtiyaç duyulur. Zira bağ kurucu sosyal sermayeyle topluluk içinde uyum ve dayanışma gerçekleştirilirken, köprü kurucu sosyal sermaye ile başka topluluklarla ilişki içinde olması ve yeni kaynaklara erişmesi yoluyla yenileşme ortaya çıkarılabilir (Öğüt ve Erbil, 2009. Konya). Fakat bir toplumda gerçekleştirilecek sosyal sermaye analizlerinde yalnızca köprü kurucu sosyal sermaye veya bağ kurucu sosyal sermaye perspektifinden yola çıkılarak bir analizde bulunmak doğru olmayan neticelere ulaştırabilir (Gerni, 2013: 41).

### 1.7.3. Birleştirici Sosyal Sermaye

Bağ kurucu ve köprü kurucu sosyal sermayeden sonra birleştirici sosyal sermaye bu grupta olan başka bir sosyal sermaye türüdür. Birleştirici sosyal sermaye grupları arasında ya da farklı sosyal statü ve avantajlara sahip fertler dikey bağlarla ilişkidir.



Birbirinden farklı olan ve farklı güce, farklı sosyal konuma ve farklı yetkiye sahip bireyler arasındaki bireyler arasındaki bağları ifade eder. Birleştirici sosyal sermaye seviyesi makro düzey perspektifiyle ele alınacak olan sosyal sermaye türüdür. Birleştirici sosyal sermaye, zayıf olanları gücü ve görevi olan kişilere ve kurumlara bağlamak yoluyla içtimai refahın artmasında büyük rol oynar. Bunun yanında işletmeler açısından farklı güç kaynaklarına ulaşarak işletme faaliyetlerinin etkinleştirilmesine büyük yarar sağlar (Öğüt ve Erbil,2009).

### **1.8. Sosyal Sermayenin Alt Boyutları**

Nahapiet ve Ghoshal 1998 de yapmış oldukları çalışmalarında sosyal sermayenin, işletmeler için değer yaratmada kolaylaştırıcı bir rolü olduğuna dair teorik bir model ortaya koymuşlardır. Moran ve Ghoshal (1996) ise, bilgi değişiminin değer yaratma denklemini oluşturmuşlardır. Sosyal sermayeyi Nahapiet ve Ghoshal (1998), Tsai ve Ghoshal (1998: 464) çalışmalarında yapısal boyut, ilişkisel boyut ve bilişsel boyut olmak üzere üç boyut üzerinden tanımlamışlardır.

Sosyal sermayenin yapısal boyutu, bir işletmede çalışanların kendi aralarında hissettikleri, oluşturup, geliştirmiş oldukları, benimsemiş oldukları ilişki ağını ifade eder (Keleş, 2012: 61). Yapısal boyutun oluşması gelişme göstermesi çalışanların bu konudaki farkındalık ve duyarlılıkları nispetinde bir form kazanacak ve örgütsel kültürün bir bileşeni haline gelecektir (Töremen ve Ersözlü, 2010: 43). Morris (2003) sosyal sermayenin yapısal boyutu kendisini, sosyal etkileşim bağları şeklinde olduğu görüşünü öne sürmektedir (Keleş, 2012: 61).

#### **1.8.1. Yapısal Boyut**

Yapısal boyut ilişkiler ağının ve sosyal yapının sahip olduğu nitelikleri kapsamaktadır. Bu nitelikler bireylere ait olmayan, kişi ve birimler arasındaki ilişkinin düzenlenmesini ifade etmektedir. Bu bağlamda sosyal sermayenin yapısal boyutu bireylerarasında ki genel bağlantı biçimlerini, bireyler ve ulaşım şekilleri de dâhil olmak üzere tüm bunları içermektedir (Burt, 1992). Bireylerarasındaki ilişki networkunun olup olmaması, iletişim networkunun yapısı ve uygun örgütsel anlayış, yapısal boyutun en önemli yönünü ifade eder.

#### **1.8.2. Bilişsel Boyut**

Sosyal sermayenin bilişsel boyutu, bireylerin paylaştığı değerleri içerir. Bunlar bireylerarasında paylaşılan başarı öyküleri ve mevcut ortak dilden meydana gelmektedir.

Paylaşılan ortak dil ile anlatılmak istenen sosyal ilişkilerin bilgi değişimi, soru sorma ve tartışma metoduyla çalışanların bilgilere ulaşımı ve bunları paylaşma fırsatlarının artmasının sağlandığıdır. Çalışanların paylaştıkları ortak dil, benzer şeyleri algılamalarına fırsat verecek, çevrenin gözlemlenmesi ve yorumlanmasında da temel bir fikir oluşumunu sağlayacaktır (Berger ve Luckman, 1996: Pondy ve Mitroff, 1979; Göksel vd.,2010 :91).

Bilişsel boyut kişiler arasında meydana gelen ağın dahil olduğu ağda yer alan bireylerin sahip oldukları ortak değerleri içermektedir. Bu ortak değerler zaman geçtikçe işletmede çıkabilecek sorunlara karşı ortak çözüm üretme ve çözme yaklaşımının iyileştirilmesiyle neticelendirilmektedir. Sosyal sermayenin bu boyutu örgütsel hafızanın meydana getirilmesinde önem teşkil eder. Bunun yanında paylaşılan değerlerin çoğaltılıp muhafaza edilmesi bakımından da önem arz eder (Töremen ve Ersözlü, 2009: 64). Krisha ve Uphoff un (2002) yapmış oldukları çalışmalarında insanların nasıl hissettikleri ve nasıl düşündükleri ile bağlantılı olması hasebiyle içsel olan bilişsel sosyal sermaye “normlar, değerler, yaklaşımlar ve inanışlar” olarak nitelendirilmiştir (Keleş, 2012: 63).

### **1.8.3. İlişkisel Boyut**

Sosyal sermayenin ilişkisel boyutu, normları, zorunlulukları ve duygusallığa dayalı güveni ifade etmektedir. İlişkisel boyut aynı zamanda kişilerarası ilişkilere neden olan mesleki bağlantı ve ilişkiler, sorumluluklar, normlar ve güvenin meydana gelmesini ifade etmektedir. Bireylerin karşılıklı olarak birbirlerini benimseme, birbirlerine karşı olumlu yaklaşma temayülleri, yanlış yapılan eylemlere karşı yaklaşım tarzları, empatik düşünebilme seviyeleri ve değer verme ölçüleri bu kontekste ele alınır (Töremen ve Ersözlü, 2010: 44).

### **1.9. Sosyal Sermaye ile İlgili Yapılan Çalışmalar**

Sosyal sermaye kavramı disiplinlerarası bir kavramdır. Bu yüzden yerel ve yabancı literatür de pek çok tanımı mevcuttur. Bu bölümde sosyal sermaye ile ilgili yapılmış olan ulusal ve uluslararası çalışmalara ve bu çalışmaların sonuçlarına yer verilecektir. Literatürde yer alan sosyal sermaye ile ilgili yapılan çalışmaların en çok yer aldığı alan kavramın ilk ortaya çıkışının bu alanlarda olmasından dolayı sosyoloji ve iktisat disiplininde olmuştur. Yönetim ve örgütsel davranış içerikli çalışmaların ise azlığı dikkat çekmektedir. Yazında yer alan sosyal sermaye çalışmalarından alınan çalışmalara dair bilgi ve değerlendirmeler tablo haline getirilerek aşağıda **Tablo 7'** de yer almaktadır.

**Tablo 7:** Yazında yer alan sosyal sermaye çalışmaları

Yıl	Araştırmacı	Çalışma Adı	Sonuç
2006	Sargut	“Sosyal Sermaye: Yapının sunduğu bir olanak mı, yoksa bireyin amaçlı eylemi mi?”	Yapılan inceleme neticesinde ortak tutum ve davranışa sahip toplumlarda meydana çıkan yapısal boşlukların bilginin genişlemesinde ve aracılık etkisinin gelişmesinde önem arz ettiği, ülkemizdeki sosyal yapı sebebiyle ortaya çıkmış olan bu boşlukların sosyal sermayenin geliştirilmesi noktasında önemli bir faktör olduğu tartışılmıştır.
2008	Kapu	“Sosyal Sermaye ve Organizasyonların Öngörü Yeteneğini Geliştirme Gücü”	Sosyal sermayeyle diğer sermaye türlerinden beşerî sermaye ve kültürel sermaye gibi sermaye türleriyle aralarındaki ilişkiyi tartışmıştır. Bunun yanında işletmeye dair ya da toplumsal yapılar için etkisinin öne çıkartılması istenmiştir. Farklı sermaye türleri ele alınarak işletmelerin sahip olduğu öngörü kavramı açıklanmış ve netice itibarıyla sosyal sermayenin davranış etkinliğini ve işletme organizasyonlarının örgütsel ve yönetsel olarak verimliliklerinin artırdığı öğrenme yaratıcılık ve iş birliği davranışını harekete geçirecek işletmelerde öngörü yeteneğinin geliştirilmesinde etkili olduğu tespit edilmiştir.
2008	Bilgin ve Kaynak	“Sosyal Sermaye Faktörlerinin İş Başarısına Etkisi: Üniversite Çalışanları Üzerine Ampirik Bir Çalışma”	Yaptıkları çalışmada üniversitede çalışanların iş başarısına etkisinde sosyal sermayenin tesiri incelenmiş, yerel topluma katılım ve aile-arkadaşlık ilişkileri gibi faktörlerin üniversite çalışanlarının iş başarısına etkin olan faktörler olduğu ifade edilmiştir.
2009	Arıcıoğlu ve Ergin	“Güven ya da Sosyal Sermaye Nedir?: Konya Sanayi Bölgesinde Sahip/Yöneticiler Üzerinde Bir Araştırma”	Çalışmalarında güven, sosyal ağlar içerisinde yer alma ve bağlar gibi sosyal sermaye değerlerinin Konya sanayi bölgesinde yöneticilerle yapmış oldukları araştırma sonucunu değerlendirmeyi hedeflemişlerdir. Neticede analiz edilen üç boyutun Konya ilinin sahip olduğu sosyal sermayesinin yükselmesinde rolü olduğu tespit edilmiştir.
2010	Göksel vd.	“Örgütlerde Bilgi Paylaşımı Davranışı: Sosyal Sermaye Boyutundan Bir Bakış	Bu çalışmada sosyal sermaye boyutlarının bilgi paylaşma davranışı ve içsel ve dışsal kontrollüğün örtülü bilgi paylaşım davranışını etkileyip etkilemediği incelenmiştir. Bu çalışma verileri bir üniversite hastanesinde stajyer doktor olanlar ile gerçekleştirilen ve anket ile ulaşılmış, neticede de sosyal sermaye boyutlarının ve içsel kontrollülüğün örtülü bilgi paylaşımını pozitif yönde etkilediği görülürken, dışsal kontrol ile örtülü bilgi paylaşımı arasında bir ilişkiye rastlanmamıştır.
2010	Aydıntan ve Arkadaşları	“Örtülü Bilgi Paylaşım Niyeti Üzerinde Sosyal Sermaye ve Denetim Merkezi Odaklılığının Rolü: Hekimlikte Bir Alan Araştırması”	Gazi üniversitesi tıp fakültesi 6. Sınıf öğrencilerinden (intörn) topladıkları verilerle sosyal sermayenin “yapısal”, “bilişsel” ve “ilişkisel” boyutlarının, bu boyutların alt bileşenleriyle beraber örtülü bilgi paylaşım niyeti üzerindeki etkilerinin araştırılmasının hedeflemişlerdir. Çalışma nihayetinde sosyal sermayenin ve içsel denetim, örtülü bilgi paylaşım niyetini pozitif olarak artırdığı ve bireylerin örtülü bilgi paylaşım niyetlerinin, örtülü bilgi paylaşma davranışına dönüştüğü sonucuna varılmıştır.
2013	Gerni	“İlişkilerin Maddi Yönü Sosyal Sermaye Ve Örgütsel Boyutu”	Kitapta, sosyal sermayenin kavramsal bir tanımlamasını yaparak ve örgütsel sermayenin artırılması dahilinde örgütsel vatandaşlık davranışı ve sosyal sermaye ilişkisini analiz etmiştir. Örgütsel vatandaşlık davranışı yaratılmasında örgütsel sosyal sermayeyi nasıl geliştirebileceği üzerinde durularak irdelenmiştir.

			Çalışmada yer alan bir başka konu ise sosyal sermayenin yaratılması kapsamında, örgütsel yapıların ve farklı yönetsel pratiklerin etkileridir. Gerni (2013) çalışmasında sosyal sermaye ile ilgili farklı bakış açıları ortaya koymuş ve yapılacak olan çalışmalar için yeni çağrışımlar ortaya çıkarmayı amaçlamıştır.
2013	Turgut ve Begendirbaş	“Çalışanların Yenilikçi Davranışları Üzerinde Sosyal Sermaye ve Yenilikçi İklimin Rolü: Sağlık Sektöründe Bir Araştırma”	Kütahya ilinde faaliyet gösteren iki devlet hastanesi ve iki özel hastanedeki 398 çalışana uygulayarak elde edilen anket verilerinin analizi ile gerçekleştirilmiştir. Neticede yapısal sosyal sermaye ve bilişsel sosyal sermayenin yenilikçi iklim boyutları ve yenilikçi davranışa anlamlı tespit edilememiş; ilişkisel sosyal sermayenin ise yenilikçi iklim boyutları ve yenilikçi davranış üzerinde olumlu ve güçlü bir etkiye sahip olduğu tespit edilmiştir.
2013	Turan	“Sosyal Sermayenin Bilgi Paylaşma Tutumuna Etkisi: Motivasyonun Bu Etkideki Rolü Üzerine Bir Araştırma”	Çalışanların demografik özellikler bağlamında sosyal sermaye, bilgi paylaşma tutumu ve motivasyonlarında bir farklılık olup olmadığının incelenmesi hedeflenerek yapılmıştır. Çalışmanın araştırma kısmını ise Türkiye’de telekomünikasyon sektöründe faaliyet gösteren firmalardan anket toplanarak veriler elde edilmiştir. Elde edilen bu veriler ise analiz edilerek; sosyal sermayenin bilgi paylaşma tutumu ve motivasyon üzerinde pozitif yönde ve anlamlı düzeyde etkili olduğu sonucuna varılmıştır.
2015	Taştan	“Örgütsel Güven Ve Sosyal Adalet Algısının Örgütlerde Sosyal Sermaye Yapısı İle İlişkilerinin İncelenmesi”	İlk, orta ve lise düzeyindeki eğitim kurumlarında çalışan öğretmen ve idarecilere yaptırılmış oldukları anket çalışması ile ölçmüştür. Araştırma sonucunda örgütsel güven ve sosyal adalet algısının sosyal sermaye ile aynı yönde ilişkilere sahip olduğu neticesine ulaşılmıştır.
2016	Kirel ve Arkadaşları	“Bankacılık Sektöründe Sosyal Sermaye Motivasyon Ve Performans Yönetimi Arasındaki İlişkinin Analizi”	Eskişehir’deki kamu ve özel bankaları kapsayan bu araştırma uygulamalarının tek tek bütün aşamaları sosyal sermaye ile ilişkileri açısından ele alınmıştır. Çalışmadan elde edilen bulguların sonucunda örgütsel sosyal sermaye ile performans yönetimi arasında doğrudan ve pozitif bir ilişkinin varlığı ve motivasyonun bu ilişkide kısmi aracılık rolünün bulunduğu ifade edilmektedir. Bunun yanında örgütsel sosyal sermayeyi performans değerlendirme, ücret, işten ayrılma ve motivasyon gibi boyutların yüksek düzeyde etkilediği, terfide ise orta düzeyde bir etkileme düzeyine sahip olduğu tespit edilmiştir.
2016	Erbaşı ve Sanioğlu	“Sosyal Sermayenin Örgütsel Bağlılık Üzerindeki Etkisinde Örgüt Depresyonunun Aracılık Etkisi”	Sosyal sermayenin örgütsel bağlılık üzerindeki etkisinde örgüt depresyonunun aracılık rolünü incelemek amacıyla Konya’da otomatik yan sanayi alanında faaliyet gösteren işletme çalışanları üzerinde anket çalışması yapılmıştır. Araştırmanın sonucunda sosyal sermaye, örgüt depresyonu ve örgütsel bağlılık değişkenleri arasında istatistiksel açıdan anlamlı ilişkiler görülmüştür. Ayrıca sosyal sermayenin örgütsel bağlılık üzerindeki etkisinde örgüt depresyonunun tam aracılık etkisinin olduğu tespit edilmiştir.

Yapılan literatür taramasında, sosyal sermaye kavramının Türkiye’deki yönetim ve örgütsel davranış yazınlarındaki geçişinin on yılın üzerinde olduğunu göstermiştir. İlk yıllarda yapılan çalışmaların daha kavramsal yoğunlukta olduğu daha sonra günümüze geldikçe anket ve mülakat gibi saha çalışmaları yapılarak konunun ele alındığı görülmektedir. Özellikle nicel çalışmalarda sosyal sermayeyi ölçmek için Gloschal ve meslektaşlarının yaptığı çalışmaların sonucunda geliştirilen anketlerden yararlandığı görülmektedir (Aydıntan vd, 2010; Göksel vd, 2010; Turgut ve Begendirbaş, 2013; Taştan, 2015; Kirel vd, 2016; Tuncay, 2016). Bazı çalışmalarda ise sosyal sermayenin kapsadığı

ağlar, güven gibi sadece alt unsurların ölçümünün yapıldığı ölçeklerin kullanıldığı (Paşamehmetoğlu, 2010; Gerşil ve Aracı, 2011; Bilgin ve Kaynak, 2008) bilgisine ulaşılmaktadır. Bazı araştırmacılar ise literatür de sıklıkla kullanılan anketleri (Arıcıoğlu ve Ergin, 2009; Yıldız vd, 2016; Erbaşı ve Saniöğlu, 2016) ya da kendilerinin geliştirmiş olduğu anketleri kullanmıştır.

## İKİNCİ BÖLÜM

### YENİLİKÇİ DAVRANIŞ KAVRAMI

#### 2.1. Yenileşim Kavramı

Yenilenmek, başkalaşmak, değişmek manasına gelen latince “innovare” sözcüğünden türemiş olan kavram İngilizcede “innovation” olarak kullanılmaktadır. Kavramın Türkçeye geçişi ise “inovasyon” dur. Bazı yazarlar inovasyon kelimesinin kullanımını tercih ederlerken, bu kullanımın yanı sıra TDK bu kelimeyi “yenileşim” olarak çevirmiş ve bu şekilde kullanılmasını tavsiye etmektedir (Akalin, 2009). Yenileşim ilk olarak bir buluş bir icat olarak tanımlanmıştır fakat bir buluş ya da icattan daha fazlasına karşılık gelmektedir.

Yenileşim= Fikir+İcat+Uygulama

Yenileşim yukarıda görüldüğü gibi fikir, icat ve uygulamadan meydana gelen hem yenilenme ve yenilemenin olduğu bir süreç hemde bir sonuç (yenilik) olarak değerlendirilerek yukarıda bir denklem şeklinde ifade edilmektedir (Akalin, 2009; Barlay, 2008; Calpin-Davies, 2001) (2-1). Thompson (1965) yenileşimi, yeni fikirlerin, süreçlerin, ürünlerin ya da hizmetlerin üretilmesi, benimsenmesi ve uygulanmasıdır. Yenileşimi piyasaya sürülen yeni bir marka bilgisaya ya da yeni bir model araba gibi yeni bir obje olarak tanımlayanlar da vardır (Yeloğlu, 2007).

Avrupa komisyonu (1995) ise yeniliği, bir süreç ve bir sonuç olarak “bir düşünceyi pazarlanabilir bir ürün veyahutta hizmete, geliştirilmiş bir üretim, dağıtım yönetimine veya yeni bir toplumsal hizmete dönüştürme” olarak tanımlanmaktadır (Barlay, 2008; Sönmez, 2011: 3).

#### 2.1.1. Yenileşim Kavramı ve Yaratıcılık İlişkisi

Yenilik ile yaratıcılık ikisi birbirinden farklı kavramlardır. Fakat ikisinde birbiriyle kesişmektedir. Yenilik, kavramlarda yaratıcılıkla başlar. İşin zor olan tarafı ise bunun gerçek dünyadaki karşılığıdır. Çünkü yenilikleri uygulayabilmek için yaratıcı olmak gerekir (Pinchot and Pinchot 1998). Yaratıcılık, yeniliğin çıkış noktasını meydana getirir. Yaratıcı fikirlerin başarılı bir şekilde uygulanması ve sonuçlandırılması yenilik olarak adlandırılmaktadır (Woodman, Sawyer ve Griffin, 1993; Yahyagil, 2001: 19).

Yenilik (inovation), bir fikrin buluş aşamasından uygulamaya kadar götürülmesini ifade eden süreçtir (Yahyagil, 2001: 19).

Yaratıcılık, önceden var olan birçok fikirlerden bazı yeni fikirler üretilmesini, yenilik ise bir sorunun çözümüne dair yaratılmış bir fikirden faydalanmayı ifade eder. Fakat sorunun çözümü için yaratıcılık ile elde edilmiş fikrin uygulamaya konmasını gerektirir. Yeni bir fikir, yeni bir teori ya da hipotez, yeni bir icat ya da yeni bir yönetim stili yenilik yaratmak olarak anlaşılabilir. Kişilerin zihni daha önce uğraşılmamış bazı konularla meşgul olur. Geleneksel ve yozlaşmış fikirlerin yaratıcılıkta yeri yoktur. Ancak yeniliğin meydana gelmesi için mutlaka yaratıcı bir fikir bir düşünce olsa bile buna rağmen her yaratıcı fikir bir yenilik yaratmamaktadır (Pekdemir, 1989; Yahyagil, 2001: 20).

Yenileşim ile yaratıcılığın çoğu zaman birbirini yerine kullanılmasından çoğu zaman da birlikte kullanılmasından dolayı bu iki kavramın da açıklanması gerekliliği ortaya çıkmaktadır (Yeloğlu, 2007).

Yaratıcılığın literatürde birçok tanımı yapılmış olup neredeyse her tanımında yeni olmak, ilk olma, orijinal olma gibi her birinde farklı hususlar vurgulanmıştır. Yaratıcılık alışılmışın dışında, yeni, orijinal ve faydalı fikirler meydana getirme ya da var olan fikirlere yeni bir perspektif geliştirme kabiliyeti olarak tanımlanmaktadır (Yeloğlu, 2007: Terzioğlu, 2008). Yenileşim ise üretilmiş olan fikirlerin ve yaklaşımların yeni bir çıktı, ürün ve hizmet haline getirilebilmesi olarak tanımlanır (Yuan, 2005; Bayındır, 2007). Buna bağlı olarak yenileşimin ortaya çıkması için yaratıcılık önem teşkil etmekte ve yaratıcılık yenileşimin ilk aşaması olarak görülmektedir (Basset-Jones, 2005; Bayındır, 2007). “Yaratıcılık” (creativity) kavramı ile “yenilikçi davranışlar” kavramı da genellikle birbirinin yerine kullanılmıştır (Scott ve Bruce, 1994: 581). Bu kavramlar birbirine bağlıdır fakat farklı bağlamları da bünyelerinde barındırırlar. Yazında yer alan temel tanımlardan bir tanesi için *yaratıcılık*, “ürünlere, hizmetlere, süreçlere ve prosedürlere dair faydalı olan yeni ve orijinal fikirlerin geliştirilmesidir” (Oldham ve Cummings, 1996: 608). “Yaratıcılık” kavramının genellikle literatürde ilk defa ortaya konan bir şeyden bahsedilmektedir (Woodman vd., 1993: 296). Yaratıcılık diyebiliriz ki daha önce olmayan yeni icat ve fikirlerin ortaya çıkmasını içerirken “yenilikçi davranışlar” ise hem yeni fikirlerin oluşması aynı zamanda da bu fikirlerin işletme içerisinde uyumu sağlanarak işletmenin yararına kullanılmasını anlatır (Zhou, 2003: 414). Bu minvalde, yeni hizmet ve ürün geliştirme, yeni iş süreçleri uygulayarak, işletmenin etrafında gerçekleşen değişimlere uyum sağlayabilmesine olanak sağlamaktadır. Yaratıcılık yenilikçi davranışların içine dâhil olmaktadır. Yenilikçi davranışlar sadece yaratıcılık değil, yaratıcılığı da kendisine dâhil ederek daha kapsamlı bir alanı temsil etmektedir.

Yenilikçi davranışlar bazı yararlar üretebilme gücü olan yeni fikir ve hizmetlerin üretilmesini ve uygulanması sürecini içerirken (West ve Farr, 1990: 11), yaratıcılık ise bireyin yenilikçi fikirlerinin tamamını değil yalnızca bir kısmını, bu kısmı içeren bir yön olarak görülür (Amabile, 1988; Gülbahar, 2019: 55).

Yaratıcılık en belirgin haliyle, yenilik sürecin başında yenilikçi davranışların önemli bir ögesi olarak kabul edilebilir. Sözü edilen süreç bir takım problem veya performans boşluklarının dikkat çektiği ve fark edildiği, yenilik ihtiyacının yanında fikirlerin meydana getirildiği vakittir (West, 2002: 355). Yenilikçi davranışlarda ise süreç içerisinde fikirlerin uygulanması kısmı da bulunmaktadır. West ve Farr tarafından yenilik “birey ve grup, örgüt ya da daha büyük ve geniş bir topluma yarar sağlayacak şekilde düzenlenmiş, uygulayacak birim için yeni fikir, süreç, ürün ya da prosedürlerin istenerek tanıtılması ve bunların uygulanması” olarak tanımlanması yapılmıştır (West ve Farr, 1990: 9).

Axtell vd. (2000: 266), yenilikçi davranışların çalışanların yaratıcılıklarını, faydalı ve yeni fikirlerin üretilmesini içerdiğini söylemektedir. Daha özellikli olarak yenilikçi davranış ve fırsatların keşfi, fikir üretme gibi birtakım davranışlardan meydana gelir (Scott ve Bruce, 1994; Janssen, 2000; De Jong ve Den Hartog, 2010; Gülbahar, 2019: 56).

## **2.2. Yenileşim Türleri**

Yenileşim çeşitli şekillerde sınıflandırılarak ele alınıp incelenmektedir. Yenileşim için radikal (süreksiz) ve kademeli (sürekli) ilerleyen yenileşim ile ürün ve süreç yeniliği olarak temel bir sınıflandırma yapılmaktadır (Bayındır, 2007; Ortt ve Van der Duin 2008).

Radikal yenileşim, genellikle ağırlık verilerek yoğun bir geliştirme gayreti sonucunda ortaya çıkan çıktı ve prosesler de dikkat çeken önemli değişikliklere sebep olan yenilikler şeklinde tanımlanmaktadır.

Kademeli yenileşim ise var olan ürün ve proseslerin geliştirilmesi, yenilikler üzerinde ufak değişiklikler yapılarak gerçekleştirilen yenileşim türüdür. Ürün yenileşimi en sade ifadesiyle yeni ürün olarak tanımlanır. Süreç yenileşimi ise organizasyonun değer yaratma kabiliyetinin geliştirilmesi ile ilgilidir. Mal ya da hizmet üretme veya bunları sunmanın yeni ya da iyileşmiş bir yöntemini nitelendirmektedir. Süreç yeniliği, değişim mühendisliği ya da iş süreçlerinin tekrardan dizaynı kavramları ile aynı anlamda da kullanılabilir (Bayındır, 2007).



### 2.3. Yenilik Kavramı

Yeniliğin araştırmacılar ve uygulayıcılar tarafından farklı şekillerde tanımlaması yapılmaktadır. Bazı araştırmacılar bu kavrama “değer” tarafından bakmış; bazıları da, “yenilik” (newness) veya “orijinallik” (novelty) kelimeleriyle ele alarak kavramı açıklamaya çalışmışlardır. Öte yandan her disiplin kavramı kendi perspektifinden tanımlamıştır. Örnek olarak, Porter (1990: 780), yenilikçiliği “*ticarileştirilmiş (icat edilen) şeylerin yeni bir üretim biçimi*” olduğunu ifade etmektedir. Bu tanım işletmeye iktisadi değer kattığı zaman yenilikçiliğin değerli olması varsayımını içermektedir. Bu şekilde ürün ve hizmette odaklanılan yeniliktir. Bu tanım sorun teşkil edebilir. Çünkü yenilik her zaman bir işletme için değerli kabul edilmeyebilir (Kimberly, 1981, Gülbahar, 2019: ) Damanpour (1991: 556), yeniliğe yenilik ve orijinallik derecesi açısından bakar ve yeniliğin tanımını “*işletmenin yeni fikirlerinin üretimi, geliştirilmesi ve uyarlanması*” şeklinde yapar. Yapılan bu tanımda, "yeni olma", özelliği öne çıkan bir özelliktir. Bununla beraber ortaya çıkan yenilikçilik kavramına dair yapılan “yeni” tanımının kullanılması, bir örgütte yeni olan bir yenilikçiliğin mutlak şartla bir başka işletme için yeni olması gerekliliği olmayacağından, bir münakaşa çıkarmaktadır (Van de Ven, 1986: 591; Gülbahar, 2019: 52).

West ve Farr (1990: 9) ise yeniliği, “*bireye, gruba, işletmeye ve geniş ölçüde topluma önemli ölçüde fayda sağlayacak şekilde tasarlanan, yeniliği kullanacak birim için yeni olan fikir, süreç, ürün ya da prosedürün rol, grup ya da örgüt içine bilinçli dahiliyeti ve uygulanması*” şeklinde anlaşılmaktadır. Bu tanım işletmede bir olgu olarak yenilikçiliği, işletmenin muayyen bir kısmı veya işletmenin kendine mahsus örgütsel aktörler ile sınırlı olmadığı şeklinde tanımlar. İkinci olarak, getirilen ve uygulanan yenilikler, yüksek performans, örgütsel etkinlik ve iyileştirilmiş iş performansı gibi yararlı sonuçlar getirmektedir (Gülbahar, 2019: 52).

“*Yeni fikir veya davranışların örgüt tarafından benimsenmesi*” yenilik olarak tanımlanabilir (Daft, 1978: 194). Bu tanımın yanı sıra örgütte değişime neden olarak değişim gösteren çevrenin tesirlerinden örgütü muhafazaya yarayan bir araç olarak kabul edilebilir. Bundan dolayı ortaya çıkan bu değişimlerin yeni ürün ve hizmetler, yeni süreç teknolojileri, yeni örgütsel yapılar, yeni idari sistemler ve örgüt üyeleri hakkında yapılan yeni tasarım ve programlar gibi birden çok çeşidi mevcuttur (Damanpour, 1996).

Yenilik örgütlerin hızlı değişen dış çevreyle bağlantı kurmasında önemli bir etkiye sahiptir. Yeniliklerin meydana gelebilmesi için işletmenin bütün üyeleri için bilgi önemli

ve elzemdir. (Taggar, 2002; Gülbahar, 2019: 52). Örgütler işletmeler çalışanlarının kabiliyetlerini, becerilerini ve sahip oldukları bakış açılarını tam manasıyla kullanarak düşüncelerin yeni tertiplerle yenilikleri meydana getirirler (Gebert vd., 2006; Gülbahar, 2019: 52). Yenilik yalnızca yapılan Ar-Ge yatırımları ve icatlardan kaynaklanmaz. İşletmenin hayatını sürdürmesi ve refahı için her gün gerçekleştirilen yenilikler gereklidir (Oldham ve Cummings, 1996; Janssen, 2000). Dolayısıyla insan kaynakları uzmanları, yöneticiler ve sosyal bilimciler işletmede görev yapan işgörenlerin çoğu yenilikçi davranışa yönlendirmeyi hedeflerler (Spiegelaere vd., 2012; Gülbahar, 2019; 52). Yenilikçi davranışlar kavramına dair ilk psikolojik çalışmalar 1980 li yıllarda başlamıştır. 1980li yıllardaki idari bilimler iletişim ve antropolojiden psikoloji ve sosyolojiye yayılan yeniliklere ilişkin yapılmış olan araştırmalardan bu yana bir insan davranışı olarak kabul edilmiştir (West ve Farr, 1990: 3). West ve Farr (1990) tarafından “bir rol, grup veya örgütte iş görenlerin yeniliği kabul eden birim için faydalı fakat yeni olan fikir, süreç, ürün ya da prosedürlerin üretimine, tanıtımına veya uygulamasına yönelik davranışları” şeklinde yenilikçi davranışlar tanımlanmıştır. Başka bir tanıma göre ise yenilikçi davranışlar “bir iş rolünde, çalışma grubunda veya örgütte performansı artırmak, gruba veya örgüte faydalı olmak için yeni fikirlerin kasıtlı olarak oluşturulması, geliştirilmesi ve gerçekleştirilmesi” şeklinde bir tanımlı yapılabilir (West ve Farr, 1990: 9).

Yuan ve Woodman (2010: 324) yenilikçi davranışlar için yapmış oldukları tanım; “ bir çalışanın kendi iş rolünde, iş biriminde veya örgütünde, yeni fikirlerin, ürünleri, süreçlerin ve prosedürlerin uygulanması” dır. Yenilikçi davranışlara örnek verilecek olursa, insanları yeni fikirleri destekleme konusunda ikna etme, problemler karşı çözüm arama ve bulma, iş yapma konusunda yeni yaklaşımlar arama ve yeni yöntemler ve teknolojiler keşfetme, bulma ve geliştirme şeklinde örneklendirilebilir. Yenilikçilik kurum içinde yeni hizmet ve ürünün tüketiciye önüne koyulması, proste ve iş şartlarında yenilik ve icatlar gerçekleştirilip uygulamaya geçirilmesi ve ilerlemesinden bahsederken (Woodman vd., 1923; Gareth, 2001), yenilikçi davranış ise işçilerin bahsedilen yenilikleri, gelişmeleri, şuurunda olarak kabul etmeleri kendi görevlerine uygulayarak hem bölümlerinin hemde kurumlarının tümüne uygulamaları manalarına gelmektedir. (Yuan ve Woodman, 2010: 324).

Bir başka ifadeyle yenilikçi davranışlar, çalışanların yeni fikirler geliştirme, bu fikirleri iş çevrelerine tanıtma ve işletme içerisinde uygulamaya dâhil etmeyi kapsayan şuurlu şekilde göstermiş oldukları gayretleri ifade etmektedir (Janssen, 2000: 5-6). Yenilikçi davranışlar için Von Hippel (1988), işletmelerin diğer işletmelere karşı rekabet

avantajı sağlayan ve kaybettiren stratejik bir etkinlik olduğunu söylemiştir. Yenilikçi davranışlar Scott ve Bruce (1994: 581) tarafından, çok aşamalı bir süreç olarak tanımlanmıştır. Bu süreç problemin tanımlanmasıyla başlar, problemin tanımlanmasından sonra ise daha önceki mevcut ya da yeni fikir ve çözümlerin oluşturulmasıyla devam eder. Yenilikçi birey daha sonra oluşturduğu fikre destek arar. Bundan sonraki aşamada ise, birey yeniliği somut bir prototipe dönüştürerek elle tutulur, gözle görülür ve üretime dönüştürülür bir hâle getirmiş olur. Yenilikçi davranışlar için Ards ve arkadaşları (2010) “yeni problem çözme uygulamalarını ortaya çıkarma süreci” şeklinde bir tanım yapmışlardır. Yenilikçi davranışların işletmelerin ürün ve hizmet kalitesi ilerlemesine önemli faydalarda bulunmakta (Janssen ve Huang, 2008), bunun yanında işletmenin etkinlik ve yaratıcılığının artması noktasında da işletmeye yarar sağlamaktadır (Woodman vd., 1993). Yenilikçi davranışlar, yaratıcı fikirleri ve değişimleri gibi farklı ferdi davranışları bünyesinde bulundurmaktadır ve ayrıca yenilikçi davranışlar işletme içinde yaratıcılığın ve girişimciliğin önünü açarak, bunların ortaya çıkmasında itici bir güçtür (Drucker, 1985; Gülbahar, 2019: 54).

#### **2.4. Yenilik Türleri**

Yenilik türlerinin tasnifi yapılırken; değişime yol açan yenilik, değişimin sonucu olan yenilik, kopyalama ve sentez olarak dört tür sınıflandırması yapılmıştır (Prestwood ve Schumann 1998, Hodgetts ve Kuratko, 1998 ve Çoban, 1999; Yahyagil, 2001: 21).

##### **2.4.1. Değişime Yol Açan Yenilik:**

Önceden denenmemiş bir ürünün ya da bir hizmetin yaratılmasını ifade eden yenilik türüdür. Bu tür yenilikler radikal yenilikler olarak değerlendirilir. Ampulün keşfi, telefonun buluşu bu tür yeniliğe örnek olarak gösterilebilir.

##### **2.4.2. Değişimin Sonucu Olan Yenilik:**

Hali hazırda mevcut olan ürün ya da hizmetin ya da sürecin üstüne bazı yeni değişiklikler yapılarak yarar sağlayacak alanının genişletilmesi ve başka alanlarda kullanımını ifade eden yenilik türüdür. Var olan bir uçağın kanatlarına yeni blok kapaklar ilave edilerek uçağın kendi esas işlevlerini değiştirmese de hızını arttırarak onu mevcut durumundan daha iyi hâle getirir. Bu tip bir yenilik değişimin sonucu olan yenilik türüne örnek gösterilebilir.

### **2.4.3. Kopyalama:**

Mevcut olan konseptin yaratıcı bir diğer örneğinin yapılmasıdır.

### **2.4.4. Sentez:**

Yeni bir formülasyon yaratılarak mevcut olan bir bileşimin kullanılmasını ifade eder. Sentez, önceden icat edilmiş olan bir fikir veya ürünün yeni bir yol keşfedilerek daha farklı amaç ve kullanımları için birlikte kullanılmasını ifade eden yenilik türüdür. Örneğin ilk tekerlek, ilk aks ve ilk kaporta bir buluşun ürünüdür. Sonrasında bu üç parçanın bütün haline getirilmesi düşünülmüş, birleştirilmiş ve ortaya araba çıkmıştır. Sentezin toplumların gelişmesinde ve ilerlemesinde önemli bir etkisi vardır. Sentez, diğer buluş ve fikirlerden yola çıkarak ortaya yeni bir ürün ve hizmetin çıkmasını sağlar.

## **2.5. Yenilikçilik Kavramı ve Kapsamı**

“Yenilikçilik” kavramının şeffaf bir şekilde olmaması, kavram kargaşasına ve kavram tanımının belirgin bir şekilde yapılamamasına yol açar. Yenilikçilik temelinde, kurum ya da fertler aracılığıyla üreticilikten yaratılan yeni fikir ve seçeneklerin, değer ortaya koyan, değişim ve ilerlemesini destekleyen tatbiklere tahvil edilmesidir. (Yazıcı, 2000: 87). Bu anlaşılabilirliğe dikkat çeken Barker’ın görüşüne göre yenilikçilik kavramı; yeni ürünler ortaya çıkarma periyodu, yeni ürünlerin meydana getirilmesinde kullanılan yöntemi izah etme vasıtası, kurumsal fonksiyonun adı, politikacıdan duyulan müphem bir sosyal fayda ve sonunda insanlığımızı açıklayan bir karakter hususiyeti olarak ortaya çıkar. (Barker, 2001: 22). Yenilikçilik, ürün ve görevlerde birtakım geliştirmeler ortaya koyma süreci olmayıp, yenilikçilik tamamıyla yeni çalışma vesilelerini takip etme, yeni veya yüksek güç taşıyan teknolojilerden faydalanma ve değişimi temel iş kavramıyla beraber tarif edilebilir. (Wolpert, 2003: 62). Drucker’e göre ise yenilik, organizasyon dâhilinde beraber iş yapan farklı bilgi ve yeteneğe haiz olan insanları yüksek nispette yarar sağlanabilir hâle getirebilmek için onlara ilk defa imkân sağlayan yararlı bilgidir (Durna,2002, s. 5). Yenilikçilik, işletme tarafından bir düşüncenin, aracın, sistemin, politikanın, programın, ürünün, hizmetin veya sürecin ilk defa verilmesi ya da kullanılmasıdır (Güleş ve Bülbül, 2004: 125). Yenilikçilik, sürekli, dinamik ve köklü yenilikler olarak ele alınmaktadır. Yenilik, örgütlerin sürekli olarak sahip olduğu ürünlerin yapısını tümüyle değiştirmeden, üründe müşterilerin ihtiyaçlarına ve zevklerine göre küçük değişimlerde bulunmalarıdır. Dinamik yenilikler ürünlerin kullanım alışkanlıklarını değiştirmeden, mevcut ürünün başka bir türünü veya yeni bir ürünü

geliştirmektir. Köklü yenilikler ise, müşterilerin kullanım itiyatlarını değiştirerek yeni bir ürünün üretilmesidir (Barışık, 2001: 7). Kritik bir yenilik döneminin şu şartları içerdiğini söylemek mümkündür; yaratıcılık, pazar odaklılığı, gelecek yönelimi, bugünden yarın için hazırlanmak, yeni değer yaratmak, yeni bir iş modeli yaratmak, keşfedici olmak, işbirlikçi olmak, farklı görüş ve düşüncelere açık olmak, işletme misyon ve vizyonuna sahip olmak, dışa dönük olmak, yeni imkanlar elde etmek, bilgiye değer kazandırmak (Johnston ve Bate, 2003: 34). Organizasyonlarda yenilikçilik oluşurken, işgören ile yöneticilerin yeniliğe karşı tavırları, perspektifleri bu ilkeler ile paralel oluşmalıdır.

## 2.6. Yenilikçi Davranış

Yeniliğe dair yapılan çalışmalarda öne çıkan en büyük güçlüklerden biri de yeniliğin ne olduğu hakkında ortak kabul gören genel bir tanımın varlığından söz edilemeyeşidir (Goswami ve Mathew, 2005). Fakat yapılan çoğu tanımın ortak noktası için yeniliğin yeni ve orijinal olanla alakalı olduğu kabul edilmektedir. OECD (2005)'nin tanımını örnek olarak verecek olursak OECD yeniliği, yeni veya önemli ölçüde geliştirilmiş bir ürünün veya prosesin, yeni bir pazarlama biçiminin ya da yeni bir yöntemin işletmenin tatbiki ve organizasyonunda kullanılması şeklinde tanımlanmaktadır. Plessis'e (2007) göre ise yenilik, işletmenin daha yararlı çıktı ve ürün üretmesine fayda yaratmak, işle ile bağlantılı süreçleri iyileştirmek ve pazarda rekabet üstünlüğü kazanmak için yeni bilgi ve fikirlerin oluşturulmasıyla ilişkilidir. Sweeney (2016) de yeniliğin, işletmedeki herhangi bir pratikte, vetirede, materyalde, siyasette, işletme bünyesinde veya sonuçlarda müspet katkılar ortaya çıkararak olanca değişiklikleri içine aldığını ifade etmektedir. Yenilik aynı zamanda yalnızca orjinal fikirlerin ortaya konulmasının yanında bunların ihyasını, yayılmasını ve adapte edilmesini de kapsar (Damanpour, 1991). Goswami ve Mathew (2005) yapmış oldukları araştırma sonucunda yeniliğin tanımıyla ilgili kapsamlı bir açıklamada bulunmuş ve şunları ihtiva edebileceğine dair şunları ortaya koymuşlardır:

- Bilim, teknoloji, beceri ya da bilgi manasında bir paradigma değişimini içine alan yeni bir şey ortaya çıkarma;
- Olaylar ve fenomenler arasındaki yeni ilişkileri idrak edebilme;
- Konulara yeni bir perspektiften bakabilme ve eski kavramları kullanarak yeni birleştirmeler ortaya çıkarma;
- Halihazırda mevcut olan bir şeyi geliştirerek daha fonksiyonel duruma getirme;

- Yeni fikirlerin daha fazla insana erişmesini sağlama; bir başka yerde daha önce başarıyla tatbik edilmiş olan yeni bir uygulamayı kendi örgütüne adapte etme;
- Bir vazifeyi büsbütün değişik ve yeni bir formda ifa etme;
- Pazardaki gelişmelerin izini sürme;
- Devamlı gelişimi karşılayacak değişiklikleri yapma;
- Yenilikçi liderleri ya da işgörenleri örgüte çekme; bir sıkıntıya değişik bakış açılarıyla bakma.

Yenilikle ilgili olarak yapılan analizlerde, yeniliğin değerinin katma değer meydana getirmesiyle yakından alakalı olduğuna rastlanmaktadır (Goswami ve Mathew, 2005). Bunun yanında yeniliğin, örgütsel manada işletmenin başarımına yarar sağlaması beklenir (Reed, 2000). Bu manada ortaya çıkan her yeni düşünce ve yenilik ya da inovasyon olarak isimlendirilemez.

Ancak pratik bir maliyetle ve güvenilir olarak çoğaltılabilir olması durumunda ortaya çıkarılan fikre dair bir yenilikten bahsedilmesi mümkün olur (Senge, 2000). Yenilikçi davranış ise, yeni fikirlerin yaratılma, istihsal edilme, geliştirilme, tatbik edilme, özendirilme, göze çarpma ve nitelme vetiresi olarak belirtilmektedir (Thurlings, Evers ve Vermeulen, 2015). Dyer, Gregersen ve Christensen (2011) dünyadaki en yenilikçi liderleri inceleyip analiz etmişler, yenilikçi davranışın sorgulama, gözlemeleme, bağlantı kurma, deneyimleme ve ilişki kurma gibi boyutlardan oluştuğunu ortaya koymuşlardır. Bu manada yenilikçi davranış sergileyen kişilerin mevcut durumu farklı yönleriyle ele alınacak sorguladıkları, bu durumla alakalı olarak en doğru çıkarımları yapmak adına gözlemlerde buldukları ifade edilebilir. Yapılan gözlemler sonucunda elde ettikleri sonuçları diğer işletme çalışanlarıyla da paylaşarak kendilerine dayanak aradıkları, yaratılan yeni düşünceler pratiğe geçirerek işletmenin yeniliği tecrübe etmesini sağladıkları ve son olarak bu tecrübenin işletmede daimî olması ve sonunda rekabet kazanımı sağlanabilmesi için çaba gösterdikleri söylenebilir.

İşletmeler uzun vadede varlıklarını koruyabilmek için yenilikçiliğe gereksinim duyarlar. Yenilikçilik girişimciliğin ana ögesi olarak görülür ve bir işletme için sürdürülebilir rekabetçi üstünlük yaratan ve bu yarattığı üstünlüğü de muhafaza etmenin en mühim yöntemi olarak kabul edilmektedir (Porter, 1980). Öte yandan; düşüncelerin ve yeniliklerin işletmelerin sadece kendi araştırma ve geliştirme yatırımları neticesinde meydana geldiği fikri hükmünü kaybetmektedir. Yetim (2012) yenilikçiliği tecrübe

edilmemiş bir ürün ya da fikrin ortaya çıkarılmasında, mevcuttakinin tanzim edilerek ve tekrardan düzenlenerek fert ve cemiyet için kullanılır hale getirilmesine kadar değişik prosesleri içeren bir kavram” olarak ele alınmıştır. Rogers (1962) yeniliği, yaratıcılığın yeni bir prosedürü, dizaynı, sistemi ve nesnesi olan, yarar sağlayan bir ürün olarak nitelendirir. Bütün kreatif ürün ve ihtimamlar yenilik sayılmaz. Lapiere (1965) değişik bir bakış açısıyla yeniliği tanımlamıştır. O yeniliği icat ve keşif olarak görür ve sıra dışı insanlar tarafından toplumda tesadüfi olarak yaratıldığını söyler.

Birçok işletme sürdürülebilir rekabet avantajını sadece yenilik yaparak başaramaz bu noktada işletmenin mevcut süreç, ürün ve teknolojilerini etkin kullanması önem teşkil etmektedir (Cooper, 1998). İşletmeler March ve Simon’a göre (1958) değişim vetiresinde başka seçenek olacak çareler bularak yenilikçilik sürecinin müessiriyetini artırmaktadır. Mitchell’e göre (2009) devamlı gerçekleştirilen yenilikler işletmeleri ürün veya hizmet geliştirmesine yol açmakta, sürekliliği olmayan yenilikler ise işletme yapısını zedelemektedir. Yenilik kavramının genellikle kendisi ile aynı manada kullanılan yaratıcılık kavramından en ayırt edici noktası, bir düşünce ya da bilgiyi (knowledge) satılabilir yeni ya da iyileştirilmiş bir ürün ya da hizmete dönüştürmesidir. Örgütlere göre yenilik, rekabet avantajı sağlamada faydalanabilececek en mühim faktördür (İraz, 2010).

İşletmenin büyümesi için takip edilmesi gereken adımların yaratılması, yeniliklere yönelik amaçların ayrıntılandırılması, bu amaçlara erişmek için yenilik etkinliklerinin nasıl sevk ve iaderesinin yapılacağıının izah edilmesi yenilikçilik stratejilerine bağlıdır. Bugünkü ekonomik durumda yenilik daha çok hükümetlerin takip ettiği sanayi ve teknoloji politikalarıyla ve toplumsal refahla ilişkilidir. Bu politikalarda saptanan gaye, gelişmiş olanı ve moderni tarif eden “yeni” kavramına ulaşmaktadır (Yetim, 2012).

Yenilikçiliğin literatür de birden çok türü bulunmaktadır. Yenilikçilik, birçok farklı sınıflandırmalara tabi tutulmaktadır bu sınıflandırmalar derecelerine, alanlarına, özelliklerine göre yapılmaktadır. Yapılan sınıflandırmalar ise;

- Teknik ürün yenilikçiliği,
- Teknik olmayan hizmet yenilikçiliği,
- Teknik süreç yenilikçiliği ve
- Teknik olmayan örgütsel yenilikçiliktir

(Armbruster vd., 2008; Damanpour, 1991). Damanpour (1991) daha önce yeniliğe dair gerçekleştirilen çalışmalar doğrultusunda üçlü bir yenilik değişikliği yapmışlardır; yönetsel ve teknik yenilikler, radikal ve yavaş ilerleyen yenilikler ve ürün ve süreç

yenilikleri olarak bir gruplandırma yapılmıştır (Damanpour, 1991). Yenilikler meydana getirdiği değişim ve farklılığın aşamasına göre radikal ve artırımsal olarak iki şekilde tasnif edilmiştir. Radikal yenilikler, radikal fikirler neticesinde daha önce sınanmamış ürün, hizmet veya usullerin geliştirildiği önemli hamlelerle ortaya çıkmaktadır. Artırımsal yenilik ise, yavaş yavaş gerçekleştirilen, bir sıra geliştirme ve iyileştirme faaliyetini kapsayan araştırmaların sonucu olarak ortaya çıkar (Elçi, 2006). Tushman ve Nadler (1986) ve Zmud (1982) ise yenilik sınıflamasını ürün yenilikleri ve süreç yenilikleri şeklinde yapmıştır. Zaltman vd. (1973) planlı ve plansız yenilikler, nihai ve yardımcı yenilikler ve radikal yenilikler olarak ayırmıştır. Christensen (1995) ise; organizasyonel yenilikler, teknolojik yenilikler ve sunumsal yenilik olarak üç tür yenilik olduğunu söyler. Schumpeter (1934) ise yenilikleri beş farklı şekilde sınıflandırarak; değişim sahalarına göre yeni ürünlerin girişi, yeni üretim yöntemlerinin girişi, yeni pazarların açılması, hammaddeler ve diğer girdiler için yeni tedarik kaynaklarının iyileştirilmesi, bir sanayide yeni pazar yapılarının yaratılması olarak sınıflandırmıştır. Oslo Manual (2005)'a ait klavuzda, ürün, süreç, pazarlama ve örgütsel yenilik olarak yeniliği dörde ayırmıştır.

Yenilikçi davranış, “herhangi bir organizasyon düzeyinde, yararlı bir yeniliğin geliştirilmesi, tanıtılması ve uygulanmasına yönelik yapılan tüm bireysel faaliyetler olarak” West ve Farr (1989) tarafından tanımlanmaktadır (Rank ve ark. 2004; Mojio ve ark. 2007; Sönmez, 2011: 5). Bir başka ifadeyle yenilikçi davranış yeni teknoloji ve teknikler geliştirilmesi, hedeflenen amaçların gerçekleştirilmesi doğrultusunda yeni yöntemlerin tavsiye edilmesi, çalışma alanındaki iş usullerine dair yeni yol ve yöntemlerin denenmesi, çalışma rutinlerinde değişiklikler yapılma, yeni fikirlerin geliştirilmesi ve yeni yöntemlerin uygulamasını kapsamaktadır. (Yuan,2005; Amo,2006; Sönmez, 2011: 5). Yenilikçi davranış ve bireysel iş rolü kapsamında yeniliğe dair davranışları ve bununla birlikte birim ya da tüm organizasyon gibi daha yüksek seviyede yeniliğin geliştirilmesi ve uygulanmasını ihtiva etmektedir. (Yuan, 2005; Sönmez, 2011: 5). Yenileşimin yayılmasıyla ilgili yapmış olduğu çalışmada Rogers (2003,) yenileşim sürecinin aşamalarını bilgi, inanma/ikna etme, kara verme, uygulama ve onaylama/tasdik etme şeklinde beş aşama olarak tanımlamıştır (Kılıçer ve Odabaşı, 2010). Kleysen ve Street (2001) tarafından sınıflandırılması yapılan yaratıcı ve yenilikçi davranışlar **Tablo 8**' de gösterilmiştir.



**Tablo 8:** Kleysen ve Street (2001) tarafından sınıflandırılan yaratıcı ve yenilikçi davranışlar

<p><b>1. Fırsatların Belirlenmesi</b>  1.Fırsat Yaratan Kaynaklara Önem Verme  2.Yenilik İçin Fırsatlar Arama  3.Fırsatları Tanıma  4.Fırsatlar Hakkında Bilgi Elde Etme</p>	<p><b>2. Üretkenlik</b>  1.Fırsatlara göre fikirler ve çözümler geliştirme  2.Fırsatlara göre kategoriler ve sunumlar geliştirme  3.Fikirler ile bilgileri kombine etme</p>
<p><b>3. Geliştirmeye Yönelik Araştırma</b>  1.Fikir ve çözümleri formüle etme  2.Fikir ve çözümleri uygulama  3.Fikir ve çözümleri değerlendirme</p>	<p><b>4. Destekleme Savunma</b>  1.Kaynakları seferber etme  2.İkna etme ve etkileme  3.Zorlama ve müzakere etme  4.Biçimlendirme ve risk alma</p>
<p><b>5. Uygulama</b>  1.Uygulama  2.Biçimlendirme  3.Alışkanlık haline getirme</p>	

Kleysen ve Street (2001), yaratıcılık ve yenilikçilik hakkında yazında yapmış oldukları tarama sonucunda yenilikçi ve yaratıcı davranışla ilgili 289 davranış kodlamışlardır. Benzerlik gösteren bazı davranışlar birleştirilmiş ilk olarak 24 davranış en son olarak ise 17 davranış kodlanmıştır. Netice itibariyle en son kodlanan bu 17 davranış 5 kategoride gruplandırılmıştır. Bunlar fırsatların belirlenmesi, geliştirmeye yönelik araştırma, destekleme- -savunma ve son olarak uygulama şeklindedir. (Kleysen ve Street, 2001).

### 2.7. Yenilikçi Davranışı Etkileyen Faktörler

Literatürde iş görenlerin yaratıcı ve yenilikçi davranışlarını etkileyen faktörlere dair yapılan birçok çalışma mevcuttur. (Scott ve Bruce, 1994; Oldham ve Cumming, 1996; Sherman, 1999; Kleysen ve Street, 2001; Janssen, 2004; Palmer, 2005; Moisio ve ark. 2007; Sönmez, 2011: 6). Parzafall ve arkadaşlarının derleyerek yapmış oldukları çalışmada, çalışanların yenilikçi davranışlarını etkileyen faktörler, bireysel faktörler, işe

ilişkin faktörler, takıma ilişkin faktörler ve organizasyonel faktörler olarak 4 sınıfa ayrılmıştır (Parzafall ve ark., 2008; Sönmez, 2011: 6).

### **2.7.1. Bireysel Faktörler**

Bireylerin bireysel özelliklerinin; bilişsel kapasitesi, eğitim düzeyi, uzmanlığı, kariyer düzeyi, analitik düşünme yeteneği ve problem çözme tarzı, yaşı, çalışma yılı gibi, yenilikçi davranış üzerinde etkisi olduğu söylenmektedir (Scott ve Bruce, 1994; Oldham ve Cumming, 1996; West ve Sacramento, 2006; İşcan ve Karabey, 2007; Parzefall ve ark., 2008; Sönmez, 2011: 6). Bunun yan sıra yenileşimi ortalamanın üzerinde bilgi, beceri ve zekâ ile işe özgü bilgi ve becerilerini kolaylaştırdığı ifade edilmektedir (West ve Sacramento, 2006; Parzefallve ark., 2008; Sönmez, 2011: 6). Yaratıcı bireylerde yer alan kişisel özelliklerin; kendine güvenme, öz disiplin sahibi olma ve yeni deneyimlere açık olma gibi kişisel özellikler olduğu belirlenmiştir. Yenilikçi kişilerin ise diğer insanlara nazaran belirsizliğe karşı toleranslı oldukları yani daha fazla risk aldıkları ve deneme-yanılmaya gönüllü oldukları da görülmüştür. Fertlerin yenileşim için içsel motivasyonu ve içsel gücünün de elzem olduğuna dikkat çekilmiştir (Oldham ve Cummings, 1996; Unsworth ve ark., 2000; Janssen ve ark., 2004; Rank ve ark., 2004; Gilson ve May, 2005; West ve Sacramento, 2006; İşcan ve Karabey, 2007; Parzafall ve ark., 2008; ICN, 2009; Sönmez, 2011: 7).

### **2.7.2. İşe ilişkin Mesleki Faktörler**

Yenilikçi davranışı etkileyen faktörlerden bir diğeri işe ilişkin mesleki faktörlerdir. İşe ilişkin mesleki faktörler arasında üzerinde önemle durulan faktör otonomidir. Kavrama ilişkin yapılmış olan çalışmalarda otonomi ve bireyin işi üzerinde kontrol hakkına sahip olması ile yenilikçi davranış arasında pozitif bir ilişki olduğu tespit edilmiştir (Amabile ve ark., 1996; Oldham ve Cummings, 1996; Eren ve Gündüz, 2002; De Jong ve Kemp, 2003; Rank ve ark.,2004; Ramamoorthy ve ark., 2005; West ve Sacramento, 2006; Martin ve ark., 2007; Parzefall ve ark., 2008; Tank ve Chang, 2010; Sönmez, 2011: 7). Bununla beraber iş yükünün ve rol çatışması/rol belirsizliğinin yenilikçi davranışı olumsuz yönde etkilediği tespit edilmiştir. (Amabile ve ark., 1996; İşcan ve Karabey, 2007; Martin ve ark. 2007, Parzefall ve ark., 2008; Tank ve Chang, 2010; Sönmez, 2011: 7). Karmaşık yapıdaki ve düzenli olmayan işlerin iş görenlerin işe dikkatini vermelerini ve çaba göstermelerini sağladığı çözüme dair seçenekler düşünmeye yönlendirdiği ifade edilmiştir. (Oldham ve Cummings, 1996; Eren ve Gündüz, 2002; Parzefall ve ark. 2008; Sönmez, 2011: 7). Çalışanların yaratıcı düşünmesi,

farklı bir bakış açısı geliştirmesi ve yeni fikirler üretmesinde en önemli faktörlerden birisi zaman baskısının olmaması olarak Amabile ve ark. (2002) nın yaptıkları çalışmadan bu sonuca ulaşılmıştır. (Amabile ve ark.,2002; Sönmez, 2011: 8).

### **2.7.3. Organizasyonel Faktörler**

Organizasyonel faktörler, çalışanların yenilikçi davranışlarını yaratıcı ve yenilikçi fikirlerin geliştirilmesi de dâhil olmak üzere uygulanmasına kadar birçok yönden etkisi olmaktadır. Literatürde yer alan çalışmalarda yenileşimi yöneticinin bireysel özellikleri, organizasyonel kültür, takımın ve kurumun büyüklüğü, kurumun faaliyet gösterdiği alan gibi bir çok faktörün etkilediği belirlenmiştir (Scott ve Bruce, 1994; Amabile ve ark., 1996; Oldham ve Cummings, 1996; Eren ve Gündüz, 2002; De Jong ve Kemp, 2003; West ve ark., 2003; Rank ve ark., 2004; Gilson ve May, 2005; Amo , 2006; West ve Sacramento, 2006; İşcan ve Karabey, 2007; De Jong ve Den Hartog, 2007; Martin ve ark., 2007; Parzefall ve ark., 2008). Yenileşim stratejisi/yenileşime odaklanmış olan işletmelerde yenileşimi etkileyen en önemli ve en fazla görülen faktör olarak görülür (Amabile ve ark., 1996; West ve ark.,2003; West ve Sacramento, 2006; De Jong ve Den Hartog, 2007; Parzefall ve ark. 2008; Sönmez, 2011: 8). Yönetim sahasının genişlediği hiyerarşi ve bürokrasinin azaldığı esnek, uyum sağlamanın kolay olduğu organik organizasyon yapılarında ve özellikle mikro özellikteki işletmelerde çeşitliliğe ve bireysel deneyimlere müsaade edillir. Bunun için çalışan yenileşimle ve girişimciliğe faydası olduğu ifade edilmektedir (Parzefall, 2008; Sönmez, 2011: 8) iş görenlerin yaratıcı fikirlerini pazarlanabilir yenileşime çevrilmesinde yönetimin desteğinin önemli katkısını olduğu ifade edilmektedir. (Amabile ve ark. 1996; Oldham ve Cummings, 1996; Eren ve Gündüz, 2002; West ve ark., 2003; Wilson ve May, 2005; Amo, 2006; West ve Sacramento, 2006; İşcan ve Karabey, 2007; De Jong ve Den Hartog, 2007; Martin ve ark., 2007; Farzefall ve ark., 2008; Sönmez, 2011: 8). Bunlarla beraber yenileşimi olumsuz yönde etkileyen faktörler olarak içsel sürtüşme, katı ve formal bir Yönetim içeren organizasyonel engeller ve kaynak yetersizliği olarak ifade edilmektedir. (Amabile ve ark., 1996; Gilson ve May, 2005; De Jong ve Den Hartog, 2007; Sönmez, 2011: 8).

### **2.8. Yenilikçi Düşüncede Bilgi Paylaşımının Önemi ve Arasındaki İlişki**

Bilgi paylaşımı hem iletişim hem de bilginin dağılımı ile bağlantılıdır. Çünkü bilgi kompleks ve bağlantılı bir özellik teşkil eder. Bilgi, bir organizasyon içinde uygun saha ve şartlar sağlandıkça ortam oluşturuldukça serbestçe paylaşılabilir aktarılabilir. Bilgi dağıtımı, en az iki cephe arasında bir ilişkiyi kastetmektedir. Bir taraf bilgiye

sahipken diğerk tarafta bu bilgiyi elde edendir (Ipe, 2003: 32). Bilgi dolaşımı ve paylaşımı iki kişi veya daha fazla birey arasında şuurlu olarak devam ettirdiği bir sũrecdir; deneyim ve tecrũbeye dayalı olarak bir sohbet havasında veya toplantı anında karşılıklı etkileşimden doğabilir, ortaya çıkabilir (Marouf, 2005: 39). Bilgi mahiyetinde yeniliği, yenilik de aslında bilgi vardır. Yeniliğin kũklerini bilgi, bilginin işlenmesini de yenilik biçimlendirir. Bu bağlamda organize edilmiş hareketlerin bilginin kullanım ve sũrekliliđini yenilik sũrecine dâhil etme ile belirleneceğini sũyleyebiliriz.

Bilginin üretimi, yenilikçilik için ön şarttır. Yenilikçilik bilginin oluşturulmasını zorunlu bırakmaktadır. Herhangi bir organizasyonda, yenilikçiliğin gerçekteşebilmesi veya geliştirilebilmesi için, o örgütte bilgi sınırının yükseltilmesi ve bilginin yaygın bir şekilde kullanılması gerekir (Kermally, 2004: 105). Dosi vd, (2005), bilginin tanımlanmasında yenilikçilik sũrecinin etkili olduğu ve teknolojik bilginin üretilmesi sonucu yenilikçiliğin gerçekteşebileceğini vurgulamışlardır. Basadur ve Gelade (2006), yenilikçilik sũrecinde bilginin rolünü incelemişlerdir.

Çalışmada, yenilikçilik sũrecinde üretim, kavramsallaştırma, geliştirme ve uygulama olarak dört temel aşamanın olduğu belirtilmiştir. Üretim aşamasında, yeni sorunlar, yeni fırsatlar, yeni sorunlar ve farklı bir görüntũ için yeni fikirlerin ortaya konulması yer almaktadır. Bu durumda deneyim ve tecrũbeye bağlı olarak enformasyonun birleştirilmesi ve probleme yönelik çeşitli yorum ve çũzũm önerileri geliştirilmektedir. Kavramsallaştırma aşamasında, soyut düşünmenin önemi, problemin belirlenmesi ve düşünce üzerine odaklanma gibi konular ön plana çıkmaktadır. Geliştirme sũrecinde, soruna yönelik kişisel ve çeşitleri bulunan çũzũm yollarının ortaya konulması bulunur. Uygulama döneminde ise tercih edilen yol ve seçeneklerin uygulanarak yenilikçiliğin gerçekteşirilmesi yer almaktadır.

Amaçlı ve sistemli yeniliğin kũklerinde yeni fırsat kaynaklarının incelenmesi yatmaktadır. Bu kaynakların gerekliliği zaman zaman değişmekle birlikte, buluşuların bütün fırsat kaynaklarını araştırıp incelemeleri gerekir. Bũyle bir araştırma yeniliğin bilgiyi mevcut bulundurma özelliğini de gözler önüne serecektir. Başarı için, yeniliğe başlıca tüm bilgi çeşitlerinin incelemeye sokulmasında fayda vardır. Analiz sonuçları her ne kadar yenilik için önemli bir ilerleme olsa da olmazsa olmazlık teşkil etmez. Yeniliğin kavramsal ve algılama boyutuna ek olarak dışarıya yönelme, soru sorma, dinleme de bir o kadar gerekli ve önemlidir (Drucker, 2003: 133).

## 2.9. Yenilikçi Davranışların Önemi

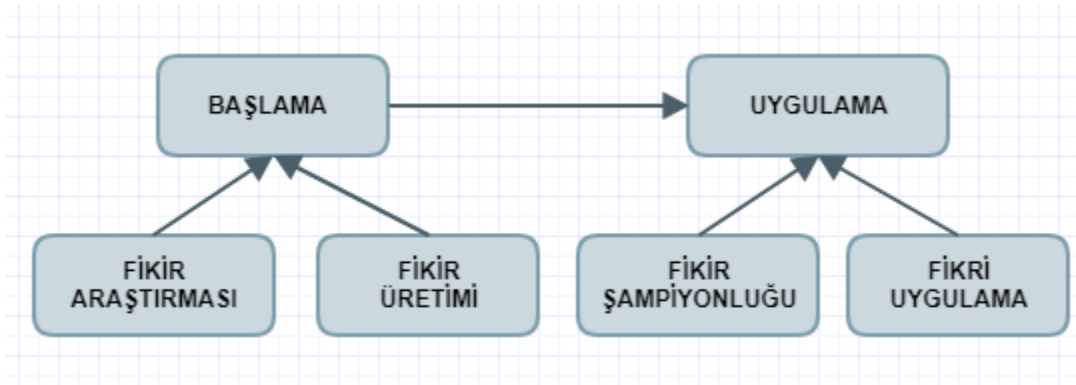
Fırsatlar çoğu zaman beraberinde yenilikleri de içermektedir. Yenilikçi davranışlar, farklı yolların düşünülmesini, sürekli gelişme için çaba sarf edilmesini, vazifeleri yerine getirmek için yeni yollar aramak, bulmak, yeni teknolojiler aramak, yeni iş yöntemleri denemek ve yeni fikirleri oluşması için kaynak taramayı içermektedir. Bir işletmedeki fikirlerin yüzde sekseninin çalışanlar tarafından oluştuğu ve başlatıldığını Getz ve Robinson 2003' te yaptıkları çalışmada ortaya koymuştur. Bu şu şekilde de ifade edilebilir; yenilikçi davranışlar az görülen bir durum da resmiyette çalışanların çalışmalarına aittir. Bir başka ifadeyle, yenilikçi davranışlar çoğunlukla çalışanın günlük rutin işlerinin bir parçası sayılmaz. Yenilikçi davranışların çalışanların günlük işlerinin bir parçası olmaması nedeniyle, yenilikçi davranışları için çalışanlar doğrudan ya da açıkça nadiren ödüllendirilir (Janssen, 2000: 288). Bundan dolayı yenilikçi davranış ortaya koyan çalışanlar içsel motivasyonlarının bir neticesi olarak eylemde bulunabilirler (Ramamoorthy vd., 2005: 148). Janssen (2000: 288), bu isteğe bağlı davranışın, artan iş tatmini, ileri derecede talep-yetenek uyumu ve gelişmiş bireylerarası iletişim gibi grup ya da birey ölçüsünde sosyo-psikolojik kazanımlar ve yenilikçi ürünler ve hizmetler şeklinde işletmelere yarar sağlayacağını düşünmektedir. Çalışan, davranışları için bilinme veya kabiliyetlerini genişletme fırsatı gibi içsel ödüller kazanabilir. Bu ise, artan bireysel kontrol ve moral duygularına ve dolayısıyla benlik ve bireyin işine olan bağlılığa sebep olabilir (Schuler ve Jackson, 1987; Gülbahar, 2019: 57). Öte yandan yine de işletmeye yarar sağlamaya çalışmaktadır (Organ vd. 2006: 207; Gülbahar, 2011: 57).

## 2.10. Yenilikçi Davranış Boyutları ve Süreci

Yenilik, kendisinden etkilenenler ile gerçekleştirenler arasındaki ilişki dikkate alındığında sosyal bir süreç olarak ortaya çıkmaktadır (Jain, 2010: 81; Gülbahar, 2011: 58). İşletmedeki yenilikçi davranışlar bireysel ve örgütsel düzeyde görülebilir. Bireysel düzeyde de örgütsel düzeyde de örgüte yarar sağlar. Yenilikçi davranışlara konsantre olan çalışanlar, geliştirilmesi güç olan fikirleri geliştirir, taşır, tepki verir ve değiştirirler. Bu çalışanlar işletme içindeki ürünlerin, proseslerin ve yöntemlerin yenilenmesi için bir mecburiyet ve yükümlülük hissederler (Ramamoorthy vd., 2005: 143). Yazında da bireysel yenilik ile örgütsel yenilikçilik arasında pozitif bir ilişki olduğunu destekleyen çalışmalar mevcuttur.

Yenilikçi davranışlar kavramının boyutlarına dair yazında farklı sınıflandırmalar yer almaktadır. Mesela, Kanter (1988), yenilikçi davranışlar ile ilgili fikir üretme, iş

birliği geliştirme ve uygulama olarak üç aşama öne sürmüştür. Scott ve Bruce (1994) ise Kanter (1988)'in araştırmaları üzerine bina ederek fikir üretimi, desteklenmesi ve yeniliğin uygulanması şeklinde üç farklı boyut sunmuştur. Yenilikçi davranışlar, farklı tarafları olan birbiriyle ilişkili davranışlar kümesidir ve dört kademeli bir süreç olarak ifade edilir. Bunlar dört süreç; fikir araştırması, fikir üretme, fikir şampiyonluğu ve uygulama şeklinde-dir (De Jong ve den Hartog, 2010: 23). Yenilik Süreci ve Yenilikçi Davranışlar İlişkisine dair ilgili şekil **şekil 4**' te yer almaktadır.



**şekil 4:** Yenilik Süreci ve Yenilikçi Davranışlar İlişkisi

**Kaynak:** De Jong ve den Hartog, (2010) çalışmasından uyarlanmıştır

Yenilikçi davranışlar, yenilik sürecinin başlatılması ve uygulanması dereceleriyle ilgili davranışları kapsar.

Yenilik fertler tarafından, genellikle var olan ürünlerde, hizmetlerde ve iş süreçlerinde iyileştirmeler ve geliştirmeler aramak ya da bu ürün ve hizmetler üzerinde yeni yollarla düşünmeye çalışmak gibi bir fikrin keşfi ile başlar. Sonrasında ise fikrin üretimi gerçekleşir, bu ise yeni ürün, hizmet, iş süreçleri, yeni pazarlara giriş, isteklilik hususunda geliştirme gaye edinilerek kavramlar üretmek manasını taşır (de Jong ve den Hartog, 2010: 6-7).

Ortaya çıkan bu iki eylemle tabloda yer alan yenilik sürecinin başlangıç aşaması arasında ilişki kurulabilir. Bir sonraki süreçte ise fikir şampiyonluğu (fikir geliştirme) yer alır. Fikir geliştirme, destek bulmayı ve yeni üslup için iş birliği geliştirmeyi de kapsamaktadır (kaynakları kullanarak meslektaşlar üzerinde baskı kurmak, etkileşimde bulunmak ve karşılıklı pazarlık yapmak gibi). Daha sonraki aşamada ise fikir uygulanır. Uygulama aşamasında yeni ürün ve hizmetler bunların yanında iş süreçleri ve benzerleri geliştirilerek test edilir ve üzerinde değişiklik yapılır (De Jong ve den Hartog, 2007: 7).

Yaratıcılık ile ilgili davranışların altında fikrin buluşu ve fikrin üretilmesi yer alırken; fikrin tanıtımı ve fikrin uygulaması, uygulamaya bağlı davranışların içerisinde (Dorenbosch vd., 2005:131). İlk iki süreç fikrin başlaması ile, son iki faaliyet ise yenilik sürecinin uygulama safhasıyla bağlantısı kurulabilir (Gülbahar, 2019: 59). Bu sürecin fikir araştırması, fikir üretimi, fikir şampiyonluğu (fikir geliştirme) ve fikri uygulama olarak dört safhası vardır. Bu safhaların açıklaması aşağıda verilmektedir;

**Fikir araştırması;** yenilikçi davranışlar süreci ilk olarak fikir araştırması safhasıyla birlikte başlar. Genellikle bir yenilik sürecinin başlaması birden olur. Bu ya bir imkânı keşfederek ya da ortaya çıkan bir sorun ya da çözülmesi beklenen bir düzensizliğin belirmesi gibi olur. Şartları iyileştirmek için fırsat tanınan ya da hemen müdahaleye edilmesi gereken bir tehdit bu sürecin ortaya çıkmasında itici güç olabilir. Bir fırsat ya da bir fikir genellikle anlık bir durumdur ve maksatlı olarak bu tarz olayların bulunması ve keşfi mantıken mümkün değildir. Bunun yanında, birtakım insanlar devamlı olarak bu hususta başarılı davranış sergilemektedir. Bu ise araştırma davranışlarının diğer davranışlardan farklı olduğunu ifade etmektedir (Leonard ve Swap, 2005: 51).

**Fikir üretimi;** Yenilikçi davranışlar sürecinin bir sonraki aşaması fikir üretimidir. Fikir üretimi fırsatların değerlendirilmesi noktasında ilk adımı oluşturur. Mumford (2000) yeni fikirlerin kaynağının fertler olduğunu söylemektedir. Bir yenilik ortaya koyabilmek için, bir ihtiyaçtan veya bir fırsatın bilgisine sahip olmanın yanında, ihtiyaca karşılık vermek için yeni yollar arama ve meydana getirme kabiliyeti de önem arz eder (Kanter, 1988: 172). Fikir üretme, iyileştirme gayretiyle kavramlar üretir. Fikirlerin üretilmesi, yeni ürünler, hizmetler veya süreçler, yeni pazarlara girme, mevcut iş süreçlerinde iyileştirmeler veya genel manada tanımlanan problemlere dair çözümlerle ilgili olabilir (Kanter, 1988: 172; Amabile, 1988). Fikir üretmenin kilit noktası, problemleri çözüme kavuşturmak veya performansı artırmak için bilgiyle birlikte var olan kavramların tekrardan birleştirilmesi ve düzenlenmesi şeklinde görülmektedir (Gülbahar, 2019: 60).

**Fikir Geliştirme (Fikir şampiyonluğu);** Yenilikçi davranışlar sürecinin fikir üretildikten sonrası ile ilgili bir yönü fikir şampiyonluğu (fikir geliştirme)' dir. Bir yeniliği pratiğe geçirmek için iş birliği kurulmasına çoğunlukla gereksinim duyulur; bu süreç muhtemel müttefiklere bir fikir satarak güç elde etmeyi ifade eder. Bu, yeni fikirler için ihtiyaç duyulan desteği almak üzere potansiyel destekçilerin desteğinin alınmasını ihtiva eder. Birçok durum ve şartta, tavsiye edilen meslektaşlar, liderler, müşteriler vb. gibi bir yeniliğin olası kullanıcıları yeniliğin değeri konusunda kararsız hale düşebilirler.

Yeniliklerin geliştirilmesinde öncelikle sorumluluğu üstlenen yenilikçi kişi, genellikle resmi olarak atanmaz. Bu birey belli bir fikre karşı kuvvetli bir bireysel bağlılık hisseden ve onu başkalarına "satabilen" kişidir (Kanter, 1988: 172-173). Bu fikri uygulamak için sorumluluk alan kilit kişi fikir şampiyonudur. Sorumluluk alan bir fikir şampiyonu, yaratıcı bir düşünceyi örgüt içindeki engellerin ötesine süren (Shane, 1994: 400-401), gayri resmi roldeki kişi olarak veya yaratıcı fikirleri hayata geçirmek için çabalar sarf eden kişi olarak tanımlanmaktadır (Kleynen ve Street, 2001: 285-286). Bu, şampiyonun kendisini veya başkalarının fikirlerinin de olduğu ortaya konmuştur.

### **2.11. Yenilikçi Davranışların Sonuçları**

Yenilikçi davranışların potansiyel neticeleri doğrultusunda yapılan çalışmalar analiz edildiğinde bu konuyla ilgili iki farklı perspektifle karşılaşılmaktadır. Bu bakış açılarından ilki yenilikçi davranışların olumlu neticeleridir. Olumlu sonuçları içeren çalışmalara örnek olarak Kaizen, Yenilikçi ve Yaratıcı Çemberler ve Kalite Çemberleri uygulamalarının üretim ve kalite ortamlarındaki genel performansı arttırdığı ortaya çıkmıştır (Imai, 2012). Bu çalışmanın sonucuyla benzerlik sonuçlar gösteren birçok çalışma mevcuttur. Uzun hizmet vaktinin yüksek seviyede yenilikçi davranışların ortaya çıkmasına etkide bulunmuş tespit edilmiştir. Bunun yanında cinsiyet tarafından da aralarında herhangi bir farklılığın olmadığı tespit edilmiştir (Leong ve Rasli, 2014: 598).

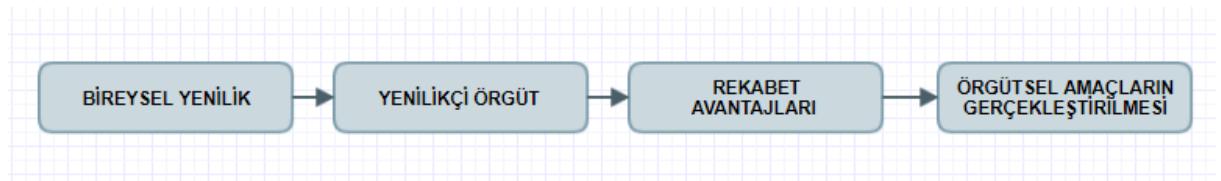
Yenilikçi davranışların benzer şekilde ferdi iş performansı üzerinde etkide bulunduğu öne sürülmektedir. Mesela Janssen'e (2000), çalışanları yüksek bir uyarılma durumuna tutmaktadır. Bu durum, çalışanların iş talepleriyle mücadele edebilmek için çalışma içeriğini düzenleyerek ya da değişiklikler yaparak harekete geçmesi manasını taşır. Janssen'e (2000) bunu bir uyum süreci ve ağır iş taleplerini karşılamak için çalışanların kabiliyetlerini geliştirmeyi muhteva edebilir. Yine benzer bir şekilde Bruce ve West (1994), çalışan bireylerin yenilikçi eylemleri, yüksek iş yükü gibi iş talepleriyle uğraşmanın etkili bir yolu ve çözümü olarak gördüğünü belirtmiştir (Gülbahar, 2019: 71). Yenilikçi davranışlar ile örgütsel performans arasında Campbell vd. (1996), tarafından pozitif ilişkiler tespit edilmiştir. Devamlı olarak yenilikçi davranış gösteren bireylerin kabiliyeti, hızlı değişen bir iş ortamında rekabet avantajını korumak için çok önemlidir.

Yenilikçi davranışlar, muhtariyet sağlayarak ve iş tecrübesini anlamlı hale getirerek çalışanların katılımını zorunlu kılan organizasyonel üretim ve etkinlik için yardımcı görevi vardır (Brown, 2007: 397-399). Katz (1964), günümüzde geleneksel fikirlere nazaran yeni fikirlere çok fazla önem atfedildiğinden, örgütsel verimliliğin



arttırılması için, yenilikçi davranışların dikkate alınmasının önemli olduğunu ifade etmektedir. Kıyasıya rekabetin olduğu pazarda hayatını sürdürebilmek için çalışanların yenilikçi davranışlarının teşvik edilmesi mühimdir (Amabile, 1988). Yenilikçi davranışlar ortaya koyan çalışanların ayrıca işlerine daha fazla katılım sağladıkları saptanmıştır (Frone ve Major, 1992).

Öte yandan bazı araştırmalar yenilikçi davranışların olumsuz etkileri üzerinde durmuştur. Janssen (2003), yenilikçi davranışları sergileyen çalışanların, yenilikçi değişimi sınırlandırmak isteyen çalışma arkadaşlarıyla çatışma riskini taşımasının ihtimal dâhilinde olduğunu belirlenmiştir. Öncelikle, yenilikçiliğin hep riskli bir gayret olduğu öngörülmüş, Janssen vd. (2004), yenilikçi davranışların işgörenlerin stres tepkileri ile ilişkili olduğunu tespit etmiştir. Diğer taraftan, yeniliğin geliştirilmesine katkıda bulunan işgörenler için bu uğraş, çalışma şart ve koşulları ile kişisel ihtiyaçlar, yeterlilik, iyi bir iş birliği, iş arkadaşları ile iletişim, yüksek düzeyde iş tatmini ve iyi olma hali arasında daha iyi bir uyum kazandırabilir (Janssen, 2000). Burada olma ihtimali görülen netice şartlar üzerinde iyileştirmeler yaparak yeniliğin istenilen ve beklenen örgütsel çıktılara erişmesidir. Bu durum özetle tablo 10'daki gibi gösterilebilir;



**Şekil 5:** Yenilikçi Davranışların Örgütsel Çıktılar ile İlişkisi

Sonuç itibarıyla, bir ferdi girişimci yapan özellik yeni bir örgüt, pazarda yeni bir perspektif, yeni kurumsal ölçü ve değerler, yeni üretim süreçleri, yeni ürünler veya yeni iş yapma tarzları geliştirmesidir (Kao, 1989). Bu minvalde bütün girişimci faaliyetler aslında “yeni fikirler” meydana getirmenin çevresinde biraya gelmiştir. Yenilikçi davranışların bu sebeple işletme içerisinde tanınması ve pratiğe aktarılabilmesi başarılı bir girişimcilik ve örgütün performansı açısından da önem teşkil etmektedir. Yenilikçi davranışların meydana gelmesinde katkı sağladığı kabul edilen faktörlerin detaylı bir şekilde analiz edilmesi önem taşımaktadır (Gülbahar, 2019: 71-72).

## 2.12. Konuyla İlgili Yapılan Çalışmalar

Yenilikçi davranışa dair literatür de yer alan bazı çalışmalar **Tablo 9'** da aşağıda gösterilmiştir.

**Tablo 9:** Yenilikçi Davranışa Dair Yapılan Çalışmalar

Yıl	Araştırmacı	Çalışma Adı	Sonuç
2013	Çalışkan	“İç Odaklı Örgüt Kültürünün Yenilikçi Davranışa Etkisinde Personel Güçlendirilmenin Aracılık Rolü”	İç odaklı kültür türleri olan grup kültürü ve hiyerarşik çalışanların yenilikçi davranışlarına olan etkisi ve etkide personele güçlendirilmenin aracılık rolü araştırılmış ve çalışma Ankara’ da faaliyet gösteren savunma sektöründe çalışan insanlarla yapılmıştır. Analize eklenen değişkenlerin yenilikçi davranış üzerindeki tesirleri hiyerarşik regresyon analizi yardımıyla izah edilmeye çalışılmıştır. Gerçekleştirilen araştırma ile savunma sektörüne ilişkin yenilikçi davranış- iç odaklı örgüt kültürü ilişkisine dair açıklayıcı sonuçlara ulaşılmıştır.
2013	Tugut ve Begenirbaş	“Sosyal Sermaye ve Yenilikçi İklimin Yenilikçi Davranışa Olan Etkisi”	Kütahya’ daki kamu ve özel hastanelerdeki çalışan 398 kişiye uygulanmış ve anket sonucunda ulaşılan veriler analiz edilmiştir. Ulaşılan sonuçlara yapısal sosyal sermaye ve bilişsel sosyal sermayenin yenilikçi iklim boyutları ve yenilikçi davranışı olumlu ve güçlü bir şekilde etkilediği ifade edilmektedir.
2015	Polat	“Öğrenme Yönelimi Davranışlarının, Yenilikçi İş Davranışları Üzerinde Etkisi”	Değişkenler arasında korelasyon ve regresyon analizi yapılmıştır. Araştırmanın örneklem grubu Gaziantep ilinde bankacılık sektöründe faaliyet gösteren işletmelerde çalışan toplam 388 çalışandır. Araştırmanın neticesinde ulaşılan bulgulara göre öğrenme yönelimi davranışları ile yenilikçi iş davranışları arasında orta düzeyde pozitif yönlü bir ilişkinin varlığı saptanmıştır. Ayrıca öğrenme yönelimi davranışlarının, yenilikçi iş davranışları üzerinde pozitif yönde bir etkisi olduğu sonucunda ortaya koyulmuştur.
2016	Aydın ve Işığın	“Bilgi Paylaşımının Yenilikçi İş Davranışına Olan Etkisi”	Yapılan çalışmada konaklama işletmeleri çalışanlarının bakış açısında bilgi paylaşımının yenilikçi iş davranışı üzerinde etkisi araştırılmıştır. Bu gayeyle Ayder Yayla’ında faaliyet gösteren konaklama işletmeleri çalışanlarına anket uygulanmış, uygulanan anket yoluyla veriler toplanmış ve doğrulayıcı faktör, korelasyon, regresyon analizleri yapılmıştır. Araştırma neticesinde ulaşılan bulgularda bilgi paylaşımı ile yenilikçi iş davranışının fikir üretme ve fırsatları keşfetme boyutları arasında önemli lakin düşük bir düzeyde ilişki olduğu saptanmıştır.
2016	Özkan	“Örgütlerde Yaratıcı ve Yenilikçi Davranışların Geliştirilmesinde Pozitif Psikolojik Sermaye ve Pozitif Örgütsel Değişkenlerin Rolü”	Ortaya koyulan bu tez çalışmasında çalışanların yaratıcı ve yenilikçi iş davranışlarına yönelik davranışta bulunan çalışanların yaratıcı ve yenilikçi iş davranışları ortaya koymalarında olumlu bireysel ve örgütsel değişkenlerin etkisi araştırılmaktadır. Araştırmada Türkçe’ ye uyarlanan pilot çalışmadan yararlanılmıştır. Daha sonrasında ise 311 kişinin katılım sağladığı araştırmanın adımları ve elde edilen sonuçlar açıklanmaktadır. Araştırma sonucu olarak, çalışanların pozitif psikolojik sermaye düzeyleri ile yaratıcı ve yenilikçi davranışlar sergileme sıklıkları arasında yüksek düzeyde pozitif bir ilişki mevcut olduğu tespit edilmiştir. Yaratıcı ve yenilikçi davranış sergilemede de sıklıklarının pozitif psikolojik sermaye düzeylerinden etkilendiği tespit edilmiştir.
2019	Tekin ve Akgemci	“Yapılan Psikolojik Güçlendirilmenin Yenilikçi İş Davranışına Etkisi”	Yapılan çalışmada basit tesadüfi örneklem yöntemi ile kurumların beyaz yakalı çalışanlarına anket formu uygulanmıştır. Araştırmanın sonucunda ulaşılan bilgilere göz atıldığında yeterlilik boyutu hariç, psikolojik güçlendirilmenin

			öteki boyutlarının yenilikçi iş davranışını dikkate değer bir ölçüde etkisinin olduğu sonucuna varılmıştır.
--	--	--	---

### 2.13. Sosyal Sermaye ile Yenilikçi Davranışlar Arasındaki İlişki

İnsan kaynağı, işletmeler için eşsiz ve önemli bir unsurdur. Potansiyelini yenilikçi ve bilgi paylaşımı davranışları ortaya koyarak açığa çıkartabilir. Bu davranışların sergilenmesinde sosyal sermaye çok önemli bir etken olarak karşımıza çıkmaktadır. Sosyal sermayenin varlığı yenilikçi bir ortamı ve buna bağlı olarak yenilikçi davranışları ortaya çıkararak önemli bir etkendir. Buna yönelik olarak literatür de ki karşılığına bakılarak sosyal sermaye ile yenilikçilik ve yenilikçi davranışlar arasındaki ilişkinin ele alındığı çalışmalar incelenmiştir.

Turgut (2013)'te sosyal sermaye ve bilgi paylaşımı davranışının yenilikçi iklime etkisini incelediği doktora tezinde, Kütahya'da faaliyet gösteren iki kamu ve iki özel, dört hastane de çalışmakta olan 398 sağlık çalışanına uygulanan anket verileri analize tabi tutulmuştur. Yapılan analiz neticesinde elde edilen bulgulara göre sosyal sermaye ve örtülü bilgi paylaşımı davranışı yenilikçilik iklimini pozitif yönde etkilemektedir. Ayrıca sosyal sermayenin yenilikçilik iklimine etkisinde örtülü bilgi paylaşımının aracılık rolünün olduğu da tespit edilmiştir.

Kitapçı (2016), ekonomide yenilikçi bir kavram; bilişsel sosyal sermaye isimli çalışmasında sosyal sermayenin konusu hem mikro hem de makro perspektifinde incelenerek ideal bir sosyal sermaye anlayışının bilişsel sosyal sermaye yardımıyla ortaya çıkabileceği izah edilmektedir.

Turgut ve Begenirbaş (2014), çalışmalarında ilişkisel sosyal sermayenin yenilikçi davranışa etkisinde örtülü bilgi paylaşımı davranışının aracılık rolünü araştırılmıştır. Araştırma sonucunda elde edilen sonuçlara bakıldığında; ilişkisel sosyal sermaye, örtülü bilgi paylaşımı ve yenilikçi davranışı anlamlı ve pozitif yönde etkilediği görülmüştür. Bunun yanında araştırma sonucunda örtülü bilgi paylaşımı davranışının kısmi aracılık rolünün olduğu da bulunmuştur. Araştırmanın bulgularıyla bağlantılı olarak, çalışanların yenilikçi davranış ortaya koymalarına çalışmayı yaptıkları sektörün insan kaynakları bölümlerinde görev yapan yöneticilere de konu ile ilgili tavsiyelerde bulunulmuştur.

Yine Turgut ve Begenirbaş' ın yapmış olduğu bir başka çalışma ise 2013 yılında yayınlanan çalışanların yenilikçi davranışları üzerinde sosyal sermaye ve yenilikçi ikliminin rolünün incelenmesine dair yaptıkları çalışmadır. Çalışmada hastanelerde ki

sosyal sermaye ve yenilikçi iklimin yenilikçi davranışa etkisi araştırılmıştır. Bu amaçla Kütahya bulunan iki kamu ve iki özel hastanedeki 398 çalışana uygulanan anket yapılarak anket verileri incelenmiştir. Yapılan araştırmada değişkenlerin tamamı yapısal eşitlik modeli ile analiz edilmiştir. Analiz sonucunda elde edilen bulgularda yapısal sosyal sermaye ve bilişsel sosyal sermayenin yenilikçi iklim boyutları ve yenilikçi davranışa anlamlı etkisi bulunmamıştır. Bunun yanında ilişkisel sosyal sermayenin yenilikçi iklim boyutlarını ve yenilikçi davranışı pozitif yönde etkilediği tespit edilmiştir.

Örücü ve Çınar (2018), pozitif psikolojik sermayenin yenilikçi davranış üzerindeki etkisinin araştırıldığı bankacılık sektöründe üzerinde bir çalışma gerçekleştirmişlerdir. Bu çalışmanın maksadı bankacılık sektöründe çalışanların pozitif psikolojik sermaye düzeylerinin yenilikçi davranışları üzerinde bir etkisinin varlığı ya da yokluğunun belirlenmesidir. Bu amaca doğrultusunda veriler Balıkesir'in Bandırma ilçesinde bulunan banka çalışanlarından kolayda örnekleme ve anket yöntemi kullanılarak toplanmıştır. Yapılan anketlerde 125' i analize dâhil edilerek analizler yapılmıştır. Araştırma sonucu yapılan regresyon analizinde, pozitif psikolojik sermaye alt boyutlarından psikolojik dayanıklılığın yenilikçi davranışı anlamlı bir şekilde etkilediği tespit edilmiştir. Bununla birlikte, pozitif psikolojik sermaye alt boyutları öz yeterlilik, umut ve iyimserlik düzeylerinin yenilikçi davranış üzerinde bir etkisinin olmadığı da yine araştırmanın bulguları arasındadır.

Koç ve Oğuztürk (2019), yaptıkları araştırmada İstanbul ve Ankara'nın arasında merkezi bir konuma sahip olan Düzce' nin beklenen refah seviyesine erişmesi için bu katma değer in inovasyonla yapılacağı fikrine sahiptirler. Çalışmada inovasyonu artırıcı bir unsur olarak sosyal sermayenin varlığının iyileştirilmesi ve geliştirilmesi gerektiği belirtilmektedir. Buna yönelik yapılan veri analizinde, inovasyon ve sosyal sermaye ile ilgili faktör analizleri gerçekleştirilmiştir. Yapılan analizler neticesinde sosyal sermaye belirleyicileri kapsamında en fazla tesiri olan değişkenin bin kişi başına düşen STK sayısı, inovasyon için ise marka tescil sayısı olduğu tespit edilmiştir.

Begenirbaş ve Turgut 2016' da yapmış oldukları çalışmada 482 sağlık çalışanına anket uygulanmış ve elde edilen veriler analiz edilmiştir. Yenilikçi iklimin ve sosyal sermayenin bilgi paylaşımı ve yenilikçi davranışa olan etkisini inceledikleri bu çalışma neticesinde yenilikçi iklimin sosyal sermayeyi pozitif yönde etkisinin olduğu, sosyal sermayenin de yenilikçi davranış ve örtülü bilgi paylaşımı davranışını olumlu olarak etkilediğine dair araştırma bulgularına ulaşılmıştır.

## ÜÇÜNCÜ BÖLÜM ALAN ARAŞTIRMASI

### 3.1. Araştırmanın Amacı ve Kapsamı

Bu çalışmanın amacı, sosyal sermaye boyutları ile yenilikçi davranış boyutları arasındaki ilişkinin yapısını ortaya koymaktır. Bu amaçla Denizli’ de faaliyet gösteren tekstil firmalarında görev yapan beyaz yakalı çalışanların yenilikçi davranış göstermelerinde sosyal sermayenin rolünün olup olmadığı ve birbirleriyle aralarında nasıl bir ilişki olduğu ortaya koyulmak istenmiştir. Araştırmada kullanılan sosyal sermaye ölçeği; yapısal, bilişsel ve ilişkiyel olmak üzere üç boyuttan, yenilikçi davranış ölçeği ise fikir üretme, araştırma, destekleme ve uygulama olarak dört boyuttan oluşmaktadır. Bu yedi boyut arasındaki ilişkinin yönü ve şiddetini belirlemek için korelasyon analizi, çalışanların yenilikçi davranışlarında sosyal sermayenin etkisinin olup olmadığını belirlemek için ise regresyon analizi uygulanmıştır. Yapılan bu analizlerden sonra ise ölçekte yer alan ifadeler ile anket formunun ilk kısmında yer alan demografik değişkenler arasındaki ilişki incelenmiştir.

### 3.2. Veri Toplama Araçları

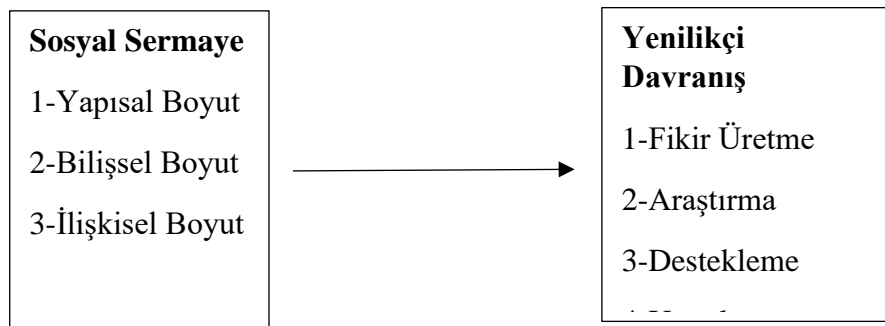
Araştırmada kullanılan anket üç bölümden oluşmaktadır. İlk kısımda katılımcıların demografik özellikleri ile ilgili sorular yer almaktadır. İkinci kısımda çalışanların yenilikçi davranışlarını ölçmek için Çimen ve Yücel (2017)’ in Jong ve den Hartog tarafından geliştirilen Yenilikçi Davranış Ölçeği (YDÖ)’nin Türk kültürüne uyarladıkları ölçek çalışmasından yararlanılmıştır. Ölçek 10 sorudan oluşmaktadır. Ölçeğin özgün formunda on madde ve dört boyut bulunmaktadır. Bu dört boyut “fikir üretme”, “araştırma”, “destekleme” ve “uygulama” olarak belirtilmiştir. Üçüncü kısımda ise sosyal sermayeyi ölçmek için, Göksel vd. (2010) sosyal sermayenin boyutlarını inceleyen sorular için Nahapiet ve Ghoshal (1998), Moral ve Ghoshal (1996) ve Tsai ve Ghoshal (1998)’ in çalışmalarında kullanılan boyutlara dayalı olarak derleyerek oluşturdukları ölçek soruları kullanılmıştır. Anketin hazırlanma sürecinde Türkçeye çevirisi yapılan anket analiz soruları ilk önce uzman bir dil bilimci tarafından incelenmiş ve tekrar İngilizceye çevirilerek anlam kaymaları olup olmadığı araştırılmıştır. Anketin güvenilirlik ve geçerlilik analizleri (Cronbach’ s Alpha= 0,94) yapılmıştır. Sosyal sermayenin boyutlarını ölçmeye yönelik sorulardan oluşan anket 26 sorudan

oluşmaktadır. Bu 26 soruyu ise yapısal boyut, bilişsel boyut ve ilişkisel boyut oluşturmaktadır.

Çalışmada kullanılan, yenilikçi davranış ve sosyal sermaye sorularından meydana gelen ölçek toplamda 36 sorudan oluşmaktadır. Ölçeğin ölçümü için 5' li Likert ifadeleri kullanılmış ve 1-Hiç Katılmıyorum, 2-Katılmıyorum, 3- Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum, 4-Katılıyorum, 5-Tamamen Katılıyorum

### 3.3. Araştırmanın Modeli ve Hipotezleri

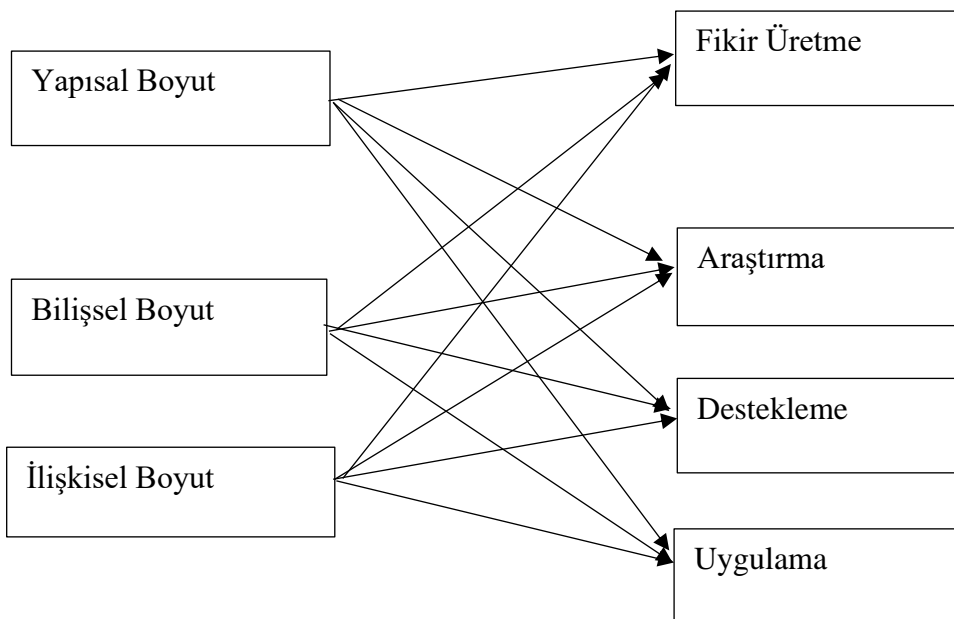
Araştırmanın amacı kapsamında aşağıdaki basit, kapsamlı modeller ve hipotezler oluşturulmuştur. Araştırmanın basit modeli **Şekil 6'** gösterilmiştir.



**Şekil 6:** Araştırmanın Basit Modeli

Bu model kapsamında araştırmanın ana hipotezi olan H1 hipotezi oluşturulmuştur.

**H1:** Sosyal sermaye ile yenilikçi davranış arasında pozitif yönlü anlamlı bir ilişki vardır.



### **Şekil 7:** Araştırmanın Kapsamlı Modeli

Araştırmanın kapsamlı modeli çerçevesinde 12 tane hipotez oluşmuştur.

H1: Sosyal sermaye ile yenilikçi davranış arasında pozitif yönlü anlamlı bir ilişki vardır.

H1a: Sosyal sermayenin yapısal boyutu ile fikir üretme boyutu arasında pozitif yönlü anlamlı bir ilişki vardır.

H1b: Sosyal sermayenin yapısal boyutu ile araştırma boyutu arasında pozitif yönlü anlamlı bir ilişki vardır.

H1c: Sosyal sermayenin yapısal boyutu ile destekleme boyutu arasında pozitif yönlü anlamlı bir ilişki vardır.

H1ç: Sosyal sermayenin yapısal boyutu ile uygulama boyutu arasında pozitif yönlü anlamlı bir ilişki vardır.

H1d: Sosyal sermayenin bilişsel boyutu ile fikir üretme boyutu arasında pozitif yönlü anlamlı bir ilişki vardır.

H1e: Sosyal sermayenin bilişsel boyutu ile araştırma boyutu arasında pozitif yönlü anlamlı bir ilişki vardır.

H1f: Sosyal sermayenin bilişsel boyutu ile destekleme boyutu arasında pozitif yönlü anlamlı bir ilişki vardır.

H1g: Sosyal sermayenin bilişsel boyutu ile uygulama boyutu arasında pozitif yönlü anlamlı bir ilişki vardır.

H1h: Sosyal sermayenin ilişkisel boyutu ile fikir üretme boyutu arasında pozitif yönlü anlamlı bir ilişki vardır.

H1ı: Sosyal sermayenin ilişkisel boyutu ile araştırma boyutu arasında pozitif yönlü anlamlı bir ilişki vardır.

H1i: Sosyal sermayenin ilişkisel boyutu ile destekleme boyutu arasında pozitif yönlü anlamlı bir ilişki vardır.

H1j: Sosyal sermayenin ilişkisel boyutu ile uygulama boyutu arasında pozitif yönlü anlamlı bir ilişki vardır.

### **3.4. Araştırmanın Evreni ve Örneklemi**

Araştırmanın anakütlesini Denizli’ de faaliyet gösteren 18 tekstil firması oluşturmaktadır. Araştırma kapsamında Covid-19’dan dolayı online uygulanan anket Google formlarda hazırlanarak 18 firmaya mail yoluyla gönderilmiştir. Örneklem için seçilen firmalar büyüklüğü ve bilinirliği dikkate alınarak seçilmiştir. Anketler online formlar üzerinden toplanmış ve SPSS’ e aktarılmıştır. 180 anketin 10 tanesi eksik ve yanlış doldurulduğu için çıkarılmış, geri kalan 170 anket araştırmaya dâhil edilmiştir.

### **3.5. Araştırmanın Sınırlılıkları**

Araştırmanın Denizli ilinde yer alan ihracat firmalarında yapılmış olması araştırmanın öncelikli kısıtıdır. Covid-19 ve zaman kısıtı sebebiyle örneklem Denizli sınırları dâhilinde tutulmuş olup istenen katılımcı sayısına ulaşılamamıştır. Ancak çalışma kapsamı sadece bir il ile sınırlandırılmadan daha geniş ve farklı bir örneklem ile yapıldığında daha sağlıklı sonuçlar elde edilebileceği düşünülmektedir.

### **3.6. Araştırma Verilerinin Analizi**

Veriler analiz edilirken SPSS (SPSS 22) programı kullanılmıştır. Araştırmaya dahil edilen örneklem grubunun özelliklerini belirlemek amacıyla frekans ve yüzde analizleri ile incelenmiştir. Araştırmada kullanılan ölçeklerin geçerliliğinde faktör analizi güvenilirliğinde ise Cronbach’s Alfa iç tutarlılık katsayısı kullanılmıştır. Sosyal sermaye ile yenilikçi davranış arasındaki ilişkinin yönünü ve şiddetini belirlemek için ise korelasyon ve regresyon analizi uygulanmıştır. Bu analizler aracılığıyla elde edilen bulgular son aşamada yorumlanmaya çalışılmıştır.

### **3.7. Araştırmanın Bulguları**

Araştırmanın bu bölümünde; katılımcıların demografik özellikleri frekans ve yüzde analizleri ile incelenmiştir. Daha sonra yenilikçi davranış ve sosyal sermaye ölçeklerinin geçerlilik ve güvenilirlik analizlerine yer verilmiştir. Ayrıca katılımcıların yenilikçi davranış ve sosyal sermaye ölçeklerine verdikleri cevaplar karşısındaki ölçek özellikleri incelenmiştir. Bulunan bu özellikler sayesinde ölçeklerin ortalama değerleri hesaplanmıştır. Hipotez tezleri için ise korelasyon ve regresyon analizleri uygulanmış ve ulaşılan sonuçlara yer verilmiştir.



### 3.7.1. Demografik Özelliklere İlişkin Bulgular

Katılımcıların demografik özelliklerine ilişkin dağılımlarına aşağıdaki tablolarda yer verilecektir.

**Tablo 10:** Katılımcıların Cinsiyete Göre Dağılımı

	Frekans	Yüzde	Kümülatif Yüzde
Kadın	80	47,1	47,1
Erkek	90	52,9	100,0
Toplam	170	100,0	

Katılımcıların %47,1 si kadın, %52,9 si erkektir. Araştırmanın yapıldığı tekstil firmalarının beyaz yaka çalışanlarının çoğunluğunun erkek çalışanların daha fazla olduğunu söyleyebiliriz.

**Tablo 11:** Katılımcıların Medeni Durumlarına Göre Dağılımı

	Frekans	Yüzde	Kümülatif Yüzde
Evli	70	40,6	40,6
Bekâr	100	59,4	100,0
Toplam	170	100	

Araştırmaya katılan kişilerin %40,6 sı evli, %59,4 ü bekârdır.

**Tablo 12:** Katılımcıların Yaşlarına Göre Dağılımı

	Frekans	Yüzde	Kümülatif yüzde
18-25	62	36,5	36,5
26-34	55	32,4	68,8
35-44	32	18,8	87,6
45 yaş ve üzeri	21	12,4	100
Toplam	170	100	

Katılımcıların %36,5'i 18-25 yaş aralığında, %32,4'ü 26-34 yaş aralığında, %18,8' i' 35-44 yaş aralığında ve %12,4' ü 45 yaş ve üzeri yaş aralığındadır. Araştırmaya katılım sağlayanların çoğunluğu 18-25 yaş aralığındaki kişiler oluşturmaktadır.

**Tablo 13:** Katılımcıların Eğitim Düzeylerine Göre Dağılımı

	Frekans	Yüzde	Kümülatif Yüzde
Lİse	32	18,4	18,5
Ön Lisans	25	16,1	33,3
Lisans	94	54,6	88,7
Lisansüstü (Yük.Lisans/ Doktora)	19	10,9	100
Total	170	100	

Katılımcıların %18,4'ü lise, %16,1'i ön lisans, %54,6' sı lisans, %10,9' u lisansüstü düzeyindedir. Çoğunluğu lisans eğitimi alanlar oluşturmaktadır.

**Tablo 14:** Katılımcıların Mesleklerinde Toplam Çalışma Düzeyleri

	Frekans	Yüzde	Kümülatif Yüzde
1 Yıldan Az	38	22,5	22,5
1-5 Yıl	54	31,8	54,4
6-10 Yıl	22	13,3	67,5
11-14 Yıl	9	5,2	72,8
15 Yıl ve Üzeri	46	27,2	100,0
Total	170	100	

Katılımcıların %22,5'i 1 yıldan az deneyime sahiptir, %31,8' i 1-5 yıl arası deneyime, %13,3'ü 6-10 yıl deneyime, %5,2'si 11-14 yıl deneyime, %27,2' si ise 15 yıl ve üzeri deneyime sahiptir. Katılımcıların çoğunluğunu 1-5 yıl arasında deneyimi olanlar oluşturmaktadır.

**Tablo 15:** Katılımcıların Çalışmakta Olduğu Departmanlar

	Frekans	Yüzde	Kümülatif Yüzde
Yönetim	31	19,2	19,0
Genel Sekreterlik	4	2,4	21,5
Üretim	32	19,8	41,1
Arge	9	5,3	46,6
Kalite Kontrol	10	6,0	52,8

Pazarlama	41	25,1	77,9
Muhasebe ve Finans	19	11,4	89,6
İnsan Kaynakları	17	10,8	100,0
Toplam	170	100	

Katılımcıların %19,2' si yönetim, %2,4' ü genel sekreterlik, %19,8' i üretim, %5,3' ü arge, %6,0'ı kalite kontrol, %25,1' i pazarlama, %11,4' ü muhasebe ve finans, %10,8' i insan kaynakları bölümünde çalışmaktadır. Katılımcıların çoğunluğunu pazarlama bölümünde çalışanlar oluşturmaktadır.

### **3.7.2. Araştırmada Kullanılan Ölçeklerin Geçerlilik ve Güvenirlik Analizlerine İlişkin Bulgular**

Bilimsel araştırmalarda temel amaç araştırma sorusu ya da problemine doğru cevaplar verebilmektir. Bilimsel yöntem, cevabı aranan soruya yanlış cevap alma ihtimalini yok etmeyi amaçlar. Bu sebeble geliştirecek ya da hâli hazırda geliştirilmiş kullanılan ölçeklerin önce güvenilirlik analizi sonra da geçerlilik analizi ile incelenmesi gerekmektedir. Güvenilirliği ve geçerliliği test edilen ve bu testler sonucu başarılı olan ölçekleri kullanan araştırmacının doğru veriler elde etmesini sağlamaktadır (Ercan ve Kan, 2004: 215; Coşkun vd. 2015: 123).

#### **3.7.2.1. Ölçeklerin Geçerliliklerine İlişkin Bulgular**

Geçerlilik; ankette yer alan ifadelerin ölçmeyi hedeflediğimiz verilerin ölçme derecesidir. Geçerliliği ölçmek için farklı yöntemler kullanılmaktadır. Bunlardan ilki içerik geçerliliğidir. Bu yöntem ile soru formumuzun ölçmek istediği konuyu temsil edebilecek sorulardan oluşup oluşmadığına bakılmaktadır. Yapısal geçerlilik ile ise ölçü ifadelerinin hangi kavram ve özellikleri ölçtüğü saptanmaktadır (Coşkun vd., 2015: 123-124). Yapısal geçerliliğin sağlanıp sağlanmadığını görmek için faktör analizi yöntemi kullanılmaktadır. Her iki ölçeğin yapısal geçerliliğini görmek için ayrı ayrı faktör analizi yapılmıştır.

**Tablo 16:** Sosyal Sermaye Ölçeğinin KMO ve Bartlett Testi Sonuçları

Kaiser-Meyer-Olkin Örneklem Yeterliliği		00,855
Bartlett Yeterlilik Testi	Ki-Kare Değeri	2046,867
	Serbestlik Derecesi	325
	Sig (Anlamlılık Düzeyi)	0,000
Açıklanan Varyans (%)		50,845

**Tablo 16'**a göre KMO değeri ile Bartlett testinden çıkan sonuçlara bakıldığında sosyal sermaye ölçeği için KMO değeri 0,855'dir. Bartlett testi sonucunda da sig=0,000 bulunmuştur. Bu durumda toplam varyansın 50,845 açıklamaktadır. Değerlerin istenilen aralıkta bulunması verilerin analize uygun olduğunu göstermektedir.

**Tablo 17:** Sosyal Sermaye Anketi Faktör Analizi

	Boyutlar		
	İlişkisel	Yapısal	Bilişsel
Grubumuzda takım çalışmasını ve yardımlaşmayı destekleyen bir anlayış vardır	,843		
Eğer grup arkadaşlarımla sorunlarımı paylaşırsam, yapıcı ve ilgili bir şekilde tepki vereceklerdir	,801		
Grubumuzda iletişime ve bilgi paylaşımına isteklilik ve açıklık, paylaşılan bir değerdir	,790		
Çalıştığım grup ile kendimi bir bütün olarak görebiliyorum	,742		
Grubumuzda eleştirilere ve farklı fikirlere açıklık, paylaşılan bir değerdir	,723		

Grup arkadaşlarıyla birbirimize, kişisel ilişkilerimizde belirgin ölçüde duygusal yatırımlar yapıyoruz	,707		
Grubumuzdaki iletişime, bilgi paylaşımına isteklilik ve açıklık değerleri beni de bu yönde davranmaya sevk ediyor	,634		
Grup arkadaşlarıyla paylaşımcı bir ilişkimiz vardır. Duygularımızı ve ümitlerimizi serbestçe paylaşabiliriz	,558		
İşyerinde çektiğim zorlukları grup arkadaşlarımla özgürce konuşabilirim ve onlar da beni dinlemek ister	,556		
Grubumuzda iletişime, bilgi paylaşımına isteklilik ve açıklık beni benzer şekilde davranmaya zorunlu kılar	,497		
Grubumda paylaşılan değerleri kendi değerlerimle uyumlu buluyorum	,489		
Grubumuzda yazılı olmayan kurallar bilgi paylaşımını desteklemektedir	,481		
Eğer grup arkadaşlarımdan birileri bir başka gruba transfer edilirse hem onlar hem biz yalnızlık hissederiz	,430		

Firmamızdaki iletişim kanalları başkalarının sahip olduğu bilgilere erişimime olanak sağlamaktadır		,791	
Firmamızda iletişim kanalları farklı birim ve kişilerde mevcut olan bilgilerin dağıtılmasına olanak sağlamaktadır		,775	
Firmamızda iletişim kanalları farklı birim ve kişilerde mevcut olan bilgilerin paylaşılmasına olanak sağlamaktadır		,771	
Firmamızda bireysel bilgilerimizi diğerleriyle paylaşabileceğiniz iletişim kanalları mevcuttur		,700	
Firmamızdaki iletişim sistemi farklı birim ve kişilerden gelen bilgilerin diğer kişilere zamanında iletilmesine olanak sağlar		,604	
Firmamızdaki iletişim ağı, iletişim ağı içinde bulunan kişilere bilgilerini paylaşma ve dağıtma olanaklarından haberdar olma fırsatı sağlar		,510	
Firmamızdaki iletişim kanalı bilgisini paylaşmak isteyen kişi ve birimlerin kolayca iletişim ağına katılmamasına olanak sağlar		,433	

Firmamızdaki örgütsel anlayış, farklı bireysel ve kültürel değerlere dayalı iletişim ve ilişkilerin oluşmasına olanak sağlamaktadır		,534	
Firmamızdaki örgütsel anlayış, farklı bireysel ve kültürel değerlere dayalı iletişim ve ilişkilerin oluşmasına olanak sağlamaktadır		,563	
Firmamızda kullandığımız ortak dil sahip olunan ve paylaşılan bilgileri elde etmede, yorumlamada ve anlamada etkinlik sağlar			-,834
Firmamızda kullandığımız ortak dil, mevcut bilgilerden yeni bilgiler elde edilmesinde kolaylık sağlar			-,823
Firmamızda birbirimizi anlamamızı ve iletişime geçmemizi kolaylaştıracak ortak terimler, ifadeler ve sözlerden oluşan bir dil kullanırız			-,780
Firmamızda anlatılan başarı hikâyeleri birey ve birimler için bilgi ve değerlerin yaratılmasında paylaşılmasında ve saklanmasında yol gösterici olur			-,595

**Tablo 17** incelendiğinde sosyal sermaye anketi yapısal, bilişsel ve ilişkisel olmak üzere üç boyuttan oluştuğu görülmektedir.

**Tablo18:** Yenilikçi Davranış Ölçeğinin KMO ve Bartlett Testi Sonuçları

Kaiser-Meyer-Olkin Örneklem Yeterliliği		0,874
Bartlett Küresellik Testi	Ki-Kare Değeri	769,644
	Serbestlik Derecesi	36
	Sig (Anlamlılık Düzeyi)	0,000
Açıklanan Varyans (%)		81,066

**Tablo 18**'e göre KMO değeri ile Bartlett testinden çıkan sonuçlara bakıldığında yenilikçi davranış ölçeği için KMO değeri 0.874'tür. Bartlett testi sonucunda da sig=0,000 bulunmuştur. Bartlett testinin anlamlı KMO değerinin 0,5'in üstünde olması ve toplam varyansın 81,066 olduğunu açıklamaktadır. Değerlerin istenilen aralıkta bulunması verilerin analize uygun olduğunu göstermektedir.



**Tablo 19:** Yenilikçi Davranış Anketi Faktör Analizi

	Boyutlar			
	Uygulama ve Destekleme	Araştırma	Fikir Üretme	
Bu kurumda çalışanlar diğer çalışanları yenilikçi bir fikri desteklemeleri için cesaretlendirirler	,918			
Bu kurumda çalışanlar kurumda etkili olan kişileri yenilikçi fikir geliştirme konusunda cesaretlendirirler	,897			
Bu kurumda çalışanlar yeni fikirlerin uygulanmasına katkı sağlarlar	,892			
Bu kurumda çalışanlar sistematik bir şekilde yenilikçi fikirleri uygulamaya çalışırlar	,690			
Bu kurumda çalışanlar görevlerini etkili bir şekilde yerine getirmek için yeni yaklaşımlar bulurlar/geliştirirler		,955		
Bu kurumda çalışanlar işlerini yaparken kullanabilecekleri yeni çalışma yöntemleri, teknikleri ve araçları için araştırma yaparlar		,792		
Bu kurumda çalışanlar problemler için orijinal çözümler üretirler		,657		
Bu kurumda çalışanlar rutin iş yüküne dâhil olmayan konulara da önem verirler			,941	

Bu kurumda çalışanlar kurumdaki süreçlerin nasıl geliştirileceği hakkında kafayorurlar			,763	
--	--	--	------	--

Yenilikçi davranış ölçeğinin özgün formunda on madde ve dört boyut bulunmaktadır. Bu dört boyut “fikir üretme”, “araştırma”, “destekleme” ve “uygulama” olarak belirtilmiştir. **Tablo 19** incelendiğinde yenilikçi davranış ölçeğinin yaptığımız analizde uygun anket çalışması sonucunda uygulama ve destekleme boyutuna ait sorular tek boyutta birleşmiş, ölçek üç boyuta düşmüştür. Destekleme ve uygulamaya ait soruların tek boyutta birleşmesinin sebebi olarak anket sorularının birbirlerine yakın anlamda bulunmaları gösterilebilir. Faktör analizi sonucunda Uygulama boyutunun “Yeni şeyler geliştirmek için çaba sarf ederler” ifadesi birden fazla faktörün altında yer aldığı için çıkartılmıştır. Düşük faktör yükü nedeniyle yenilikçi davranış 10 nolu ifade analizden çıkarılmıştır. Uygulanmış olan anketin kullanıldığı Serbest ve Göksel’ in (2020) çalışmalarında da yaptıkları faktör analizi sonucunda birden fazla faktöre yüklendiği için ölçekteki 2 numaralı ifade analizden çıkarılmıştır.

### 3.7.2.2 Ölçeklerin Güvenilirliklerine İlişkin Bulgular

Güvenilirlik analizlerinde soruların ölçülmek istenen şeyin tutarlı ve istikrarlı bir biçimde ölçülüp ölçülmediğinin derecesine bakılmaktadır. Güvenilirliği ölçmede farklı yaklaşımlar mevcuttur. Bunlar; test-yeniden test, alternatif formlar ve içsel tutarlılık analizidir. Bu çalışmada içsel tutarlılık ölçümünde sıklıkla kullanılan Cronbach alfa katsayısına bakılmıştır. Alfa değeri 0 ve 1 arasında değişmektedir. Sosyal bilimlerde en az 0,7 olması beklenmektedir (Coşkun vd., 2015: 126).

**Tablo 20:** Ölçeklerin Güvenilirlik Testi Sonuçları

Cronbach's Alpha ( $\alpha$ )	Sosyal Sermaye	Yenilikçi Davranış
	0,911	0,893

Güvenilirlik analizi sonucuna göre sosyal sermaye ölçeğinin Cronbach’s Alpha( $\alpha$ ) değeri 0,911, yenilikçi davranış ölçeğinin Cronbach’s Alpha ( $\alpha$ ) değeri ise 0,893 olarak bulunmuştur. Bu durumda her iki ölçeğinde güvenilirlik düzeyi yüksektir.

### 3.7.3. Betimsel İstatistik Analizine İlişkin Bulgular

Betimsel istatistik analizin amacı, ham haldeki verileri değerlendirmesini, toplanmasını ve özetlenmesini sağlayarak kullanıma hazır hâle getirmektedir (Coşkun vd., 2015: 324). Yüksek ortalamaya sahip olan ifadeler katılımcıların en çok algıladığı, ortak ifadelerdir.

**Tablo 21:** Sosyal Sermaye Ölçeği Ortalama ve Standart Sapmaları

N=170		Ortalama	Standart Sapma
Yapısal Boyut	Firmamızda bireysel bilgilerimizi diğerleriyle paylaşabileceğiniz iletişim kanalları mevcuttur	3,2882	,98772
	Firmamızdaki iletişim kanalları başkalarının sahip olduğu bilgilere erişimime olanak sağlamaktadır	3,0294	1,05149
	Firmamızda iletişim kanalları farklı birim ve kişilerde mevcut olan bilgilerin paylaşılmasına olanak sağlamaktadır	3,1647	,95888
	Firmamızda iletişim kanalları farklı birim ve kişilerde mevcut olan bilgilerin dağıtılmasına olanak sağlamaktadır	3,1059	,96720
	Firmamızdaki iletişim sistemi farklı birim ve kişilerden gelen bilgilerin diğer kişilere zamanında iletilmesine olanak sağlar	3,4412	,79908
	Firmamızdaki iletişim ağı, iletişim ağı içinde bulunan kişilere bilgilerini paylaşma ve dağıtma olanaklarından haberdar olma fırsatı sağlar	3,4294	,81282
	Firmamızdaki iletişim kanalı yoğun miktarda bilgi ve çok sayıda bilgi paylaşımını gerçekleştirecek kişi ve birime sahiptir	3,3235	,87438

	Firmamızdaki iletişim kanalı bilgisini paylaşmak isteyen kişi ve birimlerin kolayca iletişim ağına katılmamasına olanak sağlar	3,1131	,96294
	Firmamızdaki örgütsel anlayış, farklı bireysel ve kültürel değerlere dayalı iletişim ve ilişkilerin oluşmasına olanak sağlamaktadır	3,4235	,84091
Bilişsel Boyut	Firmamızda birbirimizi anlamamızı ve iletişime geçmemizi kolaylaştıracak ortak terimler, ifadeler ve sözlerden oluşan bir dil kullanırız	3,4882	,83019
	Firmamızda kullandığımız ortak dil sahip olunan ve paylaşılan bilgileri elde etmede, yorumlamada ve anlamada etkinlik sağlar	3,5000	,83027
	Firmamızda kullandığımız ortak dil, mevcut bilgilerden yeni bilgiler elde edilmesinde kolaylık sağlar	3,4643	,78070
	Firmamızda anlatılan başarı hikâyeleri birey ve birimler için bilgi ve değerlerin yaratılmasında paylaşılmasında ve saklanmasında yol gösterici olur	3,5059	,73176
	Grup arkadaşlarımla paylaşımcı bir ilişkimiz vardır. Duygularımızı ve ümitlerimizi serbestçe paylaşabiliriz	3,4412	,90988

İlişkisel Boyut	İşyerinde çektığım zorlukları grup arkadaşlarımla özgürce konuşabilirim ve onlar da beni dinlemek ister	3,4320	,89132
	Eğer grup arkadaşlarımdan birileri bir başka gruba transfer edilirse hem onlar hem biz yalnızlık hissederiz	3,0824	,96950
	Eğer grup arkadaşlarımla sorunlarımı paylaşırsam, yapıcı ve ilgili bir şekilde tepki vereceklerdir	3,4353	,84191
	Grup arkadaşlarımla birbirimize, kişisel ilişkilerimizde belirgin ölçüde duygusal yatırımlar yapıyoruz	3,2249	,91109
	Grubumuzda takım çalışmasını ve yardımlaşmayı destekleyen bir anlayış vardır	3,5824	,72710
	Grubumuzda iletişime ve bilgi paylaşımına isteklilik ve açıklık, paylaşılan bir değerdir	3,5118	,82303
	Grubumuzda eleştirilere ve farklı fikirlere açıklık, paylaşılan bir değerdir	3,5882	,72641
	Grubumuzda yazılı olmayan kurallar bilgi paylaşımını desteklemektedir	3,4491	,77350
	Grubumuzda iletişime, bilgi paylaşımına isteklilik ve açıklık beni benzer şekilde davranmaya zorunlu kılar	3,3412	,87100
	Grubumda paylaşılan değerleri kendi değerlerimle uyumlu buluyorum	3,4765	,68976

	Çalıştığım grup ile kendimi bir bütün olarak görebiliyorum	3,5562	,68014
	Grubumuzdaki iletişime, bilgi paylaşımına isteklilik ve açıklık değerleri beni de bu yönde davranmaya sevk ediyor	3,4583	,78804

Sosyal sermaye ölçeği ortalamalarına bakıldığında 3,0294 ve 3,5882 arasında değiştiği görülmektedir. Genel en yüksek ortalamaya sahip olan ifade ilişkisel boyutun “Grubumuzda eleştirilere ve farklı fikirlere açıklık, paylaşılan bir değerdir” ifadesidir. Genel en düşük ortalamaya sahip olan ifade yapısal boyutun “Firmamızdaki iletişim kanalları başkalarının sahip olduğu bilgilere erişimime olanak sağlamaktadır” ifadesidir. Sosyal sermayenin bilişsel boyutu ilişkisel boyutuna göre daha yüksek ortalamaya sahiptir. İlişkisel boyut ise sosyal sermayenin yapısal boyutuna göre daha yüksek ortalamaya sahiptir.

**Tablo 22:** Yenilikçi Davranış Ölçeği Ortalama ve Standart Sapmaları

N=170		Ortalama	Standart Sapma
Fikir Üretimi	Bu kurumda çalışanlar rutin iş yüküne dâhil olmayan konulara da önem verirler	3,3412	,99767
	Bu kurumda çalışanlar kurumdaki süreçlerin nasıl geliştirileceği hakkında kafa yorarlar	3,4941	,81587
Araştırma	Bu kurumda çalışanlar problemler için orijinal çözümler üretirler	3,4529	,85007
	Bu kurumda çalışanlar işlerini yaparken kullanabilecekleri yeni çalışma yöntemleri, teknikleri ve araçları için araştırma yaparlar	3,4412	,83529

	Bu kurumda çalışanlar görevlerini etkili bir şekilde yerine getirmek için yeni yaklaşımlar bulurlar/geliştirirler	3,5647	,77608
Uygulama ve Destekleme	Bu kurumda çalışanlar kurumda etkili olan kişileri yenilikçi fikir geliştirme konusunda cesaretlendirirler	3,3765	,88346
	Bu kurumda çalışanlar diğer çalışanları yenilikçi bir fikri desteklemeleri için cesaretlendirirler	3,3471	,89219
	Bu kurumda çalışanlar sistematik bir şekilde yenilikçi fikirleri uygulamaya çalışırlar	3,3412	,87100
	Bu kurumda çalışanlar yeni fikirlerin uygulanmasına katkı sağlarlar	3,4556	,84486

Yenilikçi davranış ölçeği ortalamalarına bakıldığında 3,5647 ve 3,3412 değerleri arasında değiştiği görülmektedir. Genel en yüksek ortalamaya sahip olan ifade araştırma boyutunun “Bu kurumda çalışanlar görevlerini etkili bir şekilde yerine getirmek için yeni yaklaşımlar bulurlar/geliştirirler” ifadesidir. Genel en düşük ortalamaya sahip olan ifadeler uygulama ve destekleme boyutunun “Bu kurumda çalışanlar sistematik bir şekilde yenilikçi fikirleri uygulamaya çalışırlar” ve fikir üretimi boyutunun “Bu kurumda çalışanlar rutin iş yüküne dâhil olmayan konulara da önem verirler” ifadesidir. Boyutlar arası ortalamalara bakıldığında araştırma boyutunun, fikir üretimi boyutundan yüksek ortalamaya sahip olduğu; fikir üretimi boyutunun ise uygulama ve destekleme boyutundan yüksek ortalamaya sahip olduğu söylenebilir.

#### 3.7.4. Korelasyon Analizine İlişkin Bulgular

Korelasyon analizi iki değişkenden biri değiştiğinde diğerinin ne yönde değişeceğini göstermek amacıyla yapılmaktadır. Bir neden-sonuç ilişkisi olmayıp karşılıklı bir etkileşimin sonucudur. Korelasyon kat sayısı ‘r’ ile gösterilmekte olup +1 ve -1 arasında değişmektedir. Pozitif bir değer alması her iki değişkenin aynı yönde

değiştiğini negatif bir değer alması ise iki değişken arasında zıt yönlü bir ilişki olduğunu göstermektedir (Gürbüz ve Şahin, 2016: 263-264). Korelasyon katsayısı;

$0 < r \leq \pm 0,3 \rightarrow$  zayıf

$\pm 0,3 < r \leq \pm 0,7 \rightarrow$  orta

$\pm 0,7 < r \leq \pm 1 \rightarrow$  kuvvetli olarak değerlendirilmektedir.

**Tablo 23:** Sosyal Sermaye ve Yenilikçi Davranış Korelasyon Analizi Sonuçları

N=170		Sosyal Sermaye	Yenilikçi Davranış
Sosyal Sermaye	Pearson Correlation	1	
Yenilikçi Davranış	Pearson Correlation	<b>0,528**</b>	1

\*\* Korelasyon, 0.01 seviyesinde anlamlıdır.

**Tablo 23**'de sosyal sermaye ve yenilikçi davranış konuları birer boyut olarak kabul edilmiş ve ana hipotezi test etmek amacıyla genel korelasyon analizi yapılmıştır. Sosyal sermaye ile yenilikçi davranış arasında orta düzeyde ( $r=0,528$ ) pozitif yönlü anlamlı ( $p < 0,01$ ) bir ilişki tespit edilmiştir.

**Tablo 24**'de ise sosyal sermaye ve yenilikçi davranış boyutları arasında bir ilişki bulunup bulunmadığı; bir ilişki mevcutsa istatistikî anlamda neyi ifade ettiği analiz edilmiştir.

**Tablo 24:** Sosyal Sermaye ve Yenilikçi Davranış Boyutları Korelasyon Analizi Sonuçları

N=170		Yapısal	İlişkisel	Bilişsel	Fikir Üretme	Araştırma	Destek ve Uygulama
Yapısal	Pearson Correlation	1					
İlişkisel	Pearson Correlation	0,425**	1				
Bilişsel	Pearson Correlation	0,495**	0,451**	1			
Fikir Üretme	Pearson Correlation	0,315**	0,251**	0,274**	1		
Araştırma	Pearson Correlation	0,203**	0,410**	0,271**	0,461**	1	
Destekle ve Uygulama	Pearson Correlation	0,316**	0,524**	0,381**	0,354**	0,658**	1

\*\* Korelasyon, 0.01 seviyesinde anlamlıdır.



**Tablo 24'** de yer alan analiz sonuçlarına göre;

Sosyal sermayenin “yapısal boyutu” ile yenilikçi davranışın “fikir üretme” boyutu arasında orta düzeyde ( $r = 0,315$ ) pozitif yönlü ve anlamlı ( $p < 0,01$ ) bir ilişki tespit edilmiştir. Sosyal sermayenin “yapısal boyutu” ile yenilikçi davranışın “araştırma boyutu” arasında zayıf düzeyde ( $r = 0,203$ ) anlamlı ( $p < 0,01$ ) bir ilişki tespit edilmiştir. Sosyal sermayenin “yapısal boyutu” ile yenilikçi davranışın “destek ve uygulama” boyutu arasında orta düzeyde ( $r = 0,316$ ) anlamlı ( $p < 0,01$ ) bir ilişki tespit edilmiştir.

Sosyal sermayenin “ilişkisel boyutu” ile yenilikçi davranışın “fikir üretme” boyutu arasında zayıf düzeyde ( $r = 0,251$ ) anlamlı ( $p < 0,01$ ) bir ilişki tespit edilmiştir. Sosyal sermayenin “ilişkisel boyutu” ile yenilikçi davranışın “araştırma” boyutu arasında orta düzeyde ( $r = 0,410$ ) pozitif yönlü anlamlı ( $p < 0,01$ ) bir ilişki tespit edilmiştir. Sosyal sermayenin “ilişkisel boyutu” ile yenilikçi davranışın “destekleme ve uygulama” boyutu arasında orta düzeyde ( $r = 0,524$ ) anlamlı ( $p < 0,01$ ) bir ilişki tespit edilmiştir.

Sosyal sermayenin “bilişsel boyutu” ile yenilikçi davranışın “fikir üretme” boyutu arasında zayıf düzeyde ( $r = 0,274$ ) anlamlı ( $p < 0,01$ ) bir ilişki tespit edilmiştir. Sosyal sermayenin “bilişsel boyutu” ile yenilikçi davranışın “araştırma” boyutu arasında zayıf düzeyde ( $r = 0,271$ ) anlamlı ( $p < 0,01$ ) bir ilişki tespit edilmiştir. Sosyal sermayenin “bilişsel boyutu” ile yenilikçi davranışın “destekleme ve uygulama” boyutu arasında orta düzeyde ( $r = 0,381$ ) pozitif yönlü anlamlı ( $p < 0,01$ ) bir ilişki tespit edilmiştir.

### 3.7.5. Regresyon Analizine İlişkin Bulgular

Regresyon analizi bağımlı değişkende yaşanan değişimlerin ne kadarlık kısmının bağımsız değişkenler tarafından gerçekleştirildiğini saptamak amacıyla yapılmaktadır (Coşkun vd., 2015: 233-237). Sosyal sermaye ve yenilikçi davranış tek bir boyut olarak kabul edilmiş ve tek değişkenli regresyon analizine tâbi tutulmuştur.

**Tablo 25:** Sosyal Sermayenin Yenilikçi Davranışa Etkisini Belirlemeye Yönelik Yapılan Regresyon Analizi Sonuçları

Model	R	R <sup>2</sup>	Düzeltilmiş R <sup>2</sup>	Tahmin Edilen Standart Hata
1	0,528 <sup>a</sup>	0,279	0,275	0,52293
a. Bağımsız Değişken: Sosyal Sermaye				

**Tablo 25'**e bakıldığında R Square değerinin 0,279 olduğunu görmekteyiz. Bu değer anlamı bağımsız değişkenin bağımlı değişkendeki değişikliklerin %27,9'unu

açıkladığıdır. Diğer bir ifadeyle katılımcıların yenilikçi davranış seviyelerini belirlerken, çalışanların yenilikçi davranış sergilemeleri ve sosyal sermayeye sahip olmalarını %27,9 oranında açıklamaktadır.

**Tablo 26:** Sosyal Sermayenin Yenilikçi Davranışa Etkisini Belirlemeye Yönelik Regresyon Analizi ANOVA Sonuçları

Model		Kareler Toplamı	df	Kareler Ortalaması	F	Anlamlılık Düzeyi/Sig
1	Regresyon	17,762	1	17,762	64,953	0,000 <sup>b</sup>
	Hata	45,940	168	,273		
	Toplam	63,701	169			
a. Bağımlı Değişken: Yenilikçi Davranış						
b. Bağımsız Değişken: Sosyal Sermaye						
Katsayılar						
Model		Standartlanmamış Katsayılar		Standartlaştırılmış Katsayılar	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,119	,289		3,875	,000
	Sosyal Sermaye	,682	,085	,528	8,059	,000

a. Bağımlı Değişken: Yenilikçi Davranış

Regresyon modelinin anlamlı olup olmadığını incelemek için tablo 26 oluşturulmuştur. ANOVA testi sonucunda ortaya çıkan F değerine (64,953) karşılık gelen sayının anlamlı olması (%5 seviyesinde 0.05'ten küçük olması) söz konusu modelin bağımlı değişkeni açıklama konusunda katkı sağladığı yorumunun yapılmasını sağlamaktadır. Model değerlerine bakıldığında (F= 64,953, p<0,05) modelin anlamlı olduğu görülmektedir.

**Tablo 27:** Hipotezlerin Kabul/Ret Durumu

<b>HİPOTEZLER</b>	<b>DURUM</b>	<b>KORELASYON KATSAYISI</b>
<b>H1:</b> Sosyal sermaye ile yenilikçi davranış arasında pozitif yönlü anlamlı bir ilişki vardır.	<b>DESTEKLENMİŞTİR</b>	0,528
H <sub>1a</sub> : Sosyal sermayenin yapısal boyutu ile fikir üretme boyutu arasında pozitif yönlü anlamlı bir ilişki vardır.	<b>DESTEKLENMİŞTİR</b>	0,315
H <sub>1b</sub> : Sosyal sermayenin yapısal boyutu ile araştırma boyutu arasında pozitif yönlü anlamlı bir ilişki vardır.	<b>DESTEKLENMİŞTİR</b>	0,203
H <sub>1c</sub> : Sosyal sermayenin yapısal boyutu ile destekleme boyutu arasında pozitif yönlü anlamlı bir ilişki vardır.	<b>DESTEKLENMİŞTİR</b>	0,316
H <sub>1ç</sub> : Sosyal sermayenin yapısal boyutu ile uygulama boyutu arasında pozitif yönlü anlamlı bir ilişki vardır.	<b>DESTEKLENMİŞTİR</b>	0,316
H <sub>1d</sub> : Sosyal sermayenin bişisel boyutu ile fikir üretme boyutu arasında pozitif yönlü anlamlı bir ilişki vardır.	<b>DESTEKLENMİŞTİR</b>	0,274
H <sub>1e</sub> : Sosyal sermayenin bişisel boyutu ile araştırma boyutu arasında pozitif yönlü anlamlı bir ilişki vardır.	<b>DESTEKLENMİŞTİR</b>	0,271
H <sub>1f</sub> : Sosyal sermayenin bişisel boyutu ile destekleme boyutu arasında pozitif yönlü anlamlı bir ilişki vardır.	<b>DESTEKLENMİŞTİR</b>	0,381
H <sub>1g</sub> : Sosyal sermayenin bişisel boyutu ile uygulama boyutu arasında pozitif yönlü anlamlı bir ilişki vardır.	<b>DESTEKLENMİŞTİR</b>	0,528
H <sub>1h</sub> : Sosyal sermayenin ilişkisel boyutu ile fikir üretme boyutu arasında pozitif yönlü anlamlı bir ilişki vardır.	<b>DESTEKLENMİŞTİR</b>	0,251
H <sub>1ı</sub> : Sosyal sermayenin ilişkisel boyutu ile araştırma boyutu arasında pozitif yönlü anlamlı bir ilişki vardır.	<b>DESTEKLENMİŞTİR</b>	0,410
H <sub>1i</sub> : Sosyal sermayenin ilişkisel boyutu ile destekleme boyutu arasında pozitif yönlü anlamlı bir ilişki vardır.	<b>DESTEKLENMİŞTİR</b>	0,524
H <sub>1j</sub> : Sosyal sermayenin ilişkisel boyutu ile uygulama boyutu arasında pozitif yönlü anlamlı bir ilişki vardır.	<b>DESTEKLENMİŞTİR</b>	0,524

## SONUÇ ve DEĞERLENDİRME

İnsaların kalabalıklara nazaran tek başlarına yapabilecekleri işler kısıtlıdır. Ferdî tecrübeleri ve sahip oldukları bilgiler toplumsal hayatta karşılık bulmadığı durumlarda bazı problemler ortaya çıkabilir. Sosyal sermaye ferdin toplumla bütünleşmesine olanak sağlayarak, toplum ile fert arasında güvene dayalı yatay ilişki ağlarını harekete geçirerek toplumla ferdin birlikte iş yapma imkânlarının artmasını sağlamaktadır. Nitekim, sosyal sermaye toplumsal başarı için gerekli olan kaynakları harekete geçiren, kuvvetli bir dinamizme sahip olan kamuya ait ortak ve yüksek değer hâlini almaktadır. Bu özelliği sayesinde sosyal sermaye toplumdaki fertleri bir arada tutan unsur olarak kabul edilir. Sosyal sermayeye bu açıdan baktığımızda hem dengeleyici hem de bir arada tutucu kavram olarak kabul edilmektedir. Sosyal sermaye ağlar, gelenekler, kurumlar, sivil toplum ve ailelerden meydana gelen toplumsal yapının katma değer yaratacak şekilde organize edilmesini sağlamaktadır (Kitapçı, 2017: 181). Sosyal sermaye bir örgütte topluluk içerisindeki ilişkilere dayandığından, birçok örgütün başarısı, çalışanlarının birbirleriyle kurdukları yakın ilişkilerde gizlidir. Örgütlerin insanda canlandırdığı duygular olarak tanımlanabilecek sosyal sermaye; firma içerisindeki bireylerin birbirlerine olan sevgi ve saygıları, bağlantı ve toplulukları, birbirlerine olan anlayış ve güvenlerini ifade etmektedir. Kuşkusuz sosyal sermaye demokratik örgütlerin ortaya çıkmasında etkili bir fonksiyona sahiptir (Töremen, 2002: 571).

Günümüzde yenilikçiliğin hem kamu hem özel sektör açısından yadsınamaz bir önemi vardır. Yenilikçiliğin odağında bireyler vardır. Çalışanların yenilikçi davranışa sahip olması büyük önem taşımaktadır. Yöneticilerin çalışanlarına karşı destekçi bir tutum sergilemeleri, arkadaş ilişkilerinin geliştirilmesi, kişisel eğitim programlarının arttırılabilmesi, çalışanların meslekleri hakkında güncel bilgilere sahip olmasının sağlanması gibi firmaların gelişmesinde önem arz eden durumlar ancak örgüt içinde yenilikçi bir iklimin oluşarak çalışanların yenilikçi davranışlara olan eğilimleriyle mümkün olur. Yenilikçi davranışları arttırarak ve geliştirerek sürdürebilmek için ise, yenilikçi davranış oluşturma ve geliştirmede etkili olan faktörler saptanıp engeller ortadan kaldırılabılır, güçlü taraflar ise geliştirilebilir. Bu yaklaşımlar çalışanın performansını ve sunulan hizmeti doğrudan etkileyecektir.

Literatür incelendiğinde sosyal sermaye ile yenilikçi davranışın birbirini pozitif yönde etkilediği görülmektedir. Bu noktada çalışanların yaptıkları işlerde yenilikçi

davranış sergilemelerinde sosyal sermayenin önemli ve anlamlı bir katkısı vardır. Bu yüzden örgütlerin, çalışanların sahip oldukları sosyal sermaye ve sahip oldukları sosyal sermayenin onların yenilikçi davranışları üzerindeki rolünün önemi dikkate alınarak, buna uygun bir ortam yaratmaları ve bu ortama zemin hazırlamaları sürdürülebilirlikleri açısından son derece önemlidir.

Çalışmada sosyal sermaye; yapısal, bilişsel ve ilişki boyutuyla, yenilikçi davranış ise; fikir üretme, araştırma, destekleme ve uygulama boyutlarıyla incelenmiştir. Araştırmada kullanılan ölçeklerin betimsel analizi incelendiğinde; çalışanların sosyal sermayelerine dair bulgulara baktığımızda ilişki boyutun daha yüksek ortalamalara sahip olduğu görülmektedir. Yine sosyal sermayelerinin bilişsel yönü üzerindeki ortalamalarının yüksek çıkmasının nedeninin de tekstil firmalarında görev yapan beyaz yaka çalışanlarının iş yerlerindeki mevkilerinden dolayı daha çok bilgi işlem ve arge departmanlarında görev yapmaları olduğu düşünülmektedir.

Sosyal sermaye ile yenilikçi davranış boyutları arasındaki ilişkinin yönü, şiddeti ve derecesini ölçmek amacıyla korelasyon ve regresyon analizleri yapılmıştır. Başlangıçta sosyal sermaye ve yenilikçi davranış birer boyut olarak kabul edilip analiz edilmiş ve bu analiz sonucunda sosyal sermaye ve yenilikçi davranış arasında orta düzeyde pozitif yönlü anlamlı bir ilişki tespit edilmiştir. Korelasyon analizi sonucunda, sosyal sermaye ile yenilikçi davranışların bütün boyutları arasında orta düzeyli, pozitif yönlü ve anlamlı bir ilişki saptanmıştır. Çalışanların sosyal sermayeleri ile yenilikçi davranışları tüm alt boyutları arasında orta düzeyli, pozitif yönlü ve anlamlı bir ilişki saptanmıştır.

Sosyal sermayenin “yapısal boyutu” ile yenilikçi davranışın “fikir üretme” boyutu arasında orta düzeyde pozitif yönlü ve anlamlı bir ilişki, “yapısal boyutu” ile yenilikçi davranışın “araştırma boyutu” arasında zayıf düzeyde anlamlı bir ilişki, “yapısal boyutu” ile yenilikçi davranışın “destek ve uygulama” boyutu arasında orta düzeyde anlamlı bir ilişki tespit edilmiştir. Yapılan analiz sonucunda  $H_{1a}$ ,  $H_{1b}$ ,  $H_{1c}$  ve  $H_{1ç}$  hipotezleri reddedilememiştir.

Sosyal sermayenin “ilişki boyutu” ile yenilikçi davranışın “fikir üretme” boyutu arasında zayıf düzeyde anlamlı bir ilişki, “ilişki boyutu” ile yenilikçi davranışın “araştırma” boyutu arasında orta düzeyde pozitif yönlü anlamlı bir ilişki, “ilişki boyutu” ile yenilikçi davranışın “destekleme ve uygulama” boyutu arasında orta düzeyde anlamlı bir ilişki tespit edilmiştir. Analiz sonucunda  $H_{1d}$ ,  $H_{1e}$ ,  $H_{1f}$  ve  $H_{1g}$  hipotezleri reddedilememiştir. Sosyal sermayenin ilişki boyutu ile yenilikçi davranışın araştırma,

destekleme ve uygulama boyutlarıyla ilişkili olması beyaz yakalı çalışanların ilişkisel sosyal sermayeye sahip olmalarından dolayı araştırma yapmaları ve birbirlerini desteklemeleri açısından anlamlıdır.

Sosyal sermayenin “bilişsel boyutu” ile yenilikçi davranışın “fikir üretme” boyutu arasında zayıf düzeyde anlamlı bir ilişki, “bilişsel boyutu” ile yenilikçi davranışın “araştırma” boyutu arasında zayıf düzeyde anlamlı bir ilişki, “bilişsel boyutu” ile yenilikçi davranışın “destekleme ve uygulama” boyutu arasında ise orta düzeyde pozitif yönlü anlamlı bir ilişki tespit edilmiştir. Yapılan analiz sonucunda  $H_{1h}$ ,  $H_{1i}$ ,  $H_{1j}$  ve  $H_{1j}$  hipotezleri reddedilememiştir.

Araştırma kapsamında beyaz yaka çalışanların bilişsel ve ilişkisel sosyal sermayeye sahip olma açısından araştırma, destekleme ve uygulama boyutunda yenilikçi davranışlarda bulunurlarken, yapısal sosyal sermayeye sahip olmaları açısından zayıf derecede araştırma boyutunda yenilikçi davranış sergilemektedirler. Bunun çalışanlarda örgütün yerinin ve etkisinin çok güçlü olmadığı şeklinde yorumlanabilir.

Faklı araştırmacılar tarafından da sosyal sermaye ile yenilikçi davranışlar arasında bir ilişki olduğu, sosyal sermayenin yenilikçi davranış üzerinde bir etkisinin olduğuna dair benzer sonuçlara ulaşılmıştır. Turgut (2013) çalışmasında yaptığı analiz neticesinde sosyal sermaye ve örtülü bilgi paylaşımı davranışının yenilikçilik iklimini pozitif yönde etkilediğini, Turgut ve Begenirbaş (2014), ilişkisel sosyal sermaye, örtülü bilgi paylaşımı ve yenilikçi davranışı anlamlı ve pozitif yönde etkilediği görülmüştür. Bunun yanında araştırma sonucunda örtülü bilgi paylaşımı davranışının kısmi aracılık rolünün olduğunu, Turgut ve Begenirbaş (2013) yapısal sosyal sermaye ve bilişsel sosyal sermayenin yenilikçi iklim boyutları ve yenilikçi davranışa anlamlı etkisi bulunmadığını fakat bunun yanında çalışmamıza benzer olarak ilişkisel sosyal sermayenin yenilikçi iklim boyutlarını ve yenilikçi davranışı pozitif yönde etkilediğini tespit etmişlerdir.

Günümüzde işletmeler için yenilikçi davranışların sergilenmesi işletme için yoğun rekabet ortamında olumlu yararlar sağlayarak işletmelere değer sağlayacaktır. Yenilikçi davranışların ortaya çıkmasında etkisi olacak unsurlardan biri sosyal sermayenin varlığıdır. Tekstil firmalarında çalışanların sosyal sermayelerinin onların yenilikçi davranışlarına olumlu yönde yansıdığı gözlemlenmiştir. Bu durumda örgütte çalışanların sosyal sermaye sahibi olmaları önemlidir. Araştırmaya katılanların çoğunluğunu 18-25 yaş ve 26-34 yaş aralığındaki bireyler oluşturmaktadır. Yaş ortalamasının daha genç yaşlarda çıkmasını bu bireylerin yeniliğe, yenilikçi düşüncelere ve yenilikçi davranışa daha yatkın olduğunu söylememizi mümkün kılmaktadır.

Bu çalışma beyaz yakalı çalışanların örgütte yenilikçi davranış sergiyelip sergilemediği ve buna sosyal sermayenin etkisinin olup olmasının yanında dolaylı olarak sosyal sermayenin de birey ve örgütlerdeki önemini anlamaya çalışmaktadır. Son olarak analiz sonuçları doğrultusunda ulaşılan bulgulardan yola çıkarak şu önerilerde bulunulabilir;

- Sosyal sermaye ile yenilikçi davranış arasındaki ilişkinin Türkçe literatürde çok fazla çalışılmadığı görülmektedir. Sınırlı bir örneklem ile beyaz yakalı ihracat firma çalışanları üzerinde yapılan bu çalışmanın diğer sektörlerde de uygulanması sağlanarak literatürün gelişimine katkıda bulunulabilir.
- Sosyal sermaye ile yenilikçi davranış arasındaki ilişkiyi analiz etmeye yönelik yapılan çalışmada söz konusu kavramların günümüz dünyasında ve iş hayatında (gerek özel gerekse kamu alanında) ve iş hayatı dışındaki alanlarda da önemli olduğu dikkati çekmektedir. Araştırmaya göre denilebilir ki çalışanların sosyal sermayelerinin oluşturulması ve geliştirilmesine fırsat sağlanırsa bu durum onların yenilikçi davranışlarının ortaya çıkmasına sebep olarak iş sonuçlarını olumlu olarak etkileyebilir. Ayrıca sosyal sermayeye sahip olan çalışanlarda ise iş ilişkilerinde güven ve ağ bağ kavramlarının daha etkili olduğu söylenebilir. Çalışanların yöneticileriyle, çalışma arkadaşlarıyla ve firmanın paydaşlarıyla olan ilişkilerini geliştireceği ve eylemlerinde yenilikçi davranışlarda bulunacağı söylenebilir.
- Çalışanlarının yenilikçi davranışlarda bulunmalarını sağlayarak onlardan daha fazla faydalanmak isteyen örgütler, çalışanlarının örgüt içi ve dışı ilişkilerini geliştirmelerini sağlamalı, çalışanlarının bilgi ve yeteneklerini artırmak için eğitim sistemini açık ve gelişebilir hale getirmelidir.
- Sosyal sermaye potansiyel kaynakları açığa çıkaran motivasyonel bir güç olarak sürdürülebilir büyüme ve gelişme sağlanmasında önemli bir role sahiptir. Sosyal sermayenin geliştirilebilmesi için, mesleki nitelikler iyileştirilmeli, karşılıklı güven tesis edilmeli, ağ bağlar güçlendirilmelidir. Buna ek olarak örgütün adil bir ücretlendirme ve terfi sisteminin var olması ve gereken durumlarda adil ücret artışlarının yapılması çalışanların örgüte olan güven duygusunu arttırabilir.

- Sosyal sermaye etkin bir şekilde kullanıldığı takdirde insanlara yeni fırsat ve vizyon sunan yenilikçi yapılara imkân sunmaktadır. İyi yönetilemediği takdirde ise bir takım yasa dışı yapılanmalara zemin hazırlayabilecektir. İyi yönetilirse işletmenin misyon ve vizyonuna ciddi katkılar yapması beklenmektedir.
- Aynı zamanda sosyal sermaye sosyal normların önemine vurgu yaparak işlem maliyetlerinin azaltılmasında ve dolayısıyla sürdürülebilir büyümenin sağlanmasında çok önemli bir rolü de yerine getirmektedir. Bu sağlanırsa örgütü işlem maliyetleriyle karşı karşıya gelmesi önlenebilir.



## KAYNAKÇA

- Akalın, Ş.H. (2009). "Innovation, İnovasyon: Yenileşim", *Türk Dili Dil ve Edebiyat Dergisi*, 93/666, 483-486.
- Amabile, T.M. (1988). "A Model of Creativity and Innovation in Organizations. In B.M. Shaw & Cummings (Eds.)", *Research in Organizational Behavior*, 10, 123-167.
- Amo, B.W. (2006). "Employee Innovation Behaviour in Health Care: The Influence From Management and Colleagues", *International Nursing Review*, 53/3, 231-237.
- Amabile, T.M., Conti, R., Coon, H., Lazenby, J. and Herron, M. (1996). "Assessing the Work Environment for Creativity", *The Academy of Management Journal*, 39/5, 1154-1184.
- Armbruster, H., A. Bikfalvi, S. K. and G. Lay (2008). "Organizational Innovation: The Challenge of Measuring Non-Technical Innovation in Large-Scale Surveys", *Technovation*, 28, 644-657.
- Arıcioğlu, M.A. ve Ergin, R.A. (2009). "Güven ya da Sosyal Sermaye Nedir? Konya Sanayi Bölgesinde Sahip/ Yöneticilerin Üzerinde Bir Araştırma", *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 21, 26-43.
- Aydemir, M.A. ve Özşahin, M.C. (2011). "Türk Demokrasisinde Kayıp Halkayı Keşfetmek: Türkiye Örneği Üzerinden Sosyal Sermaye – Demokrasi Bağlantısını Yeniden Düşünmek", *Akademik İncelemeler Dergisi*, 6/1, 41-87.
- Aydınlatan, B., Göksel, A. ve Bingöl, D. (2010). "Örtülü Bilgi Paylaşımı Niyeti Üzerinde Sosyal Sermaye ve Denetim Merkezi Odaklılığının Rolü: Hekimlikte Bir Alan Araştırması", *Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 12/1, 1-26.
- Babacan, M.E. (2012). *Toplumsal Paylaşım Ağlarında Sosyal Sermaye Pratikleri*, (Yayınlanmamış Doktora Tezi), Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sakarya.
- Başak, S. ve Öztaş, N. (2010). "Güven Ağbağları, Sosyal Sermaye ve Toplumsal Cinsiyet", *Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 12/1, 27-56.
- Barlay, Ö. (2008). *Türk Holdinglerinde İnovasyon Sürecinde İnsan Kaynakları Yönetimi Faaliyetlerinin Değerlendirilme Araştırması*, (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Basset-Jones, N. (2005). "The Paradox of Diversity Management, Creativity and Innovation", *Creativity and Innovation Management*, 14/2, 169-174.
- Başak, S. ve N. Öztaş (2010). "Güven Ağbağları, Sosyal Sermaye ve Toplumsal Cinsiyet", *Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 12/1, 27-56.
- Bayındır, S. (2007). "Yenilik Çalışmalarında Dış Kaynak Kullanımı", *Selçuk Üniversitesi Karaman İİBF Dergisi, Yerel Ekonomiler Özel Sayısı*, 241-250.
- Baskak, B. ve Öneş, U. (2010). "Sosyal Sermaye ve Psikiyatrik Bozukluklar: Güven ve Karşılıklılık Üzerine", *Nöropsikiyatri Arşivi*, 47, 252-9.
- Barker, A. (2001). *Yenilikçilik Deyince Ne Anlıyoruz? Yenilikçiliğin Simyası*, (Çev. Ahmet Kardam), MESS Yayınları, İstanbul.
- Barışık, S. (2001). "Yenilik, Yenilik Oluşumunda Devletin Rolü", *Verimlilik Dergisi*, 4, 7-24.
- Basadur, M. and Gelade, G.A. (2006). "The Role of Knowledge Management in The Innovation Process", *Journal Compilation*, 15/1, 45-62.
- Begenirbaş, M. ve Turgut, E. (2014). "İlişkisel Sosyal Sermayenin Yenilikçi Davranışa Etkisinde Örtülü Bilgi Paylaşımı Davranışının Aracılık Rolü", *Niğde Üniversitesi İİBF Dergisi*, 7/1, 146- 160.
- Berger, P. L. and T. Luckman (1966). *The Social Construction of Reality*, Penguin Press, London.
- Bilgin, N. ve Kaynak, R. (2008). "Sosyal Sermaye Faktörlerinin İş Başarısına Etkisi: Üniversite Çalışanları Üzerine Ampirik Bir Çalışma", *C.Ü. Sosyal Bilimler Dergisi*, 32/1, 29-38.

- Burt, R. S. (1992). *Structural Holes: The Social Structure of Competition*, Harvard University Press, Cambridge.
- Brown, S. P. (2007). *Job Involvement, Encyclopedia of Industrial and Organizational Psychology*, Sage Publications, London.
- Calpin-Davies, P. (2001). "Innovate and Prosper", *Nursing Management*, 7/10, 22-23.
- Campbell, B.D., Wardle, D.A., Woods, P.W., Field, T.R.O., Williamson, D.Y. and Barker, G.M. (1996). "Ecology of Subtropical Grasses in Temperate Pastures: An Overview", *Proc. New Zealand Grassl. Assoc.*, 57, 189-197.
- Coşkun, R., Altunışık, R., Bayraktaroğlu, S. ve Yıldırım, E. (2015). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri*, Sakarya Kitabevi, Sakarya.
- Christensen, J.F. (1995). "Asset Profiles for Technological Innovation", *Research Policy*, 24/5, 727-745.
- Çalışkan, A. (2013). "İç Odaklı Örgüt Kültürünün Yenilikçi Davranışına Etkisinde Personel Güçlendirmenin Aracılık Rolü", *"İş, Güç" Endüstri İlişkileri ve İnsan Kaynakları Dergisi*, 15/1, 88-112
- Damanpour, F. (1991). "Organizational Innovation: A Meta-Analysis of Effects of Determinants and Moderators", *Academy of Management Journal*, 34, 555-590.
- De Jong, J. and Den Hartog, D. N. (2010). "Measuring Innovative Work Behaviour", *Creativity and Innovation Management*, 19/1, 23-35.
- Damanpour, F. (1996). "Organizational Complexity and Innovation: Developing and Testing Multiple Contingency Models". *Management Science*, 42/5, 693-716.
- Damanpour, F. (1991). "Organizational Innovation: A Meta-Analysis of Effects of Determinants and Moderators", *Academy of Management Journal*, 34/3, 555-590.
- De Jong, J.P.J. and Den Hartog D.N. (2010). "Measuring Innovative Work Behaviour", *Creativity and Innovation Management*, 19/1, 23-36.
- De Jong, J. P.J. and Den Hartog, D. N. (2007). "How Leaders Influence Employees' Innovative Behaviour", *European Journal of Innovation Management*, 10/1, 41-64.
- Demiral, M. (2007), "Türkiyede Sosyal Sermaye Kapsamında Sivil Toplum Kuruluşları (STK) 'nın Sürdürülebilir Sosyoekonomik Kalkınma Sürecindeki Rolü", *Türk Dünyası Kırgız Türk Sosyal Bilimler Enstitüsü Akademik Bakış Dergisi*, 13, 1-26.
- De Jong, J.P.J. and Den Hartog, D.N. (2007). "How Leaders Influence Employees' Innovative Behaviour", *European Journal of Innovation Management*, 10/1, 41-64.
- De Jong, J.P.J. and Kemp, R. (2003). "Determinants of Co-Workers' Innovative Behavior: An Investigation into Knowledge Intensive Services", *International Journal of Innovation Management*. 7/2, 189 – 212.
- Drucker, P.F. (1998). *Sonuç İçin Yönetim*, (Çev. Bülent Toksöz), İnkılap Kitabevi, İstanbul.
- Durna, U. (2002). *Yenilik Yönetimi*, Nobel Yayın Dağıtım, Ankara.
- Dorenbosch, L. Engen, M.L.V. and Verhagen, M. (2005). "On-the-Job Innovation: The Impact of Job Design and Human Resource Management Through Production Ownership", *Creativity and Innovation Management*, 14/2, 129-141.
- Dosi, G., Lrena, P. and Labini, M.S. (2005). "Evaluating and Comparing The Innovation Performance of The United States and The European Union", *Expert Report Prepared For The Trend Chart Policy Works*, LEM.
- Dyer, J. H., Gregersen, H. B. and Christensen, C. M. (2011). *The Innovator's DNA: Mastering the Five Skills of Disruptive Innovators*, Harvard Business Press, Boston.
- Ercan, İ. ve Kan, İ. (2004). "Ölçeklerde Güvenilirlik ve Geçerlilik", *Uludağ Üniversitesi Tıp Fakültesi Dergisi*, 30/3, 211-216.
- Eren, E. ve Gündüz, H. (2002). "İş Çevresinin Yaratıcılık Üzerindeki Etkileri ve Bir Araştırma", *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, 5, 65-84.

- Erbay, E.R. ve Özden, M. (2013). “İktisadi Kalkınma Kurumlarına Eleştirel Yaklaşım”, *Namık Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Metinleri*, 3,1-30.
- Erbaş, A. ve Sanioğlu, Z. (2016). “Sosyal Sermayenin Örgütsel Bağlılık Üzerindeki Etkisinde Örgüt Depresyonunun Aracılık Etkisi”, *Balkan Sosyal Bilimler Dergisi*, 860-867.
- Eşki, H. (2009). *Sosyal Sermaye Önemi, Üretimi ve Ölçümü Üzerine Bir Alan Araştırması*, (Yayınlanmamış Doktora Tezi), Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- Frone, M. R. and Major, B. (1992).” Communication Quality and Job Satisfaction Among Managerial Nurses: The Moderating Influence of Job Involvement”, *Group and Organization Studies*, 13, 332-347.
- Gerni, M. (2013). *İlişkilerin Maddi Yönü Sosyal Sermaye ve Örgütsel Boyutu*, Beta Yayınevi, İstanbul.
- Gilson, R.L. and May, D.R. (2005). “Innovation in Work Groups: a Theory of Group Support for Innovation”, *Proceeding of 2005 Midwest Academy of Management Conference*, Chicago, IL.
- Goswami, S. and Mathew, M. (2005). “Definition of Innovation Revisited: An Emprical Study on Indian Information Technology Industry”, *International Journal of Innovation Management*, 9/3, 371–383.
- Göksel, A., Aydın, B. ve Bingöl, D. (2010), “Örgütlerde Bilgi Paylaşım Davranışı: Sosyal Sermaye Boyutundan Bir Bakış”, *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi*, 2,88-109.
- Güleş, H.K. ve Bülbül, H. (2004). *Yenilikçilik İşletmeler İçin Stratejik Rekabet Aracı*, Nobel Yayın Dağıtım, Ankara.
- Gümüş, (2004). *Beşerî Sermaye ve Ekonomik Kalkınma: Türkiye Üzerine Ekonometrik Bir Analiz (1960-2002)*, (Yayınlanmamış Doktora Tezi), Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Erzurum.
- Güncör, C. (2011). *Sosyal Sermaye ve Eğitim İlişkisi*, (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Han, E. ve Kaya, A.A. (2012). *Kalkınma Ekonomisi Teori ve Politika*, Nobel Yayınevi, Ankara.
- Imai, M. (2012). “Gemba Kaizen: A Common Sense Approach to Continuous Improvement Strategy 2nd ed.”, *Quality Management Journal*, 25/1, 65-66.
- ICN (2009). *Delivering Quality, Serving Communities: Nurses Leading Care Innovations*, International Nurses Day Kit, 1-33.
- Işık, C. ve Aydın, E. (2016). “Bilgi Paylaşımının Yenilikçi İş Davranışına Etkisi: Ayder Yaylası Konaklama İşletmeleri Üzerine Bir Uygulama”, *Girişimcilik ve İnovasyon Yönetimi Dergisi*, 5/2, 75-103.
- Ipe, M. (2003). *The Praxis of Knowledge Sharing in Organizations: A Case Study*, (Ph. D. Thesis), The University of Minnesota, American United States.
- İşcan, Ö.F. ve Karabey, C.N. (2007). “Örgüt İklimi ile Yeniliğe Destek Algısı Arasındaki İlişki”, *Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*. 6/2, 180-193.
- İnce, C. (2014). *Sosyal Sermaye ve Akademik Başarı Arasındaki İlişkinin Sosyolojik Bir Analizi: Şanlıurfa’ da Bir Alan Araştırması*, (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir.
- İraz, R. (2010). “İşletmelerde Bilgi Yönetiminin Yenilik ve Rekabet Gücü Üzerindeki Etkileri”, *İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 19/1, 243–258.
- Janssen, O. (2004). “How Fairness Perceptions Make Innovative Behavior More or Less Stressful”, *Journal of Organizational Behavior*, 25, 201-215.
- Janssen, O., Van De, V., E. and West, M. (2004). “The Bright and Dark Sides of Individual and Group Innovation: A Special Issue Introduction”, *Journal of Organizational Behavior*, 25, 129–145.
- Janssen, O. (2000). “Job Demands, Perceptions of Effort-Reward Fairness and Innovative Work Behaviour”, *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 73/3, 287-302.

- Jonh, J. and Hartog, D. (2010), "Measuring Innovative Work Behaviour", *Creativity and Innovation Management*, 19, 23-36.
- Johnston, R.E. and Bate, J.D. (2003). *The Power of Strategy Innovation: A New Way of Linking Creativity and Strategic Planning to Discover Great Business Opportunities*, AMACOM- American Management Association, New York.
- Kangal, N. (2013). *Sosyal Sermaye Teorileri ve Sosyal Sermaye Kalkınma İlişkisi: Türkiye Örneği*, (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- Kapu, H. (2008). "Sosyal Sermaye ve Organizasyonların Öngörü Yeteneğini Geliştirme Gücü", *İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 22/1, 259-288.
- Kapu, H., Tutar, H. ve Özyakışır, D. (2012). *Sivil Toplum, Girişimcilik ve Ekonomik Kalkınma*, Savaş Yayınevi, Ankara.
- Karagül, M. (2012). *Sosyal Sermaye (Kapitalizmin Kör Noktası)*, Nobel Yayınevi, Ankara.
- Kanter, R.M. (1988). "When A Thousand Flowers Bloom: Structural, Collective and Social Conditions for Innovation in Organization", *Research in Organizational Behavior*, 10, 169-211.
- Kao, J. (1989). *Entrepreneurship, Creativity and Organization*, Englewood Cliffs, Prentice-Hall, New Jersey.
- Katz, D. (1964). "The Motivational Basis of Organizational Behavior", *Behavioral Science*, 9, 131-133.
- Keleş, H. N. (2012). *Sosyal Sermaye*, Eğitim Yayınevi, Konya.
- Keskin, M. (2008). *Sosyal Sermaye ve Bölgesel Kalkınma: Erzurum Ticaret ve Sanayi Odası Üyelerinde Soysal Sermaye Düzeyi ve Belirleyicilerinin Analizi*, (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Erzurum.
- Kermally, S. (2004). *Gurus On People Management*, Thorogood Publishing, London.
- Kleysen, R.F. and Street, C.T. (2001). "Toward a Multi-Dimensional Measure of Individual Innovative Behavior", *Journal of Intellectual Capital*, 2, 284-296.
- Kırel, Ç. Topgül, S. ve Altınok, A. (2016), "Bankacılık Sektöründe Sosyal Sermaye, Motivasyon ve Performans Yönetimi Arasındaki İlişkinin Analizi", "*İş, Güç*" *Endüstri İlişkileri ve İnsan Kaynakları Dergisi*, 18/2, 17-40.
- Kılıçer, K. ve Odabaşı, H.F. (2010). "Bireysel Yenilik Ölçeği (BYÖ): Türkçeye Uyarlama, Geçerlik ve Güvenirlik Çalışması", *Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 38, 150-164.
- Kitapçı, İ. (2016), "Ekonomide Yenilikçi Bir Kavram: Sosyal Sermaye", *Pamukkale Üniversitesi Maliye Dergisi*, 171,108-132.
- Kitapçı, İ. (2017). *Sosyal Sermaye Sosyal, Ekonomik ve Bilişsel Bir Perspektif*, Beta Yayınevi, İstanbul.
- Koç. R. ve Oğuztürk, B. (2019). "Sosyal Sermaye ve İnovasyonun Belirleyicileri; Düzce İli İçin Bir İnceleme", *İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, 8/3, 2272-2296.
- Lapiere, C.M. (1965). "Remodeling of the Bone Matrix", *Calcified Tissue Research*, 21, 20-32.
- Leong, C.T. and Rasli, A. (2015). "The Relationship Between Innovative Work Behavior on Work Role Performance: An Empirical Study", *Pakistan Journal of Social and Clinical Psychology*, 13/2, 23-29.
- Marouf, L. (2005). *The Role of Business and Social Ties in Organizational Knowledge Sharing: A Case Study of A Financial Institution*, (Ph. D. Thesis), University of Pittsburgh, American United States.
- Martin, P., Salanova, M. and Peiró, J.M. (2007). "Job Demands, Job Resources and Individual Innovation at Work: Going Beyond Karasek's Model", *Psicolhema*, 19/4, 621-626.
- Moran, P. and S, Ghoshal (1996). "Value Creation By Firms", *Academy of Management Best Paper Proceedings*, 13/1, 41-45.

- Moisio, E., Lempiälä, T. and Nylander, M. (2007). "Invention Rewards and Innovativeness –A Case Study", RMC, [http://www.palkitseminen.tkk.fi/pdf\\_kansio/RMC\\_extabst\\_Moiso&co.pdf](http://www.palkitseminen.tkk.fi/pdf_kansio/RMC_extabst_Moiso&co.pdf), (19.04.2009).
- Mumford, M.D. (2000). "Managing Creative People: Strategies and Tactics for Innovation", *Human Resources Management Review*, 10/3, 313-351.
- Nahapiet, J. and S. Ghoshal (1998). "Social Capital, Intellectual Capital, and the Organizational Advantage," *Academy of Management Review*, 23/2, 242-266.
- Oğuz, H. (2006). "Makroekonomik Politikaların Performansında Sosyal Sermayenin ve Kurumların Rolü", *Akdeniz İ.İ.B.F. Dergisi*, 12, 79-107.
- OECD (2005). *Oslo Manual: Guidelines for Collecting and Interpreting Innovation Data*, OECD Publishing, Paris.
- Oldham, G.R. and Cummings, A. (1996). "Employee Creativity: Personal and Contextual Factors at Work", *Academy of Management Journal*, 39 /3, 607-634.
- Ortt, J.R. and Van der Duin, P.A. (2008). "The Evolution of Innovation Management Towards Contextual Innovation", *European Journal of Innovation Management*, 11/4, 522- 538.
- Oslo, M. (2005). *Proposed Guidelines for Collecting and Interpreting Technological Innovation Data*, OECD Publishing.
- Öğüt, A. ve Erbil, C. (2009). *Sosyal Sermaye Yönetimi*, Çizgi Kitabevi, Konya.
- Örücü, E. ve Çınar, B. (2019). "Pozitif Psikolojik Sermayenin Yenilikçi Davranış Üzerindeki Etkisi: Bankacılık Sektöründe Bir Araştırma", *Alparslan Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 7/2, 287-299.
- Özdemir, A.A. (2007). *Sosyal Ağ Özellikleri Bakış Açısıyla Sosyal Sermaye ve Bilgi Yaratma İlişkisi: Akademisyenler Üzerine Yapılan Bir Alan Araştırması*, (Yayınlanmamış Doktora Tezi), Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir.
- Özguven, A. (1988). *İktisadi Büyüme, İktisadi Kalkınma, Sosyal Kalkınma Planlama ve Japon Kalkınması*, Filiz Kitabevi, İstanbul.
- Özkan, G.V. (2016). *Örgütlerde Yaratıcı ve Yenilikçi Davranışların Geliştirilmesinde Pozitif Psikolojik Sermaye ve Pozitif Örgütsel Değişkenlerin Rolünün İncelenmesi*, (Doktora Tezi), İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Özsağır, A. (2008). "Dünden Bugüne Büyümenin Dinamiği", *KMU İİBF Dergisi*, 8/14, 332-347.
- Özyakışır, D. (2001). "Beşerî Sermayenin Ekonomik Kalkınma Sürecindeki Rolü: Teorik Bir Değerlendirme", *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 6/1, 46-7.
- Öztaş, N. (2007). "Sosyal Sermayenin Ağbağ Kuram (lar)ı: Dayanışmacı ve Aracı Sosyal Sermaye", *Amme İdaresi Dergisi*, 40/3, 83-85.
- Özen, Ş. ve Aslan, Z. (2006). "İçsel ve Dışsal Sosyal Sermaye Yaklaşımları Açısından Türk Toplumunun Sosyal Sermaye Potansiyeli: Ortadoğu Sanayi ve Ticaret Merkezi (OSTİM) Örneği", *Akdeniz İ.İ.B.F Dergisi*, 12, 130-161.
- Palmer, J.W. (2005). *Innovative Behavior of Frontline Employees in the Public Sector*, (Unpublished Doctoral Dissertation), University of Cincinnati, Cincinnati, American United States.
- Parzafall, M., Seeck, H. and Leppänen, A. (2008). "Employee Innovativeness in Organizations: A Review", *LTA*, 2, 165-182.
- Plessis, M. (2007). "The Role of Knowledge Management in Innovation", *Journal of Knowledge Management*, 11/4, 20-29.
- Polat, E. (2014). *Türkiye’de Düzey Bölgeleri Kamu Yatırımları Etkinliğinin Veri Zarflama Analizi ile Ölçülmesi*, (Yayınlanmamış Doktora Tezi), İnönü Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Malatya.
- Polat, M. (2015). "Öğrenme Yöneliminin Yenilikçi İş Davranışı Üzerindeki Etkisine Yönelik Alan Araştırması", *Social Mentality and Resercher Thinkers Journal*, 1/1, 28-40.

- Pondy, L. R. and I. I. Mitroff (1979). "Beyond Open Systems Models of Organizations", *Research in Organization Behavior*, 1: 3-39.
- Porter, M.E. (1980). *Competitive Strategy: Techniques for Analysing Industries and Competitors*, Free Press, New York.
- Ramamoorthy, N., Flood, P.C., Slattery, T. and Sardesai, R. (2005). "Determinants of Innovative Work Behaviour: Development and Test of An Integrated Model", *Creativity and Innovation Management*, 14/2, 142-150.
- Rank, J., Pace, V.L. and Frese, M. (2004). "Three Avenues for Future Research on Creativity, Innovation and Initiative", *Applied Psychology: An International Review*, 53/4, 518–528.
- Reed, A. (2000). "Determinants of Successful Organisational Innovation: A Review of Current Research", *Journal of Management Practice*, 3/1, 95-119.
- Rogers, E.B. (1962). *Diffusion of Innovations*, Free Press New York.
- Sargun, A.S. (2006). "Sosyal Sermaye: Yapının Sunduğu Bir Olanak Mı, Yoksa Bireyin Amaçlı Bir Eylemi mi?", *Akdeniz İİBF Dergisi*, 612, 1-13.
- Sabır, H. (2010). *Az Gelişmiş Ülkelerde Rekabet ve Kalkınma*, Derin Yayınları, İstanbul.
- Senge, P. (2000). *Beşinci Disiplin*. (A. İldeniz ve A. Doğukan, Çev.), YKY, İstanbul.
- Sönmez, B. (2011). *Hemşirelerin Yenilikçi Davranışları ve Etkileyen Faktörler: Niteliksel Bir Çalışma*, (Doktora Tezi), İstanbul Üniversitesi Sağlık Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Shane, S.A. (1994). "Are Champions Different From Non-Champions?", *Journal of Business Venturing*, 9/5, 397- 421
- Sherman, D.M. (1999). *Managing Innovation: A Psychological Perspective*, (Dissertation), Duke University Department of Psychology, American United States.
- Schumpeter, J. (1934). *The Theory of Economic Development*, Harvard University Press, Cambridge.
- Scott, S.G. and Bruce, R.A. (1994). "Determinants of Innovative Behavior: A Path Model of Individual Innovation in The Workplace", *Academy of Management Journal*, 37/3, 580-607.
- Sweeney, J. E. (2016). *Innovation in the School Context: An Exploratory Study*, (Unpublished PhD Thesis), Faculties of The University of Pennsylvania, Pennsylvania.
- Şan, M.K. (2007). "Bilgi Toplama Geçişte Sosyal Sermayenin Taşıdığı Önem ve Türkiye Gerçeği", *Bilgi Ekonomisi ve Yönetim Dergisi*, 2/1, 70-95.
- Şan, M. K. ve Şimşek, R. (2011). "Sosyal Sermaye Kavramının Tarihsel- Sosyolojik Arka Planı", *Akademik İncelemeler Dergisi*, 6/1, 88-110.
- Şavkar, E. (2011). *Sosyal Sermayenin Unsurları ve Ekonominin Kalkınmayla İlişkisi*, (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Afyon.
- Taştan, S.B. (2015). "Örgütsel Güven ve Sosyal Adalet Algısının Örgütlerde Sosyal Sermaye Yapısı ile İlişkilerinin İncelenmesi", *Osman Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 16/2, 13-58.
- Terzioğlu, M. (2008). *İşletmelerde İnovasyon Yeteneği: Denizli Tekstil Sektörü Örneği*, (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Sıtkı Koçman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Muğla.
- Tekin, İ.Ç. ve Akgemci, T. (2019). "Psikolojik Güçlendirmenin Yenilikçi İş Davranışına Etkisi", *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 11/3, 1674-1692.
- Töremen, F. ve Ersözlü, A. (2010). *Eğitim Örgütlerinde Sosyal Sermaye ve Yönetimi*, İdeal Kültür Yayıncılık, İstanbul.
- Töremen, F. (2002). "Okullarda Sosyal Sermaye: Kavramsal Bir Çözümleme", *Kuram ve Eğitim Yönetimi Dergisi*, 32, 556-573.

- Turan, A. (2014). "Sosyal Sermayenin Bilgi Paylaşma Tutumuna Etkisinde Motivasyonun Rolü: Telekomünikasyon Sektöründe Bir Araştırma", *Yıldız Teknik Üniversitesi İşletme İktisadi Enstitüsü Yönetim Dergisi*, 76, 204-231.
- Tuncay, N. (2016). *Yöneticilerin Liderlik Davranışlarının Sosyal Sermaye Üzerindeki Etkisi: Konya İşletmelerinde Bir Uygulama*, (Yüksek Lisans Tezi), KTO Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- Turgut, E. ve Begenirbaş, M. (2016). "Yenilikçi İklimin ve Sosyal Sermayenin Bilgi Paylaşımına Etkisi", *Savunma Bilimler Dergisi*, 15/1, 2148- 1776.
- Turgut, E. ve Begenirbaş, M. (2013). "Çalışanların Yenilikçi Davranışları Üzerinde Sosyal Sermaye ve Yenilikçi İklimin Rolü: Sağlık Sektöründe Bir Araştırma", *KHO Bilim Dergisi*, 23/2, 101-124.
- Turgut, E. (2013). *Sosyal Sermaye ve Bilgi Paylaşımı Davranışının Yenilikçilik İklimine Etkisi*, (Doktora Tezi), Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Tushman, M.L. and D. Nadler (1986). "Organizing for Innovation", *California Management Review*, 23, 74-92.
- Tüylüoğlu, Ş. (2006). "Sosyal Sermaye, İktisadi Performans ve Kalkınma: Bir Yazın Taraması", *Akdeniz İ.İ.B.F. Dergisi*, 6/12, 14-60.
- Thurlings, M., Evers, A. T. and Vermeulen, M. (2015). "Toward a Model of Explaining Teachers' Innovative Behavior: A Literature Review", *Review of Educational Research*, 85/3, 430-471.
- Thang, Y.T. and Chang, C.H. (2010). "Impact of Role Ambiguity and Role Conflict on Employee Creativity", *African Journal of Business Management*, 4/6, 869-881.
- Thurlings, M., Evers, A. T. and Vermeulen, M. (2015). "Toward a Model of Explaining Teachers' Innovative Behavior: A Literature Review", *Review of Educational Research*, 85/3, 430-471.
- Tsai, W. and S. Ghoshal (1998). "Social Capital And Value Creation: The Role of Intrafirm Networks," *Academy of Management Journal*, 41/4, 464-476.
- Tüylüoğlu, Ş. (2006). "Sosyal Sermaye İktisadi Performans ve Kalkınma: Bir Yazın Taraması", *Akdeniz İ.İ.B.F. Dergisi*, 12, 14-60.
- Tüysüz, N. (2001). *Sosyal Sermayenin Ekonomik Gelişme Açısından Önemi ve Sosyal Sermaye Endeksinin Hesaplanması*, (Uzmanlık Tezi), Kalkınma Bakanlığı Bölgesel Gelişme ve Yapısal Uyum Genel Müdürlüğü, Ankara.
- Uğuz, H. E. (2010). *Sosyal Sermaye Kişisel ve Kurumsal Sermayeye Farklı Bir Yaklaşım*, Orion Kitabevi, Ankara.
- Unsworth, K.L., Brown, H. and McGuire, L. (2000). Employee Innovation: The Roles of Idea Generation and Idea Implementation.  
[http://eprints.qut.edu.au/3034/1/Innov\\_process\\_SIOP.pdf](http://eprints.qut.edu.au/3034/1/Innov_process_SIOP.pdf). (20.04.2009).
- West, M.A., Borrill, C.S., Dawson, J.F., Brodbeck, F., Shapiro, D.A. and Haward B (2003). "Leadership Clarity and Team Innovation in Health Care", *The Leadership Quarterly*, 14, 393-410.
- West, M.A. and Sacramento, C.A. (2006). "Flourishing in Teams: Developing Creativity and Innovation", *Creative Management and Development*, 1, 25-44.
- Wolpert, J.D. (2003), *Yenilik Kutularının Dışına Çıkmak, Yenilikçilik*, (Çev. Ahmet Kardam), MESS Yayınları, İstanbul.
- Yahyagil, M.Y., (2001). "Örgütsel Yaratıcılık ve Yenilikçilik", *Yönetim Dergisi*, 12/38, 7-16.
- Yarıcı. S. (2001). "Pierre Bourdieu'da Sosyal Sermaye Kavramı", *Akademik İncelemeler Dergisi*, 6/1, 125-135.
- Yazıcı, S. (2000). "Rekabetçi Avantaj Sağlamada Yaratıcılık ve Yenilik", *Verimlilik Dergisi*, 3, 79-92.

- Yeloğlu, H.O. (2007). “Örgüt, Birey, Grup Bağlamında Yenilik ve Yaratıcılık Tartışmaları”, *Ege Akademik Bakış Dergisi*, 7/1, 133-152.
- Yetim, N. (2012). *Yenilikçiler ve Yenilikçi Aktörler Mersin*, Mersin Ticaret ve Sanayi Odası Yayınları, Mersin.
- Yılmaz, Ö. ve Akıncı, M. (2012). *İktisadi Büyüme ve Makroekonomik Belirleyicileri*, Nobel Yayınevi, Ankara.
- Yuan, F. (2010). “Individual Innovation in The Workplace: The Role of Performance and Image Outcome Expectations”, *Academy of Management Journal*, 53/2, 323–342.
- Yumuşak, İ.G. (2008). “Beşerî Sermayenin İktisadi Önemi ve Türkiye’nin Beşerî Sermaye Potansiyeli”, *Journal of Social Policy Conferences*, 0/55, 4-48.
- Zaltman, G., R. Duncan and J. Holbek (1973). *Innovations and Organizations*, Wiley, New York.



## **EKLER**

## Ek 1- Tez Anket Formu

Değerli Katılımcı,

Bu çalışmanın amacı firmanızda çalışanların yenilikçi iş davranışı gösterme düzeylerini ve yenilikçi davranışların sosyal sermaye üzerindeki rolünün belirlenmesidir. Soruları firmanızdaki diğer çalışma arkadaşlarınızı düşünerek cevaplayınız. Belirtilen davranışların gösterilme sıklığını 1 (Hiç) ve 5 (Hep) aralığından birini seçerek belirtmenizi rica ederiz. Araştırmada elde edilen bilgiler tamamen bilimsel amaçlarla kullanılacak olup hiçbir şahıs ve kurumlarla paylaşılmayacaktır. Çalışmanın amacına ulaşabilmesi için vereceğiniz bilgilerin güvenilir ve tutarlı olması oldukça önemlidir. Vereceğiniz içten, samimi cevaplar ve değerli katkınızdan dolayı için teşekkür ederiz.

Doç. Dr. Yeliz MOHAN BURSALI- [ybbursali@pau.edu.tr](mailto:ybbursali@pau.edu.tr)

Sultan Merve ÇETİN- [sultanmervectn@gmail.com](mailto:sultanmervectn@gmail.com)

### KİŞİSEL BİLGİLER

1. Cinsiyetiniz: ( ) Kadın ( ) Erkek
2. Medeni Durumunuz: ( ) Evli ( ) Bekâr
3. Yaşınız: ( ) 18-25 ( ) 26-34 ( ) 35-44 ( ) 45 yaş ve üzeri
4. Eğitim Düzeyiniz:
  - ( ) Lise
  - ( ) Ön Lisans
  - ( ) Lisans
  - ( ) Lisansüstü (Yüksek Lisans/Doktora)
5. Mesleğinizde Toplam Çalışma Süreniz:
  - ( ) 1 Yıldan Az
  - ( ) 1-5 Yıl
  - ( ) 6-10 Yıl
  - ( ) 11-15 Yıl
  - ( ) 15 yıl ve üzeri
6. Çalışmakta Olduğunuz Departman:
  - ( ) Yönetim
  - ( ) Genel Sekreterlik
  - ( ) Üretim

- ( ) Arge  
 ( ) Kalite Kontrol  
 ( ) Pazarlama  
 ( ) Muhasebe ve Finansman  
 ( ) İnsan Kaynakları

<b>YENİLİKÇİ DAVRANIŞLAR ANKETİ</b>		Hiç Katılmıyorum	Katılmıyorum	Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum	Katılıyorum	Tamamen Katılıyorum
1	Rutin iş yüküne dâhil olmayan konulara da önem verirler					
2	Kurumdaki süreçlerin nasıl geliştirileceği hakkında kafa yorarlardı					
3	Problemler için orijinal çözümler üretirler					
4	İşlerini yaparken kullanabilecekleri yeni çalışma yöntemleri, teknikleri ve araçları için araştırma yaparlardı					
5	Görevlerini etkili bir şekilde yerine getirmek için yeni yaklaşımlar bulurlar/geliştirirler					
6	Kurumda etkili olan kişileri yenilikçi fikir geliştirme konusunda cesaretlendirirler					
7	Diğer çalışanları yenilikçi bir fikri desteklemeleri için cesaretlendirirler					
8	Sistematik bir şekilde yenilikçi fikirleri okulda uygulamaya çalışırlardı					
9	Yeni fikirlerin uygulanmasına katkı sağlarlardı					
10	Yeni şeyler geliştirmek için çaba sarf ederler					

<b>SOSYAL SERMAYE ANKETİ</b>						
1.	Firmamızda bireysel bilgilerimizi diğerleriyle paylaşabileceğiniz iletişim kanalları mevcuttur					
2.	Firmamızdaki iletişim kanalları başkalarının sahip olduğu bilgilere erişimime olanak sağlamaktadır					
3.	Firmamızda iletişim kanalları farklı birim ve kişilerde mevcut olan bilgilerin paylaşılmasına olanak sağlamaktadır					
4.	Firmamızda iletişim kanalları farklı birim ve kişilerde mevcut olan bilgilerin dağıtılmasına olanak sağlamaktadır					
5.	Firmamızdaki iletişim sistemi farklı birim ve kişilerden gelen bilgilerin diğer kişilere zamanında iletilmesine olanak sağlar					
6.	Firmamızdaki iletişim ağı, iletişim ağı içinde bulunan kişilere bilgilerini paylaşma ve dağıtma olanaklarından haberdar olma fırsatı sağlar					

7.	Firmamızdaki iletişim kanalı yoğun miktarda bilgi ve çok sayıda bilgi paylaşımını gerçekleştirecek kişi ve birime sahiptir					
8.	Firmamızdaki iletişim kanalı bilgisini paylaşmak isteyen kişi ve birimlerin kolayca iletişim ağına katılmamasına olanak sağlar					
9.	Firmamızdaki örgütsel anlayış, farklı bireysel ve kültürel değerlere dayalı iletişim ve ilişkilerin oluşmasına olanak sağlamaktadır					
10.	Firmamızda birbirimizi anlamamızı ve iletişime geçmemizi kolaylaştıracak ortak terimler, ifadeler ve sözlerden oluşan bir dil kullanırız					
11.	Firmamızda kullandığımız ortak dil sahip olunan ve paylaşılan bilgileri elde etmede, yorumlamada ve anlamada etkinlik sağlar					
12.	Firmamızda kullandığımız ortak dil, mevcut bilgilerden yeni bilgiler elde edilmesinde kolaylık sağlar					
13.	Firmamızda anlatılan başarı hikâyeleri birey ve birimler için bilgi ve değerlerin yaratılmasında paylaşılmasında ve saklanmasında yol gösterici olur					
14.	Grup arkadaşlarımla paylaşımcı bir ilişkimiz vardır. Duygularımızı ve ümitlerimizi serbestçe paylaşabiliriz					
15.	İşyerinde çektiğim zorlukları grup arkadaşlarımla özgürce konuşabilirim ve onlar da beni dinlemek ister					
16.	Eğer grup arkadaşlarımdan birileri bir başka gruba transfer edilirse hem onlar hem biz yalnızlık hissederiz					
17.	Eğer grup arkadaşlarımla sorunlarımı paylaşırsam, yapıcı ve ilgili bir şekilde tepki vereceklerdir					
18.	Grup arkadaşlarımla birbirimize, kişisel ilişkilerimizde belirgin ölçüde duygusal yatırımlar yapıyoruz					
19.	Grubumuzda takım çalışmasını ve yardımlaşmayı destekleyen bir anlayış vardır					
20.	Grubumuzda iletişime ve bilgi paylaşımına isteklilik ve açıklık, paylaşılan bir değerdir					
21.	Grubumuzda eleştirilere ve farklı fikirlere açıklık, paylaşılan bir değerdir					
22.	Grubumuzda yazılı olmayan kurallar bilgi paylaşımını desteklemektedir					
23.	Grubumuzda iletişime, bilgi paylaşımına isteklilik ve açıklık beni benzer şekilde davranmaya zorunlu kılar					
24.	Grubumda paylaşılan değerleri kendi değerlerimle uyumlu buluyorum					
25.	Çalıştığım grup ile kendimi bir bütün olarak görebiliyorum					
26.	Grubumuzdaki iletişime, bilgi paylaşımına isteklilik ve açıklık değerleri beni de bu yönde davranmaya sevk ediyor					