

Sosyal Sermayenin Yenilikçi Davranışa Etkisinde Girişimcilik Eğiliminin Aracılık Rolü: Gaziantep'teki Suriyeli Girişimciler Üzerine Bir Araştırma

B. Dilek ÖZBEZEK* 
H. Mustafa PAKSOY** 
Subhi KORD ARABO*** 

ÖZ

Günümüzde bilim ve teknolojinin hızlı gelişimi ve küreselleşmeye yönelik eğilimlerle birlikte, neredeyse tüm örgütler muazzam riskler ve rekabet baskıları getiren dinamik bir iş ortamıyla karşı karşıya kalmaktadır. Yenilikçi davranış, örgütlerin uzun vadede hayatta kalması ve sürdürülebilir bir rekabet avantajı elde etmesi için benzersiz bir varlık olarak kabul edilmektedir. Öte yandan, çok sayıda bilim adamı sosyal sermaye ve girişimciliğin yenilikçi davranış üzerindeki etkisine dikkat çekmektedir. Bu perspektiften Gaziantep'teki 404 Suriyeli girişimcinin katıldığı çalışmanın temel amacı, sosyal sermayenin yenilikçi davranış üzerindeki etkisini ve bu etki düzeyinde girişimcilik eğiliminin aracılık rolü olup olmadığını incelemektir. Kavramsal ve ampirik araştırma sonucu elde edilen bulgular sosyal sermayenin hem doğrudan hem de girişimcilik eğilimi aracılığıyla dolaylı olarak yenilikçi davranışı olumlu bir şekilde etkilediğini ve ayrıca sosyal sermayenin yenilikçi davranış üzerindeki etkisinde girişimcilik eğiliminin kısmi aracılık rolü de doğrulanmıştır. Bu sonuçlar sosyal sermayenin girişimcilik eğilimi aracılığıyla girişimcilerin işlevselliğini daha da artırarak daha fazla yeni yaratıcı fikirler ürettikleri ve uyguladıkları argümanına güçlü bir destek sağlamaktadır.

Anahtar Kelimeler: Suriyeli Girişimciler, Sosyal Sermaye, Yenilikçi Davranış, Girişimcilik Eğilimi.

The Mediating Impact of The Entrepreneurship Tendency on The Relationship Between Social Capital and Innovative Behavior: A Research on Syrian Entrepreneurs in Gaziantep

ABSTRACT

Today, with the rapid development of science and technology and trends towards globalization, almost all organizations have to face with a dynamic business environment that brings enormous risks and competitive pressures. Innovative behavior is recognized as a unique asset for organizations to survive in the long run and achieve a sustainable competitive advantage. On the other hand, many scholars draw attention to the impact of social capital and entrepreneurship on innovative behavior. From this perspective, the main purpose of the study, in which 404 Syrian entrepreneurs in Gaziantep participated, is to examine the effect of social capital on innovative behavior and whether entrepreneurial tendency has a mediating role in this effect. The findings obtained as a result of conceptual and empirical research have confirmed that social capital positively affects innovative behavior both directly and indirectly through entrepreneurial tendency, and also the partial mediating role of entrepreneurial tendency in the effect of social capital on innovative behavior. These results provide strong support for the argument that entrepreneurs produce and implement more new creative ideas by further increasing functionality through the entrepreneurial tendency of social capital.

Keywords: Syrian Entrepreneurs, Social Capital, Innovative Behaviour, Entrepreneurship Tendency.

1. Giriş

Günümüzün belirsizlik ve yoğun rekabet ile karakterize edilen küresel iş dünyasında, yenilik ve yenilik yetenekleri, genellikle örgütün hayatta kalması, başarısı, büyümesi ve rekabet avantajları için hayati bileşenler olarak görülmektedir (Yeşil ve Doğan, 2019, s. 1). Bu açıdan örgütler, yeni fikirler, ürünler ve süreçler geliştirebilen ve pratikte uygulamalarını takip edebilen yaratıcı çalışanlara ihtiyaç duyarlar (Nasaj ve Badi, 2021, s. 2). Yenilikçi davranış, örgütün hayatta kalmasını, etkinliklerini ve sürekli rekabet edebilirliklerini sağlamak için faydalı olan yeni ve faydalı fikirlerin geliştirilmesi ve başlatılması ve bu fikirlerin yeni ve geliştirilmiş ürünlere, hizmetlere veya bir şeyler yapma yollarına uygulanması anlamına

* Dr. Öğr. Üyesi, Gaziantep Üniversitesi, dilekozbezek@gmail.com

** Prof. Dr., Gaziantep Üniversitesi, hmpaksoy@yahoo.com

*** Doktora Öğrencisi, Gaziantep Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, subhikord@yahoo.com

Makalenin Gönderim Tarihi: 13.11.2021; Makalenin Kabul Tarihi: 03.01.2022

gelir(Afsar vd., 2014, s. 1271). Yenilikçi davranışlar, çalışanları yenilik süreçlerinin geliştirilmesi ve uygulanmasına entegre ederek işyerinde yeniliği kolaylaştırabilir (Kör, 2016, s. 4).

Yenilikçi davranış, örgütsel değişimin temel taşı ve örgütsel yeniliğin anahtarı olarak düşünülebilir (Begenirbaş ve Turgut, 2015, s. 107; Akram vd., 2017, s. 2). Yenilik, sosyal ağlar aracılığıyla etkileşime giren çeşitli aktörler arasındaki hem resmi hem de gayri resmi ilişkileri içeren etkileşimli bir süreçtir (Landry vd., 2002, s. 683). Benzer şekilde, girişimci faaliyetler, kişilerarası ilişkiler ağlarında yerleşik sosyal bir süreçtir (McKeever vd., 2014, s. 454). Sosyal sermaye, yaratıcılık, yenilikçilik ve takım halinde öğrenme süreçlerini kolaylaştırır. Bu nedenle, örgütsel dinamiklerin yanı sıra yaratıcılık, yenilik ve değer yaratma (yani girişimci faaliyetler) anlayışının merkezinde yer alır (Goyal ve Ahkilesh, 2007, s. 212). Bu çalışma, insanların bilgi ve kaynaklara erişimini kolaylaştıran (Chen ve Zhou, 2017, s. 1554) ve istenen hedeflere ulaşmak için eylemleri koordine etmelerini sağlayan sosyal yapıya gömülü normlar ve sosyal ilişkiler olarak kabul edilen sosyal sermayenin (Doh ve Acs, 2010, s. 243) yenilikçi davranış üzerindeki etkisini girişimcilik eğilimi perspektifinden incelemektedir.

2. Kavramsal Çerçeve

2.1. Sosyal Sermaye

Sosyal sermaye kavramı ilk olarak 1916 yılında Lyda J. Hanifan tarafından okul performansını artırmada toplum katılımının önemini açıklamak için kullanılmıştır (Turgut ve Begenirbaş, 2013, s. 103; Fidan ve Yurdasever, 2017, s. 221). Kavramın ilk sistematik açıklaması ve akademik tartışmalara girişi Fransız sosyolog Pierre Bourdieu (1986) ve Amerikalı sosyolog James S. Coleman'ın (1988) çalışmalarına atfedilebilir (Bhandari ve Yasunobu, 2009, s. 487). Bourdieu (1986) ve Coleman'a (1988) göre sosyal sermaye, iş birliği yoluyla bireyler ve gruplar arasında karşılıklı ekonomik fayda beklentisidir (Fandiño vd., 2015, s. 26). Bununla birlikte, kavramın sosyal bilimciler arasında yoğun bir şekilde popülerleştiren ve araştırmacıların ve politika yapımcıların dikkatini çeken siyaset bilimci Robert D. Putnam'ın (1993) sivil katılım, güven ve karşılıklılık normları üzerine öncü çalışması olmuştur (Carpiano, 2006, s. 166; Nyqvist vd., 2013: 395).

Sosyal sermaye, genel olarak sosyal ve ekonomik faaliyetleri etkileyen güven, sosyal normlar ve ağları ifade eder (Nakagawa ve Shaw, 2004, s. 2). Putnam'a (1993) göre, sosyal sermaye kavramını "karşılıklı fayda için koordinasyonu ve iş birliğini kolaylaştıran ağlar, normlar ve sosyal güven gibi sosyal organizasyonun özellikleri" olarak tanımlanabilir (Carpiano, 2006, s. 166). Sosyal sermaye, etkili uygulamalar ve süreçler gibi belirli sonuçlar üretmek için bireylerin eylemlerinin etkinleştiricisi olarak işlev görür (Nguyen vd., 2020, s. 210). Örneğin, sosyal sermaye kaynakları bakımından zengin bir topluluğun, etkili sivil kurumlara sahip olması ve dolayısıyla refaha kavuşması ve kanun ve düzeni sağlamada daha etkili olması daha muhtemeldir. Bir toplumdaki sosyal sermaye düzeyi, her türden gönüllü birliklere üyelik yoğunluğu, vatandaşlar arasındaki kişilerarası güvenin boyutu ve karşılıklı yardımın mevcudiyetine ilişkin algılar gibi göstergelerle ölçülebilir (Lochner vd., 1999, s. 260).

İşletme ve yönetim literatüründe, araştırmacılar sosyal sermayeyi genellikle katılımcılara fayda sağlayan bir dizi ağ olarak kabul etmektedir (Zheng, 2008, s. 152; Jha ve Cox, 2015, s. 254). Nahapiet ve Ghoshal'a (1998, s. 243) göre "bir bireyin veya sosyal birimin sahip olduğu ilişkiler ağından sağlanan veya bu ağlar aracılığıyla elde edilen ve içine gömülü gerçek ve potansiyel kaynakların toplamı" olarak tanımlanabilir. Nahapiet ve Ghoshal (1998, s. 243) ayrıca sosyal sermayenin yapısal, ilişkisel ve bilişsel olmak üzere üç boyuttan oluştuğunu belirtmişlerdir. Sosyal sermayenin yapısal boyutu, ilişkiler ağının ve sosyal yapının sahip olduğu nitelikleri içerir. Kavram, ağlardaki insanlar arasındaki bağların kalıplarını ve gücünü içeren sosyal etkileşimleri, diğer bir deyişle kime ulaştığınızı ve nasıl ulaştığınızı tanımlar. Sosyal sermayenin ilişkisel boyutu, temelde aktörlerin kendi ilişkilerinin özellikleriyle ilgilidir. Kavram, güven, normlar, yükümlülükler ve özdeşleşme gibi kişisel ilişkiler yoluyla yaratılan kaynaklardan oluşur. Sosyal sermayenin bilişsel boyutu, taraflar arasında paylaşılan ortak tanımlar, kodlar, yorumlar ve bir anlam sistemi sağlayan kaynakları ifade eder. Bilişsel sosyal sermaye sosyal sistemde bir hedefin ortak bir şekilde anlaşılmasını ve uygun hareket etme yollarını kolaylaştıran paylaşılan diller, kodlar ve başarı hikâyeleriyle kendini gösterir (Tsai ve Ghoshal, 1998, s. 463; Turgut ve Begenirbaş, 2013, s. 104; Yeşil ve Doğan, 2019, s. 4).

Sosyal sermaye, bireyler veya gruplar için mevcut olan iyi niyettir. Kaynağı, aktörün sosyal ilişkilerinin yapısında ve içeriğinde yatar. Etkileri, aktöre sağladığı bilgi, etki ve dayanışmadan kaynaklanır (Adler ve

Kwon, 2002, s. 23). Sosyal sermaye, insanlar ve ağlar arasındaki bağlarda var olan kaynakları kapsar ve sosyal ilişkilerde bulunur. İlişkilere dayanan bir dizi kaynak olarak sosyal sermayenin birçok farklı özelliği vardır (Zheng, 2008, s. 152). Sosyal sermaye kavramı, sosyal bağların yönüne göre bağlayıcı, köprü kuran ve birleştirici sosyal sermaye olmak üzere üç şekilde tanımlanabilir (Ferlander, 2007, s. 118; Nyqvist vd., 2013, s. 395). Bağlayıcı (dayanışmacı) sosyal sermaye yaş, cinsiyet, etnik köken veya sosyoekonomik durum gibi ortak sosyo-demografik özellikleri (veya sosyal kimlik) paylaşan üyeler arasındaki güvene ve iş birliğine dayalı ilişkiler anlamına gelir. Köprü (Aracı) kuran sosyal sermaye, sosyo-demografik (veya sosyal kimlik) anlamda (yaş, eğitim, etnik köken ve din gibi özellikler açısından farklılık gösteren) kanıtlanabilir bir biçimde farklı olan insanlar arasındaki saygı ve karşılıklılık ilişkilerini içerir. Birleştirici sosyal sermaye, toplumdaki açık, resmi veya kurumsallaşmış güç veya otorite sahip bireyler ve gruplar veya örgütlerle etkileşimde bulunan insanlar arasındaki saygı normları ve güvene dayalı ilişkiler ağları olarak tanımlanmıştır (Szreter ve Woolcock, 2004, s. 654-655; Titeca ve Vervisch, 2008, s. 2206- 2207).

2.2. Yenilikçi Davranış

Yenilikçi davranış, rol performansına, gruba veya örgüte fayda sağlamak için bir iş rolü, çalışma grubu veya örgüt içinde yeni fikirlerin üretilmesini, tanıtılmasını ve gerçekleştirilmesini amaçlayan bireyin bilinçli çabaların toplamı olarak tanımlanır (Janssen 2003, s. 348). Öte yandan yenilikçi davranış, çalışanların işyerinde yeniliklerin geliştirilmesini ve tanıtılmasını doğrudan ve dolaylı olarak teşvik eden bilinçli çabalarını yansıtır (Begenirbaş ve Turgut, 2016, s. 64). Bu tür yenilikçi davranışlar, yeni ürün fikirleri veya teknolojilerinin geliştirilmesini, iş ilişkilerini iyileştirmeyi amaçlayan idari prosedürlerdeki değişiklikleri veya verimliliklerini ve etkinliklerini önemli ölçüde artırmayı amaçlayan iş süreçlerine yeni fikirlerin veya teknolojilerin uygulanmasını içerebilir (Kleysen ve Street, 2001, s. 285). İşyerinde yeni teknolojiler aramak, hedeflere ulaşmak için yeni yollar bulmak, yeni çalışma yöntemleri uygulamak ve yeni fikirleri gerçekleştirmek için kaynakları araştırmak ve güvence altına almak yenilikçi davranış örnekleri arasında yer alır (Yuan ve Woodman. 2010, s. 324).

Yenilikçi davranış, fırsatların araştırılmasını ve yeni fikirlerin üretilmesinin (yaratıcılıkla ilgili davranış) yanı sıra kişisel ve/veya iş performansını artırmak için değişim oluşturmaya ve yeni bilgileri uygulamaya veya süreçleri iyileştirmeye yönelik iş davranışlarını da (uygulamaya yönelik davranış) içeren çok aşamalı bir süreç olarak görülebilir (De Jong ve Den Hartog, 2008, s. 5; De Jong ve Den Hartog, 2010, s. 24). Scott ve Bruce (1994, s. 581-582) yenilikçi davranış sürecini, fikir üretme (yaratıcılık), geliştirme ve uygulama olmak üzere üç farklı davranışsal görev ile kategorize etmiştir. Bireysel yenilik, problemin tanınması ve orijinal veya mevcut ürün veya süreçlere uyarlanabilen yeni veya benimsenmiş bir fikrin veya çözümün üretilmesiyle başlar. Bir sonraki aşama, bireyin yeniliği meşrulaştırmak ve gerçekleştirilmesini kolaylaştırmak için meslektaşlarını ve/veya yöneticilerini ikna etme ve etkileme, zorlama ve müzakere etme gibi destek bulunması ve koalisyon kurulmasına yönelik yapılan sosyal faaliyetlerle ilgili fikir geliştirmedir. Son olarak fikri gerçekleştirme aşaması, fikirleri bir iş rolü, grup veya tüm organizasyon içinde somut ürünlere ve süreçlere dönüştürülmesi ile ilgilidir. Bu yeniliğin fiziksel veya entelektüel bir prototipinin pratik uygulamasını ve uygulama sırasında stratejilerin, prosedürlerin, çözümlerin ve sonuçların eleştirel olarak incelenmesini içerir ve bireyler herhangi bir zamanda yenilikçi olarak bu sürecin herhangi bir aşamasında yer alabilir (Janssen, 2000, s. 288). Bu faaliyetler, aynı zamanda ekstra rol davranışları olarak adlandırılan tamamen isteğe bağlı eylemler olarak görülür ve esasen iş beklentilerinin bir parçası veya resmi değerlendirme ve ödüllendirme süreçleriyle ilgili değildir (Nasaj ve Badi, 2021, s.7).

2.3. Girişimcilik Eğilimi

Girişimcilik eğilimi, girişimcinin bağımsız bir iş kurma eğilimi ve kabul derecesi olarak ifade edilebilir (Chao ve Tang, 2019, s. 24). Girişimcilik eğilimi, fırsatları tanıma ve kullanma, yenilik yapma ve değişim yaratma ile ilgili psikolojik ve davranışsal eğilimler olarak tanımlanabilir (Ahmetoglu vd., 2020, s. 130). Girişimcilik eğilimi, bir bireyin dikkatini, deneyimini ve eylemini belirli bir hedefe veya bir şeyi başarmak için yönlendiren zihinsel bir durum olarak kabul edilmektedir (Yao vd., 2016, s. 62).

Girişimcilik eğilimi, bir bireyin kendi işini yürütme arzusunu ve kararlılığını temsil eder. Girişimcilik eğilimi, bilinçli olarak ortaya çıkan bir davranış biçimidir (Kambur, 2021, s. 1480) ve kendi kaderini tayin

etme, yenilikçilik, risk alma, proaktiflik ve rekabetçi bir yapı gibi temel süreçlerle birlikte bütünü oluşturmaktadır (Tiftik ve Zincirkıran, 2014, s. 182). Birçok araştırma, girişimci olmak için en önemli faktörün bireysel özellikler olduğunu göstermiştir. Dolayısıyla girişimci bir davranışa sahip olmak, girişimci olmanın kilit noktasıdır (Keskin ve Yıldırım, 2020, s. 105).

Girişimcilik, genel olarak fırsatları tanıma, seçme ve yorumlama ve daha sonra belirsiz bir ortamda yeni bir şeyler ortaya koyma yeteneğidir (Bozkurt ve Erdurur, 2013, s. 60). Öte yandan girişimciler, kendine özgü kişilik özelliklerine sahip, iş kurmaya yatkın bireyler olarak değerlendirilebilir. Ayrıca, girişimciler ve yetenekleri arasındaki ilişki açısından bireysel özelliklerinin dikkate alınması gerekmektedir (Baltacı, 2017, s. 17). Bir bireyin girişimcilik yeteneğini etkileyen çeşitli faktörler bulunmaktadır. Bu çalışma kapsamında girişimcilik eğiliminin ortaya çıkmasını etkileyen faktörler başarıya ihtiyacı, kontrol odağı, risk alma eğilimi, belirsizliğe karşı tolerans, yenilik, kendine güven gibi özellikler olarak incelenmiştir (İşcan ve Kaygın, 2011, s. 446-448; Ocak vd., 2019, s. 69).

Başarı ihtiyacı, girişimcilik davranışlarını etkileyen önemli bir psikolojik faktör olarak (Bozkurt ve Erdurur, 2013, s. 60), kişisel başarıya ulaşabilmek için daha iyisini yapma arzusunun ifade etmektedir (Öztaş vd., 2017, s. 4366). Başarı ihtiyacı yüksek olan bireyler gelecek odaklı, kendi becerilerine güvenen, iyimser bakış açısına sahip, görev odaklı, zamanı etkin bir şekilde yöneten, sonuç odaklı, yüksek enerjik, zorluklara rağmen hedeflerine ulaşmak için kararlı ve ısrarlı, sorumluluk sahibi, gerektiğinde uzun saatler çalışmaya istekli kişilerdir (Baltacı, 2017, s. 17). Başarı motivasyonu yüksek olan bireylerin girişimcilik faaliyetlerini üstlenme olasılığı daha yüksektir. Bu bireyler, işlerini bir sonuca ulaştırmak için kişisel sorumluluk ve risk alma eğilimine sahiptirler (Tiftik ve Zincirkıran, 2014, s. 181).

Kontrol odağı, bireyin kendi hayatı ve çevresi üzerindeki kontrolüne ilişkin inancı olarak tanımlanmaktadır. Bireyler, durumlarının, eylemlerinin ve olaylarının kendilerinin veya başkalarının kontrolü altında olduğuna dair ortak bir beklenti içindedir (Baltacı, 2017, s. 17). Kontrol odağı girişimcilerin en baskın özelliklerinden biri olarak kabul edilir. İç kontrol odağı, alınan kararların sonuçlarından girişimcinin kendisinin sorumlu olduğunu bilmekle ilgilidir. İçsel kontrol odağı yüksek olan bireyler, sonuçları kontrol edebileceklerini inanırlar. Bu nedenle, ellerinden gelenin en iyisini yapma ve hedeflerine yönelik kararlılık gösterme eğilimindedirler. Dış kontrol odağı sahip bireyler daha pasif olma eğilimindedir ve çoğunlukla şans ve kaderin eylemlerinin sonuçlarını belirlediğine inanırlar (Demirci, 2013, s. 24).

Risk alma, bilinmeyen yeni pazarlara girme, kaynakların büyük bir kısmını sonuçları belirsiz girişimlere ayırma ve/veya ağır borçlanma gibi cesur eylemlerde bulunma eğilimi anlamına gelir (Lumpkin ve Dess 2001, s. 431). Girişimcilerin tanımlanan en eski özelliği olan risk alma (Caird, 1991, s. 179), başarı olasılığını veya eylemlerin sonuçlarının ne olacağını bilmeden veya bilinmeyen koşullarda karar vermeyi içermektedir (Öztaş vd., 2017, s. 4367). Girişimciler, genellikle kararlarını belirsizlik altında aldıkları için daha yüksek risk alma eğilimine sahip kişilerdir (Demirci, 2013, s. 24).

Belirsizliğe karşı tolerans, belirsizlikten kaynaklanan riskleri tespit etme ve bu tür risklerle başa çıkmak için gerekli becerileri gösterme (olumlu tepki verme) yeteneğidir (Ocak vd., 2019, s. 69). Belirsizliğe karşı tolerans, belirsiz bir ortamda daha fazla bilgi aramadan verilen karara karşı yüksek tolerans göstermeyi ifade eder. Belirsizliğe karşı tolerans, bireylerin yüksek toleransla yaratıcı ve yeni yollar bulmasını sağlar. Girişimciler belirsizlik ve zorluklarla karşılaştıklarında çabalarında ısrarcı olmak zorundadırlar (Öztaş vd., 2017, s. 4367). Bu nedenle belirsizliğe toleransın girişimcilerin bir özelliği olduğuna inanılmakta ve girişimcilik eğiliminde olan bireylerin belirsizliğe karşı diğerlerine göre daha fazla tolerans göstermesi beklenmektedir (Koh, 1996, s. 15).

Yenilikçilik, yeni ürünlerin/hizmetlerin tanıtılmasında yaratıcılığı ve deneyselliği ve yeni süreçlerin geliştirilmesinde yenilikçiliği, teknolojik liderliği ve Ar-Ge'yi destekleme eğilimini ifade eder (Lumpkin ve Dess 2001, s. 431). Yenilikçilik, girişimciliğin odak noktası ve temel bir girişimcilik özelliğidir (Koh, 1996: 16). Girişimci, herhangi bir yeniliği başlatan, kararları ve uygulamaları sonucunda sürdüren ve geliştiren kişi olarak kabul edilmektedir (Tiftik ve Zincirkıran, 2014, s. 181).

Kendine güven, bir bireyin özel bir iş yapmak için kendi yeteneğini değerlendirmesi olarak kabul edilir (İşcan ve Kaygın, 2011, s. 447). Girişimciler faaliyetlerini yürütürken sayısız zorluk ve belirsizlikle karşı karşıya kalırlar. Koh'a (1996, s. 15) göre, bir bireyin kendi işini kurmayı tercih eden bir girişimci olarak belirlenen hedeflere ulaşabileceğine inanması beklenebilir. Kendine güven, bir girişimcilik özelliği olarak

içsel kontrol odağı, risk alma eğilimi ve belirsizliğe tolerans gibi diğer psikolojik özelliklerle ilişkilidir. Kendine güvenen insanlar, başarılı olmak için gereken bütün yeteneklerin kendilerinde olduğuna inanan kişilerdir (İşcan ve Kaygın, 2011, s. 447).

3. Araştırma Hipotezleri

3.1. Sosyal Sermaye ve Yenilikçi Davranış Arasındaki İlişki

Sosyal sermaye, bireyin veya örgütün zaman içinde sürdürdüğü ilişkisel ağdan elde edilen kaynakları ifade eder (Casanueva ve Gallego, 2010, s. 106). Adler ve Kwon'a (2002, s. 18) göre sosyal sermayenin sosyal aktörler arasındaki sosyal ilişkilere gömülü bir dizi kaynaktır. Gerçekten de ağlar, normlar ve güven gibi sosyal örgütlerin karşılıklı fayda için koordinasyonu ve iş birliğini kolaylaştıran özelliklerini ifade eden sosyal sermaye (Chou, 2006, s. 889), fiziksel ve beşerî sermayeye göre nispeten daha az somut ve gözlemlenebilir, bu da aktörler arasındaki ilişkilerde daha fazla somutlaştığı anlamına gelir (Kapucu, 2011, s. 25).

Sosyal sermaye, bilginin ve fikirlerin hızlı bir şekilde yayılmasını ve kaynaklara erişimi kolaylaştırır (Tsai ve Ghosal, 1998, s. 467; Zheng, 2008, s. 154; Turgut ve Begenirbaş, 2013, s. 109) ve örgüt içinde farklı üyeler/birimler arasındaki iş birliğini ve koordinasyonu motive ederek yenilikçi faaliyetleri teşvik eder (Nahapiet ve Ghoshal, 1998, s. 243; Goyal ve Ahkilesh, 2007, s. 213). Kapucu'ya (2011, s. 24) göre bağlayıcı, köprü kuran ve birleştirici sosyal sermaye, bireyler arasındaki güvenin artmasına yardımcı olabilir ve dolayısıyla sağlıklı ve genişletilmiş bir sosyal ağı teşvik edebilir. Öte yandan, Wang ve diğerleri (2016, s. 653) sosyal ağ üyeleri arasındaki güven ve kabul edilebilir davranış normları, yenilik için ihtiyaç duyulan kişiler arası koordinasyonu ve iş birliğini teşvik edeceğini belirtmişlerdir. Sosyal olarak elde edilen bu faydalar, yenilik yeteneklerini geliştirmeye yardımcı olur, araştırma ve geliştirme için sinerji oluşturmasının yanı sıra ilgili maliyetleri ve riskleri azaltır ve yeni ürün geliştirme süresini kısaltır.

Sosyal sermaye, yenilikçi faaliyetleri teşvik eden bir faktör olarak görülmektedir (Kaasa, 2009, s. 219). Yenilikçi faaliyetler için önemli bir kaynak olarak bilgi ve fikirler, sosyal ilişkilerle yayılır. Sosyal bağlantılar, bireylerin sosyal ağlarına gömülü bilgiye ve diğer kaynaklara erişme yeteneklerini geliştirir (Xu, 2016, s. 499). Sosyal etkileşimler, insanların birbirlerini tanımalarını, önemli bilgileri paylaşmalarını, görev konuları veya hedefleri ile ilgili ortak bir anlayış oluşturmalarını ve başkalarının kaynaklarına erişmelerini sağlar. Sosyal sermaye, aynı zamanda yeni yaratıcı fikirlerin üretilmesini ve uygulanmasını da teşvik eder (Yeşil & Doğan, 2019, s. 1). Casanueva ve Gallego'ya (2010, s. 106) göre yeni bilgi üretme ve yeni ürünlere ve süreçlere aktarma yeteneği kişisel ve kurumsal ağlar arasında gerçekleşen iletişim, bilgi ve bilgi akışlarıyla bağlantılıdır. Nahapiet ve Ghoshal'a (1998, s. 243) göre ağ ilişkilerinin kalitesi, üyelerin çeşitli kaynaklara ve bilgilere erişimini etkiler. Bu tür kaynaklara erişim, çalışanların işyeri sorunlarını belirleme ve yenilikçi çözümler geliştirmesini sağlayacaktır (Xerri ve Brunetto, 2011, s. 3).

Sosyal sermayenin yenilikçi davranış üzerindeki etkisini ortaya koymak amacıyla araştırmalar, sosyal sermaye ile yenilikçi davranış arasında güçlü bir ilişki olduğunu göstermiştir. Örneğin, Hu ve Randel (2014, s. 1) sosyal sermayenin unsurlarının (bilişsel ve ilişkisel sermaye) takım üyelerinin yenilikçi davranış üzerindeki etkisinde bilgi paylaşımının (örtülü ve açık bilgi paylaşımı) aracılık rolü bulunmuştur. Akram ve diğerleri (2017) sosyal mübadele teorisinde yola çıkarak sosyal sermayenin yenilikçi davranışını geliştirmede önemli bir rol oynadığını tespit etmiştir. Shahab ve Imran (2018), sosyal sermayenin yenilikçi iş davranışının yaratılmasında önemli bir rol oynadığını ve aynı zamanda etik iş bağlamı ile yenilikçi iş davranışı arasında aracılık rolü üstlendiğini ortaya koymuşlardır. Çöp ve Topcu (2019) sosyal sermayenin yenilikçi davranış üzerinde olumlu etkisi olduğunu ve ayrıca sosyal sermayenin yenilikçi davranış üzerindeki etkisinde bilgi paylaşımının kısmi aracılık rolü olduğunu tespit etmiştir. Heliawaty ve diğerleri (2020), sosyal sermayenin unsurları (sosyal ağlar, karşılıklı güven ve karşılıklılık) ile yenilikçi davranışın unsurları (yaratıcılık ve risk alma) arasında çeşitli önem seviyelerinde bir ilişki olduğunu bulunmuştur. Bu bilgilere dayalı olarak aşağıdaki hipotez önerilmektedir;

H₁: Sosyal sermayenin yenilikçi davranışlar üzerinde pozitif bir etkisi vardır.

3.2. Girişimcilik Eğiliminin Aracılık Rolü

Girişimci perspektiften sosyal sermaye, “girişimcilerin destek için güvenebilecekleri” ağları ve ilişkileri ve sosyal etkileşimler yoluyla harekete geçirilebilecek ağların içine ve arasına yerleştirilmiş kaynakları ifade eder (Correa vd., 2021, s. 2282). Sosyal sermaye, topluluk içinde etkileşim ve öğrenme süreçleri yoluyla biriktirilir (Chou, 2006, s. 891). Sosyal sermaye, fırsatların keşfedilmesini ve kaynakların harekete geçirmesini kolaylaştıran ağların yanı sıra kıt kaynakların tanımlanması, toplanması ve tahsis edilmesini sağlar (Davidsson, ve Honig, 2003, s. 309; Shaw vd., 2008, s. 900; Kwon vd., 2013, s: 980). İnsanlar yüksek düzeyde sosyal sermayeye sahip bir topluluğa ait olduklarında, birbirleriyle çalışmaya daha isteklidir; risk alma yetenekleri gelişir ve bu zengin sosyal sermaye, yenilikçi faaliyetlere yol açar (Farsi vd., 2013, s. 23).

Sosyal sermaye, sosyal etkileşimlere dayanır ve başkalarıyla bağlantılar ve ilişkiler, güven, birliktelik, karşılıklı bağımlılıklar ve tabii ki bu etkileşimi kolaylaştıran ağlar aracılığıyla sağlanır. Girişimcilik, kişilerarası ilişkiler ağlarında yerleşik sosyal bir süreçtir ve sosyal ağlar, girişimcilerin yeni iş girişimleri başlatma çabalarını destekleyen gerekli tamamlayıcı kaynaklara erişebilmeleri için bir altyapı sağlayabilir (Lin vd., 2006, s. 173; McKeever vd., 2014, s. 456). Chia ve Liang (2016, s.152) sosyal sermayenin özellikle bilgi edinme, iş fırsatlarının belirlenmesi, ağ oluşturma, itibar oluşturma ve performansın iyileştirilmesi gibi girişimcilik faaliyetleri için faydalı olduğuna ve genç nesillerin girişimcilik niyetlerini ve kariyer seçimlerini güçlü bir şekilde etkilediğine dikkat çekmişlerdir. Kwon ve diğerleri (2013, s. 980), sosyal sermaye düzeyi yüksek topluluklardaki bireylerin, düşük sosyal sermaye düzeyine sahip topluluklardaki bireylere kıyasla kendi hesabına çalışma olasılıklarının daha yüksek olduğunu belirtmişlerdir. Bauernschuster ve diğerleri (2010, s. 821), girişimcinin kendi işini kurmak ve işletmek için kariyer seçimi, bireysel yetenek ve becerilere olduğu kadar, bilgi ve kaynaklara erişimini kolaylaştıran sosyal sermayeye erişimine de bağlı olduğunu belirtmektedir. Sosyal sermaye, özellikle ürün yaratma sürecinde bilgi ve kaynaklara erişimi ve teknolojinin benimsenmesini kolaylaştırabilir, başlangıç aşamasında emek veya finans gibi diğer temel kaynaklara erişim ve hatta iş yaratma sürecinde psikolojik yardım sağlayabilir.

Girişimcilerin başarı ihtiyacı, kontrol odağı, risk alma, belirsizliğe karşı tolerans, yenilik ve kendine güven gibi davranışlarını tanımlayan belirli psikolojik özelliklere sahip olmaları gerekmektedir (Caird, 1991, s. 178; Lumpkin ve Dess 2001, s. 431; İşcan ve Kaygın, 2011, s. 446; Bozkurt ve Erdurur, 2013, s.60). Vosta ve Jalilvand'a (2013, s. 210) göre bu psikolojik özellikler, aynı zamanda bireylerin niyetlerini ve davranış biçimlerini etkileyen değerler veya inançları oluşturur ve girişimcilik için karar vermede önemli bir rol oynar. Sosyal sermayenin girişimcinin fırsatları tanıma ve kullanma, yenilik yapma ve değişim yaratma ile ilgili psikolojik ve davranışsal eğilimlerini etkileyebileceğini düşünülebilir. Örneğin, Correa ve diğerleri (2021, s. 2280), sosyal sermayenin bireysel girişimcilik yönelimini etkilediğini bulmuşlardır. Vosta ve Jalilvand (2013, s. 222) sosyal sermayenin boyutları (sosyal yapısal, ilişkisel ve bilişsel sermaye) ile başarı, yenilik, kişisel kontrol, benlik saygısı, fırsatçılık, özerklik/bağımsızlık ve risk/belirsizlik gibi kadın girişimcilerin psikolojik özelliklerini arasında güçlü istatistiksel olarak anlamlı ilişkiler tespit etmiştir. Bu bilgilere dayalı olarak aşağıdaki hipotez önerilmektedir;

H₂: Sosyal sermayenin girişimcilik eğilimi üzerinde pozitif bir etkisi vardır.

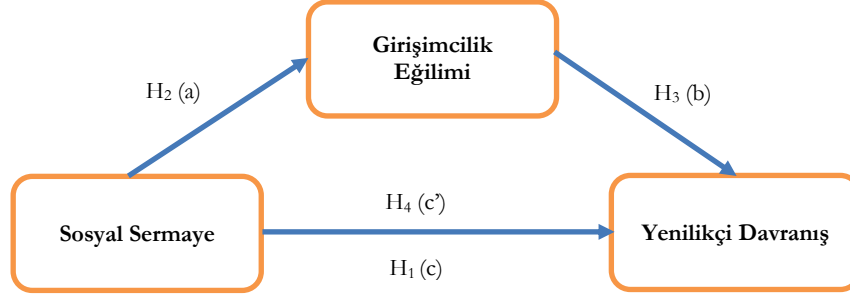
Girişimciliği üstlenmek için girişimci motivasyonu ile yenilikçi davranış arasında önemli bir ilişki vardır ve yenilikçi davranışı etkileyen hem içsel hem de dışsal motivasyondur. Bunun nedeni, girişimcilik eğilimi yüksek kişilerin büyük bir iç kontrole sahip olmaları, yenilikçi olmaları ve ileri görüşlü olma eğiliminde olmalarıdır. Özellikle meydan okuyan ve risk alan bir tutuma sahip insanlar, bu faaliyetlere daha cesurca zaman ve çaba harcayarak yenilikçi faaliyetleri teşvik eder. Girişimcilik eğilimi yüksek olan kişiler, problem çözme yeteneğine sahiptir ve daha yenilikçi davranışlar sergiler (Lee vd., 2019, s. 2). Örneğin, Tabak vd. (2010, s. 159) girişimci bireylerin özelliklerinden olan iç kontrol odağının yenilikçi davranış, belirsizliğe tolerans ve risk alma aracılığıyla etkilediğini tespit etmiştir.

Girişimci bireylerin önemli psikolojik özelliklerinden yüksek düzeyde başarı ihtiyacı, özerklik, güç ve bağımsızlık, yenilik süreciyle ilişkili belirsizlik ve/veya karmaşıklıkla başa çıkmayı ve proaktif olarak düşünmeyi kolaylaştırır (Tabak vd., 2010; Blanchard, 2017). Bu doğrultuda, yüksek düzeyde girişimcilik eğilimine sahip kişilerin işyerinde fikir üretme ve/veya uygulama veya yeni bir şey deneme açısından risk alma olasılıkları da daha yüksektir (Åmo, 2006, s. 287). Person'a (1989, s. 90) göre, güçlü bir iç kontrole ve yenilikçi ve proaktif bir davranışsal yönelime gibi girişimcilik becerilerine sahip kişiler, rekabet gücünü ve

üretkenliği de artırırken etkili yeniliği hedefler. Bu bilgilere dayalı olarak aşağıdaki hipotezler önerilmektedir;

H₃: Girişimcilik eğiliminin yenilikçi davranış üzerinde pozitif bir etkisi vardır.

H₄: Girişimcilik eğiliminin, sosyal sermaye ve yenilikçi davranış arasındaki ilişkide aracılık rolü vardır.



Şekil 1. Araştırma Modeli

Şekil 1'deki modelde a, b, c ilişkilerinin her biri dolaysız ilişkiyi gösterirken, c' dolaylı ilişkiyi (aracı değişken) göstermektedir.

4. Yöntem

4.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi

Günümüzün son derece rekabetçi iş dünyası, örgütleri iş yaparken yenilikçi ve yaratıcı olmaya zorlamaktadır. Bu durum herhangi bir örgüt için ürünlerini, hizmetlerini ve çalışma prosedürlerini geliştirme ve sürekli yenilik yapma yeteneğini çok önemli hale gelmiştir (Akram vd., 2017, s. 2). Yenilikçi davranış, çalışanların işle ilgili yeni ve faydalı fikirleri bulunması, geliştirilmesi ve uygulamasıyla ilgili çabaların bir çıktısı olarak kabul edilir (Kör, 2016, s. 3; Çöp ve Topcu, 2019, s. 34). Yenilikçi davranış, dış ve iç örgütsel yeterlilikleri bütünleştirmeye, oluşturmaya ve yeniden yapılandırmaya yardımcı olabilecek canlı bir yetenektir. Bu yetenek (Akram vd., 2017, s. 6), sürekli değişen iş ortamında, örgütlerin hayatta kalmalarını, etkinliklerini ve sürekli rekabet edebilirliklerini sağlamalarına yardımcı olabilecek kritik bir faktördür (Kör, 2016, s. 11). Yenilikçi davranış, aynı zamanda özel olarak üstlenilen faaliyet biçimleri içinde çalışanın bireysel özellikleriyle ilgili bir yapıdır (Wojtczuk-Turek, 2012, s. 73). Bu nedenle, yenilikçi davranışı neyin kolaylaştırdığını veya teşvik ettiğini belirlemek kritik önem taşımaktadır (Scott ve Bruce, 1994, s. 580). Yenilikçi davranışı etkileyen önemli faktörlerden biri olan sosyal çevreler (yani sosyal sermaye olarak adlandırılan ağlar, güven, normlar vb.) birçok bilim insanının dikkatini çekmiştir (Kaasa, 2009, s. 218). Bu çerçevede çalışmanın odak noktası sosyal sermayenin yenilikçi davranış üzerindeki etkisinde girişimcilik eğiliminin aracılık rolünü incelemektir.

4.2. Araştırma Etiği

Nicel olarak tasarlanan bu araştırma için Gaziantep Üniversitesi Sosyal ve Beşerî Bilimler Etik Kurulundan 12.03.2021 tarih ve 05 nolu toplantısında alınan 34 nolu kararla etik kurul onayı alındıktan sonra gönüllülük esasına dayalı ve kolayda örneklem yöntemiyle ulaşılabilen katılımcılardan veri toplanmıştır.

4.3. Araştırmanın Veri Toplama ve Ölçüm Araçları

Araştırma kapsamında verilerin toplanması için 3 farklı ölçekten oluşan web tabanlı bir anket formu kullanılmıştır. Araştırmanın planlama aşamasında, anket formunda kullanılan tüm ölçekler araştırmanın kapsamını Suriyeli girişimciler oluşturması nedeniyle Arapçaya çevrilmiştir. Öte yandan, anket formunda yer alan ifadelerin katılımcılar tarafından değerlendirilmesi için 5'li Likert Ölçeği (1= Kesinlikle katılmıyorum ve 5= Kesinlikle katılıyorum) kullanılmıştır. Ölçekler ile ilgili bilgiler aşağıda sunulmuştur.

Sosyal Sermaye Ölçeği; katılımcıların sosyal sermaye düzeyini ölçmek için Safran'ın (2020) "Girişimcilikte Tembellik ve Sosyal Sermayenin Yaratıcılık ve İnovasyon Üzerindeki Etkileri" isimli çalışmasından uyarlanan "Sosyal Sermaye Ölçeği" kullanılmıştır. Ölçme aracı birleştirici sosyal sermaye, köprü kuran sosyal sermaye ve bağlayıcı sosyal sermaye olmak üzere üç boyuttan oluşan 15 ifadeli bir ölçektir. Sosyal sermaye ölçeğinin orijinal formuna Cronbach α katsayıları birleştirici sosyal sermaye 0,846; köprü kuran sosyal sermaye 0,828 ve bağlayıcı sosyal sermaye 0,817 olarak hesaplanmıştır (Safran, 2020, s. 206).

Girişimcilik Eğilimi Ölçeği; katılımcıların girişimcilik eğilimini ölçmek için İşcan ve Kaygın (2011) tarafından geliştirilen "Girişimcilik Eğilimi Ölçeği" kullanılmıştır. Girişimcilik eğilimi ölçeğinin orijinal formuna ilişkin Cronbach α katsayıları kendine güven için 0,73; yenilik için 0,78; başarıya ihtiyacı için 0,68; kontrol odağı için 0,75; risk almak için 0,60 ve belirsizliğe karşı tolerans için 0,73 olarak hesaplanmıştır (İşcan ve Kaygın, 2011, s. 453).

Yenilikçi Davranış Ölçeği; katılımcıların yenilikçi davranış düzeyini ölçmek için Scott ve Bruce (1994: 607) tarafından geliştirilen tek boyutlu "Yenilikçi Davranış Ölçeği" kullanılmıştır. Ölçme aracı tek boyuttan oluşan 6 ifadeli bir ölçektir. Yenilikçi davranış ölçeğinin orijinal formuna ilişkin Cronbach α katsayısı 0,89 olarak hesaplanmıştır (Scott ve Bruce, 1994, s. 590).

4.4. Veri Analiz Süreci

Araştırmada kullanılan anketlerden elde edilen verilerin analizi için IBM SPSS 25 programı ve araştırmalarda aracı değişkenlerin etkisinin belirlemek için de Hayes (2018) tarafından geliştirilen PROCESS v3.4 makrosu kullanılmıştır. Araştırmada kullanılan sosyal sermaye, yenilikçi davranış ve girişimcilik eğilimi ölçeklerin geçerliliğini ve güvenilirliği test etmek için açıklayıcı faktör analizi yapılarak, Cronbach α katsayıları hesaplanmıştır. Müteakiben değişkenler arasındaki ilişkinin yönünü ve şiddetini tespit etmek için korelasyon analizi yapılmıştır. En sonda da IBM SPSS üzerinde çalışan PROCESS v3.4 (Model 4) kullanılarak oluşturulan araştırma modeline (Şekil 1) göre değişkenler arasındaki ilişkileri ve aracılığı belirleyen analizler yapılmıştır.

4.5. Araştırmanın Kapsamı ve Örneklem

Araştırmanın kapsamını Gaziantep'te faaliyetlerini sürdüren Suriyeli girişimciler oluşturmaktadır. Gaziantep, Suriyeli göçmenlerin en yoğun yaşadığı ikinci il olarak bilinmektedir. Gaziantep ticaret odasına kayıtlı Suriyeli firma sayısı 2011 yılından önce 12'iken Suriye'den Gaziantep'e göç ile hızlı bir artış göstererek bugün Gaziantep ticaret odasına kayıtlı toplam üyelerin (30,586 Firma) %8,63'üne oluşturmaktadır (Tablo1). Bu firmaların %91,40'ı (2414 şirket) Limited şirket, %0,68'i (18 şirket) anonim şirket, %0,04'ü Dernek İktisadi İşletmesi ve %7,88'i (208 firma) ise şahıs firmasıdır (GTO, 2021). Aynı zamanda bu firmaların 84'ü Gaziantep Sanayi Odası'na da kayıtlıdır (GSO, 2021).

Tablo 1. Gaziantep Ticaret Odasına Kayıtlı Suriyeli Firmaların Yıllara Göre Dağılımı

Yıl	Firma Sayısı	Artış Oranı (%)
2011'den Önce	12	
2011	20	66,6
2012	31	55
2013	122	293,5
2014	347	184,4
2015	571	64,5
2016	974	70,5
2017	1.240	27,3
2018	1.900	53,22
2019	2.000	5,26
2020	2.250	12,5
2021	2.640	17,33

Kaynak: Gaziantep Ticaret Odası Ticaret Sicil Müdürlüğü. Tarih: 08.10.2021

Araştırma örneklemini %95 güven aralığında ve %5 hata payı ile 336 katılımcı olarak hesaplanmıştır (Weiers, 2008, s. 300). Araştırmada ele alınan ana kütle çerçevesinde gönüllülük esasına dayalı olarak kolayda örneklem yöntemiyle Gaziantep'te faaliyetlerini sürdüren 404 Suriyeli girişimciden veri toplanmıştır. Katılımcıların 384'ü (%95) erkek ve 20'si (%5) kadın girişimciler oluşturmaktadır. Katılımcıların 7'sinin (%1,7) 18-25 yaş aralığında, 36'sının (%8,9) 26-30 yaş aralığında, 140'ının (%34,7) 31-40 yaş aralığında, 140'ının (%34,7) 41-50 yaş aralığında ve 81'inin (%20) olduğu tespit edilmiştir. Katılımcılar 380'inin (%91,1) evli ve 24'ünün (%5,9) bekâr olduğu belirlenirken, 191'i (%47,3) ticaret sektöründe, 137'si (%33,9) imalat sektöründe ve 76'sı (%18,8) hizmet sektöründe faaliyetlerini sürdürdüğü tespit edilmiştir. Öte yandan, katılımcıların 29'unun (%7,2) ilkökul, 59'unun (%14,6) ortaöğretim, 79'unun (%19,6) lise, 29'unun (%7,2) ön lisans, 159'unun (%39,4) lisans, 38'inin (%9,4) yüksek lisans ve 11'inin (%2,4) doktora mezunu olmasının yanı sıra 51'inin (%12,6) 1-5 yıl arası, 53'ünün (%13,1) 6-10 yıl arası, 64'ünün (%15,8) 11-15 yıl arası, 92'inin (%26,8) 16-20 yıl arası ve 144'ünün (%35,6) 21 yıl ve üzeri iş deneyine sahip olduğu belirlenmiştir.

5. Bulgular ve Yorum

Araştırmada kullanılan ölçeklerin güvenilirlik ve yapısal geçerliliklerini test etmek için IBM SPSS 25 kullanılarak, Cronbach α katsayısı, açıklayıcı faktör (AFA) analizinden faydalanılmıştır. Araştırma kapsamında kullanılan “Sosyal Sermaye Ölçeği”, “Girişimcilik Eğilimi Ölçeği” ve “Yenilikçi Davranış Ölçeği” ile ilgili AFA sonuçları ve Cronbach α katsayıları Tablo 1’de verilmiştir.

Tablo 2. Ölçeklere İlişkin Güvenilirlik ve Geçerlilik Analizi Sonuçları

Sosyal Sermaye, Girişimcilik Eğilimi ve Yenilik Davranış Ölçekleriyle İlgili Faktörler		Soru Sayısı	Faktör Yükleri	Cronbach α	Öz Değer	Varyans %	Açıklanan Varyans	K-M-O Değeri
Sosyal Sermaye	Faktör 1: Bağlayıcı Sosyal Sermaye	7	0,634- 0,778	0,882	4,118	27,453	60,929	0,883
	Faktör 2: Köprü Kurucu Sosyal Sermaye	5	0,406- 0,808	0,751	2,805	18,700		
	Faktör 3: Birleştirici Sosyal Sermaye	3	0,766-0,800	0,783	2,217	14,777		
Girişimcilik Eğilimi	Faktör 1: Kendine Güven	4	0,519-0,675	0,795	3,182	11,365	54,845	0,887
	Faktör 2: Yenilik	6	0,510- 0,775	0,804	2,860	10,216		
	Faktör 3: Başarma İhtiyacı	5	0,587- 0,713	0,750	2,639	9,427		
	Faktör 4: Kontrol Odağı	6	0,455- 0,717	0,683	2,536	9,056		
	Faktör 5: Risk Almak	5	0,567- 0,738	0,731	2,441	8,717		
	Faktör 6: Belirsizliğe Karşı Tolerans	2	0,786- 0,809	0,651	1,698	6,065		
Yenilikçi Davranış	Faktör 1: Yenilikçi davranış	6	0,696-0,828	0,847	3,422	57,037	57,037	0,861

Tablo 2’de sosyal sermaye, girişimcilik eğilimi ve yenilikçi davranış ölçeklerinin güvenilirlik ve yapı geçerliliğine ilişkin yapılan analiz sonuçlarına verilmiştir. Örneklem yeterliliği açısından uygulanan KMO testi sonuçlarının sosyal sermaye ölçeği için 0,883; girişimcilik eğilimi ölçeği için 0,887 ve yenilikçi davranış ölçeği için 0,861 olması örneklem büyüğünün yeterli olduğunu söylenebilir. Sosyal sermaye ölçeğinin 3 alt boyutu ile toplam varyansın %60,929 açıklandığı; girişimcilik eğilimi ölçeğinin 6 alt boyutu ile toplam varyansın %54,845 açıklandığı ve yenilikçi davranış ölçeğinin ise tek boyutu ile toplam varyansın %57,037 açıklandığı tespit edilmiştir. Sosyal sermaye ölçeğinin faktör değerleri 0,406 ile 0,808 arasında; girişimcilik eğilimi ölçeğinin faktör yük değerlerinin 0,455 ile 0,809 arasında ve yenilikçi davranış ölçeğine ait faktör yük değerlerinin 0,696 ile 0,828 arasında değişmesi üç ölçek maddelerinin de içinde bulunduğu yapı ile uyum sağladığını belirlenmiştir. Öte yandan, kullanılan ölçeklerin boyutlarına ilişkin Cronbach α katsayılarına göre ölçeklerin güvenilirliğinin de sağlandığı söylenebilir (Scott ve Bruce, 1994, s. 590; İşcan ve Kaygın, 2011, s. 453; Safran, 2020, s. 206).

Sosyal sermaye, girişimcilik eğilimi ve yenilikçi davranış düzeyinin ölçümü için faydalanılan ölçeklere ilişkin tanımlayıcı istatistikler, korelasyon ve Cronbach α katsayıları Tablo 2’de verilmiştir.

Tablo 3. Tanımlayıcı İstatistikler, Korelasyon ve Güvenilirlik Katsayıları

Değişkenler	Ortalama	Standart Hata	Çarpıklık	Basıklık	Sosyal Sermaye	Girişimcilik Eğilimi	Yenilikçi Davranış
Sosyal Sermaye	3,8586	,58490	-,480	,064	(,881)		
Girişimcilik Eğilimi	4,0604	,39864	-,226	,599	,408**	(,884)	
Yenilikçi Davranış	4,1093	,53051	-,328	,402	,352**	,605**	(,847)

Tablo 3'deki korelasyon analizi sonuçlarına göre sosyal sermaye ile girişimcilik eğilimi ($,408^{**}$) ve yenilikçi davranış ($,352^{**}$) arasında ve girişimcilik eğilimi ile yenilikçi davranış ($,605^{**}$) arasında orta düzeyde ve pozitif yönlü bir ilişkinin olduğu söylenebilir. Katılımcıların ölçeklere verdikleri cevapların ortalamasının sosyal sermaye ölçeği için $3,8586 \pm ,58490$; girişimcilik eğilimi ölçeği için $4,0604 \pm ,39864$ ve yenilikçi davranış ölçeği için $4,1093 \pm ,53051$ olduğu görülmektedir. Buna göre katılımcıların yenilikçi davranış ölçeğine verdikleri cevapların ortalamasının girişimcilik eğilimi ve sosyal sermaye ölçeklerine verdikleri cevapların ortalamasından daha yüksek olduğu söylenebilir. Öte yandan, ölçeklerin çarpıklık ve basıklık değerlerinin ± 1 sınırları içinde olduğu ve verilerin normal dağılım sağladığı tespit edilmiştir.

Girişimcilik eğiliminin sosyal sermaye ile yenilikçi davranış arasındaki aracılık rolü olup olmadığı, Andrew F. Hayes (2013) tarafından (<http://afhayes.com>) geliştirilen IBM SPSS üzerinde çalışan PROCESS v3.4 makro ile incelenmiştir.

Bootstrap yöntemine dayanan dolaylı etki yaklaşımıyla regresyon analizlerini (aracı etki analizi) gerçekleştirmek için Model 4 seçeneği kullanılmıştır. Bu modele göre sosyal sermaye (**X**) bağımsız değişken, yenilikçi davranış (**Y**) bağımlı değişken ve girişimcilik eğilimi (**M**) aracı değişken olarak tanımlanmıştır. Analiz sonuçları Bootstrap yöntemi 5,000 yeniden örnekleme seçeneği ile gerçekleştirilen aracılık etki analizi %95 anlamlılık düzeyinde bootstrap güven aralığına (BootCI [BootLLCI alt sınır ve BootULCI üst sınır] değerlerinin sıfır (0) değerini kapsamadığı aralık), standardize edilmiş regresyon katsayılarına (β) ve açıklanan varyans (R^2) değerlerine göre yorumlanmıştır (Hayes, 2009; Yıldız, 2016). Araştırma kapsamında yapılan analiz sonuçları Tablo 3'de sunulmuştur.

Tablo 4. PROCESS Makro ile Bootstrapp Regresyon Analizi Sonuçları

MODEL 1									
Değişkenler	Etkiler				Model Özeti			BootCI	
	Standardize β	Std. Hata	t	Sig.	R^2	Model F	Sig. F	BootLLCI	BootULCI
(X) \rightarrow (Y)	,3523	,0423	7,5479	,000	,1241	56,9701	,000	,2363	,4028
MODEL 2									
Değişkenler	Etkiler				Model Özeti			BootCI	
	Standardize β	Std. Hata	t	Sig.	R^2	Model F	Sig. F	BootLLCI	BootULCI
(X) \rightarrow (M)	,4085	,0310	8,9721	,000	,1668	80,4979	,000	,2174	,3394
MODEL 2									
Değişkenler	Etkiler				Model Özeti			BootCI	
	Standardize β	Std. Hata	t	Sig.	R^2	Model F	Sig. F	BootLLCI	BootULCI
(X) \rightarrow (Y)	,1265	,0391	2,9334	,003	,3788	122,2659	,000	,0378	,1916
(M) \rightarrow (Y)	,5529	,0574	12,8220	,000				,6230	,8486

Tablo 4'de görüldüğü üzere aracılık testi kapsamında ilk aşamada sosyal sermayenin yenilikçi davranışa etkisine bakılmıştır. Model 1'de sosyal sermayenin yenilikçi davranışı (β : 0,3523; $t=7,5479$; %95 BootCI [BootLLCI: 0,2363 \rightarrow BootULCI: 0,4028]; $p < ,001$) pozitif yönlü ve istatistiksel olarak anlamlı bir şekilde etkilediği tespit edilmiştir. Öte yandan, yenilikçi davranıştaki değişimin %12,41'lik kısmını sosyal sermaye tarafından açıklandığı sonucuna ulaşılmıştır.

Aracılık testinin ikinci aşamasında sosyal sermayenin girişimcilik eğilimi üzerindeki etkisine bakılmıştır. Model 2'de sosyal sermayenin girişimcilik eğilimini (β : 0,4085; $t=8,9721$; %95 BootCI [BootLLCI: 0,2174 \rightarrow BootULCI: 0,3394]; $p < ,001$) pozitif yönlü ve istatistiksel olarak anlamlı bir şekilde etkilediği tespit edilmiştir. Öte yandan, girişimcilik eğilimindeki değişimin %16,68'lik kısmını sosyal sermaye tarafından açıkladığı sonucuna ulaşılmıştır.

Aracılık testinin son aşamasında sosyal sermaye ve girişimcilik eğiliminin birlikte yenilikçi davranış üzerindeki etkilerine bakılmıştır. Model 3'de standardize edilmiş regresyon katsayılarına göre sosyal sermayenin yenilikçi davranış üzerindeki pozitif yönlü ve istatistiksel olarak anlamlı etkisinin (β : 0,1265; $t=2,9334$; %95 BootCI [BootLLCI: 0,0378 \rightarrow BootULCI: 0,1916]; $p < ,05$) girişimcilik eğilimi ile birlikte analize girdiğinde (β : 0,5529; $t=12,8220$; %95 BootCI [BootLLCI: 0,6230 \rightarrow BootULCI: 0,8486]; $p < ,001$) azalmasına rağmen devam ettiği tespit edilmiştir. Öte yandan, yenilikçi davranıştaki değişimin %37,88'lik kısmını sosyal sermaye ve girişimcilik eğilimi tarafından açıklandığı sonucuna ulaşılmıştır. Bu bulgular sosyal sermayenin yenilikçi davranış üzerinde etkisinin bir kısmının girişimcilik eğilimi aracılığıyla dolaylı olarak gerçekleştiğini göstermektedir. Bir başka ifadeyle, sosyal sermaye (**X**) ve yenilikçi davranış (**Y**) arasındaki ilişki girişimcilik eğilimi (**M**) dâhil olduğunda sıfırdan farklı olmak kaydıyla azalış göstermesi kısmı aracılık etkisine işaret etmektedir (Preacher ve Hayes, 2004, s. 719). Daha sonra sosyal sermaye ile yenilikçi davranış arasındaki ilişkide girişimcilik eğiliminin kısmı aracılık etkinin istatistiksel açıdan anlamlı olup olmadığı hem Sobel testi hem de Bootstrapping yöntemi ile incelenmiştir.

Tablo 5. PROCESS Makro ile Bootstrapp Regresyon Analizi Sonuçları

Sosyal Sermaye (X) \rightarrow Yenilikçi Davranış(Y)	Etki	BootSE	t	Sig.	BootCI	
					BootLLCI	BootULCI
Toplam Etki	,3196	,0423	7,5479	,000	,2363	,4028
Doğrudan Etki	,1147	,0391	2,9334	,003	,0378	,1916
Sosyal Sermaye(X) \rightarrow Girişimcilik Eğilimi(M) \rightarrow Yenilikçi Davranış(Y)					BootCI	
	Etki	BootSE	BootLLCI	BootULCI	Aracı Etki Türü	
Dolaylı Etki	,2048	,0315	,1489	,2714	Kısmi Aracılık	
Sobel Testi	Z Skor			Sig.		
	3.0647			0.002		

Tablo 5'de görüldüğü üzere sosyal sermaye ile yenilikçi davranış arasındaki ilişkide girişimcilik eğiliminin aracılık rolü incelenirken öncelikle toplam etki, doğrudan etki ve dolaylı etki değerleri incelenmiştir. Bu aşamada toplam etki (β : 0,3196; BootSE=0,0423; %95 BootCI [BootLLCI: 0,2363 \rightarrow BootULCI: 0,4028]) ile doğrudan etkinin (β : 0,1147; BootSE=0,0391; %95 BootCI [BootLLCI: 0,0378 \rightarrow BootULCI: 0,1916]) arasındaki fark aracılık (dolaylı) etkisinin [nokta tahmini=0,2048; BootSE=0,0315; %95 BootCI [BootLLCI: 0,1489 \rightarrow BootULCI: 0,2714] olduğunu doğrulamaktadır. Nitekim dolaylı etki %,20,48 iken bootsrap güven aralığı değerlerinin ikisinin de sıfırın üstünde olduğu görülmektedir (Preacher ve Hayes, 2008, s. 884). Girişimcilik eğiliminin sosyal sermaye ile yenilikçi davranış arasındaki aracılık etkisi Sobel testi ile de kontrol edilmiştir. Sobel testi sonucu (<http://quantpsy.org/sobel/sobel.htm>) z skorunun 1,96'dan büyük ve söz konusu aracılık etkinin anlamlı ($z=3.0647 \rightarrow p=0.002$) olduğu tespit edilmiştir (Frazier vd., 2004, s. 128). Bu durum sosyal sermayenin yenilikçi davranış üzerindeki etkisinde girişimcilik eğiliminin kısmi aracılık rolü üstlendiğini göstermektedir. Elde edilen bulgulara göre **H₁**, **H₂**, **H₃** ve **H₄** hipotezleri kabul edilmiştir.

6. Sonuç ve Öneriler

Günümüzde yeniliklerin ekonomik gelişme ve büyümede önemli bir rol oynadığı yaygın olarak kabul edilmektedir. Örgütler daha yenilikçi hale gelmek için çalışanlarının yenilikçilik yeteneklerinden yararlanmaktadır. Özellikle, çalışanların yenilikçi davranışı (ürünlerini, hizmetlerini ve çalışma prosedürlerini geliştirme ve sürekli yenilik yapma yeteneği), örgütlerin, dinamik bir iş ortamında başarılı olmasını sağlayan önemli bir varlıktır. Bununla birlikte, yenilikçi davranış birçok araştırmacı tarafından farklı şekilde tanımlanmış ve işlevselleştirilmiş zengin ancak anlaşılması zor bir yapıdır. Bu noktadan hareketle, araştırmanın amacı sosyal sermayenin yenilikçi davranış üzerindeki etkisinde girişimcilik eğiliminin aracılık rolünü incelemektedir. Bu amaç doğrultusunda Gaziantep'te faaliyetlerini sürdüren Suriyeli girişimciler üzerinde bu araştırma yapılmıştır. Araştırma kapsamında ilk aşamada sosyal sermayenin yenilikçi davranış üzerinde doğrudan ve anlamlı bir etkiye sahip olduğu ortaya konulmuştur. Bu sonuç sosyal sermayenin yenilikçi faaliyetleri etkilediği görüşüne güçlü bir destek sağlayan araştırma sonuçlarını doğrulamaktadır (Hu ve Randel, 2014; Akram vd., 2017; Shahab ve Imran, 2018; Çöp ve Topcu, 2019; Heliawaty vd., 2020). İkinci aşamada sosyal sermayenin ile girişimcilik faaliyetleri arasındaki ilişkiyle ilgili ilgili literatüre

uygun olarak (Farsi vd., 2013; Vosta ve Jalilvand, 2013; Chia ve Liang, 2016; Correa vd., 2021) sosyal sermayenin girişimcilik eğilimi üzerinde pozitif ve anlamlı bir etkisi olduğunu ortaya konulmuştur. Üçüncü aşamada girişimcilik eğiliminin yenilikçi davranış üzerinde pozitif ve anlamlı bir etkisi olduğunu (Ámo, 2006; Tabak vd., 2010; Blanchard, 2017) ve ayrıca sosyal sermayenin yenilikçi davranış üzerindeki etkisinde girişimcilik eğiliminin kısmi aracılık rolü olduğu ortaya konulmuştur.

Suriyeli girişimcilerin birbirlerini tanımalarını, önemli bilgileri paylaşmalarını ve hedefleri ile ilgili ortak bir anlayış oluşturmalarını ve başkalarının kaynaklarına erişmelerini sağlayan sosyal sermayelerinin (yani bağlayıcı, köprü kuran, birleştirici sosyal sermayenin) yenilikçi davranış üzerindeki etkisini girişimcilik eğiliminin (yani başarı ihtiyacı, kontrol odağı, risk alma, belirsizliğe karşı tolerans, yenilik, kendine güven gibi girişimciliğin ortaya çıkmasını etkileyen psikolojik özelliklerinin) arttırdığı anlaşılmaktadır. Girişimcilik eğilimi yüksek olan insanların öğrenme odaklı olduğunu ve bu insanların klişelerden kurtulmak ve problem çözmek için yeni alternatifler ve fikirler üretmesine yardımcı olabilir. Öte yandan, sosyal sermaye, girişimciler arasındaki iş birliğini ve bağlılığı geliştirebilir ve ayrıca girişimcilerin işlevselliği daha da artırarak daha fazla yeni yaratıcı fikirler üretmelerini ve uygulamalarını sağlamaktadır.

Sonuç olarak, örgüt içinde yenilikçi faaliyetler açısından, sosyal sermayenin yanı sıra girişimcilik eğiliminin de son derece etkili olduğu ifade edilebilir. Bir diğer ifadeyle bireysel yenilik söz konusu olduğunda, bireyin girişimcilik eğilimi ile sosyal bağlamın etkileşiminin oldukça önemli olduğu söylenebilir. Bu çalışma sosyal sermayenin yenilikçi davranışları nasıl etkilediğini ve bu etki düzeyinde girişimcilik eğiliminin aracılık rolünü açıklamaya hem teorik hem de ampirik katkı sağlamaktadır. Fakat her araştırmada olduğu gibi bu çalışmanın da sınırlılıkları vardır. Araştırma kapsamının, Gaziantep'teki Suriyeli girişimcilerden oluşan belirli sayıda bireyle sınırlı tutulması araştırmacının en önemli kısıtını oluşturmaktadır. Bununla birlikte, örneklemin homojenliğinden dolayı sonuçların genelleştirilmesi kolay olmayabilir. Bir diğer kısıt, araştırmacının kapsamı (sadece Suriyeli girişimcilerle yapılması) ile ilgili tasarımıdır. Bu kısıtın üstesinden gelmek için de ilgili çalışma hem Türk girişimciler hem de Suriyeli girişimciler üzerinde yapılarak genişletilebilir ve bu karşılaştırma yeni bulgular sağlayabilir.

7. Extended Abstract

This study investigates the impact of social capital, which is defined as “norms and social relations embedded in the social structure that facilitate people’s access to information and resources that enable them to coordinate actions as a step towards achieving the desired goals” and “enable them to coordinate actions to achieve desired aims”. A web-based questionnaire consisting of 3 different scales was used to collect data within the scope of the research. During the research’s planning phase, all scales used in the questionnaire were translated into Arabic, since the scope reaches Syrian entrepreneurs. On the other hand, a 5-point Likert Scale (1=I strongly disagree and 5=I strongly agree) was used to evaluate the statements in the questionnaire by the participants. Information about the scales is given below.

Social Capital Scale; In order to measure the social capital level of the participants, the “Social Capital Scale”, adapted from Safran’s (2020) study titled “The Effects of Laziness in Entrepreneurship and Social Capital on Creativity and Innovation” was used. Associative social capital, bridging social capital, and binding social capital are the 15 components that make up the measuring tool, which is in the form of a three-dimensional scale. The initial form of the social capital scale has Cronbach’s alpha coefficients of 0.846 for integrative social capital, 0.828 for bridging social capital, and 0.817 for binding social capital (Safran, 2020, s. 206). **Entrepreneurship Tendency Scale;** the “Entrepreneurship Tendency Scale” developed by İşcan and Kaygın (2011) was used to measure the entrepreneurial tendency of the participants. The Cronbach α coefficients for the original form of the entrepreneurial tendency scale were 0.73 for self-confidence; 0.78 for innovativeness; 0.68 for need for achievement; 0.75 for locus of control; 0.60 for risk taking and 0.73 for tolerance of ambiguity (İşcan and Kaygın, 2011, s. 453). **Innovative Behavior Scale;** The one-dimensional “Inventive Activity Scale” created by Scott and Bruce (1994, s. 607) was used to assess the level of innovative behavior among the participants. The measurement instrument is made up of six statements that are arranged in a one-dimensional scale. For the original form of the inventive behavior scale, the Cronbach coefficient was 0.89. (Scott and Bruce, 1994, s. 590).

IBM SPSS 25 program was used to analyze the data obtained from the questionnaires used in the research. The PROCESS v3.4 macro developed by Hayes (2018) was used to determine the effect of mediator variables in the research. In order to test the validity and reliability of the social capital, an innovative behavior and entrepreneurial tendency scales were used in the research, explanatory factor analysis was performed and the Cronbach α coefficients were calculated. Subsequently, correlation analysis was performed to determine the direction and severity of the relationship between the variables. Finally, according to the research model (Figure 1) created by using PROCESS v3.4 (Model 4) running on IBM SPSS, analyzes were carried out to determine the relationships and mediation between the variables.

This research examines the mediating role of the entrepreneurial tendency in the effect of social capital on innovative behavior. For this purpose, a research was conducted on Syrian entrepreneurs who continue their activities in Gaziantep. Within the scope of the research, on the first stage, it was revealed that social capital has a direct and significant effect on innovative behavior. This result confirms the research results that provide strong support for the argument that social capital affects' innovative activities (Hu and Randel, 2014; Akram et al., 2017; Shahab and Imran, 2018; Çöp and Topcu, 2019; Heliawaty et al., 2020). On the second stage, according to the literature on the relationship between social capital and entrepreneurial activities (Farsi et al., 2013; Vosta and Jalilvand, 2013; Chia and Liang, 2016; Correa et al., 2021), it has been revealed that social capital has a positive and significant effect on entrepreneurial tendency. On the third stage, it was revealed that entrepreneurial tendency has a positive and significant effect on innovative behavior (Åmo, 2006; Tabak et al., 2010; Blanchard, 2017) and that entrepreneurial tendency has a partial mediating role in the effect of social capital on innovative behavior. As a result, it can be stated that entrepreneurship tendency is highly effective in addition to social capital in terms of innovative activities within the organization. In other words, when it comes to individual innovation, the interaction of the individual's entrepreneurial tendency and the social context is very important.

Keywords: Syrian Entrepreneurs, Social Capital, Innovative Behaviour, Entrepreneurship Tendency.

Kaynakça

- Adler, P. S. & Kwon, S-W. (2002). Social Capital: Prospects for a New Concept, *The Academy of Management Review*, 27(1), 17-40.
- Afsar, B., Badir, Y. F. & Saeed, B. B. (2014): Transformational leadership and innovative work behavior, *Industrial Management & Data Systems*, 14(8). 1270-1300.
- Ahmetoglu, G., Scarlett, L., Codreanu, S.-C. & Chamorro-Premuzic, T. (2020). The impact of organizational structure and work autonomy in fostering entrepreneurial tendencies and job performance, *Evidence-based HRM*, 8(1), 128-143.
- Akram, T., Lei, S., Haider, M. J. & Akram, M. W. (2017). What Impact Do Structural, Relational And Cognitive Organisational Social Capital Have On Employee Innovative Work Behaviour? A Study From China, *International Journal of Innovation Management*, 21(1), 1750012 (29 pages).
- Åmo, B. W. (2006). The influence from corporate entrepreneurship and intrapreneurship on white-collar workers' employee innovation behaviour, *Int. J. Innovation and Learning*, 3(3): 284-297.
- Bauernschuster, S., Falck, O. & Heblich, S. (2010). Social capital access and entrepreneurship, *Journal of Economic Behavior & Organization* 76, 821-833.
- Bhandari, H. & Kumi Yasunobu, K. (2009). What is Social Capital? A Comprehensive Review of the Concept, *Asian Journal of Social Science*, 37, 480-510.
- Blanchard, K. (2017). Rural and remote SMEs' innovative behavior: Is it in the genes or location? An examination of entrepreneurial traits and characteristics, *Strategic Change*, 26(4), 301-309.
- Baltaci, A. (2017). A Comparison of Syrian Migrant Students in Turkey and Germany: Entrepreneurial Tendencies and Career Expectations, *European Journal of Educational Research*, 6(1), 15-27.
- Begenirbaş, M. & Turgut, E. (2016). Psikolojik Sermayenin Çalışanların Yenilikçi Davranışlarına ve Performanslarına Etkileri: Savunma Sektöründe Bir Araştırma, *Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 31(1), 57-93.
- Bozkurt, Ö. & Erdurur, K. (2013). Girişimci kişilik özelliklerinin girişimcilik eğilimindeki etkisi: potansiyel girişimciler üzerinde bir araştırma, *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 8(2), 57-78.

- Carpiano, R. M. (2006). Toward a neighborhood resource-based theory of social capital for health: Can Bourdieu and sociology help? *Social Science & Medicine* 62, 165–175.
- Casanueva, C. & Gallego, A. (2010) Social capital and individual innovativeness in university research networks, *Innovation: Management, Policy & Practice*, 12(1), 105-117.
- Caird, S. (1991). Testing Enterprising Tendency in Occupational Groups, *British Journal of Management*, 2,177-186.
- Chao, T. & Tang, W. H. (2009). Research on the Function Mechanism of Entrepreneurship Education on College Students' Entrepreneurship Tendency, *Frontiers in Educational Research*, 2(12), 23-31.
- Chen, Y. & Zhou, X. (2017). Entrepreneurial self-efficacy and firms' innovation behavior: The negative mediating role of social capital, *Social Behavior and Personality: an international journal*, 45(9), 1553-1562.
- Chia, C-C. & Liang, C. (2016). Influence of Creativity and Social Capital on the Entrepreneurial Intention of Tourism Students, *Innovation in Services or Industry and Entrepreneurial Journal of Entrepreneurship, Management and Innovation (JEMI)*, 12(2), 151-168.
- Chou, Y. K. (2006). Three simple models of social capital and economic growth, *The Journal of Socio-Economics*, 35, 889-912.
- Corrêa, V.S., Queiroz, M.M. & Shigaki, H.B. (2021). Social capital and individual entrepreneurial orientation: innovativeness, proactivity, and risk-taking in an emerging economy, *Benchmarking: An International Journal*, 28(7),2280-2298.
- Çöp, S. & Topcu, M. (2019). Sosyal Sermayenin Hizmet İnovasyonu Üzerine Etkisinde Bilgi Paylaşımının Aracılık Rolü: Otel İşletmeleri Üzerine Bir Araştırma, *Turizm Akademik Dergisi*, 6(1), 31-48.
- Davidsson, P. & Honig, B. (2003). The role of social and human capital among nascent entrepreneurs, *Journal of Business Venturing*, 18, 301-331.
- De Jong, J. P., & Den Hartog, D. N. (2008). Innovative Work Behavior: Measurement and Validation, *EIM Business and Policy Research*, <https://ondernemerschap.panteia.nl/pdf-ez/h200820.pdf>, [Accessed: 9 September 2021].
- De Jong, J., & Den Hartog, D. (2010). Measuring innovative work behaviour. *Creativity and Innovation Management*, 19(1), 23–36.
- Demirci, A. E. (2013). Cross-cultural differences in entrepreneurial tendencies: An exploratory view in Turkey and Canada, *International Journal of Entrepreneurship*, 17, 21-40.
- Doh, S. & Acs, Z. J. (2010): Innovation and Social Capital: A Cross-Country Investigation, *Industry and Innovation*, 17(3), 241-262.
- Farsı, J. Y., Rezazadeh, A. & Najmabadi, A. D. (2013). Social Capital and Organizational Innovation: The Mediating Effect of Entrepreneurial Orientation, *Journal of Community Positive Practices*, XIII(2), 22-40.
- Fandiño, A.M., Marques, C.M.V.A., Menezes, R.M.P., & Bentes, S.M.R. (2015). Organizational Social Capital Scale Based On Nahapiet and Ghosal Model: Development and Validation, *Review of Contemporary Business Research*, 4(2), 25-38.
- Ferlandier, S. (2007). The Importance of Different Forms of Social Capital for Health, *Acta Sociologica*, 50(2), 115–128.
- Fidan, Y. & Yurdasever, E. (2017). Meslek Yüksekokulu Öğrencilerinin Sosyal Sermaye Profilleri Üzerine Bir Araştırma: Ordu Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Örneği, *MCBÜ Sosyal Bilimler Dergisi*, 15(1), 219-248.
- Frazier, P. A., Tix, A. P. & Baron, K. E. (2004). Testing Moderator and Mediator Effects in Counseling Psychology Research, *Journal of Counseling Psychology*, 51(1), 115–34.
- Goyal, A. & Akhilesh, K. B. (2007). Interplay among innovativeness, cognitive intelligence, emotional intelligence and social capital of work teams, *Team Performance Management*, 13(7/8), 206-226.
- GSO (2021). Gaziantep Sanayi Odası. <http://www.gso.org.tr/> [Accessed: 9 September 2021].
- GTO (2021). Gaziantep Ticaret Odası. <https://gto.org.tr/> [Accessed: 9 September 2021].
- Hayes, A. F. (2009). Beyond Baron and Kenny: Statistical Mediation Analysis in the New Millennium, *Communication Monographs*, 76(4), 408-420.

Heliawaty, M S S., Ali, D, Salman, M H., Jamil, L., Fudjaja, N., Busthanu, I & Darwis, (2020). The social capital and innovative behaviors of the farmers in Bantaeng Regency, IOP Conf. Series: Earth and Environmental Science. <https://iopscience.iop.org/article/10.1088/1755-1315/486/1/012043/pdf> [Accessed: 9 September 2021].

Hu, L. & Randel, A. E. (2014). Knowledge Sharing in Teams: Social Capital, Extrinsic Incentives, and Team Innovation, *Group & Organization Management*, 1-31, doi: 10.1177/1059601114520969

İşcan, Ö. F. & Kaygın, E. (2011). Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Eğilimlerini Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma, *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 15(2), 443-462.

Janssen, O. (2000). Job demands, perceptions of effort–reward fairness and innovative work behaviour, *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 73, 287–302.

Janssen, O. (2003). Innovative behavior and job involvement at the price of conflict and less satisfactory relations with co-workers. *Journal of Occupational and Organizational Psychology* 76, 347–364.

Jha, A. & Cox, J. (2015). Corporate social responsibility and social capital, *Journal of Banking & Finance*, 60, 252-270.

Kaasa, A. (2009). Effects of different dimensions of social capital on innovative activity: Evidence from Europe at the regional level, *Techrombon* 29, 218-233.

Kapucu, N. (2011). Social Capital and Civic Engagement, *International Journal of Social Inquiry*, 4(1), 23-43.

Kambur, E., (2021). The Effect of Artificial Intelligence on Human Resources Employees, *Alanya Akademik Bakış Dergisi*, 5(3), 1479-1492.

Keskin, G. & Yıldırım, F. (2020). Exploring the Effects of Demographic and Socio-Cultural Factors on Entrepreneurship Tendency, *GSI Journals Serie B: Advancements in Business and Economics*, 3(1), 99-136.

Kleysen, R. F & Street, C. T (2001). Towards a multi-dimensional measure of individual innovative behavior. *Journal of Intellectual Capital*, 2(3), 284-296.

Kwon, S-W., Heflin, C. & Ruef, M. (2013). Community Social Capital and Entrepreneurship, *American Sociological Review*, 78(6), 980-1008.

Koh, H. C. (1996). Testing hypotheses of entrepreneurial characteristics A study of Hong Kong MBA students, *Journal of Managerial Psychology*, 11(3), 12-25.

Kör, B. (2016). The mediating effects of self-leadership on perceived entrepreneurial orientation and innovative work behavior in the banking sector, *SpringerPlus* 5(1), 1829.

Landry, R., Amara, N. & Lamari, M. (2002) Does Social Capital Determine Innovation ? To What Extent?. *Technological Forecasting & Social Change*, 69(7): 681-701.

Lee, J., Daesu Kim, D. & Sung, S. (2019). The Effect of Entrepreneurship on Start-Up Open Innovation: Innovative Behavior of University Students, *J. Open Innov. Technol. Mark. Complex*, 5(103), 1-13.

Lin, B-W., Li, P-C. & Chen, J-S. (2006). Social capital, capabilities, and entrepreneurial strategies: a study of Taiwanese high-tech new ventures, *Technological Forecasting & Social Change*, 73, 168-181.

Lumpkin, G.T. & Dess, G.G. (2001). Linking two dimensions of entrepreneurial orientation to firm performance: The moderating role of environment and industry life cycle, *Journal of Business Venturing*, 16(5), 429-451.

Lochnera, K., Kawachia, I. & Kennedy, B. P. (1999). Social capital: a guide to its measurement, *Health & Place*, 5: 259-270.

McKeever, E., Anderson, A. & Jack, S. (2014) Entrepreneurship and mutuality: social capital in processes and practices, *Entrepreneurship & Regional Development: An International Journal*, 26(5-6), 453-477.

Nahapiet, J. & Ghoshal, S. (1998). Social Capital, Intellectual Capital, and the Organizational Advantage, *The Academy of Management Review*, 23(2), 242-266.

Nakagawa, Y. & Shaw, R. (2004). Social Capital: A Missing Link to Disaster Recovery, *International Journal of Mass Emergencies and Disasters*, 22(1), 5-34.

Nasaj, M. & Badi, S. (2020). The influence of network building on the innovative work behaviour of self-monitoring individuals: integrating personality and social capital perspectives, *International Journal of Innovation Management*, 25(4), 2150038(35 pages).

- Nyqvist, F., Forsman, A. K., Giuntoli, G. & Cattan, M. (2013) Social capital as a resource for mental well-being in older people: A systematic review, *Aging & Mental Health*, 17(4), 394-410.
- Nguyen, L. T., An, J., Ngo, L. V. & Hau, L. N. (2020). Transforming Social Capital into Performance via Entrepreneurial Orientation, *Australasian Marketing Journal*, 28(4), 209-217.
- Ocak, S., Şahin, T. & Gider, Ö. (2019). Entrepreneurial Tendency of the Students: A Research on the Students of the Department of Physiotherapy and Rehabilitation and Nutrition and Dietetics, *Journal of Entrepreneurship and Development*, 14(1), 67-77.
- Öztaş, M., Kasımoğlu, M. & Şirin, E. F. (2017). The effect of entrepreneurial personality traits of undergraduates in the area of education of physical education and sports on the entrepreneurship tendency, *International Journal of Human Sciences*, 4(7), 4365-4381.
- Pearson, G. J. (1989). Promoting Entrepreneurship in A Large Companies, Long Range Planning, 22(3): 87-97.
- Preacher, K. J., & Hayes, A. F. (2004). SPSS and SAS Procedures for Estimating Indirect Effect in Simple Mediation Models, *Behavior Research Methods, Instruments, & Computers*, 36(4), 717-731.
- Safran, B. (2020). *Girişimcilikte Tembellik ve Sosyal Sermayenin Yaratıcılık ve İnovasyon Üzerindeki Etkileri*, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı Yönetim ve Organizasyon Bilim Dalı.
- Shahab, H. & Imran, R. (2018). Cultivating University Teachers' Innovative Work Behavior: The Case of Pakistan, *Business & Economic Review*, 10(1): 159-178.
- Scott, G. & Bruce, R. A. (1994). Determinants of innovative behavior: A path model of individual innovation in the workplace, *The Academy of Management Journal*, 37(3), 580-607.
- Shaw, E., Lam, W. & Carter, S. (2008) The role of entrepreneurial capital in building service reputation, *The Service Industries Journal*, 28(7), 899-917.
- Szreter, S. & Woolcock, M. (2004). Health by association? Social capital, social theory, and the political economy of public health, *International Journal of Epidemiology*, 33, 650-667.
- Tabak, A., Erkuş, A. & Meydan, C. M. (2010). Denetim Odağı ve Yenilikçi Birey Davranışları Arasındaki İlişkiler: Belirsizliğe Tolerans ve Risk Almanın Aracılık Etkisi, *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 10(1), 159-176.
- Tsai, W. & Ghoshal, S. (1998) "Social Capital and Value Creation: The Role of Intrafirm Networks" *Academy of Management Journal*, 41(4), 464-478.
- Titeca, K. & Vervisch, T. (2008). The Dynamics of Social Capital and Community Associations in Uganda: Linking Capital and its Consequences, *World Development*, 36(11), 2205-2222.
- Tiftik, H. & Zincirkıran, M. (2014). A Survey of Entrepreneurial Tendencies Candidate Young Entrepreneurs: Foundation University Sample, *Journal of Management Research*, 6(2), 177-200.
- Turgut, E. & Beğenirbaş, M. (2013). Çalışanların Yenilikçi Davranışları Üzerinde Sosyal Sermaye ve Yenilikçi İklimin Rolü: Sağlık Sektöründe Bir Araştırma, *KHO Bilim Dergisi* 23(2), 101-124.
- Vosta, L. N. & Jalilvand, M. R. (2014). Examining the influence of social capital on rural women entrepreneurship: An empirical study in Iran, *World Journal of Entrepreneurship, Management and Sustainable Development*, 10(3), 209-227.
- Wang, S., Guidice, R., Zhou, Y. & Wang, Z-M. (2016). It's more complicated than we think: The implications of social capital on innovation, *Asia Pac J Manag*, 34: 649-674.
- Weiers, R. (2008). *Introduction to Business Statistics*, 7th. South Western Cenage Learning.
- Wojtczuk-Turek, A. (2012). Innovative work behavior and psychological capital—analysis of relationships, *Organizaċja i Zarządzanie: Kwartalnik Naukowy*, 3(19), 71-88.
- Xerri, M. J. & Brunetto, Y. (2011). Fostering the innovative behaviour of SME employees: a social capital perspective, *Research & Practice in Human Resource Management*, 19(2), 43-59.
- Xu, Y. (2016). Entrepreneurial social capital, cognitive orientation and new venture innovation, *Management Research Review*, 39(5), 498-520.
- Yao, X., Wu, X. & Long, D. (2016), "University students' entrepreneurial tendency in China: Effect of students' perceived entrepreneurial environment", *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies*, 8(1): 60-81.

Yeşil, S. & Doğan, I. F. (2019): Exploring the relationship between social capital, innovation capability and innovation, *Innovation*, doi: 10.1080/14479338.2019.1585187.

Yıldız, M. A. (2016). Serial multiple mediation of general belongingness and life satisfaction in the relationship between attachment and loneliness in adolescents. *Educational Sciences: Theory & Practice*, 16, 553-578.

Yuan, F., & Woodman, R. W. (2010). Innovative behavior in the workplace: The role of performance and image outcome expectations, *Academy of Management Journal*, 53(2), 323-342.

Zheng, W. (2008). A Social Capital Perspective of Innovation from Individuals to Nations: Where is Empirical Literature Directing Us? *International Journal of Management Reviews*, 151-183.

<http://afhayes.com/index.html> [Accessed: 01 September 2021].

Araştırmacıların Katkı Oran Beyanı / Contribution of Authors

Yazarların çalışmadaki katkı oranları %50/%25/%25 şeklindedir.

The authors' contribution rates in the study are %50/%25/%25 form.

Çıkar Çatışması Beyanı / Conflict of Interest

Çalışmada herhangi bir kurum veya kişi ile çıkar çatışması bulunmamaktadır.

There is no conflict of interest with any institution or person in the study.

İntihal Politikası Beyanı / Plagiarism Policy

Bu makale İntihal programlarında taranmış ve İntihal tespit edilmemiştir.

This article was scanned in Plagiarism programs and Plagiarism was not detected.

Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Beyanı / Scientific Research and Publication Ethics Statement

Bu çalışmada Yükseköğretim Kurumları Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Yönergesi kapsamında belirtilen kurallara uyulmuştur.

In this study, the rules specified within the scope of the Higher Education Institutions Scientific Research and Publication Ethics Directive were followed.