



Çalışanların Yenilikçi Davranışlarında Sosyal Sermayenin Rolü¹

The Role of Social Capital in the Innovative Behavior of Employees

Sultan Merve ÇETİN¹

Yeliz MOHAN BURSALI^{2*}

¹Pamukkale Üniversitesi sultanmervectn@gmail.com, ORCID: 0000-0002-7537-597X

²Pamukkale Üniversitesi, ybursali@pau.edu.tr, ORCID: 0000-0001-5239-8689

* Yazışılan Yazar/Corresponding author

Makale Geliş/Received: 16.04.2023

Makale Kabul/Accepted: 23.06.2023

Araştırma Makalesi / Research Paper

DOI: 10.47097/piar.1284246

Öz

20. yüzyıldan bu yana birçok farklı alana konu olan sosyal sermaye önemi giderek artan bir kavramdır. Sosyal sermaye toplumda güvene dayalı kalkınmanın oluşmasına kaynaklık eden değerlerin birikimi olarak, yenilik kavramı ise yeni ve faydalı iş ürünlerinin, prosedürlerin ve süreçlerin bilinçli olarak uygulanması olarak belirtilebilir. 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 işletmelerde rekabeti artıran stratejik bir etken olarak düşünülmesi ise sosyal sermayenin çalışanların yenilikçi davranışlarındaki rolünün inceleme konusu olmasına yol açmıştır. Bu bağlamda çalışmanın amacı, Denizli ilinde faaliyet gösteren tekstil firmalarında görev yapan beyaz yakalı çalışanların yenilikçi davranışlarında sosyal sermayenin rol oynayıp oynamadığının incelenmesidir. 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 Davranış.

Jel Kodları: M54, O15, O30.

Abstract

Social capital, which has been the subject of many different fields since the 20th century, is an increasingly important concept. Social capital can be defined as the accumulation of values that lead to the formation of development based on trust in the society, and the concept of innovation can be defined as "the conscious implementation of new and useful work products, procedures, and processes". Innovation can happen where there is an innovative environment. Social capital has an important role in the development of this environment. Innovative behavior refers to a multi-step process that includes the recognition of problems, the creation of infrastructures to support ideas, and the implementation of ideas. Considering innovative behavior as a strategic factor that increases competition in businesses has led to the role of social capital in the innovative behavior of employees being the subject of investigation. In this context, the aim of the study is to examine whether social capital plays a role in the innovative behavior of white-collar employees working in textile companies operating in Denizli. In the correlation and regression analyzes conducted in the study, a positive and significant relationship founded between social capital and innovative behavior.

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

Jel Codes: M54, O15, O30.

¹ Bu çalışma Doç. Dr. Yeliz Mohan Bursalı danışmanlığında Sultan Merve Çetin tarafından hazırlanan ve 2021 yılında kabul edilen "Çalışanların Yenilikçi Davranışlarında Sosyal Sermayenin Rolü" başlıklı yüksek lisans tezinden üretilmiştir.

1. GİRİŞ

Sosyal sermaye, yeni bir kavram olarak kabul edilmekle birlikte, bir fikir olarak sosyal bilimlerde uzun bir tarihi geçmişe sahiptir. Yazında sosyal sermaye kavramının kökeni Durkheim, Marx ve hatta Aristo'nun çalışmalarına kadar gitmekte, sosyolojik yaklaşım içinde -Tocqueville, Durkheim, Weber, Marks, Tönnies gibi- ilk sosyologlara, iktisadi yaklaşım içinde ise -Adam Smith, Marshall, Hume ve Hicks gibi- klasik iktisatçılara kadar uzanmaktadır. Bununla birlikte bir terim olarak ilk kez Hanifan (1916) tarafından kullanılmıştır (Woolcock ve Narayan, 2000: 228). Hanifan, Batı Virginia'da sosyal katılımın eğitim ve okul başarısını artırmadaki yerini açıklayarak, sosyal sermaye kavramını ortaya çıkarmış, sosyal sermayeyi sosyal bir birimi meydana getiren fertler ve aileler arasındaki iyi beklentiler, arkadaşlık, sempati ve sosyal ilişki gibi çoğu kişinin günlük hayatında karşılaşılabileceği 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 durum ferdin sosyal ihtiyaçlarını doyurarak, potansiyel olarak toplumun bütünü için hayat şartlarının önemli ölçüde gelişmesine katkıda bulunur (Tüylüoğlu, 2006:21). Hanifan'ın sosyal sermayeye yönelik bu yorumu farklı çalışmalarda zaman zaman ele alınmış ancak kavram çok dikkat çekmemiş ve uzun yıllar pek ele alınmamıştır. 1950-1960'lı yıllara gelindiğinde ise bazı Kanadalı şehir sosyologları ve kent bilimciler tarafından yeniden keşfedilmiş, 1970'li yıllardan itibaren de iktisatçılar tarafından ele alınmaya başlamıştır (Woolcock ve Narayan, 2000: 229). Kavrama yönelik genel ilgi ve teorik sahada yaşanan gelişmeler ise 1980'li yılların sonları ile 1990'lı yıllarda ortaya çıkmıştır. Sosyal sermayenin güncel kullanımı daha çok Bourdieu (1986), Coleman (1988) ve Putnam'ın (1993; 1995) çalışmalarına dayandırılmaktadır.

Kavram olarak "sosyal sermaye" ekonomik, politik ve toplumsal alanlarda karşılaşılan kalkınma merkezli sorunların tespiti, açıklanması ve analizine dair tartışmalarda sosyal bilimlerin son çeyrek yüzyılında yoğun olarak yer almaya başlamıştır (Şan ve Şimşek, 2011). Batı'nın iktisadi, siyasi ve toplumsal modellerinin yetersiz kaldığı günümüz şartlarında meydana gelen krizler, sosyal bilimlerin yeni kavramsallaştırmaları ile anlaşılmaya, açıklanmaya ve aşmaya çalışılmaktadır. Bu çerçevede sosyal sermaye yüz yüze gelinen problemlerin tespit edilmesi ve çözümünü için sosyal bilimlerdeki farklı disiplinlerin katkısı ile son çeyrek yüzyılda iyice öne çıkmaktadır. Kimileri için başarılı bir eğitimin, ekonomik kalkınmanın, etkili yönetimin, toplumsal bütünleşmenin kaynağı kayıp halka, toplumsal tutkal, görünmez el, kimileri için de bilimsel popülizmin günümüzdeki son halkası, inşa edilmiş, bağlamsal, kaotik, tercüme, çelişkili ve tartışmalı bir kavramdır. Kimilerine göre de "farklı gündemler için kullanışlı bir mandal" olarak sosyal bilimlerin gündeminde yeri olan bir araç olarak ifade edilmektedir (Aktaran; Şan ve Şimşek, 2011: 90; Fine, 2011; Woolcock ve Narayan, 2010; Harris ve De Renzi, 2010; Grootart, 2010; Field, 2008; Fukuyama, 2005;).

Toplumları bir arada tutan, değiştiren, dönüştüren sosyal sermaye kavramının bu süreçte hem etki edip hem de sürece katkı vermesini sağladığı bir diğer olgu da insanların ortaya koyduğu yeniliklerdir. Yenilik yeni bir ürün veya hizmet yaratılmasının yan sıra iş modelleri, yönetim teknikleri, stratejileri ve örgütsel yapı açısından yenilikleri de ifade eder. Yönetim ilkeleri ve süreçlerindeki yenilik uzun ömürlü rekabet avantajı yaratabilir ve

rekabet düzeyinde dramatik değişikliklere yol açabilir (Hamel, 2006:73). İşletmeler özellikle de uluslararası düzeyde faaliyet gösteren işletmeler, yaşamlarını devam ettirme, rekabet avantajı 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 konuya eğilimleri artmıştır (Aksay ve Orhan, 2013:11). Stratejik anlamda güçlü olabilmek için yeniliği gerçekleştirmek kadar yeniliğin sürekliliğini de sağlamak gerekmektedir. Bu ise çalışanların yenilikçi davranışlara teşvik edilmesi ile mümkün olabilir. Çalışanların yenilikle sonuçlanabilecek yaratıcı fikirlerini ortaya koyabilmeleri açısından yenilikçi iklime yönelik algıları, düşünceleri ve bu noktada sosyal sermaye büyük önem taşımaktadır. Yüksek bir sosyal sermaye örgütte yenilikçi bir ortamın oluşmasına etki edebilecek ve çalışanları yenilikçi davranmaya teşvik edebilecektir. Sosyal sermaye ve yenilikçi iklim yenilikçi davranışı, o da rekabet üstünlüğünü ve bu üstünlüğün sürdürülmesini sağlayacaktır. Buradan hareketle sosyal sermayenin günümüz örgütlerince yatırım yapılması ve geliştirilmesi gereken bir kaynak olduğu sonucuna ulaşılabilir

Bu çerçevede mevcut çalışma, sosyal sermaye ve yenilikçi davranış arasındaki ilişkiyi ele almakta ve çalışanların yenilikçi davranışlar sergilemesinde sosyal sermayenin rolünü ortaya koymayı amaçlamaktadır. Bu doğrultuda çalışmada öncelikle ele alınan kavramlara ilişkin teorik bir çerçeve oluşturularak sosyal sermaye ile yenilikçi davranış arasındaki ilişkiyi inceleyen yerli ve yabancı araştırma sonuçlarına yer verilmektedir. Daha sonra 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 verilmekte ve bu yönde elde edilen bulgular değerlendirilmektedir.

2. TEMEL KAVRAMLAR

Çalışmanın bu bölümünde çalışmanın konusunu oluşturan temel değişkenler olan sosyal sermaye ve yenilikçi davranış ile bu kavramlarla ilişkili diğer kavramlar hakkında temel bilgiler verilmektedir.

2.1. Sermaye Kavramı

Geleneksel iktisat teorisinde emek, doğal kaynaklar, sermaye ve girişimci olarak dörde ayrılan üretim faktörleri içinde sürekli öne çıkarılan faktörün ve yine iktisadi büyüme ve kalkınma sürecinde de en çok ihtiyaç duyulan değer sermaye olduğu ifade edilebilir. Her zaman maddi unsurlarla özdeşleştirilen ve geleneksel iktisat yazınında da yer alan para ve paranın satın alabildiği makine ve teçhizat olarak görülen sermaye kavramının sadece para merkezli olmadığı anlaşılmalıdır. Çünkü parasal karşılığı olan maddi değere yönelik sermaye tanımlaması çerçevesinde ülkelerin kalkınmışlığını ya da geri kalmışlığını açıklamak pek de mümkün görünmemektedir. Milletlerin sahip olduğu yeraltı ve yerüstü kaynakları ile erişilen ekonomik düzeyin farklı yönde olması zorunlu olarak önce ekonomistleri daha sonra ise araştırmacıları ekonomik kalkınma konusunda yeni arayış ve araştırmalara yönlendirmiştir. Nitekim bakıldığında doğal kaynak zengini olan coğrafyaların genellikle az gelişmiş toplumları doğal kaynak bakımından fakir olan coğrafyaların ise tersine gelişmiş toplumları barındırdığı ifade edilebilir. Bu noktada ekonomik kalkınma ile toplumların sahip olduğu maddi değerler arasında pozitif yönlü bir ilişki kurmanın mümkün olmadığı belirtilebilir. Bu yüzden sermaye olgusunu sadece maddi yönü olan tek

boyutlu bir yaklaşımla ele almanın eksik ve hatalı bir anlayış olacağı ifade edilebilir (Karagül, 2012: 24-25). Bu açıklama doğrultusunda sermayeyi genel olarak finansal, fiziki, beşeri ve sosyal sermaye olarak dört grupta sınıflandırmanın mümkün olduğu söylenebilir. Buna göre finansal sermaye, üretim sonucu oluşan artı değer kapsamındaki para ve parayla eşdeğer maddi olarak değerli varlıkların oluşturduğu birikmiş iktisadi değerler olarak tanımlanabilir. Fiziki sermaye, bir ülkeye ait binalar ile alt yapı imkânları, makine, teçhizat gibi üretimde kullanılacak iktisadi varlıklar olarak nitelendirilir. Beşerî sermayede nüfusa ilişkin miktar, yaş, sağlık, eğitim yapısı gibi demografik unsurlar belirleyici unsurlar olup, bir ülkedeki iş görebilen eğitilmiş işgücüne ilişkin bilgi, beceri ve deneyimin toplamı ifade edilmektedir. Sosyal sermaye ise bir toplumda güvene dayalı yatay ve dikey özelliklere sahip ilişkiler seviyesini ifade etmekte olup, diğer sermaye türlerinin ülke çıkarları doğrultusunda daha etkili, dinamik ve randımanlı bir şekilde kullanılmasına olanak sağlamaktadır (Karagül, 2012: 25-26). Zira insanlar 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 (Kilpatrick vd., 2003). Sosyal sermaye, iki veya daha fazla kişi arasında kurulan ilişkiler ve diğer gruplarla yapılan iş birliği sonucunda sağlanan yararlar olarak tanımlanabilmektedir. Kişilerin yalnız başlarına yaparken zorlanacakları şeyleri bir gruba katılarak sosyal ilişkiler yardımıyla daha kolay gerçekleştirmelerine yardımcı olur. Bu ilişkilerin birey ve toplum üzerindeki etkisi de sosyal sermaye olarak tanımlanmaktadır (Öztopcu, 2017:1).

2.2. Sosyal Sermaye Kavramı

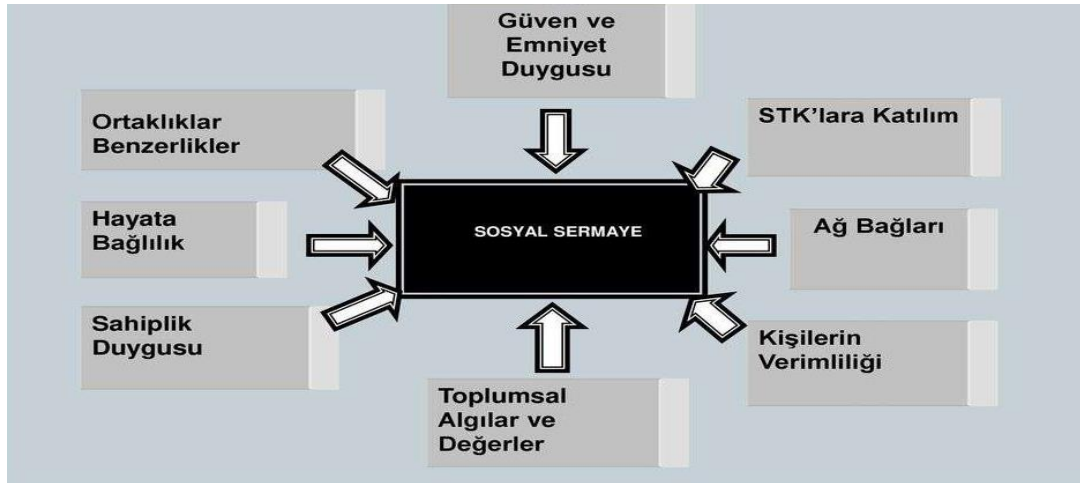
Kalkınma, sosyoloji, eğitim, siyaset bilimi, işletme ve ekonomi gibi alanlarda disiplinler arası bir kavram olarak kullanılan sosyal sermaye kavramının son dönemde öne çıkışı ve gittikçe artan önemine rağmen kavramın kökenleri çok daha eskilere dayanmaktadır. Kavramın ilk ortaya çıkışına kaynak olarak sosyolog Lyda J. Hanifan'ın 1916'da yazmış olduğu makale gösterilmektedir (Keskin, 2008: 8). Hanifan'ın makalesinde sosyal sermaye genellikle bireyler arası ilişkiler bağlamında kullanılmıştır ve diğer sermaye türlerinden içerik açısından ayrılan özelliği nedeniyle dikkate değer olduğu belirtilebilir. İlerleyen yıllarda kavramı tekrar gündeme getiren isim Bourdieu olmuş, Coleman, Portes ve Putnam ise çalışmaları ve literatüre yaptıkları katkılarıyla kavramı ilerletmişlerdir. Ekonomi literatürünün dışında kavramın tanımlaması üzerinde herhangi bir görüş birliği sağlanamamakla birlikte kavramı meydana getiren sosyal ağlar, resmi ya da gayri resmi gönüllü katılımın sağlanması, anlayış gibi sivil normların fonksiyonlarına dair bir uzlaşının olduğu belirtilebilir (Keskin, 2008:10; Aydın, 2016: 26). Kavramı ele alan Bourdieu sosyoloji, Coleman eğitim psikolojisi, Putnam siyaset bilimi ve Fukuyama ise iktisat tarihi ile iktisat sosyolojisi alanında sosyal sermayeyi değerlendirmişlerdir (Aydın, 2016: 26). Bu yönde kavrama ilişkin çeşitli tanımlamaların yapılması kafa karışıklığına neden olmuş ve sosyal sermayeyi anlatmak için kullanılan sosyal bağlar, sivil erdem, toplumsal ağlar, genişletilmiş dostluklar, formel ve informal ağlar ve toplumsal tutkal gibi kavramlar bu karışıklığı daha da arttırmıştır (National Statistic, 2001: 6; Aydın, 2016: 29).

Sosyal yapının bir arada olmasını sağlayan sosyal sermaye, aynı zamanda sosyal yapının

kültürel, politik ve sosyo-ekonomik alanda ilerlemesine etki eden örfler, adetler, gelenekler, görenekler, insan ilişkileri ile ulusal ve uluslararası ilişkileri belirleyen normların bütünü olarak tanımlanmaktadır. Bunun yanı sıra sosyal sermaye bir topluluğu 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 itibarıyla Field (2008)'in dediği üzere "ilişkiler önemlidir" olarak ifade edilebilir. Fertler 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 paylaşırlarsa sosyal sermaye konusunda daha üst kademelerde yer alabileceklerdir (Field, 2008: 1).

Sosyal sermaye, başta güven, karşılıklık, iş birliği ve ağ bağlar gibi unsurları kapsamaktadır. Yapılan çalışmalar sosyal sermayenin diğer unsurlara kıyasla en fazla güven unsuru ile birlikte ele alındığını ortaya koymuştur. Bunun nedeni ise tüm ilişkilerin belirli bir güven düzeyi oluşmadıkça sağlıklı bir şekilde yapılamamasından kaynaklanmaktadır. Zira güven bireylerin daha kolay iş birliği yapabilmelerine imkân sağlamaktadır. (Öztopcu, 2017: 24). Putnam' a göre sosyal sermaye 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 bağına oluşturmaktadır (Kangal, 2013: 43). Sosyal sermayenin unsurları Şekil 1' de yer almaktadır.

Şekil 1. Sosyal Sermayenin Unsurları



Kaynak: (Karagül, 2012: 92).

Nahapiet ve Ghoshal 1998'de yaptıkları 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.

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 bireyler arasındaki genel bağlantı biçimlerini, bireyler ve ulaşım şekilleri de dâhil olmak üzere tüm bunları içermektedir (Burt, 1992). Bireyler arasındaki ilişki ağının (network) olup olmaması, iletişim ağının yapısı ve buna uygun örgütsel anlayış, yapısal boyutun en önemli yönünü ifade eder.

Sosyal sermayenin bilişsel boyutu kişiler arasında meydana gelen ağda yer alan bireylerin sahip oldukları ortak değerleri içermektedir. Bunlar bireyler arasında paylaşılan başarı öyküleri ile mevcut ortak dilden meydana gelmektedir. Krishna ve Uphoff' un (2002) yapmış oldukları çalışmalarında insanların nasıl hissettikleri ve nasıl düşündükleri ile bağlantılı olması sebebiyle içsel olan bilişsel sosyal sermaye "normlar, değerler, yaklaşımlar ve inanışlar" olarak nitelendirilmiştir (Keleş, 2012: 63). Bu ortak değerler zaman geçtikçe işletmede çıkabilecek sorunlara karşı ortak çözüm üretmeyi ve çözüm yaklaşımlarının iyileştirilmesini sağlamaktadır. Sosyal sermayenin bu boyutu örgütsel hafızanın meydana getirilmesinin yanı sıra paylaşılan değerlerin çoğaltılıp korunması bakımından da önem taşımaktadır (Töremen ve Ersözlü, 2009: 64).

Sosyal sermayenin ilişki boyutu, normlara, zorunluluklara ve duygusalığa dayalı güveni ifade etmektedir. İlişki 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 eğilimleri, yanlış yapılan eylemlere karşı yaklaşım tarzları, empatik düşünebilme seviyeleri ve değer verme ölçütleri bu bağlamda ele alınır (Töremen ve Ersözlü, 2010: 44).

2.3. Yenileşim ve Yenilik Kavramı

Yenilenmek, başkalaşmak, değişmek manasına gelen latince "innovare" sözcüğünden türemiş olan kavram İngilizcede "innovation" olarak kullanılmaktadır. Kavramın Türkçeye geçişi ise "inovasyon" biçiminde olmuştur. Bazı yazarlar inovasyon kelimesinin kullanımını tercih ederlerken, TDK kelimenin "yenileşim" olarak 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

Görüldüğü gibi kavram fikir, icat ve uygulamadan meydana gelen hem yenilenme ve yenilemenin olduğu bir süreç hem de bir sonuç (yenilik) olarak değerlendirilmektedir (Akalin, 2009; Barlay, 2008; Calpin-Davies, 2001) (2-1). Thompson (1965) yenileşimi, yeni fikirlerin, süreçlerin, ürünlerin ya da hizmetlerin üretilmesi, benimsenmesi ve uygulanması olarak tanımlamaktadır. Yenileşimi piyasaya sürülen yeni bir marka bilgisayar ya da yeni bir model araba gibi yeni bir obje olarak tanımlayanlar da vardır (Yeloğlu, 2007).

Yenilik kavramı ise araştırmacılar ve uygulayıcılar tarafından farklı şekillerde tanımlanmıştır. Bazı araştırmacılar bu kavrama "değer" tarafından bakmış; bazıları da, "yenilik" (newness) veya "orijinallik" (novelty) kelimeleriyle ele alarak açıklamaya çalışmışlardır. Öte yandan her disiplin kavramı kendi perspektifinden tanımlamıştır. Örnek olarak, Porter (1990: 780), yenilikçiliği "ticarileştirilmiş (icat edilen) şeylerin yeni bir üretim biçimi" olarak ifade etmektedir. Bu tanım işletmeye iktisadi değer kattığı zaman yenilikçiliğin değerli olması varsayımını içermektedir. Bu şekilde ürün ve hizmette

odaklanan yeniliktir. Bu tanım nispeten sorun yaratabilir. Çünkü yenilik her zaman bir işletme için değerli kabul edilmeyebilir (Kimberly ve Evanisko, 1981, Gülbahar, 2019). Damanpour (1991: 556), yeniliğe yenilik ve orijinallik düzeyi açısından ele almakta ve yeniliğin tanımını "işletmenin yeni fikirlerinin üretimi, geliştirilmesi ve uyarlanması" şeklinde yapmaktadır. 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 mutlaka bir başka işletme için yeni olma gerekliliği taşımayacağından bir tartışma ortaya koymaktadır (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 bir biçimde dâhil edilmesi ve uygulanması" şeklinde tanımlamaktadır. Bu tanım işletmede bir olgu olarak yenilikçiliği, işletmenin belirli bir kısmı veya işletmenin kendine has 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).

2.4. Yenilikçilik ve Yenilikçi Davranış Kavramı

Barker'ın görüşüne göre yenilikçilik kavramı yeni ürünler ortaya çıkarma periyodu, yeni ürünlerin meydana getirilmesinde kullanılan yöntemi açıklama aracı, kurumsal fonksiyonun adı, politikacıdan duyulan belirsiz bir sosyal fayda ve sonunda insanlığımızı açıklayan bir karakter özelliği olarak ortaya çıkar. (Barker, 2001: 22). Yenilikçilik, ürün ve görevlerde birtakım geliştirmeler ortaya koyma süreci olmayıp, tamamıyla yeni çalışma araçlarını takip etme, yeni veya yüksek güç taşıyan teknolojilerden faydalanma olarak tarif edilebilir. (Wolpert, 2003: 62). Yenilikçilik, işletme tarafından bir düşüncenin, aracın, sistemin, politikanın, programın, ürünün, hizmetin veya sürecin ilk defa verilmesi ya da kullanılması (Güleş ve Bülbül, 2004: 125) olup sürekli, dinamik ve köklü yenilikler olarak ele alınmaktadır.

Yenilikçi davranış, yeni fikirlerin yaratılma, elde edilme, geliştirilme, uygulanma, özendirilme, göze çarpma ve nitelendirme süreci olarak belirtilmektedir (Thurlings, Evers ve Vermeulen, 2015). Dyer, Gregersen ve Christensen (2011) dünyadaki en yenilikçi liderleri inceleyip analiz etmişler, yenilikçi davranışın sorgulama, gözleme, bağlantı kurma, deneyimleme ve ilişki kurma gibi boyutlardan oluştuğunu ortaya koymuşlardır. Bu manada yenilikçi davranış sergileyen kişilerin mevcut durumu farklı yönleriyle ele alarak sorguladıkları, bu durumla ilgili 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 düşünceleri pratiğe dönüştürerek 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 görülmekte ve bir işletme için sürdürülebilir rekabetçi üstünlük yaratan unsur ve bu üstünlüğü de korumanın en önemli yöntemi olarak

kabul edilmektedir (Porter, 1980). Bu noktada özellikle çalışanların yenilikçi davranışları önem taşımaktadır. Yenilikçi davranış, West ve Farr, (1989) tarafından "herhangi bir örgüt düzeyinde, yararlı bir yeniliğin geliştirilmesi, tanıtılması ve uygulanmasına yönelik yapılan tüm bireysel faaliyetler olarak" tanımlanmaktadır (Rank ve ark. 2004; Moio 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 yapılması, yeni fikirlerin geliştirilmesi ve yeni yöntemlerin uygulanmasını kapsamaktadır. (Yuan, 2010; Amo,2006; Sönmez, 2011: 5). Yenilikçi davranış ve bireysel iş rolü kapsamında yeniliğe dair davranışlar ile birim ya da tüm örgüt seviyesinde yeniliğin geliştirilmesi ve uygulanmasını içermektedir. (Yuan, 2010; Sönmez, 2011: 5). Yenileşimin yayılmasıyla ilgili yapmış olduğu çalışmada Rogers (2003,) yenileşim sürecinin aşamalarını bilgi, inanma/ikna etme, karar 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 1' de gösterilmektedir.

Tablo 1. Yaratıcı ve Yenilikçi Davranışlar

1. Fırsatların Belirlenmesi 1.FırsatYaratanKaynaklaraÖnemV erme 2.YenilikÇinFırsatlarArama3.Fırsat larıTanıma 4.FırsatlarHakkındaBilgiEldeEtme	2.Üretkenlik 1.Fırsatlaragörefikirlerveçözü mlergeliştirme 2. Fırsatlaragöre kategorilerve sun umlargeliştirme 3.Fikirlerlebilgilerikombineet me
3. Geliştirmeye Yönelik Araştırma 1.Fikir ve çözümleri formüle etme2.Fikir ve çözümleri uygulama3.Fikirveçözümlerideğerl endirme	4. Destekleme Savunma 1.Kaynakları seferber etme 2.İkna etme ve etkileme 3.Zorlama ve müzakere etme 4.Biçimlendirmeveriskalma
5. Uygulama 1.Uygulama 2.Biçimlendirme 3.Alişkanlıkhaliyetirme	

Kaynak: Kleysen ve Street (2001)

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 ve her iki 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, süreçlerin 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 davranış 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 birbirleriyle ilişkili davranışlar kümesidir ve dört kademeli bir süreç olarak ifade edilir. Bunlar fikir araştırması, fikir üretme, fikir şampiyonluğu ve uygulama şeklindedir (De Jong ve den Hartog, 2010: 23). 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 (de Jong ve den Hartog, 2010: 6-7). Ortaya çıkan bu iki eylemle 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 (kaynakları kullanarak meslektaşlar üzerinde baskı kurmak, etkileşimde bulunmak ve karşılıklı pazarlık yapmak gibi) de kapsamaktadır. 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).

2.5. Sosyal Sermaye ile Yenilikçi Davranışlar Arasındaki İlişkiyi Araştıran Çalışmalar

İnsan kaynağı, işletmeler için eşsiz ve önemli bir unsurdur. Potansiyelini yenilikçi ve bilgiyi paylaşan davranışlar ortaya koyarak açığa çıkartabilir. Bu davranışların sergilenmesinde sosyal sermaye çok önemli bir etken olarak ortaya çıkmaktadır. Sosyal sermayenin yenilikçi bir ortamı ve buna bağlı olarak yenilikçi davranışları ortaya çıkaran önemli bir etken olduğu belirtilebilir. Buna yönelik olarak literatürdeki karşılığına bakılarak sosyal sermaye ile yenilikçilik ve yenilikçi davranışlar arasındaki ilişkinin ele alındığı çalışmalar incelenmiştir.

Turgut (2013)'un kamu ve özel hastanelerde yürüttüğü ve sosyal sermaye ve bilgi paylaşımı davranışının yenilikçi iklime etkisini incelediği çalışmasında 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.

Turgut ve Begenirbaş (2014)'ın, çalışmalarında ilişkisel sosyal sermayenin yenilikçi davranışa etkisinde örtülü bilgi paylaşımı davranışının aracılık rolü araştırılmıştır. Araştırma sonucunda ilişkisel sosyal sermayenin örtülü bilgi paylaşımı ve yenilikçi davranışı anlamlı ve pozitif yönde etkilediği ve örtülü bilgi paylaşımı davranışının kısmi aracılık rolünün olduğu bulunmuştur.

Yine Turgut ve Begenirbaş (2013)'ün yapmış olduğu bir başka çalışmada çalışanların yenilikçi davranışları üzerinde sosyal sermaye ve yenilikçi ikliminin rolü incelenmiş ve analiz sonucunda elde edilen bulgularda yapısal sosyal sermaye ve bilişsel sosyal sermayenin yenilikçi iklim boyutları ve yenilikçi davranışa anlamlı etkisi bulunamamıştır. 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 etkisini araştırdıkları bankacılık sektöründe bir çalışma gerçekleştirmişlerdir. Bu çalışmanın amacı bankacılık sektöründe çalışanların pozitif psikolojik sermaye düzeylerinin yenilikçi

davranışları üzerindeki etkisini belirlemektir. Araştırma sonucu yapılan regresyon analizinde, pozitif psikolojik sermaye alt boyutlarından psikolojik dayanıklılığın yenilikçi davranış anlamlı bir şekilde etkilediği tespit edilmiştir.

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

Turgut ve Begenirbaş (2016)'un çalışmasında 482 sağlık çalışanı ile yenilikçi iklim ile sosyal sermayenin bilgi paylaşımı ve yenilikçi davranışa olan etkisi araştırılmış ve yenilikçi iklimin sosyal sermayeye pozitif yönde etkisinin olduğu, sosyal sermayenin de yenilikçi davranış ve örtülü bilgi paylaşımını olumlu olarak etkilediğine dair bulgulara ulaşılmıştır.

Literatürde yer alan bu araştırma bulguları doğrultusunda mevcut çalışmanın ana ve alt hipotezi şu şekilde oluşturulmuştur:

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

H1a: Sosyal sermayenin alt boyutları ile yenilikçi davranışın alt boyutları arasında pozitif yönlü anlamlı bir ilişki vardır.

3. ARAŞTIRMA

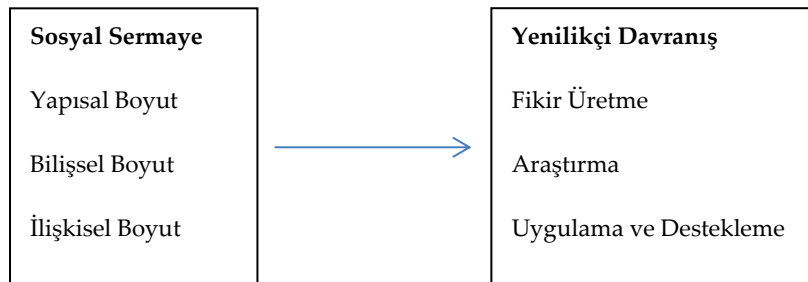
Çalışmanın bu bölümünde amaca uygun olarak sosyal sermaye ve yenilikçi davranış arasındaki ilişkiyi test etmek için yürütülen araştırmaya yer verilmektedir.

3.1. Araştırmanın Amacı

Bu çalışmanın amacı, sosyal sermaye ile yenilikçi davranış 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.

3.2. Araştırmanın Modeli

Araştırmanın amacı kapsamında aşağıda ana hipoteze uygun olarak basit bir model oluşturulmuştur. Araştırmanın basit modeli Şekil 2'de gösterilmektedir.



Şekil 2. Araştırmanın Basit Modeli

3.3. Araştırmanın Örnekleme

Araştırmanın evrenini Denizli'de faaliyet gösteren ve ihracat yapan tekstil firmaları örneklemini ise Türkiye'de ilk 1000 ihracatçı firma arasına giren tekstil firmaları oluşturmaktadır. Bu kapsamda ulaşılabilen ve araştırmaya katılmayı kabul eden 18 tekstil firması yer almaktadır. Araştırma kapsamında Covid-19'dan dolayı on-line uygulanan anket Google formlarda hazırlanarak 18 firmaya e-posta yoluyla gönderilmiştir. Yapılan 180 anketin 10 tanesi eksik ve yanlış doldurulduğu için çıkarılmış, geri kalan 170 anket araştırmaya dâhil edilmiştir.

3.4. Araştırmanın Yöntemi ve Veri Toplama Araçları

Araştırmada veri toplama aracı olarak anket tekniği kullanılmıştır. 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. Üçüncü kısımda ise sosyal sermayeyi ölçmek için, Göksel vd. (2010)'nin 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. Sosyal sermaye ölçeği 26 sorudan oluşmaktadır. Ölçeğin ölçümü için 5' li Likert ifadeleri kullanılmış ve ifadeler 1- Hiç Katılmıyorum, 2-Katılmıyorum, 3- Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum, 4-Katılıyorum, 5- Tamamen Katılıyorum şeklinde derecelendirilmiştir.

3.5. Araştırma Verilerinin Analizi

Veriler analiz edilirken SPSS (SPSS 22) programı kullanılmıştır. Araştırmaya dahil edilen örneklem grubunun özellikleri 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 analizleri uygulanmıştır.

3.6. Araştırmanın Bulguları

Araştırmanın bu kısmında, katılımcıların demografik özelliklerine ilişkin bulgulara, araştırmada kullanılan ölçüm araçlarının faktör yapıları ve güvenilirlik analizine ilişkin bulgulara ve araştırma kapsamında yer alan hipotezleri test etmek amacıyla gerçekleştirilen istatistiksel analizlerin sonuçlarına yer verilmektedir.

3.6.1. Demografik Özelliklere İlişkin Bulgular

Araştırmaya katılan katılımcıların kişisel ve mesleki özelliklerinin yer aldığı demografik değişkenlere ilişkin bulgulara Tablo 2'de yer verilmiştir. Buna göre, katılımcıların % 52,9 (n=90)'unu erkeklerin, % 47,1 (n=80)'ini kadınların oluşturduğu, % 59,4 (n=100)'ünün bekâr olduğu, % 36,5 (n=62)'inin 18-25 yaş aralığında olduğu, % 54,6 (n=94)'sının lisans mezunu olduğu ve %31,8 (n=54)'inin toplam kıdemini 1-5 yıl arasında olduğu tespit edilmiştir.

Tablo 2. Katılımcıların demografik özellikleri

Değişken	Kategori	N	%
Cinsiyet	Kadın	80	47,1
	Erkek	90	52,9
MedeniDurum	Evli	70	40,6
	Bekâr	100	59,4
Yaş	18-25	62	36,5
	26-34	55	32,4
	35-44	32	18,8
	45 ve üzeri	21	12,4
Eğitim Düzeyi	Lise	32	18,4
	Ön-lisans	25	16,1
	Lisans	94	54,6
	Lisansüstü (Yüksek Lisans/Doktora)	19	10,9
Toplam Çalışma Süresi	1 Yıldan Az	38	22,5
	1-5 Yıl	54	31,8
	6-10 Yıl	22	13,3
	11-14 Yıl	9	5,2
	15 yıl ve üzeri	46	27,2
Toplam		170	100,00

3.6.2. Veri Toplama Araçlarının Faktör Yapısı ve Güvenilirlik Analizine İlişkin Bulgular

Araştırmada kullanılan anket çalışmasında değişkenlere ilişkin ölçeklerin geçerliliğini test etmek amacıyla faktör analizi ve güvenilirliğini test etmek amacıyla da Cronbach's Alpha güvenilirlik analizi yapılmıştır. Araştırmada kullanılan ölçeklere ilişkin geçerlilik ve güvenilirlik analiz sonuçlarına ait bilgiler Tablo 3, Tablo 4 ve Tablo 5'de verilmiştir. Örneklem sayısının yeterliliği Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) örneklem yeterliliği testi ve Bartlett küresellik testi ile değerlendirilmiştir. Tablo 3'de buna ilişkin bulgular görülebilir. Tablo 4'deki faktör analizi sonuçları incelendiğinde, tüm ifadelerin kendi faktörü altında toplandığı görülmektedir. Tüm faktör yükleri 0,4'ün üstünde değere sahip çıkmıştır. Yenilikçi davranış ölçeğinin özgün formunda on madde ve dört boyutlu (fikir üretme, araştırma, destekleme ve uygulama) bir yapı söz konusu iken mevcut çalışmada yapılan analizde Tablo 4 incelendiğinde yenilikçi davranış ölçeğinin uygulama ve destekleme boyutuna ait soruların tek boyut altında toplandığı görülmektedir, bu yönde ölçek üç boyutlu bir yapıya sahip olmuştur. Tablo 5'de araştırmada kullanılan ölçeklerin Cronbach Alfa katsayısı ile analiz edilen güvenilirlik sonuçları incelendiğinde, verilerin güvenilirlik değerlerinin 0,7 değerinin üzerinde olması verilerin yüksek düzeyde güvenilir olduğunu göstermektedir. Sonuç olarak, araştırmada kullanılan değişkenlere ilişkin ölçeklerin geçerlilik ve güvenilirlik çalışmaları sonucunda bu araştırmanın amacına uygun olduğu tespit edilmiştir.

Tablo 3. Ölçeklere İlişkin KMO Örneklem Yeterliliği ve Bartlett Küresellik Testine Ait Bulgular

	Sosyal Sermaye	Yenilikçi Davranış
KMO Örneklem Yeterliliği Testi	0,855	0,874
Bartlett Küresellik Testi	2046,867	769,644
Df	325	36
Sig.	0,000	0,000
Açıklanan Varyans	50,845	81,066

Tablo 4. Araştırmada Kullanılan Ölçeklerin Faktör Analiz Sonuçları

Soruİfadeleri	FaktörYükleri					
	1	2	3	4	5	6
Sosyal Sermaye İlişkisel 1	0,843					
SSİ 2	0,801					
SSİ 3	0,790					
SSİ 4	0,742					
SSİ 5	0,723					
SSİ 6	0,707					
SSİ 7	0,634					
SSİ 8	0,558					
SSİ 9	0,556					
SSİ 10	0,497					
SSİ 11	0,489					
SSİ 12	0,481					
SSİ 13	0,430					
Sosyal Sermaye Yapısal 1		0,791				
SSY 2		0,775				
SSY 3		0,771				
SSY4		0,700				
SSY 5		0,604				
SSY 6		0,510				
SSY 7		0,433				
SSY 8		0,534				
SSY 9		0,563				
Sosyal Sermaye Bilişsel 1			-0,834			
SSB 2			-0,823			
SSB 3			-0,780			
SSB 4			-0,595			
Yenilikçi Davranış Uygulama ve destekleme 1				0,918		
YDUD 2				0,897		
YDUD 3				0,892		
YDUD 4				0,690		
Yenilikçi Davranış Araştırma 1					0,955	

YDA 2	0,792	
YDA 3	0,657	
Yenilikçi Davranış Fikir Üretme 1		0,941
YDFÜ 2		0,763

Tablo 5. Araştırmada Kullanılan Ölçeklerin Güvenilirlik Analiz Sonuçları

Değişkenler	Soru Sayısı	Cronbach's alpha
Sosyal Sermaye	26	0,911
Yenilikçi Davranış	10	0,893

3.6.3. Betimsel İstatistik Analizine İlişkin Bulgular

Sosyal sermaye ve yenilikçi davranış ölçek ifadelerine ilişkin ortalama ve standart sapma değerleri tablo 6 ve tablo 7'de görülmektedir.

Tablo 6. Sosyal Sermaye Ölçeği Ortalama ve Standart Sapmaları

N=170		Ortalama	Standart Sapma
Yapısal Boyut	1	3,2882	,98772
	2	3,0294	1,05149
	3	3,1647	,95888
	4	3,1059	,96720
	5	3,4412	,79908
	6	3,4294	,81282
	7	3,3235	,87438
	8	3,1131	,96294
	9	3,4235	,84091
Bilişsel Boyut	10	3,4882	,83019
	11	3,5000	,83027
	12	3,4643	,78070
	13	3,5059	,73176
	14	3,4412	,90988
	15	3,4320	,89132
	16	3,0824	,96950
	17	3,4353	,84191
	18	3,2249	,91109
İlişkisel Boyut	19	3,5824	,72710
	20	3,5118	,82303
	21	3,5882	,72641
	22	3,4491	,77350
	23	3,3412	,87100
	24	3,4765	,68976
	25	3,5562	,68014

Sosyal sermaye ölçeği ortalamalarına bakıldığında değerlerin 3,0294 ve 3,5882 arasında değiştiği görülmektedir. Sosyal sermayenin bilişsel boyutu ilişkisel boyutuna göre ilişkisel boyut ise yapısal boyuta göre daha yüksek ortalamaya sahiptir.

Tablo 7. Yenilikçi Davranış Ölçeği Ortalama ve Standart Sapma Değerleri

N=170		Ortalama	Standart Sapma
Fikir Üretme	1	3,3412	,99767
	2	3,4941	,81587
	3	3,4412	,83529
Araştırma	4	3,1059	,96720
	5	3,5647	,77608
	6	3,3765	,88346
	7	3,3471	,89219
Uygulama ve Destekleme	8	3,3412	,87100
	9	3,4556	,84486

Yenilikçi davranış ölçeği ortalamalarına bakıldığında 3,5647 ve 3,3412 değerleri arasında değiştiği görülmektedir. Boyutlararası ortalamalara bakıldığında araştırma boyutunun, fikir üretme boyutundan, fikir üretme boyutunun ise uygulama ve destekleme boyutundan daha yüksek ortalamaya sahip olduğu söylenebilir.

3.6.4. Değişkenler Arası Korelasyonlara İlişkin Bulgular

Araştırmanın bu kısmında sosyal sermaye ile yenilikçi davranış birer boyut olarak kabul edilerek ana hipotezi test etmek amacıyla bu iki değişken arasında ve bu değişkenlerin alt boyutları arasındaki ilişkileri gösteren korelasyon katsayıları Tablo 8'de ve Tablo 9'da gösterilmektedir.

Tablo 8. Değişkenlere İlişkin Korelasyon Değerleri

	Sosyal Sermaye	Yenilikçi Davranış
Sosyal Sermaye	1	
Yenilikçi Davranış	0,528 **	1

N=170 **Korelasyon,0.01seviyesinde anlamlıdır.

Tablo 8'de değişkenler arası korelasyona ilişkin bulgular incelendiğinde, sosyal sermaye ile yenilikçi davranış arasında orta düzeyde ($r=0,528$) pozitif yönlü anlamlı ($p < 0,01$) bir ilişki tespit edilmiştir.

Tablo 9. Değişkenlerin Al Boyutlarına İlişkin Korelasyon Değerleri

	Yapısal	İlişkisel	Bilişsel	Fikir Üretme	Araştırma	Destekleme Uygulama
Yapısal	1					
İlişkisel	0,425**	1				
Bilişsel	0,495**	0,451**	1			
Fikir Üretme	0,315**	0,251**	0,274**	1		
Araştırma	0,203**	0,410**	0,271**	0,461**	1	
Destekleme Uygulama	0,316**	0,524**	0,381**	0,354**	0,658**	1

Tablo 9’da 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.

3.6.5. Regresyon Analizine İlişkin Bulgular

Araştırmanın bu bölümünde sosyal sermaye ve yenilikçi davranış tek bir boyut olarak kabul edilmiş ve tek değişkenli regresyon analizine tâbi tutulmuştur. Analiz sonucu elde edilen bulgular Tablo 10’da görülmektedir.

Tablo 10. Sosyal Sermaye ve Yenilikçi Davranış İlişkisine Yönelik Regresyon Analiz Sonuçları

Model	R	R ²	Düzeltilmiş R ²	Tahmin Edilen Standart Hata
1	0,528 ^a	0,279	0,275	0,52293

a.Bağımsız Değişken: Sosyal Sermaye

Tablo 10'a göre, sosyal sermayenin bağımsız değişken, yenilikçi davranışın bağımlı değişken olarak yer aldığı regresyon analiz sonuçları verilmiştir. Buna göre, sosyal sermayenin yenilikçi davranışın %27,9'unu açıkladığı tespit edilmiştir.

Elde edilen bu analiz sonuçlarına göre araştırma çerçevesinde oluşturulan ana ve alt hipotezlere ilişkin değerlendirme tablosu aşağıda görülmektedir.

Tablo 11. Araştırma Hipotezlerinin Değerlendirilmesi

HİPOTEZLER	DURUM	KORELASYONK ATSAYISI
H1: Sosyal sermaye ile yenilikçi davranış arasında pozitif yönlü anlamlı bir ilişki vardır.	DESTEKLENMİŞTİR	0,528
H1a: Sosyal sermayenin yapısal boyutu ile fikir üretme boyutu arasında pozitif yönlü anlamlı bir ilişki vardır.	DESTEKLENMİŞTİR	0,315
H1b: Sosyal sermayenin yapısal boyutu ile araştırma boyutu arasında pozitif yönlü anlamlı bir ilişki vardır.	DESTEKLENMİŞTİR	0,203
H1c: Sosyal sermayenin yapısal boyutu ile destekleme boyutu arasında pozitif yönlü anlamlı bir ilişki vardır.	DESTEKLENMİŞTİR	0,316
H1ç: Sosyal sermayenin yapısal boyutu ile uygulama boyutu arasında pozitif yönlü anlamlı bir ilişki vardır.	DESTEKLENMİŞTİR	0,316
H1d: Sosyal sermayenin bilişsel boyutu ile fikir üretme boyutu arasında pozitif yönlü anlamlı bir ilişki vardır.	DESTEKLENMİŞTİR	0,274
H1e: Sosyal sermayenin bilişsel boyutu ile araştırma boyutu arasında pozitif yönlü anlamlı bir ilişki vardır.	DESTEKLENMİŞTİR	0,271
H1f: Sosyal sermayenin bilişsel boyutu ile destekleme boyutu arasında pozitif yönlü anlamlı bir ilişki vardır.	DESTEKLENMİŞTİR	0,381
H1g: Sosyal sermayenin bilişsel boyutu ile uygulama boyutu arasında pozitif yönlü anlamlı bir ilişki vardır.	DESTEKLENMİŞTİR	0,528
H1h: Sosyal sermayenin ilişkisel boyutu ile fikir üretme boyutu arasında pozitif yönlü anlamlı bir ilişki vardır.	DESTEKLENMİŞTİR	0,251
H1i: Sosyal sermayenin ilişkisel boyutu ile araştırma boyutu arasında pozitif yönlü anlamlı bir ilişki vardır.	DESTEKLENMİŞTİR	0,410

H1i: Sosyal sermayenin ilişkisel boyutu ile destekleme boyutu arasında pozitif yönlü anlamlı bir ilişki vardır.	DESTEKLENMİŞTİR	0,524
H1j: Sosyal sermayenin ilişkisel boyutu ile uygulama boyutu arasında pozitif yönlü anlamlı bir ilişki vardır.	DESTEKLENMİŞTİR	0,524

4. SONUÇ

Günümüzde yenilikçiliğin hem kamu hem de özel sektör açısından yadsınamaz bir önemi vardır. Yenilikçiliğin odağında bireyler vardır. Çalışanların yenilikçi davranışlara sahip olması büyük önem taşımaktadır. Yöneticilerin çalışanlarına karşı destekçi birtutum sergilemeleri, arkadaş ilişkilerinin geliştirilmesi, kişisel eğitim pogramlarının arttırılabilmesi, çalışanların meslekleri hakkında güncelbilgilere sahip olmasının sağlanması gibi firmaların gelişmesinde önem arz eden durumlar ancak örgüt içinde yenilikçi bir iklim oluşturularak çalışanların yenilikçi davranışlara eğilmeleriyle mümkün olur. Yenilikçi davranışları arttırarak ve geliştirerek sürdürülebilmek için ise, yenilikçi davranış oluşturma ve geliştirmede etkili olan faktörler saptanıp engeller ortadan kaldırılabilir, güçlü taraflar ise geliştirilebilir. Bu yaklaşımlar çalışanın performansını ve sunulan hizmeti doğrudan etkileyecektir. 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 ve bu kapsamda üzerinde durulması ve önemle ele alınması gerekmektedir. 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. Zira insanların kalabalıklara nazaran tek başlarına yapabilecekleri işler kısıtlıdır. Bireysel tecrübelerin ve sahip olunan bilgilerin toplumsal hayatta karşılık bulmadığı durumlarda bazı problemler ortaya çıkabilir. 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 bakıldığında hem dengeleyici hem de bir arada tutucu bir 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, çalışanların birbirleriyle kurdukları yakın ilişkilerde gizlidir. Örgütlerin insanda canlandırdığı duygular olarak tanımlanabilecek sosyal sermaye; firma içerisindeki bireylerin birbirlerine olan sevgi ve saygıları, bağlantıları ve oluşturdukları toplulukları, birbirlerine olan anlayış ve güvenlerini ifade etmektedir. Kuşkusuz sosyal sermaye demokratik örgütlerin ortaya çıkmasında etkili bir fonksiyona sahiptir (Töremen, 2002: 571).

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 sermayenin onların yenilikçi davranışları

üzerindeki rolünün önemi dikkate alınarak buna uygun bir ortam yaratmaları ve bu ortama zemin hazırlamaları sürdürülebilirlikleri açısından son derece önemlidir. Bu kapsamda çalışmanın amacı çalışanların yenilikçi davranışlar ortaya koymalarında sosyal sermayenin rolünü ortaya koymak olarak belirlenmiş ve bu iki değişken arasındaki ilişkiyi test etmek amaçlanmıştır. Bu doğrultuda çalışmada sosyal sermaye; yapısal, bilişsel ve ilişkisel boyutuyla, yenilikçi davranış ise fikir üretme, araştırma, destekleme ve uygulama boyutlarıyla incelenmiştir. Araştırmaya katılanların verilerine ait betimsel istatistikler incelendiğinde çalışanların sosyal sermayelerine dair en yüksek bilişsel boyuta daha sonra da ilişkisel boyuta ilişkin ortalama değerlerinin geldiği görülmektedir. Bu durum örgütlerde beyaz yakalı çalışanların yer aldıkları pozisyonlar açısından değerlendirildiğinde yaptıkları işler ve görevleri düşünüldüğünde son derece doğaldır. Yenilikçi davranış açısından ortalama değerleri ele alındığında araştırma boyutu, fikir üretimi boyutu ile uygulama ve destekleme boyutu biçiminde sıralandığı görülmekte bu durum da yenilikçi olmaya dair hem toplumsal kültür hem de örgütlerin bu konuya ilişkin genel bakış açısı doğrultusunda mantıklı görünmektedir.

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. Sosyal sermaye ile yenilikçi davranışın alt boyutları arasında orta düzeyli, pozitif yönlü ve anlamlı bir ilişki saptanmıştır. Buna göre sosyal sermayenin yapısal boyutu ile yenilikçi davranışın fikir üretme boyutu arasında orta düzeyde pozitif yönlü ve anlamlı bir ilişki, yapısal boyut ile yenilikçi davranışın araştırma boyutu arasında zayıf düzeyde anlamlı bir ilişki, yapısal boyut ile yenilikçi davranışın destek ve uygulama boyutu arasında orta düzeyde anlamlı bir ilişki tespit edilmiştir. Sosyal sermayenin ilişkisel boyutu ile yenilikçi davranışın fikir üretme boyutu arasında zayıf düzeyde anlamlı bir ilişki, ilişkisel boyut ile yenilikçi davranışın araştırma boyutu arasında orta düzeyde pozitif yönlü anlamlı bir ilişki, ilişkisel boyut ile yenilikçi davranışın destekleme ve uygulama boyutu arasında orta düzeyde anlamlı bir ilişki tespit edilmiştir. Sosyal sermayenin bilişsel boyutu ile yenilikçi davranışın fikir üretme boyutu arasında zayıf düzeyde anlamlı bir ilişki, bilişsel boyut ile yenilikçi davranışın araştırma boyutu arasında zayıf düzeyde anlamlı bir ilişki, bilişsel boyut ile yenilikçi davranışın destekleme ve uygulama boyutu arasında ise orta düzeyde pozitif yönlü anlamlı bir ilişki tespit edilmiştir. Yapılan analizler sonucunda tüm alt hipotezler desteklenmiştir. Sosyal sermayenin yapısal, bilişsel ve ilişkisel boyutlarının yenilikçi davranışın araştırma, destekleme ve uygulama boyutlarıyla farklı düzeylerde ilişkili olması beyaz yakalı çalışanların sosyal sermayeye sahip olmalarının yenilikçi davranışlar ortaya koymalarını destekleyerek hem fikir üretme, hem araştırma yapma hem de bunların uygulamaya koyulması açısından anlamlı görülebilir. Bununla birlikte araştırma kapsamında bilişsel ve ilişkisel sosyal sermayeye daha çok sahip olan beyaz yaka çalışanların yenilikçi davranışın araştırma, destekleme ve uygulama boyutunda daha etkili olduğu, yapısal sosyal sermayeye sahip olmalarının ise daha zayıf biçimde yenilikçi davranışın araştırma boyutunda etkili olması çalışanlarda örgütün yerinin ve etkisinin çok güçlü olmadığı şeklinde yorumlanabilir.

Farklı 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 sosyal sermaye ve örtülü bilgi paylaşımı davranışının yenilikçilik iklimini pozitif yönde etkilediğini, Turgut ve Begenirbaş (2013) yapısal sosyal sermaye ve bilişsel sosyal sermayenin yenilikçi iklim boyutları ve yenilikçi davranışa anlamlı etkisi bulunmadığını fakat bunun yanında mevcut çalışmaya benzer olarak ilişkisel sosyal sermayenin yenilikçi iklim boyutlarını ve yenilikçi davranış pozitif yönde etkilediğini ve yine Turgut ve Begenirbaş (2014), ilişkisel sosyal sermayenin örtülü bilgi paylaşımı ve yenilikçi davranış anlamlı ve pozitif yönde etkilediğini ortaya koymuşlardır.

Mevcut araştırmada araştırmaya katılan tekstil firmalarında çalışanların sosyal sermayelerinin onların yenilikçi davranışlarına olumlu yönde yansıdığı gözlemlenmiştir. Bu doğrultuda ulaşılan bulgulardan yola çıkarak şu önerilerde bulunulabilir;

Sosyal sermaye ile yenilikçi davranış arasındaki ilişkinin Türkçe yazında çok fazla çalışılmadığı görülmektedir. Sınırlı bir örneklem ile beyaz yakalı ihracat firma çalışanları üzerinde yapılan bu çalışmanın diğer sektörlerde de uygulanması sağlanarak yazının 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. 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 örgütün işlem maliyetleriyle karşı karşıya gelmesi önlenir. 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 yapılmalara zemin hazırlayabilecektir. İyi yönetilirse işletmenin misyon ve vizyonuna ciddi katkılar yapması beklenmektedir.

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 rol sahiptir. Sosyal sermayenin geliştirilebilmesi için, mesleki nitelikler iyileştirilmeli, karşılıklı güven tesis edilmeli, ağbağlar 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.

KAYNAKÇA

- Akalın,Ş.H.(2009).Innovation,inovasyon:yenileşim,TürkDiliDilveEdebiyatDergisi,93(666),483-486.
- Aksay, K., ve Orhan, F. (2013). Hastanelerde inovasyon sürecinin risk yönetimi bağlamında değerlendirilmesi: bir model önerisi. Dicle Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 2(3), 10-23.
- Amo, B.W. (2006). Employee Innovation Behaviour in Health Care: The Influence From Management and Colleagues, International Nursing Review, 53(3),231-237.
- Aydın, H. İ. (2016). Sosyal Sermaye ve Kalkınma. Ankara: Efil Yayınevi.
- Barlay,Ö.(2008).Türk Holdinglerinde İnovasyon Sürecinde İnsan Kaynakları Yönetimi Faaliyetlerinin Değerlendirilme Araştırması, (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi),Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Turgut, E., & Beğenirbaş, M. (2013). Çalışanların Yenilikçi Davranışları Üzerinde Sosyal Sermaye ve Yenilikçi İklimin Rolü: Sağlık Sektöründe Bir Araştırma. Kara Harp Okulu Bilim Dergisi, 23(2), 101-124.
- 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.
- Bourdieu, P. (1986). The Forms of Capital. In J. Richardson (Ed.), Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education (pp. 241–258). New York: Greenwood
- Burt, R. S. (1992). Structural Holes: The Social Structure of Competition, Harvard Cambridge:University Press,.
- Calpin-Davies, P. (2001). Innovate and Prosper, Nursing Management, 7/10, 22-23.
- Coleman, J. S. (1988). Social Capital in the Creation of Human Capital. The American Journal of Sociology, 94(1) Supplement: Organizations and institutions: Sociological and Economic Approaches to the Analysis of Social Structure, 95–120.
- Damanpour,F. (1991). Organizational Innovation: A Meta-Analysis of Effects of Determinants and Moderators, Academy of Management Journal, 34/3, 555–590.
- Demiral, M. (2007), Türkiye’de Sosyal Sermaye Kapsamında Sivil Toplum Kuruluşları (Stk)’nın Sürdürülebilir Sosyo ekonomik Kalkınma Sürecindeki Rolü, Türk Dünyası KırgızTürk Sosyal Bilimler Enstitüsü Akademik Bakış Dergisi,13, 1-26.
- Dyer, J. H., Gregersen, H. B. and Christensen, C. M. (2011). The Innovator's DNA: Mastering the Five Skills of Disruptive Innovators, Boston: Harvard Business Press,.
- Field, J. 2008. Social Capital, 2nd edn, London: Routledge.
- Gülbahar, Y. (2019). Girişimcilik Tutkusunun Yenilikçi Davranışlar ve Başarısızlık Korkusu Üzerine Etkisi: Metanetin Aracılık Rolü. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Aksaray

Üniversitesi .

- Güleş, H.K. ve Bülbül, H. (2004). Yenilikçilik İşletmeler İçin Stratejik Rekabet Aracı, Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Hamel, G. (2006). The Why, What and How of Management Innovation. Harvard Business Review (February): 72-84.
- Jain, R. (2010). Innovation in Organizations: a Comprehensive Conceptual Framework for Future Research. South Asian Journal of Management, 17(2), 81.
- Kangal, N. (2013). Sosyal Sermaye Teorileri ve Sosyal Sermaye Kalkınma İlişkisi: Türkiye Örneği, (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- Karagül, M. (2012). Sosyal Sermaye (Kapitalizmin Kör Noktası), Ankara: Nobel Yayınevi.
- Kanter, R.M.(1988). When at Housand Flowersbloom: Structural, Collective and Social Conditions for Innovation in Organization, Research in Organizational Behavior, 10,169-211.
- Keleş,H.N.(2012). Sosyal Sermaye,Konya: EğitimYayınevi.
- Keskin, M. (2008). Sosyal Sermaye ve Bölgesel Kalkınma: Erzurum Ticaretve Sanayi Odası Üyelerinde Soysal Sermaye Düzeyi ve Belirleyicilerinin Analizi, (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Erzurum.
- Kimberly, J. R., & Evanisko, M. J. (1981). Organizational Innovation: the Influence of Individual, Organizational, and Contextual Factors on Hospital Adoption of Technological and Administrative Innovations. Academy of Management Journal, 24(4), 689-713.
- Kilpatrick, S. U. E., Field, J., & Falk, I. A. N. (2003). Social Capital: an Analytical Tool for Exploring Lifelong Learning and Community Development. British Educational Research Journal, 29(3), 417-433.
- Kitapçı, İ. (2016), EkonomideYenilikçi Bir Kavram: Sosyal Sermaye, Pamukkale Üniversitesi Maliye Dergisi, 171,108-132.
- Kleysen, R.F. and Street, C.T. (2001). Toward a Multi-Dimensional Measure of Individual Innovative Behavior, Journal of Intellectual Capital, 2, 284-296.
- Kılıçer, K. ve Odabaşı, H.F. (2010). Bireysel Yenilik Ölçeği (byö): Türkçe'ye Uyarlama, Geçerlik ve Güvenirlik Çalışması, Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi, 38,150-164.
- 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_Moisio&co.pdf, (19.04.2009).

- National Statistic (2001) Quick Facts on Mental Health, web adresi: <https://sdmilitaryfamily.org/wp-content/uploads/2019/03/5-25-18-Quick-Facts-on-Mental-Health-PDF.pdf>
- Nahapiet, J. and S. Ghoshal (1998). Social Capital, Intellectual Capital, and the Organizational Advantage, *Academy of Management Review*, 23/2, 242-266.
- 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.
- Öztopçu, A., (2017), *Sosyal Sermaye Teorisi ve Sürdürülebilir Yerel Kalkınma*, İstanbul: Yeni İnsan Yayınevi, ISBN: 978-975-2498-01-3.
- Porter, M.E. (1980). *Competitive Strategy: Techniques for Analysing Industries and Competitors*, New York: Free Press,.
- Putnam, R. D. (1993). The Prosperous Community. *The American Prospect*, 4(13), 35–42.
- Putnam, R. D. (1995). Tuning in, Tuning out: The Strange Disappearance of Social Capital in America. *PS: Political Science & Politics*, 28(4), 664-683.
- 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.
- Rogers,E.B.(1962).*Diffusion of Innovations*, New York: FreePress.
- Sönmez, B. (2011). Hemşirelerin Yenilikçi Davranışları ve Etkileyen Faktörler: Niteliksel Bir Çalışma, (Doktora Tezi), İstanbul Üniversitesi Sağlık Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Şan, M.K. ve Şimşek, R. (2011). Sosyal Sermaye Kavramının Tarihsel-Sosyolojik Arka Planı, *Akademik İncelemeler Dergisi*, 6(1), 88-110.
- Töremen, F. ve Ersözülü, A. (2010). Eğitim Örgütlerinde Sosyal Sermaye ve Yönetimi, İstanbul: İdeal Kültür Yayıncılık.
- 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.
- 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.
- Tüylüoğlu, Ş. (2006). Sosyal Sermaye, İktisadi Performans ve Kalkınma: Bir Yazın Taraması, *Akdeniz İ.İ.B.F. Dergisi*, 6(12), 14-60.
- Tsai, W. and S. Ghoshal (1998). Social Capital and Value Creation: the Role of Intra Firm Networks, *Academy of Management Journal*, 41(4), 464-476.
- Van de Ven, A. H. (1986). Central Problems in the Management of Innovation. *Management Science*, 32(5), 590-607.
- West, M. A., & Farr, J. L. (1990). *Innovation at Work*. John Wiley & Sons.
- Wolpert, J.D. (2003), *Yenilik Kutularının Dışına Çıkmak, Yenilikçilik*, (Çev. Ahmet Kardam), İstanbul: MESS Yayınları.
- Woolcock, M. Narayan, D. (2000). Social Capital: Implications for Development Theory, Research and Policy, *The World Bank Research Observer*, 15(2), 225-249.
- Yeloğlu, H.O. (2007). Örgüt, Birey, Grup Bağlamında Yenilik ve Yaratıcılık Tartışmaları, *Ege Akademik Bakış Dergisi*, 7(1), 133-152.
- Yuan, F. (2010). Individual Innovation in the Workplace: The Role of Performance and Image Outcome Expectations, *Academy of Management Journal*, 53(2), 323-342.