

## Sosyal Sermayenin İktisadi Önemi ve İnovatif Etkilerinin Kimlik İktisadı Üzerinden Değerlendirilmesi: İçerdekiler-Dışardakiler

*The Economic Significance of Social Capital and Evaluation of Innovative Effects of Social Capital Through Identity Economics: Insiders-Outsiders*

Mustafa Ercan Kılıç 

İnönü Üniversitesi, İktisat Bölümü,  
Malatya, Türkiye,  
mercan.kilic@inonu.edu.tr,  
ror.org/04asck240



**Öz:** Toplum çeşitli normlar belirler ve insanların bu normlara göre hareket etmesini bazen talep ederler bazen de şart koşar. Böylece, normlar, insanın üst kimliğini oluştururlar. Yani kendi içinde farklı davranmak istese de normlar insanın davranışlarını dışarıdan şekillendirir. Bu açıdan bakınca sosyal sermaye ve kimlik iç içe durumlardır. Kimlik olmadan sosyal sermaye ortaya çıkmaz ve normlar olmadan kimlik oluşmaz. Dolayısıyla kimlikler, sosyal sermayenin esasıdır diyebiliriz. Sonuç olarak kimlik iktisadından bahsedilecekse sosyal sermayeden de bahsetmek gerekir. Bu araştırmanın birincil amacı, bir toplumun kalkınması için gerekli olan ancak toplumun büyük bir kısmının yabancı olduğu sosyal sermaye kavramına vurgu yapmak ve iktisadi önemini ayrıntılı olarak tanıtmaktır. Çalışmanın ikincil amacı, sosyal sermayenin barındırdığı inovatif yapıyı tarif etmektir. Üçüncü ve son amaç ise kimlik iktisadı bünyesinde ortaya atılan "kimlik oluşturma" veya "içerdekiler-dışardakiler" olarak tabir edilen ve örgütsel inovasyon olarak nitelendirilebilecek bir sistemin, sosyal sermaye üzerinden temini hususunda varsayımsal bir çıkarsama yapmaktır. Bu çıkarsama yapılırken sosyal sermaye ile "içerdekiler-dışardakiler" sisteminin benzer ve farklı yönleri tarif edilmiş ve benzerlikler üzerinden nedensel bir ilişki kurulmuştur. Böylece baştan alınacak tedbirler doğrultusunda kimlik oluşturma nasıl kolaylaşacağı üzerine öngörüler oluşturulmuştur. Sonuç olarak, çalışmanın bütünü düşünüldüğünde, sermaye türleri arasında sosyal sermayenin önemini biraz daha ön plana çıkarmak ve böylece sosyal sermayenin toplumsal kalkınma için önemini ortaya koymak ise çalışmanın genel amacını oluşturmaktadır.

**Anahtar Kelimeler:** Sosyal Sermaye, Kurumsal İktisat, Kimlik İktisadı, Örgütsel İnovasyon

Geliş Tarihi/Received: 08.06.2024  
Kabul Tarihi/Accepted: 10.03.2025  
Yayımlanma Tarihi/ Available Online:  
20.03.2025

**Abstract:** Society sets various norms and sometimes demands and sometimes requires people to act according to these norms. Thus, norms form the super-identity of a person. In other words, norms shape a person's behavior externally, even if he wants to behave differently within himself. From this perspective, social capital and identity are intertwined situations. Without identity, social capital does not emerge, and without norms, identity does not emerge. Therefore, we can say that identities are the basis of social capital. As a result, if identity economics is to be talked about, social capital should also be mentioned. The primary purpose of this research is to emphasize the concept of social capital, which is necessary for the development of a society but to which most of the society is unfamiliar, and to introduce its economic importance in detail. The secondary aim of the study is to describe the innovative structure that social capital contains. The third and final aim is to make a hypothetical inference about the provision of a system called "identity formation" or "insider-outsider", which can be described as organizational innovation, through social capital, put forward within identity economics. While making this inference, similar and different aspects of social capital and the "insider-outsider" system were described and a causal relationship was established through similarities. Thus, predictions were made on how creating an identity would be easier in line with the measures to be taken from the beginning. As a result, considering the whole study, the general purpose of the study is to highlight the importance of social capital among the types of capital and thus to reveal the importance of social capital for social development.

**Keywords:** Social Capital, Institutional Economics, Identity Economics, Organizational Innovation

## Extended Abstract

Social capital, which emphasizes the importance of relationships between people, has survived to this day as a hidden factor behind economic success. It has not been given much credit alongside physical capital or money. In fact, the use of social capital depends on the emergence of human capital. Because before relations between people, perhaps it was necessary to understand the importance of humans. In economics, first the value of people and then the value of the relationship between people began to be understood.

Social capital plays an important role in distributing the costs and benefits of activities that concern society in general. The state cannot contribute much to the local people through top-down organizations. In addition, it is very difficult to ensure the continuity and effectiveness of these organizations. On the other hand, organizations in which local people are responsible and participate in the administration or are organized by themselves become more effective, more stable and more contributing. Projects in which social capital is not taken into account and only physical and human capital are considered are temporary and of little benefit.

Social capital, like other types of capital, can have positive and negative consequences. For example, social capital organizations that engage in illegal activities such as mafia or create unfair competition such as cartels negatively affect society (Ostrom, 2000). Not every group that comes together contributes positively to society and may even have negative effects; such as underground groups and smuggling networks. The growth of such groups will negatively affect the social capital of the society. (Narayan & Pritchett, 2000).

A dense network of relationships has no value if people have nothing useful to offer or help each other with. We can also call this situation as a garbage dump of useless relationships (Dzialek, 2009). In fact, in the long run, these relationships become harmful to society.

Social capital, which talks about the importance of relationships between people, has survived to this day as an invisible hero behind economic success. It has not been given much credit alongside material capital or natural resources. In fact, the use of social capital depends on the emergence of human capital. Because before relations between people, perhaps it was necessary to understand the importance of humans. In economics, first the value of people and then the value of the relationship between people began to be understood. Relationships between people occur through identities. Identities that are directly related to each other, such as boss-employee, husband-wife, teacher-student, citizen-manager, determine the procedure and structure of behavior. It takes shape with norms in this method and structure. In other words, norms shape people's behavior externally, even if they want to behave differently within themselves. From this perspective, social capital and identity are two intertwined concepts. Without identity, social capital does not emerge, and without norms, identity does not emerge. Therefore, we can say that identities are the basis of social capital. As a result, if identity economics is to be talked about, social capital should also be mentioned.

Since innovation includes extraordinary approaches at its core, the possibility of achieving this angle will increase as the perspective on the issue expands. Social capital provides a broad perspective that individuals cannot reach. Opportunities such as negotiating, consulting and exchanging ideas about production-related problems or searches through social networks, under certain norms and through trust-based relationships, arise through social capital. Therefore, social capital provides the infrastructure that will result in innovation. In this context, it would be a meaningful effort to create the necessary structure for "identity formation", which we can call organizational innovation, through social capital.

Identity economics is a field pioneered by George A. Akerlof and Rachel E. Kranton (2000; 2002; 2005). Although it is not exactly a sub-discipline, it can be considered a sub-heading of sub-disciplines such as

institutional economics or behavioral economics. In identity economics, Akerlof and Kranton explain the impact of identities on human behavior based on many past social experiments, statistics and their own observations. They also suggest an application field similar to the "Nudge" policy in behavioral economics. Thus, they are trying to develop an economic solution by creating an identity and influencing people as both producers and consumers.

The "identity creation" system proposed under the umbrella of identity economics consists of three stages and includes a structure design that will consistently encourage employees. Sub-elements of this structure are factors such as trust and norms, similar to social capital. Unlike social capital, creating a sense of corporate belonging and ownership is of primary importance in identity economics. Moreover, unlike social capital, the "identity phenomenon" is created and supported by the employer. The subtlety here is the existence of employees' social capital potential. It will be easier for people who have social capital habits to adopt the "identity" phenomenon that the employer is trying to provide. A situation arises where two phenomena with similar elements will strengthen each other in an existential sense

## 1. Giriş

Orta çağda ve daha eski dönemlerde sermaye yatırıma dönüştürülebilir para anlamına gelmekteydi. Günümüzde de iş dünyasında sermaye bu anlamıyla kullanılmaktadır. Ancak bilim dünyasında Adam Smith'le birlikte sermaye kelimesi anlam genişlemesine uğramıştır. Bugün ekonomi biliminde sermaye kelimesi hakkında üç farklı görüş bulunmaktadır. Birinci görüş sermaye kelimesinin orijinal anlamıyla yani yatırıma dönüştürülebilir para- kullanılması gerektiğini savunmaktadır. Schumpeter (1956), Weber (1968), Hobson (1926) bu görüşü savunanlar arasındadır. İkinci görüş ise Adam Smith'le başlayan ve sermayeyi üretime katkıda bulunan tüm fiziksel araçlar olarak kabul eden görüştür. John Stuart Mill (1848) sermayeyi işgücünün ürettiği kümülatif stok, Karl Marks (1976) üretici faktörlerin hepsi olarak tanımlarken bu görüşü takip etmişlerdir. Üçüncü görüş ise sermayeyi üretime katkı yapan görünen, görünmeyen, maddi veya maddi olmayan her şey kabul ederek en geniş haliyle ele almaktadır. Bu üçüncü görüşle birlikte insan ve insana ait olan bazı vasıflar da bir sermaye türü olarak kabul edilmeye başlanmıştır. Mesela beşerî sermaye bu tür sınıflandırmanın ilklerindedir. Irving Fisher (1897) beşerî sermaye kelimesini iktisat yazınında ilk kez kullanmıştır. Veblen (1908) ikinci tip görüşe sahip biri olarak buna karşı çıkmıştır. İnsanın alınıp satılabilmesi kanunen mümkün olmadığı için bu görüşün hukuka aykırı olduğu yani insanın bir sermaye olarak görülemeyeceğini ileri sürmüştür. Ancak bu eleştiriler çok fazla kabul görmemiştir. Daha sonraları Theodore W. Schultz (1960) ve Gary Becker (1964) beşerî sermaye kavramının yaygınlaşmasına öncülük etmişlerdir. Beşerî sermaye kavramı daha sonra ortaya çıkacak tüm yeni sermaye tanımlamalarına öncülük etmiştir.

Yukarıda bahsedilen yeni sermaye türlerinden biri de sosyal sermayedir. Böylece insanlar arası münasebet de sermaye sınıflandırmasına dahil olmuştur. Bir toplumdaki aile, akraba, vakıf ve dernekler, kamuya ait kurumlar vs. gibi resmi ve resmi olmayan kurumların kendi içinde ve dışı dönük olarak sağlıklı bir iletişimin, güvenin ve emniyetin varlığı sosyal sermayeden haber verir (Taban & Kar, 2015, s. 162). Sosyal sermayenin hesaba katılmadığı, sadece fiziki ve beşerî sermayenin düşünüldüğü projeler geçici ve faydası az olmaktadır. Ulusal devlet kurumları bölgesel kurumların yaptıkları icraatlara müdahale etmek yerine geliştirmesine yardımcı olmalıdır (Ostrom, 2000).

Schuller (2000) sosyal sermayeyi diğer sermaye türlerinin aksine kişiyi bireysel çıkarlarının dar çerçevesinden kurtaran bir alternatif olarak görmüştür. Ona göre sosyal sermaye beşerî sermayenin tamamlayıcısı rolündedir. Coleman (1990)' a göre ise sosyal sermaye gayri ihtiyari olarak (hesap dışı) ortaya çıkmaktadır. Bu yönüyle finansal sermaye, fiziksel sermaye veya beşerî sermaye gibi sermaye türlerinden ayrılmaktadır (Field, 2006). Diğer sermaye çeşitleri gibi sosyal sermaye de verimliliği artıran bir özelliğe sahip olup yokluğunda ulaşılması çok zor olan hedefleri mümkün hale getirmektedir. Diğer sermaye çeşitleri gibi sosyal sermaye de tamamıyla ikame edilebilir değildir. Bazı sosyal sermaye çeşitleri belirli aktiviteler için kullanışlı iken diğer faaliyetler de zarar verici olabilmektedir. Diğer

sermaye çeşitlerinin aksine sosyal sermaye kişiler arası ilişkilerin yapısına bağlı olarak devamlılık sağlamakta ya da miadını doldurmaktadır. Yani sosyal sermaye biriktirilemez, depolanamaz, fiziksel sermaye gibi gözle görülüp, elle tutulmaz veya taşınır değildir. (Coleman, 1988). Sosyal sermaye diğer sermaye türlerine (doğal, fiziksel, beşerî) gerekli bir tamamlayıcı rol üstlenmiştir. Negatif veya pozitif sonuçlar ortaya çıkarabilme potansiyeli bulunmaktadır. İnsanlar arasındaki ilişkilerin öneminden dem vuran sosyal sermaye iktisadi başarıların arkasında görünmeyen bir gizli kahraman olarak günümüze kadar gelmiştir. Maddi sermayenin ya da doğal kaynakların yanında pek de itibar edilmemiştir. Aslında sosyal sermayenin kullanım alanı bulabilmesi, beşeri sermayenin ortaya çıkmasına bağlı kalmıştır. Çünkü insanlar arasındaki ilişkilerden önce, belki insanın öneminin anlaşılması gerekliydi. İktisatta önce insanın kıymeti sonra da insanlar arasındaki ilişkinin kıymeti anlaşılmaya başlanmıştır. İnsanlar arası ilişkiler ise kimlikler üzerinden gerçekleşir. Patron-işçi, karı-koca, öğretmen-öğrenci, vatandaş-yönetici gibi özellikle birbiriyle doğrudan ilişkili kimlikler, davranışların usul ve yapısını belirler. Bu usul ve yapıda normlarla şekil alır. Yani kendi içinde farklı davranmak istese de normlar insanın davranışlarını dışarıdan şekillendirmektedir. Bu açıdan bakınca sosyal sermaye ve kimlik iç içe geçmiş iki kavramdır. Kimlik olmadan sosyal sermaye ortaya çıkmaz ve normlar olmadan kimlik oluşmaz. Dolayısıyla kimlikler, sosyal sermayenin esasıdır diyebiliriz. Sonuç olarak kimlik iktisadından bahsedilecekse sosyal sermayeden de bahsetmek gerekir.

Kimlik iktisadı, öncülüğünü George A. Akerlof ve Rachel E. Kranton'un (2000; 2002; 2005) yaptığı bir alandır. Tam olarak bir alt disiplin sayılmazsa da kurumsal iktisat veya davranışsal iktisat gibi alt disiplinlerin bir alt başlığı olarak kabul edilmektedir. Kimlik iktisadında Akerlof ve Kranton, kimliklerin insan davranışlarına olan etkisini hem geçmişte yapılan birçok sosyal deneyden hem istatistiklerden hem de kendi gözlemlerinden yola çıkarak açıklamaktadırlar. Ayrıca davranışsal iktisattaki "Dürtme<sup>1</sup>" politikasına benzer bir uygulama sahası da önermektedirler. Böylece kimlik oluşturarak insanlara gerek üretici gerekse de tüketici olarak etki etme yolunu, iktisadi bir çözüm olarak geliştirmeye çalışmaktadırlar.

Kimlik iktisadı veya kimlik ve ekonomi başlıkları altında Türkiye'de çok fazla çalışmaya rastlanmamıştır. Ensar Yılmaz (2019) Kimlik ve Ekonomi başlıklı ayrıntılı bir çalışma ele almıştır. Bu çalışmada, kimlik tanımı öncelikle sosyolojik teoriler (Sosyal Kimlik Kuramı) üzerinden açıklanmaya çalışılmıştır. Akabinde kimlik iktisadının ilk çalışmalarından bahsedilmiştir. Sonraki kısımlarda kimlik ve ekonomi üzerine yapılmış saha araştırmaları cinsiyet, etnik kimlik, din ve tüketici başlıkları altında incelenmiştir. Her türlü kimliğin müspet veya menfi sonuçlar getirebileceğine dair çalışmalara yer verilmiştir. Kısacası İngilizce çalışmalar üzerine mini bir literatür taraması olan bu çalışmada hiçbir Türkçe veya Türkiye menşeli çalışma yer almamaktadır. Bunun dışında Şebnem İşür (2014) tarafından Akerlof ve Kranton'un kitabı üzerine yapılmış bir değerlendirme, Aladdin Tok tarafından yapılmış Kimlik iktisadı eleştirisi üzerine bir Ben Fine (2021) makalesinin çevirisi ve son olarak kimlik iktisadından kısmi olarak bahsedilen Erdem Seçilmiş'e (2019) ait bir makale bulunmaktadır. Ayrıca yapılan araştırmada, Türkiye'de, bugüne kadar içinde "kimlik" kelimesinin geçtiği 2000 adet tezin yazılmış olduğu tespit edilmiştir. Bu tezlerden kimlik ve iktisat veya kimlik iktisadı konusuna sahip iktisat alanında sadece 1 teze rastlanmıştır. Bu tezin danışmanlığını da belki de bu alandaki tek Türkçe makale sahibi Ensar Yılmaz yapmıştır. Sonuç olarak kimlik iktisadı veya kimlik ve iktisat, Türkiye sınırları içerisinde, iktisat alanında çok fazla üzerinde durulmamış bir konu olarak varlığını devam ettirmektedir. Kimlik iktisadını oluşturan üç faktör kimlik, sosyal gruplar ve normlar.

<sup>1</sup> "Dürtme" kavramı İngilizce "NUDGE" teriminin Türkçe karşılığıdır. Nudge kavramı çıkış olarak psikoloji disiplinine ait olsa da kavramı geliştiren ve bir kamu politikası aracı haline dönüştüren Nobel ödüllü davranışsal iktisatçı Richard H. Thaler ve Cass Sunstein'dir. 5 ayrı aşamanın kısaltması olan N.U.D.G.E., seçim mimarisi denilen ve tüketicilere dışarıdan müdahale etmenin ismi olmuştur. Ancak bu müdahale tüketicinin iradesine karışmadan, basit, düşük maliyetli olmalıdır. Birçok ülkede kamu bünyesinde oluşturulan Davranışsal Öngörü Takımları (BİT) Ekonomi, Trafik, Sağlık gibi alanlarda uygulanması gereken ve DÜRTME adı verilen kamu politikaları oluşturmaktadır (Thaler ve Sunstein, 2019).

Bu çalışmada, esas olarak kimlik iktisadının ortaya koymaya çalıştığı çözümlerinin, sosyal sermayenin ve aslında kimliğin durumuna göre nasıl şekillenebileceği öngörülmesi olarak tahlil edilmiştir. Bir sonraki bölümde metod hakkında kısa bir bilgi verilmiştir. Üçüncü bölümde sosyal sermayenin, kavramsal olarak iktisat literatüründe neden kurumsal iktisat başlığı altında yer alması gerektiği tartışılmıştır. Devam eden bölümde sosyal sermayenin, iktisadi olarak muhtemel pozitif ve negatif yönlerine değinilmiştir. Beşinci bölümde, inovasyonun kavramsal olarak sosyal sermaye ile olan ilişkisine açıklanmıştır. Sonraki üç bölümde, sırasıyla inovasyon, inovasyon modelleri ve inovasyon-sosyal sermaye ilişkisi üzerine yapılmış çalışmalar başlıkları yer almıştır. Yedinci bölümde, kimlik iktisadının teorik altyapısına dair açıklamalar yapılmış ve bu alanda bazı literatür çalışmalarına yer verilmiştir. Dokuzuncu bölümde, Akerlof ve Kranton'un geliştirmeye çalıştığı "içeridekiler-dışarıdakiler" yöntemi tarif edilmiş ve sosyal sermaye ile olan bağlantısı ortaya konulduktan sonra örgütsel bir inovasyon olarak bazı çıkarımlar ve öngörüler ortaya konulmuştur. Sonuç bölümünde ise çalışmanın genel bir değerlendirmesi yapılmış ve bazı öneriler sunulmuştur.

## 2. Metod

Kimlik iktisadı kapsamında, bir örgütsel inovasyon olarak çalışanları teşvik etmek için üç prosedürlü bir uygulama önerilmektedir. Bu uygulama, az maliyetli, uygulaması kolay ve uzun vadeli faydalar içeren bir teşvik sistemi nasıl oluşturulur sorusunun bir cevabı niteliğindedir. Bu uygulamanın, sosyal sermaye kapsamında tatbiki için teorik ve varsayımsal bir deneme yapılacaktır. Kimlik oluşturma uygulaması açısından sosyal sermayenin nasıl bir altyapı sunduğu ve alınacak tedbirler ile sistemin nasıl kolaylaşacağı hususunda tahliller yapılacaktır.

## 3. Sosyal Sermaye ve Kurumsal İktisat

Sosyal sermayenin ilk sistematik düşünürleri Bourdieu (1973;1986) ve Coleman (1988)'dir. Bourdieu sosyal sermayeyi Marksist bir bakış açısıyla ele almıştır sınıfların oluşmasında ve devamlılığındaki önemi ortaya koymuştur. Marksist bakış açısına göre toplum esas olarak ikiye ayrılmaktadır; sermaye sahipleri, emek sahipleri. Sosyal sermayede bu sermaye türlerinden biridir.

Sosyal sermaye konusunu analitik olmaktan ziyade kavramsal olarak ve mikro düzeyde ele alan Bourdieu, sosyal sermayeyi özel mal olarak kabul etmiştir. Yani sosyal sermayenin varlığının sadece bulunduğu çevreye faydalı olduğunu iddia etmiştir. Sosyal sermaye gruplarını ise homojen, sınıfsal ve dışa kapalı gruplar olarak belirtmiştir (Scrivens & Smith, 2013).

Coleman ise sosyal sermayeyi liberal bir bakış açısıyla değerlendirmiştir. Özellikle beşerî sermayenin gelişimindeki önemine dikkat çekmiş ve eğitim alanında birçok araştırma yapmıştır. Coleman'a göre sosyal sermayenin ekonomiye olan katkısı daha çok beşerî sermayenin gelişimi yoluyla olmaktadır (Fine, 2010).

Coleman, sosyal sermayenin hem özel hem de kamu malı özelliklerine haiz olduğunu vurgulamıştır. Diğer sermaye türlerinden farklı olarak sadece kişinin menfaatine olmayıp aynı sosyal yapı içindeki tüm kişilere menfaat sağlamaktadır. Tam tersi de düşünüldüğünde sosyal sermayenin yokluğu tüm kişilere olumsuz olarak yansımaktadır. Mesela bir dernek üyesinin derneğin bütün toplantılarına eksiksiz katılması ya da hiçbir toplantıya katılmaması bütün dernek üyelerine olumlu veya olumsuz etki edecektir (Coleman, 1988, s. 23).

Coleman, Bourdieu'dan farklı olarak sosyal sermayenin ortaya çıkış sebebinin kişisel menfaatlerden ziyade ortak yani toplumu ilgilendiren, toplumsal amaçlar olduğunu vurgulamaktadır. Bireysel menfaatlerin ise ikinci, üçüncü derecede gelebileceğini söylemektedir. Ayrıca sosyal sermaye gruplarının da heterojen, dışa açık gruplar olduğunu belirtmektedir. Sosyal sermayenin temel kaynakları olarak ise aile ve dini kurumları ele almaktadır (Scrivens & Smith, 2013).

Kavrama popülerlik kazandıran asıl kişinin ise Putnam olduğunu söyleyebiliriz. Putnam'ın asıl başarısı sosyal sermayenin birçok alanda açıklayıcı değişken olarak geçerli olabileceğini göstermiş olmasıdır. Putnam sosyal sermayenin gelişmesinde baş aktör olarak kabul edilir. 1990'ların başında İtalya üzerine yaptığı çalışmasını kuzey ve güney bölgelerindeki ekonomik gelişmişlik farkının sosyal sermaye arasındaki farklılıktan kaynaklandığını ortaya koyan çalışması "Making Democracy Work (1993)" temel taşı olmuştur (Fine, 2010).

Putnam'a göre sosyal sermaye toplumsal faaliyetleri kolaylaştıracak her şeyi kapsayabilir. Putnam insanlar arası neredeyse tüm ilişkileri sosyal sermaye kapsamına dahil etmektedir. Putnam, sosyal sermayenin kapsamını Coleman'a göre daha geniş tutmuştur (Aynı şeyi Coleman ile Bourdieu'yu kıyaslansa Coleman için söylenebilir.) Coleman, aile ve kiliseyi (dini kurumlar) ön planda tutarken, Putnam müzik örgütlerini ya da hayvan derneklerini aile ve dini kurumlarla aynı kefeye koymuştur (Field, 2006).

Sosyal sermayenin kavram olarak hangi disiplin altında yer alması gerektiği de tartışmalıdır. Bourdieu cihetinden bakınca felsefi veya sosyolojik bir kavram iken, Coleman tarafından bakınca bir eğitim sosyolojisi kavramına dönüşmektedir. Putnam'ın kullandığı biçim ele alınınca, bir politik ekonomi kavramına evrilmektedir. Kavramın iktisat disiplini altındaki temsilcisi konumunda olan Elinor Ostrom ise sosyal sermaye kavramını, Kurumsal İktisat bağlamında ele almıştır. Ostrom (2000) sosyal sermayenin toplumun birlikte yapılacak faaliyetler sırasında ortaya çıkacak etkileşimler için oluşturmuş olduğu müşterek bilgi, fikir, normlar, kurallar ve beklentilerin bütününden oluştuğunu ifade etmektedir. Ancak sosyal sermayenin ortaya çıkmasında en önemli ilkenin karşılıklılık olduğunu savunur. Karşılıklılık ilkesini kısaca A kişinin B kişisine göstermiş olduğu olumlu bir davranışı B kişisinden beklemesi olarak açıklamaktadır. Çünkü özellikle de güvene ve itibara dayalı ilişkilerde karşılıklı olumlu beklentiler kolaylık ve rahatlık sağlamaktadır. Ayrıca ilişkilerin devamlılığı da yine karşılıklı olumlu beklentilere dayanmaktadır. Karşılıklılık ilkesi gereği, Ostrom açısından gelenek ve görenekler de sosyal sermayenin önemli bir parçasıdır. Kurumsal iktisat yazınında, enformel kurumlar olarak kabul edilen gelenek ve görenekler, sosyal sermayenin oluşmasında önemli bir işlev görmektedir. Çünkü gelenek ve görenekler, toplumsal yaptırımları olan kaidelerdir. Bundan ötürü karşılıklılık ilkesini kuvvetlendiren yapılarıdır. Karşılıklılık ilkesinin güçlü olması da sosyal sermaye potansiyelini artıracaktır.

Ostrom dışında bir diğer ünlü iktisatçı Robert Solow (2000) sosyal sermayeyi ise kimse bilmeseydi ve görmeseydi dahi ortak gayeye hizmet etmek ya da katkıda bulunmak şeklinde tanımlamaktadır. Bu tanıma göre bireyin kendisinden fazla toplumu düşünmesi sosyal sermayenin temelini oluşturmaktadır. Sosyal sermayenin iş birliği ve koordinasyon için gerekli olan güven, istek ve kapasitenin bütünü olarak da görülebileceğini belirten ünlü ekonomist en önemli unsurun ise karşılıklılık olduğunu vurgulamaktadır. Yani aynı davranışların tekrar ederek güven verici bir ortamın oluşması sosyal sermayenin birikmesine katkıda bulunmaktadır. Tekrar eden davranışlar ve karşılıklılık anlatısı yine gelenek ve göreneklerin yani enformel kurumların varlığının, sosyal sermayenin temelini oluşturduğunu savunan ifadelerdir. Ekonomi sosyolojisi üzerine çalışmaları olan Mark Granovetter (1985) çalışmasında yeni kurumsal iktisadın, ekonominin bir makine gibi sadece fonksiyonlarından bahsetmesinin eksik olduğu noktasında eleştirmektedir. En kurumsal düzeyde bile insanlar arası ilişkilerin, işleyiş ve sistem üzerinde önemli etkileri bulunmakta olduğunu belirterek sosyal sermayenin önemini vurgulamıştır. Son olarak Dasgupta ve Serageldin (2001) bütün sosyal sermaye çalışmalarını inceledikten sonra şu tespitle bulunmuştur "sosyal sermaye çalışmalarının ortak kanaati şudur ki sosyal sermaye birey ile devlet arasında bir yerde oluşmakta ve sivil toplum dediğimiz mekanizmanın işlemeyle oluşmaktadır". Burada ifade edilen sivil toplum geniş bir anlama sahip olsa da sivil toplumu başlangıçta bir araya getiren normlar, gelenek ve göreneklerdir. Bütün bu açıklamalar ışığında en azından şu neticeye varılabilir: İktisat yazınında sosyal sermaye çalışmaları, Kurumsal İktisat alanına dahil edilmektedir ve sosyal sermaye iktisat literatüründe bir Kurumsal İktisat kavramı olarak ele alınmaktadır.

## 4. Sosyal Sermayenin Pozitif ve Negatif Etkileri

### 4.1. Pozitif sosyal sermaye

Sosyal sermayenin üç ana olumlu etkisi olduğu iddia edilmektedir;

- Kamu Politikalarında Etkinlik
- Piyasa Aksaklıklarının Giderilmesi
- Verimlilik

#### 4.1.1. Kamu politikalarında etkinlik

Bir ülkede politikaların işlerlik kazanabilmesi için ülkenin sahip olduğu sermaye miktarı oldukça önemlidir. Bununla birlikte sermayenin varlığı bireysel çıkarları tahrik eden, Bourdieu'nun (1973) belirttiği gibi sınıfsal ayrımlara, sınıfsal çatışmalara ve bir paylaşım kavgasına sebep olmaktadır. Schuller (2000) ise sosyal sermayeyi diğer sermaye türlerinin aksine olarak kişiyi bireysel çıkarlarının dar çerçevesinden kurtaran bir alternatif olarak görmüştür. İnsanlara toplum merkezli bir bakış açısı kazandıran ve toplumun genelinin memnuniyetini gözeten bir anlayış yerleştiren bir sermaye türüdür. Böylece diğer sermaye türlerinin de doğru yerlerde kullanılmasına sebep olmaktadır. Küresel araştırmalar toplum itişli kalkınmanın başarılı olması için üç özelliğe sahip olunması gerektiğini vurgulamaktadır; katılım, yerel organizasyon kapasitesi ve talep oryantasyonu (bütünün parçası olabilme) (Narayan & Pritchett, 2000). Bu üç özellik de sosyal sermayenin varlığına ve işlemesine bağlıdır.

Sosyal sermaye toplumun genelini ilgilendiren faaliyetlerde maliyetlerin ve yararların genele dağıtılmasında önemli bir işlev görür. Devlet tepeden inme kuruluşlarla yerel halka çok katkı sağlayamamaktadır. Ayrıca bu kuruluşların devamlılığı ve etkinliğini sağlamak çok zor olmaktadır. Diğer taraftan yerel halkın vazifeli olduğu ve idareye katıldığı ya da bizzat kendileri tarafından organize edilen kuruluşlar daha etkin, daha istikrarlı ve daha çok katkı yapan bir vaziyet almaktadır. Sosyal sermayenin hesaba katılmadığı, sadece fiziki ve beşerî sermayenin düşünüldüğü projeler geçici ve faydası az olmaktadır (Ostrom, 2000).

Son olarak sosyal sermayenin en faydalı olduğu alanlardan biri de gelir seviyesi düşük kesime temel hizmetlerin ulaşması yani sosyal adalet politikaları ve yerel altyapı ile doğal kaynakların idaresi gibi çevre ve altyapı politikalarıdır. (Narayan & Pritchett, 2000).

#### 4.1.2. Piyasa aksaklıklarının giderilmesi

Hiçbir ekonomi piyasası sorunsuz değildir. Sadece diğer piyasalara göre karşılaştırmalı üstünlüğe sahiptir. Her piyasada az çok görülen asimetrik bilgi, ahlaki çöküntü, dışsallıklar gibi piyasa aksaklıkları bulunmaktadır.

Sosyal ağlar piyasanın asimetrik bilgi aksaklığını gidermede bilgi paylaşımı yoluyla sorun çözücü bir vazife görmektedir. İnsanlar iş bulurken daha çok tanıdıkların referanslarıyla kurmuş oldukları bağlantıları kullanmaktadır. Piyasa ve sosyal ilişkilerin iki taraflı etkileşimi olup birbirini destekleyici şekilde varlıklarını devam ettirmesi gerekir. Piyasa aktörlerin ekonomi dışı sosyal ilişkilere ihtiyacı olduğu kadar, sosyal ilişkilerin devamı da piyasanın düzgün işlemesine bağlıdır (Arrow, 2000). Viscarnt'ın 1998 yılında İspanya üzerine yaptığı bir araştırmaya göre, gençlerin büyük bir kısmı aile ve arkadaşlarının vesilesi ile iş bulmuşlardır. Thomas Korpi'nin 2001 yılında İsveç de ki işsizler üzerinde yapmış olduğu araştırmada iş bulmada kişinin bireysel çevresinin büyüklüğün önemli bir faktör olduğu ortaya çıkmıştır. Bates (1994) başkalarının aracılığı ile işe girenlerin diğerlerine göre şirkete daha fazla sadakat ve bağlılık gösterdiğini tespit etmiştir (Field, 2006).

Sosyal sermayeyi bir kamusal mal olarak ele alan Coleman (1990), sadece meydana getiren kişilere değil toplumun geneline faydalı olduğunu öne çıkarmaktadır.

Normlar genelde negatif dışsallıklara sahip tavır ve davranışların önüne geçmek veya pozitif dışsallıklara sahip olayları teşvik etmek amacıyla ortaya çıkarlar. Normların etkinlik kazanması toplumsal yaptırımların olup olmamasına ya da yaptırımların caydırıcılığına bağlıdır. Normların varlığı ahlaki çöküntüyü azaltan bir bekçi görevi görmektedir. Mahalle baskısı olarak da tabir edilen bu baskı ahlaki meselelerde gizli bir koruyucu vazife yerine getirmektedir. Örneğin New York'ta bulunan elmas piyasasını Yahudiler oluşturmaktadır. Birbirleriyle yakın münasebetleri olan satıcılar arasında dini, ailevi ve sosyal bağlar bulunmaktadır. Satıcılardan biri diğer bir satıcıyı dolandırsa hem ailevi hem dini hem de sosyal bağlarını kaybedecektir. Böylece aradaki bu bağlar emniyeti sağlamaktadır. (Ya da uzun süredir birlikte oturan mahaller sakinleri arasındaki ilişkiler) Bir toplumda normlar ve yaptırımlar etkin ve hakimse çok güçlü bir sosyal sermaye ortaya çıkabilir. Örneğin gece sokakta güven içerisinde yürüyebilmek, ya da yaşlı bir insanın korkmadan sokağa çıkabilmesi ancak normlar ve yaptırımlar sayesinde gerçekleşebilir (Coleman, 1988).

İşlem maliyetlerini de bir piyasa aksaklığı kabul edersek sosyal sermayenin bu noktadaki faydasını da belirtmek gerekir. İşlem maliyetleri kontrat, hiyerarşi ve bürokrasiden kaynaklanan maliyetlerdir. Birbirine yabancı insanlar arasında ki alışverişler, anlaşmalar, kontratlar kapsamlı bir araştırma, detaylı bir sözleşme ya da güvenilir bir referans gibi gereklilikleri içinde barındırmaktadır. Halbuki bunların hiçbiri tüm riskleri içinde barındırmaz ya da göz önünde bulunduramaz. Tüm riskler için önceden tedbir alınmaz. İşlerin halledilebilmesi için belli miktarda iyi niyet, hüsn-ü zan gereklidir. İşte sosyal sermaye tam da bu noktada devreye girmekte ve gerekli güven ortamını hazır etmektedir. Böylece lüzumsuz maliyetlerden kaçınılabilmektedir. Dünya genelinde hala piyasa hareketleri daha çok enformel ilişkiler üzerinden sürdürülmektedir (Fukuyama, 1995, s. 7). Zaten güvenin olmadığı yerde sadece anlaşma ve sözleşmelerle işler yürümez.

#### 4.1.3. Verimlilik

Putnam ve arkadaşları (1993)'a göre de güven, (değerler)normlar ve iletişim ağları toplumun etkinliğini artırmaktadır. Güven bir toplumda insanların etkin çıktığı verecek iş birlikleri kurma eğilimini ya da iş birliğinden uzaklaştıracak tuzaklardan kaçınabilme eğilimini kazandırmaktadır. Güven aslında yabancılar (sık görüşmeyen insanlar) arasındaki iş birliğinde daha çok önem arz etmektedir. Birbirleriyle sık görüşenler arasında düşük güven düzeyinde bile iş birliği sağlanabilir. (Çünkü daha önceki deneyimler iş birliği yapılmadığında ortaya çıkabilecek olumsuzlukları göstermiştir.) Bu yüzden büyük çaplı organizasyonlarda iş birliğini desteklemek için güven daha çok önemlidir çünkü organizasyon içindekilerin geneli birbirine yabancıdır. Toplumda en büyük organizasyon da devlettir. Devlet kurumu içindeki insanlar birbirleriyle sık karşılaşmamaktadır. Bu yüzden bir devlet içindeki işlerin düzenli bir şekilde devam etmesi ve etkin olabilmesi için güven çok önemlidir (Porta vd., 1996). Güvenin olmadığı yerde sadece sözleşme ve kurullarla işler yürümez. Verimlilik, konsantrasyon ve etkinlik azalır (Fukuyama, 1995, s. 8).

Yüksek sosyal sermaye bilgi akışının yüksek olmasına (böylece ahlaki çöküntü ve asimetric bilgi sorunları azalır), güven seviyesinin yüksek olmasına (böylece daha riskli projelere girilebilir) ve teknolojinin adaptasyonunun (yeniliklere açık olma) hızlı ve kolay olmasına katkıda bulunur. Etkin bir inovasyon süreci sosyal sermayenin faal olmasına bağlıdır (Fukuyama, 1995, s. 7).

Ekonomik kalkınmada resmi olmayan kurumların rolü yadsınamaz. Sosyal sermaye bu alana ışık tutmaya çalışmaktadır (Dasgupta & Serageldin, 2001). Özellikle çocukların gelişiminde başta aile daha sonra diğer topluluklar önem arz etmektedir. İnsanlar herhangi bir ihtiyacını (iş bulmak, doktora görünmek, çocuğu için doğru okul seçimi gibi) gidermek istediklerinde resmi prosedürlerle uğraşmak



yerine bir tanıdıkla görüşmek daha cazip gelmektedir. Bu tercih genelde hem daha az stresli olur hem de daha iyi sonuç verir (Field, 2006).

Ekip ruhu içinde birlikte hareket etme ve iş birliği kurma ekonomik ve sosyal verimliliği oldukça arttırmaktadır. Projeler ne kadar geniş katılımlı olursa o kadar iyi sonuç vermektedir (Uphoff, 2000). Putnam (2001)'a göre sosyal sermaye tüm topluma faydalı olmakla birlikte esas fayda gören insanlar daha çok katılım sağlayanlardır.

#### **4.2. Negatif sosyal sermaye**

Sosyal sermayenin olumsuzlukları iki cihetten ele alınacaktır. Birincisi kavramsal olarak meydana getirdiği olumsuzluklar, diğeri ise günlük hayat içerisinde sebep olduğu olumsuzluklar.

Ben Fine'in 2007 yılında yapmış olduğu Igenta connect araştırma sonucuna göre sosyal sermaye ile ilgili 1968 yılından itibaren 4158 makale yapılmış ancak bunun sadece 18 tanesi 1990 öncesine aittir. Bu araştırma sosyal sermaye kavramının ne kadar kısa sürede yaygın hale geldiğini göstermektedir. Ben Fine sosyal sermayeyi fast-food markası McDonald's a benzetmektedir. McDonald's dünyada belki de en yaygın restoran zincirine sahiptir. Ancak burada satılan ürünler besin değeri olarak ele alındığında pek de yararlı olduğu söylenemez. Bir gurme için McDonald's ne ifade ediyorsa sosyal sermayede bir sosyal bilimci için aynı şeyi ifade etmektedir. Sosyal teorinin 'McDonaldslaşma' teorisi, düşük kaliteli, gereksiz, yetersiz hatta zararlı ancak cazibedar, popüler ve pratik fikir akımları için kullanılmaktadır (Fine, 2010).

Bununla birlikte Ben Fine (2010) sosyal sermayenin başka isimler altında zaten var olduğunu böyle bir kavrama ihtiyaç duyulmadığını vurgulamaktadır. Yani aslında kastedilen sosyal sermayenin yeni bir fikir olmamakla birlikte sadece pazarlanmasının iyi yapılmış olduğudur. Ben Fine sosyal sermayenin su gibi her kaba uyduğunu böylece istenilen şekle sokulabildiğini vurgulamaktadır. Bu sebeple yapılan araştırmaların birbiriyle kıyaslanması sağlıklı bir netice vermediğini, yani işin bilimsel yönünün zayıf olduğu belirtmektedir.

İkinci olarak günlük hayatta sosyal sermaye ile ilgili karşılaşılan olumsuzluklara değinmek gerekir. Sosyal sermaye araştırmacıları genelde sosyal sermayenin pozitif yönlerinden bahsetmektedir ve bu yüzden sosyal sermayenin karanlık yüzü ise perde altında kalmıştır. Oysaki birçok suç çetesi, mafya ve terör grupları da sosyal sermayenin negatif örneklerini oluşturmaktadır. Aslında diğer sermaye türlerinde olduğu gibi sosyal sermayenin olumsuz sonuçlar doğurması hiç de şaşırtıcı değildir. Diğerlerinden farklı olarak sosyal sermaye daha geniş dairede olumsuz sonuçlar ortaya çıkarma potansiyeline sahiptir. Putnam, Fukuyama, Coleman sosyal sermayenin negatif sonuçlarını kabul etmekle birlikte pozitif taraflarının ağır bastığına inanmaktadırlar (Field, 2006).

Sosyal sermaye de diğer sermaye türleri gibi pozitif ve negatif sonuçlar doğurabilir. Mesela mafya gibi yasadışı faaliyetler yapan ya da kartel gibi haksız rekabet oluşturan sosyal sermaye örgütlenmeleri toplumu negatif yönde etkilemektedir (Ostrom, 2000). Her bir araya gelen grup topluma pozitif katkı sağlamaz hatta negatif etkileri olabilir; yer altı grupları, kaçakçılık şebekeleri gibi. Bu tür grupların büyümesi toplumun sosyal sermayesini olumsuz etkileyecektir (Narayan & Pritchett, 2000).

Eğer kişilerin birbirine sunacağı faydalı şeyler veya yardımcı olacağı konular yoksa yoğun ilişki ağının hiçbir değeri yoktur. Bu durumu faydasız ilişkiler çöplüğü olarak da adlandırabiliriz (Dzialek, 2009). Hatta uzun vade de bu ilişkiler topluma zararlı hale gelmektedir.

#### **5. İnovasyon**

Joseph Schumpeter 1930'lu yıllarda inovasyon kavramını iktisada kazandıran kişidir. Fakat kavramın popüler olduğu dönem 1950li yıllar olmuştur. İlk ortaya çıktığında pek de rağbet görmeyen kavram daha sonra ekonomi büyüme modellerinin değişmeyen faktörlerinden biri haline gelmiştir. Klasikçiler inovasyonun önemini belirten açıklamalar yapmışlar ancak hiçbir zaman teknolojik yenilikleri insan, sermaye veya arazi gibi değerli görmemiştir. Schumpeter ise ekonominin sürekli hareket halinde olması

gerektiğini ve bunun da ancak teknolojik inovasyonla gerçekleşebileceğini belirtmiştir (Lemanowicz, 2015).

Schumpeter'in ekonomik büyüme ve iş döngüsü teorisine göre ekonomi her yeni inovasyon süreciyle birlikte yapısal olarak yenilenmektedir. Bu süreci "yapıcı yıkım" olarak adlandırmıştır. Bu süreçte "imitasyon" aşamasını atlatabilen firmalar ayakta kalmakta diğerleri ise piyasadan silinmektedir. Süreci başlatan yenilik örneğin 19. yy'da buhar gücü, demiryolu, 20. yy'da elektrik, seri üretim gibi yenilikler olmuştur. Yeni teknoloji kendi olgunluğuna eriştiği zaman faydaları ortadan kaybolmaya başlar ve ekonomi durgunluğa ya da depresyona girer. Bu durumdan kurtulma ancak yeni bir inovasyon sürecinin başlamasıyla sona erer. Bu döngü böylece devam edip durur. Schumpeter'in inovasyonla ilgili bu ve benzeri tanımlamaları ve açıklamaları inovasyonun ekonomi için önem kazanmasına ve sonraki büyüme modellerinde yer almasına vesile olmuştur (Schumpeter, 2013).

İnovasyonun tanımını yapmak, birçok değişkeni içinde barındırdığı için kolay olmayacaktır. Bir faaliyet tanımlanırken içeriğiyle tanımlanabilir, aktörleriyle tanımlanabilir ya da sonuçlarıyla tanımlanabilir. İnovasyonun da en güzel tanımı sonuçlarını tarif etmekle olmaktadır (Dodgson & Gann, 2010).

Tanımların bir kısmı inovasyonu bir sürecin başlamasına vesile olan faaliyet olarak, bir kısmı inovasyonu aşamalardan oluşan bir süreç olarak, diğer bir kısmı ise sürecin sonunda ortaya çıkan netice olarak tanımlamaktadır. Bir firma açısından inovasyonun anlamı ise firmanın özelliklerine ve amacına göre değişecektir. Birincil olarak firmanın içinde bulunduğu sektör önemlidir. Örneğin hizmetler sektörü içerisinde gıda sektörü, gıda sektörü içerisinde fast-food sektörü gibi alta doğru indikçe inovasyonun şekli, tanımı değişecektir. İkincil olarak firmanın büyüklüğüne göre inovasyonun ölçeği değişecektir. Mesela her ülkede şubesi bulunan bir firma ile sadece bir ülkenin şehirlerinde şubesi bulunan bir firma veya sadece bir şehirde şubeleri bulunan bir firmanın inovasyona bakış açısı farklı olacaktır. Üçüncül olarak aynı firma için üretim, organizasyon, yönetim, pazarlama gibi farklı alanlarda farklı tür inovasyon gerçekleşecektir. Bunların dışında bazı inovasyonlar devrim niteliğinde olup bütün bir sektörü, bütün bir ekonomiyi hatta dünya ekonomisini etkileyebilir. Bilgisayar, petrol ya da internet bu tür inovasyonlar arasında sayılabilir. Bazı inovasyonlar ise sadece firmanın kendisini ilgilendirmekte olup firma dışına pek bir etkisi olmaz.

OECD, Oslo Manuel'de (2005) inovasyonun amaçlarını şu şekilde sıralamıştır:

- Kullanımı bitme noktasına gelen ürünleri ikame etmek
- Ürün kataloğunu büyütme,
- Çevreye ve insan sağlığına daha uygun ürünler ortaya çıkarmak,
- Pazar payını muhafaza etmek ya da artırmak
- Yurtiçi ya da yurtdışında yeni pazarlar oluşturmak,
- İşçi maliyetlerini düşürmek
- Enerji tasarrufu yapmak,
- Zaman tasarrufu yapmak
- Ürünün kalitesini artırmak
- Çalışma şartlarını iyileştirmek.

İnovasyon bazı firmaların büyüüp gelişmesi, bazı firmaların batması, bazı işçilerin işten çıkarılması veya yeni iş sahalarının ortaya çıkması gibi endüstriyel sonuçların dışında ciddi sosyal değişimlere de yol açabilmektedir. Elektriğin bulunması, otomobilin kullanılması, telefonun gündelik hayata dahil olması ya da internetin evlere kadar girmesi insanların sosyal alışkanlıklarının değişmesine, insanlar arası ilişkilerin evrilmesine ve daha sayılamayacak kadar önemli reformlara sebep olmuştur. Mesela şu

an bir insanın evinde internet varsa ve işini de internet üzerinden yapabiliyorsa evinden hiç çıkmadan tüm ihtiyaçlarını giderebilir. Kısaca bir inovasyon sonrası, bir kartopunun çığa sebep olması gibi, tüm insanlığı etkileyecek olumlu ve/veya olumsuz sonuçlar ortaya çıkabilir. Asıl önemli olan ise bu sonuçların birçoğunun öngörülemedir (Dodgson & Gann, 2010).

İnovasyonun günümüzde meydana getirdiği en büyük değişim küreselleşme denilen olgudur. Dünya insanların birbirleriyle sürekli iletişim halinde olması dünyayı bir köy haline getirmiştir. Ülkelerin, milletlerin birbirine bağımlı hale gelmesi, sınırların eskisi kadar sınırlayıcı olmaması hukuk, siyaset, askeriye gibi temel alanlar da radikal değişiklikleri beraberinde getirmiştir (Pekin, 1970). Ülkeler üstü kurumlar artık bu sistemin olmazsa olmazı haline gelmiştir. İşleyiş noktasında istenen düzeyden uzak olsa da NATO, Dünya Bankası, AIHM, BM, UNİCEF gibi askeri, siyasi, hukuki, ekonomik uluslar üstü kuruluşlara ihtiyaç bulunmaktadır. Ayrıca her ülkenin kendi içinde ortaya çıkan medya, turizm, e-hizmet gibi yeni meslekler grupları için hukuk, eğitim ve hatta siyaset alanında yeni yasal düzenlemelere ihtiyaç duyulmaktadır. (Pekin, 1970)

## 6. İnovasyon Modelleri ve Sosyal Sermaye

İlk inovasyon modellerin kurulduğu dönemler endüstriyel üretimin ekonomiye hâkim olduğu dönemlerdi. Oysa günümüzde hizmet sektörünün domino ettiği bir ekonomik yapı oluşmuştur. Eskinin gözle görülebilen ve elle tutulabilen taşınabilir, fiziksel ürünlerinin yerini görünmez ve ağırlığı olmayan hizmetler almıştır. Piyasanın bu değişen yapısı inovasyon modellerinin de değişmesini ve yeni modellerin bulunmasını zorunlu kılmaktadır (Dodgson & Gann, 2010). Bu bölümde sosyal sermayenin inovasyon için önemine vurgu yapan inovasyon modellerine değinilecektir.

Sosyal Ağ modelinde mühendislik teorisi ve teknoloji ağı teorisini kabul etmekle birlikte bilginin önemine vurgu yapılmaktadır. Bir taraftan bilimsel araştırmalar yapılırken diğer taraftan ağlarla bağlantı kurulması oldukça önemlidir; ancak ağlardan temin edilen bilgi hepsinden daha önemlidir. Bilgi temin etmenin yolu da ağ içerisinde kurulan ilişkilere dir. Faaliyetlerin marjinal verimliliğinden ziyade ilişkilerin sistematik verimliliği daha önemlidir. Diğer bir ifadeyle gerek firma çalışanlarının bireysel olarak gerekse de bütün bir firma olarak sahip olunan sosyal sermaye inovasyonun hayata geçirilmesinde esas teşkil etmektedir (Landry vd., 2002).

Henry W. Chesbrough (2006) inovasyonu iki farklı model olarak ele almıştır: Kapalı ve Açık inovasyon modeli. Açık inovasyon modelinde şu hususlar önemlidir;

- Firma içinde mevcut bulunan beyin takımı hiçbir zaman yeterli olmayacaktır o yüzden firma dışında bulunan parlak fikirli insanları bulmak ve onlardan istifade etmek gerekir,
- Firmanın yeni bir fikirden kar etmesi için kendisi üretmiş olması gerekmektedir,
- İnovasyonu doğru bir iş modeliyle piyasaya çıkarmak inovasyonu ilk olarak piyasaya çıkarmaktan daha önemlidir,
- Firma-içi ve firma-dışı fikirleri doğru bir şekilde kanalize etmek gerekir,
- Başka firmalarla karşılıklı fikir alışverişinde bulunmak çok daha karlı olmaktadır.

Chesbrough 20. yüzyılda firmaların daha çok kapalı inovasyon modelini tercih ettiklerini ancak rekabetin artması, inovasyonda artık zamanla yarışılması kısaca işlerin zorlaşmasıyla birlikte firmaların dışa açılmaya başladığını vurgulamaktadır. Savunma sanayi, nükleer araştırmalar ya da ilaç sanayi gibi stratejik sektörlerde hala kapalı inovasyon modeli tercih edilmekle birlikte özellikle hizmet sektörü gibi müşteri odaklı sektörlerde dışa açık inovasyon modeline geçiş oldukça yüksek seviyelere çıkmıştır.

Sanjaya Lall (2003) ise inovasyon için gerekli durumları 10 madde de özetlemiştir. Son iki madde de şu hususlar belirtilmiştir:

- İnovasyon süreci toplumdan bağımsız, izole bir durumda değil tam tersine toplumla yoğun bir interaktif iletişim içerisinde gerçekleşmektedir. Rakipler, danışmanlar, tedarikçiler, hammadde üreticileri, müşteriler arasında sürekli bir etkileşim ve iletişim ağı içerisinde yeni fikirler, yeni ürünler ortaya çıkmaktadır. Hatta bilgi hırsızlığı veya taklitçilik sürekli yaşanmaktadır.
- İnovasyon süreci hem ülke içi hem de ülkeler arası bilgi alışımı gerektiren uzun vadeli bir süreçtir.

Son olarak, Joe Tidd (2006) inovasyon faaliyetlerinin daha çok firma-içi, ülke-içi yapıldığını belirtmektedir. Aynı dili konuşan, aynı kurumsal yapıya sahip, aynı kültürden insanlar arasındaki iletişim ve koordinasyon daha kolay ve etkin olduğu için bu durumu normal karşılamak gerekir. Mamafih farklı kurumsal yapıya sahip, farklı dili konuşan veya farklı kültürden insanların bir araya gelmesi ise zahmetli, yorucu olmakla birlikte enteresan fikirlerin, çok değişik yeniliklerin, daha önce hiç akla gelmemiş keşiflerin ortaya çıkmasına zemin hazırlayabileceğini vurgulamaktadır (Tidd, 2006, s. 9).

Özetle inovasyon ile ilgili güncel modeller ve güncel tavsiyeler sosyal sermayenin önemine vurgu yapmaktadır. Özellikle farklı kültürden ve farklı coğrafyadan insanlar arasındaki ilişkilerin daha zahmetli fakat daha inovatif bir yapı meydana getirebileceğini savunmaktadırlar.

## 7. İnovasyon ve Sosyal Sermaye İlişkisi Üzerine Bazı Çalışmalar

Casanueva ve Gallego (2010) İspanya'da bulunan bir üniversitenin öğretim üyeleri üzerinde bir araştırma yapmıştır. Araştırmanın amacı sosyal sermayenin kişilerin inovatif yapısı üzerinde ne kadar etkili olduğunu incelemektir. Bunun için 93 kadar öğretim üyesinin 1991-2005 yılları arasındaki birbirleriyle olan ilişkileri ve bilimsel çıktıları veri olarak kabul edilmiştir. İlişkiler kısmının incelenirken kişinin sosyal ağ içindeki pozisyonu, ilişkilerinin kalitesi ve sosyal ağ içerisinde bulunan insanların bilgi kaynakları olmak üzere 3 kategori üzerinden ele alınmıştır. Yapısal eşitlik modelinin kullanıldığı analiz sonucunda kişinin bilgi kaynaklarının inovatif yapısı üzerinde anlamlı ve pozitif bir etkisinin olduğu tespit edilmiştir. Sosyal ağ içindeki pozisyonu ve ilişkilerinin kalitesinin inovatif yapı üzerinde doğrudan etkilerinin zayıf olduğu görülmüştür. Bununla birlikte sosyal ağ içindeki pozisyonunun ve ilişkilerinin kalitesinin kişinin bilgi kaynakları üzerinde anlamlı ve pozitif etkileri olduğu ve dolaylı olarak inovatif yapı üzerinde etkili oldukları sonucuna ulaşılmıştır.

Doh ve Acs (2010) hazırladıkları makalede sosyal sermayenin inovasyon üzerinde pozitif etkisi olup olmadığını ülke bazında araştırmışlardır. Çalışmada sosyal sermaye genel ve kurumsal güven, dernek ve vakıf faaliyetleri, toplumsal normlar olmak üzere üç faktör esaslı ele alınmıştır. İnovasyon düzeyini ölçmek için ise patent sayıları, beşeri sermaye (yaşam beklentisi, eğitim düzeyi ve yaşam standardı), küresel girişimcilik endeksi ve Ar-Ge harcamaları kullanılmıştır. Sosyal sermaye düzeyini ölçmek için ise Dünya Değerler Anketi'nin verileri kullanılmıştır. Analiz sonuçlarına göre sosyal sermayenin genel olarak inovasyon üzerinde pozitif etkisi görülmüştür.

Carmona-Lavado ve arkadaşları (2010) İspanya'da endüstriyel üretim yapan 90 firma üzerinde bir araştırma yapmışlardır. Araştırma konusu sosyal sermaye ve örgütsel sermayenin ürün inovasyonu üzerinde etkili olup olmadığıdır. Araştırma firmaların Ar&Ge departmanları özelinde olmuştur. Araştırmaya dahil edilen Ar&Ge departmanları en az 3 yıldır başarılı bir performans ortaya koymuş olmak şartını sağlamıştır. Veriler anket yoluyla elde edilmiştir. Yapısal eşitlik modeli yöntemiyle hipotezler test edilmiştir. Sonuç olarak sosyal sermayenin ürün inovasyonu üzerinde pozitif etkisi olduğu, örgütsel sermayenin de sosyal sermaye üzerinden ürün inovasyonu üzerinde pozitif etkisi olduğu tespit edilmiştir.

Björk ve arkadaşları (2011) İsveç'te faaliyet gösteren bir firma üzerinde sosyal sermaye araştırması yapmışlardır. Sosyal sermayenin yenilikçi fikir üzerindeki etkisinin araştırıldığı çalışmada veriler 2004-2006 yılında firmada çalışan 307 personel ile 3 ardışık sene için yapılan 3 ayrı görüşmeler neticesinde elde edilmiştir. Sosyal sermaye bireysel ağ genişliği ve bireysel ağın içindeki yapısal boşluklar (veya ağ

etkinliği) şeklinde iki kategoriye ayrılmıştır. Sosyal ağ analizi yöntemiyle sosyal sermaye verileri toplanmıştır. 3 senede toplamda ortaya çıkan 1740 yenilikçi fikir (1112 bireysel, 628 gruba ait) bağımsız değişken olarak kabul edilmiştir. Genelleştirilmiş en küçük kareler yöntemiyle yapılan analiz sonucunda bireysel ağ genişliği ve yenilikçi fikir arasında pozitif ve anlamlı ilişki, bireysel ağın içindeki yapısal boşluklar ve yenilikçi fikir arasında negatif ve anlamlı ilişki tespit edilmiştir.

Xu (2011) ABD'de faaliyet gösteren 1000 kadar yeni teşebbüs üzerine bir sosyal sermaye araştırması gerçekleştirmiştir. Araştırmanın amacı sosyal sermaye çeşitliliğinin firmanın başlangıç döneminde bilişsel inovasyon modeli (merkezilik ve karmaşıklık) üzerindeki etkisini incelemektir. Firmalar 500'den az çalışanı olan 10 yıl ve altında faaliyet gösteren yüksek teknoloji veya geleneksel imalat sanayi firmalarıdır. Veriler biri Ağustos 2006, diğeri Ocak 2008'de olmak üzere iki aşamalı anket yoluyla elde edilmiştir. 1000 kadar firmaya gönderilen anketlerin 89 tanesi istendiği gibi geri dönüş yapmıştır. Genelleştirilmiş en küçük kareler yönteminin kullanıldığı analiz sonucunda sosyal sermaye ve bilişsel inovasyon modeli arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki tespit edilmiştir.

Chun-Chih Lisa (2012) Tayvan'da bulunan Sumiko adlı elektronik firması üzerinde teknolojik inovasyon ve yapısal sosyal sermaye araştırması yapmıştır. 274 anket verisi faktör analizi, hiyerarşik regresyon analizi ve bağıntı analiz yöntemleri ile SPSS programı yardımıyla test edilmiştir. Test sonucunda aralarında anlamlı bir ilişki olduğu saptanmıştır.

Özdemir ve Demirci (2012) Türkiye'de havacılık sanayinde faaliyet gösteren bir firma üzerinde araştırma yapmıştır. Beşeri sermaye ve sosyal sermayenin inovasyon üzerindeki etkileri incelenmiştir. Sosyal sermaye yapısal, ilişkisel ve bilişsel olarak ele alınmıştır. Anket yoluyla elde edilen veriler firmanın Ar&Ge bölümünde çalışanlar içerisinde seçilen 5 kişi ile 30 dakika-1 saat arası değişen ve yüz yüze yapılan görüşmeler sonucu elde edilmiştir. Verilerin analizi sonucunda ilişkisel sosyal sermayenin veya güvenin inovasyon üzerinde en anlamlı belirleyici olduğu tespit edilmiştir.

Rijn ve arkadaşları 2012 yılında yayınlanan makalelerinde 7 Sahra-Altı Afrika ülkesi için sosyal sermaye ve tarımsal inovasyon araştırması yapmışlardır. Sosyal sermaye algısal ve yapısal olmak üzere iki alt kategoriye ayrılmıştır. Yapısal sosyal sermaye de kendi içinde bağlayıcı ve köprü kurucu olmak üzere iki tür olarak ele alınmıştır. Köylerden rassal olarak ortalama 10 hanehalkı seçilmiş ve toplamda 2518 hanehalkı üzerinden anket çalışması düzenlenmiştir. Anket yoluyla elde edilen 20 tür inovasyon verisinden bir endeks elde edilmiştir. Ayrıca algısal, yapısal-bağlayıcı ve yapısal-köprü kurucu sosyal sermaye hakkında veri elde edilmiştir. Panel veri analizinin kullanıldığı çalışmanın sonunda algısal sosyal sermaye ile inovasyon arasında negatif yönlü ilişki, yapısal sosyal sermaye ile inovasyon arasında pozitif yönlü ilişki tespit edilmiştir. Sonuç olarak sosyal sermayenin hem olumlu hem de olumsuz etkileri olduğu saptanmıştır.

Parra-Requena ve arkadaşları (2013) yaptıkları çalışmada İspanya'da organize sanayi bölgelerinde faaliyet gösteren 166 firmayı örneklem olarak almışlardır. Çalışmanın temel amacı sosyal sermayenin inovasyon performansına olan etkisinde massetme kapasitesinin (absorbitive capability) herhangi bir katkısı olup olmadığını araştırmaktır. Sosyal sermayenin inovasyona olan etkisi bilgi edinimi üzerinden dolaylı olarak gösterilmiştir. Sosyal sermaye yapısal, ilişkisel ve bilişsel olmak üzere üç kategori üzerinden değerlendirilmiştir. Massetme kapasitesi ise tanımlama kapasitesi ve birleştirme kapasitesi olarak ikiye ayrılarak modele dahil edilmiştir. 1. Hipotezde tanımlama kapasitesinin sosyal sermayenin bilgi edinimine olan etkisine olan katkısı, 2. Hipotezde de birleştirme kapasitesinin bilgi ediniminin inovasyon performansına olan etkisine olan katkısı araştırılmıştır. Verilere ulaşmak için firmalara anket düzenlenmiştir. Analiz yönetimi olarak hiyerarşik regresyon analizi kullanılmıştır. Her iki hipotez testinin sonucuna göre massetme kapasitesinin sosyal sermaye ve inovasyon performansı arasındaki ilişki üzerinde anlamlı pozitif katkısı olduğu tespit edilmiştir.

Tumbo ve arkadaşları (2013) çalışmalarında Makanya(Tanzanya)'daki su sistemi inovasyonunun dağılımında sosyal sermayenin rolünü araştırmışlardır. Sosyal sermaye kendi içinde 6 faktöre, su sistemleri kendi içinde üç kısma ayrılarak analiz yapılmıştır. Anket yoluyla elde edilen hem nicel hem de nitel verileri birlikte test etmek için Probit model kullanılmıştır. Analiz sonucunda genel olarak pozitif yönlü ilişkiye rastlanmıştır.

Yu (2013) Tayvan'daki 748 yüksek teknolojlili firma için sosyal sermaye, firma inovasyonu ve massetme kapasitesi arasındaki ilişki durumunu incelemiştir. 2006 - 2008 yılları arası 748 firmadan toplamda 2244 veri toplanmıştır. İşe yaramayan verilerin çıkartılmasıyla birlikte 1235 veri elde kalmıştır. Her firma için kabul edilmiş patent sayıları bağımlı değişken olarak kabul edilip, bağımlı değişken olarak sosyal sermayeyi temsilen firma ağının teknolojik çeşitliliği(patent kategorileri) ve firmanın massetme kabiliyeti (Ar&Ge harcamaları/Net satış gelirleri) modele dahil edilmiştir. Ayrıca ağ büyüklüğü, firma büyüklüğü gibi kontrol değişkenler de modele dahil edilmiştir. Analiz sonucu inovasyon ve sosyal sermaye arasında ters U şeklinde anlamlı bir ilişkiye rastlanmıştır.

Cuevas-Rodriguez ve arkadaşları (2014) içsel ve dışsal sosyal sermayenin radikal ürün inovasyonu (radical product innovation) üzerinde etkisi olup olmadığını İspanya özelinde araştırmıştır. Araştırma imalat ve hizmet sektöründen yüksek inovasyon yüzdesine sahip 142 firma üzerinden gerçekleştirilmiştir. Veriler anket yoluyla elde edilmiştir. Açıklayıcı faktör analizi (explanatory factors analysis) yönteminin kullanıldığı araştırma sonucuna göre içsel sosyal sermayenin radikal ürün inovasyonu üzerinde pozitif ve güçlü etkisi olduğu, dışsal sosyal sermayenin radikal ürün inovasyonu üzerinde pozitif ve zayıf etkisi olduğu tespit edilmiştir.

Ivancic ve arkadaşları (2014) Slovenya'da yaşayan 22 bağımsız buluş sahibini kapsayan bir çalışma yapmıştır. Çalışmanın temel amacı buluşun ortaya çıkmasında gerekli bilgilere ulaşmada hangi sosyal sermayenin ne kadar rolü olduğunu ortaya koymaktır. Sosyal sermaye Putnam'ın belirttiği şekilde bağlayıcı (aile ve dostlar) ve köprü kurucu (iş arkadaşları ve profesyonel kişisel bağlantılar) sosyal sermaye olarak ele alınmıştır. Her bir buluş sahibi ile yüz yüze görüşerek gerekli bilgilere ulaşılmıştır. Buluş sahipleri yapılan görüşmelerde ilk olarak Ulusal İnovasyon Sistemini destekleyen organizasyonlardan sınırlı bir destek gördüklerini belirtmişlerdir. İkinci olarak sosyal sermayenin faaliyetlerinde esas olduğu ve özellikle köprü kurucu sosyal sermayenin en gerekli bilgilere ulaşmada belirleyici olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Muysinaliyev (2014) Çin ve ABD ülkelerinde faaliyet gösteren 365 firma üzerinde sosyal sermaye araştırması yapmıştır. 165'i ABD'de, 200'ü Çin'de bulunan ve risk sermayesi, kimyasal, enerji, hizmet ve danışmanlık olmak üzere 5 ayrı sektörden toplamda 365 firmaya veriler sosyal sermayenin inovasyon üzerindeki etkisini araştırmak için analiz edilmiştir. Korelasyon katsayı endeksinin kullanıldığı analizde ABD'de hemen bütün sektörlerde, Çin'de ise danışmanlık ve enerji sektörlerinde sosyal sermaye ve inovasyon arasında anlamlı bir ilişki gözlenmiştir.

Filieri ve Alguezaui (2014) tarafından gerçekleştirilen çalışma bir literatür tarama çalışmasıdır. İnovasyonun temelinin bilginin transferi ve yönetilmesi olarak tanımlayan çalışmada yapısal sosyal sermaye, bilgi transferi ve inovasyon üzerine son 20 yılda yapılmış tüm çalışmalar araştırılmıştır. Ulaşılabilen tüm çalışmalar firma içi - firmalar arası, yapısal sosyal sermayeyi ele alış biçimi (güçlü bağlar - zayıf bağlar) gibi özelliklerine göre gruplandırılmıştır. Aynı grup içinde birbirini destekleyen ve birbiriyle çelişen çalışmalar tespit edilmiştir.

Kittikunchotiwut (2015) Tayland deri ürünleri ihraç eden firmalar üzerine bir araştırma yapmıştır. Sosyal sermayenin firmanın massetme kabiliyeti ve massetme kabiliyetinin de firmanın örgütsel inovasyonu üzerindeki olmak üzere sosyal sermayenin örgütsel inovasyon üzerindeki dolaylı etkisini araştırmıştır. 119 firma üzerinde yapılan araştırmada sosyal sermaye yapısal, ilişkisel ve algısal olmak üzere üç ayrı grup olarak ele alınmıştır. En küçük kareler yönteminin kullanıldığı çalışmada ilişkisel ve

algısal sosyal sermayenin firmanın masnetme kabiliyeti üzerinde ve aynı şekilde masnetme kabiliyetinin de örgütsel inovasyon üzerinde anlamlı bir etkisi olduğu görülmüştür. Sonuç olarak sosyal sermayenin inovasyon üzerinde dolaylı bir etkiye sahip olduğu bulunmuştur.

Zhang ve arkadaşları (2015) hazırladıkları makalede sosyal sermayenin kitlesel pazarlama ve üretim inovasyonu üzerindeki etkisini araştırmışlardır. Makalede sosyal sermaye yapısal, ilişkisel ve algısal olmak üzere üç kısım olarak ele alınmıştır. Çin'de bulunan 276 imalat firmasının çalışanlarına ait anket verileri kısmi yapısal eşitlik modeliyle analiz edilmiştir. Elde edilen sonuçlara göre algısal sosyal sermayenin kitlesel pazarlama üzerinde, ilişkisel sosyal sermayenin üretim inovasyonu üzerinde anlamlı etkisi olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca yapısal sosyal sermayenin hem ilişkisel ve algısal sosyal sermaye üzerinde pozitif etkilerine rastlanmıştır. Böylece yapısal sosyal sermayenin kitlesel pazarlama ve üretim inovasyonu üzerinde dolaylı etkisi olduğu sonucuna varılmıştır.

Akhavan ve Hosseini 2016 yılından yayınlanan makalelerinde sosyal sermaye, bilgi paylaşımı ve inovasyon kapasitesi arasındaki ilişkiyi incelemiştir. Çalışmada inovasyon süreci bilgi paylaşma isteği, bilgi paylaşımı, bilgi toplama ve yeni bilgi üretme şeklinde tarif edilmiştir. Bilgi paylaşımı isteğini doğrudan etkileyen sosyal bağlar, güven, karşılıklılık gibi sosyal sermaye faktörlerinin kullanıldığı çalışmada İran'daki çeşitli firmalardan 230 çalışanın katıldığı bir anket düzenlenmiştir. Anket verileri kısmi en küçük kareler yöntemiyle test edilmiştir. Test sonuçlarına göre sosyal sermaye faktörlerinin her birinin bilgi paylaşma isteği üzerinde anlamlı etkileri olduğu tespit edilmiştir.

Camps ve Marques (2016) İspanya'da gıda sanayinde faaliyet gösteren 24 çalışanı olan bir firmanın çalışanları özelinde bir araştırma yapmıştır. Sosyal sermayeyi yapısal, bilişsel ve ilişkisel olmak üzere üç ayrı kategori üzerinden ele alınmıştır. Bu üç ayrı sosyal sermayenin inovasyon kabiliyetleri üzerindeki etkileri incelenmiştir. Birincil veri olarak firmanın yönetim kadrosu olarak belirlediği 10 kişi üzerinde 3 farklı anket uygulanmıştır. Nitel veri analizinin (Qualitative Data Analysis-QDA) kullanıldığı çalışmada üç ayrı sosyal sermayenin inovasyon kabiliyetleri üzerinde farklı düzeyde pozitif etkileri olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Jian ve arkadaşları (2016) Çin'in güney bölgesinden hizmet sektöründe faaliyet gösteren 230 firma üzerinde bir araştırma yapmıştır. Araştırma iki hipotez üzerine dayanmaktadır. 1. Hipotez kurumsal sosyal sermaye ve Pazar oryantasyonun örgütsel öğrenme üzerinde olumlu etkisi olduğunu, 2. Hipotez de örgütsel öğrenmenin inovasyon performansı üzerinde olumlu etkisi olduğunu iddia etmektedir. Analiz için yapısal eşitlik modeli kullanılmıştır. Veriler ise anket yoluyla elde edilmiştir. Analiz sonucunda Hipotez-1 için kuvvetli ve olumlu, Hipotez-2 için zayıf ama olumlu sonuçlara ulaşılmıştır.

Tang (2016) Tayvan'da bulunan 240 otel üzerinde anket yoluyla bir araştırma yapmıştır. Sosyal sermayenin içsel ve dışsal olarak ikiye ayrıldığı çalışmada 226 otelden gelen veriler doğrulama faktör analizi yoluyla test edilmiştir. Yapılan analiz sonucunda içsel ve dışsal sosyal sermayenin servis inovasyonu ve geliştirilmesi üzerinde anlamlı bir etkisinin olduğu ortaya çıkmıştır.

## 8. Kimlik İktisadı Üzerine

*“Klasik İktisada nazaran bir köylü ile bir tüccar, yahut bir müteşebbis arasında hemen hiçbir fark yoktu, her insan kendi şahsî menfaaterini sevki tabii icabı olarak takip etmekte müsavi idi. Derin psikolojik tahlillere en ziyade kıymet veren nihaî fayda mektebinde dahi insan, işba hâdisesi kanunlarına tevfikân muayyen ve muntazam reaksiyonlarda bulunan basit ve mihaniki bir varlıktan, bir «abstractum» dan ileri gidememişti.”* (Ülgener, 1940-41, ss. 352-353). Sabri Ülgener'in de belirttiği üzere klasik iktisatta birey, tercihte bulunurken sahip olduğu kimliğin bir ehemmiyeti yoktur. Birey tam bilgi sahibidir ve tercihte bulunurken dışsal faktörlerden (kültür, normlar, gelenek-görenek gibi) etkilenmez. İçsel olarak da karar vermesi için gerekli donanıma sahiptir. Bu tercihlerde genel olarak şahsi menfaati göz önünde bulunduran, tutarlı ve öngörülebilir bir kümedir. Oysa gerçek hayatta herkes, tercihlerin ne kadar zor olduğunu, çoğu zaman pişmanlık doğurduğunu ve büyük bir tutarsızlık içerdiğinin farkındadır.

*“Bireylerin kendi içlerinde çelişkili tercihlere sahip olmaları için çok-kutuplu rahatsızlıktan mustarip olmaları gerekmez. Çoklu benlik problemi yaygın bir şeydir...Çoğu kez bir kişinin farklı koşullar altında tamamen farklı davrandığını görürüz (Baba, koca, asker gibi) ...Çoklu benlik sorunu bireyin atom olmadığını, çünkü daha da bölünebileceklerini gösterir...Farklı geçmişlerden gelen bireyler, farklı şeyler tüketmekle kalmaz, farklı şeyler de elde etmek ister...Bireyler toplumlarıyla bütünleşiktirler...Kişisel gelişim kitapları eğer isterseniz her şeyi yapabileceğinizi ve olabileceğinizi söyleyebilirler. Ancak insanların tercih setleri genelde sınırlıdır.”* (Chang, 2014, ss. 176-183). Ha-Joon Chang, bireyin karar verme mekanizmasının karmaşıklığını ve bir o kadar darlığını kimlikler üzerinden ifade etmektedir. Toplumdan ayrı bir birey tasavvurunun mümkün olmadığı ve topluma bütünleşik bireyin de her bir bağlantı için ayrı bir kimliğe sahip olduğunu belirtmektedir. Böylece sahip olunan farklı kimlikler (arkadaş, evlat, baba, öğretmen, meslektaş gibi) kişinin seçim setini daha da küçültmektedir. Çünkü farklı kimliklerin ortak kümesi daha da küçük olmaktadır. Bu sebeple insan çocukken ya da gençken kimlik sayısı az olduğu için daha esnek hareket edebilmektedir. Marjinal tercihlerin daha çok çocuk ve gençlerde ortaya çıkması biraz da bundan ötürüdür. Dolayısıyla sahip olunan farklı kimlikler ve kimlik sayısı farklı seçim setleri meydana getirmektedir.

Kimlik İktisadı bu noktaya parmak basan bir yaklaşım geliştirmektedir. Kolay anlaşılır bir mekanizma oluşturmaya çalışan Akerlof ve Kranton (2000) fayda fonksiyonundan yola çıkmaktadır. Klasik bir fayda fonksiyonunda, temel faktörleri içsel ve dışsal olarak ikiye ayırırız. Hem içsel faktörler hem dışsal faktörler parayla ilgilidir. Oysa Akerlof ve Kranton (2005) bu fonksiyona kimliği de dahil etmektedir. Mesela bir firmada çalışan bireyin, iş ile ilgili fayda fonksiyonuna içerideki ya da dışarıdaki kimliğini de eklemektedir. İçerideki kimliği, firmayı sahiplenen çalışanı kastetmektedir. İçerideki, sadece şahsi kazancıyla değil firmanın kar etmesi ve büyümesiyle de fayda elde eder. Oysa dışarıdaki, sadece şahsi menfaatini düşünür. Kimlik İktisadı (2016) kitabında bu fayda fonksiyonunun farklı alanlara uygulamaları da gösterilmiştir. Mesela ABD’de, siyahi insanların eğitim için fayda fonksiyonu beyaz insanlarınkinden farklı gösterilmiştir. Veyahut bir göçmen olarak ya da bir kadın olarak iş dünyasındaki fayda fonksiyonu içerik olarak farklıdır.

Kimlik iktisadı (2016) kitabında tarif edilen fayda fonksiyonu içindeki kimlik faktörü, kendi içinde üç aşamalı bir yapıya sahiptir. İlk aşamada kategoriler belirtilir; içerideki-dışarıdaki, siyah-beyaz, kadın-erkek, yerli-göçmen. İkinci aşamada bu kategoriye ait idealler ve normlar tarif edilir. İçerideki biri için idealler nasıl olur sorusu cevaplanır. Mesela içerideki biri için firmanın kar etmesi de toplam faydaya katkı sağlar. Son aşamada farklı olasılıklar için farklı fayda durumları hesaplanmaya çalışılır. Örneğin tersi durumda yani şirketin zarar ettiği veya battığı durumda dışarıdaki için fayda durumu değişmez (Tabi muhtemel bir işsizliği göz ardı edersek). Bu fayda fonksiyonu ile farklı kimliklere sahip bireylerin, müstakbel fayda durumları daha doğru bir şekilde tahmin edilir.

Kimlik olgusu, sosyal bilimler için yeni bir olgu olmayıp eskiden beri hem teorik hem de ampirik çalışmalarda konu edilmiştir. Hatta birçok ekol bu kimlik çatışmalarını esas konu etmiştir Marksizm, Faşizm gibi. Bununla birlikte, Kimlik iktisadı, anlaşılır ve basit argümanları ve sade bir teknik sunmasıyla farklı disiplinlerden çalışmalara kaynaklık etmektedir. Başta genel ekonomi (Norris, 2019; Azmat vd., 2019; Bağçe vd., 2021; Mitrouchev & Buonomo, 2024) olmak üzere kurumsal ekonomi (Berg vd., 2018), politik ekonomi (Chang vd., 2024), feminist ekonomi (Brenøe vd., 2022), tarımsal ekonomi (Zemo & Termansen, 2022), eğitim (Wysocki & Dziedzic, 2013), göç (Brophy, 2024) gibi farklı alanlarda çalışılmaktadır.

Son olarak kimlik iktisadı üzerine yapılan bir tartışmaya değinmek gerekir. Kimlik iktisadı anaakım iktisat denilen ve esas kısmını Neo-Klasik iktisadın doktrinlerinin oluşturduğu yapıya bir alternatif sunmakta mıdır? Yoksa anaakım iktisada yapılan eleştirilere karşı bir kalkan görevi mi görmektedir? Özellikle Ben Fine gibi Marksist gelenekten gelenler, kimlik iktisadının kesinlikle bir kalkan olduğu inancındadırlar. Delil olarak da ele alınan kimlik olgusunun sağladığı faydanın, çalışanlardan ziyade



firma menfaati için olması ve kimlik seçimlerinin (cinsiyet ve ırk dışında) bütünüyle bireyin tercihine bağlı olması yani asıl olanın toplum değil birey olduğu savının yer alması gösterilmektedir. Bununla birlikte ister ikame ister tamamlayıcı rol oynasın, kimlik iktisadının cüretkâr bir deneme olduğu iktisat dünyasının ortak bir kanısıdır.

## 9. Örgütsel İnovasyon: İçeridekiler-Dışarıdakiler ve Sosyal Sermaye

İnovasyonu türlere ayırırken farklı yollar izlenmektedir. Bu farklı yol biraz da tanımdan kaynaklanmaktadır. OECD inovasyonu 4 farklı tür altında incelemektedir. Bunlardan biri de örgütsel inovasyondur. Firmanın örgütlenme yapısında önemli değişikliklere gidilmesi, gelişmiş idare tekniklerinin hayata geçirilmesi ya da başka firmalarla ilişkilerde yeni yapılanmaya gidilmesi veya stratejik iş birlikleri oluşturulması örgütsel inovasyon faaliyetleridir. Burada önemli olan bu tür yeniliklerin inovasyon sayılabilmesi için firmanın üretim hacminde veya satışlarında gözle görünür artışların yaşanması gerekmektedir. Başka firmalarla ortaklıklar, Ar&Ge anlaşmaları vs. firma dışı yenilikler olabileceği gibi üretim departmanlarının daha farklı düzenlenmesi, yetkilendirme politikasının yeniden oluşturulması, mesleki eğitim ve seminerlerin organize edilmesi gibi firma içi yenilikler de bu tür inovasyonlara örnek verilebilir (Manual, 2005, s. 55).

İşverenlerin çalışanları teşvik etmesi bugünün önemli problemlerindendir. Çoğu zaman da işverenler maddi teşviklerde bulunurlar. Hem işveren için kolaydır hem de herkesin ilgisini çekeceğini düşünülür. Ancak teşvik etmenin önünde birçok zorluk vardır:

- 1- Üretim sürecinde genel olarak kişiler bir grup içinde hareket ederler. Dolayısıyla bireyleri teşvik etmek verimliliği tek başına değiştirmez.
- 2- Çalışanlar genelde birden fazla göreve sahip olurlar ve bazı görevlerin teşvik edilmesi diğer görevlerin savsaklanmasını veya belli görevlerde yoğunlaşılmasını netice verebilir.
- 3- Bazen de teşvik için rekabet durumları ortaya çıkar. Bu rekabet bazı durumlarda birbirine engel olmaya varacak derecelere ulaşabilir. Böylece teşvik sistemi, ters yönde etki eder ve genel üretkenliği düşürür (Akerlof & Kranton, 2016).

Maddi teşviklerin nasıl sonuçsuz kaldığına, Türkiye’de yaklaşık 10 yıldır uygulanan teşvik sistemi örnek olarak gösterilebilir. Şimdi ilk olarak, akademik faaliyetler sadece bir hocanın teşvik edilmesiyle gerçekleşmez. Öncelikle makale veya büyük projeler genelde, en az 2-3 kişiden oluşan bilimsel ortaklıklarla yürütülür. Yine ders verme faaliyetlerinde tek bir hocadan ders alınmaz. Birçok hocadan aynı zamanda farklı dersler alınır. Dolayısıyla bütün bir yapının motivasyonuna ihtiyaç vardır. İkinci olarak akademisyenler, sadece makale (kitap, bildiri vs. dahil) yazmazlar. Halbuki teşvik sadece makale yazma hususunda verilmektedir. Oysa lisansüstü danışmanlıklar, lisans düzeyinde ders verme gibi en az makale yazımı kadar önemli faaliyetler teşvikten yoksundur. Bundan ötürü akademisyen bütün yoğunluğunu makale yazımına hasrederken diğer işlerini yüzeysel ve geçiştirmek kabildinden yürütmektedir. Üçüncü mesele de ise teşvikten faydalanmak adına çalışmalarının hızlı bir şekilde yayımlanmasını isteyen akademisyenler, editörlere farklı kanallardan ulaşarak kendi çalışmalarına öncelik verilmesini talep etmekte ve böylece diğer akademisyenleri mağdur etmektedirler. Yani ortaya tahrip edici bir rekabet çıkmaktadır.

Bu noktada Akerlof ve Kranton (2016) farklı bir teşvik sistemi önermektedirler. Örgütsel inovasyon olarak da adlandırabileceğimiz bu sistemde, çalışanların kendini işleriyle özdeşleştirdikleri bir yapı ve bu yapının “kimlik” şeklinde algılanmasının en verimli teşvik unsuru olduğunu iddia etmektedirler. Üç prosedürden oluşacak bu yapıda,

- 1- Birinci kısımda, amir-vekil ilişkisinde sorun haline dönüşebilen teşvik durumunu yeniden gözden geçirmek gerekmektedir. Teşviğin şekli, miktarı gibi ayrıntıların keşfedilmesinin zorluğunu doğru anlamak önemlidir.

- 2- İkinci kısımda vekili, içindekilerden bir haline getirmek için oluşturulacak kimlik ve bu kimlikle ortaya çıkacak veyahut bu kimliğin temelini oluşturacak normları tespit etmek ve uygulamak önemlidir. Kendini içindeki kabul eden vekil, amir gibi işine sahip çıkacak ve motivasyonu yüksek olacaktır. Dışarıdaki olarak kalanlar ise daha yüzeysel ve zoraki çalışacaktır. Daha çok kendi menfaatini düşünen dışarıdaki gerekli özveriyi göstermez. Halbuki içeride olan çalışan yaptığı işten ve gösterdiği başarıdan mutluluk duyar. Üstelik maddi teşviğin aksine kimlik üzerinden ortaya çıkan fayda hem daha uzun ömürlü hem de daha güvenilirdir. Mesela, olağanüstü durumlar için de geçerlidir. Şirketin içinden geçtiği zor durumlarda maddi fedakarlıkta bile bulunabilirler.
- 3- Üçüncü kısımda ise içerideki kimliğine sahip çalışanlar için artık teşvik miktarı cüz'i bir seviyede kalır. Böylece oluşan "kimlik faydası", maddi faydaya olan gereksinimi azaltır. Amir açısından bu oldukça karlı bir teşvik sistemidir. Ancak kimlik oluştururken ortaya çıkacak maliyetleri de hesaplamak gerekir. Yani kimlik oluşturma maliyetinin, parasal teşviktan daha düşük miktarda kalması gerekir. Yani "kimlik oluşturmak" hem amir için hem de vekil için daha karlı olmalıdır. Tabi yapılan işin mahiyeti de kazanç ve kayıp tablosunu etkileyecektir. Örneğin çalışanların risk alması gereken bir iş olduğunda, işin bazı belirsizlikler içermesi durumunda veya yüksek gayret göstermenin çıktığı durumunu oldukça etkilediği durumlarda "kimlik oluşturmak" çok daha karlı olacaktır.

Sosyal sermayenin, bileşenleri başta güven olmak üzere normlar ve sosyal ağlardır. Bu faktörler aslında kimlik oluşturmak için de gerekli faktörlerdir. Yani belli bir sosyal ağ üzerinden, normlara dayalı ve güven içeren ilişkiler sosyal sermayeyi oluşturur. Kimlik iktisadında tarif edilen "kimlik oluşturma" prosedürlerindeki temel farklar, sosyal ağın bir işyeri olması ve oluşturulmaya çalışılan kimliğin bir aidiyet duygusu içermesidir. Sonuç olarak her bir sosyal sermaye örüntüsü, potansiyel bir kimlik barındırmaktadır. Yani sosyal sermaye olarak kabul edilen ilişkiler, insanların kendini "içerideki" hissetmesi için önemlidir. Bu noktadan hareketle, kimlik oluşturma'nın birinci basamağı olarak çalışanları seçerken sosyal sermayesi güçlü insanlardan seçmek önemlidir. Böylece normlara alışkın, güven veren ve uzun vadeli ilişkileri götürebilecek kapasitede insanlar için kimlik oluşturmak çok daha kolay olacaktır. Dolayısıyla kimlik iktisadı prosedürlerine ilaveler yaparak daha güçlü bir potansiyel oluşturulabilir:

- 1- Çalışanları işe alırken vakıf, dernek gibi sosyal ağlarla ilişkilerini kontrol etmek,
- 2- En temel sosyal ağ olan ailevi ilişkilerini sorgulamak,
- 3- Kişide, güven kırıcı hallerin varlığını tespit etmek adına bazı referanslar istemek.

Böylece kişinin potansiyel sosyal sermaye durumunu gözetererek şirket veya kurum içerisinde oluşturulacak kimlik yapısı için uygunluğunu tespit etmek ilerisi için kolaylık sağlayacaktır.

## 10. Değerlendirme

Bu çalışmada sosyal sermaye, inovasyon ve kimlik iktisadı arasında çoklu bağlantı kurarak apriori bir neticeye ulaşılmaya çalışılmıştır. Bu amaçla ilk olarak sosyal sermayenin kavramsal çıkış hikayesi ve Kurumsal İktisat yazınına dahil edilme sebepleri ve iktisadi etkileri üzerinde durulmuştur. İkinci olarak, inovasyonun tarifi yapıldıktan sonra sosyal sermaye inovasyon bağlantısı hem teorik açıdan hem de ampirik açıdan ortaya konmuştur. Üçüncü olarak kimlik iktisadının tarifi ve bu kapsamda tarif edilen "kimlik oluşturma" usulünün bir örgütsel inovasyon olarak sosyal sermaye ile olan ilişkisi üzerine bir temellendirme yapılmaya çalışılmıştır.

Bir başka deyişle, inovasyon, temelinde yeniliği barındırdığı için meseleye olan bakış açısı genişledikçe yeniliğe ulaşma ihtimali artacaktır. Sosyal sermaye, fertlerin ulaşamadığı geniş perspektifi kazandırmaktadır. Üretim ile ilgili problemlerin veya arayışların sosyal ağlar üzerinden belirli normlar

altında ve güvene dayalı ilişkiler vasıtasıyla müzakere edilmesi, istişare edilmesi ve fikir tealisi gibi fırsatlar sosyal sermaye vesilesiyle ortaya çıkmaktadır. Dolayısıyla sosyal sermaye, inovasyonu netice verecek altyapıyı sunmaktadır. Bu bağlamda örgütsel inovasyon olarak adlandırabileceğimiz “kimlik oluşturma” için gerekli yapıyı yine sosyal sermaye üzerinden oluşturmak anlamlı bir çaba olacaktır.

Kimlik iktisadı çatısı altında önerilen “kimlik oluşturma” sistemi üç aşamadan oluşmakta ve çalışanları istikrarlı bir şekilde teşvik edecek bir yapı tasarısını barındırmaktadır. Bu yapının alt öğeleri, sosyal sermaye ile benzer şekilde güven, normlar gibi faktörlerdir. Sosyal sermayeden farklı olarak kimlik iktisadında kurumsal aidiyet ve sahiplik duygusu uyandırmak birincil öneme sahiptir. Ayrıca yine sosyal sermayeden farklı olarak “kimlik olgusu” işveren tarafından oluşturulmakta ve desteklenmektedir. Buradaki incelik, çalışanların sosyal sermaye potansiyelinin varlığıdır. İşverenin kazandırmaya çalıştığı “kimlik” olgusunu benimsemesi, sosyal sermaye alışkanlığı olan insanlarda daha kolay temin edilecektir. Benzer öğelere sahip iki olgunun, varoluşsal anlamda birbirine kuvvet vereceği bir durum ortaya çıkmaktadır.

## Kaynakça

- Akerlof, G. A., & Kranton, R. E. (2000). Economics and identity. *The Quarterly Journal of Economics*, 115(3), 715-753.
- Akerlof, G. A., & Kranton, R. E. (2002). Identity and schooling: Some lessons for the economics of education. *Journal of Economic Literature*, 40(4), 1167-1201.
- Akerlof, G. A., & Kranton, R. E. (2005). Identity and the economics of organizations. *Journal of Economic Perspectives*, 19(1), 9-32.
- Akerlof, G. A. & Kranton, R. E. (2016). *Kimlik iktisadi, kimliklerimiz, işimizi, ücretimizi ve refahımızı nasıl şekillendiriyor?*. C. Madenci (Çev). Efil Yayınevi.
- Akhavan, P., & Mahdi Hosseini, S. (2016). Social capital, knowledge sharing, and innovation capability: An empirical study of R&D teams in Iran. *Technology Analysis and Strategic Management*, 28(1), 96-113. <https://doi.org/10.1080/09537325.2015.1072622>
- Arrow, K. J. (2000). Observations on social capital. *Social Capital: A Multifaceted Perspective*, 3-5.
- Azmat, S., Khan, R. N., & Ahmad, G. (2019). The limits of social identity impact on economic preferences. *Journal of Behavioral and Experimental Finance*, 24, 100239.
- Bağçe, S., Yılmaz, E., & Kılıç, İ. E. (2021). Ethnic identity and economic welfare. *Economic Systems*, 45(3). <https://doi.org/10.1016/j.ecosys.2021.100888>
- Bates, T. (1994). Social Resources generated by group support networks may not be beneficial to Asian immigrant-owned small businesses. *Social Forces*, 72(3), 671-689.
- Becker, G. S. (1964). *Human capital: A Theoretical and empirical analysis, with special preferences to education*. National Bureau of Economic Research.
- Berg, A., Berg, C., Davidson, S., & Potts, J. (2018). The institutional economics of identity. *SSRN*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.3072823>
- Bjork, J., Di Vincenzo, F., Magnusson, M., & Mascia, D. (2011). The impact of social capital on ideation. *Industry And Innovation*, 18(6), 631-647.
- Bourdieu, P. (1973). Kulturelle Reproduktion und soziale Reproduktion. *P. Bourdieu, Grundlagen einer Theorie der symbolischen Gewalt*, 88-137.
- Bourdieu, P. (1986). *The forms of capital*. In J. G. Richardson (Ed.), *Handbook of theory and research for the sociology of education* (pp. 241-258). Greenwood Press.
- Brenøe, A. A., Heursen, L., Ranehill, E., & Weber, R. A. (2022). Identity, culture, and the economics of gender: Continuous gender identity and economics. *AEA Papers & Proceedings*, 112, 573-577. <https://doi.org/10.1257/pandp.20221083>
- Brophy, S. (2024). Ethnicity and UK graduate migration: An identity economics approach. *Journal of Regional Science*, 64(3), 732-785. <https://doi.org/10.1111/jors.12688>
- Carmona-Lavado, A., Cuevas-Rodríguez, G., & Cabello-Medina, C. (2010). Social and organizational capital: Building the context for innovation. *Industrial Marketing Management*, 39(4), 681-690.
- Camps, S., & Marques, P. (2014). Exploring how social capital facilitates innovation: The role of innovation enablers. *Technological Forecasting and Social Change*, 88, 325-348.
- Casanueva, C., & Gallego, Á. (2010). Social capital and individual innovativeness in university research networks. *Innovation: Management, Policy & Practice*, 12(1), 105-117

- Chang, H. J. (2014). *Ekonomi rehberi: Ekonomi hakkında size söylenenler ve söylenmeyenler*. M. Doğan (Çev). Say Yayınları.
- Chang, D., Chen, R., Krupka, E. L., & Song, Z. (2024). Do Policy instruments that restrict social identity expression increase economic cooperation? *European Economic Review*, 170, 104847.
- Chesbrough, H. W. (2006). The era of open innovation. *Managing Innovation and Change*, 127(3), 34-41.
- Chun-Chih Lisa, C. (2012). A study of the relationships between social capital cognition and technological innovation. *International Journal of Organizational Innovation*, 4(3), 330-345.
- Coleman, J. S. (1988). Social capital in the creation of human capital. *American Journal of Sociology*, 94, S95-S120.
- Coleman, James S. (1990). *Foundations of social theory*. Harvard University Press.
- Cuevas-Rodríguez, G., Cabello-Medina, C., & Carmona-Lavado, A. (2014). Internal and external social capital for radical product innovation: Do they always work well together? *British Journal of Management*, 25(2), 266-284.
- Dasgupta, P., & Serageldin, I. (Eds.). (2001). *Social capital: A multifaceted perspective*. World Bank Publications.
- Doh, S., & Acs, Z. J. (2010). Innovation and social capital: A cross-country investigation. *Industry and Innovation*, 17(3), 241-262.
- Dodgson, M., & Gann, D. (2010). *Innovation: A very short introduction* (Vol. 227). Oxford University Press.
- Dzialek, J. (2009). *Social capital and economic growth in Polish regions* (Munich Personal RePEc Archive, Paper No. 18287).
- Field, J. (2006). *Sosyal sermaye*. İstanbul Bilgi Üniversitesi.
- Filieri, R., & Alguezaui, S. (2014). Structural social capital and innovation: Is knowledge transfer the missing link? *Journal of Knowledge Management*, 18(4), 728-757.
- Fine, B. (2010). *Theories of social capital: Researchers behaving badly*. Pluto.
- Fine, B. (2021). Kimlik iktisadı mı, iktisadın kimliği mi? = Introduction to, and Turkish translation of, "The economics of identity and the identity of economics?". *Yıldız Social Science Review*, 7(1), 1-14.
- Fisher, I. (1897). Senses of capital. *The Economic Journal*, 7(26), 199-213.
- Fukuyama, F. (1995). *Trust: The social virtues and the creation of prosperity* (No. D10 301 c. 1/c. 2). Free Press Paperbacks.
- Granovetter, M. (1985). Economic action and social structure: The problem of embeddedness. *American Journal of Sociology*, 91(3), 481-510.
- Hobson, J. A. (1926). *The evolution of modern capitalism: A study of machine production*, (Rev. ed.). Walter Scott; Charles Scribner's.
- Ivančič, A., Podmenik, D., & Hafner, A. (2014). Independent Inventors, social capital and knowledge transfer—the case of Slovenia. *Innovation: The European Journal of Social Science Research*, 27(3), 238-253.
- İşür, Ş. (2014). Identity economics/George A. Akerloff ve Rachel E. Kranton. *Bilge Strateji*, 6(11), 207-211.

- Jian, Z. Q., Osman, M. A., & Li, L. (2016, June). A study on the relationships among social capital, market orientation, organizational learning and service innovation performance. In *Service Systems and Service Management (ICSSSM), 2016 13th International Conference on* (pp. 1-6). IEEE.
- Kittikunchotiwut, P. (2015). The role of social capital on absorptive capacity and organizational innovation. *Journal of Business and Retail Management Research, 10*(1).
- Lall, S. (2003). Technology and industrial development in an era of globalization. *Rethinking Development Economics, 1*, 277.
- Korpi, T. (2001). Good friends in bad times? Social networks and job search among the unemployed in Sweden. *Acta Sociologica, 44*(2), 157-170.
- Landry, R., Amara, N., & Lamari, M. (2002). Does social capital determine innovation? To what extent? *Technological Forecasting and Social Change, 69*(7), 681-701.
- Lemanowicz, M. (2015). Innovation in economic theory and the development of economic thought. *Acta Scientiarum Polonorum. Oeconomia, 14*(4).
- Manual, O. (2005). *Proposed guidelines for collecting and interpreting technological innovation data*. OCDE: Statistical Office of the European Communities.
- Marx, K. (1976). *Capital*, B. Fowkes (Çev.). *Penguin, 1*(342), 1859-60.
- Mill, J. S. (1848). *Principles of political economy with some of their applications to social philosophy*, by John Stuart Mill. JW Parker.
- Mitrouchev, I., & Buonomo, V. (2024). Identity, ethics and behavioural welfare economics. *Economics & Philosophy, 40*(2), 310-336.
- Muysinaliyev, A. (2014). Impact of social capital on innovation performance: Industrial firm's comparison. *Business Management and Strategy, 5*(1), 105-114.
- Narayan, D., & Pritchett, L. (2000). Social capital: Evidence and implications. *Social Capital: A Multifaceted Perspective, 269-295*.
- Norris, J. (2019). Identity economics: Social influence and skill development. *Journal of Economic Surveys, 33*(5), 1389-1408. <https://doi.org/10.1111/joes.12331>
- Ostrom, E. (2000). Social capital: A fad or a fundamental concept. *Social Capital: A Multifaceted Perspective, 172*(173), 172-215.
- Özdemir, A. A., & Demirci, A. E. (2012). Impact of social capital on radical innovation efforts of the organizations: A case in the aviation industry. *Ege Academic Review, 12*(1), 53-66.
- Parra-Requena, G., Ruiz-Ortega, M. J., & Garcia-Villaverde, P. M. (2013). Social Capital and effective innovation in industrial districts: Dual effect of absorptive capacity. *Industry and Innovation, 20*(2), 157-179.
- Pekin, H. (1970). Teknolojinin toplumsal etkileri. *Elektrik Mühendisliği Odası, 380*, 148-150
- Putnam, R. D. (2001). *Bowling alone: The collapse and revival of American community*. Simon and Schuster.
- Putnam, R., Leonardi, R., & Nanetti, R. (1993). *Making democracy work Princeton*. Princeton University Press.
- Rijn, F. v., Bulte, E., & Adekunle, A. (2012). Social capital and agricultural innovation in Sub-Saharan Africa. *Agricultural Systems, 108*, 112-122. <https://doi.org/10.1016/j.agsy.2011.12.003>
- Seçilmiş, E. (2019). Davranışsal iktisat koca bir yalandan mı ibaret? *İktisat ve Toplum, 107*, 13-20.

- Schuller, T. (2000). Social and human capital: The search for appropriate techno methodology. *Policy Studies*, 21(1), 25-35.
- Schultz, T. W. (1960). Capital formation by education. *Journal of Political Economy*, 68(6), 571-583.
- Schumpeter, J. A. (1956) Money and the social product, A. W. Marget (Trans). *International Economic Papers*, 6, 148-211.
- Schumpeter, J. A. (2013). *Capitalism, socialism and democracy*. Routledge.
- Scrivens, K., & Smith, C. (2013). *Four interpretations of social capital: An agenda for measurement* (No. 2013/6). OECD Publishing.
- Solow, R. M. (2000). Notes on social capital and economic performance. *Social Capital: A Multifaceted Perspective*, 6(10).
- Taban, S., & Kar, M. (2015). *Kalkınma ekonomisi (2. Baskı)*, Ezgi Kitapevi.
- Tang, T. (2016). Making innovation happen through building social capital and scanning environment. *International Journal of Hospitality Management*, 56, 56-65.
- Tidd, J. (2006). A review of innovation models. *Imperial College London*, 16, 1-17.
- Thaler, R. H., & Sunstein, C. R. (2019). *Dürtme*. Pegasus Yayınları.
- Tumbo, S., Mutabazi, K., Masuki, K., Rwehumbiza, F., Mahoo, H., Nindi, S., & Mowo, J. (2013). Social capital and diffusion of water system innovations in the Makanya watershed, Tanzania. *Journal of Socio-Economics*, 43, 24-36. <https://doi.org/10.1016/j.socec.2013.01.001>
- Uphoff, N. (2000). Understanding social capital: learning from the analysis and experience of participation. *Social capital: A multifaceted perspective*, 215-249.
- Ülgener, S. F. (1940-1941). İktisadi hayatta zihniyetin rolü ve tezahürleri. *İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi Mecmuası*, 2(3-4), 351-380.
- Veblen, T. B. (1908). Fisher's capital and income. *Political Science Quarterly*, 23(1), 112-128.
- Viscarnt, J. J. (1998). EU programmes: A "bridge" between education and employment. *Lifelong learning in Europe: Options for the integration of living, learning and working*, 242-247. Neuling Verlag
- Wysocki, T., & Dziedzic, D. (2013). Identity economics and higher education. *Econometrics. Ekonometria. Advances in Applied Data Analytics*, 3(41), 95-103.
- Xu, Y. (2011). Entrepreneurial social capital and cognitive model of innovation. *Management Research Review*, 34(8), 910-926.
- Yilmaz, E. (2019). Kimlik ve ekonomi. *Yildiz Social Science Review*, 5(2), 185-208.
- Yu, S. (2013). Social capital, absorptive capability, and firm innovation. *Technological Forecasting and Social Change*, 80(7), 1261-1270.
- Zemo, K. H., & Termansen, M. (2022). Environmental identity economics: An application to farmers' pro-environmental investment Behaviour. *European Review of Agricultural Economics*, 49(2), 331-358. <https://doi.org/10.1093/erae/jbab049>
- Zhang, M., Lettice, F., & Zhao, X. (2015). The impact of social capital on mass customization and product innovation capabilities. *International Journal of Production Research*, 53(17), 5251-5264. <https://doi.org/10.1080/00207543.2015.1015753>

### **Makale Bilgi Formu**

**Yazar Notu:** Bu çalışma 2017 yılında İnönü Üniversitesi SBE yönergesince hazırlanmış olan “Sosyal sermayenin inovasyon üzerindeki etkisinin Türkiye açısından incelenmesi: Mekansal Ekonometrik Analiz” adlı doktora tez çalışmasından türetilmiştir. Doktora tezinden türetilmiş bu çalışma ile ilgili danışman hocadan feragat belgesi daha önce alınmış ve sisteme yüklenmiştir.

**Çıkar Çatışması Bildirimi:** Yazar tarafından potansiyel çıkar çatışması bildirilmemiştir.

**İntihal Beyanı:** Bu makale iThenticate tarafından taranmıştır.